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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, kehidupan manusia dikategorikan sebagai kehidupan yang sangat modern. Di era modern ini, segala sesuatu dapat diselesaikan dengan mudah, cepat, tepat, dan praktis karena dampak yang timbul dari teknologi. Teknologi merupakan sesuatu yang sangat bermanfaat dalam kehidupan manusia untuk mempermudah kegiatan aktivitas mereka. Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat ini menyebabkan manusia dapat memperoleh informasi dengan begitu cepat mengenai peristiwa yang sedang terjadi di kota lain dan negara dimana pun mereka berada, misalnya peristiwa yang sedang terjadi di Jepang.

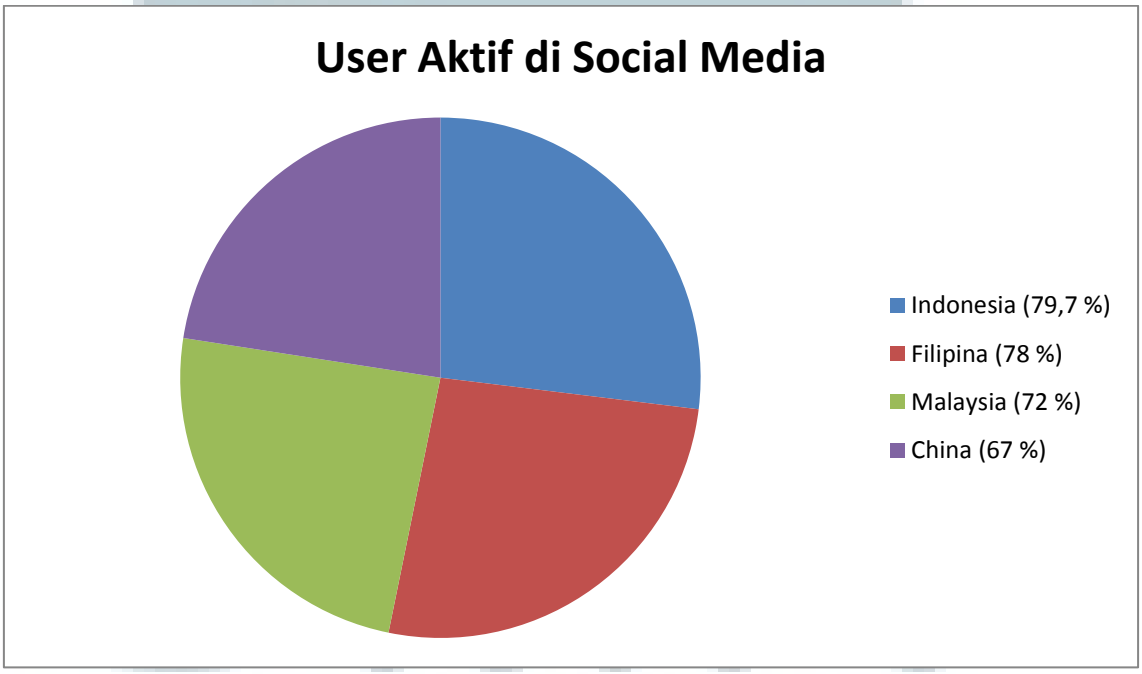
Teknologi diciptakan untuk memudahkan aktivitas – aktvitas yang dijalankan oleh manusia. Teknologi lahir dari kreativitas manusia yang mengubah sumber daya alam menjadi alat - alat sederhana yang berusaha mempermudah kegiatan – kegiatan manusia. Teknologi telah berkembang pesat dan semakin canggih seiring dengan perkembangan zaman sehingga terjadi penambahan teknologi yang makin mempermudah kehidupan manusia, misalnya *gadget smartphone*. *Gadget smartphone* sudah menjadi kebutuhan dasar manusia modern dimana hampir seluruh masyarakat di dunia memiliki *gadget* guna untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi dengan pengguna *gadget* lainnya. *Gadget smartphone* bukan sekadar alat untuk berkomunikasi melainkan merupakan alat untuk membuat dan menghibur pengguna dengan suara, tulisan, gambar, *video*, dan *game*.

