

Pertukaran Sosial antara Perusahaan dengan Mahasiswa dalam Aktivitas Magang: Studi pada PT. THG Yogyakarta

Irene Intan Pradista¹

¹Program Studi Sosiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

irene.intan125@gmail.com

Untuk mengutip artikel ini:

Pradista, Irene Intan. (2024). Pertukaran Sosial antara Perusahaan dengan Mahasiswa dalam Aktivitas Magang: Studi pada PT. THG Yogyakarta. *Jurnal Atma Sosiologika*, Vol. 1(1), 87-108.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri proses pertukaran sosial antara perusahaan dengan mahasiswa yang terjadi dalam aktivitas magang. Untuk memenuhi tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan konsep program kerja dan pertukaran sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui proses wawancara dengan para informan yang terlibat langsung dan didukung oleh data sekunder yang terkait dengan topik yang sedang diteliti. Berdasarkan hasil temuan dan analisis data, dapat diketahui bahwa pertukaran sosial di antara perusahaan dan mahasiswa bersifat saling menguntungkan, di mana kedua belah pihak sama-sama memberikan pengorbanan, serta memperoleh ganjaran dan keuntungan. Mahasiswa magang memberikan pengorbanan dalam bentuk tenaga dan waktu sedangkan perusahaan memberikan pengorbanan dalam hal ilmu dan informasi. Mahasiswa mendapatkan ganjaran berupa ilmu dan informasi sedangkan perusahaan mendapatkan ganjaran dalam bentuk konten promosi media sosial, pelayanan konsumen, dan pengelolaan akun *marketplace*. Mahasiswa magang menerima keuntungan dalam bentuk ilmu dalam berbisnis melalui media sosial dan *marketplace* serta pengalaman dalam bekerja profesional, sedangkan pengelola perusahaan menerima keuntungan yang berkaitan dengan konten promosi dan perhatian konsumen.

Kata Kunci: Pertukaran Sosial, Program Kerja, Mahasiswa Magang, Program Magang

ABSTRACT

This research aims to explore the process of social exchange between a company and students that occurs in internship activities. This research uses the concepts of working programs and social exchange. This research uses descriptive qualitative research methods. Primary data in this research was obtained through interviews with informants who were directly involved, supported by secondary data related to the topic being researched. Based on the findings and data analysis, it can be argued that the social exchange between the company and the students is mutually beneficial, where both parties make sacrifices and obtain rewards and

benefits. The students make sacrifices in the form of energy and time, while the company makes sacrifices in terms of knowledge and information. The students get rewards in the form of knowledge and information, while the company gets rewards in the form of social media promotional content, customer service, and marketplace account management. The students receive benefits in the form of knowledge in doing business through social media and marketplaces as well as experience in professional work, while the company receives benefits related to promotional content and consumer attention.

Keywords: Social Exchange, Work Program, Internship Students, Internship Program.

PENDAHULUAN

Magang adalah jalan yang menghubungkan antara ruang kelas dengan dunia praktik (Maertz dkk., 2007). Menurut Renganathan dkk. (2012) secara umum, program magang mencoba untuk memadukan antara pembelajaran mahasiswa yang diperoleh dari kampus dengan lingkungan kerja. Program magang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapat pengalaman kerja. Menurut Chen dkk. (2011) melalui program magang, mahasiswa mendapatkan pengalaman pekerjaan sehingga, pengalaman pekerjaan tersebut dapat menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk menentukan minat dan tujuan pekerjaan setelah mahasiswa lulus dari perguruan tinggi. Selain mendapatkan pengalaman kerja, program magang memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk membuat keputusan terkait dengan pendidikan serta karir yang akan mahasiswa pilih setelah lulus (Tovey, 2001).

PT. THG adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan makaroni dan berdiri sejak tahun 2014. Produk makanan ringan yang dihasilkan bernama Bonju. Makanan ringan makaroni merupakan jenis makanan tradisional yang terbuat dari bahan berupa gandum jenis durum (*durum wheat*), tepung terigu, dan air. Gandum jenis ini digunakan untuk membuat produk-produk pasta, seperti makaroni, spageti, dan produk pasta lainnya.

Harapan perusahaan untuk terus mempertahankan eksistensinya dalam usaha bisnis makanan ringan khususnya makaroni adalah hasil produksi yang meningkat, munculnya ide-ide baru untuk promosi produk, produk semakin dikenal oleh masyarakat, mendapatkan masukan dari sudut pandang orang lain di luar karyawan agar perusahaan dapat lebih berkembang, dan meningkatkan citra perusahaan. Kondisi PT. THG memiliki kendala terkait ide-ide baru mengenai pengembangan produk dan penjualan produk, maka pengelola PT. THG membutuhkan mahasiswa magang untuk meningkatkan produktivitas perusahaan

melalui inovasi yang dimiliki oleh mahasiswa magang. Sedangkan mahasiswa memiliki harapan untuk mendapatkan pengalaman, pengetahuan, membangun relasi, dan meningkatkan soft skill dan hard skill yang dimiliki oleh mahasiswa melalui pelaksanaan program magang di PT. THG.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merasa tertarik untuk meneliti mengenai pertukaran sosial antara PT. THG dengan mahasiswa magang. Dalam hal ini, penelusuran akan diarahkan untuk mengetahui apakah dalam kerja sama yang terjalin antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa magang terdapat keuntungan yang diterima oleh kedua belah pihak yang disebabkan dari proses pertukaran yang dilakukan atas harapan dari pihak-pihak terkait. Karena dalam hal ini, keuntungan dipahami sebagai landasan untuk membangun hubungan kerja sama yang baik.

KERANGKA KONSEP/TEORI

Program Kerja

Program kerja menurut Santoso (dalam Soesanto 2011:11) merupakan sistem rencana kegiatan yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan agar kegiatan dalam organisasi tersebut dapat lebih terarah, terpadu, dan tersistematis untuk mencapai tujuan dari program kerja tersebut. Melalui program kerja suatu organisasi akan lebih mudah untuk merealisasikan visi dan misi yang telah terbentuk dari awal terbentuknya suatu organisasi. Menurut Under (2013:25), program kerja memiliki kerangka penyusunan yang meliputi, perancangan, program kerja yang diprioritaskan dan tujuan dalam setiap program kerja yang akan dirancang. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Program Kerja menurut Santoso (dalam Soesanto 2011:11).

Pertukaran Sosial

Pertukaran sosial menurut Homans (dalam Emerson, 1987), adalah interaksi antara individu dengan individu yang lainnya untuk mendapatkan sesuatu yang mereka harapkan dan untuk mendapatkan sesuatu yang mereka harapkan dibutuhkan suatu pengorbanan. Pertukaran sosial menurut Blau (dalam Emerson, 1987), pertukaran sosial adalah tindakan yang dilakukan individu secara sukarela yang dimotivasi oleh yang diharapkan akan mereka dapatkan dari individu yang lainnya.

