



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:

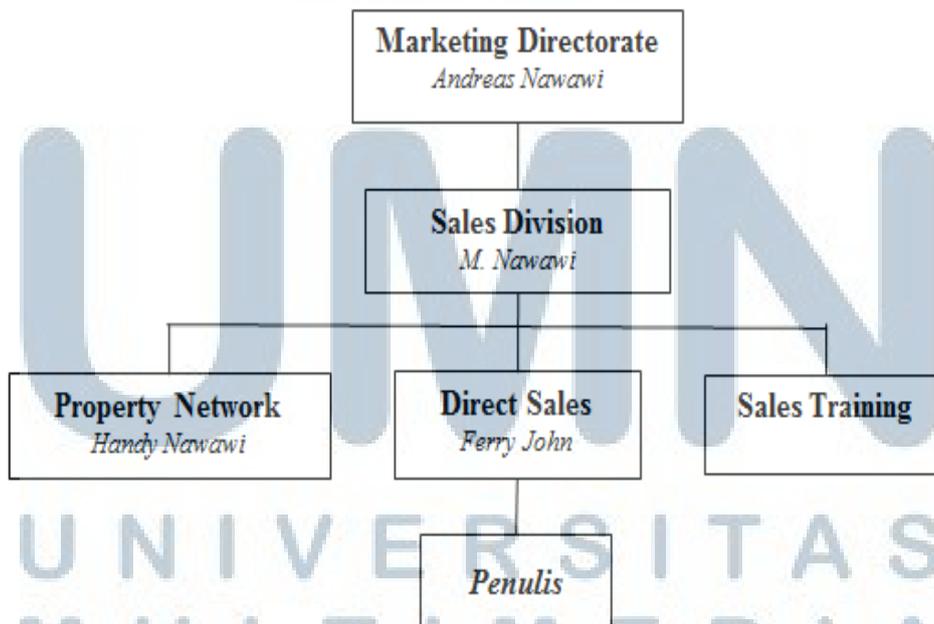
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis ditempatkan pada divisi *Sales* tepatnya pada bagian *Direct Sales*. Dalam proses kerja magang, penulis berkoordinasi dengan semua bagian dalam departemen *Marketing* terutama pada bagian *Direct Sales* yaitu Bapak Ferry John selaku *Sales Manager* di PT Paramount Enterprise. Seluruh divisi dan karyawan berada dibawah naungan dan tanggung jawab seorang Direktur Marketing yaitu Bapak Andreas Nawawi. Dalam proses magang, penulis belajar mengenai produk yang dimiliki perusahaan, cara merekapitulasi setiap administrasi penjualan yang dilakukan oleh *salesperson*, dan bagaimana cara *salesperson* berhadapan langsung dengan calon konsumen mulai dari memberikan informasi mengenai produk yang sedang ditawarkan sampai pada tahap *closing* dimana calon konsumen akhirnya membeli produk yang diinginkan.



Gambar 3.1 Bagan Koordinasi Penulis di PT Paramount Enterprise

3.2 Tugas yang Dilakukan

Beberapa tugas yang telah dilakukan penulis selama kegiatan kerja magang yang berlangsung kurang lebih tiga bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan Penulis Selama Kerja Magang

Jenis Pekerjaan	Koordinasi
Product Knowledge:	
<i>Interview</i>	<i>Human Resources Development Staff</i> (Ibu Irene Puspita)
<i>Training</i>	<i>Sales Manager</i> (Bapak Ferry John, Bapak Leo Yunandar dan Ibu Achy Yuningsih)
Direct Sales:	
<i>Telemarketing</i>	<i>Sales Manager</i> (Bapak Ferry John)
<i>Personal Selling</i>	<i>Sales Manager</i> (Bapak Ferry John dan Ibu Achy Yuningsih)
Administration:	
Membuat <i>Daily Report</i> dari <i>Sales Executive</i>	<i>Sales Manager</i> (Bapak Ferry John)
Memberikan <i>Weekly Report</i> dari <i>Sales Executive</i>	<i>Research and Development Staff</i> (Bapak Vincentius Ferry)
Membuat Rekapitulasi Penjualan Bulanan	<i>Sales Manager</i> (Ibu Achy Yuningsih)
Meeting:	
Mengikuti <i>Meeting</i> mingguan bersama seluruh bagian <i>Direct Sales</i>	<i>Sales Manager</i> (Bapak Ferry John)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

