



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 kerja magang di PT. Daikin *Air Conditioning*, penulis mempunyai kedudukan sebagai *Marketing Support* yang nantinya ditugaskan oleh Bapak Heldrian selaku *Senior Route Sales*, penulis juga beberapa kali mendapat tugas oleh *Assistant Manager Sales* secara langsung yaitu Bapak Stephen Lenggano.

3.2 Tugas yang Dilakukan

No	Pekerjaan yang dilakukan	Supervisor	Uraian Pekerjaan	Output
1	Mengunjungi <i>Dealer</i>	Bapak Stephen Lenggano	Melakukan <i>update</i> perkembangan penjualan, permasalahan <i>dealer</i> dalam melakukan penjualan	Mendapat <i>update</i> penjualan <i>dealer</i> , apakah penjualan mengalami penurunan atau kenaikan. Jika mengalami penurunan, <i>sales</i>

				bersama <i>dealer</i> mencoba menelusiri penyebabnya. Tidak hanya itu <i>sales</i> mengunjungi <i>dealer</i> juga dengan tujuan membangun relasi baik dengan <i>dealer</i> .
			Mengevaluasi penyebab turun atau naiknya penjualan	Penyebab turunnya sebuah penjualan <i>airconditioner</i> misalnya dikarenakan cuaca, <i>competitor</i> mengeluarkan produk lebih murah. Naiknya penjualan <i>airconditioner</i> contohnya karena adanya pembangunan masal yang menyebabkan keperluan <i>airconditioner</i> meningkat

2	Memberikan <i>Marketing Support</i> Bagi <i>Dealer</i> yang Membutuhkan	Bapak Stephen Lenggano	<i>Dealer</i> memberi tahu pada <i>sales</i> bahwa dia memerlukan bantuan <i>inventory</i>	Menyiapkan beberapa <i>inventory marketing</i> kepada <i>dealer</i> yang membutuhkan, sebagai contoh seorang <i>dealer</i> ingin membuka cabang baru, maka dari pihak Daikin memberikan apresiasi berupa totebag
3	Rekap Data & <i>Closing Sales</i>	Bapak Stephen Lenggano	Rekaptulasi data <i>dealer</i> yang mendapatkan potongan harga pembelian produk, rekaptulasi data <i>dealer</i> mengenai <i>claim</i> produk Daikin	Potongan harga tersebut nantinya diberikan pada <i>dealer</i> dalam bentuk kupon untuk pembelian produk selanjutnya.

			<p>Rekaptulasi data <i>dealer</i> (seperti <i>passport</i>, nama toko, nomor <i>handphone</i> dll) untuk <i>dealer</i> yang mendapatkan <i>reward</i> berupa <i>trip</i></p>	<p>Data yang telah dibenarkan oleh <i>senior sales</i> akan dikirimkan ke kantor pusat dan nantinya akan diteruskan kepada pihak <i>travel agent</i> untuk mengurus keberangkatan <i>dealer</i>.</p>
			<p>Membuat <i>closing sales report</i> yang di tutup persemester</p>	<p>Data perbulan yang akan ditutup persemester (oktober-maret), apakah penjualan <i>dealer</i> menyampai <i>target</i> penjualan atau tidak.</p>
4	<i>Purchase Order & Delivery Order</i>	Bapak Stephen Lenggano	<p>Belajar untuk menginput PO (<i>Purchase Order</i>)</p>	<p><i>Purchase Order</i> dikirim kebagian <i>warehouse</i> untuk proses pengiriman barang kepada <i>dealer</i> atau langsung ke konsumen</p>
5	Mencari <i>Dealer</i> Baru	Bapak Stephen Lenggano	<p>Mencari <i>dealer</i> baru di sekitar wilayah Tangerang Utara</p>	<p>Mengetahui <i>dealer-dealer</i> baru di daerah Tangerang Utara</p>

			Mencoba mengajak calon <i>dealer</i> agar mau bergabung menjadi <i>dealer</i> daikin	Mendapat beberapa kontak nomor <i>potential dealer</i> dan nantinya akan di hubungi untuk <i>controlling</i>

Sumber: Data Penulis, 2020

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

1. Mengunjungi *Dealer*

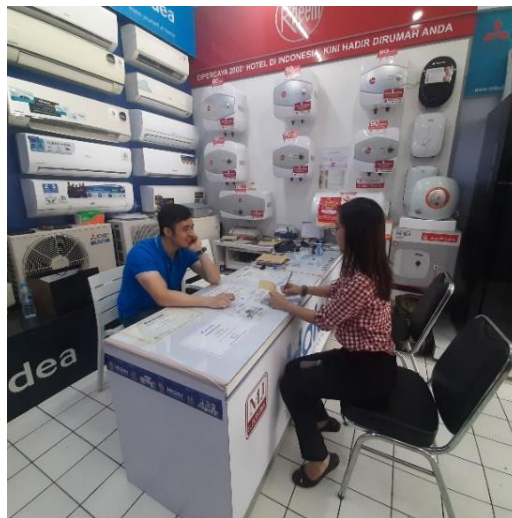
Bersama *senior sales*, seorang *salesforce* wajib mengunjungi *dealer* melakukan cek penjualan dan lainnya, penulis mengunjungi beberapa *Dealer* PT. Daikin Airconditioning di sekitar Tangerang, untuk berbagi mengenai permasalahan, kebutuhan, peningkatan penjualan, bukan hanya itu, *salesforce* di PT. Daikin Airconditioning harus dapat membangun hubungan baik dengan para *dealer*. *Sales* dapat membantu *dealer* jika mengalami penurunan penjualan yang signifikan, seperti membantu memberikan *project* dari *request* konsumen. Beberapa *dealer* yang sudah penulis kunjungi diantaranya adalah CV. Jaya Makmur Anugrah, Pro-shop PT. Mitra Warga, Vivi Electronic, Best price, Mitra jaya,. Kunjungan ke toko *dealer* dilakukan selain untuk mengambil surat jalan, bertanya mengenai kendala, kunjungan dilakukan agar hubungan *dealer* dengan *sales* PT. Daikin Airconditioning Indonesia dapat terjalin dengan baik,

salesforce juga beberapa kali memberikan apresiasi-apresiasi misalnya berupa pemberian kue saat seorang *dealer* berulang tahun.



Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 1 Berkunjung ke Pro-shop PT. Mitra Warga



Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 2 Berkunjung ke Mitra Jaya Gambar 3.2



Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 3 Berkunjung ke CV. Jaya Makmur Anugrah

2. Memberikan *Marketing Support* Bagi *Dealer* yang Membutuhkan
Salah satu tugas *salesforce* dalam *marketing support* adalah membantu *dealer* dengan cara memberikan *marketing support*. *Marketing support* merupakan salah satu bentuk apresiasi PT. Daikin Airconditioning Indonesia kepada *dealer* yang telah membantu dalam menjual produk kepada konsumen akhir. *Marketing support* yang di sediakan oleh PT. Daikin Aiconditioning Indonesia kepada *dealer* contohnya adalah jika *banner* atau papan bertuliskan Daikin pada toko mereka sudah kotor atau rusak, pihak PT. Daikin Airconditioning Indonesia akan menggantikannya dengan yang baru melalui *salesforce*. Selain itu beberapa bentuk *marketing support* lainnya adalah membuatkan kartu nama toko, menyiapkan *tote bag* jika ada pembukaan cabang baru, memberikan katalog *new product*. Tahapan dalam *marketing support* yaitu, dari pihak *dealer* mengkomunikasikan kebutuhannya kepada *salesforce*, lalu dari *salesforce*

menyampaikannya kepada pihak *marketing inventory* di PT. Daikin Airconditioning Indonesia pusat, setelah disiapkan keperluan tersebut *sales* mengambilnya ke pusat dan memberikannya kepada pihak *dealer*.



Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 4 Marketing Inverntory PT. Daikin Airnconditioning Indonesia

Untuk *marketing support* berupa kartu nama, rak *display* dan *dummy* memerlukan waktu lebih lama karena pembuatan, untuk kartu nama *sales* bisa mengambilnya secara langsung dan memberikannya kepada *dealer* namun untuk rak *display* dan *dummy* tidak bisa, dibutuhkan data per-*dealer*, dan setelah selesai pembuatan, pihak marketing PT. Daikin Airconditioning Indonesia dikantor pusat yang langsung akan mengirimkannya pada toko *dealer*.

Name of Dealer	Area	Rack Display		
		Prioritas	Optional	Rack Display/Dummy
CV.JAYA MAKMUR ANUGERAH	Serpong	✓		Rack & Dummy
MUK KOO	Tangerang City		✓	Dummy
SUHIANTO	Karawaci			
PT. VISION MANDIRI ABADI	Serpong	✓		Dummy
JULIUS DARMA PT	Cipondoh	✓		Rack & Dummy
PT BEST PRICE ELEKTRONIK INDONESIA	Serpong	✓		Dummy
PT.SINAR JAYA INDONESIA ELECTRONIC	Cilegon	✓		Rack & Dummy
PT. DELTA HASRAT ANUGRAH	Green Lake	✓		Dummy
PT.HAKA POLAR INDONESIA	Juru Mudi	✓		Dummy
PT.SAMUDERA TATA UDARA	Serpong	✓		Rack & Dummy
CV. MADINAH WIJAYA PUTRA		✓		Rack & Dummy
		9	1	

Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 5 Data Permintaan *Rack Display & Dummy*

3. Rekap Data & *Closing Sales*

Merekap data *claim* dari *dealer* Best Price dan Seven Electronic, yang nantinya data ini akan dikirimkan melalui *e-mail* kepada *senior route sales*.

REKAP CLAIM DAIKIN DESEMBER 2019 - JANUARI 2020		
BEST PRICE		
NO	INVOICE	NILAI
1	19.12.120	Rp50,000
2	19.12.150	Rp100,000
3	19.12.191	Rp50,000
4	19.12.201	Rp50,000
5	19.12.205	Rp100,000
6	20.01.002	Rp50,000
7	20.01.010	Rp50,000
8	20.01.023	Rp50,000
9	20.01.038	Rp50,000
10	20.01.132	Rp250,000
11	20.01.175	Rp50,000
12	20.01.276	Rp50,000
13	20.01.286	Rp50,000
14	20.01.378	Rp50,000
		Rp1,000,000

Sumber: Data Penulis, 2020

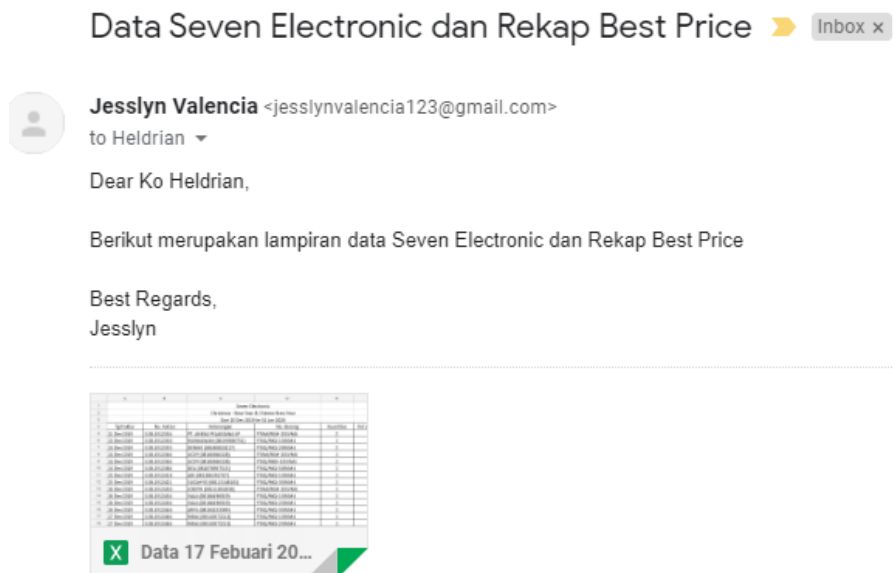
Gambar 3. 6 Data Claim Dealer Best Price

