



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

Kedudukan penulis dalam kerja magang di PT Primatama Mitra Teknika adalah di bawah Divisi Pemasaran yang dikepalai oleh Bapak Muchammad Abdillah sebagai Manajer Pemasaran. Untuk koordinasi yang akan dilakukan oleh penulis, biasanya penulis langsung bertanya kepada Bapak Abdillah.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan oleh penulis selama kerja magang di PT Primatama Mitra Teknika adalah sebagai berikut ini:

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinator
1	Pengenalan dan <i>trial</i> pada bagian produksi	Muchammad Abdillah
2	Pemahaman tentang produk-produk perusahaan yang akan ditawarkan kepada <i>client</i>	Muchammad Abdillah
3	Pengenalan tentang <i>supply chain</i> perusahaan	Muchammad Abdillah
4	Pengenalan tentang <i>telemarketing</i> dan sistem <i>marketing</i> yang sudah dijalankan oleh perusahaan	Muchammad Abdillah
5	<i>Meeting</i> dengan <i>client</i> dan belajar tentang bagaimana melakukan <i>services after sales</i>	Muchammad Abdillah
6	Memahami proses produksi plastik untuk kemasan produk	Muchammad Abdillah

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinator
7	Menghubungi dan membuat jadwal pengiriman produk yang sudah selesai diproduksi kepada <i>client</i>	Muchammad Abdillah
8	Melakukan pemasaran melalui telpon kepada calon-calon <i>client</i>	Muchammad Abdillah
9	Melakukan proses negosiasi harga dengan calon <i>client</i> melalui telpon atau saat <i>meeting</i>	Muchammad Abdillah

Tabel 3.1 Tabel kegiatan yang dilakukan selama kerja magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

1. Pengenalan dan *trial* pada bagian produksi

Untuk memahami perusahaan secara mendetail, seperti tahap-tahap pemasaran serta operasional perusahaan dari produksi hingga logistiknya.

2. Memahami produk-produk perusahaan yang akan ditawarkan kepada *client*

Untuk tahap ini, penulis langsung terjun ke bagian produksi guna memahami jenis-jenis produk plastik kemasan untuk pakaian dan memahami perbedaan material yang digunakan.

3. Pengenalan tentang *supply chain* perusahaan

Dalam tahap ini, penulis diinformasikan mengenai perputaran *supply chain* perusahaan, dari *list* vendor material hingga vendor yang menampung *waste*.

4. Pengenalan tentang *telemarketing* dan sistem *marketing* yang sudah dijalankan oleh perusahaan

Di tahap ini penulis diajarkan bagaimana cara menawarkan produk ke *client* melalui media seperti telpon dan *e-mail*.

5. *Meeting* dengan *client* dan belajar tentang bagaimana melakukan *services after sales*

Disini penulis belajar tentang bagaimana cara melakukan *retaining* pada *client* dan memahami betapa pentingnya *service after sales* pada *client*.

6. Memahami proses produksi plastik untuk kemasan produk

Untuk memahami proses produksi plastik dari biji plastik mentah yang diolah sedemikian rupa dan menjadi plastik kemasan pakaian hingga penyortiran *waste* untuk diolah kembali menjadi biji plastik.

7. Menghubungi dan membuat jadwal pengiriman produk yang sudah selesai diproduksi kepada *client*

Pada tahap ini, penulis belajar untuk mengestimasi waktu produksi dan pengiriman sesuai dengan jumlah pesanan dari *client*. Cepat atau tidaknya tergantung dari jumlah pesanan dan jumlah staff produksi yang mengerjakan pesanan tersebut.

8. Melakukan pemasaran melalui telpon kepada calon-calon *client*

Disini penulis belajar bagaimana cara menginformasikan produk melalui telpon kepada calon *client* serta berusaha meyakinkan bahwa produk kami berkualitas.

9. Melakukan proses negosiasi harga dengan calon *client* melalui telpon atau saat *meeting*

Dalam tahap ini, penulis belajar bagaimana cara bernegosiasi pada calon *client* agar mau menggunakan produk kami. Biasanya setelah penawaran dikirim melalui *e-mail*, penulis melakukan *follow-up* kepada calon *client* melalui media telpon atau *meeting*.

