

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di Laporan Survey Impor PT Anindya Wiraputra Konsult, penulis berada di posisi *Marketing Intern*, dengan rincian tugas yaitu mengerjakan permohonan verifikasi yang diajukan oleh importir kepada PT Anindya Wiraputra Konsult dalam rangka penelusuran teknis impor, bekerja sama dengan tim *operational* dan importir terhadap pengajuan *Verification Request* yang akan di *input* ke dalam sistem AVS (Anindya VPTI System), *meeting* dengan importir melalui lobi serta negosiasi, dan membantu membagikan *company profile* serta alat promosi lainnya kepada importir. Penulis dibimbing oleh Tia Regita selaku *Head Marketing* Komoditi Keramik di PT Anindya Wiraputra Konsult pada divisi Laporan Survey Impor (LSI).

Divisi *Marketing* Laporan Survey Impor di PT Anindya Wiraputra Konsult bertanggung jawab dalam mempromosikan dan melakukan komunikasi dengan importir yang memiliki potensi khusus terhadap perkembangan Laporan Survey Impor PT Anindya Wiraputra Konsult, memberikan *merchandise* kepada klien dan membangun hubungan dengan klien agar menjadi *loyal customers*. Penulis diberikan tugas oleh *Head Marketing* Komoditi Keramik, Tia Regita serta melaporkan kembali tugas-tugas yang sudah selesai dikerjakan kepada beliau secepatnya.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Berdasarkan kegiatan kerja magang yang dilakukan, penulis mendapatkan satu tugas besar yaitu melakukan *pitching* dengan importir yang berpotensi menjadi klien bagi PT Anindya Wiraputra Konsult. Selain itu, penulis juga mendapatkan beberapa tugas, diantaranya :

1. Mengerjakan pengajuan *Verification Request* yang diberikan oleh klien.
2. Bekerja sama dengan tim *operational* dalam mengerjakan pengajuan *Verification Request*.
3. Bekerja sama dengan klien untuk perbaikan pengajuan *Verification Request* dan memastikan data-data yang dimasukkan ke dalam sistem sesuai dengan regulasi yang berlaku.
4. Ikut serta dalam kegiatan *marketing* untuk membagikan *company profile* kepada klien dan mengirimkan melalui ekspedisi.
5. Menghubungi beberapa klien menggunakan telepon yang telah disediakan oleh kantor.

Tabel 3. 1 Pekerjaan yang Dilakukan

No	Kategori Pekerjaan	Keterangan
1.	<i>Customer Relationship Management</i>	Bertugas dalam menyalurkan dan mengkomunikasikan program CRM yang dimiliki oleh divisi Laporan Survei Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult.
2.	<i>Direct Marketing - Direct Selling</i>	Memberikan penawaran jasa melalui lobi dan negosiasi yang dilakukan saat

		<p><i>meeting</i> dengan importir.</p>
	<p><i>Direct Marketing -Telemarketing</i></p>	<p>Menghubungi beberapa importir atau klien melalui rincian data yang diberikan oleh perusahaan dan selalu <i>follow up</i> kembali sampai pada penentuan <i>meeting</i>.</p>
<p>3.</p>	<p><i>Personal Selling</i></p>	<p>Ikut serta dalam kegiatan <i>marketing</i> “<i>drop company profile</i>” dengan mengunjungi importir dan mengirimkan melalui ekspedisi. Setelah itu, melakukan <i>follow up</i> kembali kepada importir mengenai ketertarikan kepada jasa yang ditawarkan. Lalu, jika importir tertarik, maka akan</p>

		dilakukannya <i>meeting.</i>
--	--	---------------------------------

Sumber : Data olahan peneliti, 2021

Tabel 3. 2 Timeline Pekerjaan yang Dilakukan

Kategori Pekerjaan	Minggu ke-												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<i>Customer Relationship Management</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<i>Direct Marketing</i>													
<i>Direct Selling</i>											■	■	
<i>Telemarketing</i>		■				■				■			
<i>Personal Selling</i>	■				■				■				■

Sumber : Data olahan peneliti, 2021

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 *Customer Relationship Management*

Menurut Kotler dan Keller (2012, p. 148), *Customer Relationship Management* adalah suatu proses dalam mengelola seluruh aspek yang diperlukan oleh pelanggan demi membentuk loyalitas dari pelanggan.

PT Anindya Wiraputra Konsult menerapkan program CRM agar dapat menjaga loyalitas klien. Pengimplementasian program CRM dilakukan agar perusahaan fokus dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan klien. Pada kategori pekerjaan ini, penulis menggunakan model IDIC yang dikembangkan oleh Peppers dan Rogers. Peppers dan Rogers (*Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework* (Vol. 3rd Edition), 2016, p. 79) memberikan pendapat jika suatu perusahaan ingin membangun hubungan dengan pelanggan secara efektif dan efisien, maka harus menggunakan empat cara, yaitu :

#### a. *Identify*

Dalam hal ini, perusahaan mengidentifikasi serta membangun pemahaman mengenai pelanggan secara mendalam. Penulis sebagai *marketing* mendapatkan pekerjaan untuk menganalisis terlebih dahulu importir yang akan dituju sebelum pada akhirnya melakukan pendekatan lebih lanjut.