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
4	Tgl Faktur	No. Faktur	Keterangan	No. Barang	Kuantitas	Pot @75.000	Pot @100.000	Pot @500.000	Total	
5	21 Des 2019	S.SB.1912334	PT. ANEKA PELAKSANA UP	FTKM/RKM-25SVM4	2		100,000.00		200,000.00	
6	23 Des 2019	S.SB.1912350	RUKMAWAN (08199398751)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
7	24 Des 2019	S.SB.1912355	DENNIS (08180826217)	FTKQ/RKQ-20SVM4	2		100,000.00		200,000.00	
8	24 Des 2019	S.SB.1912364	UCEP (08186566328)	FTKM/RKM-25SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
9	24 Des 2019	S.SB.1912364	UCEP (08186566328)	FTKQ/RKM-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
10	24 Des 2019	S.SB.1912384	DEA (081878957515)	FTKQ/RKQ-50SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
11	25 Des 2019	S.SB.1912418	ADI (081286291707)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
12	25 Des 2019	S.SB.1912421	SUCAHYO (08113148181)	FTKQ/RKQ-35SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
13	26 Des 2019	S.SB.1912430	JOSEPH (08111831858)	FTKM/RKM-25SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
14	26 Des 2019	S.SB.1912434	VALA (08184496929)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
15	26 Des 2019	S.SB.1912434	VALA (08184496929)	FTKQ/RKQ-25SVM2	1		100,000.00		100,000.00	
16	26 Des 2019	S.SB.1912446	ARYA (08184153389)	FTKQ/RKQ-35SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
17	27 Des 2019	S.SB.1912464	RISKA (08110072212)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
18	27 Des 2019	S.SB.1912464	RISKA (08110072212)	FTKQ/RKQ-25SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
19	27 Des 2019	S.SB.1912469	PT. BFI FINANCE/AGUS	FTKQ/RKQ-15SVM4	2		100,000.00		200,000.00	
20	28 Des 2019	S.SB.1912537	PRAMUDIAMTO (08111289897)	FTKQ/RKQ-25SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
21	28 Des 2019	S.SB.1912569	MARDIANA (08127790802)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
22	29 Des 2019	S.SB.1912691	ADE IRAWAN (081276033295)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
23	29 Des 2019	S.SB.1912691	ADE IRAWAN (081276033295)	FTKQ/RKQ-25SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
24	30 Des 2019	S.SB.1912719	AZWARI (08114367890)	FTKQ/RKQ-25SVM4	2		100,000.00		200,000.00	
25	31 Des 2019	S.SB.1912918	WASDI (08122663113)	FTKQ/RKQ-15SVM4	1		100,000.00		100,000.00	
26	02 Jan 2020	ISI.2001-00035	HOASIN (0811110308)	FTKQ/RKQ-25SVM4	1		100,000.00		100,000.00	

Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 7 Data Dealer Seven Electronic

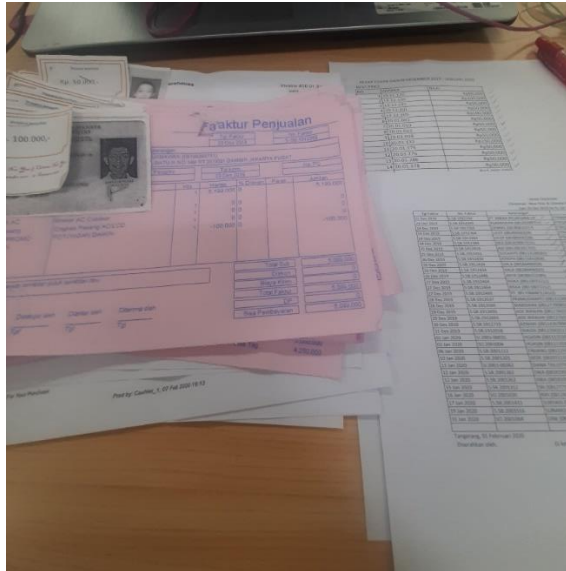
Mengirimkan data penjualan kepada senior *sales*, jika sudah benar *senior sales* akan mengirimkan balasan *e-mail*



Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 8 Mengirimkan *E-mail* Kepada *Senior Sales*

Merekaptulasi data *dealer* yang mendapatkan diskon mulai dari 5% sampai 20% tergantung seberapa besar penjualan yang telah *dealer* capai.



Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 9 Data *Dealer* yang Mendapatkan Kupon

Membantu *senior sales* untuk membuat *closing sales report* dimana *report* tersebut dibuat per semester, semester pada PT. Daikin Airconditioning Indonesia adalah pada bulan April sampai September dan Oktober sampai Maret, *closing sales report* berisi jumlah penjualan *dealer*. Setiap *dealer* mempunyai *target* penjualan berupa komitmen yang telah *dealer* pilih sebelumnya. Dalam periode 1 semester jika target tersebut tercapai, maka dealer akan mendapat *reward* yaitu sejumlah uang (*sales campaign*) atau paket wisata (*inverter campaign*), *dealer* PT. Daikin Airconditioning Indonesia yang berkomitmen juga mendapat *reward* tambahan yaitu pemberian *reward* dalam bentuk emas murni 12 gram (*gold reward*)

No.	DL Year	Name of Dealer	Area	Sales	Inverter			TOTAL									
					MultiS2	MultiS3	Biasa	KEL 1	KEL 2	KEL 3	MQPA	VRV	Purifier	STV	STC	FVRN	
1	2012-1	CV.JAYA MAKMUR ANUGERAH	Serpong	Heldrian	6	12	36	272							80	137	
2	2012-2	MUK KOO	Tangerang City	Heldrian	2		35	515	2						155	323	2
3	2014-1	SUHIANTO	Karawaci	Heldrian													
4	Existing	PT. VISION MANDIRI ABADI	Serpong	Heldrian	10	3	15	118							35	55	
5	2015-1	PT BAHAGIA SUKSES SENTOSA	Tangerang City	Heldrian			5	100							50	45	
6	2017-2	JULIUS DARMA PT	Cipondoh	Heldrian	14	18	38	274							69	135	
7	2014-2	PT BEST PRICE ELEKTRONIK INDONESIA	Serpong	Heldrian			1	14								13	
8	2018-2	PT.SINAR JAYA INDONESIA ELECTRONIC	Cilegon	Heldrian			5	100							40	55	
9	2018-1	PT.SAMUDERA TATA UDARA	Serpong	Heldrian	12		10	61	5						14	25	3
TOTAL QTY					1,461	44	33	145	1,454	7	0	0	0	0	443	788	5
TOTAL POINT					1,489				1,454	35	0	0	0				

Sumber: Data Penulis, 2020

Gambar 3. 10 Closing sales report

4. Purchase Order dan Delivery Order

Membantu *senior sales* mengecek kembali *purchase order* yang nantinya akan dikirimkan oleh *dealer* melalui *e-mail* resmi yang terdaftar di data dan harus ada tanda tangan dan cap dari *dealer* yang bersangkutan yang nantinya admin *sales* akan memproses pengiriman produk tersebut, pada PT. Daikin Airconditioning tutup PO dilakukan setiap jam 2 lalu dikirim keesokan harinya jika melewati jam tersebut, produk akan dikirim lusa.

Jakarta
Air Conditioning
Your trusted Air Conditioning Partner
Rukan Colloseum No 9 Green Lake City
Phone: 021-2252-2268 / 0877-8550-9888

PURCHASE ORDER
Tangerang 31 Januari 2020

No PO : 008 / POJAC/31.01.2020
Tgl kirim : 3 Februari 2020
kepada yth :
Pt daikin Airconditioning Indonesia
Up : Bpk Helderian & bpk mustakin

NO	ITEM	QYT	SATUAN	PK
1	STC 15 NV	20	unit	1/2 Pk
2	STC 20 NV	10	unit	3/4 Pk
3	STC 25 NV	20	unit	1 Pk
4	STC 35 NV	10	Unit	1.5 Pk
5	STV 25 CV	5	unit	1 Pk
6	STV 25 SV	5	unit	1 Pk
7	STKQ 35 SV	2	unit	1.5 Pk
8	MKC 70 (Ctkc 15 + Ctkc 25 + Ctkc 50)	1	Set	
9	MKC 50 (Ctkc 15 + Ctkc 20 + Ctkc 25)	3	Set	
10	MKC 30 (Ctkc 15 + Ctkc 20)	3	Set	
TOTAL		79	Unit	

NOTE : Unit Urgent Delivery
Mohon Dikirim Jam 9.00 Wib Alamat Pengiriman green Lake City
Ruko Colloseum No 9 Bertemu Dengan Bapak Kurniawan

Hormat kami
Julius Putra

3-76191
9-219995

Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 11 Contoh lembar *Purchase Order*

5. Mencari *Dealer* Baru

Dalam kurun waktu tertentu target penjualan meningkat, dibutuhkan tenaga *dealer* lebih untuk pencapaian target per-cabang PT. Daikin Airconditioning Indonesia, PT. Daikin Airconditioning Indonesia cabang Tangerang untuk semester ini akan menambah minimal 5 *dealer*, untuk itu pihak *salesforce* di minta untuk mencari *dealer* yang berpotensi di daerah-daerah lain. Saat bulan Maret 2020, penulis dan *senior sales* pergi ke daerah Tangerang Utara untuk mencari *dealer* baru. Ada beberapa dealer yang menurut penulis dan *senior sales* dapat berpotensi menjadi dealer PT. Daikin Airconditioning Indonesia. Beberapa diantaranya menunjukkan antusias namun tidak sedikit yang langsung menolak dengan alasan persentase yang diterima cukup kecil. Penulis bersama *senior sales* berusaha membujuk para *dealer* dengan menunjukkan apa saja

keuntungan menjadi *dealer* PT. Daikin Aiconditioning Indonesia, namun dealer tersebut menolak dengan alasan jika beli di *dealer* besar keuntungan yang mereka dapat lebih banyak dan langsung diskon dipotong. *Dealer* besar dapat menjual lebih murah karena mereka biasanya membeli langsung lebih banyak dari PT. Daikin Airconditioning Indonesia untuk mengejar target, dan tentu saja potongan yang didapat lebih besar jika membeli lebih banyak.



Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 12 Mencari *Dealer* Baru di Daerah Tangerang Utara

3.4 Kegiatan Tambahan Selama Magang

1. *Meeting*

a. *Meeting* Perkenalan Produk Baru VRV

Meeting dipimpin oleh salah satu *sales* (sebagai yang mempresentasikan) dan *dealer*, *meeting* ini dilakukan untuk menambah *product knowledge* seorang *dealer*. *Sales* termasuk penulis, mengajak para *dealer* untuk belajar lebih jauh mengenai jenis produk VRV, keraguan para *dealer* dalam menjual produk VRV adalah lebih sulit untuk menemukan konsumen yang membutuhkan jenis VRV dibanding dengan AC Residensial. Dalam *meeting* ini *senior sales* memberi pengetahuan mengenai keunggulan jenis VRV, mulai dari persentase keuntungan sampai cara dealer mengedukasi konsumen mengenai VRV.

