

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis mendapat kesempatan untuk magang di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah dimulai dari tanggal 1 Maret 2021 sampai 13 Mei 2021. Toserba Yogya Plaza Bogor merupakan bagian dari PT Akur Pratama yang bergerak di bidang *shop and retail*. Selama magang, penulis ditempatkan di divisi *Customer Service Officer* dengan sub divisi *Customer Relations* yang mendapatkan bimbingan dan pengawasan langsung dari Wiwit Dwi Widyawati selaku *staff Customer Service Officer (CSO)*.

Pada saat proses wawancara, penulis mendapat pengarahan dari pihak HRD mengenai *jobdesc* dan ketentuan dalam bekerja. Dikarenakan pekerjaan yang akan dilakukan oleh penulis mencakup pemasukan data sensitif pelanggan, penulis diberikan pengantar terlebih dahulu untuk setiap bagian. *Customer Relations* merupakan departemen yang menghadapi pelanggan secara langsung dan diibaratkan tameng pertama dan penanganan pertama dari bencana yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan. *Customer Relations* juga berperan menyampaikan informasi dan menerima informasi yang dua fungsi ini adalah hasil dari koordinasi dengan bagian lain di *department store*. Dalam hal menyampaikan informasi dapat berupa informasi seputar promosi, pelaksanaan program dari departemen

operasional baik *supermarket* dan *fashion*, atau berupa pengumuman jam buka dan tutupnya toko atau informasi penting lainnya dari *department service* untuk kenyamanan pelanggan dalam berkunjung dan berbelanja di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah. Informasi masuk dan keluar tadi disampaikan melalui koordinasi *briefing* rutin harian, mingguan, ataupun saat rapat koordinasi lintas departemen bulanan.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Penulis melakukan kerja magang selama tiga bulan, berikut adalah rincian kegiatan yang penulis lakukan:

Tabel 3.2 Kegiatan Kerja Magang

Aktivitas	Bulan											
	Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pendaftaran Member Yogya Red	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Perbaiki data Member Yogya Red	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Penggantian kartu Member Yogya Red	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Pendaftaran dan penukaran hadiah DOBELBONUS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2021

3.2.1 Pendaftaran *Membership* Yogya Red

Membership merupakan salah satu bentuk usaha perusahaan untuk menjaga loyalitas pelanggan. *Membership* yang disediakan oleh perusahaan harus bisa memberikan keuntungan dan juga membuat pelanggan tertarik untuk ikut mendaftar menjadi *member* di Yogya Group. Sebutan *membership* di Yogya Group ada dua,

yang pertama adalah Yogya Basic dan yang kedua adalah Yogya Red. *Membership* di Yogya Group memiliki keuntungan yang menarik seperti mendapatkan diskon 1% untuk setiap produk yang dibelanjakan di *supermarket*, mendapatkan diskon 10% untuk produk *fashion*, harga khusus untuk produk *supermarket* dan *fashion*, pemegang kartu mendapatkan asuransi jiwa dari Wahana Tata yang bisa diklaim apabila pemegang kartu mengalami kecelakaan. Keuntungan di atas hanya bisa didapatkan jika jenis *membership* yang dimiliki adalah Yogya Red. Keuntungan yang didapatkan oleh jenis *membership* Yogya Basic hanya voucher potongan harga. Pendaftaran untuk menjadi *member* Yogya Basic bisa dilakukan melalui aplikasi MyYOGYA yang bisa diunduh di *Play Store* atau *App Store*. Sedangkan untuk pendaftaran Yogya Red hanya bisa melalui sistem dari Yogya Group yang disebut TPCRM.