Teori pertukaran Homans dilandasi oleh prinsip transaksi ekonomi, transaksi ekonomi merupakan suatu aktifitas yang dilakukan untuk menukarkan barang atau jasa yang ia miliki

dengan barang atau jasa yang ia inginkan sebagai imbalannya. Sehingga dapat diasumsikan bahwa teori pertukaran sosial memiliki kemiripan yang sama dengan transaksi ekonomi. Namun, teori pertukaran sosial dapat menukarkan hal yang nyata dan tidak sehingga, teori pertukaran sosial tidak hanya dapat ditukar dengan uang saja. Misalnya, ketika seseorang bekerja di suatu perusahaan, seseorang tersebut tidak hanya mengharapkan upah, tetapi juga mengharapkan pujian, dukungan, persahabatan, dan kepuasan dalam bekerja (Mighfar, 2015:265).

Teori pertukaran sosial dilandasi oleh prinsip transaksi ekonomis yang elementer, di mana seseorang melakukan suatu aktifitas untuk menukarkan barang atau jasa yang ia miliki dengan barang atau jasa yang ia inginkan sebagai imbalannya. Konsep individu digunakan dalam tipe negosiasi dalam interaksi dan dapat dilacak pada ekonomi klasik. Ciri khas ekonomi klasik adalah masuknya variabel-variabel seperti biaya (*cost*), imbalan (*reward*), dan keuntungan (*profit*). Ketiga variable ini diasumsikan mampu menjelaskan pilihan-pilihan tindakan atau jasa, dan sebagai imbalannya berharap memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Dalam sebuah pertukaran, apa yang ia berikan mungkin menjadi pengorbanan adalah biaya (*cost*) yang harus diberikan untuk yang lain, hal yang mungkin ia dapatkan sebagai ganjaran adalah imbalan (*reward*) dari yang telah ia berikan dan perilaku dari yang lain merupakan keuntungan (*profit*) (Mighfar, 2015:267). Pengorbanan, ganjaran, dan keuntungan membutuhkan aktor, sumber daya, struktur sebagai dasar agar proses pertukaran sosial terjadi (Ritzer & Ryan, 2011:516-518). Aktor sebagai sebutan bagi partisipan pertukaran. Aktor dapat berupa individu atau kelompok, atau entitas lain yang spesifik. Aktor dipandang sebagai manusia yang tujuan dan tindakannya tertuju pada upaya mencapai tujuan itu (Ritzer, 2004:357).

Sumber daya adalah kekayaan atau kecakapan perilaku yang dimiliki seorang aktor dan dihargai oleh aktor-aktor lain. Aktor yang melakukan tindakan akan menanggung biaya dan memberikan hasil pada aktor lain. Hasil yang diberikan kepada aktor lain bisa bernilai positif atau negatif. Sumber daya dapat diartikan sebagai biaya peluang dalam pertukaran (Ritzer, 2004:357). Sumber daya pada penelitian ini menyangkut pengalaman dan keterampilan yang dimiliki oleh setiap aktor dan dihargai oleh aktor-aktor lainnya dalam relasi (hubungan) pertukaran. Sumber daya dapat diartikan sebagai biaya peluang dalam pertukaran (Ritzer, 2004:357). Struktur pertukaran sosial merupakan bentuk-bentuk dari pertukaran sosial yang terdiri dari pertukaran langsung (*direct exchange*), pertukaran umum (*generalize exchange*), dan pertukaran produktif (*productive exchange*) (Ritzer & Ryan, 2011:517-518).

Proses Pertukaran Sosial

Proses pertukaran sosial adalah penggambaran terjadinya interaksi di dalam struktur pertukaran (Syahri, 2017). Cropanzano dan Mitchell (2005:876) menyampaikan bahwa proses pertukaran sosial dapat terjadi melalui tahapan-tahapan berikut ini:

1. Terdapat aktor yang “bergerak” untuk melakukan pengorbanan.
2. Terdapat balasan atau imbalan dari aktor yang lainnya sehingga, menciptakan sebuah hubungan atau relasi.
3. Dalam hubungan atau relasi yang terjalin, terdapat timbal balik yang menghasilkan keuntungan bagi kedua aktor.
4. Timbal balik antar aktor dapat diasumsikan adanya ketergantungan satu dengan yang lainnya dan menentukan hubungan atau relasi yang terjalin akan berjalan dalam jangka panjang atau jangka pendek.

Aktor merupakan individu maupun kelompok yang terlibat dalam pertukaran sosial. Setiap aktor memiliki sumber daya yang menjadi dasar untuk melakukan pertukaran sosial. Sumber daya tersebut dapat berupa barang atau jasa (Arios, 2019). Sebelum melakukan pengorbanan, aktor akan mempertimbangkan nilai yang terdapat pada balasan atau imbalan yang akan diterima. Jika, nilai dari balasan atau imbalan yang diterima oleh aktor sesuai dengan pengorbanan yang diberikan oleh aktor maka, akan terjalin relasi dari kedua aktor tersebut. Relasi yang terjalin akan menciptakan hubungan timbal balik. Hubungan timbal balik terjadi karena kesetaraan antara apa yang diberikan dan apa yang diterima oleh aktor saat terjadinya pertukaran sosial (Shore dkk., 2009). Hubungan timbal balik membuat aktor yang terlibat dalam pertukaran sosial menjadi ketergantungan satu dengan yang lainnya. Ketergantungan dapat terjadi karena aktor saling membutuhkan, menerima hasil yang memuaskan sehingga muncul kepercayaan antar aktor dalam pertukaran sosial. Ketergantungan dapat menentukan relasi tersebut dapat berjalan dalam waktu yang panjang atau dalam waktu yang pendek (Cropanzano & Mitchell, 2005).

Penelitian ini menggunakan proses pertukaran sosial menurut Cropanzano dan Mitchell (2005:876). Di mana proses pertukaran sosial terdiri dari aktor yang “bergerak” untuk melakukan pengorbanan, aktor terdiri dari sumber daya yaitu barang atau jasa yang dimiliki oleh setiap individu, selanjutnya terdapat balasan atau imbalan dari aktor yang lainnya yang terdiri dari hubungan dan relasi, selanjutnya timbal balik yang terjadi antar aktor yang terdiri dari keuntungan dan kesetaraan apa yang diberikan dan apa yang diterima, dan ketergantungan yang terdiri dari saling membutuhkan sehingga memunculkan kepuasan dan kepercayaan. Terkait dengan hasil, pertukaran sosial yang saling menguntungkan dapat terjadi apabila kedua aktor yang terlibat dalam pertukaran sosial dapat saling memenuhi kebutuhan.

Aktor akan memaksimalkan pengorbanan dengan sumber daya yang ia miliki untuk keuntungan yang akan ia dapat (Chibucos dkk., 2004).

