



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

Selama kegiatan magang dilakukan, penulis berkesempatan untuk bekerja pada divisi *marketing* MCM Media Networks sebagai pemasar yang bertanggung jawab dalam membantu kegiatan divisi *marketing* contohnya seperti melakukan pemasaran terhadap klien mengenai jasa dan produk baru yang dimiliki ataupun mengenai harga dan ruang kosong untuk beriklan yang dimiliki MCM Media Networks, selain itu penulis juga berkesempatan menjadi *administration staff website* Autofresh.net di mana penulis bertanggung jawab terhadap website ini seperti menjawab pertanyaan pada kolom klinik motor dan mobil. Ketika ada pertanyaan seputar mobil dan motor yang masuk, maka penulis akan menghubungi bengkel mobil atau motor yang menjadi rekanan untuk menjawab pertanyaan yang masuk, dan memasarkan jasa yang dimiliki oleh MCM Media Networks seperti menawarkan untuk beriklan pada website Autofresh.net, Jagoanmusik.net, *free magazine* Tangerang Plus, beriklan pada radio Fresh FM dan beriklan pada media lainnya kepada klien. Tanggung jawab penulis dalam membantu kegiatan divisi *marketing* contohnya seperti mencari nomor klien yang akan diprospek, menghubungi calon klien dan membuat janji untuk *meeting*, meng-*blast* e-mail ke calon klien, serta membantu memberikan masukan-masukan baru untuk website Autofresh.net.

Kerja magang yang dilakukan penulis di dalam divisi *marketing*, di bawah bimbingan Ibu Ade Meylie Permata Sari selaku direktur dan MCM Media Networks sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *digital agency* sehingga pekerjaan yang dilakukan penulis adalah membuat proposal kerja sama, memperbarui informasi di *social media*, mencari kontak calon klien, membuat janji dengan klien, dan juga mempresentasikan produk yang dimiliki oleh MCM Media Networks kepada calon klien.

3.2 Tugas yang dilakukan

Selama kegiatan kerja magang yang dilakukan oleh penulis sejak tanggal 03 Februari 2014 hingga 02 April 2014, terdapat beberapa tugas yang dilakukan oleh penulis yang terlampir pada laporan realisasi praktik kerja magang.

Beberapa tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan kepada penulis dapat terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 : Tugas yang dilakukan Penulis

Tugas Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	- Menganalisis website Autofresh.net.
2	- Mengumpulkan <i>database</i> kontak ATPM Motor dan Mobil.
3	- Mengumpulkan <i>database</i> kontak toko-toko di Sekitar Tangerang Selatan.
4	- Membuat Surat Penawaran.
5	- Meng- <i>update</i> berita pada website Autofresh.net
6	- Mencari harga <i>space</i> untuk <i>event</i> di <i>mall</i> .

7	- Menghubungi calon klien.
8	- <i>Meeting</i> dengan calon klien.
9	- Membuat Segmentasi Pembaca website Autofresh.net.
10	- <i>Mem-blast e-mail</i> ke calon konsumen.
11.	- Membuat konsep advertising untuk KTM Indonesia

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Kegiatan yang berhubungan dengan *Personal Selling* dan *Customer Relationship Management*.

- Mengumpulkan *database* alamat ATPM motor dan mobil.

Penulis mengumpulkan alamat dan nomor agen tunggal pemegang merek yang bisa dihubungi untuk melakukan penawaran berkaitan dengan jasa yang dimiliki MCM Media Networks. Selain itu, tujuan dikumpulkan menjadi satu alamat dan kontak ATPM motor dan mobil adalah agar mempermudah dalam menerapkan CRM.

- Mengumpulkan *database* kontak toko-toko di Sekitar Tangerang Selatan.