Peppers dan Rogers (Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework (Vol. 3rd Edition), 2016, p. 135) memberi pengungkapan melalui analisis pelanggan, yaitu terdapat tiga tipe data yang dilakukan untuk mengidentifikasi pelanggan, diantaranya:

1. *Behavioral data*

Tipe data ini mengidentifikasi pelanggan berdasarkan perilaku, interaksi dengan perusahaan, saluran komunikasi, dan penggunaan bahasa.

2. *Attitudinal data*

Identifikasi data dilakukan berdasarkan sikap pelanggan terhadap suatu produk, diantaranya seperti tingkat kepuasan, preferensi terhadap merek, nilai sosial dan pribadi, serta pendapat.

3. *Demographic data*

Identifikasi data berdasarkan demografi dari pelanggan, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, status, dan lain-lain.

Pada point analisis pelanggan ini, langkah awal yang dilakukan oleh PT Anindya Wiraputra Konsult dalam menjaga loyalitas dari klien adalah dengan mengenali terlebih dahulu perilaku klien dalam mengimpor produk melalui informasi yang didapatkan dari kementerian perdagangan. Melalui data yang didapatkan tersebut, penulis sebagai *marketing* akan melakukan pendekatan dengan klien agar dapat mengkomunikasikan pelayanan yang diberikan oleh PT Anindya Wiraputra Konsult dan menggali lebih dalam informasi detail mengenai klien.

Pendekatan dilakukan dengan menghubungi klien secara langsung atau melalui aplikasi Whatsapp. Kemudian memberikan penjelasan lebih dalam terkait pelayanan dan informasi seputar PT Anindya Wiraputra Konsult. Setelah melakukan pendekatan, penulis mendapatkan informasi terkait produk yang diimpor, jumlah *shipment* dalam setahun, serta penghasilan dari total *value* yang mereka catat dalam setiap *shipment*.

Identifikasi tersebut dilakukan agar dapat mendukung proses diferensiasi antara satu klien dengan klien lainnya. Program CRM dapat dinikmati oleh seluruh klien dari PT Anindya Wiraputra Konsult.

**b. Differentiate**

Dalam membedakan klien, divisi *marketing* Laporan Survei Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult melakukan diferensiasi dengan masing-masing klien melalui segmentasi berdasarkan unsur demografis dan data-data pendukung lainnya. Segmentasi dilakukan berdasarkan *shipment* per tahun, penyesuaian pelayanan bagi klien VIP, dan produk yang diimpor.

Program CRM yang dijalankan divisi Laporan Survey Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult dilakukan melalui satu nama program yaitu “*Maintenance Clients*” dengan berbagai kegiatan, diantaranya:

1. Dilakukannya acara makan siang atau makan malam oleh *marketing* bersama klien masing-masing setiap minggunya.

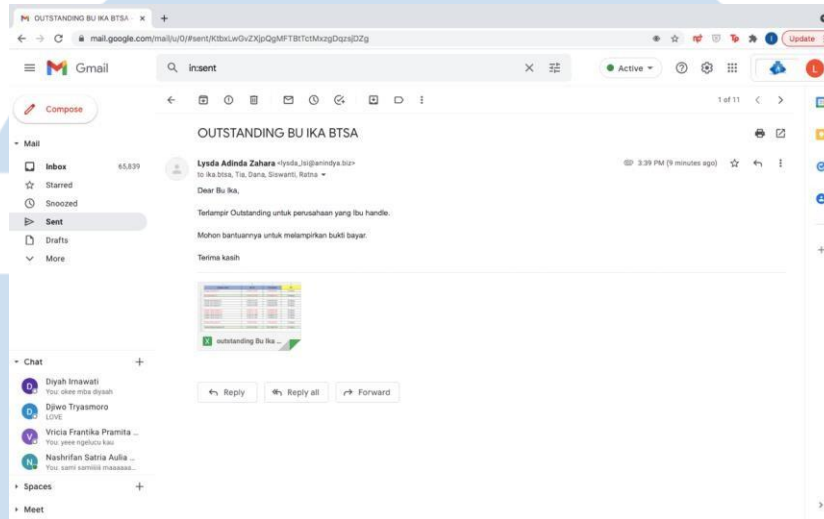
Gambar 3. 1 Acara makan dengan klien



Sumber : Data peneliti, 2021

2. Program *reminder* kepada klien divisi Laporan Survey Impor, seperti *follow up* terkait pengajuan Laporan Surveyor dan juga penagihan pembayaran.