Penulis membantu *dealer* yang masih belum memahami mengenai produk VRV, dan memberikan *dealer* penjelasan yang penulis dapatkan dari *senior sales*.

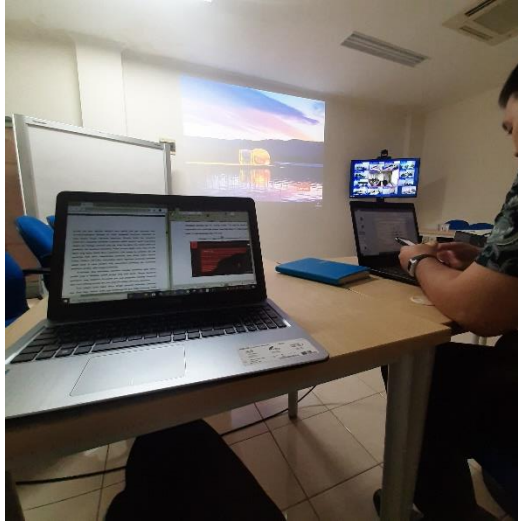


Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 13 *Meeting* Mengenai Produk Baru VRV

b. Mengikuti Meeting Dengan Divisi Sales

Mengikuti *daily meeting* dengan *sales* lain, mengenai perkembangan *sales* dan membahas mengenai masalah-masalah yang ada. *Report* mengenai apa saja kendalanya dalam penyelesaian masalah tersebut. Penulis membantu *senior sales* sebagai asisten biasanya penulis ditugaskan sebagai notulen dan terkadang juga diminta untuk memberikan pendapat.



Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 14 *Meeting Online* dengan Seluruh Sales di PT. Daikin Airconditioning Indonesia

c. Melakukan *Meeting* dengan Calon Konsumen Projek

Mengikuti *meeting* beserta presentasi mengenai *project* pembuatan Café dan bertemu dengan calon konsumen di kantor Ciptadana. lokasi sebelumnya telah dilakukan evaluasi tempat terlebih dahulu setelah itu mendapat kesepakatan berupa *project* pemasangan AC di tempat café itu akan di bangun. Kendala yang dialami dalam projek ini adalah sulitnya meyakinkan konsumen mengenai perbandingan harga AC Daikin dengan kompetitor, pihak konsumen menginginkan harga termurah dari *dealer*.



Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 15 Pembahasan Projek

2. *Training*

a. Mengikuti *Training Tutorial Penggunaan Air Purifier*

Membantu salah satu *sales* dalam melakukan *training* untuk konsumen mengenai produk-produk baru yang dikeluarkan oleh PT. Daikin agar menambah *product knowledge*, penulis mengikuti *training tutorial* cara instalasi serta penggunaan dari *air purifier* agar tidak terjadi *miss communication* dengan calon konsumen. *Training* di adakan di lapangan secara langsung, ini merupakan permintaan dari konsumen dikarenakan dari pihak konsumen mengeluh dengan *air purifier* Daikin yang tidak mengeluarkan bunyi serta udara yang keluar tidak kencang. Setelah dilakukan *training* berupa cara instalasi serta cara penggunaan, pihak konsumen baru mengerti cara penggunaan dari *air purifier*.



Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 16 *Training* Cara Penggunaan *Air Purifier* di Exion Mobil

b. Mengikuti *Training* Aplikasi Heat Load Calculation HKGSG

Salah satu *sales* menjelaskan mengenai cara penggunaan aplikasi Head Load Calculation HKGSG yaitu sebuah aplikasi yang digunakan untuk mengukur butuh berapa PK suatu ruangan. *Training* ini diikuti oleh beberapa *dealer* beserta beberapa *sales junior*. Cara kerjanya adalah dengan mengestimasi dalam satu ruangan bisa ditempati berapa orang, berapa jendela yang ada di ruangan, seberapa panjang, tinggi, lebar suatu ruangan. Penulis membantu *senior sales* dengan melakukan instalasi aplikasi ke laptop *dealer* yang sebelumnya telah *dealer* bawa sendiri.



Produced on 3/13/2020 with Xpress Selection V8.8.1 - database DIL 14.0.4

Project name RUMAH TINGGAL
 Project address -
 Indonesia
 Reference -
 Client name -
 Client address -
 Revision 00

Selection parameters of the indoor units can be found under the chapter Indoor unit details
 Selection parameters of the outdoor units can be found under the chapter Outdoor unit details
 Only the data published in the data book are correct. This program uses close approximations of these data.

1. Material List

Model	Qty	Description
RXG34AMF14	1	Cooling only VRV AI16.20HP multi module JD
FXAG22AVM4	1	VRV AJAVM4 - Wall Mounted
FXAG22AVM4	4	VRV AJAVM4 - Wall Mounted
FXSQ109PAV4	5	VRV S-PA(D) - Ceiling Mounted Duct(MSP)
KHRP26A3T	1	Refrer branch piping kit
KHRP26A7ZT	5	Refrer branch piping kit
KHRP26A7ZT = KHRP26M73P	3	Refrer branch piping kit
DCRM0145	1	Intelligent Tranch Manager
BHFP22P100	1	Outdoor unit multi connection piping kit
BRC16B3	10	Wired Remote Controller (Navigation Remote Controller)
R410A	10 kg	Extra refrigerant charge
Pipng 6.4	4.0m	
Pipng 6.8	29.0m	
Pipng 12.7	50.0m	
Pipng 15.9	35.0m	
Pipng 19.1	16.0m	
Pipng 22.2	3.0m	
Pipng 25.6	15.0m	
Pipng 34.6	16.0m	