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di PT. THG merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Hal ini termasuk perilaku, tindakan, motivasi, atau persepsi (Moleong, 2018:6).

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha untuk melihat kebenaran. Namun, dalam melihat kebenaran tersebut, kebenaran tidak cukup dilihat dengan sesuatu yang nyata sehingga, kebenaran perlu dilihat juga melalui sesuatu yang tersembunyi (Moleong, 2018:6). Agar dapat mengetahui sesuatu yang tersembunyi, peneliti melakukan wawancara dengan informan yang telah disesuaikan dengan konsep pada rumusan masalah peneliti. Hasil dari wawancara dengan informan akan diolah dengan peneliti bersamaan dengan hasil observasi dan beberapa literatur yang digunakan oleh peneliti sehingga menghasilkan temuan dalam penelitian ini.

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer menurut Soerjono Soekanto adalah data yang diperoleh langsung dari masyarakat dan diperoleh dengan cara langsung dari sumber pertama dilapangan melalui penelitian di lapangan yaitu perilaku masyarakat (Soekanto, 2013:54). Data primer yang diperoleh peneliti merupakan hasil dari wawancara dengan informan, observasi, dan dokumentasi. Dimulai saat peneliti melakukan observasi di PT. THG terkait dengan kondisi di lapangan sehingga hasil dari observasi tersebut dijadikan pedoman dalam menyusun pertanyaan wawancara.

Penelitian ini dilakukan di PT. THG yang merupakan perusahaan di bidang produksi makanan ringan. Terdapat sepuluh informan dalam penelitian ini. Dari pihak perusahaan adalah Bapak Andre, Saudari Gina, Ibu Zahra, dan Ibu Ica. Dari pihak mahasiswa magang adalah Saudari Gisel, Saudari Putri, Saudara Hari, Saudara Adi, Saudara Zikri, dan Saudara Doni. Alasan peneliti memilih informan di atas dikarenakan informan-informan tersebut merupakan karyawan dari PT. THG dan mahasiswa yang sedang melaksanakan program magang di PT. THG. Setelah melakukan observasi peneliti memilih informan-informan tersebut menjadi informan penelitian karena menurut dari observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, informan-informan tersebut memiliki informasi yang sesuai dengan konsep dari penelitian ini.

TEMUAN & PEMBAHASAN

Program Kerja Mahasiswa Magang di PT. THG

Membuat Konten Media Sosial

Dalam membuat content media sosial terdapat kegiatan yang akan dilakukan oleh mahasiswa magang, kegiatan tersebut sudah terancang di *content planning* yang telah mereka buat. Isi dari content planning adalah rencana kegiatan yang akan mereka lakukan seperti membuat video ataupun foto untuk Instagram atau Tiktok bahkan rencana kegiatan untuk mengunggah foto dan video yang telah siap untuk diunggah ke media sosial. *Content planning* dibuat untuk kegiatan jangka waktu dua minggu setelah dua minggu berlalu maka mahasiswa akan membuat *content planning* lagi. Jangka waktu untuk membuat content berdurasi sekitar 3-7 hari sebelum jadwal content tersebut untuk diunggah di media sosial, sedangkan konten diharuskan untuk diunggah setiap hari di media sosial. Tujuan untuk membuat content untuk media sosial adalah untuk mengenalkan produk yang dimiliki oleh PT. THG kepada masyarakat luas melalui media sosial serta meningkatkan produktivitas perusahaan melalui promosi yang diteluh diunggah melalui media sosial.

Melayani Konsumen melalui Media Sosial

Dalam melayani konsumen melalui media sosial memiliki kegiatan untuk membalas pesan dari konsumen dan membuat promo yang ditujukan untuk konsumen, agen, ataupun *reseller*. Dalam melayani konsumen mahasiswa magang diharapkan untuk segera membalas pesan yang telah dikirimkan oleh konsumen, mahasiswa magang tidak diperkenankan untuk mengabaikan pesan dari konsumen, sedangkan untuk membuat promo mahasiswa di jadwalkan untuk membuat promo selama 3-5 hari sebelum promo tersebut diunggah dan dibagikan kepada konsumen. Tujuan dalam melayani konsumen adalah untuk membantu konsumen dalam memahami produk yang diproduksi oleh perusahaan dan menumbuhkan rasa percaya konsumen untuk membeli produk dari perusahaan.

Mengelola akun Marketplace PT. THG

Dalam mengelola *marketplace* yang dimiliki oleh PT. THG, mahasiswa memiliki kegiatan yang harus dilakukan yaitu memasukkan produk ke dalam *marketplace*, membuat promo untuk pembelian melalui *marketplace* dan membantu meringkas materi untuk agen dan *reseller*. Memasukkan produk ke dalam etalase *marketplace* dilakukan setiap ada pembelian melalui *marketplace* agar konsumen tetap bisa melakukan pembelian melalui *marketplace*,

dalam membuat promo mahasiswa dijadwalkan untuk membuat promo selama 3-5 hari sebelum promo tersebut diunggah dan dibagikan kepada konsumen, sedangkan membuat ringkasan materi dilakukan 3 hari sebelum materi tersebut dibagikan melalui Telegram, materi tersebut akan di bagikan setiap hari Rabu dan Jumat. Tujuan dari mengelola *marketplace* adalah agar memudahkan konsumen untuk membeli produk perusahaan melalui *marketplace* dikarenakan pada jaman sekarang masyarakat menggunakan *marketplace* untuk melakukan transaksi jual dan beli sedangkan tujuan dari membuat materi untuk agen dan *reseller* adalah agar agen dan *reseller* yang telah menjadi anggota dari PT. THG memiliki pengetahuan terkait dengan bisnis dan cara penjualan yang baik dan benar.

Proses Pertukaran Sosial dalam Pelaksanaan Program Kerja

Pertukaran Sosial dalam Pembuatan Konten Media Sosial

Tahapan pertama, dalam pembuatan konten, terdapat dua pengelola PT. THG dan enam mahasiswa magang. Pengorbanan pengelola PT. THG adalah fasilitas berupa hp dan kamera serta perlengkapan seperti *lighting*, macam-macam lensa, tripod, dan aksesoris untuk kebutuhan foto produk untuk membuat konten dan memberikan ilmu informasi kepada mahasiswa magang *content creator*. Pengorbanan mahasiswa magang adalah membuat konten yang dimulai dari membuat *content planning*, mengambil gambar dan video sesuai dengan *content planning*, mengedit gambar dan video yang telah diambil, hingga menggunggah gambar dan video yang telah diedit ke media sosial. Hal ini selaras dengan data hasil wawancara yang telah peneliti lakukan.