Gambar 3. 2 Reminder pengalihan



Sumber : Data peneliti, 2021

3. Pemberian *souvenir* atau hampers pada hari-hari besar kepada klien setia Laporan Survey Impor. Dalam hal ini, *marketing* akan mendatangi langsung klien dan membawa bingkisan seperti makanan atau hadiah.

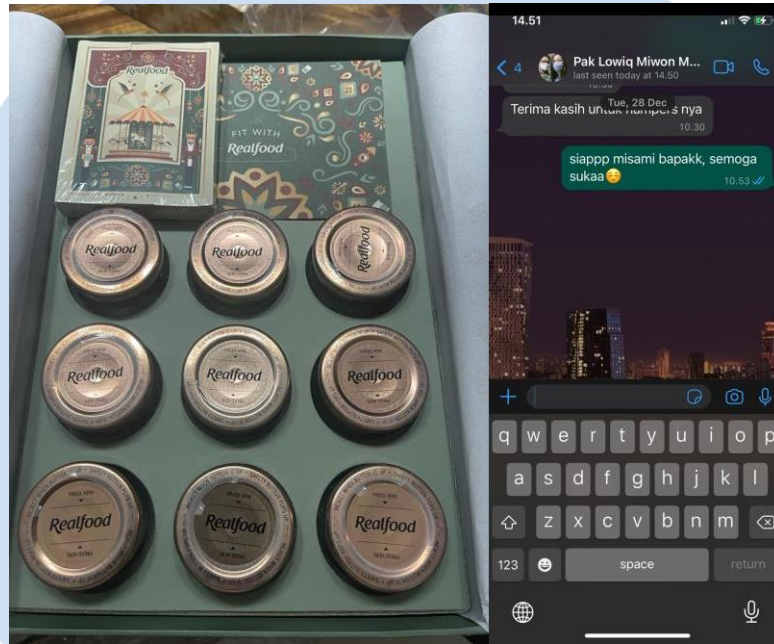
Gambar 3. 3 Status pemberian *souvenir* atau hampers kepada klien

No. Tagihan	Nama PIC	PIC Marketing	STATUS
2323	ADIANA EVANES MANDIRI PT	Shony	Ti
2324	ADIPRANA SELATI PT	Bulana	Ti
2325	ALFONDIRIO SALS INDONESIA PT	Yagah	Ti
2326	ALBERTA MANDIRI SELATIRTA PT	Nela	Ti
2327	ALYI NAGA INDONESIA PT	Allian Satria Pratama	Ti
2328	AMALINDO MITRA SELATIRTA PT	Tommy	Ti
2329	AMERICAN STANGARD INDONESIA PT	Rum Indra	Ti
2330	AMANDA INDO OVERSEA PT	Rizza Fanih, Fahmi, Samal	Ti
2331	ANAKA PANIL INDONESIA PT	Lenny Kulkarni	Ti
2332	ANAKA SASES SIMESTA PT	Teddy Wirawan	Ti
2333	ANUGERAH BERKAT BANGSIAN PT	Shely	Ti
2334	ANUGERAH BERKAT MANDIRI BERGAMA PT	Enka	Ti
2335	ANUGERAH JAKA ABADI CV	Janet / Wella	Ti
2336	ANUGERAH PUTRI SELATI PT	Andri Rizki Rizki	Ti
2337	ANUGERAH SUKSES ABADI CV	Wiana	Ti
2338	ANUGERAH TATA MULA PT	Bulana	Ti
2339	APRI FURDIO AND PRAGRANCS INDONESIA PT	NOVI HADIHARY	Ti
2340	ARZI ALIUNG LEEBAH PT	Rizza Fanih, Fahmi, Samal	Ti
2341	ARA SARJUKA PT	Puella Irm	Ti
2342	ARIGA BANGUN IDEAL PT	Melani	Ti
2343	ARINDA INDONESIA INTERNATIONAL PT	Shel	Ti
2344	ARTHA WATA DINAMIKA PT	VENNY WISJAJA	Ti
2345	ARTHA SURATAMA ABADI PT	Shy	Ti
2346	ATOM INDONESIA INE PT	Ita	Ti
2347	AUDIONWORKSHOP PT	Rudy Parwati	Ti
2348	ALUR STEEL METALINDO PT	Ita	Ti
2349	AUTOREE FACE MACHINERY PT	Itam	Ti
2350	BAHANA MEDIA AUDIOVAMA PT	Rudy Parwati	Ti
2351	BAHANA MEGA OPTA PT	Dhea	Ti
2352	BAHANI PERKASA CV	Sari Sari, Ita	Ti
2353	BAKAR HUGHES ENERGY INDONESIA PT	Dewi	Ti
2354	BAKA KUKU MULA PT	Dharma Surya	Ti
2355	BARDAH SARANA BAHRI CV	Venny Wigoda	Ti

