



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor bisnis di Indonesia mengalami kondisi yang naik turun pada beberapa tahun terakhir akibat terjadinya krisis global. Kondisi ini terjadi pada beberapa sektor industri seperti tekstil, elektronik dan produk kayu yang mengalami penurunan daya saing dan melemahnya kegiatan investasi. Namun demikian, berbeda dengan industri properti di Indonesia yang mengalami perkembangan dari tahun ke tahun karena dipengaruhi oleh kuatnya perekonomian Indonesia dengan dan peralihan *trend* investasi dari negara maju ke negara berkembang.

Sejak tahun 2009, pertumbuhan bisnis pada industri properti di Indonesia secara umum meningkat dari sisi penjualan dan permintaan. Indonesia memimpin negara-negara di Asia Tenggara dalam daftar negara dengan pertumbuhan properti hunian tertinggi sepanjang tahun 2013. Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan harga rumah tahunan sebesar 11,5% pada kuartal ke empat 2013 dari periode tahun sebelumnya. Jika dilihat dari presentasi negara lain seperti, Malaysia yaitu sebesar 10,1% dan Singapura sebesar 1,9%. Indonesia menduduki posisi di atas negara lain (Global House Price Index, 2013).

Kota Tangerang Selatan dalam beberapa tahun terakhir ini menjadi salah satu wilayah dengan pertumbuhan properti tertinggi di Indonesia. Pertumbuhan tersebut mencapai 50%–60% per tahun untuk properti residensial dan rumah toko. Hal tersebut didasari karena wilayah Serpong dianggap sebagai lokasi yang strategis dan salah satu wilayah yang dekat dengan Jakarta karena adanya akses jalan tol pada beberapa titik yang tersebar di Serpong. Pembangunan infrastruktur pada wilayah Serpong dikatakan baik, sehingga sangat potensial untuk memicu pengembangan beragam produk properti dan menarik minat para pelaku usaha dalam melihat peluang bisnis dalam industri ini. Kawasan Gading Serpong adalah salah satu bagian dari wilayah Serpong yang sering disebut sebagai kawasan *sub-urban* karena sarana dan prasana infrastruktur kawasan Gading Serpong tidak

kalah dengan Jakarta, namun dari sisi jumlah penduduk masih belum sepadat kawasan lain seperti Bogor, Depok, dan Bekasi. Dengan demikian, perkembangan kawasan Gading Serpong sebagai daerah *sub-urban* memiliki konsekuensi logis berupa penambahan penduduk yang semakin padat dan kemampuan daya dukung yang terbatas.

Meningkatnya permintaan pada industri properti seperti residensial, komersial maupun perkantoran. Tidak dapat dihindari, kebutuhan terhadap properti residensial menjadi permintaan yang paling besar, karena kebutuhan akan hunian adalah kebutuhan yang utama dalam kehidupan manusia. Selain itu, keinginan untuk memiliki hunian yang nyaman dan ideal bagi keluarga adalah harapan setiap orang. Alasan lain para pelanggan membeli rumah karena bukan hanya untuk ditinggali melainkan untuk sarana investasi berupa penghasilan sewa atau keuntungan (*capital gain*) pada saat mereka memutuskan menjual propertinya.

Melihat potensi dan kebutuhan akan properti di wilayah Gading Serpong, PT Paramount Enterprise sebagai salah satu perusahaan properti memiliki visi dan misi yang baik dalam mengembangkan kawasan wilayah di Gading Serpong. Sebagai perusahaan properti, strategi pemasaran PT Paramount Enterprise yang efektif dan efisien dapat meningkatkan *competitive advantage* perusahaan. Kondisi persaingan industri properti di kawasan Gading Serpong yang ketat, membuat perusahaan PT Paramount Enterprise melakukan strategi berupa pemasaran pembangunan rumah menengah dengan harga Rp 800 juta untuk kawasan Gading Serpong ini. Hasil dari strategi ini mendapat tanggapan positif dari konsumen sehingga membuat perusahaan ini menjadi salah satu pengembang properti yang patut diperhitungkan di kawasan Gading Serpong. Selain itu, strategi dalam memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melakukan transaksi pembelian serta layanan purna jual yang baik, seperti pada saat serah terima properti sesuai dengan perjanjian. Faktor pendukung lainnya berupa infrastruktur yang sudah semakin baik, seperti pusat pendidikan, rumah sakit, serta kawasan residensial yang mendukung membuat perusahaan menciptakan produk yang ditawarkan secara berkesinambungan di kawasan Gading Serpong.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Salah satu divisi yang mempunyai peranan penting dalam perkembangan perusahaan adalah divisi *marketing* dan *sales*. Pada divisi ini, aktivitas *marketing* yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara *personal selling*. *Salesperson* yang merupakan individu yang menawarkan suatu produk mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk mendapatkan konsumen dengan cara memahami kebutuhan dan karakteristik konsumen, membentuk dan menjaga hubungan baik dengan konsumen, serta dapat menjual produk dan jasa kepada konsumen. *Salesperson* yang ada di dalam PT Paramount Enterprise melakukan *personal selling* dengan cara menunggu calon pelanggan didalam kantor atau *walk in* dan menunggu *incoming call* yang masuk pada telepon yang sudah tersedia.