“Kalau sebelum membuat content itu bikin content planning dulu sih, biasanya buatnya sekalian dua minggu ke depan, karena Bonju ini ada dua akun instagram jadi dalam pembuatan content planning kita bagi tugas kayak Mas Adi buat untuk instagram Tofu Daebak, Aku buat untuk instagram Makaroni Bonju, dan Mas Doni buat untuk akun Tiktok Makaroni Bonju. Pak Andre itu biasanya menyuruh kami untuk membuat dulu baru nanti kalau sudah diedit sudah beres baru dikirim ke beliau untuk didiskusikan” (Wawancara Gisel, mahasiswa magang, 2023)

Tahapan kedua, keuntungan yang diperoleh pengelola PT. THG adalah dengan konten yang telah dibuat oleh mahasiswa magang *content creator* dapat menarik perhatian konsumen melalui media sosial yang dimiliki oleh PT. THG, menaikkan *engagement* media sosial yang dimiliki oleh PT. THG. Keuntungan yang diperoleh mahasiswa magang adalah perlengkapan yang lengkap yang dapat digunakan ketika proses dalam pembuatan content serta ilmu yang

diberikan oleh Pak Andre terkait dengan cara membuat content yang dapat menarik perhatian *audience* agar content yang dibuat dapat meningkatkan *engagement* media sosial yang dimiliki oleh PT. THG. Terkait hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Gisel, mahasiswa magang *content creator* mendapatkan ilmu yang diberikan oleh Pak Andre ketika mahasiswa melaksanakan program magang di PT. THG.

“Selama ada mahasiswa magang terkhusus *content creator* saya merasa terbantu mereka membuat konten sekaligus membantu saya saat ada pesanan yang membludak jadi kalau ada pesanan yang membludak saya memberi tahu mereka biar ada yang bantuin juga saat *me-packing*, karena ya maklum bagian produksi orangnya sedikit, ...mereka juga sering membantu saya *live streaming* di Tiktok loh” (Wawancara Zahra, karyawan perusahaan, 2023)

Dalam pembuatan konten, melalui hasil wawancara dengan Ibu Zahra, dapat ditemukan bahwa mahasiswa magang terkhusus Divisi Content Creator sering membantu Ibu Zahra dalam mengemas pesanan produk dikala pemesanan melebihi target pemesanan. Selain membantu untuk mengemas pesanan *content creator* juga dapat membuat konten terkait dengan pesanan yang melebihi target yang dapat menjadi daya tarik konsumen. Kemudian selain Ibu Zahra, Pak Andre juga merasa terbantu oleh *content creator* karena berkat konten yang dibuat dapat menarik banyak konsumen yang penasaran untuk mencoba produk dari PT. THG. Namun, terdapat kendala pada jadwal perkuliahan mahasiswa magang *content creator* yang berbeda-beda sehingga saat membutuhkan *talent* yang lebih dari satu harus meminta tolong kepada divisi yang lainnya. Hal ini selaras dengan data hasil wawancara yang telah peneliti lakukan.

“*Content creator* ini ngebantu banget untuk menaikkan *engagement* media sosial yang dimiliki perusahaan ya seperti Tiktok dan Instagram karena pemikiran mereka yang *out of the box* sehingga menarik perhatian dan rasa penasaran dari konsumen. Kalau kesulitan sih sebenarnya kendala di jadwal kuliah mereka yang berbeda-beda yang menjadikan terkadang menghambat pembuatan konten karena kurang SDM (sumber daya manusia).” (Wawancara Andre, direktur perusahaan, 2023)

Tahapan ketiga, kedua belah pihak yaitu pengelola Perusahaan dan mahasiswa magang mendapatkan keuntungan. Pengelola PT. THG mendapatkan keuntungan akun media sosial, khususnya Instagram dan Tiktok, mendapatkan pembaharuan kreativitas dalam *content* yang telah diunggah. Di mana kreativitas tersebut membuat masyarakat atau *audience* yang

menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok tertarik untuk melihat hingga membeli produk yang diproduksi oleh PT. THG. Sedangkan, keuntungan yang didapatkan oleh mahasiswa magang adalah pengalaman dalam pembuatan konten untuk berjualan dan ilmu yang didapatkan terkait dengan cara membuat content yang dapat menarik perhatian *audience* agar konten yang dibuat dapat meningkatkan *engagement* di media sosial.

Pertukaran Sosial dalam Pelayanan Konsumen melalui Media Sosial

Tahapan pertama, dalam melayani konsumen terdapat Saudari Gina dan Pak Andre sebagai pengelola PT. THG dan Saudari Putri sebagai mahasiswa magang Customer Service. Pengorbanan dari pengelola PT. THG yaitu memberikan fasilitas berupa hp dan laptop yang digunakan untuk membalas pesan yang dikirimkan oleh konsumen, agen, dan *reseller* serta memasukkan data pesanan ke dalam sistem agar pesanan dari konsumen, agen atau pun *reseller* dapat langsung dikerjakan oleh bagian produksi dan dikirimkan ke alamat pemesan serta memberikan ilmu yang dimiliki oleh Pak Andre yang berkaitan dengan cara menjadi customer service yang baik dan sesuai dengan standar operasional PT. THG. Pengorbanan mahasiswa magang adalah membuat promo yang ditujukan untuk konsumen, agen dan *reseller*, melayani dan menghadapi konsumen yang memiliki watak yang berbeda-beda, menjadi *talent* saat mahasiswa magang kekurangan talent dalam pembuatan konten, dan membantu Saudara Hari dalam pembuatan materi penjualan yang akan dikirimkan melalui grup agen dan *reseller*. Hal ini selaras dengan hasil wawancara di bawah ini.

“Tugas saya saat menjadi customer service membalas pesan dari konsumen melalui hp yang difasilitasi oleh perusahaan, tidak hanya itu saya juga membuat promo yang nantinya akan dibagikan ke grup agen dan *reseller*, jadi Bonju itu untuk mengembangkan produknya selain dijual ke konsumen awam produk Bonju juga dijual ke agen dan *reseller* yang tersebar di seluruh Indonesia. Agen dan *reseller* itu punya grup sendiri jadi ketika saya membuat promo atau ada informasi yang penting saya sampaikan ke grup agen dan *reseller* dibantu dengan Mba Gina. Terkait promo saya juga terkadang meminta bantuan ke *content creator* untuk mendesain *e-flyer* yang nantinya akan dikirimkan ke akun media sosial Bonju ataupun ke agen dan *reseller* ... Tidak hanya itu saya juga sering dimintai tolong oleh Divisi Content Creator untuk menjadi *talent* dalam pembuatan konten dan juga sering dimintai tolong admin *marketplace* untuk membuat materi penjualan yang nantinya akan dikirimkan ke grup agen dan *reseller*.” (Wawancara Putri, mahasiswa magang, 2023)

Tahapan kedua, keuntungan dari pengelola PT. THG untuk Saudari Putri adalah fasilitas berupa HP dan laptop yang digunakan untuk membalas pesan yang dikirimkan oleh konsumen, agen, dan *reseller* serta memasukkan data pesanan ke dalam sistem agar pesanan dari konsumen, agen atau pun *reseller* dapat langsung dikerjakan oleh bagian produksi dan dikirimkan ke alamat pemesan serta memberikan ilmu yang dimiliki oleh Pak Andre yang berkaitan dengan cara menjadi *customer service* yang baik dan sesuai dengan standar operasional PT. THG. Keuntungan pengelola PT. THG adalah meningkatkan pendapatan produktivitas perusahaan melalui penjualan produk ke konsumen, agen, dan *reseller* serta promo yang menarik sehingga banyak konsumen, agen, dan *reseller* yang tertarik untuk membeli produk yang di produksi oleh PT. THG. Hal ini selaras dengan hasil wawancara di bawah ini.

