Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada saat proses pelaksanaan kerja magang, penulis tidak langsung bekerja pada bagian marketing. Pada awalnya, penulis dikenalkan dengan profil perusahaan PT Centrinova Solusi Edukasi yang dipandu oleh bagian telemarketing. Setelah melakukan proses pengenalan produk perusahaan, penulis diminta untuk mengamati terlebih dahulu jenis pekerjaan yang akan dilakukan. Tugas dan tanggung jawab penulis sebagai bagian marketing ialah mengembangkan pola *marketing* yang baru yang mampu diterapkan untuk mencapai klien. Pola marketing yang dimaksud ialah *customized direct mail*, sebuah *direct mail* yang dikustomisasi agar dapat lebih dapat menjangkau klien. Kustomisasi yang dilakukan berupa kalimat yang diungkapkan berbeda berdasarkan kedudukan klien yang dituju, misalnya untuk *human resource department*, bahasa dan topik yang digunakan meliputi isu tentang tenaga kerja dan pertumbuhannya di Indonesia sehingga dapat berpengaruh bagi perusahaan tempat klien tersebut bekerja. Dengan begitu, klien akan merasa diposisikan dalam tempat yang penting yang mampu memberi dampak bagi perusahaan.

Bagian *marketing* berkoordinasi langsung dengan Bapak Wiwin Wangsa, *Managing Director* PT Centrinova Solusi Edukasi. Selama proses pelaksanaan kerja magang, penulis harus berkoordinasi dengan Bapak Wiwin Wangsa selaku *Managing Director*. Jadi segala hal terkait *customized direct mail* harus diketahui oleh *Managing Director* untuk dikaji lebih lanjut mengenai layak tidaknya *direct mail* tersebut dieksekusi.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

3.1.1 Sarana dan Suasana Kantor

PT. Centrinova Solusi Edukasi menyediakan sarana yang cukup lengkap dan suasana kantor pun yang nyaman. Sarana yang disediakan antara lain biaya parkir yang diganti oleh kantor, jaringan internet, dapur dan peralatannya, komputer, kamar istirahat, dan kamar mandi.

Suasana kantor pun enak dan nyaman dengan ruangan AC dan tanpa asap rokok, setiap hari senin di perusahaan ini biasanya mengadakan doa untuk mengawali pekerjaan selama seminggu. Karyawan-karyawannya pun baik, ramah,bersahabat, dan rajin. Pada waktu makan siang penulis diajak untuk makan bersama.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama periode kerja magang yang berlangsung dari tanggal 2 Juli 2012 hingga 7 September 2012, ada beberapa tugas yang dilakukan penulis seperti yang terlampir dalam laporan realisasi kerja magang.

Tabel 3.1 Jenis Pekerjaan dan Koordinasi

JENIS PEKERJAAN	KOORDINASI
Mengenalkan profil perusahaan	Wiwin Wangsa (*Managing Director*)
Merencanakan persiapan *direct mail*	Wiwin Wangsa (*Managing Director*)
Mengumpulkan data untuk *direct mail*	Wiwin Wangsa (*Managing Director*)
Membuat *direct mail* (10 *direct mail* per hari)	Wiwin Wangsa (*Managing Director*)

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

Membuat label untuk *direct mail*	Wiwin Wangsa (*Managing Director*)
Packing dan pengiriman *direct mail*	Wiwin Wangsa (*Managing Director*)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

1. Mengenalkan Profil Perusahaan

   Profil perusahaan merupakan salah satu bagian penting dalam tugas penulis, mengingat produk yang dimiliki oleh PT Centrinova Solusi Edukasi sangat bervariasi. Produk yang dijelaskan berupa *e-Learning for Business and Corporation*, yang menyasar pada perusahaan maupun lembaga pemerintahan untuk mendapatkan pelatihan dan *e-Learning for School*, salah satu produk dari PT Centrinova Solusi Edukasi yang bergerak di bidang pendidikan bagi siswa Sekolah Menengah Pertama berbasis kurikulum yang berlaku di Indonesia. *E-Learning for School* memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang dan mengaplikasikannya dengan animasi agar lebih mudah diterima oleh siswa, selain itu tidak hanya definisi namun juga dilengkapi dengan soal-soal untuk meningkatkan kompetensi siswa.

2. Melakukan Persiapan *Direct Mail*

   Sistem *direct mail* yang diterapkan oleh PT Centrinova Solusi Edukasi sedikit berbeda dengan kebanyakan *direct mail* yang dilakukan oleh perusahaan lain. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, *direct mail* haruslah tidak menjadi instrument pemasaran yang terbuang sia-sia.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

Oleh karena itu, persiapan *direct mail* dipersiapkan dengan matang dengan pendekatan yang lebih berkualitas.