a. *Product Knowledge*

1. *Interview*

Sebelum kerja magang dimulai, penulis melakukan *interview* dengan Ibu Irene Puspita selaku *Human Development Staff*. Selama *interview* dilakukan, Ibu Irene melontarkan beberapa pertanyaan kepada penulis mengenai pekerjaan apa yang akan dilakukan penulis selama kerja magang, berapa lama penulis ingin melakukan kerja magang dan juga beberapa pertanyaan mengenai PT Paramount Enterprise.

Setelah dilakukannya *interview*, penulis diperkenalkan dengan Ibu Achy Yuningsih selaku salah satu *Sales Manager* yang pada saat itu berada ditempat.

2. *Training*

Pada hari pertama melakukan kerja magang, penulis dikenalkan oleh atasan yang akan membimbing penulis selama kerja magang yaitu Bapak Ferry John selaku *Sales Manager* dan Bapak Leo selaku *Sales Manager* lainnya. Penulis juga diperkenalkan kepada semua *Sales Executive* yang berjumlah 38 orang. Perkenalan dengan para *Sales Executive* dibutuhkan karena setiap harinya penulis diharuskan berhubungan langsung dengan mereka. Setelah berkenalan, penulis diberikan pengetahuan dasar mengenai profil perusahaan, produk-produk yang pada saat itu sedang diluncurkan, dan juga pekerjaan yang akan dilakukan penulis setiap harinya.

b. *Direct Sales*

1. *Telemarketing*

Pada minggu kedua penulis melakukan *Telemarketing* dengan melakukan *follow-up* beberapa perusahaan dan institusi melalui

saluran telepon. Penulis harus memastikan apakah surat penawaran dan brosur yang sudah diberikan beberapa waktu yang lalu sudah diterima oleh pihak HRD atau tidak. Jika sudah diterima, penulis akan bertanya bagaimana tanggapan karyawan pada perusahaan tersebut mengenai brosur yang di dalamnya berisi produk baru yang diluncurkan oleh pihak Paramount. Apabila karyawan pada perusahaan tersebut merasa tertarik dengan produk baru itu maka tahap selanjutnya yaitu penulis akan membuat janji dengan pihak HRD dan akan dilakukannya presentasi secara keseluruhan mengenai produk tersebut. Dalam presentasi tersebut, pihak Paramount akan menanggung seluruh biaya yang dikeluarkan, termasuk makan siang seluruh karyawan yang mengikuti presentasi tersebut.

Namun apabila pihak HRD perusahaan tersebut masih belum tertarik dengan produk yang ditawarkan, maka penulis akan bertanya alasan mengapa mereka tidak tertarik dan akan mencatat setiap alasan tersebut sebagai laporan yang nanti akan diberikan kepada *Sales Manager*.

2. *Personal Selling*

Salah satu yang dilakukan dalam tugas *Personal Selling* yaitu penulis mengikuti pameran yang setiap minggunya diadakan dalam mal tertentu. Pada kesempatan yang ada, penulis mengikuti pameran di mal @alam sutera. Penulis didampingi oleh dua orang *Sales Executive* yang sudah dijadwalkan untuk mengikuti pameran. Dalam pameran tersebut, seorang *Sales Executive* bertugas untuk mencari calon konsumen yang berada dalam kawasan mal puri indah dengan cara menyebarkan *flyer* kepada pengunjung mal yang lewat disekitar *booth* dan memberikan brosur kepada pengunjung yang berminat dengan produk Paramount dengan menyampaikan informasi-informasi mengenai produk yang sedang ditawarkan.