Kebutuhan masyarakat yang sangat didominasi oleh *smartphone* sudah menjadi kebutuhan pokok dimana konektivitas menjadi hal yang tidak bisa dihindari oleh masyarakat sekarang. *Gadget smartphone* mengambil peran yang sangat penting bagi setiap manusia di dunia. Menurut eMarketer, pengguna *smartphone* di seluruh dunia akan mencapai 4,55 miliar tahun 2014 ini walaupun di satu sisi, penjualan *PC* diprediksi masih tetap berkutat di angka 6%. *International Data Corporation* berpendapat bahwa pertumbuhan penjualan *smartphone* akan meningkat 12% sementara penjualan *tablet*

Job description, modul..., Janneke Pauline Wantah, FB UMN, 2015

akan meningkat 18% dibandingkan tahun 2013. Menurut lembaga riset GFK Asia, Indonesia merupakan negara penyumbang terbesar dalam penjualan *smartphone* di kawasan Asia Tenggara lalu disusul oleh Thailand dan Malaysia. Total penjualan *smartphone* di Indonesia mencapai 14,8 juta unit pada tahun 2013 dengan total transaksi US$ 3,33 miliar atau sekitar Rp 39,4 triliun. Maka, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki kontribusi 30% total penjualan *smartphone* di Asia Tenggara. (www.the-marketeers.com). Menurut Horace H. Dediu, Indonesia berada diposisi keenam sebagai negara pengguna *smartphone* terbesar di dunia dengan pengguna aktif sebanyak 47 juta, atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel dari infografik mengenai populasi jenis sistem operasi dan daftar pengguna *smartphone* terbesar di dunia melalui *blog*nya yaitu asymco.com. (www.newmediafest.net).

Masyarakat pengguna *smartphone* tidak hanya menggunakan ponselnya hanya untuk menelepon saja, melainkan dapat digunakan untuk berbagai macam hal lainnya, misalnya *browsing*, *social media*, *game*, dan lainnya.



Sumber: http://gsbipb.com/?p=1484

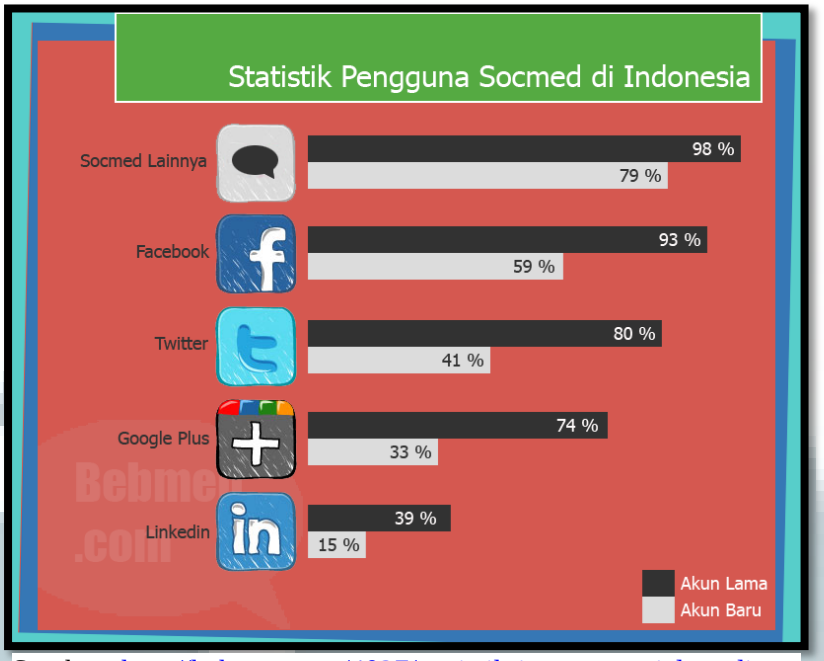
Gambar 1.1 *User* Aktif di *Social Media*