Untuk mendapatkan pendekatan yang lebih berkualitas, penulis bersama Bapak Wiwin Wangsa selaku *Managing Director* menggunakan artikel yang didapat dari koran maupun internet yang memiliki hubungan dengan perusahaan tersebut, dengan begitu akan tercipta hubungan antara topic yang dibahas pada artikel dengan bidang perusahaan yang dituju.

3. Mengumpulkan Data untuk *Direct Mail*

Mengumpulkan data adalah hal dasar yang dilakukan dalam proses *direct mail*. Oleh karena itu, berbagai sumber digunakan untuk mendapatkan nama-nama dari penerima *direct mail* yang secara umum ialah kalangan manager ke atas. Data mengenai penerima didapat dari koran, majalah, maupun internet atau lama resmi perusahaan yang bersangkutan.

4. Membuat *Direct Mail*

Pada mulanya penulis diberikan format yang sudah ada dan kemudian selama beberapa hari penulis menggunakan format tersebut sebagai dasar pembentukan *customized direct mail* tersebut. Akan tetapi, beberapa minggu kemudian, format tersebut dinilai kurang dapat merepresentasikan perusahaan karena terlalu kaku.

Oleh karena itu, dengan keputusan Bapak Wiwin Wangsa selaku *Managing Director*, *direct mail* dibuat lebih lentur dan lebih dekat secara emosional dengan penerima, di antara lain dengan menggunakan pendekatan yang berbeda bagi setiap penerimanya.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

5. Membuat Label untuk *Direct Mail*

Setelah selesai dengan *direct mail*, label dibuat untuk melanjutkan ke proses selanjutnya. Label dibuat berdasarkan data yang digunakan pada pembuatan *direct mail*. Label yang digunakan tidak seperti label pada umumnya. Akan tetapi, sama seperti *direct mail*, label juga akan dikustomisasi agar membuat penerima tertarik dan berkenan dengan *direct mail* perusahaan.

6. *Packing* dan Pengiriman *Direct Mail*

Proses *packing* dan pengiriman membutuhkan waktu yang cukup karena setiap minggu *direct mail* akan dikirim untuk mendapatkan klien dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Dalam proses *packing*, penulis dibantu oleh Ibu Yuce, *Telemarketing* PT Centrinova Solusi Edukasi dan menggunakan jasa pengiriman untuk mengirimkan *direct mail* yang sudah dibuat.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

1. Mengenalkan Profil Perusahaan

Kendala yang ditemukan saat mengenalkan profil perusahaan PT Centrinova Solusi Edukasi lebih banyak terhadap produk. Produk yang tidak bisa dilihat sulit jika hanya diceritakan dan perlu adanya demo langsung kepada klien.

2. Melakukan Persiapan *Direct Mail*

Kendala umum yang biasa timbul dari jenis pekerjaan ini ialah kustomisasi yang padat dan berbeda antara satu penerima dengan penerima lain. Kerugiannya, lebih banyak waktu yang terbuang dan kurang efisien, akan tetapi dari *customized direct mail* tersebut, jumlah prospek yang terjaring lebih dapat dimonitor dan dilakukan tindakan berikutnya, *follow up*.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

3. Mengumpulkan Data untuk *Direct Mail*

Proses pengumpulan data yang akan digunakan merupakan proses hulu dari *direct mail* itu sendiri. Data yang diperlukan antara lain ialah nama-nama orang manajer level atas, alamat perusahaan yang dapat dihubungi, dan profil perusahaan. Data tersebut diperoleh dari berbagai media seperti Koran, majalah, dan internet.

Karena berhubungan dengan data, kendala yang ditemui seputar jumlah data yang akan dicari serta seberapa akurat informasi tersebut, sehingga membutuhkan proses pemeriksaan yang berulang- ulang agar hasil lebih memadai.

4. Membuat *Direct Mail*

Direct mail yang digunakan ialah *direct mail* yang telah terlebih dahulu dikustomisasi agar sesuai dengan bidang pekerjaan atau perusahaan terkait. Selain itu, kalimat demi kalimat juga disusun dengan pendekatan yang lebih baik. Oleh karena itu, kendalanya ialah jenis pekerjaan ini kurang efisien dan terlalu banyak memakan banyak waktu.