c. *Administration*

1. Membuat *Daily Report* dari *Sales Executive*

Setiap harinya penulis membuat *Daily Report* atas setiap kegiatan yang dilakukan oleh semua *Sales Executive*. Laporan berisi mengenai hasil yang didapat oleh setiap *Sales Executive* berupa jumlah tamu dan *incoming call* yang didapat setiap hari. Penulis akan bertanya pada masing-masing *Sales Executive*, apa saja produk yang ditanyakan atau seperti apa produk yang diinginkan oleh calon konsumen yang datang sebagai tamu ataupun melalui telepon. Penulis juga akan bertanya, apakah calon konsumen tersebut prospek atau tidak. Jika ternyata calon konsumen tersebut prospek, maka *Sales Executive* akan melakukan *follow-up* untuk menindaklanjuti kegiatan selanjutnya yaitu pembelian produk yang diinginkan. Tidak menutup kemungkinan juga, *Sales Executive* dapat melakukan *closing* pembelian produk yang secara langsung dibeli oleh konsumen melalui telepon ataupun datang ke kantornya.

2. Memberikan *Weekly Report* dari *Sales Executive*

Setiap minggunya penulis akan memberikan *Weekly Report* dari total tamu dan *incoming call* yang didapat oleh *Sales Executive* kepada Bapak Vincentius Ferry selaku *Research and Development Staff*.

3. Membuat Rekapitulasi Penjualan Bulanan

Setiap bulannya penulis akan merekap setiap penjualan yang telah dilakukan oleh *Sales Executive*. Dilihat dari produk apa saja yang telah dijual kepada konsumen dan harga jual dari produk tersebut. Setelah membuat laporan rekapitulasi penjualan, maka penulis akan menyerahkan laporan tersebut kepada Ibu Achy Yuningsih. Melalui laporan tersebut, Ibu Achy Yuningsih akan melihat *Sales Executive* mana yang berhasil menjual produk terbanyak bulan ini dan kepada *Sales Executive* yang sudah empat bulan berturut-turut tidak mencapai target penjualan akan diberikan surat peringatan.

d. *Meeting*

Setiap minggunya penulis akan melakukan meeting bersama seluruh bagian *Direct Sales*. Dalam *meeting* tersebut, akan dibahas mengenai rencana kegiatan yang akan dilakukan pada minggu yang berjalan. Para *Sales Manager* akan memberikan arahan-arahan kepada seluruh *Sales Executive* mengenai proses penjualan yang baik dan membahas setiap kendala-kendala yang sedang dihadapi oleh bagian *Direct Sales* sehingga dapat diberikan solusi yang tepat untuk mengurangi kendala yang ada.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang yang berlangsung di PT Paramount Enterprise, ada beberapa kendala yang dialami oleh penulis saat menjalankan tugas. Adapun kendala-kendala yang dialami penulis yaitu sebagai berikut:

a. *Product Knowledge*

1. *Interview*

Selama penulis melakukan *interview*, tidak ada kendala signifikan yang terjadi karena proses *interview* tersebut berjalan dengan baik. Penulis memberikan beberapa pertanyaan terkait dengan waktu kerja magang yang diberikan oleh kampus dan tanggapan bagian HRD mengenai hal tersebut.

2. *Training*

Penulis tidak menemukan kendala yang signifikan dalam proses *training* yang dilakukan. Penulis mendengarkan dengan baik setiap penjelasan yang diberikan oleh *Sales Manager* mengenai pekerjaan yang akan dilakukan nantinya. Adapun sedikit tantangan yang harus dihadapi penulis dalam proses perkenalan dengan seluruh *Sales Executive* yaitu dengan mengingat 38 nama *Sales Executive* dengan baik, akan tetapi tantangan tersebut dapat penulis lewati dengan memerlukan waktu 4 hari untuk mengingat semua nama *Sales Executive* yang ada.