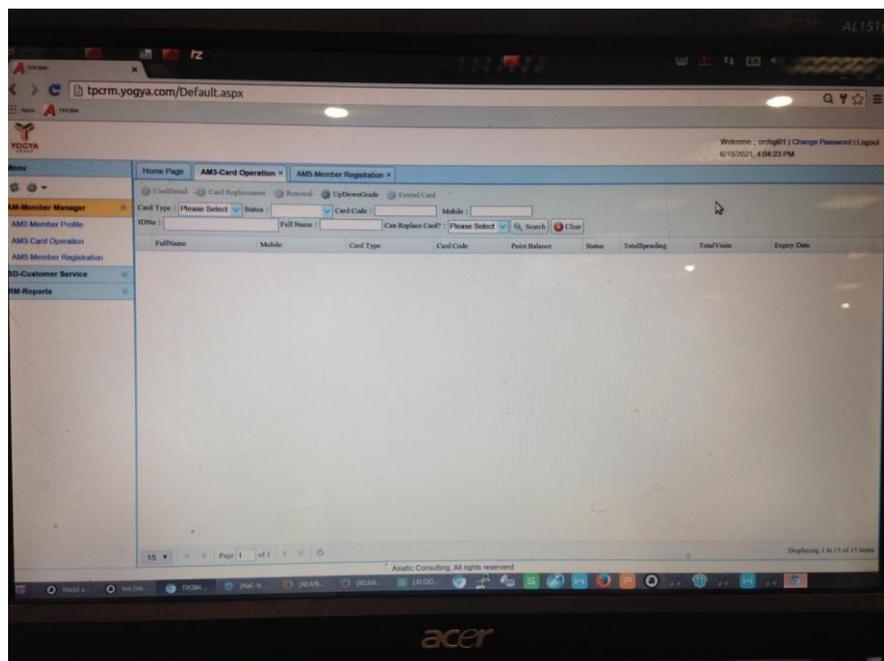
Berikut adalah proses pendaftaran *membership* Yogya Red:

1. Pelanggan yang ingin mendaftar *membership* Yogya Red datang terlebih dahulu ke *Customer Relations* Toserba Yogya terdekat.
2. Kemudian pelanggan memberitahu kepada petugas *Customer Relations* bahwa pelanggan ingin mendaftar *membership* Yogya Red.
3. Petugas *Customer Relations* kemudian akan menanyakan apabila pelanggan sebelumnya sudah

memiliki *member* atau belum. Baik itu *member* Yogya Basic ataupun *member* Yogya Red. Karena pelanggan sering kali mendaftar *member* baru karena kartu *member* sebelumnya hilang. Untuk pemindahan data ada proses dan tahapannya sendiri.

4. Kemudian petugas *Customer Relations* akan meminta pelanggan untuk mengeluarkan KTP atau SIM yang akan digunakan untuk melihat apabila data diri pelanggan sudah ada di *database* TPCRM. Petugas *Customer Relations* akan memilih AM3 yang memiliki kegunaan untuk melihat data diri pelanggan.

Gambar 2 Halaman web TPCRM AM3



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

5. Jika sudah dipastikan bahwa data pelanggan belum ada di TPCRM maka petugas *Customer Relations* berhak untuk memberikan formulir pendaftaran *membership* kepada pelanggan untuk diisi. Data diri yang diisi oleh pelanggan adalah nama lengkap, tempat dan tanggal lahir, jenis kelamin, status pernikahan, alamat domisili, NIK, nama dan hubungan ahli waris, dan agama.

Gambar 3 Formulir Pendaftaran *Membership*

The image shows a 'FORMULIR PERMOHONAN' (Application Form) for YOGYA Group. The form is divided into several sections:

- FORMULIR PERMOHONAN**: Includes fields for 'Nama Lengkap / Member Name', 'Jenis Kelamin / Gender' (Male/Female), 'No. KTP / Identity Card Number', 'No. HP / Mobile', 'Ahlis Waris / Beneficiary', 'Tempat & Tgl Lahir / Place & Date of Birth', 'Alamat / Address', 'Provinsi / Province', 'Kab / Kota / City', 'Kecamatan / Region', 'Kelurahan', 'Kode Pos / Zip Code', 'Mata Profil' (Member Profile) with fields for 'Kewarganegaraan / Nationality', 'Status / Marital Status', 'Agama / Religion', 'Email', 'Pekerjaan / Occupation', and 'Hobi / Hobby'.
- Bersediaakah Preference**: Fields for 'Email / Receive Email', 'SMS / Text Message', and 'WA / Whatsapp', each with 'Bersedia' (Available) and 'Tidak Bersedia' (Not Available) options.
- SUARA KONSUMEN**: A section for consumer feedback with a scale from 'Tidak Puas' (Not Satisfied) to 'Sangat Puas' (Very Satisfied) for eight categories: 1. Harga, 2. Promosi, 3. Kelengkapan Produk, 4. Kualitas Produk, 5. Kecepatan Kasir, 6. Pengetahuan Karyawan Akan Produk, 7. Keramahan Dalam Melayani, and 8. Fasilitas Penunjang (Toilet, ATM, Mushola, AC, dll).
- Kritik / Saran / Masukan**: A large text area for providing feedback.
- Footer**: Includes the YOGYA Group logo and contact information for the service center.

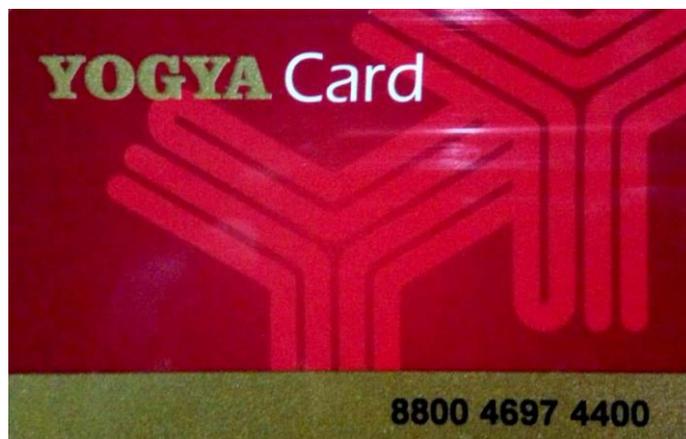
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

6. Setelah pelanggan selesai mengisi formulir pendaftaran *membership*, petugas *Customer Relations* akan mengisi nomor kartu *member* di kolom nomor kartu member.

7. Kemudian petugas *Customer Relations* akan meminta pelanggan untuk melakukan pembayaran administrasi di kasir sebesar dua puluh ribu rupiah.
8. Setelah pelanggan selesai melakukan pembayaran dan memberikan bukti pembayaran serta formulir pendaftaran *membership*, petugas *Customer Relations* akan memberikan penjelasan mengenai keuntungan menjadi *member* *Yogya Red* dan memberi tahu masa berlaku kartu *member* yaitu satu tahun. Kemudian petugas *Customer Relations* memberikan kartu *member* kepada pelanggan.
9. Setelah itu, petugas *Customer Relations* akan memasukkan data pribadi yang sudah diisi oleh pelanggan di formulir pendaftaran *member* ke TPCRM melalui AM5 dan jika sudah selesai memasukkan data ke AM5, petugas *Customer Relations* akan menyimpan data tersebut sehingga kartu *member* bisa langsung digunakan. Proses ini memakan waktu kurang lebih tiga sampai lima menit.

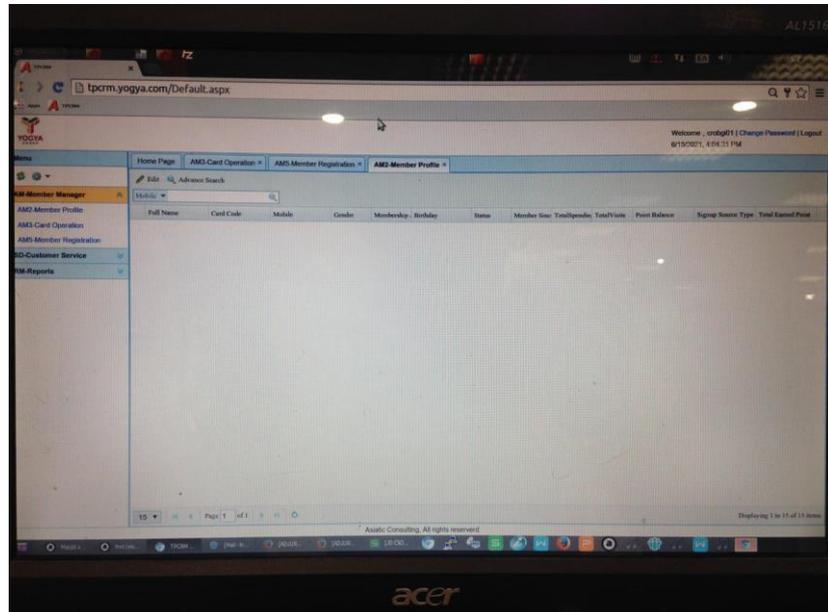
3. Petugas *Customer Relations* kemudian meminta kartu *member* yang dimiliki pelanggan.
4. Petugas *Customer Relations* kemudian membuka halaman *web* TPCRM AM2 untuk kemudian memasukkan nomor kartu *member* yang dimiliki oleh pelanggan.

Gambar 5 Kartu *member* Yogya Red



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Gambar 6 Halaman web TPCRM AM2



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

5. Setelah memasukkan nomor kartu *member* pelanggan, petugas *Customer Relations* akan menanyakan kepada pelanggan data apa yang ingin diubah. Untuk mencegah penipuan, petugas *Customer Relations* akan menanyakan kepada pelanggan nama ahli waris yang dulu ditulis di lembar formulir.
6. Setelah itu, pelanggan akan diminta untuk memberikan data baru yang ingin dimasukkan kedalam sistem TPCRM.
7. Kemudian petugas *Customer Relations* akan memasukkan data baru tersebut dan menyimpannya di

sistem TPCRM dan memberi tahu pelanggan bahwa data sudah berhasil diganti.

3.2.3 Penggantian Kartu *Member* Yogya Red

Penggantian kartu *member* dilakukan apabila kartu yang dimiliki oleh *member* rusak, hilang, atau sudah kadaluwarsa lebih dari dua tahun. Proses untuk penggantian kartu *member* adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan yang ingin mengganti kartu *member* harus terlebih dahulu datang ke *Customer Relations* Toserba Yogya terdekat.
2. Pelanggan kemudian memberi tahu petugas *Customer Relations* bahwa pelanggan ingin mengganti kartu *member* dan memberi tahu alasannya kepada petugas *Customer Relations*.
3. Kemudian petugas *Customer Relations* menanyakan data pribadi pelanggan untuk dicari di sistem TPCRM AM3.
4. Ketika sudah ditemukan, petugas *Customer Relations* akan melihat apabila kartu yang hilang atau rusak ternyata sudah kadaluwarsa lebih dari dua tahun. Jika sudah kadaluwarsa lebih dari dua tahun, maka langkah berikutnya adalah seperti saat membuat kartu *member* baru.

5. Apabila belum kadaluwarsa lebih dari dua tahun, maka petugas *Customer Relations* akan melakukan pengisian data diri nama dan nomor kartu lama di lembar formulir pendaftaran kartu baru.
6. Kemudian pelanggan akan diminta untuk melakukan administrasi di kasir sebesar dua puluh ribu rupiah.
7. Setelah pelanggan selesai melakukan pembayaran, pelanggan akan kembali ke *Customer Relations* dan memberikan bukti pembayaran.
8. Petugas kemudian menulis nomor kartu baru di lembar formulir pendaftaran *member*.
9. Petugas *Customer Relations* kemudian mengganti nomor kartu lama pelanggan di sistem TPCRM AM3 dengan nomor kartu baru.
10. Setelah nomor kartu berhasil disimpan, maka petugas *Customer Relations* akan memberikan kartu baru kepada pelanggan yang sudah langsung bisa digunakan.

