



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.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada saat penulis melakukan praktek kerja magang di PT. Froggy Edutography, penulis ditempatkan pada divisi *Sales* bagian *promotion and exhibition* yang dipimpin oleh ibu Prawita Sari selaku *Sales Supervisor*. Tugas utama yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja magang adalah menyewakan *ballroom* kepada sejumlah *Event Organizer* untuk digunakan sebagai tempat ulang tahun dan juga menawarkan program kunjungan (*field trip*) kepada sekolah-sekolah yang berlokasi di daerah Tangerang dan Jakarta. Semua kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama praktek kerja magang dikoordinasi oleh Ibu Prawita Sari. Proses wawancara dilakukan oleh Bapak Doddy Christian dari divisi *Human Resource* dan juga Ibu Prawita Sari selaku *user* selama penulis melakukan praktek kerja magang. Pada hari pertama melakukan praktek kerja magang, penulis diberikan penjelasan oleh Bapak Hadi Wibowo selaku *General Manager* secara singkat mengenai produk *Chamber of Dream Time*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam melaksanakan praktek kerja magang di PT. Froggy Edutography, penulis diberikan sejumlah tugas di bidang *marketing*. Pekerjaan atau tugas yang diberikan selama praktek kerja magang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan Penulis Setiap Minggunya

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1 (15 - 19 Juli 2013)	<ul style="list-style-type: none">- <i>Training Knowledge of Froggy</i> oleh <i>founder</i>- Mencari daftar <i>Event Organizer</i> (EO) ulang tahun anak- Mengikuti simulasi program <i>field trip</i> oleh tim edukasi- Rapat dengan <i>General Manager</i> (GM) mengenai pembagian tugas <i>marketing</i>- Mendatangi EO di Jakarta Timur dan Jakarta Utara untuk mengundang ke acara <i>EO Gathering</i>- Rapat mengenai <i>EO Gathering</i> dan melaporkan hasil kunjungan- Mengundang EO untuk hadir ke acara <i>EO Gathering</i> melalui telepon dan <i>e-mail</i>- Mendatangi sekolah-sekolah di daerah Serpong dan Kelapa Dua untuk mengundang ke acara <i>Principal Gathering</i>

Tabel 3.1 (lanjutan)

<p>2 (22 - 26 Juli 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> mengenai acara EO <i>Gathering</i> - Menelepon EO untuk mengkonfirmasi kehadiran pada acara EO <i>Gathering</i> - Simulasi dan gladi bersih acara EO <i>Gathering</i> - Mengikuti acara EO <i>Gathering</i>. Mendampingi, menjelaskan, mengajak berkeliling melihat fasilitas, dan melakukan “<i>closing</i>” - Menelepon sekolah untuk mengkonfirmasi kehadiran pada acara <i>Principal Gathering</i> - Bertemu dengan klien EO yang membeli produk <i>Froggy</i>
<p>3 (29 Juli – 2 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>follow up</i> kepada EO yang tidak menghadiri acara EO <i>Gathering</i> untuk diundang kembali ke acara <i>Open House</i> tanggal 1 Agustus - Menghubungi sekolah untuk mengkonfirmasi kehadiran pada acara <i>Principal Gathering</i> - Mengikuti acara <i>Open House</i>. Melayani dan menjelaskan produk pada EO yang menghadiri <i>Open House</i> - Evaluasi acara <i>Open House</i> bersama GM - Mencari data sekolah untuk acara selanjutnya

Tabel 3.1 (lanjutan)

<p>4 (12 – 16 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari data sekolah <i>target market</i> untuk <i>field trip</i> dan memasukkan (<i>input</i>) data - Mendesain buku <i>handout</i> yang akan digunakan untuk program <i>field trip</i> - Rapat untuk pembagian tugas mengunjungi sekolah <i>target market</i> - Membuat perencanaan pelaksanaan kunjungan - Menerima tamu Edutography - <i>Briefing</i> mengenai cara pengundangan kepala sekolah agar hadir di acara <i>Principal Gathering</i> - Mengklasifikasikan data-data sekolah
<p>5 (19 – 23 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah di daerah Tangerang untuk mengundang ke acara <i>Principal Gathering 2</i> - Rapat untuk melaporkan hasil kunjungan - Mempresentasikan program <i>field trip</i> di depan kelas di SD Cilenggang
<p>6 (26 – 30 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah di daerah Parung untuk mengundang ke acara <i>Principal Gathering 2</i> - Menghubungi sekolah yang ingin menghadiri acara <i>Principal Gathering 2</i>