Sumber : Data peneliti, 2021

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 3. 4 Pemberian hampers kepada klien



Sumber : Data peneliti, 2021

**c. Interact**

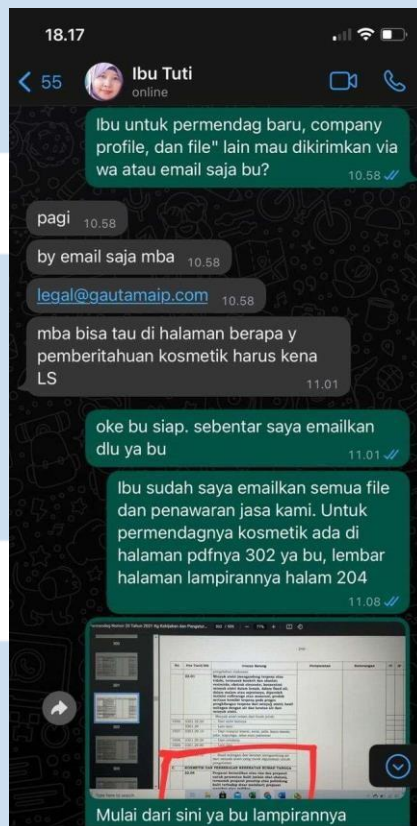
Pada tahap ini perusahaan akan memilih bagaimana strategi komunikasi yang ingin dijalankan dan penentuan saluran komunikasi. Strategi komunikasi divisi *marketing* Laporan Survei impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult dilakukan melalui media sosial yaitu aplikasi Whatsapp dan *E-mail*.

Interaksi yang dilakukan melalui aplikasi Whatsapp agar mendapatkan tanggapan secara langsung dari klien dan juga interaksi terkait kendala-kendala yang dialami oleh klien mengenai pelayanan-pelayanan yang diberikan kepada klien. Penggunaan *E-mail* lebih digunakan untuk pemberian informasi mengenai penawaran jasa, pelayanan proses permohonan barang impor untuk dilakukannya inspeksi, dan revisi-revisi terkait Laporan Surveyor.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3. 5 Interaksi melalui Whatsapp



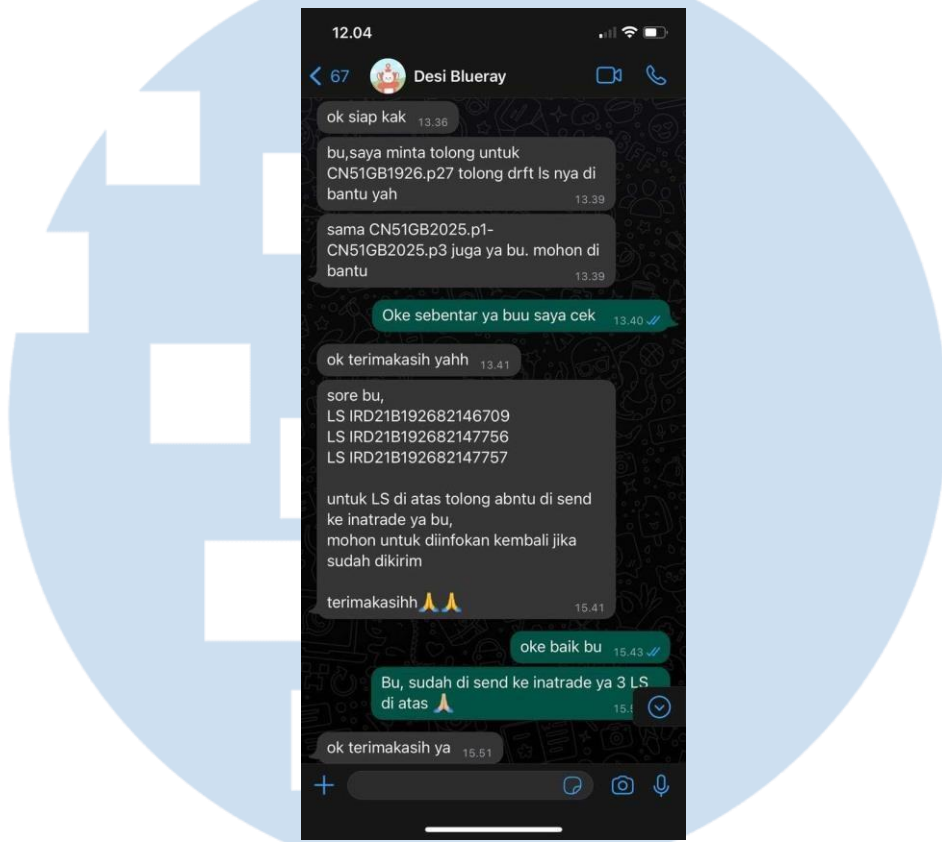
Sumber : Data peneliti, 2021

#### d. *Customize*

Perusahaan memperhatikan apakah kepuasan pelanggan sudah tercapai sesuai dengan yang diharapkan atau belum. Divisi Laporan Survei Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult mengategorikan pelanggan berdasarkan *shipment* per tahun. Dari segi pelayanan terhadap klien, divisi Laporan Survei Impor bersikap *flexible* mengenai bagaimana *marketing* memperlakukan klien karena disesuaikan dengan karakter dari klien sendiri.

