



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Posisi penulis dalam praktek kerja magang ini adalah sebagai *financial consultant* (FC) atau disebut juga sebagai *marketing*, penulis di supervisi oleh Zaldi Faisal selaku *Investment Manager*. Dalam keseharian, penulis mendapatkan tugas dari manager dan Senior Financial Consultant untuk membahas *projection* yang berisi daftar nama siapa saja yang akan menjadi calon nasabah. Dalam melakukan tugas, penulis diberikan gambaran cara melakukan tugas kemudian diberikan tugas. Pembimbing lapangan selalu mengawasi dan memberikan masukan terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh penulis. Tugas yang diberikan kepada penulis yaitu melakukan *contacting*, *canvassing*, dan *follow up* para calon nasabah.

3.2 Tugas yang Dilakukan

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan tugas kesehariannya, terdapat beberapa tugas yang wajib dikerjakan. *Personal Selling* adalah tugas yang dilakukan selama kegiatan kerja magang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

No	Aktivitas <i>marcomm</i> yang dilakukan	Minggu Ke-													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Melakukan <i>contacting</i>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
2	Mengikuti webinar	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
3	Membuat <i>list</i> calon nasabah				√				√				√		
4	Melakukan <i>Canvasing</i>	√				√				√				√	
5	Latihan Prospek		√		√		√		√		√		√		√
6	Membuat <i>monthly report</i>			√				√				√			√
7	<i>Follow up</i> calon nasabah				√	√							√		

Sumber: Data Olahan Laporan 2021

Tabel 1.1 Aktivitas Magang di PT Royal Trust Futures

3.2.2 Uraian Kerja Magang

a. *Personal Selling*

Dalam praktik kerja magang di PT Royal Trust Futures, *personal selling* menjadi tugas dan tanggung jawab penulis yang mendasar dari setiap divisi marketing. Aktivitas *personal selling* ini dibagi menjadi beberapa bagian seperti melakukan *contacting*, *canvasing*, dan *follow up*. Aktivitas *personal selling* salah satunya adalah *contacting* dimana penulis memiliki tugas untuk mencari nasabah melalui telepon, *canvasing* adalah mencari nasabah dengan cara *mobile* seperti mengunjungi tempat-tempat tertentu, sedangkan *follow up* adalah menghubungi kembali nasabah melalui *database* yang telah didapat. Penjualan pribadi adalah salah satu dari banyak kegiatan komunikasi pemasaran. Ini dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi masyarakat antara tenaga penjual dan pelanggan potensial, di mana tenaga penjual menyadari kebutuhan yang terakhir. Dalam marketing, tim diwajibkan untuk dapat menjaga *brand image* produk atau perusahaan sedangkan *sales*, menjaga *brand image* bukanlah hal

yang penting, tujuan dari *sales* adalah produk perusahaan laku terjual dan harus memenuhi target penjual yang telah ditetapkan. *Personal selling* is a face-to-face technique that is used to persuade a customer in buying a particular product, usually the company wants to spread awareness about the product for which it adopts a person-to-person approach (Deeter-Schmelz, 2008). Bukan hanya itu, (M. C. Cant, 2005) juga membahas tentang beberapa karakteristik penting *Personal Selling* yaitu:

- **Fleksibilitas**
Dimana penjualan dapat disesuaikan dengan situasi atau pelanggan.
- **Membangun Hubungan**
Ini mengacu pada mengelola hubungan akun dan memastikan pembeli menerima layanan yang sesuai.
- **Memungkinkan komunikasi yang lebih efektif**
Penjualan individu meningkatkan pemahaman tentang pemasaran pesan ketika suatu produk dibutuhkan atau ditunjukkan kepada pembeli, terutama dalam pemasaran industri dan pemasaran jasa.

b. Segmentation, Targeting, Positioning Dalam Personal Selling

Selain memiliki tugas untuk menjadi *content creator* di PT Royal Trust Futures, penulis memiliki tugas untuk membantu mencari *potential customers* untuk menjadi nasabah. Dimana, untuk mencari konsumen yang potensial diperlukan sebuah strategi yakni memetakan konsumen dengan *segmentation, targeting, and positioning*.