“Selama ada Putri menjadi mahasiswa magang customer service di sini saya merasa sangat terbantu sih, karena selama pandemi saya menjadi *customer service* sendirian yang menghadapi konsumen jadi dengan adanya Putri saya bisa bertukar pikiran apa lagi saat menghadapi kosumen yang rewel. Saat pembuatan promo juga promo yang dibuat oleh Putri ini selalu fresh sehingga dapat menarik perhatian konsumen, agen, ataupun *reseller*” (Wawancara Gina, karyawan perusahaan, 2023)

Adapun narasi yang diceritakan Gina selaras dengan narasi dari Ibu Ica, sebagaimana tertulis dalam kutipan wawancara berikut.

“Dengan adanya mahasiswa magang semuanya aja ya, saya merasa penjualannya meningkat sih dimulai dari respon dari Mba Putri ke agen dan *reseller* dengan pembawaannya yang ramah dan tenang, tim Content dan Design Grafis yang keren-keren banget dan menarik, hingga materi yang diberikan ke agen dan *reseller* oleh Mas Hari yang menjadikan agen dan *reseller* tambah semangat berjualan jadinya produktivitas penjualan perusahaan mengalami peningkatan” (Wawancara Ica, karyawan perusahaan, 2023)

Tahapan ketiga, terdapat keuntungan bagi Saudari Putri dan pengelola PT. THG. Keuntungan yang didapatkan oleh mahasiswa magang adalah ilmu yang dimiliki oleh Pak Andre yang berkaitan dengan cara menjadi *customer service* yang baik dan sesuai dengan standar operasional perusahaan. Keuntungan yang didapatkan oleh pengelola PT. THG adalah peningkatan pendapatan produktivitas perusahaan melalui penjualan produk ke konsumen,

agen, dan *reseller* serta promo yang menarik sehingga banyak konsumen, agen, dan *reseller* yang tertarik untuk membeli produk yang diproduksi oleh PT. THG.

Pertukaran Sosial dalam Pengelolaan Akun Marketplace PT. THG

Tahapan pertama, dalam menjadi admin *marketplace* terdapat Saudari Gina dan Pak Andre sebagai pengelola PT. THG dan Saudara Hari sebagai mahasiswa magang admin *marketplace* yang dibantu oleh Saudari Putri. Pengorbanan Saudara Hari yaitu mengontrol penjualan dalam akun *marketplace* yang dimiliki oleh PT. THG yaitu Shopee dan Tiktok Shop, memasukkan produk yang diproduksi oleh PT. THG ke dalam akun *marketplace* Shopee dan Tiktok Shop, materi penjualan yang akan dibagikan ke grup agen dan *reseller*, membuat promo yang akan diunggah ke *marketplace* yaitu Shopee dan Tiktok Shop, serta menjadi talent saat mahasiswa *content creator* membutuhkan bantuan dalam pembuatan konten. Pengorbanan PT. THG melalui Pak Andre adalah memberikan fasilitas berupa hp, laptop, dan buku untuk Saudara Hari melaksanakan tugas sebagai *marketplace*, memberikan ilmu yang dimiliki oleh Pak Andre yang berkaitan dengan cara berjualan menggunakan *marketplace* yang sedang digemari oleh masyarakat luas. Hal ini selaras dengan hasil wawancara di bawah ini.

“Selama magang di PT. THG sebagai admin *marketplace* saya bertugas untuk mengontrol penjualan yang ada di Tiktok sama di Shopee, terkadang juga membuat promosi untuk dibagikan ke Tiktok dan Shopee, mengecek juga etalase yang ada di *marketplace* sama membalas pesan yang dikirim sama konsumen dari fitur pesan yang ada di *marketplace*. Saya juga membuat materi penjualan yang nantinya akan dikirim lewat grup ke agen dan *reseller* dengan panduan buku yang sudah tersedia di kantor. Terkadang juga dibantuin sama Mba Putri dalam pembuatan materinya” (Wawancara Hari, mahasiswa magang, 2023)

Tahapan kedua, keuntungan yang diterima oleh Saudara Hari dari Pak Andre adalah fasilitas berupa hp, laptop, dan buku untuk Saudara Hari melaksanakan tugas sebagai admin *marketplace*, memberikan ilmu yang dimiliki oleh Pak Andre yang berkaitan dengan cara berjualan menggunakan *marketplace* yang sedang digemari oleh masyarakat luas. Keuntungan pengelola PT. THG adalah menarik konsumen untuk berbelanja produk yang diproduksi oleh PT. THG melalui *marketplace* dikarenakan promo yang menarik, *marketplace* lebih teratur dalam memperbaharui etalase pada *marketplace*, keteraturan dalam mengirim materi penjualan ke grup agen dan *reseller*. Hal ini selaras dengan hasil wawancara di bawah ini.

“...kalau Mas Hari sudah membuat materi penjualan untuk agen dan *reseller* biasanya dikirim dulu ke saya untuk saya cek dan saya revisi tapi kebanyakan malah kami berdiskusi baiknya gimana materinya dapat dipahami atau tidak. Selama tidak ada mahasiswa magang yang membuat materi penjualan untuk agen dan *reseller* adalah Bu Ica tapi karena Bu Ica yang merupakan istri Pak Andre otomatis harus mengikuti kesibukan suaminya jadi terkadang lupa untuk mengirimkan materinya, padahal materi tersebut sudah diharapkan oleh agen dan *reseller*. Makanya dengan adanya mahasiswa magang ini jadwal untuk mengirim materi penjualan ke grup agen dan *reseller* menjadi teratur dan inovatif” (Wawancara Gina, karyawan perusahaan, 2023)

Tahapan ketiga, terdapat keuntungan bagi Saudara Hari dan pengelola PT. THG. Keuntungan yang didapatkan oleh Saudara Hari adalah ilmu yang dimiliki oleh Pak Andre yang berkaitan dengan cara berjualan menggunakan *marketplace* yang sedang digemari oleh masyarakat luas. Sedangkan keuntungan yang diperoleh pengelola PT. THG adalah konsumen tertarik untuk berbelanja produk yang di produksi oleh PT. THG melalui *marketplace* dikarenakan promo yang menarik, *marketplace* lebih teratur dalam memperbaharui etalase pada *marketplace*, keteraturan dalam mengirim materi penjualan ke grup agen dan *reseller*.