5. Membuat label untuk *Direct Mail*

Sama halnya dengan membuat *direct mail*, dalam hal label alamat pun harus dapat dikustomisasi. Caranya dengan menggunakan artikel yang sama sesuai dalam surat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* penerima pada saat menerima *direct mail* tersebut. Umpan balik yang didapat dari *direct mail* bervariasi, kurang lebih 10 sampai 20 yang bersedia memberikan umpan balik. Oleh karena itu, kendala yang ditemui pun masih serupa, yaitu kurang efisien dan terlalu banyak memakan waktu.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Mengenalkan Profil Perusahaan

   Kegiatan ini bisa dipermudah dengan memberikan serangkaian demo yang sebelumnya telah dipersiapkan untuk mengurangi waktu dan biaya yang seharusnya tidak perlu dikeluarkan. Di samping itu, perlu dibuat contoh aplikasi yang secara nyata dapat diperagakan khususnya dalam segmen perusahaan/lembaga.

   Aplikasi tersebut sebaiknya dibuat sehingga tidak perlu menggunakan contoh aplikasi yang telah dibuat sebelumnya kepada klien lain, akan tetapi sebuah aplikasi yang khusus untuk memperagakan seperti apa konten yang akan dibuat, ada baiknya aplikasi yang dibaut tersebut dibuat dalam konten yang sedikit luas jangkauannya, tidak hanya terfokus pada satu jenis industri saja.

2. Melakukan Persiapan *Direct Mail*

   Mempersiapkan *direct mail* yang telah dikustomisasi sesuai dengan jenis industri perusahaan serta jabatan yang dituju dalam perusahaan tersebut memakan banyak waktu dan kurang efisien. Oleh karena itu, dalam melakukan persiapan *direct mail* seharusnya mengelompokan terlebih dahulu perusahaan yang akan dituju berdasarkan industri dan kemudian dalam masing-masing kelompok industri tersebut dikelompokan kembali ke dalam kelompok yang lebih sempit dengan membaginya berdasarkan jenis pekerjaan. Apalagi *direct mail* tidak hanya dikirim sekali dalam sebulan. Dengan pengelompokan tersebut, dengan begitu *direct mail* akan lebih mudah dilacak yang mana saja yang telah terkirim, direspon, atau perlu dilakukan pendekatan ulang.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

3. Mengumpulkan Data *Direct Mail*

Untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam *direct mail*, biasanya PT Centrinova Solusi Edukasi menggunakan artikel dari koran atau menggunakan internet untuk mendapatkan berita-berita terbaru mengenai industri yang terkait dengan sasaran *direct mail* tersebut. Memang sekarang ini banyak yang bisa diambil dari internet, akan tetapi tidak tertutup kemungkinan segala batasan yang tidak mampu dilewati media internet, seperti ketika laman perusahaan yang dituju sedang *offline*. Dalam hal ini tidak boleh bergantung pada internet saja, pendekatan secara personal melalui *follow up* juga perlu dilakukan sesering mungkin baik dengan calon klien maupun klien tetap.

4. Membuat *Direct Mail*

Tidak ada yang lebih mudah dibandingkan membuat *direct mail* yang dikustomisasi, tingkat kesulitannya sebenarnya rendah akan tetapi membutuhkan ketelitian serta kecermatan melihat topik-topik yang secara aktual muncul di media. Hal ini penting sehingga ketika akan memulai pembuatan *direct mail*, topik yang ada sudah yang paling baru. Keunggulan *customized direct mail* ialah memberikan sudut pandang kepada klien sehingga klien tersebut merasa ditempatkan dalam peran yang penting dalam perusahaan, dengan begitu pendekatan akan lebih mudah dilakukan.

Oleh karena itu, dalam membuat *direct mail* yang seperti ini lebih baik dikelompokan berdasarkan industri yang diincar, setelah itu menggunakan berita terbaru yang sama untuk setiap industri. Dengan begitu, efisiensi akan sedikit terjaga dan tinggal melakukan beberapa penyempurnaan pada pendekatan personal melalui *direct mail*.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013

5. Membuat Label untuk *Direct Mail*

Direct mail dibuat banyak dalam satu kali pengiriman, hal ini juga berguna untuk mengevaluasi seberapa banyak *direct mail* yang direspons oleh calon klien. Dalam PT Centrinova Solusi Edukasi, peran label sama bentuk dan pentingnya dengan *direct mail* itu sendiri. Meskipun menggunakan potongan berita yang diambil dari artikel atau internet, akan tetapi tahapan membuat label lebih mudah dibandingkan dengan membuat *direct mail*. Potongan berita dari artikel atau internet yang sebelumnya digunakan dalam *direct mail* dapat digunakan kembali dalam membuat label. Potongan berita yang ada di dalam *direct mail* harus sama dengan yang ada di label. Dengan menempatkan potongan berita tersebut di satu tempat maka akan lebih mudah mencarinya dan menggunakannya kembali di lain waktu.

Mengembangkan direct..., Hugo paco gibson, FB UMN, 2013