UMN

Sumber: http://bebmen.com/4027/statistik-internet-sosial-media-dan-mobile-di-indonesia.html

Gambar 1.3 Indikator Pengguna Social Media di Indonesia

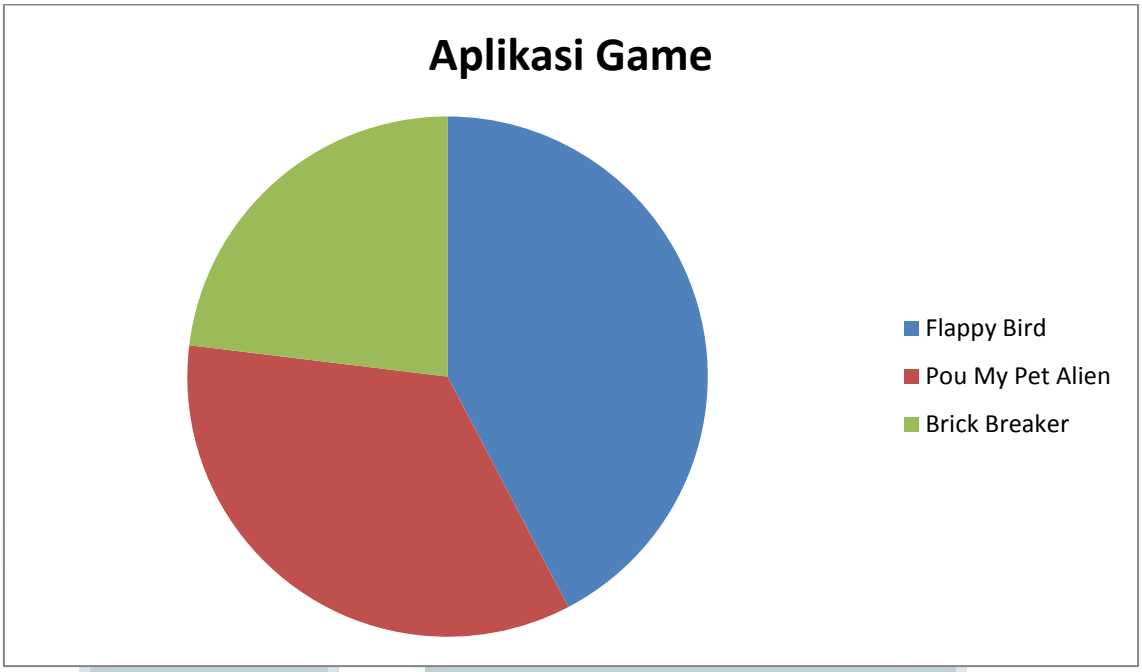
Pengguna sosial media di Indonesia sebanyak 15% dari total populasi dengan rata – rata waktu yang dibutuhkan *user* untuk mengakses *social media* melalui *PC* atau *laptop* sekitar 2 jam 54 menit sedangkan 74% dari total populasi mengakses *social media* dengan menggunakan *smartphone*.



Sumber: http://bebmen.com/4027/statistik-internet-sosial-media-dan-mobile-di-indonesia.html