Dalam kategori ini, penulis sebagai *marketing* bertugas untuk memenuhi kebutuhan klien terkait inspeksi yang ingin dilakukan secepatnya, revisi Laporan Surveyor, dan permasalahan seputar importasi barang. Penulis berkomunikasi langsung dengan klien melalui Whatsapp demi pemenuhan kebutuhan klien tersebut agar selalu tercipta loyalitas dari klien.

Gambar 3. 6 Interaksi dengan klien



Sumber : Data peneliti, 2021

### 3.3.2 Direct Marketing

Menurut Morissan (2010, p. 22) *direct marketing* merupakan upaya perusahaan agar dapat berkomunikasi langsung dengan calon pelanggan yang menjadi target sasaran dimaksudkan untuk menciptakan respon atau transaksi dari penjualan yang dilakukan. *Direct marketing* mencakup beragam aktivitas seperti pengelolaan *database*, *direct selling* (penjualan langsung), *telemarketing*, iklan tanggapan langsung, *direct mail*, dan *mail order catalog* (Morrisan, 2010, p. 22).

Dalam menjalankan praktik kerja magang sebagai *marketing* di PT Anindya Wiraputra Konsult, penulis menggunakan dua elemen dari enam elemen menurut Morissan, yaitu *direct selling* dan *telemarketing*. *Direct selling* merupakan penjualan yang dilakukan secara langsung tanpa adanya perantara dalam

melakukan komunikasi, sedangkan *telemarketing* merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan menggunakan alat yaitu telepon untuk menghubungi pelanggan secara langsung dan menjual apa yang dimiliki.

### **1. Direct Selling**

Dalam kategori *direct selling* ini, peng-aplikasian kerja divisi *marketing* Laporan Survey Impor yang termasuk ke dalam *direct selling* yaitu melakukan *meeting* dengan importir. Kegiatan tersebut dilakukan secara *face to face* atau bertemu langsung dengan importir agar menciptakan tanggapan dan tindakan transaksi secara langsung dari pelanggan yang dituju.

Selama melaksanakan kerja magang, penulis hanya tiga kali mengikuti *meeting* yang dilakukan oleh *marketing*, karena pekerjaan ini merupakan tugas terbesar yang dilakukan oleh *marketing* dan sangat berpengaruh terhadap perkembangan PT Anindya Wiraputra Konsult. Penulis mengikuti *meeting* dengan importir khusus komoditi keramik PT JASINDO JAYA RAYA dan importir khusus makanan minuman PT NIPPON FOODS INDONESIA dan PT SENFIENTA PRIMA TAMA.

Alur proses penawaran selama *meeting* berjalan dengan klien, penulis mempelajari alur penawaran yang dikomunikasikan selama *meeting* diawali dengan penjelasan regulasi yang berlaku sesuai dengan komoditi yang dimiliki oleh importir dan selanjutnya menjelaskan pelayanan serta harga yang diberikan oleh PT Anindya Wiraputra Konsult.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Gambar 3. 7 *Meeting* dengan importir



Sumber : Data peneliti, 2021

## 2. *Telemarketing*

Pada kategori pekerjaan *telemarketing*, penulis mendapat pekerjaan untuk menghubungi beberapa calon klien melalui *database* yang telah diberikan oleh perusahaan berisi nama-nama importir yang dapat dihubungi oleh penulis dan memberikan keterangan dari respon yang diberikan oleh importir. Dalam hal ini, penulis menghubungi orang yang berurusan dengan bagian impor dari setiap perusahaan-perusahaan sesuai dengan *list* yang diberikan dan memberikan keterangan balasan dari importir.

Setelah menghubungi, penulis juga diberikan tugas untuk selalu *follow up* kembali kepada importir hingga mendapatkan keputusan akhir dari pihak importir apakah ingin menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT Anindya Wiraputra Konsult atau tidak.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 3. 8 List perusahaan untuk dihubungi

No	Nama Perusahaan	Alamat	No. Telp	Email
1	NEW LARUS	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
2	BERKANDA DATA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
3	PANGANBARI UTAMA FOOD DISTRIBUTION	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
4	INDOPRIMO KULDEE JAWARA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
5	CONCRETEWORK INDONESIA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
6	ESKANA PUSRI	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
7	INDOKUNA UTAMA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
8	PANDURAMA KHARISMA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
9	SERBANA LESTARI	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
10	PRABANAN KENCANA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
11	PANGAN LESTARI	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
12	BANDAN JETA LESTARI	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
13	CATUR GLOBAL BUNDEK	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
14	GLECO INDONESIA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
15	WEGRELEZ INDONESIA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
16	INDOEN ABALFOOD INDONESIA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
17	KEBY BUNDEK	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
18	YUS INDONESIA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	
19	HE-100 INDONESIA	Jl. Raya Industri, Cikarang, Jawa Barat	021-2961-2759	