Selain itu, setiap minggunya seorang atau lebih *salesperson* ditugaskan untuk mengikuti pameran yang berada didalam mal-mal yang tersebar di wilayah jabodetabek, dengan maksud untuk menarik pelanggan yang sedang berada didalam mal pada wilayah tertentu. Jadi, aktivitas *marketing* yang paling dominan dilakukan yaitu dengan *personal selling*.

Oleh karena itu, penulis ingin melaporkan evaluasi dari *personal selling* terhadap tugas yang dilakukan *salesperson* didalam kantor ataupun diluar kantor seperti mengikuti pameran apakah sudah sesuai dengan standard operasional perusahaan dan juga apakah kinerja *salesperson* sudah dilakukan secara efektif dan efisien? Selain itu, bagaimana cara manajemen perusahaan menjual produk properti ditengah kondisi ekonomi yang sulit dan tingkat persaingan yang tinggi?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Secara umum, kerja magang diadakan dengan berbagai maksud yang diharapkan dapat tercapai sehingga dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa di perguruan tinggi dan mempunyai tujuan yaitu:

1. Menerapkan dan mengembangkan pengetahuan teoritis *Marketing dan Sales* ke dalam praktek kerja yang sebenarnya.
2. Memperoleh pengalaman di dunia kerja
3. Memperoleh wawasan melalui proses kerja di PT. Paramount Enterprise.

4. Mengembangkan cara berpikir mahasiswa agar bisa lebih cepat dalam mengembangkan kemampuan diri di lingkungan kerja.
5. Untuk memahami dan mencari kemampuan dasar apa yang sebenarnya diinginkan di dunia kerja.

## **1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.4.1 Waktu pelaksanaan Kerja Magang**

Kerja magang dilakukan di PT. Paramount Enterprise yang beralamatkan di Jl. Boulevard Raya Gading Serpong Kav. 1 Gading Serpong dan dilakukan mulai tanggal 27 Februari 2015 sampai tanggal 26 Juni 2015. Jam kerja selama kerja magang yaitu hari Senin sampai dengan Jumat yang dimulai pada pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB.

### **1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

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 perubahan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan 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 Pengajuan 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 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 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 Ferry John selaku *Sales Manager*.

- d. Mengikuti seluruh peraturan yang berlaku di PT. Paramount Enterprise.
- e. Melakukan pekerjaan minimal disatu bagian tertentu di perusahaan sesuai dengan bidang studinya. Tugas yang diberikan oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dituntaskan atas dasar 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.

### 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.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan laporan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai hal – hal meliputi latar belakang pelaksanaan kerja magang, pokok permasalahan, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

#### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis menjelaskan berbagai hal mengenai gambaran umum dari perusahaan tempat pelaksanaan kerja magang meliputi sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta landasan teori yang berhubungan dengan kerja magang yang dilaksanakan.

#### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Bab ini penulis memberikan berbagai informasi mengenai pelaksanaan kerja magang yang berisikan posisi dan koordinasi yang dijalani penulis selama pelaksanaan kerja magang, pihak yang bertanggung jawab, tugas yang dilakukan selama menjalani kerja magang, proses kerja, kendala yang dialami selama kerja magang, solusi atas kendala yang ditemukan, dan pengalaman yang didapatkan dari perusahaan tempat dilaksanakan kerja magang.

#### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan apa yang diambil terkait dengan teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi dalam praktek kerja magang. Selain itu, bab ini juga berisikan saran baik bagi perusahaan.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**