Gambar 1.4 Statistik Pengguna *Social Media* di Indonesia

Berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh *Global Web Index Wave*, *Facebook* masih menduduki peringkat pertama *social media* yang sering diakses oleh *user* di Indonesia sebanyak 25% atau sekitar 62 juta *user facebook* lalu disusul oleh *Twitter*, *Google Plus*, dan *Linkedin*. (bebmen.com). Berdasarkan hasil riset *Nielsen on Device Meter* (ODM) pada bulan Februari 2014 mencatat bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia menghabiskan waktu rata – rata 140 menit per hari untuk menggunakan *smartphone* mereka. Alokasi waktu penggunaan *smartphone* terbagi menjadi 37 menit digunakan untuk *chatting*, 27 menit untuk *browsing*, 23 menit untuk *Utility Apps*, 17 menit untuk *Gaming*, 15 menit untuk Multimedia, 8 menit untuk *Messaging*, 6 menit untuk *Calls*, 3 menit untuk *Phone Navigation*, 1 menit untuk *E-mail*, *Phone Features*, *Office Packages*, dan *Security* per hari. Menurut temuan *Nielsen ODM*, 70% pengguna *smartphone* menggunakan *Facebook* sebagai jejaring media sosial favorit masyarakat Indonesia, diikuti oleh Twitter dengan besar pengguna 36% dan *Google+* dengan pengguna sebesar 11%.



Sumber: http://swa.co.id/business-research/pengguna-smartphone-menghabiskan-waktu-140-menit-per-hari

Gambar 1.5 Aplikasi *Game*

Untuk aplikasi *game*, *Flappy Bird* menduduki peringkat pertama dengan pengguna sebesar 11% diikuti oleh *Pou My Pet Alien* sebanyak 9% dan *Brick Breaker* sebanyak 6%. Dari hasil riset tersebut, Nielsen mengemukakan bahwa rata – rata wanita menghabiskan waktu lebih banyak setiap hari untuk mengobrol dibandingkan pria dengan jumlah waktu 43 menit per hari sedangkan untuk *messaging* (SMS dan MMS) dan bertelepon, kaum hawa juga menghabiskan waktu sedikit lebih banyak daripada kaum adam dimana wanita menghabiskan 9 menit per hari untuk *messaging* dan 7 menit untuk bertelepon sementara pria menghabiskan 9 menit untuk *messaging* dan 5 menit untuk bertelepon. Dilihat dari kelompok usia, pengguna *smartphone* kalangan dewasa muda atau *young adult* dengan kisaran umur 25 – 30 tahun menghabiskan waktu lebih banyak dengan kelompok usia lainnya sebanyak 47 menit. (swa.co.id)

Dengan jumlah pengguna dan pembeli *smartphone* yang tergolong banyak ini membuktikan bahwa industri *gadget*, terutama *smartphone* merupakan industri yang pertumbuhannya paling cepat. Cepatnya pertumbuhan industri *smartphone* tersebut

didorong pendapat masyarakat kelas menengah ke atas yang cenderung membaik. Tumbuhnya pemain baru dalam industri *smartphone* yang menawarkan produk yang lebih murah dan berkualitas. Dalam persaingan bisnis *smartphone* yang menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan tergantung dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada. Jika SDM dikelola dengan baik maka akan mengalami peningkatan dalam bersaing tetapi jika SDM tidak dikelola dengan baik maka akan mengalami penurunan dalam bersaing. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan tenaga ahli yang dapat menjalankan itu semua.

PT Wellcomm Ritelindo Pratama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *gadget*, terutama *smartphone* dan aksesoris *gadget*. Perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *gadget* ini tentunya membutuhkan tenaga Sumber Daya Manusia yang berkompeten dan berkualitas, maka diperlukan adanya proses rekrutmen yang baik. Oleh karena itu sangat dibutuhkan adanya *Job Analysis*, *Job Description*, *Job Specification*, dan modul kompetensi untuk setiap jabatan terutama untuk jabatan *Sales Counter* atau *Sales Promotion Girl* (SPG) dan *Sales Promotion Boy* (SPB). *Sales Counter* adalah jabatan yang krusial, karena mereka adalah *front liner* yang berhadapan langsung dengan *customer* dan bertujuan mengkomunikasikan *benefit* produk yang dijual kepada *customer* secara kreatif sehingga mengakibatkan *customer* merasa tertarik dan melakukan pembelian di *shop* maupun *counter* Wellcomm. Demi tercapainya tujuan ini, PT Wellcomm Ritelindo Pratama melakukan *training* kepada calon *Sales Counter* untuk dibekali pengetahuan – pengetahuan mengenai produk yang dijual dan perilaku yang wajib dimiliki oleh masing – masing *Sales Counter*. *Training* yang diberikan berupa pelatihan dalam kelas selama 5 hari dan jika calon *Sales Counter* telah lulus kelas *training* maka mereka dapat melanjutkan pelatihan mereka ke tahap yang lebih lanjut yaitu *On-the-Job Training* (OJT) dimana para calon *Sales Counter* akan ditempatkan di *shop* atau *counter* Wellcomm. Jika para calon SPG dan SPB telah lulus pelatihan OJT maka mereka telah menjadi *Sales Counter* Wellcomm Shop dan berhak menandatangani kontrak dengan perusahaan. PT Wellcomm Ritelindo Pratama melakukan evaluasi kepada *Sales Counter* yang sudah lulus dari *training* maupun yang masih melakukan *training* yang diberikan perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui

Job description, modul..., Janneke Pauline Wantah, FB UMN, 2015

apakah proses *training* yang diberikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan *Sales Counter* atau tidak.

Maka dari itu penulis tertarik dalam memilih topik "*Job Description,* Modul Kompetensi, dan Proses Evaluasi *Training Sales Counter* PT Wellcomm Ritelindo Pratama".

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan kerja magang antara lain:

1. Menerapkan dan mengembangkan pengetahuan teoritis *Human Resource* ke dalam praktek kerja yang sebenarnya.
2. Memperoleh pengalaman di dunia kerja serta memahami proses pembuatan *Job Description*, *Job Specification*, *Job Analysis*, modul kompetensi, dan proses evaluasi *training*.
3. Memperoleh wawasan melalui proses kerja di PT Wellcomm Ritelindo Pratama.
4. Untuk memahami dan mencari kemampuan dasar apa yang sebenarnya diinginkan di dunia kerja

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan mulai tanggal 1 Juli 2014 hingga 14 Oktober 2014 di PT Wellcomm Ritelindo Pratama. Jam kerja selama kerja magang yaitu hari Senin sampai dengan Jumat yang dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 17.30 untuk hari Senin sedangkan Selasa sampai dengan Jumat dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 17.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Job description, modul..., Janneke Pauline Wantah, FB UMN, 2015

Prosedur pelaksanaan kerja magang menurut ketentuan yang terdapat di Buku Panduan Kerja Magang Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara yang terdiri dari 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Pengajuan
   a. Mahasiswa mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi.
   b. Surat Pengantar dianggap sah apabila dilegalisir oleh Ketua Program Studi.
   c. Ketua Program Studi menunjuk seorang dosen Program Studi yang bersangkutan sebagai pembimbing Kerja Magang.
   d. Mengajukan usulan tempat kerja magang kepada Ketua Program Studi.
   e. Menghubungi calon perusahaan tempat kerja magang dengan dibekali Surat Pengantar Kerja Magang.
   f. Kerja Magang dimulai apabila telah menerima surat balasan bahwa yang bersangkutan diterima Kerja Magang pada perusahaan yang dimaksud yang ditujukan kepada Koordinator Magang.
   g. Memperoleh Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang.

2. Tahap Pelaksanaan
   a. Sebelum melaksanakan kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk menghadiri perkuliahan Kerja Magang yang diwajibkan sebagai pembekalan. Perkuliahan pembekalan dilakukan sebanyak 3 kali tatap muka. Jika tidak dapat memenuhi ketentuan kehadiran tanpa alasan yang dapat dipertanggungjawabkan, maka akan dikenakan pinalti dan tidak diperkenankan melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan pada

semester berjalan, serta harus mengulang untuk mendaftar kuliah pembekalan magang pada periode berikutnya.

b. Pada perkuliahan Kerja Magang, diberikan materi kuliah yang bersifat petunjuk teknis kerja magang dan penulisan laporan kerja magang, termasuk didalamnya perilaku mahasiswa di perusahaan. Adapun rincian materi kuliah adalah sebagai berikut:

   Pertemuan 1 : Sistem dan prosedur kerja magang, perilaku dan komunikasi mahasiswa dalam perusahaan.