Tabel 3.1 (lanjutan)

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mingle</i> (menjelaskan), mendampingi, dan melakukan “<i>closing</i>” untuk sekolah yang membeli program <i>field trip</i> pada acara <i>Principal Gathering 2</i> - Evaluasi hasil acara <i>Principal Gathering 2</i> dengan <i>owner</i> dan GM
7 (2 – 6 September 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Follow up</i> sekolah <i>Principal Gathering 2</i> melalui telepon - Verifikasi data untuk persiapan data sekolah <i>target market</i> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> mengenai cara bicara untuk mengundang sekolah di <i>Principal Gathering Market</i>
8 (9 – 13 September 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah-sekolah di daerah Jakarta Barat untuk mengundang mereka ke acara <i>Principal Gathering Market 1</i> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> mengenai hasil kunjungan setiap harinya
9 (16 – 20 September 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah-sekolah di daerah Jakarta Selatan untuk mengundang mereka ke acara <i>Principal Gathering Market 1</i>

Tabel 3.1 (lanjutan)

	<ul style="list-style-type: none"> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> mengenai hasil kunjungan setiap harinya
<p>10 (23 – 27 September 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah-sekolah di daerah Tangerang untuk mengundang mereka ke acara <i>Principal Gathering Market 1</i> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> dan GM mengenai hasil kunjungan setiap harinya - Mempersiapkan data sekolah yang akan dikunjungi untuk diundang ke <i>Principal Gathering 3</i>
<p>11 (30 September – 4 Oktober 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah-sekolah di daerah Tangerang untuk mengundang mereka ke acara <i>Principal Gathering 3</i> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> mengenai hasil kunjungan setiap harinya - Diberikan <i>training</i> oleh <i>Marketing Supervisor</i> - Mengunjungi Unit Pelaksanaan Teknis Dinas (UPTD) daerah Tangerang
<p>12 (7 – 11 Oktober 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi sekolah-sekolah di daerah Tangerang untuk mengundang mereka ke acara <i>Principal Gathering 3</i>

Tabel 3.1 (lanjutan)

	<ul style="list-style-type: none"> - Rapat dengan tim <i>marketing</i> mengenai hasil kunjungan setiap harinya - Menghubungi sekolah yang ingin menghadiri acara <i>Principal Gathering 3</i> - Mengunjungi Unit Pelaksanaan Teknis Dinas (UPTD) daerah Tangerang
13 (14 Oktober 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Memasukkan data sekolah di daerah Jakarta Timur dan Jakarta Barat

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama tiga bulan menjalankan praktek kerja magang di PT. Froggy Edutography, terdapat beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh penulis seperti berikut:

Pengenalan Produk

- Wawancara
 - Wawancara kerja dilakukan oleh penulis pada hari Rabu, 10 Juli 2013 setelah mengirim surat lamaran kerja melalui e-mail kepada divisi *Human Resource*. Proses wawancara dilakukan oleh Bapak Doddy Christian mewakili divisi *Human Resource* dan juga Ibu Prawita Sari selaku *Sales*

and Marketing Supervisor. Proses wawancara meliputi tes psikologi dan wawancara secara lisan.

- *Training* tentang perusahaan
 - Pada hari pertama melakukan praktek kerja magang, penulis beserta seluruh karyawan perusahaan diberikan pelatihan oleh *founder* sekaligus *President Director* PT. Froggy Edutography, Bapak Fernando Iskandar. Pelatihan yang diberikan meliputi visi dan misi perusahaan, produk *edutography* yang ditawarkan, bangunan unik berbentuk istana, dan *Buddy Froggy* sebagai sahabat anak dalam mencapai mimpi mereka.
- *Training* tentang *Chamber of Dream Time*
 - Pada hari pertama melakukan praktek kerja magang, penulis beserta tim *sales and marketing* diberikan pelatihan mengenai produk *Chamber of Dream Time* (CDT) oleh Bapak Hadi Wibowo selaku *General Manager*. Produk ini akan ditawarkan kepada sejumlah *Event Organizer* (EO).
- *Training* tentang program *field trip*
 - Penulis beserta tim *sales and marketing* diberikan pelatihan mengenai produk *field trip* oleh Bapak Hadi Wibowo selaku *General Manager*. Produk ini akan ditawarkan kepada sejumlah sekolah yang berlokasi di Jakarta dan Tangerang.

