

ISSN 2548-6160 (online)

Proceedings of The ICECRS

International Consortium of
Education and Culture Research
Studies



Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement.....	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page.....	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

[Mohammad Faizal Amir](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editors

[Mahardika Darmawan Kusuma Wardana](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[Enik Setiyawati](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Section Editors

[Rifki Afandi](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[Machful Indra Kurniawan](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[Delora Jantung Amelia](#), Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Layout Editors

[Tri Linggo Wati](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

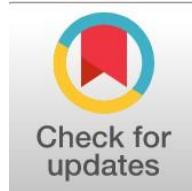
Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Digital Promotion Platforms And Cloud Spreadsheets Determine Construction Vendor Business Operations: Platform Promosi Digital Dan Lembar Kerja Awan Menentukan Operasional Bisnis Vendor Konstruksi

Bima Panduni Rahmat, bimapandunirahmat12@gmail.com (*)

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Istian Kriya Almanfaluti, istian.alman@umsida.ac.id

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background The rapid evolution of information technology fundamentally transforms modern commercial activities and online marketing strategies. **Specific Background** Infrastructure service providers like PT Sixma Mega Utama require optimized internet presence and accurate administrative systems to secure client trust and manage field logistics. **Knowledge Gap** Manual material recording triggers severe inventory inaccuracies and financial risks, while the absence of professional online profiles severely restricts market visibility and client acquisition. **Aims** This project develops a comprehensive company profile website, establishes an active social media account, and creates a transparent material monitoring system. **Results** Qualitative observation confirms the successful deployment of a Google Sites profile providing accessible corporate information and an Instagram account visualizing project portfolios. Furthermore, replacing manual logs with a multi-access online workbook establishes real-time, transparent logistics tracking for all field supervisors. **Novelty** This intervention uniquely integrates external visual marketing mechanisms with internal internet-based inventory administration to simultaneously resolve market visibility limitations and internal data bottlenecks. **Implications** Infrastructure enterprises must adopt transparent administrative tools and active online portfolios to secure market competitiveness and prevent financial losses from inventory mismanagement.

Highlights:

- ♦ Social media portfolios successfully display service capabilities to potential market clients.
- ♦ Real-time material monitoring eliminates manual recording inaccuracies and inventory losses.
- ♦ Dedicated profile websites establish professional credibility and facilitate external communication.

Keywords: Social Media Marketing, Inventory Management, Company Profile, Logistics Administration, Online Visibility

Published date: 2024-10-29

I. Pendahuluan

Indonesia telah mengalami peningkatan perkembangan teknologi informasi yang pesat dari zaman ke zaman, terutama dalam konteks digital marketing. Sejak tahun 2010, berbagai faktor telah berkontribusi terhadap pertumbuhan ini, termasuk perluasan cakupan internet, peningkatan bandwidth, serta penggunaan teknologi komunikasi terupdate tentunya yang lebih cepat dan efisien. Selain itu smartphone menjadi faktor penting yang berperan sebagai pemberi akses informasi dan interaksi didunia digital.[1]

Saat ini di Indonesia sudah banyak perusahaan atau merek dari suatu produk yang berusaha memaksimalkan layanan digital marketing untuk mengembangkan bisnis mereka. Peluang ini dapat dimanfaatkan untuk memperluas usaha di bidang jasa digital marketing.[2] Banyak perusahaan yang staff pemasarannya masih belum menguasai strategi digital marketing, sehingga banyak yang memilih untuk menggunakan jasa digital marketer guna mengoptimalkan pemasaran online mereka. Dalam konteks ini, mahasiswa yang magang PT. Sixma Mega Utama menyediakan platform seperti website, instagram, serta spreadsheet sebagai monitoring keluar masuk material lapangan guna mengoptimalkan kinerja digital marketing pada perusahaan tersebut.

Pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh tenaga pemasar yang mempromosikan produk ataupun jasa dengan menggunakan teknologi informasi dan platform media sosial berbasis internet, baik perusahaan maupun individu. (Septiano, 2017).[3]

Pemasaran digital, yang memanfaatkan media berbasis internet, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menghasilkan konten seperti halnya pada web. Sebagai media promosi produk, pemasaran digital sangat efektif dan efisien karena menyediakan kemudahan dan kecepatan dalam mengumpulkan informasi. Platform sosial media seperti Instagram, Facebook, Website, dan Youtube, yang memiliki jumlah pengguna yang besar, menjadi sarana yang ideal untuk melaksanakan pemasaran digital ini. (Kaplan ; Haenlein, 2010).[4]

E-marketing adalah istilah dari sistem pemasaran produk melalui internet sama halnya dengan digital marketing. E-marketing berperan menginformasikan, alat komunikasi, media promosi, dan memasarkan produk dan jasa melalui internet dengan menggambarkan katalog produk atau merek pada suatu perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2004). E-marketing membantu pengembangan produk, mengembangkan strategi untuk memikat pelanggan, menyediakan distribusi online, mempertahankan catatan pelanggan, menciptakan kepuasan pelanggan, dan mengumpulkan timbal balik pelanggan pada suatu produk perusahaan dengan memanfaatkan teknologi internet untuk memberikan informasi penelitian pangsa pasar. (Reedy, Schullo, dan Zimmerman, 2000).[5]

Kita hidup pada zaman yang semua aktivitas sehari-hari termasuk aktivitas bisnis, hampir beralih ke ranah digital. Media sosial, terutama Instagram, telah menjadi platform yang sangat populer dan efektif untuk promosi. Persaingan bisnis semakin ketat, sehingga setiap pelaku bisnis harus mencari cara inovatif untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Promosi online menjadi salah satu solusi yang efektif. Konsumen semakin cerdas dan melek teknologi. Sebelum memutuskan untuk membeli konsumen mencari informasi tentang produk atau jasa yang mereka butuhkan melalui teknologi internet maupun sosial media.