Pembahasan

Program Kerja

Program kerja menurut Santoso (dalam Soesanto 2011:11) merupakan sistem rencana kegiatan yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan agar kegiatan dalam organisasi tersebut dapat lebih terarah, terpadu, dan tersistematis untuk mencapai tujuan dari program kerja tersebut. Melalui program kerja suatu organisasi akan lebih mudah untuk merealisasikan visi dan misi yang telah terbentuk dari awal terbentuknya suatu organisasi.

Berdasarkan hasil temuan di atas, PT. THG menggunakan program kerja untuk mempermudah mahasiswa magang untuk merealisasikan visi dan misi yang telah di bentuk oleh PT. THG seperti yang telah disampaikan oleh Santoso (dalam Soesanto, 2011) bahwa tujuan dari membuat program kerja adalah untuk mempermudah dalam merealisasikan visi dan misi dari suatu perusahaan. PT. THG mengaplikasikan pengelompokan program kerja sesuai dengan divisi yang ada di PT. THG. PT. THG membutuhkan program kerja untuk mempermudah mahasiswa magang dalam mengerjakan tanggung jawab dan pekerjaan mahasiswa magang selama melaksanakan program magang di PT. THG. Adapun program magang yang terdapat di PT. THG yaitu, (1) membuat konten media sosial, (2) melayani konsumen melalui media sosial, dan (3) mengelola akun *marketplace* PT. THG.

Dalam Program kerja yang buat oleh PT. THG untuk mahasiswa magang terdapat rencana kegiatan yaitu membuat content media sosial, melayani konsumen melalui media sosial, dan mengelola *marketplace* PT. THG, selain itu setiap program kerja memiliki rentang waktu yang bervariasi tergantung dengan kegiatan yang akan dilaksanakan seperti dalam pembuatan content memiliki waktu untuk membuat content selama 3-5 hari dan akan diunggah pada hari yang ke 6. Tujuan dari pembagian tugas atau program kerja yang dibuat oleh PT. THG diharapkan mempermudah mahasiswa magang dalam melaksanakan program magang di PT. THG. Selain mempermudah mahasiswa magang, program kerja diharapkan dapat merealisasikan visi dan misi yang telah dibentuk oleh perusahaan. Dari hasil temuan tersebut dapat terlihat persamaan tujuan dalam pembuatan program kerja dalam proses pertukaran sosial antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang dengan konsep yang dimiliki oleh Santoso (dalam Soesanto, 2011) yaitu agar rencana kegiatan yang telah dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan dapat berjalan lebih terarah, terpadu, dan tersistematis untuk mencapai tujuan dari program kerja tersebut.

Jenis program kerja yang digunakan oleh PT. THG adalah jenis program kerja tetap di mana setiap kegiatan yang sudah dirancang akan dilakukan berkali-kali untuk mencapai tujuan dari PT. THG. Kegiatan yang dilakukan berkali-kali adalah membuat konten media sosial, melayani konsumen melalui media sosial, dan mengelola *marketplace* PT. THG. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dari perusahaan PT. THG.

Proses Pertukaran Sosial

Dalam sebuah proses pertukaran, apa yang ia berikan mungkin menjadi pengorbanan adalah biaya (cost) yang harus diberikan untuk yang lain, hal yang mungkin ia dapatkan sebagai ganjaran adalah imbalan (reward) dari yang telah ia berikan dan perilaku dari yang lain merupakan keuntungan (profit) (Mighfar, 2015:267). Pengorbanan, ganjaran, dan keuntungan membutuhkan aktor, sumber daya, struktur sebagai dasar agar proses pertukaran sosial terjadi (Ritzer & Ryan, 2011:516-518). Apabila sudah terdapat dasar dari proses pertukaran sosial maka, proses pertukaran sosial dapat terlaksana melalui tahap-tahapan yang telah diuraikan oleh Cropanzano & Mitchell (2005:876) yang dapat diuraikan sebagai berikut ini: (1) Terdapat aktor yang “bergerak” untuk melakukan pengorbanan, (2) Terdapat balasan atau imbalan dari aktor yang lainnya sehingga menciptakan sebuah hubungan atau relasi, (3) Dalam hubungan atau relasi yang terjalin, terdapat timbal balik yang menghasilkan keuntungan bagi kedua aktor, serta (4) Timbal balik antar aktor dapat diasumsikan adanya

ketergantungan satu dengan yang lainnya dan menentukan hubungan atau relasi yang terjalin akan berjalan dalam jangka panjang atau jangka pendek.

Berdasarkan temuan yang telah ditemukan setelah melakukan observasi dan wawancara dilapangan oleh peneliti, pertukaran sosial yang terjadi antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang terjadi seperti tahapan-tahapan proses pertukaran sosial yang telah diuraikan oleh Cropanzano & Mitchell (2005). Proses pertukaran sosial antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang dapat diuraikan sebagai berikut.

Tahap pertama, yaitu terdapat aktor yang memberikan barang atau jasa yang ia miliki untuk diberikan kepada aktor yang lainnya. Dalam proses pertukaran ini pengelola PT. THG dan mahasiswa magang menjadi aktor memberikan dan menerima barang atau jasa yang telah diberikan oleh aktor yang lainnya. Barang atau jasa tersebut dapat berupa waktu, ilmu yang diberikan, tenaga, fasilitas, hingga pemikiran. Dalam pemberian barang atau jasa yang dimiliki oleh setiap aktor merupakan pengorbanan atau biaya yang harus diberikan kepada yang lainnya.

Tahapan kedua, terdapat imbalan yang diterima dari aktor yang lainnya sehingga, menciptakan sebuah hubungan yang akan terikat satu dengan yang lainnya. Keuntungan yang diterima oleh aktor dapat berupa ilmu pengetahuan yang baru, saran untuk mengaplikasikan pembelajaran di kampus, hingga ketepatan waktu dalam mengerjakan pekerjaan karena ada yang membantu. Imbalan merupakan sebuah ganjaran yang diperoleh dari pengorbanan yang telah diberikan kepada aktor yang lainnya.

Tahap ketiga yaitu dalam hubungan terjalin terdapat keuntungan yang diterima oleh kedua belah pihak antara pengelola PT. THG dan mahasiswa sebagai karyawan magang. Hal tersebut dapat digambarkan melalui pengetahuan yang belum dimiliki oleh mahasiswa magang diberikan oleh karyawan PT. THG kepada mahasiswa magang. Sehingga mahasiswa magang memberikan kreativitasnya untuk membantu karyawan PT. THG untuk menaikkan produktivitas perusahaan.