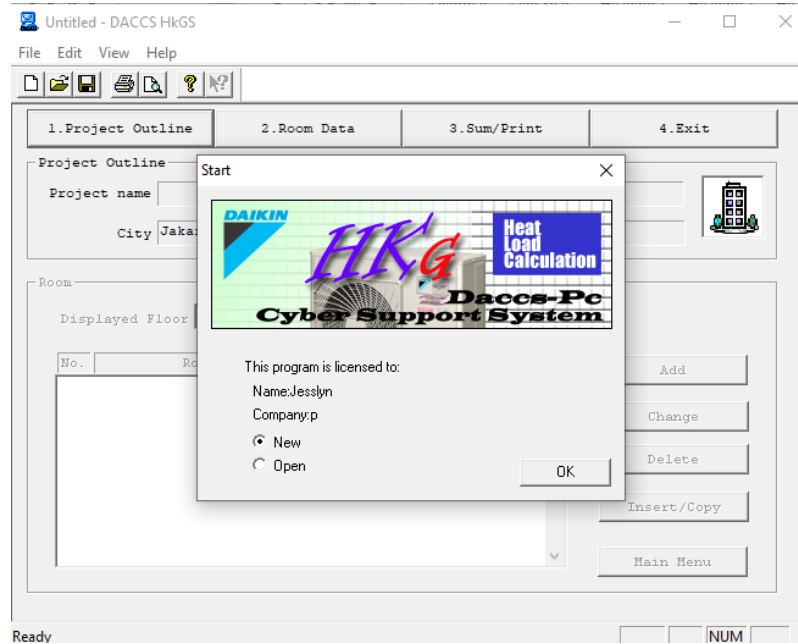
2. Indoor Unit Details

2.1. Table of Abbreviations

Name Logical name of the device
 FCU Device model name
 ▼ indicates a model was down due to tolerance
 Tmp C Indoor conditions in cooling (dry bulb temp. /HR)
 Rq TC Required total cooling capacity
 Rq HC Applied indoor capacity safety factor or tolerance
 Max TC Available total cooling capacity
 Rq SC Required sensible cooling capacity
 Max SC Available sensible cooling capacity
 Tenvs Evaporating temperature of indoor unit coil
 Tdis C Indoor unit discharge air temperature in cooling
 Tdis H Indoor unit discharge air temperature in heating
 Rq HC Required heating capacity
 Rq HC Applied indoor capacity safety factor or tolerance
 Max HC Available heating capacity
 Tdis H Indoor unit discharge air temperature in heating
 Airflow Supplied airflow
 Sound Sound pressure low and high
 PS Power supply (voltage and phases)
 MCA Minimum Circuit Amps
 WxHxD Width/height/depth
 Wght Weight of the device

Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 17 Contoh Detail Ruang Untuk di Ukur



Sumber: Data penulis, 2020

Gambar 3. 18 Tampilan Aplikasi Heat Load Calculation HkGSG

3.5 PERAN SALESFORCE DALAM MEMBANGUN DAN MENJAGA LOYALITAS DEALER PADA PT. DAIKIN AIRCONDITIONING INDONESIA CABANG TANGERANG

Selama melakukan kegiatan kerja magang penulis mendapatkan pemahaman mengenai peran *salesforce* yang ada pada PT. Daikin Airconditioning Indonesia cabang Tangerang kepada *dealer*. Pada PT. Daikin Airconditioning Indonesia peran utama *route sales* yang bertugas sebagai mediator perantara antara *dealer* dengan perusahaan. Tugas-tugas yang dikerjakan oleh *salesforce* sebagai berikut:

- a. Membuat *purchasing order* dari *dealer*.
- b. Memberikan informasi mengenai produk unit maupun informasi lain yang diberikan dengan penjualan (seperti: *sales campaign*, promosi, dll) kepada *dealer*.
- c. Melakukan pengontrolan transaksi pelunasan/pembayaran/penagihan (A/R *Dealer*)
- d. Mediator perantara antara *dealer* dengan Daikin.
- e. Mengirimkan faktur pajak lunas kepada pelanggan yang telah melakukan pelunasan.