b. *Direct Sales*

1. *Telemarketing*

Pada pekerjaan ini, penulis menemukan kendala dalam hal *follow-up* perusahaan dan institusi yang diberikan surat penawaran dan brosur. Kendala yang dialami penulis yaitu pada saat melakukan *follow up* melalui telepon dengan pihak HRD, penulis berhalangan untuk bicara langsung dengan yang bersangkutan dikarenakan sedang berada diluar kantor atau sedang *meeting*. Selain itu juga, penulis menemukan kendala pada saat karyawan pada perusahaan tersebut sudah tertarik dengan produk yang ditawarkan akan tetapi pada saat akan meminta persetujuan melakukan presentasi dikantor, pihak HRD belum memberikan jawaban yang pasti karena proses persetujuan presentasi harus menunggu persetujuan dari atasan mereka. Proses ini memakan waktu yang lama, sehingga penulis harus sedikit sabar menunggu proses persetujuan tersebut. Banyaknya pekerjaan yang diberikan kepada penulis, membuat penulis kadang tidak punya waktu untuk melakukan *follow-up* tambahan terhadap perusahaan atau institusi lainnya.

2. *Personal Selling*

Pada saat pameran, penulis mengalami kendala karena penulis belum memiliki pengalaman kerja menjadi seorang *Sales Executive* sebelumnya. Selain itu juga, industri properti merupakan hal yang baru bagi penulis. Maka dari itu, penulis harus memahami dengan benar produk yang ditawarkan. Terakhir, karena penulis yang masih berstatus anak magang maka penulis masih belum dipercayakan untuk menjual suatu produk.

c. *Administration*

1. Membuat *Daily Report* dari *Sales Executive*

Penulis mengalami kendala dalam membuat *daily report*, dikarenakan beberapa *Sales Executive* sering tidak berada di kantor pada saat penulis ingin bertanya berapa jumlah tamu yang didapat

mereka pada hari itu dan berapa jumlah *incoming call* yang diterima. Sehingga membuat penulis melakukan penundaan pembuatan laporan yang dapat menghambat penulis melakukan pekerjaan lainnya.

2. Memberikan *Weekly Report* dari *Sales Executive*

Dalam memberikan *Weekly Report* kepada Bapak Vincentius ini, penulis tidak mengalami kendala apapun, karena pada pekerjaan ini penulis hanya perlu menjumlahkan semua total tamu yang datang dan *incoming call* yang diterima oleh seluruh *Sales Executive* dan dicatat dalam satu tabel, selanjutnya dikirim melalui *email* kepada Bapak Vincentius setiap hari senin.

3. Membuat Rekapitulasi Penjualan Bulanan

Dalam membuat Rekapitulasi Penjualan Bulanan, penulis mengalami sedikit kendala, dimana beberapa *Sales Executive* yang kadang tidak mengingat tanggal berapa mereka melakukan *closing* penjualan, sehingga membuat penulis tidak bisa mencatat berapa angka penjualan mereka setiap bulannya.

d. *Meeting*

Penulis tidak mengalami kendala dalam *meeting* tersebut, karena penulis yang masih berstatus anak magang sehingga belum memiliki kewenangan dalam menyampaikan pendapat. Dalam kegiatan ini juga, penulis diharuskan mendengarkan dengan baik karena bisa saja hal-hal yang dibicarakan akan menyangkut pekerjaan penulis.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

a. *Direct Sales*

1. *Telemarketing*

Pada saat penulis melakukan *follow up* melalui telepon akan tetapi pihak HRD yang sedang berada diluar kantor ataupun sedang *meeting*, maka penulis dapat bertanya perkiraan mereka akan kembali ke kantor atau selesai *meeting* agar penulis dapat mengatur untuk meluangkan waktu menelepon perusahaan tersebut nanti. Dan

untuk proses persetujuan dengan atasan pihak HRD, penulis dapat mengatur jadwal untuk mengunjungi kembali perusahaan tersebut dan meminta persetujuan secara langsung kepada atasannya. Kunjungan kedua tersebut dapat didampingi oleh *Sales Executive* yang sudah senior, melihat tuturkata dan tingkah laku mereka yang lebih terlatih menghadapi konsumen.