1. Segmentation

Dalam menentukan *market segmentation*, PT Royal Trust Futures memperhatikan beberapa hal seperti lokasi tempat konsumen tinggal dan area operasional dari PT Royal Trust

Futures. Dalam hal ini, penulis diperlukan untuk menentukan demografis dari calon nasabah.

- Gender: Laki-laki
- Usia: 21 – 50
- SES: A-B
- Geografis: kota-kota besar metropolitan.

2. *Targeting*

Berdasarkan pemetaan segmentasi calon nasabah yang telah ditetapkan oleh PT Royal Trust Futures, dapat ditentukan bahwa calon nasabah yang memiliki potensi tinggi adalah orang-orang yang memahami mengenai dunia pialang, orang-orang yang sudah bekerja serta membutuhkan pemasukan tambahan.

3. *Positioning*

PT Royal Trust Futures ini ingin memposisikan diri di masyarakat sebagai perusahaan pialang yang dapat diandalkan serta memiliki legalitas dalam beroperasi. Dengan harapan untuk membantu setiap nasabah mendapatkan profit dan lebih memahami mengenai manajemen resiko dalam bertransaksi.

Sehingga, perusahaan akan memberikan pelayanan yang terbaik berupa *mentoring* melalui keunggulan dan kualitas dari pelayanan PT Royal Trust Futures.

Sebagai perusahaan yang bergerak di industri pialang, sasaran pasar dari PT Royal Trust Futures merupakan masyarakat yang membutuhkan *passive income* melalui hasil *trading*.

Sehingga, untuk menjangkau masyarakat yang memiliki kualifikasi berikut, diperlukan *tool* berupa *personal selling*. Pada kesempatan magang ini, penulis berperan untuk membantu mencari serta mendapatkan calon nasabah. Hal ini dilakukan dengan cara pendekatan secara personal melalui jejaring media, serta secara tatap muka.

Ketika melakukan pendekatan tersebut, diperlukan komunikasi yang efektif agar calon nasabah mengerti secara mendalam mengenai apa yang hendak disampaikan. Tahap *pertama* pendekatan dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan media sosial WhatsApp serta Instagram pribadi. Kemudian, jika konsumen sepakat dan ingin mengenal lebih jauh mengenai bisnis yang ditawarkan, pihak perusahaan akan mengontak kembali konsumen dan mengajak konsumen bertemu secara langsung. Saat pertemuan secara langsung atau, *financial consultant* akan membuka dengan menjelaskan *profile* perusahaan mulai dari pengenalan dasar hingga bagaimana perusahaan beroperasi. Lalu, masuk ke tahap pengenalan bisnis *trading* atau pialang yang dioperasikan oleh perusahaan, mulai dari cara mengoperasikan sistem *trading*, keuntungan atau *benefit* hingga resiko yang akan terjadi dalam bisnis *trading*. Tentunya, setelah menjelaskan dan melakukan pendekatan kepada konsumen, *staff financial consultant* akan melakukan persuasi kepada konsumen untuk bergabung dalam bisnis *trading* ini. Pencapaian yang didapat setelah melewati tahap-tahap tersebut adalah bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan konsumen tersebut bisa bergabung dalam perusahaan.

5. Kendala yang Dihadapi

Selama melakukan praktik kerja magang, berikut adalah beberapa kendala yang penulis temui dan yang mengganggu proses kerja di divisi:

1. Kurangnya *product knowledge* yang menyebabkan kesulitan untuk melakukan prospek kepada calon nasabah.
2. Adanya kesulitan dalam mengaplikasikan teori *personal selling* pada mata kuliah IMC dalam praktik tempat magang.

6. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Meminta pembimbing lapangan agar membantu memberikan *brief* tentang *product knowledge*.
2. Meminta *training* secara pribadi kepada pembimbing lapangan untuk mempraktikkan teori yang diketahui.