3.4 Kendala yang Ditemukan

1. Minimnya pengalaman di bidang *Marketing* yang terkadang membuat penulis bingung saat praktek kerja magang di PT Primatama Mitra Teknika.
2. Bertemu dengan *client* yang banyak memiliki persyaratan soal kualitas produk namun menginginkan harga yang relatif murah.
3. Sulit mengatur beberapa jadwal *meeting* dengan *client* dikarenakan jadwal produksi yang padat.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Penulis selalu bertanya apabila menemui kesulitan dan meminta saran serta bimbingan kepada pembimbing lapangan, Bapak Muchammad Abdillah selaku Manajer *Marketing* selama melakukan praktek kerja magang di PT Primatama Mitra Teknika.
2. Untuk proses negosiasi hingga *dealing* pada *client*, biasanya berdasarkan keputusan dari bagian *Finance* melalui Bapak Muchammad Abdillah, jadi disini penulis tidak terlalu berperan besar, namun tetap merasakan suasana negosiasi dengan *client* yang terkesan memaksakan harganya.

3. Untuk masalah ini tiada kata lain selain membuat *client* mengantri, karena bila terlalu banyak jumlah produksi akan membuat jam kerja karyawan operasional terlalu padat yang dikhawatirkan dapat berpengaruh terhadap ketelatenan karyawan saat melakukan kegiatan produksi serta untuk meminimalkan *waste*.

3.6 Hubungan Teori Dengan Pekerjaan yang Dilakukan

3.6.1 Produk

Bagi PT Primatama Mitra Teknika, produk dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Sesungguhnya pelanggan tidak hanya sekedar membeli fisik suatu produk tetapi juga kualitasnya. Oleh karena itu, menjaga kualitas produk adalah hal yang tetap dijaga oleh PT Primatama Mitra Teknika dalam rangka memuaskan serta menjaga pelanggan yang sudah ada.

Untuk jenis produk plastik, PT Primatama Mitra Teknika menyediakan plastik kemasan untuk pakaian dengan 2 jenis plastik *Thermoplast*, yaitu plastik *Polyethylene* (PE) dan *Polypropylene* (PP). Plastik *Thermoplast* adalah plastik yang dapat dicetak berulang-ulang dengan kondisi dipanaskan.

Plastik *Polyethylene* (PE) adalah jenis plastik *thermoplast* yang tergolong elastis, tidak tembus air, tidak berbau, dan memiliki daya tahan terhadap suhu hingga 135 derajat Celcius. Plastik jenis PE biasa digunakan untuk kemasan plastik pembungkus gula, obat-obatan, dan makanan beku.

Gambar 3.1 Produk Plastik *Polyethylene* (PE)



Sumber: Dokumentasi

Sedangkan plastik *Polypropylene* (PP) adalah jenis plastik *thermoplast* juga, namun yang membedakannya dengan plastik PE adalah tingkat kelenturannya yang tidak terlalu lentur dan setingkat lebih tahan lama dibanding plastik PE. Plastik PP biasanya digunakan untuk kemasan produk tekstil seperti kemeja dan celana.

Gambar 3.2 Produk Plastik *Polypropylene* (PP)



Sumber: Dokumentasi

3.6.2 Harga

Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan suatu hal penting yang harus dipertimbangkan dengan baik karena dapat mempengaruhi total pendapatan dan juga untuk menutup biaya yang dikeluarkan perusahaan selama proses operasional dari produksi hingga logistik. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan sasaran pasar, kualitas produk, kuota pesanan, pelayanan, serta persaingan.