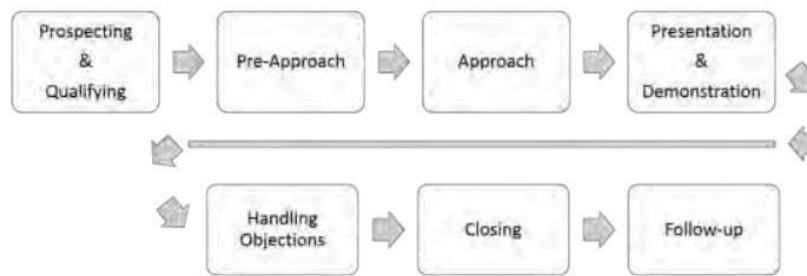
Sumber : Olahan Peneliti (2021)

### 3.3.3 Personal Selling

*Personal selling* merupakan pemasaran yang dilakukan secara langsung serta fokus dalam menciptakan hubungan dengan konsumen yang sudah ditargetkan sebelumnya bertujuan untuk mendapatkan tanggapan langsung dan membentuk hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2016, p. 809)

Selain itu, menurut Mullin (2010, p. 30) kegiatan *personal selling* adalah *field marketing* yang dimana perusahaan melakukan demonstrasi melalui presentasi pribadi untuk menawarkan produk serta jasa yang dimiliki oleh perusahaan kepada pelanggan.

Gambar 3. 9 Proses penjualan *Personal Selling*



Sumber : Kotler dan Armstrong (2016, p.823)

Pada strategi pemasaran ini PT Anindya Wiraputra Konsult menggunakan beberapa Langkah sampai pada akhirnya mendapatkan klien dan membangun hubungan secara jangka panjang. Kotler dan Armstrong (2016, pp. 823-825) menjabarkan bahwa terdapat beberapa langkah dalam *personal selling* untuk mendapatkan pelanggan baru, pesanan, serta membangun hubungan dengan pelanggan secara jangka panjang, yaitu :

1. *Prospecting and Qualifying*

Pada Langkah pertama ini, perusahaan diharuskan untuk mengidentifikasi calon pelanggan yang dapat memenuhi syarat dari perusahaan sendiri. Dalam hal ini, perusahaan akan memberikan *list* importir-importir agar dapat dihubungi dan dikunjungi oleh *marketing* Laporan Survey Impor. Setelah mendapatkan *list* tersebut, *marketing* akan mencari informasi seputar importir yang dituju melalui *google* terlebih dahulu serta mencari alamat pasti dari importir.

2. *Pre-approach*

Perusahaan harus mengetahui informasi yang dibutuhkan, orang yang terlibat selama proses transaksi, dan karakteristik. Dalam hal ini, *marketing* akan *dibriefing* terlebih dahulu oleh atasan sebelum melakukan kegiatan *drop company profile* kepada importir terkait alur penawaran yang diberikan oleh PT Anindya Wiraputra Konsult dan *marketing* juga diarahkan untuk melakukan penawaran dengan PIC impor di perusahaan yang dituju.

3. *Approach*

Dalam hal ini perusahaan harus melakukan pendekatan dengan awal yang baik melalui cara bertemu serta menyapa pelanggan dengan baik. Bentuk dari langkah *approach* ini, *marketing* akan mengunjungi importir melalui informasi

yang sebelumnya sudah diberikan dan diidentifikasi lebih dalam. Pada saat sampai kantor importir, *marketing* menanyakan terlebih dahulu PIC impor dengan membawa *company profile, flyer*, serta regulasi yang berlaku bagi importir.

#### 4. *Presentation and Demonstration*

Perusahaan mempresentasikan manfaat produk atau jasa yang telah dimiliki. Setelah bertemu dengan PIC impor, *marketing* akan mempresentasikan jasa serta pelayanan yang ditawarkan oleh divisi Laporan Survey Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult. Alur presentasi dimulai dengan menjelaskan gambaran umum divisi Laporan Survey Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult, klien-klien yang dimiliki, *services* yang ditawarkan oleh divisi Laporan Survey Impor, dan berakhir pada regulasi yang berlaku bagi komoditi dari setiap importir yang dituju.