NAME OF DEALER	
CV.JAYA MAKMUR ANUGERAH	PT LAYAR SEJUK MANDIRI
MUK KOO	CV. CITRA MANDIRI UTAMA
SUHIANTO	PT. POLARITAS MULTITRANS TECHNOLOGY
PT. VISION MANDIRI ABADI	CV. Jumadi Inti Teknik
JULIUS DARMA PT	PT. NUANSA USAHA SEMESTA
PT BEST PRICE ELEKTRONIK INDONESIA	PT.GADING FORTUNA MANDIRI
PT.SINAR JAYA INDONESIA ELECTRONIC	PT.KARUNIA TAHANA KENCANA SEJAHTERA
PT. DELTA HASRAT ANUGRAH	PT. WIRA SIMETRICA
PT.HAKA POLAR INDONESIA	PT. PANAMAS MITRA SEJATI
PT.SAMUDERA TATA UDARA	PT. ANUGRAH KARYA BERKAT
CV. MADINAH WIJAYA PUTRA	PT. HANNA MITRA JAYATAMA
PT BAHAGIA SUKSES SENTOSA	PT. MITRA CIPTA PERSADA
CV. HOKKY JAYA ELEKTRONIK	PT. MITRA TEKNIK AIRCOND
CV JAYA MANDIRI	PT LINUS PRIMA SOLUSINDO
CV MITRA JAYA	PT.NIGATA GRACIA ABADI
CV.PEPY TEHNIK INDONESIA	PT. OPTIMA KARYA BERSAMA
CV. RONGGOLAWE TEKNIK	CV. ACINDO SEJUK SENTOSA
PT.SUMBER MAJU LANCAR	PT.BENUA GREEN ENERGY
PT.KARUNIA TAHANA KENCANA SEJAHTERA	PT MAXIAIR INDOSURYA
PT. MELODY	PT.AIR DAN UDARA INDONESIA
HENGGY HERMAWAN	STEFANUS TAN
CV.KHARISMA HARAPAN GEMILANG	PT. MITRA MAJU SEJATI
DEDY RINALDI	PT.BERKAT BERSAMA SANTOSA
PT.AHA PRISMA INDONUSA	PT. ANGKASA WASTU PRATAMA
PT.TRIDAYA PARAMA INDONESIA	PT .TRI WARDANA INDONESIA
Menara AC	PT KAMPI MIGUNA SINUKARTA
PT.AIRCOND PRO INDONESIA	PT TRIPARI
PT.NIAGA JAYA ELEKTRONIK	PT JANUR TEKNIK MANDIRI
PT SUMBER MULTI SEJAHTERA	PT. PENTA MITRA AIRCON
PT. EVEREST ELECTRONIC	PT. DELTAMAS SOLUSINDO
PT.JAYA SUARA MAS	PT. AIR SEJUK JAYA
PT NASIONAL MAJU SELARAS	PT. PRATAMA ABYUDAYA KARYA
TINAH SOERIPTO	PT ARTEK RESOLUSI INTERNUSA
PT. PYGMALION NIAGA INDONESIA	CV PRONINDO DAWISHA TEKNIK
CV.SENTRAL JAYA ELECTRONIK	PT.CENTRAL FILTER GUNATAMA
CV. KARYA BUMEN	PT. SINAR KARYA PRIMA
CV. CEMARA JAYA	PT.MULTI CIPTA KREASI
PT ASIATIC CENTRATAMA	PT. RAJAWALI KARUNIA SEJAHTERA
CV SANYOTA JAYA PERKASA	SAMUEL
PT. TOP COOL ENGINEERING	PT MEDIKA MULTITEKNIK MANDIRI
CV. PRIMA AIR CONDITIONER	

Sumber: Daikin, 2020

Tabel 3. 2 Beberapa nama-nama *dealer* di PT. Daikin Airconditioning Tangerang

Dealer Daikin di cabang Tangerang berjumlah 72 *dealer*. *Dealer* mengambil peran yang sangat penting untuk PT. Daikin Airconditioning Indonesia dan karena *dealer* adalah pihak yang langsung berkomunikasi dengan konsumen, tentu saja PT. Daikin Airconditioning Indonesia terutama *salesforce* harus memberikan *support* kepada *dealer* terutama *dealer* yang memenuhi klasifikasi agar menciptakan loyalitas.

Support yang diberikan oleh PT. Daikin Airconditioning Indonesia bertujuan untuk membantu *dealer* untuk meningkatkan penjualan, namun dalam peningkatan penjualan pun seorang *salesforce* sebagai pihak Daikin yang berhubungan langsung pada *dealer* harus terus membangun hubungan baik bagi kedua belah pihak. Menurut Jobber & Lancaster, (2009) *salesforce* adalah satu-satunya penghubung terpenting dengan pelanggan. Upaya pemasaran yang dirancang dan direncanakan terbaik mungkin gagal karena *salesforce* tidak efektif. Pelanggan setia adalah *asset* berharga bagi perusahaan mana pun dan *salesforce* merupakan pusat dari pembentukan dan pemeliharaan loyalitas pelanggan tersebut.

Support yang di berikan oleh PT. Dakin Airconditioning Indonesia sebagai cara meningkatkan penjualan dan loyalitas *dealer*, *support* tersebut bisa berupa pembuatan *dummy* dan rak berlogo Daikin, penyediaan *sales promotionman*, penyediaan kartu nama toko, dan sebagainya. Semakin *dealer* tersebut memberikan kepercayaannya kepada Daikin tentu saja seluruh bagian *sales* Daikin akan memberikan *support* terbaik untuk *dealer* tersebut. Namun seperti yang tertulis dalam latar belakang, *dealer* dibagi menjadi 3 jenis, dan dari 3 jenis *delaer* tersebut mendapatkan *support* yang berbeda dari PT. Daikin Airconditioning Indonesia, dikarenakan beberapa *dealer* tidak 100% juga menjual produk Daikin melainkan juga menjual produk dari *competitor* Daikin, jadi ini merupakan hubungan timbal balik Daikin dengan *dealer*.

Sales	Jumlah Dealer
Heldrian	10
Winy Maisyarah	12
Riki Suwandi	9
Annisaa Y	20
Mario Abdillah	10
Yonatam	11

Sumber: Daikin, 2020

Tabel 3.3 Nama *sales* dan jumlah *dealer*

Pada saat penulis masuk sebagai *intern* di perusahaan tersebut penulis menyadari salah satu permasalahan yang terjadi di PT. Daikin Airconditioning Indonesia cabang Tangerang tersebut adalah kurangnya tenaga kerja bagian *sales*, dikarenakan ada *staff sales* yakni Bu Annisa yang cuti hamil dan ada *sales* yakni Ka Winny yang mengundurkan diri secara tiba-tiba. Bagi perusahaan Daikin yang merupakan perusahaan B2B, *sales* merupakan jabatan yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan *dealer*. Alhasil beberapa *salesforce* untuk sementara memegang tambahan *dealer* yang kosong dan hal tersebut tidak memaksimalkan kerja *salesforce*. Pada semester ini *salesforce* pada PT. Daikin Airconditioning Indonesia juga menargetkan untuk penambahan minimal 5 *dealer* di wilayah Tangerang dan *sales* harus kembali membangun hubungan dengan *dealer* baru dan membutuhkan waktu yang tidak sedikit. *customer relationship management* mensyaratkan bahwa *salesforce* harus berfokus pada jangka panjang dan tidak hanya pada pendapatan penjualan berikutnya. Penekanannya harus pada menciptakan situasi win-win dengan pelanggan sehingga kedua belah pihak dalam interaksi mendapatkan dan ingin melanjutkan hubungan baik (Jobber & Lancaster, 2014).