Mobile Process

- Mengunjungi EO
 - Penulis mengunjungi sejumlah *Event Organizer* yang terlampir dalam daftar masing-masing *staff sales and marketing* untuk mengundang

mereka ke acara EO *gathering*. Dalam kunjungannya, penulis memberikan presentasi singkat mengenai produk yang ditawarkan kepada klien.

- Mengunjungi Sekolah
 - Penulis mengunjungi sejumlah sekolah yang terlampir dalam daftar masing-masing *staff sales and marketing* untuk mengundang mereka ke acara *principal gathering*. Dalam kunjungannya, penulis memberikan presentasi singkat mengenai produk yang ditawarkan kepada klien.

Administrasi

- Mencari data *Event Organizer* yang akan dikunjungi
 - Penulis mencari data *Event Organizer* yang akan dikunjungi untuk diundang ke acara *EO gathering*. Data yang harus dikumpulkan meliputi nama EO, alamat, nomor telepon, dan juga alamat *e-mail*. Semua data tersebut dicari menggunakan internet.
- Mencari data sekolah yang akan dikunjungi
 - Penulis mencari data sekolah yang akan dikunjungi untuk diundang ke acara *principal gathering*. Data yang harus dikumpulkan meliputi nama sekolah, nama kepala sekolah, alamat, nomor telepon, dan juga alamat *e-mail*. Semua data tersebut dicari menggunakan internet.
- Membuat janji dengan klien
 - Penulis membuat janji dengan klien (EO) yang datang dengan pelanggan mereka untuk melakukan survei ke *Floating Castle*. Penulis harus mengatur tanggal, hari, dan jam dengan klien.

Follow Up

- *Follow up* klien (EO dan sekolah)
 - Penulis menghubungi melalui telepon semua EO dan sekolah yang datang ke acara *gathering* namun belum membeli produk yang ditawarkan. *Follow up* bermaksud untuk menawarkan kembali produk berupa CDT dan *field trip* kepada masing-masing klien agar mau membelinya.

Koordinasi

- Koordinasi dengan divisi lain
 - Selama menjalankan praktek kerja magang, penulis yang ditempatkan pada divisi *marketing* juga melakukan koordinasi dengan divisi lainnya seperti divisi keuangan dan edukasi. Koordinasi dengan divisi keuangan berkaitan dengan tata cara pembayaran produk. Sementara koordinasi dengan divisi edukasi berkaitan dengan program *field trip* yang akan ditawarkan ke sejumlah sekolah.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam melakukan praktek kerja magang di PT. Froggy Edutography, penulis menemukan sejumlah kendala dalam menjalankan pekerjaan. Kendala-kendala tersebut antara lain:

- Dalam melakukan proses presentasi di lapangan, penulis menemui sedikit kendala seperti kurang bisa menjawab pertanyaan klien yang tidak dijelaskan dalam *training* dan juga mengalami kesulitan dalam mencari EO dan sekolah yang tercantum dalam daftar kunjungan.

- Kendala lain yang ditemukan penulis dalam proses ini adalah sangat terbatasnya kendaraan yang disediakan perusahaan untuk para pegawainya agar bisa mengunjungi klien. Perusahaan hanya menyediakan dua mobil tanpa supir untuk proses mengunjungi klien. Jika dalam satu hari tim *marketing* harus pergi dalam tiga kelompok atau lebih, maka harus mengorbankan kendaraan pribadi untuk dipakai sebagai kendaraan operasional perusahaan.
- Ketika penulis melakukan *follow up* kepada klien melalui telepon, sebagian dari mereka tidak mengangkat telepon. Hal seperti ini menyulitkan penulis untuk bisa menjual lebih banyak produk CDT dan juga *field trip* kepada klien yang bersangkutan. Ada juga klien yang tidak mau membeli produk yang ditawarkan dengan berbagai macam alasan.
- Selama penulis menjalankan praktek kerja magang, penulis menemukan kendala dalam berkoordinasi dengan divisi edukasi. Seorang karyawan edukasi ikut mencampuri masalah pembayaran yang seharusnya ditangani oleh tim *marketing*. Hal ini membuat tim *marketing* dan klien yang bersangkutan menjadi bingung.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sejumlah kendala yang ditemukan oleh penulis selama menjalankan praktek kerja magang dapat diatasi berkat bimbingan dan bantuan dari Ibu Prawita Sari selaku *Sales and Marketing Supervisor* yang membawahi penulis dan juga rekan kerja di PT. Froggy Edutography. Berikut merupakan solusi yang ditemukan untuk mengatasi kendala yang ditemui penulis:

- Ketika penulis dihadapkan pada pertanyaan yang belum bisa penulis jawab saat itu, penulis membicarakan hal itu dengan tim *sales and marketing* agar didiskusikan. Setelah mengetahui hasilnya, penulis akan menghubungi kembali klien yang bersangkutan melalui telepon untuk segera memberikan jawaban. Sementara untuk alamat klien yang tidak bisa ditemukan, penulis mengatasi kendala tersebut dengan cara mencari klien lain yang tidak ada di dalam daftar.
- Dalam mengatasi kendala saat akan mengunjungi klien, perusahaan akhirnya mempekerjakan dua orang supir untuk mengemudi dan membantu tim *marketing* dalam menjalankan tugasnya di lapangan.
- Untuk masalah seperti telepon yang tidak diangkat dan klien yang tidak mau membeli produk, sebenarnya cukup sulit untuk menemukan solusinya karena masalah ini berasal dari pihak eksternal. Namun penulis tetap bersikap profesional, optimistis, dan juga mempertahankan semangat agar tetap mendapatkan klien yang mau membeli produk yang ditawarkan.
- Berkaitan dengan masalah koordinasi dengan pihak edukasi, akhirnya penulis berkunjung ke tempat klien untuk menjelaskan pembayaran yang harus dilunasi oleh klien. Namun sampai hari terakhir penulis melakukan kerja magang, klien yang bersangkutan masih belum melakukan pelunasan.

3.4 Evaluasi *Personal Selling* terhadap Efektivitas Penjualan PT. Froggy Edutography

Selama menjalankan praktek kerja magang di PT. Froggy Edutography, penulis mendapatkan pemahaman tentang cara-cara pendekatan, *mingle*, presentasi produk, dan melakukan *closing* kepada klien. Selama penulis menjalankan praktek kerja magang, penulis dapat mengaplikasikan teori tentang tujuh langkah dalam menjalankan *personal selling*.

Pertama-tama dalam menerapkan langkah *prospecting* dan *qualifying*, setiap anggota dari tim *marketing* harus mencari data EO maupun sekolah yang akan dikunjungi. Data tersebut didapatkan melalui hasil pencarian di internet.

Setelah setiap anggota menemukan informasi yang berisi nama EO dan sekolah, alamat, nomor telepon, dan *e-mail*, semua data akan digabungkan dan dikelompokkan berdasarkan lokasi masing-masing klien supaya mempermudah dalam berkunjung. Langkah tersebut merupakan langkah kedua dalam teori *personal selling*, yaitu *preapproach*.

Kemudian penulis melakukan langkah ketiga yang disebut *approach*. *Supervisor* penulis membagi tim *marketing* ke dalam beberapa kelompok kecil. Kelompok kecil tersebut akan mengunjungi EO dan sekolah yang sudah dicatat dalam daftar. Sebelum berkunjung, penulis menghubungi sebagian klien yang akan dikunjungi untuk membuat janji. Setelah membuat janji dengan klien, penulis mengunjungi kantor maupun sekolah yang bersangkutan. Selain itu penulis juga berusaha mencari informasi tentang klien.

Setelah itu pada langkah keempat penulis melakukan pendekatan singkat dengan klien lalu mempresentasikan produk CDT dan *field trip* kepada klien serta memberikan surat undangan. Tujuan penulis mengunjungi klien adalah untuk memperkenalkan perusahaan Froggy Edutography, memperkenalkan produk yang kami tawarkan, dan juga mengundang klien untuk menghadiri acara *gathering*. Langkah keempat ini disebut *presentation* dan *demonstration*.

Pada acara *gathering*, penulis melakukan *mingle* pada klien dengan tujuan menyambut mereka sekaligus menggali informasi yang perusahaan butuhkan. Kemudian Bapak Fernando selaku *owner* memberikan presentasi secara detail mengenai produk yang ditawarkan.