#### 5. *Handling Objections*

Pada tahap ini, pelanggan seringkali merasa keberatan selama presentasi berjalan atau terkadang pelanggan menolak ketika diminta untuk meluangkan waktu. Dalam menangani keberatan ini, terkadang ketika *marketing* mengunjungi klien dan mencari PIC impor, orang yang berada di *front office* akan memberikan alasan bahwa perusahaan mereka sudah tidak melakukan impor selama beberapa tahun. Oleh karena itu, dalam menanganinya *marketing* akan secara halus mempertanyakan *shipment* yang mereka lakukan selama impor, barang apa saja yang diimpor, asal barang yang diimpor, serta kendala-kendala yang dialami selama melakukan impor.

#### 6. *Closing*

Pelanggan akan memberikan sinyal *closing* baik secara fisik, tindakan, komentar, dan pertanyaan. Jika importir sudah memberikan sinyal tersebut, *marketing* akan menjabarkan poin kesepakatan yang telah ditentukan oleh importir. Pada tahap ini, importir jika sepakat menggunakan jasa yang ditawarkan oleh divisi Laporan Survey Impor, maka importir akan memberikan NIB dan NPWP agar nama perusahaannya terdaftar ke dalam sistem PT Anindya Wiraputra Konsult dan menjadi klien dari divisi Laporan Survey Impor.

## 7. *Follow up*

Perusahaan harus memastikan produk atau jasa telah tersampaikan dengan baik kepada pelanggan melalui langkah *follow up* agar pelanggan melakukan pembelian kembali. Setelah terjadinya kesepakatan pada langkah *closing* sebelumnya, *marketing* akan selalu melakukan *follow up* terkait jasa serta pelayanan yang diberikan oleh divisi Laporan Survey Impor apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh importir sendiri. Selain itu, *follow up* juga akan dilakukan melalui aplikasi Whatsapp, dikarenakan terkadang terdapat importir yang masih kurang memahami bagaimana regulasi yang diberikan oleh Kementerian Perdagangan.

Dalam melaksanakan tugas sebagai *marketing* penulis mengikuti kegiatan *drop company profile* dan melakukan langkah-langkah penjualan melalui strategi *personal selling* kepada importir khusus komoditi keramik bersama dibimbing dengan *supervisor* penulis, Tia Regita.

Gambar 3. 10 Kegiatan *drop company profile*



Sumber: Dokumen internal *marketing* Laporan Survey Impor, 2021

Gambar 3. 11 *List perusahaan untuk drop company profile*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Company Name	Status
PT UNIVERSAL STEEL-INDO INDRAMARA	OKN
PT SUDIS PERMATA INDONESIA	OKN
PT RUSGWO SANGNYO INDONESIA	OKN
PT CITRA INDONESIA	OKN
PT MANULUR META SAKWA DIMARSA	OKN
PT SILARNO MINING INDONESIA	OKN
PT INDONESIA SUAMINE CHINE NICKEL AND STAINLESS STEEL INDUSTRY	OKN
PT AT INDONESIA	OKN
PT SELUSU META-INDO AJKA	OKN
PT METAL-INDO ALLOY TECHNOLOGY	OKN
PT POWER STEEL INDONESIA	OKN
PT CITRA BARU STEEL	OKN
PT CARBON-INDO	OKN
PT SURUNG KALAFASIS TBM	OKN
PT PAKARTI RIKEN INDONESIA	OKN
PT. INDIGA SARTI	OKN
PT ASTRA DAVID STEEL INDONESIA	OKN
PT DEKAN STEEL INDONESIA	OKN
PT DIMASRIK INDONESIA AND PACIFIC	OKN
PT ALAM BINTAR LESTARI	OKN
PT SUKUN SIK KONG	OKN
PT. KOSUNA MANDIRY INDONESIA	OKN
PT WEL-INDO INDRAMARA	OKN
PT VOESTALPINE BOHLER WELDING ASIA PACIFIC	OKN
PT SUNBERI KEMAS HARAJUR PT. UNIFORTUNE	OKN
PT. SUKUN YA LANGUNING ASIA STEEL	OKN
PT. ANIND HOBI INDONESIA	OKN
PT. AGRA MING INDONESIA	OKN
PT. AMBER KAPPA	OKN
PT. SARAH SARANA META	OKN
PT. WILTRAKI SARANA MALU	OKN
PT. APRIL BIRAH	OKN
PT. SUKSES PERMATA INDONESIA	OKN
PT. SILARNO SANGNYO INDONESIA	OKN
PT. UNIVERSAL STEEL-INDO INDRAMARA	OKN
PT. KUNING UN CEMAS INDUSTRY	OKN
KARBON INDAH	OKN
SABEL INDUSTRY INDONESIA	OKN
LONG BOON INDONESIA	OKN
PT. OBODAN STAINLESS STEEL	OKN
PT. SANGKALU META SAKWA DIMARSA	OKN
PT. PAKARTI RIKEN INDONESIA	OKN
SRI BUKAN TADI INDOUSTRI	OKN
PT. AT. INDONESIA	OKN
LIO KERAME FASOLD	OKN
PT. INDONESIA SUAMINE CHINE NICKEL AND STAINLESS STEEL INDUSTRY	OKN
PT. CHITA INDONESIA	OKN
SUKARNO MINING INVESTMENT	OKN
PT. BOKSI MEFALINDO AJKA	OKN
METAL-INDO ALLOY TECHNOLOGY	OKN