Dengan adanya hal tersebut PT. Sixma Mega Utama harus mempunyai platform seperti instagram dan website yang akan meningkatkan perusahaan dalam menjangkau pelanggan yang jauh lebih luas dibandingkan dengan metode promosi tradisional, platform digital ini berfungsi sebagai saluran komunikasi dua arah antara PT. Sixma Mega Utama dengan pelanggan. Pelanggan dapat memberikan feedback dan PT. Sixma Mega Utama dapat memberikan respon yang cepat.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dapat dimanfaatkan dalam digital marketing untuk meningkatkan penjualan, karena aplikasi-aplikasi ini berfungsi untuk menyebarluaskan foto dan video. Terutama, Instagram dan Facebook menawarkan berbagai jenis konten seperti feed dan story yang dapat digunakan untuk menarik perhatian audiens (Helianthusonfri, 2019).[6]

Menurut Bilgin (2018), aktivitas pemasaran yang memanfaatkan media sosial memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan dalam membangun merek produknya, khususnya dalam hal citra merek. Hal ini disebabkan oleh kemampuan media sosial untuk menampilkan nama, slogan, logo, dan elemen lainnya yang dapat meningkatkan kehadiran perusahaan secara online melalui citra merek yang positif.[7]

Brand image merujuk pada simbol, nama, istilah, atau tanda yang digabungkan untuk menciptakan identitas unik bagi suatu produk, sehingga membedakannya dari produk-produk lain di pasaran (Dam, 2020). Konsep ini mencakup persepsi dan kesan yang dimiliki konsumen terhadap merek tertentu, yang dibentuk melalui berbagai elemen seperti iklan, pengalaman pengguna, dan interaksi dengan produk.[8]

Memiliki platform seperti instagram dan website adalah investasi jangka panjang bagi PT. Sixma Mega Utama. Platform ini dapat menjadi aset yang sangat berharga sebagai peningkatan visibilitas, reputasi, dan penjualan perusahaan tentunya dengan strategi yang tepat.

Tidak hanya menawarkan banyak peluang dan keuntungan, konten digital juga tetap menghadapi berbagai risiko. Semakin banyak peluang, semakin banyak pula pesaing yang muncul. Menarik pelanggan sebanyak mungkin menjadi tujuan utama dari strategi digital marketing pada PT. Sixma Mega Utama, oleh karena itu pengelola platform digital marketing perlu

Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

memiliki inovasi kreatif untuk mencapai. Dengan demikian, efektivitas penggunaan media sosial Instagram dapat tercapai.[9]

Instagram terbukti menjadi platform yang lebih efektif dalam hal visual, dengan gambar dan video yang memiliki dampak lebih besar dibandingkan kata-kata, melebihi platform media sosial lainnya (Pittman & Reich, 2016). Menurut Evans et al. (2017), media sosial seperti Instagram memiliki aturan khusus untuk setiap jenis postingan, yang mendorong pengguna untuk lebih fokus pada berbagai konten yang ada di aplikasi tersebut. Melalui gambar atau video sebagai iklan dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja secara online, sebagai contoh postingan mengenai produk fashion seperti baju, jam tangan, tas, topi, dan aksesoris lainnya. Meskipun terdapat perbedaan dalam sistem penggunaannya, baik Instagram maupun e-commerce memiliki kesamaan dalam hal penjualan, karena keduanya memerlukan koneksi internet untuk melakukan transaksi online (Huang & Benyoucef, 2013).[10]

Google Sheets adalah aplikasi Microsoft Excel online yang memfasilitasi pengguna membuat dan memformat spreadsheet serta bekerja bersama orang lain. Manfaat dari Google Sheets adalah kemampuan untuk mengakses data kapanpun dan dimanapun, serta data tetap aman meskipun disimpan secara online. Fitur-fitur yang ada di google sheets sangat memudahkan pengoperasian pengguna contohnya seperti real-time data (data selalu up to date) dan beberapa fitur yang mirip dengan Microsoft Excel seperti VLOOKUP, SUMIF, Filter, Chart, dan lain-lain.[11]

Monitoring data persediaan material merupakan kegiatan yang sangat krusial dalam setiap organisasi, khususnya yang melibatkan pengelolaan stok barang. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa persediaan barang selalu terkendali, baik dari segi jumlah maupun kualitas. [12] Ketidakakuratan data persediaan seringkali menjadi masalah krusial dalam pengelolaan logistik. Pencatatan manual yang rentan terhadap human error, seperti kesalahan dalam input data, kehilangan dokumen, atau penundaan dalam pembaruan data, dapat mengganggu proses produksi atau pelayanan pelanggan dan mengakibatkan biaya produksi bisa membengkak.[13]

Ketidakakuratan data persediaan dalam pengelolaan logistik dapat diatasi dengan beberapa pendekatan yang memanfaatkan teknologi dan sistem informasi yang tepat. Oleh karena itu PT. Sixma Mega Utama memerlukan alat yang tepat untuk monitoring data persediaan menjadi sangat krusial supaya bisa meminimalisir kerugian serta miss komunikasi antar karyawan.

Rumusan Masalah: Bagaimana implementasi digital marketing didalam PT. Sixma Mega Utama apakah efektif dan efisien untuk menjangkau pelanggan dengan cakupan yang lebih luas dan bagaimana cara mengatasi masalah ketidakakuratan data persediaan material lapangan PT. Sixma Mega Utama akibat pencatatan manual yang rentan terhadap human error

Pertanyaan:

1. Apa pengaruh website profil perusahaan terhadap peningkatan brand awareness dan citra perusahaan PT. Sixma Mega Utama?
2. Seberapa pentingkah keberadaan akun Instagram bagi PT. Sixma Mega Utama di zaman digital saat ini?
3. Apa saja manfaat yang didapatkan PT. Sixma Mega Utama dari akun sosial media Instagram?
4. Sistem apa yang paling efektif untuk monitoring laporan keluar masuk material di lapangan PT Sixma Mega Utama secara transparan?