Tujuan mengumpulkan *database* kontak toko seperti bank daerah hingga lembaga pendidikan di sekitar Tangerang Selatan sama seperti tujuan mengumpulkan *database* untuk ATPM motor dan mobil agar mempercepat dan mempermudah untuk menghubungi calon klien karena dengan pengelompokan tersebut

penulis dapat memilih konsumen mana yang akan didatangi terlebih dahulu

- **Menghubungi calon klien**

Menghubungi calon klien merupakan tindak lanjut dari pengumpulan kontak dan alamat dari calon klien yang telah dilakukan oleh penulis. Di mana saat menghubungi calon klien, penulis mencari tahu siapa yang bertanggung jawab mengenai periklanan pada perusahaan tersebut dan meminta waktunya untuk bertemu.

- **Membuat surat penawaran**

Setelah membuat janji dengan calon klien, penulis membuat surat penawaran kepada klien yang akan diperlihatkan saat bertemu dengan calon klien atau dapat pula dikirim terlebih dahulu sebelum melakukan pertemuan agar calon klien dapat mempelajari lebih lanjut.

- **Meeting dengan calon klien**

Saat *meeting*, penulis ditemani oleh seorang *marketing* di MCM Media Networks yang lebih senior untuk membantu saat ada pertanyaan yang kurang dapat dijawab oleh penulis. Yang dilakukan penulis saat *meeting* tersebut adalah menjelaskan produk dan jasa yang dimiliki oleh MCM Media Networks dan mencari tahu bersama apa yang menjadi kebutuhan dari calon klien tersebut sehingga *tools* yang digunakan dapat efektif dan tepat sasaran.

- **Membuat konsep advertising untuk KTM Indonesia**

Dari hasil pertemuan dengan salah satu ATPM motor menginginkan sesuatu yang berbeda untuk menampilkan produknya sehingga penulis dengan beberapa rekan kerja di divisi *marketing* berencana membuat konsep acara yang dibagi menjadi dua yaitu di beberapa mall "*medium-high level*" Jakarta dan Tangerang dan kampus yang juga terletak di Jakarta dan Tangerang. Yang dipetakan dari masing-masing konsep adalah kampus dan mall yang menjadi target, tujuan dari acara di jabarkan agar mengetahui target apa yang ingin dicapai seperti target pengenalan produk atau langsung berjualan di tempat, dan yang terakhir adalah menjabarkan siapa saja yang menjadi target market yang berada pada lokasi tersebut.

Acara yang akan dilakukan saat di universitas adalah *test ride* yang diakhiri dengan video testimoni, menjual *merchandise*. Tujuan dari *test ride* adalah agar mahasiswa dapat merasakan perbedaan motor KTM dibanding motor Jepang pada umumnya, seperti yang diketahui bahwa motor Eropa memiliki kerangka yang lebih kuat dan tenaga yang lebih besar yang pada akhirnya target market yang ada di universitas tersebut dapat menyebarkan kepada khalayak mengenai kelebihan motor KTM melalui berbagai media sosial yang ada.

Untuk acara yang akan digelar saat di mall adalah *test ride*, *free style*, *selling merchandise*, *talk show*, peresmian komunitas

KTM Duke dan juga menjual motor KTM pada *event* tersebut. Dikarenakan komunitas KTM Duke yang hanya ada di Jakarta dan Bandung, agar dapat lebih menjangkau para pecinta KTM yang ada di daerah seperti di Tangerang maka akan dibuatkan anak cabang atau yang lebih sering disebut *chapter*. Karena saat membeli kendaraan *high-end* maka yang sering dipikirkan para calon pembeli adalah ketersediaan komunitas agar mempermudah dalam berbagi mengenai kendala yang ditemukan pada kendaraannya maupun sekedar mengetahui siapa saja yang menggunakan kendaraan yang sama yang ada disekitarnya.

Materi yang akan dibahas pada *talk show* yang diadakan di mall adalah bedah teknologi motor KTM, demo motor melewati banjir, dan pada tahap terakhir menyebarkan kuesioner ataupun dengan metode survey untuk mendapatkan saran dan kritik dari para pengunjung di mall.