Untuk harga, penulis melihat bahwa teori penetapan harga *Competition-based Pricing* menjadi landasan bagi perusahaan dalam menetapkan harga. Perusahaan menetapkan harga sedikit lebih murah dibanding harga pesaingnya, dan tidak lepas dari peran *Owner* yang berasumsi bahwa lebih baik sedikit profit tetapi banyak pembeli atau pelanggan daripada banyak profit namun sedikit yang membeli. Perusahaan juga menerapkan teori penetapan harga *Value-based Pricing* dalam arti harga yang diberikan tetap sesuai dengan kualitas yang diinginkan oleh konsumen walaupun harga yang diberikan relatif lebih murah.

Tabel 3.2 Daftar Perbandingan Harga Produk Plastik untuk PT Kyung Seung Trading Indonesia

	PT Primatek	PD Menara Plastik	Aneka Plastik
Produk	Plastik PP	Plastik PP	Plastik PP
Ukuran	30 x 40 cm	30 x 45 cm	30 x 40 cm
Ketebalan	0,5 <i>micron</i>	0,3 <i>micron</i>	0,55 <i>micron</i>
Harga/lembar	Rp480,-/lembar	Rp566,-/lembar	Rp 585,-/lembar
<i>Minimum Quantity</i>	Omset Rp500.000,-	25kg (+/-1.160lembar)	14kg (+/-650lembar)

Sumber: www.distributorplastik.com, www.supplierplastikkemasan.com

3.6.3 *Place / Saluran Distribusi*

Tempat atau lokasi PT Primatama Mitra Teknika terbagi atas dua kantor yang berada di daerah Joglo Baru dan Kalideres. Untuk di daerah Joglo adalah kantor untuk administrasi dan produksi yang masih bisa dikerjakan secara manual tanpa mesin dengan kuota kecil seperti proses penyablonan, penghapusan cetakan kemasan, dan penyortiran *waste* produksi kecil. Untuk di daerah Kalideres hanya murni untuk produksi dengan kuota besar dengan menggunakan mesin-mesin berat dari *blowing* material plastik kemasan, hingga tahap penyablonan serta *finishing*.

Penempatan salah satu kantor produksi di Kalideres tidak lepas dari perhitungan perusahaan tentang efisiensi waktu pengiriman produk kepada *client*. Kebanyakan *client* dari PT Primatama Mitra Teknika berada di daerah industri KBN Cakung. Proses pengiriman dari kantor produksi di Kalideres dapat diakses melalui jalan bebas hambatan atau tol yang hanya memakan waktu sekitar 45 menit sampai 1 jam bila kondisi lalu lintas lancar.

3.6.4 *Promosi*

Untuk tahap promosi, perusahaan ini lebih banyak mengaplikasikan salah satu unsur dari *Promotional Mix* (bauran promosi) dengan cara *direct marketing* kepada calon konsumennya melalui telpon hingga surat elektronik (*e-mail*). Perusahaan juga memiliki *website* pribadi, namun tidak terlalu efektif dan kurang *maintenance* sehingga perusahaan lebih gencar melakukan promosi melalui *direct marketing*.

Setelah melakukan promosi secara langsung melalui telpon dan *e-mail*, perusahaan biasanya melakukan *meeting* dengan calon *client* untuk memberi

contoh produk dan berujung negosiasi dengan calon *client*. Namun, setelah negosiasi, proses *dealing* terkadang tidak langsung terjadi saat itu juga karena calon *client* juga memiliki beberapa vendor untuk plastik kemasan produknya sehingga proses *dealing* bisa terjadi sehari-hari setelah *meeting* melalui telpon atau *e-mail*.

3.6.5 Customer Retention

Sudah menjadi hal yang wajib bagi perusahaan seperti PT Primatama Mitra Teknik untuk menjaga para pelanggannya. Hal ini tentu saja menjadi perhatian khusus dari *Owner* dalam rangka menjaga keberlangsungan perusahaan dan untuk terus meningkatkan profit bagi perusahaan melalui kesetiaan para pelanggannya. Oleh karena itu, sudah menjadi hal yang lumrah bagi perusahaan untuk memberikan insentif, *entertainment*, *benefit*, atau *reward* bagi para pelanggannya agar perusahaan dapat memperkuat jalinan bisnis dengan para pelanggannya.

UMMN