Kategori Sdg's: Berdasarkan pendahuluan diatas rumusan masalah pada penelitian ini berfokus pada pengembangan E-Marketing pada PT. Sixma Mega Utama yang berada di point 9 pada sustainable development goals (sdg's).

II. Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang memanfaatkan data deskriptif dalam bentuk bahasa tertulis atau lisan yang berasal dari individu dan karyawan perusahaan yang dapat diamati. Metode kualitatif ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, dinamika sosial, serta sikap, keyakinan, dan persepsi dari individu atau kelompok. Observasi lapangan digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Observasi merupakan pengumpulan data pada objek yang diteliti yaitu PT. Sixma Mega Utama. Studi pustaka melibatkan pengumpulan data melalui proses mempelajari, mengamati, dan menganalisis buku, file, dan dokumen yang relevan dengan masalah penelitian.[14]

III. Hasil dan Pembahasan

A. Implementasi Website Pada Profil Perusahaan

Pada zaman ini bidang bisnis telah dibawa dampak positif dalam berbagai aspek kehidupan, yang menjadi faktornya adalah perkembangan teknologi informasi. Teknologi informasi memungkinkan pengolahan data dan informasi dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Penggunaan website sebagai company profile dan penyebaran informasi perusahaan telah menjadi hal yang umum dilakukan. Dengan website, perusahaan dapat meningkatkan brand awareness, menghubungkan dengan pelanggan, dan memberikan informasi lengkap mengenai katalog perusahaan yang berupa produk, merek ataupun jasa.[15]

Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

Profil perusahaan adalah informasi yang menjelaskan tentang suatu perusahaan, dengan tujuan memberikan informasi kepada calon mitra, calon pelanggan, dan calon investor. Profil ini mencakup sejarah perusahaan, status perusahaan saat ini, legalitas perusahaan, serta informasi lain yang relevan. Pada umumnya profil perusahaan dibuat dalam bentuk hardfile dan kemudian dibagikan kepada pihak yang akan menjadi mitra kerja sama dan pelanggan.

Selang berkembangnya zaman pembuatan profil perusahaan juga ada dalam bentuk video yang memudahkan dalam distribusi profil perusahaan pada mitra maupun pelanggan. Kemudian pada zaman digital yang sekarang ini terbitlah website profil perusahaan. Dengan adanya website profil perusahaan ini, sangat memungkinkan perusahaan berhubungan secara langsung dengan calon pelanggan dan calon mitra. Selain itu fungsi utama website profil perusahaan ini berfungsi untuk memberikan informasi profil perusahaan dalam format PDF atau video kepada mitra perusahaan maupun pelanggan.

Gambar 1. Website Profil Perusahaan PT. Sixma Mega Utama



Website profil perusahaan ini sangat penting karena sebagai media informasi dan media penghubung antara PT. Sixma Mega Utama dengan mitra perusahaan dan pelanggan. Hal ini akan terasa ketika seseorang mencari informasi mengenai suatu perusahaan dengan mengetikkan namanya di mesin pencari. Informasi yang ditampilkan oleh mesin pencari akan menjadi sumber informasi bagi mereka. Bayangkan jika informasi yang dicari adalah tentang perusahaan misalnya, ketika seseorang mencari informasi mengenai vendor jasa PT. PLN (PERSERO), namun tidak menemukan hasil pencarian resmi dari perusahaan tersebut.

PT. Sixma Mega Utama adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi Mekanikal-Elektrikal dan supplier di Sidoarjo Jawa timur, perusahaan ini telah hadir di dunia digital melalui website profil perusahaan yang dibuat menggunakan Google Sites. Website ini memudahkan pelanggan dan mitra untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Mulai dari sejarah singkat perusahaan, visi misi, hingga portofolio proyek yang telah tersaji secara jelas dan terstruktur.

PT. Sixma Mega Utama mempunyai sebuah website profil perusahaan yang diunggah di-situs wordpress pada tahun 2019 namun belum sempurna, dengan ini mahasiswa magang membuat ulang website profil dengan menggunakan google sites, berikut link website tersebut : <https://sites.google.com/view/sixmamegautama/beranda>.

Selain itu, PT. Sixma Mega Utama juga memanfaatkan blog di website ini untuk membagikan berita terbaru dan kegiatan menarik terkait industri mereka. Dengan adanya website ini, PT. Sixma Mega Utama semakin mudah dijangkau oleh calon pelanggan dan mitra bisnis.

Pada website tersebut tersedia beberapa halaman menu yang pastinya menyajikan informasi terkait dengan PT. Sixma Mega Utama antara lain yaitu :

-Beranda : pada menu ini menampilkan deskripsi tentang perusahaan PT. Sixma Mega Utama perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa terkait dengan kebutuhan kelistrikan, khususnya sebagai vendor untuk PT. PLN (Persero). Sebagai vendor pelaksana pekerjaan PLN, PT. Sixma Mega Utama terlibat dalam berbagai proyek jasa yang berkaitan dengan infrastruktur kelistrikan, seperti konstruksi dan pemeliharaan jaringan distribusi, serta instalasi dan pengelolaan sistem kelistrikan.

-Tentang kami : berisi sejarah berdirinya perusahaan PT. Sixma Mega Utama yang sebelumnya bernama CV. Sixma Mega Utama didirikan sejak tanggal 24 November 2000 dibawah Akta Notaris SOEHARTO, SH dengan nomor akta 64 dan Nomor NPWP 02.026.033.7- 641.000. PT. Sixma Mega Utama (PT. SMU) adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Konstruksi (Mekanikal-Elektrikal) dan supplier di Sidoarjo Jawa timur. Dan didirikan pada tanggal 29 November 2013 di bawah Akta Notaris ARIS HILMI, SH dengan Nomor Akta 37, Nomor NPWP 02.026.033.7- 641.000.

Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

-Legalitas Perusahaan : berisi bukti bahwa PT. Sixma Mega Utama adalah perusahaan yang resmi, kepemilikan izin suatu usaha yang dimiliki yang menjadi salah satu faktornya yaitu legalitas. Jika suatu saat ada timbulnya masalah hukum, perusahaan tidak perlu khawatir karena telah memiliki dokumen legalitas yang lengkap

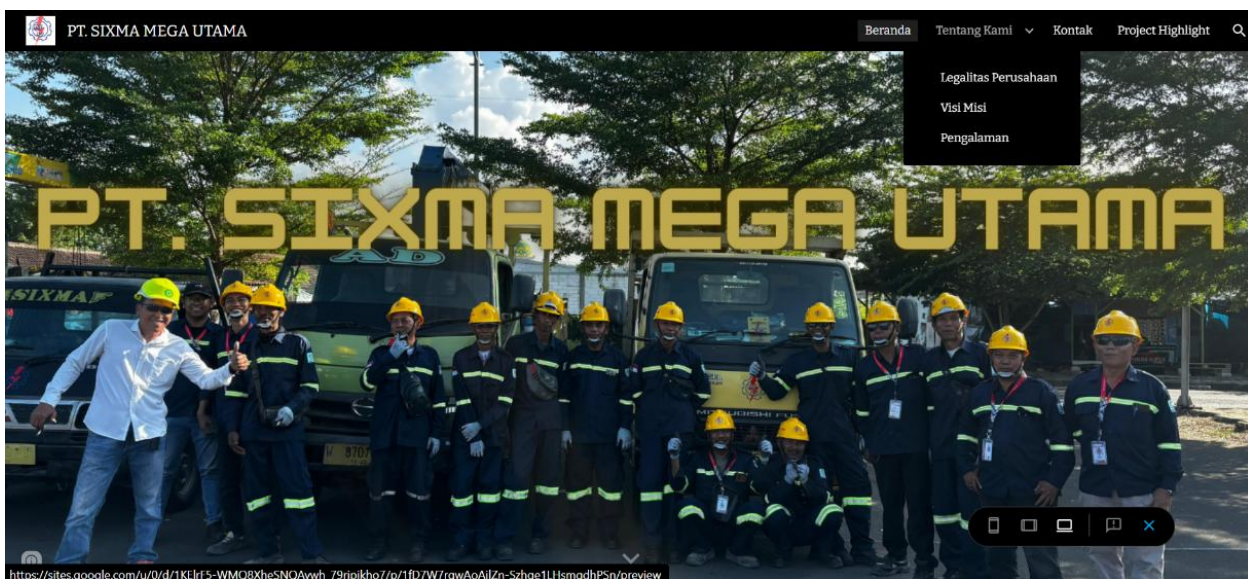
-Visi Misi : berisi visi misi perusahaan untuk selalu menjadi yang terdepan dalam pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta berkomitmen untuk meningkatkan kinerjanya sebagai kontraktor listrik untuk menjalin kemitraan dengan pelanggan.

-Pengalaman : berisi tentang table yang merekap riwayat pengalaman pekerjaan serta kontrak PT. Sixma Mega Utama dengan pelanggan dari tahun 2019-2021 yang nantinya akan terus diupdate dengan mengisi table tersebut dengan pengalaman kerja terbaru. Informasi tambahan tersebut menjadi gambaran yang lebih jelas mengenai kemampuan dan kompetensi PT. Sixma Mega Utama dalam melaksanakan proyek-proyek di bidang kelistrikan.

-Kontak : berisi tentang informasi kontak perusahaan PT. Sixma Mega Utama yang meliputi informasi kontak perusahaan, fax perusahaan, email perusahaan, dan alamat perusahaan. Jika pelanggan ingin menghubungi atau mengunjungi perusahaan dapat menggunakan informasi yang tertera pada website PT. Sixma Mega Utama.

-Project highlight : dari gambar dan keterangan yang ada pada menu ini, dapat disimpulkan bahwa PT. Sixma Mega Utama adalah perusahaan pengalaman yang luas diberbagai pekerjaan dalam bidang kelistrikan.

Gambar 2. Website PT Sixma Mega Utama Pada Menu Beranda



Dengan website profil perusahaan ini informasi lengkap tentang perusahaan, produk/jasa, dan kontak dapat diakses kapan saja. Implementasi website profile perusahaan adalah bukti nyata bahwa perusahaan serius dalam menjalankan bisnis dan melalui konten yang menarik, perusahaan dapat menceritakan sejarah maupun legalitas perusahaan dan membangun koneksi emosional dengan pelanggan. Dengan optimasi SEO yang baik website akan muncul di halaman pertama hasil pencarian Google ketika pelanggan mencari kata kunci yang relevan. Semakin banyak orang yang mengunjungi website, semakin besar peluang untuk mendapatkan pelanggan baru.

B. Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Promosi

Perkembangan teknologi internet telah membuka peluang baru dalam platform digital dengan alat komunikasi dan pasar baru, serta membentuk sebuah platform digital marketing atau marketplace tanpa batas. Dengan adanya hal tersebut telah membuat banyak perusahaan yang mulai memperhatikan pentingnya pemasaran produk atau jasa mereka dengan menggunakan platform digital marketing. Fungsi platform digital marketing tidak hanya memberikan efek positif bagi promotor yang mempermudah dan memperluas cakupan promosi mereka, tetapi juga sangat berguna bagi pelanggan maupun mitra perusahaan. Hal ini membuat pelanggan efektif dalam memilah-milah informasi yang diperlukan tentang produk ataupun jasa dari perusahaan tertentu, serta memudahkan mereka untuk melakukan transaksi pemesanan(pre-order) dan pembelian.[16]

Media sosial atau jejaring sosial merupakan sebuah platform yang sering digunakan dalam digital marketing. Media sosial yang tersedia tentunya juga memiliki fungsi peran yang berbeda-beda, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter yang lebih fokus pada interaksi sosial, sedangkan LinkedIn yang lebih berfokus pada pembangunan relasi profesional. Tidak hanya itu saja, terdapat juga media sosial yang lebih pribadi seperti e-mail atau pesan teks. Mesin pencari seperti Google dan Yahoo juga dapat dimanfaatkan sebagai platform media sosial yang bersifat pribadi. Di samping itu, pelaku bisnis dapat menggunakan media seperti blog atau website untuk keperluan promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

Menyediakan platform baru bagi perusahaan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan adalah fungsi dari adanya media sosial. Platform media sosial perlu dikelola dengan baik, supaya dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

ISSN 2548-6160 (online), <https://icecrs.umsida.ac.id>, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

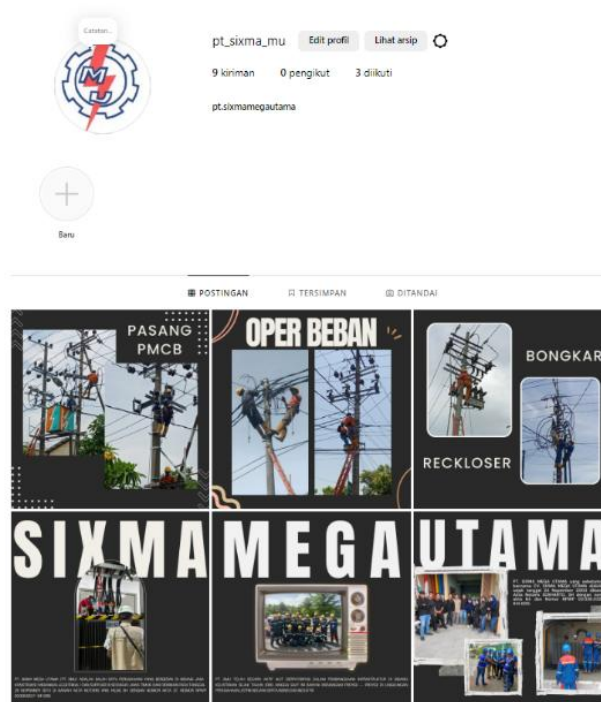
Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

Namun, tanpa adanya konsep pedoman yang jelas bisa berpotensi merugikan. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana promosi yang berguna untuk memberikan kebijakan strategis, di mana berbagai program atau kebijakan perlu disebarluaskan kepada pelanggan dan mitra. Dengan memanfaatkan media sosial, konten yang dibuat dapat dijangkau oleh pelanggan dan mitra yang tepat sesuai dengan target promosi yang diinginkan.[17]

Gambar 3. Platform Media Sosial Instagram PT. Sixma Mega Utama



PT. Sixma Mega Utama sebagai vendor jasa pelaksana pekerja lapangan PT. PLN (PERSERO) tentunya memiliki keuntungan dengan adanya akun media sosial instagram perusahaan yaitu dapat memperluas brand awareness PT. Sixma Mega Utama, terutama di kalangan masyarakat umum dan para pelaku industri kelistrikan. Dengan membagikan konten yang menarik dan informatif, PT. Sixma Mega Utama dapat membangun citra positif sebagai perusahaan yang kompeten dan terpercaya.

Konten di Instagram merupakan salah satu metode komunikasi yang mudah digunakan, berkat berbagai fitur menarik yang tersedia. Beberapa fitur di Instagram dapat membuat konten lebih mudah diakses dan menghasilkan komunikasi yang secara tidak langsung memberikan informasi tambahan kepada pengguna mengenai produk baru yang ingin diperkenalkan oleh perusahaan.[18]

Instagram juga dapat menjadi platform untuk menjangkau klien potensial yang lebih luas, baik perusahaan maupun individu. Melalui Instagram, PT. Sixma Mega Utama dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan PT. PLN (PERSERO) maupun dengan klien, misalnya dengan berkolaborasi dalam kampanye sosial media, juga dapat menjadi wadah untuk berkolaborasi dengan mitra industri lainnya, seperti pemasok peralatan atau kontraktor lain.

Instagram PT. Sixma Mega Utama berisikan tentang :

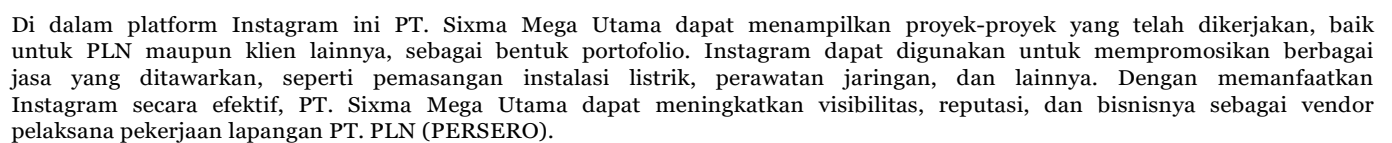
-Sejarah Berdirinya Perusahaan : postingan yang menjelaskan tentang berdirinya perusahaan PT. Sixma Mega Utama, serta menjelaskan tentang legalitas perusahaan.

-Kegiatan Administrasi Perusahaan : postingan foto-foto kegiatan karyawan di kantor, seperti rapat, pelatihan K3, acara sosial, kunjungan dari PLN, audit perusahaan atau perayaan hari besar.

-Kegiatan Pekerja Lapangan : postingan dokumentasi pekerjaan lapangan pada setiap tahap proyek. Serta menampilkan foto-foto pekerja lapangan yang sedang beraksi, alat-alat yang digunakan, dan hasil akhir yang memuaskan.