- **Mencari harga sewa untuk *event* di *mall*.**

Dari konsep acara yang direncanakan di beberapa mall dan kampus di Jakarta dan Tangerang, langkah awal yang penulis siapkan agar dapat menghitung biaya yang akan dikeluarkan untuk membuat acara tersebut adalah harga *space* di *mall* yang dapat digunakan untuk *event*.

B. Kegiatan yang berhubungan dengan website Autofresh.net

- Menganalisis Website Autofresh.net

Saat hari pertama kerja magang pada kantor MCM Media Networks, penulis diminta untuk "membedah" *back office* website Autofresh.net agar penulis tahu besaran tempat beriklan pada website tersebut sehingga ketika mempresentasikan ke calon klien dan muncul pertanyaan mengenai ukuran yang diberikan di website Autofresh.net dapat dijawab oleh penulis. Selain itu tujuan lainnya adalah agar penulis diharapkan dapat menginput sendiri data-data yang akan ditambahkan pada website Autofresh.net

- Membuat Masukan-Masukan Baru

Menambahkan kolom *show room* favorit pada rubrik jual beli di Autofresh.net, mempermudah untuk membuat iklan jual beli kendaraan dengan cara membuat tulisan yang lebih besar dan mudah dilihat, meng-*update* link berita setiap jam agar para pengikut autofresh.net tidak bosan dengan berita yang ada, menambah informasi lebih banyak pada rubrik jual beli kendaraan seperti spesifikasi kendaraan yang akan dijual.

Memperbesar tampilan berita pada bagian *home* karena Autofresh.net merupakan portal berita sehingga yang ditonjolkan adalah berita yang dimiliki.

- **Membuat Segmentasi Pembaca Website Autofresh.net**

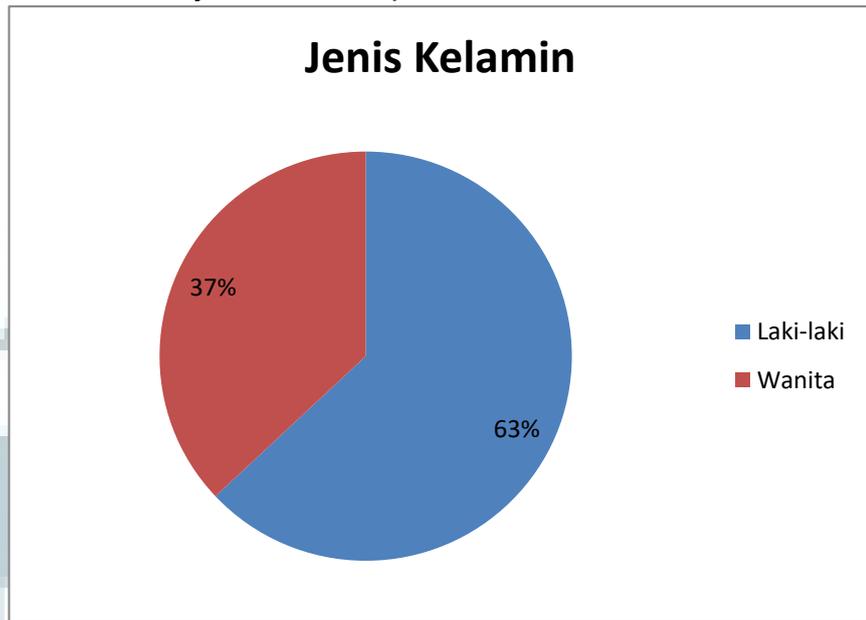
Dari hasil analisis website Autofresh.net, penulis diminta untuk membuat segmentasi pembaca dari website tersebut. Pertama-tama yang dilakukan penulis adalah mencari tahu statistik pengunjung website melalui aplikasi yang disediakan google yaitu *google analytic*. Dari data tersebut penulis mendapatkan bahwa ketertarikan pembaca Autofresh.net khususnya pada hal mengenai Otomotif, Electronic, dan Sport. Rentan usia pengunjung Autofresh.net adalah sebagai berikut:

Rentan Usia	Prosentase
18-24 tahun	27.5%
25-34 tahun	33.5%
35-44 tahun	15.5%
45-54 tahun	12%
55-64 tahun	6%
> 64 tahun	4%

Estimasi Page View dari Autofresh.net

Page View	Jumlah
Perhari	1.200
Perbulan	31.000

Berdasarkan jenis kelamin pembaca Autofresh.net



Penulis menyimpulkan bahwa pembaca terbesar pada website Autofresh.net adalah laki-laki dengan kisaran umur 25-34 tahun dan memiliki ketertarikan pada elektronik, otomotif dan sport.

- **Meng-update berita pada website Autofresh.net**

Penulis juga berkesempatan menjadi admin website Autofresh.net, di mana salah satu tugas yang dijalankan adalah memperbarui berita yang ada pada website tersebut dengan cara mencari berita dari website otomotif di luar negeri lalu diterjemahkan ke bahasa Indonesia dan tidak lupa mencantumkan sumber berita.

C. Perusahaan yang diajukan kerja sama

Nama Perusahaan	Keterangan
Froggy Edutography	Setelah mendapatkan kontak yang bertanggung jawab mengenai periklanan di Froggy Edutography, penulis membuat janji untuk bertemu dan berhasil untuk mempresentasikan produk yang dimiliki MCM

	Media Networks. Pihak Froggy tertarik beriklan pada KRL tetapi terbentur dengan dana untuk program mendatangkan murid-murid dari berbagai tempat.
Ford Indonesia	Penulis mengirimkan <i>e-mail</i> ke <i>customer service</i> untuk mendapatkan kontak yang bertanggung jawab menangani periklanan di Ford Indonesia, setelah mendapatkan kontak yang bertanggung jawab menangani periklanan, penulis menghuginya untuk membuat janji bertemu tetapi karena jadwal yang padat dari pihak Ford Indonesia maka penulis mengirimkan surat penawaran melalui <i>e-mail</i> dan belum ada kejelasan lagi dikarenakan pihak Ford telah menggunakan jasa pemasaran dari perusahaan lain.
Paramount Land, Atria Hotel and Conference, Summarecon Serpong, Es Teller 77	Sulitnya untuk mendapat <i>contact person</i> yang menangani periklanan di ketiga tempat ini sehingga penulis hanya menyerahkan surat penawaran kepada resepsionis yang berjanji akan meneruskan kepada bagian <i>marketing</i> .
KTM Moto Indonesia	Setelah mendapatkan alamat kantor pusat KTM Moto Indonesia yang ternyata tidak jauh dari kantor MCM Media Networks yang masih terletak di daerah BSD. Penulis dengan seorang karyawan di divisi pemasaran membawa produk dan jasa yang dimiliki MCM untuk dipresentasikan.
Fruppy Drink	Menghubungi <i>contact person</i> yang didapat dari website Fruppy lalu membuat janji, dan ketika bertemu dengan pihak Fruppy, penulis dan karyawan pemasaran dari MCM mempresentasikan produk yang dimiliki MCM dan pihak Fruppy mempertimbangkan untuk menggunakan produk MCM pada KRL.