Namun penulis dapat melihat kerja sama yang baik di divisi *sales*, beberapa *salesforce* tetap berkeja keras serta berkomitmen menjaga nama baik PT. Daikin Airconditioning Tangerang, pengantian *sales* yang keluar juga tergolong cepat, Daikin hanya memerlukan waktu sekitar 2 minggu untuk merekrut karyawan baru, dan setelah itu *sales* baru tersebut dibekali mengenai *product knowledge* dan informasi.

Salesforce harus selalu mendapat informasi lengkap tentang promosi, *sales promotion*, dan *advertising campaign*, di dukung dengan *support* dari Daikin yang memberikan berbagai macam cara untuk menjaga loyalitas *dealer* seperti mengadakan acara seperti *dealer award* yaitu sebuah acara yang mengumpulkan *dealer* dari seluruh Indonesia, acara tersebut bertujuan untuk memberi apresiasi serta menjaga hubungan kerja sama dan menambah relasi antar *dealer*, jamuan makan yang bertujuan agar seorang *sales*, manajer serta *dealer* mengetahui hambatan serta penjualan seorang

dealer, Daikin juga beberapa *reward* yang diberikan Daikin untuk *dealer* yang berkomitmen. *salesforce* juga memberikan beberapa apresiasi kepada *dealer* seperti memberikan kue saat seorang *dealer* berulang tahun, apresiasi kecil tersebut tentu membuat *dealer* untuk meningkatkan semangatnya dalam mempromosikan produk-produk Daikin, tidak lupa *salesforce* menjaga hubungan baik dengan mengunjungi *dealer* sebulan minimal 3 kali, bukan hanya untuk mempertanyakan mengenai penjualan, namun *sales* mengunjungi *dealer* juga untuk sekedar menanyakan kabar beserta hanya mengobrol, dengan begitu *dealer* akan beranggapan bahwa dirinya dan Daikin bukan hanya sebagai media pemasok tetapi juga sebagai partner kerja.

3.7 Kendala yang Ditemukan

1. Sulit bertemu atasan, karena Bapak Stephen tidak selalu berada di kantor Daikin cabang Tangerang, beliau beberapa kali harus ke kantor Daikin pusat yaitu di Jakarta.
2. Gudang *marketing inventory* di PT. Daikin Airconditioning Indonesia kantor pusat belum memiliki sistem yang memungkinkan terhitungnya stok *inventory* secara tepat juga mengenai penempatan barang-barang pada gudang *marketing inventory* yang masih berantakan dan tidak teratur.
3. Banyak *dealer-dealer* yang berpotensi masih belum mau berkerja sama dengan PT. Daikin Airconditioning Indonesia karena masalah persentase pendapatan jika membeli sedikit *unit* lebih rendah dibandingkan bila mereka membeli langsung pada *dealer* besar, jika *dealer* kecil membeli langsung dengan *dealer* besar potongannya akan lebih besar karena *dealer* besar biasanya langsung membeli banyak stok sesuai target mereka lalu dengan begitu potongan dari Daikin untuk *dealer* tersebut lebih banyak.
4. Permasalahan antara pihak *dealer* dan pihak *salesforce*, biasanya terkait *dealer* yang tidak mengikuti SOP, perbedaan pendapat dan *miss communication*. Hal tersebut mengakibatkan rusaknya relasi antara pihak *dealer* dengan pihak PT. Daikin Airconditioning Indonesia, penulis mendengar langsung dari sales

senior bahwa sebenarnya masalah antara seorang *dealer* dan *salesforce* biasanya adalah masalah seperti kesalahan input kode, kesalahan perhitungan discount, surat jalan yang hilang, dan *salesforce* lupa memesan unit tertentu saat sudah tutup PO.

5. Masih kurangnya *product knowledge dealer* mengenai produk-produk PT. Daikin Airconditioning Indonesia sehingga mengakibatkan kesalahan pemahaman konsumen mengenai produk Daikin, tentu hal tersebut berdampak negatif karena brand image Daikin juga akan tidak baik dimata konsumen akhir.
6. Pemasalahan *input at purchase order* (PO), sehingga harus input ulang oleh *admin sales*, pengiriman pun dapat terhambat jika dari pihak pusat sudah tutup PO.

3.8 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Berkomunikasi melalui WhatsApp, dikarenakan sulitnya bertatap muka langsung dengan Bapak Stephen, penulis pada akhirnya menghubungi beliau melalui WhatsApp dan meng-update kegiatan penulis selama ada di Daikin
2. Mengajukan saran pembuatan sistem mengenai data-data jumlah *marketing inventory*, sistem tersebut bertujuan untuk mengetahui secara akurat, siapa *sales* atau karyawan yang mengambil *inventory* tersebut, jumlah banyaknya barang dalam *marketing inventory*, data penambahan barang *marketing inventory*.
3. Lebih memberi pengetahuan lebih mengenai kelebihan-kelebihan jika menjadi *dealer* resmi Daikin, terus berkomunikasi dengan calon *dealer* yang berpotensi, misalnya mengunjungi kembali *dealer* tersebut.
4. Mengkomunikasikan mengenai masalah yang ada, jangan lawan api dengan api, tetap bersabar menghadapi *dealer* tersebut, beri penjelasan yang masuk akal dan tidak menimbulkan masalah yang lebih besar.
5. Memberikan lebih banyak *training* kepada *dealer* mengenai produk-produk Daikin, agar menambah pengetahuan *dealer*.

6. Melakukan konfirmasi kepada *dealer* mengenai ketidaksesuaian kode produk antara kode produk dengan nama produk, *double check* kode produk.