Gambar 4. Profil Akun Instagram PT. Sixma Mega Utama

Vol. 12 No. 3 (2024)
DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967



Monitoring atau pengawasan adalah proses pengumpulan dan analisis informasi tentang sebuah proyek atau program yang dilakukan pada saat proyek atau program sedang berjalan (Hobson, Mayne, & Hamilton, 2014).[19] Dalam hal ini tujuan monitoring adalah untuk menjelaskan bahwa monitoring merupakan kebijakan yang penting. Kegiatan monitoring melibatkan seseorang yang telah diberi wewenang dan kepercayaan untuk mengawasi kegiatan tersebut. Fungsi monitoring yaitu memberikan informasi yang bersifat sistematis dan secara lega yang memungkinkan pengawasan kegiatan pelayanan publik di semua tingkat.[20]

Ketidakakuratan data persediaan yang disebabkan oleh pencatatan manual adalah masalah umum yang sering dijumpai, terutama di lingkungan lapangan. Namun, dengan penggunaan spreadsheet yang tepat, masalah ini dapat diatasi dan akurasi data dapat ditingkatkan. Spreadsheet memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam pengelolaan data. Dengan adanya fitur-fitur seperti rumus, tabel pivot, dan filter, pengguna dapat mengatur dan menganalisis informasi dengan lebih efisien.



KELUAR MASUK MATRIAL GUDANG PT. SIXMA MEGA UTAMA



TANGGAL	PEKERJAAN	LOKASI	PENGAWAS	MATRIAL	JUMLAH KELUAR	JUMLAH MASUK	SATUAN
07/06/2024	PASANG BARU GTT	PERGUDANGAN SINAR BUDURAN	P. HARI	LYNETAPE 70/70	3	-	PCS
				SKUN AL CU 70	10	-	PCS
				SKUN CU 35	18	-	PCS
				KABEL RA 35 ENGKEL	?	-	METER
07/06/2024	TARIK JTR/KABEL BUNLED	SEPANDE, CANDI, SIDOARJO	P. KARIYANTO	TR 1	3	-	SET
				TR 2	2	-	SET
				SKUN AL CU 70	2	-	PCS
08/06/2024	PREVENTIF UPRATING	KEBARON, TULANGAN, SIDOARJO	P. HARI	LYNETAPE 150/150	45	-	PCS
				LYNETAPE 150/70	15	-	PCS
				JOINT SHORT AL 150	10	-	PCS
				JOINT LONG AL 150	11	-	PCS
				SKUN AL CU 70	6	-	PCS
				STRAIN CLAMP A3CS 150-240	27	-	PCS
10/06/2024	PASANG BARU GTT	PERGUDANGAN SINAR BUDURAN	P. HARI	SKUN CU 150	8	-	PCS
				SKUN CU 50	2	-	PCS
				TANDA BAHAYA KECIL	2	-	PCS
10/06/2024	SR 3 PHASA	-	P. KARIYANTO	LYNETAPE 35/70	40	-	PCS
11/06/2024	PREVENTIF	PORONG	P. KARIYANTO	SKUN CU 70	8	-	PCS
				JOINT AL CU 70	8	-	PCS

12/15

Proceedings of The ICECRS

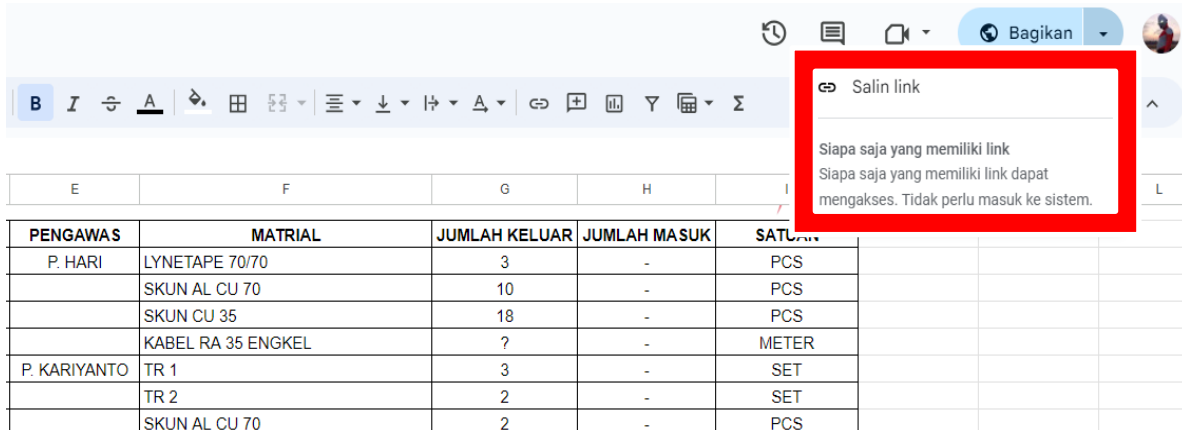
Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

dari proyek, semua pihak yang berkepentingan dapat mengakses data material secara real-time, sehingga memudahkan dalam koordinasi dan pengambilan keputusan.

Sebelumnya laporan keluar masuk material gudang PT. Sixma Mega Utama ini dicatat manual pada buku dan yang mengakses hanya beberapa orang. Dengan menerapkan spreadsheet laporan material yang transparan dan dapat diakses semua orang, PT. Sixma Mega Utama tidak hanya meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas dalam pengelolaan material.