	Setelah beberapa hari, pihak Fruppy Drink ingin bertemu kembali untuk membicarakan materi yang akan digunakan untuk ditempatkan pada KRL.
--	---

3.3.1 Kesamaan Teori Dengan Dunia Kerja

A. *Personal Selling*

Personal selling melibatkan percakapan langsung antara penjualan dan pembeli baik tatap muka atau dengan beberapa mediator teknologi, seperti telepon atau komputer. Hal ini tidak banyak digunakan secara *online* karena ketika seorang tenaga penjual yang terlibat, lebih efektif jika menggunakan telepon atau mengunjungi prospek secara pribadi (Strauss dan Frost, 2009). Penulis merasakan hal yang sama dengan teori *personal selling* yang ada, di mana penulis harus menghubungi calon klien terlebih dahulu lalu membuat janji untuk bertemu dan pada akhirnya mengunjungi calon klien untuk menjelaskan produk dan jasa yang dimiliki.

B. *Customer Relationship Management*

Customer relationship management (CRM) merupakan sebuah proses yang menunjukkan seluruh aspek dalam mengidentifikasi konsumen, menciptakan pengetahuan konsumen, membangun hubungan dengan konsumen dan mempertegas persepsi konsumen terhadap organisasi beserta produknya (Peelen, 2005). Hal tersebut sesuai dengan yang penulis alami, di mana perusahaan MCM Media Networks selalu mengkomunikasikan produk barunya kepada klien yang sudah pernah menggunakan hingga ke calon konsumen baru agar para klien merasa diperhatikan walaupun sedang tidak bekerjasama dengan MCM Media

Networks. Klien yang dihubungi terkadang tidak menggunakan daftar nama yang telah disimpan di MS Excel, melainkan berdasarkan daya ingat karyawan pemasaran terhadap klien tersebut sehingga terkadang ada klien yang seharusnya dihubungi juga untuk diberi penawaran malah tidak dihubungi.

4 elemen dalam CRM ini merupakan pegangan agar perusahaan dapat mempertahankan klien yang sudah ada atau mendapatkan calon klien baru, berikut 4 elemen tersebut: (1) Know: memahami pasar dan pelanggan (2) Target: mengembangkan penawaran (3) Sell: memperoleh pelanggan (4) Service: mempertahankan pelanggan.

3.3.2 Kendala Yang Ditemukan

Saat menjalankan praktek kerja magang penulis menemukan beberapa kendala, seperti :

1. Kendala teknis mendominasi seperti: fasilitas kerja berupa kursi, komputer, koneksi internet tidak lancar.
2. Usulan mengenai tampilan *website* dari penulis yang belum berjalan karena kendala teknis seperti kurangnya karyawan IT. Selengkapnya usulan *project* disampaikan di bagian saran.
3. Kurang efektifnya *tools marketing* di MCM Media Networks seperti hanya menggunakan kertas yang *diprint* untuk mempresentasikan produk MCM Media Networks dan hasil *print* terkadang tidak sesuai dengan warna asli.
4. Kurangnya informasi yang jelas disampaikan ke level manajemen bawah.

3.3.3 Solusi Dari Kendala Yang Ditemukan

Solusi yang penulis dapat berikan dalam menjalankan kegiatan magang di MCM Media Networks:

Perlu ditingkatkan fasilitas-fasilitas yang ada seperti kursi kerja, komputer serta koneksi internet yang baik sehingga tidak mengganggu pekerjaan yang harus menggunakan koneksi internet. Tetapi penulis juga menyadari bahwa peningkatan fasilitas seharusnya diikuti oleh jumlah klien dan jumlah karyawan yang ada agar biaya yang meningkat diikuti juga semakin meningkatnya pemasukan perusahaan.

Selain itu perlu juga menambahkan *staff* di bagian IT agar mempercepat pekerjaan yang berkaitan dengan *website* seperti menambah kolom yang ada pada website hingga mengurangi kolom yang dapat meningkatkan kualitas *website* secara keseluruhan.

Informasi dari atasan ke bawahan mengenai produk baru yang dimiliki terkadang belum jelas sehingga menyulitkan karyawan saat bertemu klien sehingga untuk menghindari hal ini, karyawan di MCM Media Networks harus lebih kritis terhadap informasi yang masih kurang jelas diberikan agar dapat menjawab semua pertanyaan dari klien.