Sumber : Olahan Peneliti, 2021

Gambar 3. 12 Screenshot chat importir pengiriman company profile



Sumber : Olahan peneliti, 2021

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis, diantaranya:

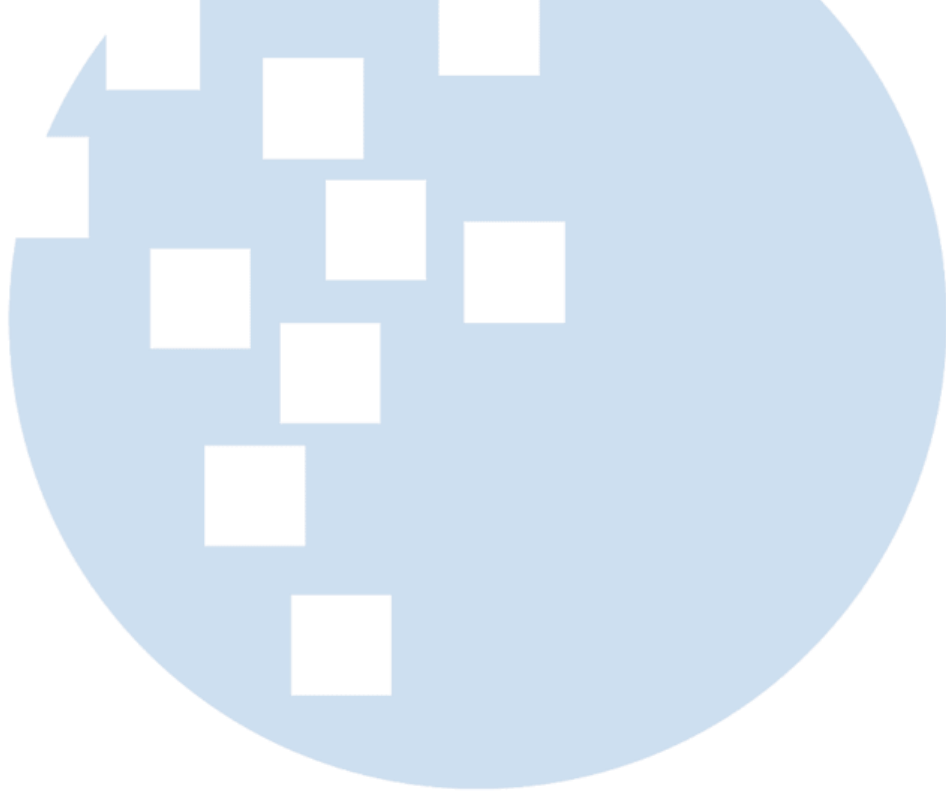
1. Pembatasan jumlah orang dari pihak importir jika marketing ingin melakukan *meeting*. Sehingga, penulis cenderung kurang dapat terlibat dalam kegiatan tersebut.
2. *Jobdesc* dan *role* yang diberikan kepada penulis masih belum sepenuhnya dapat diterapkan selama berada di lapangan. Hal ini dikarenakan kurangnya koordinasi mengenai pekerjaan yang harus dilakukan oleh penulis.
3. Terdapat perubahan regulasi yang diberikan oleh Kementerian Perdagangan tentang Peraturan Menteri Perdagangan mengenai kebijakan dan pengaturan impor No.20 Tahun 2021, sehingga perusahaan sedang menyesuaikan perubahan tersebut pada saat penulis menjalankan praktik kerja magang. Dampaknya penulis tidak dapat berkontribusi lebih jauh karena regulasi tentang kebijakan dan pengaturan impor yang diterapkan masih belum stabil.

### 3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari beberapa kendala yang dialami oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis menerapkan langkah-langkah untuk menjadi solusi, yaitu :

1. Penulis aktif bertanya kepada *marketing* mengenai bagaimana alur pembicaraan pada saat *marketing* melakukan lobi dan negosiasi dengan importir agar penulis memahami dengan baik bagaimana prosesnya.
2. Penulis aktif meminta arahan dan menanyakan pekerjaan kepada rekan kerja lain yang berada di kantor agar memahami alur kerja dan dapat berkontribusi banyak dalam pengembangan perusahaan.
3. Penulis berusaha mempelajari dan memahami regulasi terbaru yang diberikan oleh Kementerian Perdagangan tentang Peraturan Menteri

Perdagangan mengenai kebijakan dan pengaturan impor No.20 Tahun 2021, serta bertanya kepada karyawan lain yang berada di kantor jika ada beberapa hal yang masih belum dipahami.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA