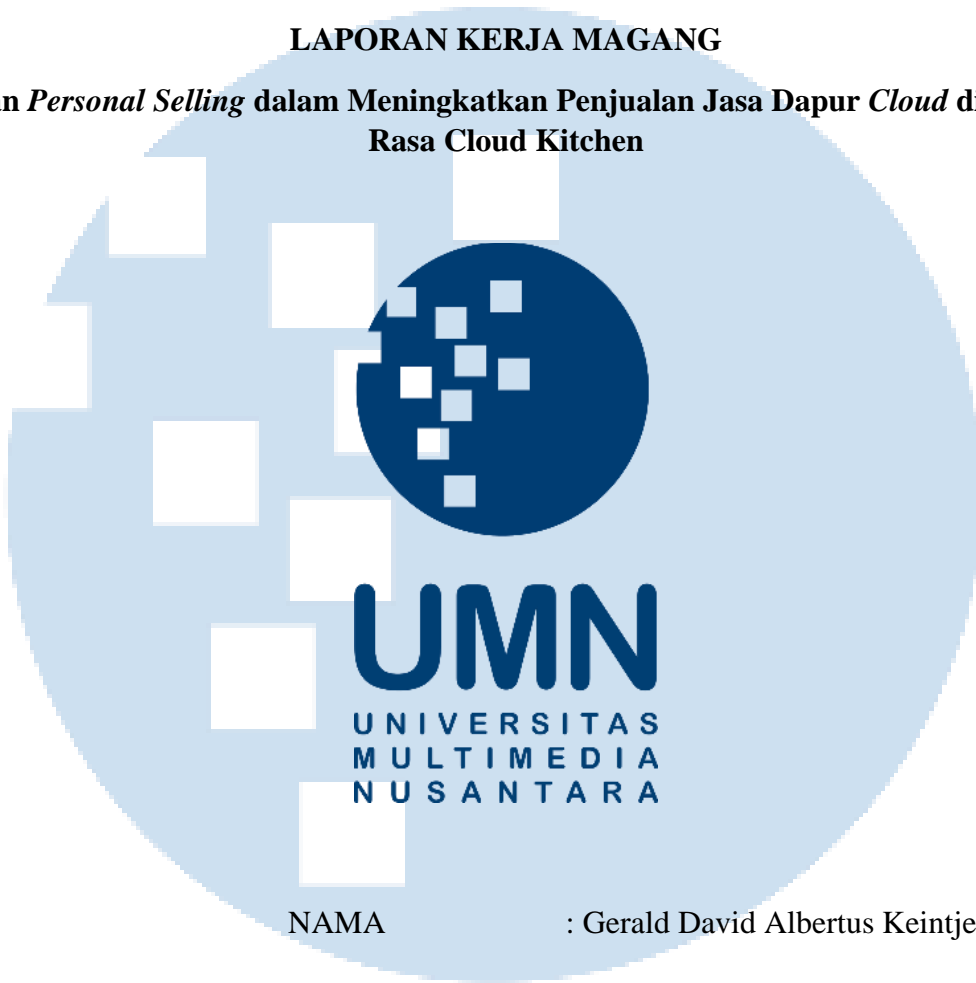


**LAPORAN KERJA MAGANG**

**Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa Cloud Kitchen**



NAMA : Gerald David Albertus Keintjem

NIM : 00000032258

FAKULTAS : Bisnis

PROGRAM STUDI : Manajemen

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2021**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG**

**Pentingnya Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa Cloud Kitchen**

Oleh :

Nama : Gerald David Albertus Keintjem

NIM : 00000032258

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 10 Januari 2021

Dosen Pembimbing,



**Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M.**

Penguji,



**Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.**

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par.,M.M.CSCP**

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN KEGIATAN PLAGIAT DALAM  
PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gerald David Albertus Keintjem

NIM : 00000032258

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang di :

Nama Perusahaan : Ruang Rasa Cloud Kitchen

Divisi : Marketing Penjualan atau Sales and Marketing

Alamat : Jl. Perkutut, Bojong Nangka, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten  
15810

Periode Magang : 13 April 2021 – 31 Juli 2021

Pembimbing Magang : Harvin Tjitra

Laporan kerja magang saya merupakan hasil kerja saya sendiri dan tidak melakukan plagiat.