2. *Personal Selling*

Solusi yang digunakan dalam menghadapi kendala yang ada yaitu dengan meminta bantuan dan pengarahan dari para *Sales Executive* mengenai bagaimana cara yang tepat dalam mengadapi calon konsumen jika berada dalam kegiatan pameran. Hal tersebut disebabkan karena mereka sudah lebih berpengalaman dibidang *marketing* khususnya *direct sales* dan juga memiliki pengetahuan yang lebih mengenai produk yang ditawarkan.

b. *Administration*

1. Membuat *Daily Report* dari *Sales Executive*

Solusi untuk kendala dalam pekerjaan ini yaitu penulis dapat bertanya kepada seluruh *Sales Executive* setiap paginya, karena pada waktu pagi mereka masih berada didalam kantor. Ataupun solusi lainnya yaitu penulis dapat meminta nomor kontak setiap *Sales Executive* sehingga jika pada saat mereka tidak ada ditempat pada saat penulis ingin bertanya, maka penulis dapat menghubungi mereka melalui nomor kontak yang sudah ada.

2. Membuat Rekapitulasi Penjualan Bulanan

Solusi yang diambil dalam menyelesaikan kendala ini yaitu penulis dapat meminta secara langsung kepada bagian administrasi pemasaran mengenai total penjualan sehingga tidak perlu lagi bertanya kepada para *Sales Executive* mengenai penjualan bulanan.

3.4 Peran *Personal Selling* dan *Telemarketing* Dalam Meningkatkan Penjualan di PT Paramount Enterprise

Selama melaksanakan proses kerja magang, penulis mendapatkan pemahaman berdasarkan pengalaman yang penulis dapatkan. Pemahaman tersebut mengenai peran *personal selling* dan *telemarketing* dalam meningkatkan penjualan pada PT Paramount Enterprise.

Saat penulis melakukan kerja magang selama bulan maret sampai juni, PT Paramount Enterprise meluncurkan produk baru yaitu Malibu Village berupa rumah *compact* dengan harga 800-an juta dan Menteng Village berupa rumah *compact* ukuran besar dengan harga mulai 3,5 miliar. Rumah *compact* merupakan rumah yang luasnya kecil dengan tipikal desain yang lebih medepankan desain yang sederhana, tepat guna, serta dapat memenuhi kebutuhan mendasar dari sebuah keluarga yang menempatnya. Kebutuhan tersebut seperti beristirahat, memasak, makan, bersosialisasi dan berkumpul bersama keluarga.

Perusahaan nyatanya mengalami kesulitan dalam penjualan. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan dianggap terlalu mahal oleh konsumen. Sehingga membuat para *salesperson* harus mampu mengubah cara pandang konsumen yang sebelumnya masih ragu-ragu dengan tawaran perusahaan hingga berubah untuk mau membeli produk tersebut.

Berdasarkan pengalaman penulis selama masa kerja magang, penulis mempelajari bagaimana seorang *salesperson* bertemu langsung dengan calon konsumen dan bagaimana mereka berperilaku dengan calon konsumen tersebut. Pertemuan langsung bisa terjadi di kantor pemasaran ataupun ketika sedang pameran mal-mal. Pada kegiatan *telemarketing* pun, *sales* bisa mendapatkan informasi dari calon konsumen jika sudah tahu atau belum mengenai produk yang sedang ditawarkan. Jika belum maka *sales* yang bertugas akan menyampaikan informasi mengenai produk yang sedang ditawarkan, sehingga membuat lawan bicaranya tertarik.

Sampai sekarang ini yang dilakukan oleh *salesperson* pada PT Paramount Enterprise dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan mencari pelanggan baru yang prospek, menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan. Semuanya itu bisa didapat dengan cara menerima tamu yang datang dikantor, telepon yang masuk ataupun mengikuti pameran.