   Pertemuan 2 : Struktur organisasi perusahaan, pengumpulan data (sistem dan prosedur administrasi, operasional perusahaan, sumber daya); analisis kelemahan dan keunggulan (sistem, prosedur, dan efektivitas administrasi serta operasional, efisiensi penggunaan sumber data, pemasaran perusahaan, keuangan perusahaan).

   Pertemuan 3 : Cara penulisan laporan, ujian kerja magang dan penilaian, cara presentasi dan tanya jawab.

c. Menemui dosen pembimbing yang telah ditunjuk oleh Ketua Program Studi Manajemen untuk pembekalan secara teknis.

   Kerja Magang dilaksanakan dengan pembimbing lapangan yaitu Bapak Amri Amarullah selaku *Supervisor* Evaluasi.

d. Mengikuti seluruh peraturan yang berlaku di PT Wellcomm Ritelindo Pratama

e. Melakukan pekerjaan minimal di satu bagian tertentu di perusahaan sesuai dengan bidang studinya. Tugas yang diberikan oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dituntaskan atas dasar teori, konsep dan pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan.

f. Pembimbing Lapangan memantau dan menilai kualitas dan usaha kerja magang.

g. Dalam menjalani proses kerja magang, Koordinator Kerja Magang beserta Dosen Pembimbing Kerja Magang memantau pelaksanaan kerja magang dan berusaha menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Pemantauan dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.

Job description, modul..., Janneke Pauline Wantah, FB UMN, 2015

3. Tahap Akhir
   a. Setelah Kerja Magang di perusahaan selesai, temuan serta aktivitas yang dijalankan selama kerja magang dituangkan dalam laporan kerja magang dengan bimbingan Dosen Pembimbing Kerja Magang.
   b. Laporan Kerja Magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara.
   c. Dosen pembimbing memantau laporan *final* sebelum mengajukan permohonan ujian kerja magang. Laporan Kerja Magang harus mendapatkan pengesahan dari Dosen Pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi. Laporan Kerja Magang diserahkan kepada Pembimbing Lapangan dan meminta Pembimbing Lapangan mengisi formulir penilaian pelaksanaan kerja magang.
   d. Pembimbing Lapangan mengisi formulir kehadiran kerja magang terkait dengan kinerja mahasiswa selama melaksanakan kerja magang.
   e. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dan surat keterangan yang menjelaskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya, dikirimkan secara langsung kepada Koordinator Magang.
   f. Setelah melengkapi persyaratan ujian kerja magang, Koordinator kerja magang menjadwalkan Ujian Kerja Magang.
   g. Menghadiri ujian kerja magang dan mempertanggungjawabkan laporannya pada ujian kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan magang adalah sebagai berikut :

Bab I : Membahas alasan memilih topik *Job Description*, Modul Kompetensi, dan Proses Evaluasi *Training Sales Counter* PT Wellcomm Ritelindo Pratama, peran penting SDM terhadap tujuan organisasi dan manfaat evaluasi *training*.

Job description, modul..., Janneke Pauline Wantah, FB UMN, 2015

Bab II : Membahas sejarah singkat PT Wellcomm Ritelindo Pratama, struktur organisasi, landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan dalam laporan praktek kerja magang ini.

Bab III : Membahas tentang pelaksanaan program kerja magang, jabatan penulis, mekanisme tugas yang dilakukan dan kendala – kendala yang dihadapi oleh penulis, solusi – solusi dalam menghadapi kendala – kendala tersebut, dan pandangan penulis mengenai PT Wellcomm Ritelindo Pratama.

Bab IV : Merupakan kesimpulan selama penulis bekerja di PT Wellcomm Ritelindo Pratama dan saran yang dapat membangun serta dibutuhkan agar perusahaan dapat menjadi lebih baik.

Job description, modul..., Janneke Pauline Wantah, FB UMN, 2015