Tahap keempat adalah timbal balik antar aktor dapat diasumsikan adanya ketergantungan satu dengan yang lainnya dan menentukan hubungan atau relasi yang terjalin akan berjalan dalam jangka panjang atau jangka pendek. Hal tersebut dapat digambarkan melalui tindakan mahasiswa magang yang membutuhkan karyawan PT. THG dalam memutuskan sesuatu yang terkait dengan pekerjaan mereka dan karyawan PT. THG

bergantung pada mahasiswa magang untuk memberikan kreativitas baru untuk mempromosikan produk dari PT. THG.

Selain proses pertukaran sosial ditemukan juga bentuk-bentuk dari pertukaran sosial yang terjadi antara pengelola PT. THG. Bentuk-bentuk tersebut telah diuraikan oleh Ritzer & Ryan. Bentuk-bentuk tersebut adalah pertukaran langsung (*direct exchange*), pertukaran umum (*generalized exchange*), dan pertukaran produktif (*productive exchange*) (Ritzer & Ryan, 2011: 517-518). Dalam proses pertukaran sosial yang terjadi antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang terdapat bentuk pertukaran langsung (*direct exchange*) yang dikarenakan ketika satu aktor memberikan sumber daya yang ia miliki kepada aktor lainnya maka aktor tersebut akan menerima sumber daya dari aktor yang lainnya sebagai imbalan (Ritzer & Ryan, 2011:517). Dalam temuan di lapangan pertukaran sosial yang terjadi antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa magang, ketika pengelola memberikan arahan yang terkait dengan pekerjaan setiap mahasiswa magang akan diterima dengan baik oleh mahasiswa magang sehingga mahasiswa magang akan melaksanakan dengan baik arahan tersebut dan menghasilkan pekerjaan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pengelola PT. THG. Begitu pula apabila mahasiswa magang memberikan hasil pekerjaan yang memuaskan mahasiswa magang akan menerima pujian dari pengelola PT. THG. Selain itu, ketika sesama mahasiswa magang membutuhkan bantuan maka mahasiswa magang yang lainnya akan membantu sehingga dalam melaksanakan magang mahasiswa magang bekerja dengan saling membantu satu dengan yang lainnya.

Namun, selama terjadinya proses pertukaran sosial antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang, pengelola PT. THG dengan mahasiswa magang belum menerapkan mekanisme yang diuraikan pada Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka. Mekanisme tersebut dapat diuraikan sebagai berikut bagi perguruan tinggi, perguruan tinggi wajib membimbing mahasiswa dan memantau proses kinerja hingga tugas-tugas yang dikerjakan selama mahasiswa menjalankan magang. Bagi mitra magang, mitra magang bersama dengan perguruan tinggi menyepakati dan menyetujui pengajuan program magang yang diajukan oleh mahasiswa, menyediakan pendamping (mentor/supervisor) untuk mendampingi dan menilai kinerja mahasiswa selama melaksanakan proses magang, memberikan hak dan jaminan sesuai dengan peraturan-peraturan perundang-undangan (asuransi kesehatan, keselamatan kerja, honor magang, hak karyawan magang). Bagi mahasiswa, mahasiswa diharapkan untuk melaksanakan program magang sesuai dengan arahan yang diberikan oleh pendamping (mentor/supervisor) dan dosen pembimbing, mengisi

logbook sesuai dengan aktifitas yang dilakukan, serta menyusun dan menyampaikan laporan program magang kepada pendamping (mentor/supervisor) dan dosen pembimbing (Dirjen Dikti Kemendikbud, 2020). Mekanisme yang belum diterapkan oleh pengelola PT. THG dengan mahasiswa magang dapat diuraikan sebagai berikut, bagi perguruan tinggi telah menyepakati pengajuan program magang yang telah diajukan oleh mahasiswa dan telah menyediakan bimbingan untuk mahasiswa selama mahasiswa melaksanakan program magang. Bagi mitra magang. Mitra magang belum menyediakan pendampingan secara maksimal hal tersebut dikarenakan Bapak Andre yang lebih sering pergi keluar kota disaat mahasiswa magang melaksanakan magang di PT. THG dan Saudari Gina yang belum memiliki pengalaman dalam mendampingi program magang bagi mahasiswa. Pengelola PT. THG belum memberikan hak dan jaminan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yaitu asuransi kesehatan dan honor magang yang tidak sesuai dengan pekerjaan yang diberikan oleh pengelola PT. THG kepada mahasiswa magang serta fasilitas yang kurang memadai untuk mahasiswa magang. Selanjutnya bagi mahasiswa magang, mahasiswa magang belum melaksanakan program magang dengan sungguh-sungguh karena terdapat beberapa mahasiswa magang yang selalu datang terlambat dan terkadang mengerjakan pekerjaan bergantung dengan suasana hati mereka. Hal tersebut menjadi kendala dalam proses pertukaran sosial yang terjadi antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang.

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan di atas, peneliti merefleksikan terdapat persamaan dengan kerangka berpikir. Persamaan tersebut terletak pada proses pertukaran sosial yang terjadi antara PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang terdapat program kerja yang akan mempermudah pengelola PT. THG dan mahasiswa magang untuk mencapai visi dan misi perusahaan seperti yang telah diuraikan oleh Santoso (dalam Soesanto, 2011), persamaan berikutnya terdapat tahapan proses pertukaran sosial pada setiap program kerja yang terdapat di PT. THG tahapan tersebut sama seperti tahapan dalam proses pertukaran sosial yang telah disampaikan oleh Cropanzano & Mitchell (2005).

Hubungan timbal balik antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa magang telah memenuhi harapan yang kedua belah pihak miliki. Namun, hubungan timbal balik tersebut kurang membuahkan hasil yang maksimal dikarenakan kendala-kendala dalam proses pertukaran sosial yang terjadi antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa sebagai karyawan magang. Apa bila kendala-kendala yang dialami oleh pengelola PT. THG dan mahasiswa

tidak terjadi maka hubungan timbal balik antara pengelola PT. THG dengan mahasiswa magang akan lebih maksimal.

PENUTUP

Berdasarkan temuan dan pembahasan di atas, maka dapat dipahami bahwa, *pertama*, pelaksanaan program magang, melibatkan pembagian program kerja pada setiap divisi agar pelaksanaan program magang dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Program kerja yang diperuntukkan untuk mahasiswa magang meliputi pembuatan konten media sosial yang dipertanggung jawabkan kepada Divisi Content Creator, melayani konsumen melalui sosial media yang dipertanggung jawabkan kepada Divisi Customer Service, dan mengelola *marketplace* perusahaan yang akan dipertanggung jawabkan oleh Divisi Admin *Marketplace*. *Kedua*, setiap program kerja memiliki indikator pertukaran sosial yang berkaitan dengan pengorbanan, ganjaran dan keuntungan. Pengorbanan yang dilakukan oleh mahasiswa magang yaitu memberikan tenaga dan waktu mahasiswa magang dalam melaksanakan program kerja sedangkan perusahaan memberikan pengorbanan dalam hal ilmu dan informasi terkait dengan setiap program kerja yang ada untuk diberikan kepada mahasiswa magang. Mahasiswa mendapatkan ganjaran terkait dengan ilmu dan informasi yang berkaitan dengan program kerja yang sesuai dengan yang dilaksanakan oleh mahasiswa magang, sedangkan perusahaan mendapatkan ganjaran terkait dengan kreativitas mahasiswa magang dalam membuat content, kecakapan mahasiswa magang dalam melayani konsumen, dan keteraturan mahasiswa magang dalam mengelola *marketplace*. Mahasiswa magang menerima keuntungan yang berkaitan dengan ilmu dalam berbisnis melalui media sosial dan *marketplace* dan pengalaman dalam bekerja, sedangkan pengelola perusahaan menerima keuntungan yang berkaitan dengan kreativitas dalam membuat content dan menarik konsumen.

