

BAB I

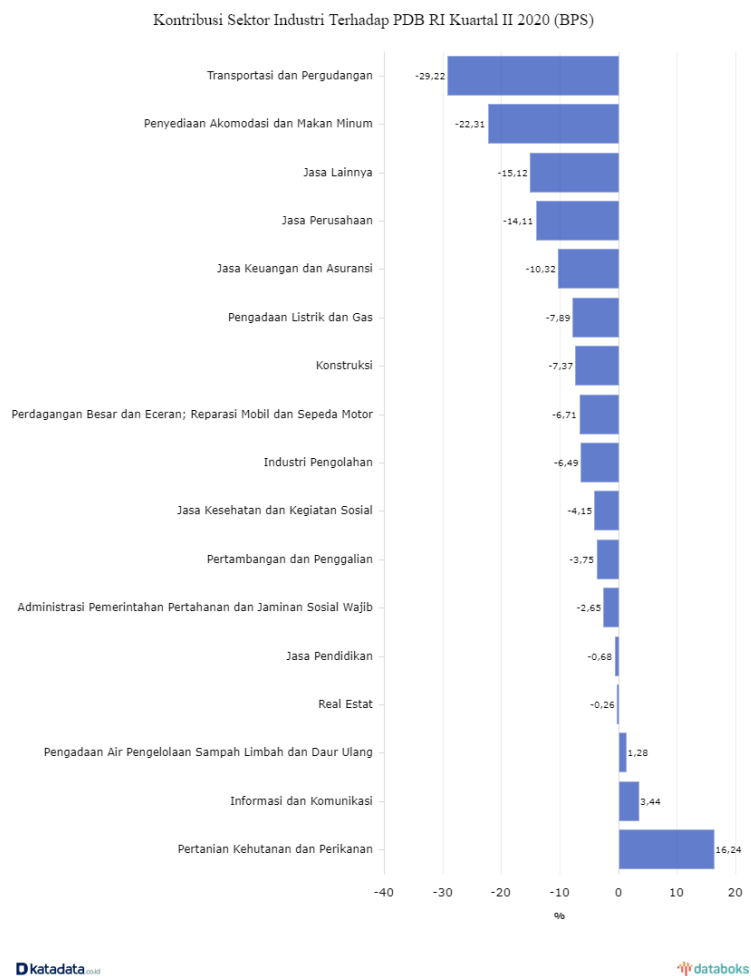
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan cepatnya pertumbuhan bidang teknologi, perusahaan- perusahaan yang tercantum dalam industri kecil, menengah ataupun besar, yang menggambarkan salah satu dari sekian banyak pelakon dan penunjang aktivitas ekonomi di negara ini, semakin dipacu untuk memakai teknologi yang maju selaku senjata untuk senantiasa survive dan memenangkan persaingan yang makin hari terasa ketat serta keras.

Dalam bisnis yang terus menjadi kompetitif, industri dituntut untuk lebih inovatif serta mempunyai keunggulan yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan serta mitra bisnis. Salah satunya merupakan konsep kerja sama business to business(B2B). Wujud kerja sama ini bisa menolong upaya efisiensi anggaran pengadaan barang serta yang sangat bernilai yakni dapat memudahkan mitra bisnis. Penafsiran business to business ialah transaksi antara institusi bisnis(industri) dengan institusi bisnis yang lain. Business- to- business(B2B) menggambarkan transaksi perdagangan antara industri, semacam antara produsen serta grosir, ataupun antara grosir dan pengecer. Dalam B2B umumnya dicoba customization sesuai dengan kebutuhan tiap- tiap. Perihal ini yang menciptakan ikatan antara pembeli serta penjual dalam B2B terjalin ikatan personal yang lebih rapat.

Salah satu perusahaan (B2B) di Indonesia adalah PT Dieselindo Utama Nusa yaitu perusahaan distributor mesin transmisi dan engine yang dimana produk yang dijual berasal dari luar negeri , perusahaan PT Dieselindo sendiri terkena imbas covid 19 membuat penjualan menurun dikarenakan customer tetap dari perusahaan tersebut juga terkenal imbas dibawah ini adalah data dimana ada beberapa sector perusahaan yang memakai transmisi dan engine dari PT Dieselindo.berikut datanya



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1 data sektor yang terkena imbas covid-19

Diliat dari sumber diatas data diatas menunjukan sektor yang terkena imbas covid 19 dari banyaknya sector ada beberapa perusahaan yaitu sektor transportasi , sektor industry pengolahan , sektor industry pertambangan dan penggalian.

Dikutip dari (<https://www.kompas.com/>) Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengungkapkan rasa syukurnya karena kasus Covid-19 di Indonesia mengalami penurunan. Jokowi membandingkan penurunan kasus Covid-19 harian di Indonesia, dengan grafik kasus Covid-19 di negara lain. Jokowi menyebut, di India, kasus Covid-19 harian mencapai 59.000 kasus, sedangkan di Brasil, kasus Covid-19 harian meningkat menjadi 90.500 kasus. Sementara di Amerika Serikat, angka kasus Covid-19 harian tercatat mencapai 66.000 kasus. "Kita alhamdulillah, di Januari kita pernah berada di angka 13.000 kasus harian, 14.000, bahkan pernah 15.000. Sekarang kita sudah turun dan berada di angka 5.000, 6.000, dan akan terus kita turunkan," kata Jokowi.