3.2.4 Pendaftaran dan Penukaran Hadiah DOBELBONUS

DOBELBONUS merupakan acara tahunan dari Yogya Group yang diselenggarakan hanya tiga bulan setiap tahun. Biasanya dimulai sebelum puasa, saat puasa, dan sampai selesai lebaran. Salah satu syarat untuk bisa mengikuti acara

DOBELBONUS adalah menjadi *member* Yogya Red. DOBELBONUS adalah acara pengumpulan poin yang nantinya bisa ditukarkan dengan berbagai hadiah yang sudah disediakan oleh pihak Yogya Group. Poin dapat dikumpulkan dengan melakukan pembelian menggunakan kartu *member* Yogya Red. Setiap pembelian lima puluh ribu rupiah, pelanggan akan mendapatkan satu poin dan berlaku kelipatannya. Hadiah-hadiah yang bisa ditukarkan adalah minyak goreng satu liter, tas belanja lipat, mangkok, paket mie instan, dan payung.

Berikut adalah cara pendaftaran DOBELBONUS:

1. Pelanggan harus terdaftar sebagai *member* Yogya Red sebelum bisa mengikuti acara DOBELBONUS.
2. Jika sudah menjadi *member* Yogya Red, pelanggan bisa meminta didaftarkan untuk mengikuti acara DOBELBONUS.
3. Petugas *Customer Relations* akan kemudian mengarahkan pelanggan ke mesin pendaftaran DOBELBONUS.

Gambar 7 Mesin DOBELBONUS



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

4. Kemudian petugas *Customer Relations* akan meminta pelanggan untuk mengisi data diri pelanggan dan membuat PIN di mesin DOBELBONUS.
5. Ketika sudah selesai mengisi data diri maka pelanggan akan langsung terdaftar ke acara DOBELBONUS. Pendaftaran hanya perlu dilakukan sekali dan data DOBELBONUS akan terikat ke kartu member yang dimiliki pelanggan.

6. Jika pelanggan ingin menukarkan hadiah DOBELBONUS, maka pelanggan hanya perlu memberikan kartu *member* kepada petugas *Customer Relations*.
7. Nantinya petugas *Customer Relations* akan memasukkan nomor kartu *member* untuk dilihat berapa poin yang sudah terkumpul dan kemudian petugas *Customer Relations* akan memberikan daftar hadiah yang bisa ditukar sesuai dengan poin yang dimiliki oleh pelanggan.
8. Setelah pelanggan selesai memilih hadiah yang ingin ditukarkan, petugas *Customer Relations* akan meminta pelanggan untuk memasukkan PIN yang telah dibuat oleh pelanggan.
9. Setelah memasukkan PIN, petugas *Customer Relations* memberikan hadiah yang sudah dipilih.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Customer Relationship Management*

Customer Relationship Management (CRM) menurut Newell dikutip oleh Imasari & Nursalin (2011:185) adalah sebuah modifikasi dan pembelajaran perilaku konsumen setiap waktu dari

setiap interaksi, perlakuan terhadap pelanggan dan membangun kekuatan antara konsumen dan perusahaan.

Bentuk CRM yang diterapkan oleh divisi *Customer Relations* Toserba Yogya Plaza Bogor Indah saat berhubungan dengan pelanggan memiliki beberapa kesamaan dengan yang dikatakan Newell. Pihak Yogya Group memberikan tawaran *membership* yang menarik dan sangat berhasil untuk menarik pelanggan mendaftarkan diri menjadi *member*. Hal tersebut menjadi salah satu sumber kekuatan perusahaan untuk menarik pelanggan baru. Dari rekapitulasi data yang dihitung, setiap bulan target yang diberikan dari pusat adalah seratus tiga puluh lima *member* baru dan Toserba Yogya Plaza Bogor Indah mampu menarik seratus tiga puluh *member* baru setiap bulan selama penulis melakukan kerja magang di tempat. Hal tersebut membuktikan bahwa keuntungan dari *membership* yang sudah ditawarkan berhasil untuk menarik pelanggan-pelanggan baru dan menjadi kekuatan perusahaan.

Di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah sudah disediakan *call center* supaya pelanggan bisa lebih mudah untuk bertanya mengenai informasi promosi, penukaran barang, dan yang lainnya tanpa harus datang ke toko. Jumlah pelanggan yang melakukan panggilan ke *call center* Toserba Yogya Plaza Bogor Indah berkisar dari sepuluh sampai tiga puluh panggilan dari pelanggan per hari.