Gambar 6. Sistem Multi-Akses Spreadsheet Laporan Keluar Masuk Material



E	F	G	H	I	J	K	L
PENGAWAS	MATERIAL	JUMLAH KELUAR	JUMLAH MASUK	SATUAN			
P. HARI	LYNETAPE 70/70	3	-	PCS			
	SKUN AL CU 70	10	-	PCS			
	SKUN CU 35	18	-	PCS			
	KABEL RA 35 ENGKEL	?	-	METER			
P. KARIYANTO	TR 1	3	-	SET			
	TR 2	2	-	SET			
	SKUN AL CU 70	2	-	PCS			

Spreadsheet yang transparan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap good governance dan praktik bisnis yang bersih. Dengan semua pihak dapat melihat aliran material secara real-time, potensi terjadinya penyimpangan atau penyalahgunaan material dapat diminimalisir dan dengan data yang up-to-date, pengadaan kebutuhan material dapat dilakukan dengan lebih baik, sehingga meminimalkan kelebihan atau kekurangan stok. Sistem pelaporan yang transparan memudahkan dalam melakukan monitoring terhadap stok material, sehingga dapat mencegah terjadinya kekurangan material di lapangan.

Pada spreadsheet diatas berisikan material-material lapangan yang setiap harinya dipakai sebagai operasional proyek-proyek. Didalam spreadsheet terdapat beberapa sub judul yaitu :

-Tanggal : Mencatat tanggal terjadinya transaksi keluar masuk material. Data tanggal sangat krusial untuk melacak timeline penggunaan material, mengetahui durasi proyek, dan melakukan analisis historis.

-Jenis Pekerjaan : Menentukan jenis pekerjaan yang sedang berlangsung di lapangan. Informasi ini menghubungkan penggunaan material dengan proyek tertentu, sehingga memudahkan dalam melakukan evaluasi kinerja dan biaya proyek.

-Lokasi : Menunjukkan lokasi proyek atau tempat material digunakan. Data lokasi membantu dalam mengelola persediaan material di berbagai lokasi proyek dan melacak penggunaan material secara geografis.

-Pengawas : Mencatat nama atau identitas pengawas lapangan yang bertanggung jawab atas penggunaan material. Informasi ini berguna untuk verifikasi data, akuntabilitas, dan evaluasi kinerja pengawas.

-Material : Mencantumkan jenis material yang keluar masuk. Data material adalah inti dari spreadsheet, memberikan informasi detail tentang jenis barang yang digunakan dalam proyek.

-Jumlah Material Keluar : Mencatat jumlah material yang dikeluarkan dari gudang atau tempat penyimpanan. Data ini menunjukkan konsumsi material secara kuantitatif dan dapat digunakan untuk menghitung biaya proyek.

-Jumlah Material Masuk : Mencatat jumlah material yang diterima di lapangan. Data ini menunjukkan pasokan material yang masuk ke proyek dan dapat digunakan untuk mengontrol persediaan.

-Satuan Jumlah Barang : Menentukan satuan pengukuran untuk setiap jenis material (misalnya, meter, set/pasang, pcs). Informasi satuan sangat penting untuk menghitung total penggunaan material dan menghindari kesalahan perhitungan.

Gambar 7. Header Spreadsheet Laporan Material Keluar Masuk Lapangan

 KELUAR MASUK MATERIAL GUDANG PT. SIXMA MEGA UTAMA 							
TANGGAL	PEKERJAAN	LOKASI	PENGAWAS	MATERIAL	JUMLAH KELUAR	JUMLAH MASUK	SATUAN
07/06/2024	PASANG BARU GTT	PERGUDANGAN SINAR BUDURAN	P. HARI	LYNETAPE 70/70	3	-	PCS
				SKUN AL CU 70	10	-	PCS
				SKUN CU 35	18	-	PCS
				KABEL RA 35 ENGKEL	?	-	METER

Akurasi data dalam spreadsheet sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah benar, dan memastikan bahwa data yang dimasukkan sudah valid. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengecekan secara berkala.

Fungsi utama Spreadsheet laporan keluar masuk material lapangan yaitu untuk merekam secara rinci setiap transaksi keluar masuk material di lapangan, juga dapat analisis penggunaan material berdasarkan jenis pekerjaan, lokasi, atau periode waktu tertentu. Laporan Spreadsheet tersebut juga dapat membantu dalam perencanaan kebutuhan material untuk proyek-proyek mendatang dan memberikan bukti penggunaan material dan dapat digunakan untuk audit.

Untuk meningkatkan efektivitas penggunaan spreadsheet, dapat dilakukan beberapa hal seperti otomatisasi dengan menggunakan formula untuk melakukan perhitungan secara otomatis, misalnya menghitung total biaya material. Dapat membuat grafik atau diagram untuk menyajikan data secara visual dan memudahkan pemahaman dan mengintegrasikan spreadsheet dengan sistem ERP atau software akuntansi untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif.

Dengan perencanaan yang matang dan pemanfaatan fitur-fitur spreadsheet secara efektif, masalah ketidakakuratan data persediaan akibat pencatatan manual dapat diatasi. Spreadsheet memberikan solusi yang sederhana namun efektif untuk meningkatkan akurasi data dan efisiensi pengelolaan persediaan. Dengan pengelolaan data material yang baik menggunakan spreadsheet, PT Sixma dapat meningkatkan kinerja dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan proyek PT PLN.

VII. Kesimpulan

Dalam era digital, PT Sixma Mega Utama perlu memanfaatkan berbagai alat dan platform untuk mencapai tujuan bisnisnya. Website, Instagram, dan penggunaan spreadsheet untuk monitoring material adalah tiga elemen penting yang dapat membantu perusahaan. Dengan mengoptimalkan ketiga aspek ini, PT Sixma Mega Utama dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan dan tetap kompetitif di pasar.