Dengan penurunan angka covid membuat perusahaan PT Dieselindo Utama Nusa mulai bangkit kembali dari penurunan penjualan salah satu strategi yang dipakai untuk meningkatkan penjualan adalah *personal selling*. Penulis akan membahas semua hal yang dapat dilakukan dalam melakukan Bisnis (b2b) khususnya personal selling untuk menawarkan kerjasama dengan calon klien PT Dieselindo Utama Nusa Business to

Business (B2B). Penulis akan mengkaji lebih lanjut dalam laporan yang berjudul “Peran Personal Selling

Dalam Meningkatkan Sales Terhadap Perusahaan PT Dieselindo

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang sebelumnya telah dipaparkan, penulis bertujuan untuk mengetahui peran dari Personal Selling terhadap Sales marketing pada PT. Dieselindo Utama Nusa.

PT. Dieselindo Utama Nusa sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor mesin transmisi dengan melakukan penjualan Mesin transmisi untuk alat berat dan juga mesin matic untuk bus-bus di indonesia berbagai produsen mesin luar negeri menjadi penjualan produk di PT Dieselindo Utama Nusa . Lebih lanjut, penulis telah menemukan beberapa permasalahan pada perusahaan dalam Personal selling antara lain:

1. Menurut penulis adanya perbaikan dibagian personal selling dalam sales marketing perusahaan guna memaksimalkan output dari strategi penjualan yang dilakukan PT. Dieselindo Utama Nusa dalam meningkatkan Personal selling (B2B)

2. Pentingnya peningkatan konten di website diperusahaan PT.Dieselindo Utama Nusa.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja magang

1.3.1 Maksud kerja magang

Maksud dari penulis melakukan praktik kerja magang adalah guna memenuhi salah satu syarat wajib untuk mendapatkan gelar S1 Universitas 4 Multimedia Nusantara. Pada Praktik kerja magang ini penulis telah menerapkan teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan dalam aplikasinya terhadap lingkungan kerja guna mendapatkan pengalaman dan pemahaman secara nyata di dunia kerja professional.

1.3.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang penulis di PT.Dieselindo Utama Nusa antara lain sebagai berikut:

1. Mengaplikasikan dan mengembangkan pengetahuan dasar teori marketing , sales marketing,(B2B),Personal selling yang sebelumnya telah dipelajari saat perkuliahan ke dalam prakter kerja dunia nyata yang profesional.
2. Mendapatkan pengalaman di dunia kerja dengan memahami proses marketing pada perusahaan.
3. Mampu melatih tanggung jawab serta kemampun bertindak dan berpikir juga mengasah kemampuan berinteraksi sosial dalam lingkungan kerja.

4. Memperoleh pengalaman dan pembelajaran secara menyeluruh selama magang diperusahaan PT.Dieselindo Utama Nusa.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Praktik kerja magang yang ditempuh oleh penulis telah sesuai dengan ketentuan dari program studi manajemen Universitas Multimedia Nusantara yaitu 60 hari kerja dalam melakukan praktik kerja magang. Detail praktik kerja magang yang dijalani oleh penulis adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: PT.Dieselindo Utama Nusa
Bidang Usaha	:Distributor,Transmmisionand engine
Alamat	: Jl. Millenium 22 Blok O 1 No. 3A , Kawasan Industri Millenium, Cikupa - Tigaraksa, Kabupaten Tangerang, Banten.
Waktu Pelaksanaan	: 18 Januari 2021-10 April 2021
Waktu kerja	: Senin – Jumat 08.30-16.30 WIB
Posisi Magang	:SalesMarketingEngineering Internship

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur kerja magang yang ditempuh oleh penulis:

1. Tahap Pengajuan

a. Pada tanggal 11 Januari 2021, penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada PT. Dieselindo Nusa Utama.

2. Tahap Recruitment

a. Pada tanggal 14 Januari 2021, penulis mendapatkan panggilan untuk melakukan interview secara online dengan HRD PT. Dieselindo Nusa Utama

b. Pada tanggal 15 Januari 2021, penulis melakukan user interview dengan mentor internship di PT. Mobilkamu Group Indonesia secara online.

3. Tahap Pemilihan

a. Pada tanggal 15 Januari 2021, penulis mendapatkan pemberitahuan bahwa telah diterima menjadi karyawan magang di PT. Mobilkamu Group Indonesia pada posisi Creative Internship.

b. Pada tanggal 18 Januari 2021, adalah hari pertama penulis bekerja sebagai karyawan magang di PT. Dieselindo Utama Nusa.

4. Tahap Praktik Kerja Magang 6

- a. Penulis melaksanakan praktik kerja magang selama kurun waktu 3 bulan, mulai 18 Januari 2021 s/d 10 April 2021.
- b. Penulis melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing yang ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
- c. Menyusun laporan magang.
- d. Melaksanakan sidang magang sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata S1 Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika Penulisan untuk laporan yang berjudul Peran Personal Selling dalam bentuk Telemarketing untuk meningkatkan Customer Acquitition Pada DSN (Direct Selling Network) adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang pelaksanaan kerja magang penulis, permasalahan yang diangkat dalam kerja magang, maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang dan sistematika penulisan laporan kerja magang penulis.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan dari sejarah singkat, struktur organisasi, dan landasan teori yang berhubungan dengan praktek kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisi kedudukan dan posisi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas yang dikerjakan penulis selama melakukan praktek kerja magang, proses magang, kendala yang penulis hadapi selama kerja magang dan solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan mengenai teori yang didapatkan selama kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam kerja magang. Dan beberapa saran yang penulis sarankan untuk mengatasi kendala yang ditemukan.