Perusahaan dituntut untuk bisa memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam. Contohnya adalah memberikan fasilitas keluhan dan saran, acara potongan harga, dan bonus khusus untuk pelanggan setia. Pihak Toserba Yogya Plaza Bogor Indah melakukan semua contoh di atas. Fasilitas keluhan dan saran dapat dijumpai di tempat *Customer Relations* dan banyak pelanggan yang menggunakannya. Pelanggan biasanya datang langsung ke *Customer Relations* dan memberikan saran atau menyampaikan keluhannya yang nantinya akan disampaikan secara langsung dan secepat mungkin kepada divisi yang bersangkutan. Acara potongan harga selalu ada setiap bulan. Mulai dari potongan total pembelian sampai potongan harga produk-produk tertentu. Salah satu bentuk potongan harga yang sudah diterapkan sejak dahulu adalah potongan harga jika berbelanja menggunakan kartu *member*. Dalam hal memberikan bonus untuk pemegang atau bukan pemegang *member*, Yogya Group selalu memberikan bonus untuk semua pelanggannya.

Selama penulis melakukan kerja magang di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah, ada tiga acara bonus yang diselenggarakan. Pertama adalah SAMBAR (Sabtu Minggu Barokah) dimana pelanggan yang berbelanja sebesar satu juta lima ratus ribu rupiah dalam satu struk pembelian dan menggunakan *member* akan mendapatkan kesempatan untuk memenangkan satu buah *voucher*

belanja sebesar dua puluh lima ribu rupiah atau satu buah sajadah travel.

Gambar 8 Brosur acara SAMBAR



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Kedua adalah pembelanjaan sebesar lima ratus ribu rupiah dan menggunakan *member* akan mendapatkan satu buah tisu YOA.

Gambar 9 Brosur acara Tisu YOA



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Ketiga adalah DOBELBONUS yang merupakan acara tahunan terbesar Yogya Group yang berlangsung selama tiga bulan, dimana DOBELBONUS merupakan acara pengumpulan poin yang bisa dikumpulkan dengan melakukan pembelian menggunakan *member*. Nantinya, poin tersebut bisa ditukarkan dengan hadiah-hadiah yang telah disediakan oleh pihak Yogya Group. Pengguna *member* yang sudah terdaftar dalam acara DOBELBONUS nantinya memiliki kesempatan untuk memenangkan hadiah undian utama

berupa sepeda motor. Hadiah undian lainnya berupa *voucher* belanja sebesar dua ratus lima puluh ribu rupiah sampai lima juta rupiah.

Gambar 10 Brosur acara DOBELBONUS



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

3.4 Kendala Yang Ditemukan

Pembuatan kotak saran memiliki tujuan untuk membantu pelanggan memiliki medium untuk memberikan masukan kepada pihak perusahaan. Kotak saran merupakan salah satu cara perusahaan untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Penulis melihat divisi

Customer Relations hampir tidak pernah membaca saran yang diberikan pelanggan melalui kotak saran yang telah disediakan.

Penulis menemui kendala dimana pelanggan terlebih dahulu terbawa emosi ketika menyampaikan keluhan atau komplain yang ditemukan. Hal tersebut menyebabkan penyampaian informasi menjadi kurang jelas dan bisa mempengaruhi penyelesaian masalah dan mempengaruhi akurasi dari solusi penyelesaian masalah tersebut.

3.5 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Solusi yang penulis usulkan adalah pihak perusahaan membaca dan memisahkan saran pelanggan yang bisa diimplementasikan secara langsung dengan saran pelanggan yang bisa diimplementasikan di kemudian hari. Hal tersebut dikomunikasikan dengan divisi yang bersangkutan. Jika bisa diimplementasikan secara langsung, ada baiknya segera diimplementasikan. Jika belum bisa diimplementasikan secara langsung, ada baiknya dibicarakan dengan divisi yang bersangkutan dan kepada *Store Manager* supaya bisa dimasukkan ke perencanaan perusahaan.