Berdasarkan hal tersebut, peran *personal selling* dirasa sudah cukup efektif karena melalui cara-cara *salesperson* dalam melakukan penjualan dikantor pemasaran sudah mengikuti aturan yang berlaku dan secara baik mengikuti langkah-langkah dalam melakukan penjualan, hanya saja masih belum cukup mampu untuk meningkatkan penjualan perusahaan setiap bulannya yang harus mencapai target. Terlebih lagi masih banyak produk yang belum laku terjual. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih giat lagi dalam memasarkan produknya agar setiap masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai produk yang sedang ditawarkan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin memberikan saran mengenai aktivitas tambahan yang diperlukan dalam *personal selling*, salah satunya dengan menerapkan kembali metode *canvassing* dimana *salesperson* bertemu langsung dengan calon konsumen *door to door* atau ditempat umum seperti mal, pasar, rumah sakit, bandara, dan sebagainya. Saat melakukan *canvassing*, maka *salesperson* akan mengetahui apakah yang terjadi pada calon konsumen tersebut, situasi dan lingkungannya, orang-orang disekitarnya dan yang semua faktor tersebut mendorong terjadinya peluang penjualan. Sebelum melakukannya, *salesperson* terlebih dahulu harus mensurvei tempat-tempat mana yang lingkungannya prospek dan cocok untuk target pasar. Sehingga melalui metode *canvassing* maka akan mempercepat penetrasi produk ke pasar.

Selama kerja magang berlangsung, penulis mengamati *salesperson* dalam melakukan *selling process* untuk mendapatkan calon konsumennya. Berikut penjelasan *selling process* yang sudah dijalankan oleh *salesperson* di PT Paramount Enterprise sesuai dengan konsep teori Kotler dan Armstrong.

1. *Prospecting*

Berdasarkan *database* yang sudah dikumpulkan, *salesperson* mengidentifikasi calon konsumen yang menurut perkiraannya mempunyai potensi yang berkualitas untuk membeli produk yang nanti akan ditawarkan.

2. *Preapproach*

Pada proses ini, *salesperson* tidak selalu mempelajari situasi atau kondisi calon konsumen sebelum mereka melakukan kunjungan penjualan. Sehingga dapat membuat *salesperson* tidak siap bertemu calon konsumen dan pada akhirnya tidak melakukan penjualan.

3. *Approach*

Setelah melakukan *prospecting* biasanya *salesperson* akan langsung melakukan pendekatan pada calon konsumen dengan cara bertemu langsung dengan mereka. Pertemuan ini seringkali terjadi di kantor pemasaran, agar lebih mudah untuk menjelaskan produknya dan juga lebih dekat dengan lokasi pembangunannya.

4. *Presentation and Demonstration*

Setelah bertemu langsung dengan calon konsumen, *salesperson* akan mulai menjelaskan produk-produk yang sedang ditawarkan oleh perusahaan, dengan menjelaskan kelebihan-kelebihan produk tersebut. Selain itu juga, jika calon konsumen ingin melihat langsung rumah contoh, *salesperson* akan segera mengantarkan calon konsumen ke lokasi pembangunan sambil menjelaskan informasi tambahan dari produk tersebut.

5. *Handling Objections*

Pada proses ini, *salesperson* akan membantu mengatasi keluhan konsumen untuk membeli produk, keluhan bisa berupa bentuk dan ukurannya yang kurang sesuai dengan minat calon konsumen, ada juga keluhan mengenai perhitungan harga yang terlalu mahal, sehingga membuat *salesperson* mencari cara agar mendapatkan perhitungan lebih murah yang sesuai dengan *budget* calon konsumen.

6. *Closing*

Salesperson berhasil melakukan penjualan atas pembelian produk dari konsumennya. Pada proses ini, *salesperson* harus melakukan pengajuan unit rumah yang diminta, jika ternyata masih ada dan sudah disetujui oleh *sales manager* maka transaksi akan berhasil, seiring dengan calon konsumen yang telah membayar uang muka pada rumah yang diinginkan.

7. *Follow-up*

Proses akhir ini, setiap *salesperson* diharuskan untuk melakukan *follow-up* terhadap konsumen-konsumen mereka sebelumnya yang sudah melakukan pembelian. Akan tetapi hasil dari pengamatan penulis, *salesperson* pada perusahaan ini sudah jarang melakukan *follow-up*, terlebih lagi jika tidak ada produk yang akan diluncurkan dalam waktu dekat. Hal tersebut berdampak pada penjualan yang menurun.