Terdapat beberapa klien yang menyatakan keberatan untuk membeli produk karena lokasi yang jauh. Namun penulis berusaha mengatasi keberatan tersebut dengan memberikan saran bahwa lokasi tidak menjadi masalah selama dapat ditempuh dalam waktu yang singkat. Pada tahap inilah langkah kelima yaitu *handling objections* dilakukan penulis.

Setelah berhasil meyakinkan klien, penulis menerapkan langkah keenam yaitu *closing*. Penulis berhasil menjual dua paket CDT kepada dua EO. Namun salah satu dari mereka membatalkan untuk membeli produk karena adanya ikatan waktu. Dan langkah terakhir yang dilakukan penulis adalah *follow-up* salah satu EO yang telah membeli produk CDT dan menghubungi EO lain yang tidak membeli produk CDT melalui telepon.. Berikut merupakan laporan penjualan CDT kepada *Event Organizer*.

Jumlah EO yang hadir pada acara EO *Gathering* adalah 12 EO. Pada hari yang ditentukan, hanya tiga EO yang membeli produk CDT. Produk ini sebenarnya sangat menguntungkan bagi EO karena hanya dengan membayar harga tiga paket, EO mendapatkan empat paket tambahan secara gratis. Namun hanya sedikit EO yang mau membeli produk ini. Alasan bagi mereka yang tidak mau membeli adalah lokasi *Floating Castle* yang terlalu jauh dan kapasitas ruangan yang sedikit untuk mengadakan pesta. Lokasi para EO yang ada di Jakarta juga merupakan kendala.

Setiap paket CDT berisi tujuh *slot*. Jika jumlah EO yang datang mencapai 12 EO berarti ada 84 *slot* yang tersedia. Namun tim *sales and marketing* hanya bisa menjual 21 *slot* kepada tiga EO. Persentase keberhasilan penjualan CDT hanya sebesar 25%.

Selain menyewakan CDT, tim *sales and marketing* juga menjual program *field trip* kepada sekolah. Program *field trip* ditawarkan kepada sekolah-sekolah yang berlokasi di daerah Tangerang dan Jakarta. Total sekolah yang hadir pada *Principal Gathering* pertama sebanyak 26 sekolah dan tim *sales and marketing* berhasil menjual 58 *slot* dari 68 *slot* yang tersedia. Berarti persentase penjualan *field trip* pada acara *Principal Gathering* pertama sebesar 85,29%.

Sementara itu, pada acara *Principal Gathering* kedua, sekolah yang hadir berjumlah 55 sekolah. Pada acara kedua itu, tim *sales and marketing* berhasil menjual 59 *slot* dari 68 *slot* yang tersedia. Persentase keberhasilan penjualannya sebesar 86,76%. Jika diakumulasikan total penjualan *field trip* dari acara *Principal gathering* pertama dan kedua, dari 136 *slot* yang tersedia, tim *sales and marketing*

berhasil menjual sebanyak 117 *slot*. Persentase keberhasilan penjualan *field trip* secara keseluruhan adalah 86,03%.

Dengan demikian, aktivitas *personal selling* yang dilakukan perusahaan saat menjual produk CDT dapat dikatakan tidak efektif karena tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan. Perusahaan menetapkan tim *sales and marketing* harus bisa mencapai angka penjualan sebesar 70% dari total *slot* yang ada, namun tim *sales and marketing* hanya mampu membukukan persentase penjualan sebesar 25%. Alasan dari rendahnya jumlah penjualan pada acara EO *Gathering* adalah lokasi perusahaan yang jauh sehingga menyulitkan EO dan adanya ikatan waktu untuk para EO dalam membuat acara. Selain itu, kurangnya anggota tim *sales and marketing* pada saat itu juga berpengaruh terhadap jumlah penjualan, karena pada saat itu hanya ada tiga orang staff *Promotion dan Exhibition* yang menangani *event* tersebut.

Namun hal yang berbeda terjadi pada acara *Principal Gathering*. Pada dua kali acara *Principal Gathering*, tim *sales and marketing* berhasil membukukan persentase penjualan *field trip* sebesar 86,03%. Sebagian besar sekolah baru membeli produk *field trip* ketika tim *sales and marketing* melakukan *follow up*. Dengan demikian, aktivitas *personal selling* yang dilakukan oleh tim *sales and marketing* dari perusahaan Froggy Edutography dikatakan efektif karena telah berhasil melampaui target penjualan sebesar 70% yang ditentukan oleh *top management*.