Apabila ada kutipan dari karya ilmiah orang lain atau Lembaga lain yang dituliskan dalam laporan kerja magang ini , semua telah saya cantumkan di dalam Daftar Pusaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Desember 2021

## ABSTRAK

Ruang Rasa Cloud Kitchen merupakan suatu perusahaan *startup* yang bergerak pada industri *FnB Operator* / Penggerak FnB yang berusaha menyediakan tempat untuk para pebisnis kuliner yang ingin memiliki cabang untuk bisa lebih menjangkau pasar yang lebih luas. Ruang Rasa sendiri berdiri pada bulan November tahun 2020 dengan melihat peluang bisnis saat pandemic banyak perusahaan yang harus bergeser (*shifting*) ke digital atau online. Salah satunya adalah dalam dunia kuliner, dimana banyak yang merubah gaya hidup baik dari pelanggan maupun pelaku bisnis. Dari segi konsumen, mulai melakukan pembelian makanan menggunakan aplikasi online yang mulai menjadi kebiasaan orang – orang saat pandemic dikarenakan adanya pembatasan dan jaga jarak (*social distancing*). Tujuan dari pelaksanaan praktik magang adalah sebagai salah satu syarat kelulusan penulis. Selain itu penulis juga ingin menambah pengalaman kerja pada dunia nyata. Hal ini dilakukan penulis agar mendapat bekal ketika nanti sudah lulus dari Universitas Multimedia Nusantara sehingga bisa menjadi lulusan yang berkualitas dan sudah bisa beradaptasi dengan dunia kerja. Lalu pekerjaan magang yang dilakukan oleh penulis merupakan menjadi *salesman* dengan melakukan personal selling kepada beberapa pelaku bisnis kuliner di daerah Jabodetabek. Proses kerja magang tersebut dan penjelasan lebih detail telah dituangkan oleh penulis dalam laporan kerja magang ini dan disertai kesimpulan dan saran untuk perusahaan.

## ABSTRACT

Ruang Rasa Cloud Kitchen is a company *startup* engaged in the industry *FnB Operator / FnB Mover* that seeks to provide a place for culinary businessmen who want to have branches to be able to reach a wider market. Ruang Rasa itself was established in November 2020 by seeing business opportunities during the pandemic, many companies had to shift to digital or online. One of them is in the culinary world, where many have changed the lifestyle of both customers and business people. In terms of consumers, starting to make food purchases using online applications which are starting to become a habit for people during a pandemic due to restrictions and social distancing. The purpose of implementing the internship is as one of the requirements for the author's graduation. In addition, the author also wants to add work experience in the real world. This is done by the author so that he will be equipped when he graduates from Multimedia Nusantara University so that he can become a qualified graduate and can adapt to the world of work. Then the internship work carried out by the author is to become a *salesman* by doing personal selling to several culinary business people in the Jabodetabek area. The internship process and a more detailed explanation have been outlined by the author in this internship report and are accompanied by conclusions and suggestions for the company.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat – Nya maka penulis mampu menyelesaikan laporan proses kerja magang yang berjudul “**Pentingnya Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa *Cloud Kitchen*”**”. Laporan proses kerja magang ini berisi seluruh proses dan kegiatan penulis selama melaksanakan magang di Ruang Rasa Cloud Kitchen.

Penulis sungguh mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan dari berbagai kegiatan yang dijalankan selama proses magang dan penulis meyakini bahwa hal ini akan menjadi bekal bagi penulis ketika menghadapi dunia kerja setelah lulus. Oleh karena itu , pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam seluruh rangkaian proses praktik kerja magang hingga laporan kerja magang ini selesai.

Adapun ucapan terima kasih ditujukan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah melancarkan proses pengerjaan laporan magang ini dan memberi berkat kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan dengan baik.
2. Harvin Tjitra , selaku Founder Ruang Rasa sekaligus pembimbing lapangan , yang telah menerima penulis bergabung di perusahaan Ruang Rasa dan juga membimbing dan mengoreksi penulis setiap melakukan pengerjaan magang.
3. Dr.Mohammad Annas S.Tr.Par,MM,CSCP, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang senantiasa mendukung para peserta didiknya untu terus semangat dalam menjalankan setiap kewajibannya.
4. Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing magang penulis yang senantiasa memberikan arahan dan dorongan kepada penulis untuk bisa segera menyelesaikan laporan magang ini.
5. Orang tua yang telah mendukung dalam proses pengerjaan laporan kerja magang ini sehingga dapat selesai dengan baik.

6. Teman – teman kerja di Ruang Rasa yang sangat mendukung dalam setiap *jobdesc* yang telah dilakukan di kantor maupun di luar kantor.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis menerima kritik dan saran dari pihak manapun.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan rasa syukur sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing selama proses laporan kerja magang ini dibuat. Semoga laporan dapat bermanfaat bagi yang membaca.