Website profil perusahaan adalah investasi jangka panjang yang sangat penting bagi PT Sixma Mega Utama. Dengan memanfaatkan website secara optimal, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas, memperkuat citra merek, dan mencapai tujuan bisnis yang lebih besar. Dengan menyajikan portofolio proyek yang telah berhasil diselesaikan, PT Sixma Mega Utama dapat menarik minat klien baru di bidang jasa pemasangan dan pembangunan instalasi listrik. Melalui fitur kontak yang mudah diakses, klien potensial dapat dengan mudah menghubungi PT Sixma Mega Utama untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

Instagram memiliki potensi yang sangat besar untuk membantu PT Sixma Mega Utama mencapai tujuan bisnisnya. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan visibilitas, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mendorong pertumbuhan bisnis.

Penggunaan spreadsheet dapat menjadi solusi yang efektif untuk monitoring laporan keluar masuk material lapangan di PT Sixma Mega Utama. Dengan desain yang tepat dan penggunaan yang konsisten, spreadsheet dapat membantu meningkatkan efisiensi, akurasi, dan transparansi dalam pengelolaan material. Namun, perlu dipertimbangkan juga untuk menggunakan software khusus jika kebutuhan proyek semakin kompleks.

Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan terima kasih banyak kepada HRD dan Pengawas Lapangan PT. Sixma Mega Utama atas dukungannya yang telah diberikan dalam pelaksanaan magang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) tahun 2024. Kami juga berterima kasih kepada Manajer dan seluruh staf kantor PT. Sixma Mega Utama yang telah membantu memberikan bimbingan dan kerjasama yang sangat bermanfaat bagi kelancaran program magang kami. Tanpa bantuan dan kerjasama dari semua pihak terkait, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan lancar. Dukungan serta bantuan yang diberikan sangat berharga bagi kami dalam menyelesaikan kegiatan magang.

References

1. T. R. S.Kom, The Power Of Digital Marketing. TIGA Ebook, 2020.
2. O. H. Sari et al., DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
3. T. Pradiani, "PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN," J. Ilm. Bisnis Dan Ekon. Asia, vol. 11, no. 2, Art. no. 2, 2017, doi: 10.32812/jibeka.v11i2.45.
4. "Pengaruh Literasi Keuangan Motivasi Kerja Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberlangsungan Bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram | Muhtar | e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi."
5. J. S. Pasaribu and A. Taryanto, "IMPLEMENTASI STRATEGI E-MARKETING BERBASIS WEB (STUDI KASUS: PERUSAHAAN KATERING DAN DEKORASI)," J. E-Komtek Elektro-Komput.-Tek., vol. 2, no. 1, Art. no. 1, Feb. 2018, doi: 10.37339/e-komtek.v2i1.90.
6. J. Helianthusonfri, Belajar Social Media Marketing. Elex Media Komputindo, 2019.
7. Bilgin, Y. (2018). "The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image, And Brand Loyalty." Business & Management Studies: An International Journal, 6(1), 128–148.

Proceedings of The ICECRS

Vol. 12 No. 3 (2024)

DOI: 10.21070/icecrs.v12i3.1967

8. Dam, T. C. (2020). "The Effect of Brand Image, Brand Love on Brand Commitment and Positive Word-of-Mouth." 7(11), 449–457.
9. D. Mafulla, S. Hestianah, and A. Kholik, "Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto," *J. Manaj.*, vol. 1, no. 2.
10. I. S. Tatemba and R. C. Rantung, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SECARA ONLINE MELALUI JEJARING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA PRODUK FASHION)," *Klabat J. Manag.*, vol. 2, no. 1, Art. no. 1, Feb. 2021.
11. A. M. M, R. K. Y, R. D. R, S. Bahri, and S. Nurhalifah, "Pemanfaatan Google Spreadsheet Sebagai Media Penyimpanan Data Masyarakat Rw.04 Kp. Cilayung," *Proc. UIN Sunan Gunung Djati Bdg.*, vol. 1, no. 48, Art. no. 48, 2021.
12. W. J. Stevenson and T. J. Kull, *Operations and Supply Chain Management*, Fifteenth edition. New York, NY: McGraw Hill, 2024.
13. "Operations Management: Processes and Supply Chains, EBook, [GLOBAL EDITION] - Contents.pdf."
14. A. Kusumastuti and A. M. Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.
15. D. N. A. R, P. K. S, and I. Kalia, "PERANCANGAN APLIKASI COMPANY PROFILE BERBASIS WEB PADA PT. FAJAR JAYA STOREINDO," *Bul. Ilm. Ilmu Komput. Dan Multimed. BIIKMA*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Jul. 2024.
16. M. Nurpratama and S. Anwar, "PENERAPAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN KARANGMALANG KECAMATAN INDRAMAYU KABUPATEN INDRAMAYU: Implementation Of Digital Marketing For Micro, Small And Businesses Medium (UMKM) In Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu," *J. Investasi*, vol. 6, no. 2, Art. no. 2, Nov. 2020.
17. K. C. B. Wicaksono, "Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan," *Binus Bus. Rev.*, vol. 4, no. 1, Art. no. 1, May 2013, doi: 10.21512/bbr.v4i1.1419.
18. A. S. Kartika, "Analisis Strategi Content Marketing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Akun Instagram @initempeid)," *Eqien - J. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 12, no. 02, Art. no. 02, Jul. 2023.
19. C. Loveth Chinyere, M. I. Dan, U. Ejiofor Benedict, and O. Chukwudi Casmir, "Monitoring and Evaluation on Effective Delivery of Social Studies for Improved Academic Performance," *Rev. Eur. Stud.*, vol. 11, no. 1, p. 175, Feb. 2019, doi: 10.5539/res.v11n1p175.
20. S. I. Sari, M. Arhami, and A. Amirullah, "Sistem Informasi Monitoring Pekerjaan Pelayanan Teknis Pada PT PLN (Persero) UP3 Lhokseumawe Berbasis Web," *J. Teknol. Rekayasa Inf. Dan Komput.*, vol. 7, no. 1, Art. no. 1, Dec. 2023.