Dari enam *selling process* yang sudah dijalankan, ada beberapa proses yang masih harus lebih dilakukan lagi oleh *salesperson* dalam meningkatkan mutu kinerjanya. Maka dari itu, penulis ingin memberikan saran mengenai apa saja yang harus ditambahkan agar kinerja *salesperson* menjadi lebih baik. Hal-hal yang ditambahkan pada *selling process* tersebut, antara lain;

1. *Preapproach*

Salesperson harus lebih banyak mengenal dan mempelajari kondisi dari calon konsumennya, dengan melihat sesuai dengan kebutuhan dari calon konsumen itu sendiri, produk apa yang sesuai dengan selera dan *budget* mereka. Dan apakah jika diberikan hadiah maka calon pelanggan tersebut akan tertarik untuk membeli atau tidak.

2. *Follow-up*

Pada proses ini, *salesperson* harus lebih giat lagi dalam melakukan *follow-up* karena melalui proses tersebut hubungan *salesperson* dengan konsumen akan terjalin dengan baik, sehingga jikalau pada dalam jangka waktu dekat tidak ada produk yang diluncurkan maka *salesperson* dapat melakukan

follow-up dengan menawarkan produk-produk yang masih tersisa atau belum terjual, akan tetapi masih tetap melihat konsumen mana yang cocok dengan produk tersebut.

Peran *telemarketing* juga belum dirasa cukup untuk meningkatkan penjualan, karena sejauh ini penjualan produk melalui *telamarketing* masih sangat rendah. Dilihat dari aktivitas *telemarketing* yang tidak dilakukan secara rutin dan kurangnya *database* perusahaan yang ada, sehingga membuat *telemarketing* tidak efektif. Menurut penulis, kesiapan perusahaan dalam melakukan aktivitas *telemarketing* masih belum cukup kuat untuk membuat konsumen membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penulis ingin memberi saran mengenai pekerjaan secara tetap dilakukan oleh *salesperson* atas aktivitas *telemarketing* ini dan juga penambahan *database* perusahaan yang setiap minggunya diupdate dan setiap *telemarketing* diwajibkan untuk menelpon sekurang-kurangnya 20 perusahaan yang masih aktif untuk memprospek dengan rata-rata waktu 10 menit.

Penulis juga ingin memberikan saran terhadap prosedur *telemarketing* yang harus diikuti oleh setiap *salesperson*, yaitu;

1. *Salesperson* harus menanyakan ketersediaan dari konsumen untuk diinformasikan diawal sehingga mengurangi emosi penerima telepon dan dapat dinilai lebih sopan.
2. Selalu menanyakan kapan bisa di *follow-up* dan *salesperson* dipastikan akan menjadwalkan tanggal *follow-up* tersebut tepat waktu.
3. *Salesperson* harus dilengkapi dengan *product knowledge* yang lebih baik untuk dikondisikan dengan praktek dilapangan, sehingga tidak mengalami kesulitan dalam menghadapi pertanyaan konsumen.
4. Dilakukannya pelatihan dan pengawasan berkala. Tujuannya sebagai evaluasi dan peningkatan mutu prosedur *telemarketing*.
5. Melakukan *crossselling* dengan menanyakan kebutuhan konsumen lalu dicocokkan dengan penawaran lainnya yang sesuai kebutuhan.

Dengan *telemarketing* fungsi pemasaran akan berdampak semua, tidak hanya penjualan namun juga *brand image* apalagi kalau produk perusahaan yang

ditawarkan masih baru tentu akan sangat berguna untuk menunjang iklan perusahaan yang ada di berbagai media. Dan terkadang perusahaan akan mendapat informasi-informasi metode penjualan yang lebih baik, karena kita mendapatkan *feedback* langsung dari calon pelanggan.

Dengan demikian, penerapan metode baru tersebut pada *personal selling* dan *telemarketing* yang disarankan untuk PT Paramount Enterprise sebaiknya lebih dimaksimalkan lagi agar konsumen dapat lebih mengenal produk yang sedang ditawarkan perusahaan dan pada akhirnya dapat membeli produk tersebut. Kepercayaan konsumen juga sangatlah penting untuk keberlangsungan aktivitas perusahaan. Hal inilah yang penulis dapatkan berdasarkan pengalaman selama mengikuti kerja magang di PT Paramount Enterprise.