Kemudian berdasarkan kedua hal di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program magang yang diselenggarakan oleh PT. THG dan dilaksanakan oleh mahasiswa sebagai karyawan magang dimulai dengan pemenuhan kebutuhan. Kebutuhan tersebut antara lain, mahasiswa membutuhkan PT. THG untuk mendapatkan pengalaman dalam bekerja dan PT. THG membutuhkan mahasiswa magang untuk meningkatkan produktivitas dalam perusahaan. Dalam, menjalankan program kerja magang, mahasiswa membutuhkan bantuan dari pengelola PT. THG. Sedangkan, dalam meningkatkan produktivitas perusahaan, pengelola PT. THG memerlukan kreativitas dan inovasi yang baru yang dapat didapatkan

melalui mahasiswa magang. Dengan kata lain, pertukaran sosial di antara perusahaan dan mahasiswa magang dalam kasus ini bersifat saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. (1992). *Sistem Pengelolaan Data*. PT. Elex Media.
- Arios, R. L. (2019). Pertukaran Sosial dalam Tradisi Pantawan Bunting pada Suku Bangsa Besemah di Kota Pagaralam Provinsi Sumatera Selatan. *Patanjala*, 11(3), 291924.
- Azizah, N. (2017). *Realitas Pertukaran Sosial Masyarakat Duri pada Hari Pasar di Baraka Kabupaten Enrekang* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Chen, C. T., Hu, J. L., Wang, C. C., & Chen, C. F. (2011). A study of the effects of internship experiences on the behavioural intentions of college students majoring in leisure management in Taiwan. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education* (Pre-2012), 10(2), 61.
- Chibucos, T. R., Leite, R. W., & Weis, D. L. (2004). Social exchange theory. *Readings in Family Theory*, 137, 182.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of management*, 31(6), 874-900.
- Djaja, E. (2013). *Struktur Pertukaran Sosial Antara Atasan dan Bawahan Di PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta* (Dissertasi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Emerson, R. (1987). Toward a theory of value in social exchange. Dalam K. S. Cook (Ed.), *Social Exchange Theory* (hal. 11–58). Sage.
- Kartono. (2017). *Personality, Employee Engagement, Emotional Intelligence, Job Burnout: Pendekatan dalam Melihat Turnover Intention*. Deepublish.
- Dirjen Dikti Kemendikbud. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Dirjen Dikti Kemendikbud.
- Liu, X., & Deng, J. (2011). Development of organizational commitment based on the social exchange theory. Dalam 2011 *International Conference on Management and Service Science*, (pp. 1-6). IEEE.
- Lutfia, D. D., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Internship bagi peningkatan kompetensi mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 199-204.
- Maertz Jr, C. P., Griffeth, R. W., Campbell, N. S., & Allen, D. G. (2007). The effects of perceived organizational support and perceived supervisor support on employee

- turnover. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(8), 1059-1075.
- Mighfar, S. (2015). Social Exchange Theory: Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 9(2), 259-282.
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru*. UIP.
- Moelong, Lexy J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja.
- Nengsih, E. R., & Syafrini, D. (2022). Pertukaran Sosial antara Petani dan Usaha Penggilingan Padi di Nagari Kambang Timur. *Jurnal Perspektif*, 5(4), 525-534.
- Putranto, R. A., Andikaputra, F. A. T., Pradesa, H. A., & Priatna, R. (2022). Meningkatkan komitmen bagi Aparatur Sipil Negara: Perspektif teori pertukaran sosial dalam akuntabilitas organisasi publik. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 915-926.
- Putri, K. D. S. (2013). *Hubungan Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan dengan Kepuasan Relasi Karyawan PT. Asuransi Central Asia Cabang Surakarta yang Dipandang Dengan Perspektif Sosial Exchange Theory* (Disertasi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif* (Materi Perkuliahan Tidak Dipublikasikan). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ratnasari, L. (2016). *Pengelolaan Program Magang Oleh Perusahaan Bagi Mahasiswa: Studi Kasus Pada PT. Kievit Indonesia, PT. Tripilar Beton Mas, dan PT. Bina Guna Kimia di Jawa Tengah* (Disertasi). Universitas Kristen Satya Wacana.
- Renganathan, S., Karim, Z. A. B. A., & Li, C. S. (2012). Students' perception of industrial internship programme. *Education + Training*, 54(2/3), 180-191.
- Ritzer, G. (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Kencana.
- Ritzer, G., & Ryan, J. M. (Eds.). (2011). *The Concise Encyclopedia of Sociology*. John Wiley & Sons.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan. Diakses melalui <http://eprints.unm.ac.id/14856/>, pada 26 November 2023.
- Shore, L. M., Coyle-Shapiro, J. A., Chen, X. P., & Tetrick, L. E. (2009). Social exchange in work settings: Content, process, and mixed models. *Management and Organization Review*, 5(3), 289-302.

- Soekanto, S. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT Raja Grafindo.
- Soemitro, R. H. (2010). *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif & Empiris*. Pustaka Pelajar.
- Soesanto. (2011). *Program Kerja Daerah dan Permasalahannya*. PT. Refika Aditama
- Sugiyono, S., Susilo, N., & Hasbullah, R. (2013). Proses Pengolahan Beras Pratanak
Memperbaiki Kualitas dan Menurunkan Indeks Glikemik Gabah Varietas Ciherang.
Jurnal Pangan, 22(3), 209-220.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Syahri, M. (2017). *Teori Pertukaran Sosial George C. Homans Dan Peter M. Blau* (Artikel
Tidak Dipublikasikan). Universitas Airlangga. Diakses melalui
[https://www.researchgate.net/publication/320998624_Teori_Pertukaran_Sosial_Peter_B
lau](https://www.researchgate.net/publication/320998624_Teori_Pertukaran_Sosial_Peter_Blau).
- Tovey, J. (2001). Building connections between industry and university: Implementing an
internship program at a regional university. *Technical Communication Quarterly*, 10(2),
225-239.
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Dalam Pasal 1 ayat (11)
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Under, A. (2013). *Etika Penyusunan Program Kerja dalam Struktur Pemerintahan*. Bumi
Aksara.