Tangerang, 14 Desember 2021



Gerald David Albertus Keintjem

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN KEGIATAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG .....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	x
1.1 Latar Belakang.....	x
1.2 Maksud dan Tujuan.....	xvi
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang .....	xvi
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	xvi
1.3.2 Prosedur Kerja Magang.....	xvii
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang .....	xvii
BAB II.....	xix
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	xix
2.1 Profil Perusahaan .....	xix
2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	xix
2.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	xxiii
2.2.1 Visi Perusahaan .....	xxiii
2.3 Value Perusahaan .....	xxiv
2.4 Struktur Organisasi.....	xxiv
2.5 Landasan Teori .....	xxv
2.5.1 Manajemen.....	xxv
2.5.2 Marketing.....	xxvi



2.5.3 Penjualan atau Sales .....	xxvi
2.5.4 Personal Selling .....	xxvi
2.5.5 Relationship Marketing .....	xxvii
BAB III .....	xxviii
PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....	xxviii
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	xxviii
3.2 Tugas yang Dilakukan .....	xxx
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang .....	xxxii
3.4 Kendala yang Ditemukan .....	xli
3.5 Solusi yang Ditemukan .....	xlii
Bab IV .....	xliii
KESIMPULAN dan SARAN .....	xliii
4.1 Kesimpulan .....	xliii
4.2 Saran .....	xliv
DAFTAR PUSTAKA .....	xlv

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Poster Program MAJU (Mitra Anak Jaringan Usaha) bersama Ruang Rasa .....</b>	<b>xx</b>
<b>Gambar 2. 2 Akun Instagram untuk Mencari Tenant atau Klien Baru.....</b>	<b>xxi</b>
<b>Gambar 2. 3 Bukti ketika melakukan pencarian tenant secara offline dengan mengunjungi tempat makan yang memperbolehkan dine in. ....</b>	<b>xxi</b>
<b>Gambar 2. 4 Contoh dapur atau slot yang ditawarkan kepada tenant. ....</b>	<b>xxii</b>
<b>Gambar 2. 5 Contoh dapur atau slot yang telah terisi dengan peralatan yang dibawa oleh tenant.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>Gambar 2. 6 Struktur Organisasi Ruang Rasa .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>Gambar 3. 1 Contoh – Contoh Brand FnB yang Dapat dilakukan proses Approaching atau Canvassing melalui akun Instagram @JktFoodbang.....</b>	<b>xxxiii</b>
<b>Gambar 3. 2 Contoh – Contoh Brand yang Sudah dilakukan proses Approaching dan Contoh Chat ketika melakukan Canvassing diawali dengan perkenalan dan diakhir memberikan kontak untuk dihubungi.....</b>	<b>xxxiii</b>
<b>Gambar 3. 3 Pesan Whatsapp yang penulis lakukan untuk mem - followup sebuah leads dan lebih mendetail dengan membagikan proposal.....</b>	<b>xxxiv</b>
<b>Gambar 3. 4 Penulis menemani tenant secara langsung saat melakukan visit lokasi dapur di sekitar Jabodetabek.....</b>	<b>xxxv</b>
<b>Gambar 3. 5 Penulis melakukan penjelasan mengenai fasilitas tambahan dan juga detail lokasi yang diinginkan oleh calon tenant.....</b>	<b>xxxvi</b>
<b>Gambar 3. 6 Pesan Whatsapp yang penulis lakukan mendetailkan mengenai harga sewa.....</b>	<b>xxxvi</b>
<b>Gambar 3. 7 Contoh Draft Surat Perjanjian Sewa Menyewa oleh Brand Endoq Jkt. ....</b>	<b>xxxvii</b>
<b>Gambar 3. 8 Gambar Penulis memfollowup keberadaan tenant yang sudah kurang lebih 2 bulan memakai jasa Ruang Rasa dan memberikan jasa Influencer gratis untuk membantu brand lebih berkembang. ....</b>	<b>xxxix</b>
<b>Gambar 3. 9 Gambar Penulis melakukan metode upselling.....</b>	<b>xxxix</b>
<b>Gambar 3. 10 Gambar Penulis membuat Account Manager Report.....</b>	<b>xl</b>
<b>Gambar 3. 11 Gambar Penulis membuat Sales Report.....</b>	<b>xl</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 PDB dan Pertumbuhan Tahunan Industri Penyedia Makanan dan Minuman .....	xi
Tabel 1. 2 Survey dari EuroMonitor mengenai Gaya Hidup Konsumen dalam Melakukan Pembelian Produk Sebelum dan Setelah Pandemi .....	xii
Tabel 1. 3 Rata Rata Metode Memesan Makanan Selama Seminggu.....	xiii

UMN

UNIVERSITAS

BAB 1

MULTIMEDIA

PENDAHULUAN

NU SANTARA

### 1.1 Latar Belakang

Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa *Cloud Kitchen*