

LAPORAN KERJA MAGANG

PERANAN TELEMARKETING DALAM MENINGKATKAN

KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MEREK

PT GLOBAL ARTHA FUTURES



Nama : Agatha Zenia Larasati
NIM : 09130110043
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2013

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

PERANAN TELEMARKEETING DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MEREK PT GLOBAL ARTHA FUTURES

Oleh

Nama : Agatha Zenia Larasati

NIM : 09130110043

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 9 Januari 2013

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

(Lanang Diayudha, SE., M.Env.Mgt.)

(Angelina Theodora R P., S.E., M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

(Anna Riana Putriya, S.E., M.Si)

Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang

Dengan ini saya,

Nama : Agatha Zenia Larasati
NIM : 09130110043
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang:
Nama Perusahaan : PT Global Artha Futures
Devisi : Marketing / Telemarketing
Alamat : The City Tower Lt. 29, unit 2
Jalan M.H. Thamrin no. 81. Jakarta Pusat.
Waktu Magang : 2 Juli 2012 – 2 September 2012
Pembimbing Lapangan : Bapak Anton Soewandi

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 9 Januari 2013

Agatha Zenia Larasati

ABSTRAKSI

PT Global Artha Futures merupakan perusahaan ini bergerak di bidang jasa informasi, konsultasi, dan pengelolaan keuangan untuk perdagangan *Foreign Exchange* dan *Index Saham International* dengan produk baru mereka yakni investasi emas *online* atau yang lebih sering disebut dengan trading emas *online*.

Investasi ini belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu harus dilakukan kegiatan pemasaran yang dapat memperkenalkan produk investasi ini kepada masyarakat. Salah satu cara yang telah digunakan oleh PT Global Artha Futures dalam usaha memasarkan produk investasi emas *online* adalah dengan menggunakan strategi pemasaran langsung yakni *telemarketing*.

Dengan *telemarketing* perusahaan dapat memasarkan produk, menambah jumlah konsumen, juga sekaligus dapat menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen. Seorang telemarketer harus mampu memasarkan sebuah produk secara singkat dan jelas, serta mampu menyakinkan konsumen akan kredibilitas produk dan perusahaannya sehingga mampu menimbulkan rasa kepercayaan terhadap suatu merek.

Rasa kepercayaan akan timbul apabila konsumen telah merasakan manfaat atau *value* berupa kepuasan terhadap suatu produk yang menyebabkan kemungkinan untuk berpindah produk menjadi kecil dan memungkinkan terjadinya proses *word of mouth* akan kepuasan konsumen terhadap suatu produk kepada orang lain.

Kata Kunci : *Telemarketing*, Kepercayaan Merek

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaan yang telah diberikan kepada penulis selama proses awal penyusunan laporan magang hingga dapat selesai dengan baik. Adapun tujuan dari penulisan laporan magang ini adalah pemenuhan syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Dalam pelaksanaan kerja magang ini, mahasiswa banyak mendapatkan kemampuan, pengalaman dan juga pembelajaran berharga berkenaan dengan aktivitas nyata pada dunia kerja.

Penulisan laporan magang ini tidak lepas dari beberapa pihak yang membantu dan mengarahkan penulis selama proses pembuatan laporan, oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Mulyadi selaku *Team Leader* dalam PT Global Artha Futures yang sudah memberikan kesempatan kerja magang kepada penulis.
2. Bapak Anton Soewandi selaku *Senior Wealth Manager* PT Global Artha Futures dan pembimbing lapangan penulis yang dengan senang hati membagikan ilmu serta pengalaman yang sangat berguna bagi penulis.
3. Bapak Dedi Sumaryanto, saudari Dewi Puji Astuti dan segenap rekan kerja penulis di PT Global Artha Futures yang telah membantu penulis selama kegiatan kerja magang dan membuat suasana kerja menjadi lebih bersahabat.
4. Bapak Lanang Diayudha, SE., M.Env.Mgt., selaku dosen pembimbing magang penulis yang telah memberikan bimbingan selama proses pembuatan laporan magang.
5. Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si, selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang juga memberikan banyak saran sebelum penulis melaksanakan kerja magang.
6. Ibu Angelina Theodora R P., S.E., M.M., selaku dosen penguji laporan magang penulis dan atas saran-saran yang diberikan.
7. Orang tua dan adik-adik tercinta, Papa, Mama, Theo dan Igo atas semangat dan pengertian yang luar biasa kepada penulis.

8. Saudari Yunita Yanti, Jessica Alessa, Christella Ruslim, dan saudara Hugo Paco Gibson yang merelakan waktunya demi membantu penulis dalam penyusunan laporan magang ini.
9. Teman-teman Manajemen UMN 2009 atas bantuan, semangat dan kebersamaan menyelesaikan laporan magang ini

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu selama proses magang hingga laporan ini selesai. Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi penulisan bagi penyusunan laporan magang selanjutnya. Penulis mohon maaf apabila masih terdapat banyak kesalahan dalam penulisan laporan ini. Kritik serta saran yang membangun sangat berguna bagi penulis demi perbaikan yang lebih baik di waktu mendatang.

Tangerang, 9 Januari 2013

Agatha Zenia Larasati

UMN

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|-----|
| HALAMAN SAMPUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT | |
| ABSTRAKSI..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR BAGAN..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang..... | 2 |
| 1.3. Waktu dan Prosedur Kerja Magang..... | 3 |
| 1.4. Sistematika Penulisan..... | 4 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | |
| 2.1. Latar Belakang Perusahaan..... | 5 |
| 2.2. Legalitas Perusahaan..... | 6 |
| 2.3. Layanan..... | 7 |
| 2.4. Produk..... | 8 |
| 2.4.1 Kelebihan Futures Market..... | 9 |
| 2.4.2 Prosedur Investasi di PT Global Artha Futures..... | 10 |
| 2.5. Visi dan Misi Perusahaan..... | 10 |
| 2.6. Struktur Organisasi Perusahaan..... | 11 |
| 2.7. Landasan Teori | |
| 2.7.1. Manajemen Pemasaran..... | 15 |
| 2.7.2. Bauran Komunikasi Pemasaran..... | 17 |
| 2.7.2.1. <i>Telemarketing</i> | 18 |
| 2.7.3. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)..... | 20 |

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

| | |
|--|----|
| 3.1. Kedudukan dan Koordinasi..... | 21 |
| 3.2. Tugas yang Dilakukan..... | 21 |
| 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang..... | 23 |
| 3.3.1. Proses Pelaksanaan..... | 23 |
| 3.3.2. Kendala yang Ditemukan..... | 27 |
| 3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan..... | 31 |
| 3.4. Pemahaman Pentingnya Peranan <i>Telemarketing</i> pada PT Global Artha Futures Terkait Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Terhadap Merek (<i>Brand Trust</i>)..... | 33 |

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Simpulan..... | 37 |
| 4.2. Saran | |
| 4.2.1. Saran bagi Perusahaan..... | 38 |
| 4.2.2. Saran untuk Praktik Kerja Magang selanjutnya..... | 39 |

| | |
|-----------------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 40 |
|-----------------------------|----|

| | |
|-----------------------|----|
| LAMPIRAN | 41 |
|-----------------------|----|

UMMN

DAFTAR BAGAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Bagan 2.1. Struktur Organisasi PT Global Artha Futures..... | 11 |
| Bagan 2.2. Struktur Organisasi sebagian (<i>per team</i>)..... | 12 |



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Tabel Definisi Bauran Komunikasi Pemasaran.....17

