

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan kegiatan kerja magang, penulis memiliki kedudukan di divisi *marketing* GAF sebagai *telemarketing*. Pada posisi *telemarketing* penulis memiliki tanggung jawab yakni

1. Mencari *database* calon konsumen,
2. Menelepon calon konsumen dan menerangkan secara singkat produk investasi emas *online* kemudian membuat *appointment* dengan calon konsumen,
3. Merekap daftar nama yang sudah ditelepon.

Kedudukan penulis secara struktural pada divisi *marketing* yakni berkoordinasi langsung dengan para staff divisi *marketing*. Dengan adanya koordinasi yang diberikan dari GAF, maka penulis mempunyai tanggung jawab langsung terhadap divisi *marketing team* Bapak Mulyadi yang dipimpin oleh Bapak Anton Soewandi selaku *Senior Wealth Manager* dan pembimbing lapangan kerja magang penulis.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama kegiatan kerja magang yang dilakukan pada periode 2 Juli 2012 sampai dengan 2 September 2012, terdapat beberapa tugas yang dilakukan penulis yang terlampir pada laporan realisasi mingguan praktek kerja magang. Dalam kerja magang ini penulis memiliki pekerjaan utama sebagai *telemarketing* dan beberapa pekerjaan tambahan yang berguna dalam menambah pengalaman dan keterampilan penulis. Berikut penulis jabarkan

pekerjaan utama penulis sebagai *telemarketing* dan beberapa pekerjaan tambahan yang dilakukan penulis selama kerja magang.

A. Pekerjaan Utama

Dalam kerja magang penulis memiliki pekerjaan utama yakni sebagai *telemarketing* dimana penulis berkoordinasi langsung dengan Bapak Anton Soewandi selaku *Senior Wealth Manager* sekaligus pembimbing lapangan penulis. Adapun tugas yang penulis lakukan diantaranya :

1. Mencari dan mengumpulkan database calon konsumen.
2. Telemarketing dari database yang telah dikumpulkan.
3. Telemarketing dari database perusahaan.
4. Merekap data konsumen yang telah dikumpulkan dan telah ditelepon.
5. Mengikuti kegiatan *visit* ke calon konsumen.
6. Mengikuti briefing pagi sebelum memulai aktivitas kerja magang.

Semua tugas tersebut akan penulis uraikan pada sub-bab Uraian Tugas Magang.

B. Pekerjaan Tambahan

Selain melakukan pekerjaan telemarketing, penulis juga diberikan tugas tambahan guna menambah pengalaman dan keterampilan penulis dalam bekerja. Pekerjaan tambahan yang dilakukan penulis antara lain pengenalan produk investasi emas *online*, penulis dilatih untuk dapat meng-*install software demo trading* beserta cara trading emas *onlinenya*. Selanjutnya, penulis juga diminta untuk membantu dalam mencari tenaga kerja tambahan untuk tim pembimbing lapangan penulis dan menghubunginya via telepon. Selain itu, adanya kegiatan *team meeting* juga menjadi pekerjaan tambahan penulis.

3.3. Uraian Kerja Magang

3.3.1. Proses Pelaksanaan

A. Pekerjaan Utama

1. Mencari dan mengumpulkan *database* calon konsumen

Penulis ditugaskan untuk mencari dan mengumpulkan nama dan nomor telepon yang akan dijadikan *database* penulis dan rekan magang penulis. Pada minggu pertama kerja magang penulis ditugaskan untuk mengumpulkan 500 nama dan nomor telepon, kemudian data yang penulis miliki akan ditukar dan digunakan oleh rekan magang penulis yang sama-sama menduduki posisi *telemarketing*. *Database* calon konsumen penulis dapatkan dari situs jual-beli *online* seperti www.berniaga.com, www.tokobagus.com, www.griya123.com, dan beberapa situs jual-beli *online* lainnya yang menjual rumah, mobil, atau motor besar serta dari surat kabar kolom *berniaga*. Kegiatan ini berlangsung selama kerja magang, data yang penulis miliki juga menjadi *database team* penulis.

2. *Telemarketing* dari *database* yang telah dikumpulkan

Setelah *database* terkumpul sebagian, penulis mulai mencoba untuk melakukan *telemarketing* dari data penulis sendiri yakni pada hari kelima kerja magang. Sebelumnya, penulis telah diajarkan untuk membuat naskah sendiri yang berisikan hal-hal penting yang harus dibicarakan dengan calon konsumen melalui telepon agar calon konsumen mau membuat janji pertemuan dengan kami, serta bagaimana cara menjawab pertanyaan dari calon konsumen. Dalam kegiatan *telemarketing* ini penulis berusaha untuk menerapkan apa yang telah penulis terima selama pelatihan sebelumnya. Pada awal kegiatan ini penulis hanya menelepon 10 orang dalam satu hari, tetapi seiring berjalannya waktu penulis mampu menelepon 20 - 30 orang dalam sehari. Dalam kegiatan ini penulis turut dibantu oleh Bapak Dedi dan Saudari Dewi Puji.

3. *Telemarketing* dari data perusahaan

Penulis melakukan *telemarketing* dari data perusahaan setelah data yang penulis miliki telah dihubungi semua. Adapun data perusahaan yang penulis peroleh merupakan data lama yang mana tugas penulis adalah menghubungi kembali (*call back*) calon-calon konsumen yang belum mengangkat telepon, sibuk, sedang dijalan ataupun yang belum tertarik mengenai investasi emas *online* saat itu.

Selanjutnya penulis bertugas untuk melakukan *follow-up* calon konsumen yang sudah mendapatkan *e-mail* dari perusahaan yang berisikan penjelasan mengenai GAF dan investasi emas *online*, maupun calon konsumen yang berhalangan hadir pada waktu perjanjian sebelumnya (batal) agar dapat mengadakan perjanjian untuk pertemuan langsung. Jika terdapat calon konsumen yang berkenan mengadakan pertemuan penulis segera berkoordinasi langsung dengan Bapak Anton Soewandi agar tidak terjadi bentrok atau kesalahan.

4. Merekap data (nama dan nomer telepon) yang telah dikumpulkan dan ditelepon

Dalam hal ini penulis bertugas untuk merekap data calon konsumen yang telah penulis kumpulkan dan telah ditelepon. Penulis memasukkan nama-nama calon konsumen yang telah dihubungi dan disertai dengan keterangan seperti tertarik dan bersedia untuk mengadakan *appointment*, tidak tertarik, sibuk, tidak diangkat, *call back* atau kirim *e-mail*. Hasil rekapan tersebut diserahkan kepada bagian administrasi untuk diolah kembali. Kemudian, untuk calon konsumen yang bersedia mengadakan pertemuan, penulis segera berkoordinasi langsung dengan Bapak Anton Soewandi untuk menginformasikan hari/tanggal, jam, dan tempat pertemuan. Selanjutnya, untuk nama dengan keterangan tidak diangkat dan *call back* penulis menghubungi kembali besok atau 2-3 hari kemudian. Untuk keterangan kirim *e-mail* penulis akan langsung mengirim *e-mail* yang berisi company profile

kepada calon konsumen yang meminta lalu menghubungi kembali dua hari berikutnya. Untuk nama dengan keterangan tidak tertarik, tidak penulis hubungi lagi untuk beberapa jangka waktu kedepan.

5. Mengikuti kegiatan *visit* ke calon konsumen

Bapak Anton Soewandi selaku pembimbing lapangan memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat ikut serta melakukan *visit* atau pertemuan dengan calon konsumen yakni pada tanggal 24 Juli 2012 pukul 15.00 bertempat di PT Froggy, Bumi Serpong Damai, Tangerang. Pada pertemuan pertama dengan calon konsumen, penulis hanya mengikuti dan mengamati pembimbing lapangan dalam membangun hubungan dengan calon konsumen melalui komunikasi yang baik.

Penulis mendapat pelajaran bahwa dalam berkomunikasi bisnis antara dua pelaku bisnis sebaiknya terjadi dua arah yakni saling mengetahui bisnis satu sama lain, menaruh ketertarikan (*interest*) dalam bisnis calon konsumen, lalu kemudian baru mengutarakan produk investasi emas *online* ini kepada calon konsumen secara detail. Kemudian pengetahuan yang luas akan dunia investasi atau pengetahuan umum lainnya juga sangat mendukung terjadinya interaksi satu sama lain.

Dalam kegiatan ini penulis dituntut untuk tampil lebih rapi dari biasanya karena akan bertemu dengan calon konsumen dan harus memberikan kesan *first impression* yang baik.

6. Mengikuti *briefing* pagi

Kegiatan *briefing* adalah kegiatan yang wajib diikuti oleh seluruh karyawan GAF setiap pukul 09.00 WIB, karena di dalam *briefing* akan diumumkan perkiraan-perkiraan harga emas, *index* dan *forex* hari ini, bagaimana pergerakannya (positif atau negatif), serta membahas isu-isu global yang terjadi yang dapat mempengaruhi naik turun harga emas, *index*, dan *forex*. Briefing ini sangat berguna terutama dalam menjawab pertanyaan

dari calon konsumen mengenai harga emas saat ini ataupun isu-isu yang terjadi.

B. Pekerjaan Tambahan

Dalam pekerjaan tambahan yang dilakukan penulis sebenarnya lebih bersifat kepada menambah pengalaman dan keterampilan penulis dalam bekerja khususnya kegiatan pelatihan dan pengenalan produk Investasi Emas Online dilakukan pada awal kegiatan kerja magang. Penulis dilatih untuk dapat menginstall *software demo trading* beserta cara trading emas *onlinenya*, guna menambah keterampilan penulis dalam melakukan kegiatan *telemarketing* maupun ketika penulis bertemu langsung dengan konsumen.

Selanjutnya, di minggu kelima kerja magang, penulis juga diminta untuk membantu dalam mencari tenaga kerja tambahan untuk tim pembimbing lapangan penulis, dan menghubunginya *via* telepon. Dalam hal ini, pekerjaan ini penulis hanya sebatas mengumpulkan nama pencari kerja yang penulis dapat dari beberapa sumber seperti Majalah Hidup, www.jobsdb.com, www.carikerja.com, dan www.berniaga.com, kemudian menghubungi calon pekerja tersebut *via* telepon. Untuk kriteria calon pekerja, jadwal wawancara, kegiatan wawancara, dan tindakan selanjutnya sudah diatur sendiri oleh Bapak Anton Soewandi.

Selain itu, dalam tim penulis diterapkan untuk selalu mengadakan *team meeting* selama satu sampai dua jam sebelum jam kerja berakhir guna menyelesaikan masalah yang terjadi di hari tersebut. Banyak hal yang dibahas dalam *team meeting* dan penulis mendapatkan cukup banyak manfaat dari kegiatan tersebut diantaranya penyelesaian masalah secara terbuka, bertukar informasi yang diperoleh, dan mempererat hubungan antara satu anggota dengan anggota lain dalam tim. Pembimbing lapangan penulis juga meminta penulis untuk mencari *role model* di dua minggu terakhir sebelum kegiatan magang berakhir, sebagai bahan *sharing* positif untuk peningkatan kinerja penulis dan anggota tim.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Dalam periode pelaksanaan kerja magang dengan pekerjaan utama sebagai telemarketing, terdapat beberapa kendala yang penulis temukan seperti masyarakat atau calon konsumen yang sebagian besar belum mengenal investasi emas *online* karena yang selama ini masyarakat kenal adalah investasi emas secara fisik. Kemudian, ketidaktertarikan masyarakat begitu mendengar investasi emas *online* yang dilakukan dengan cara *trading* dan langsung dikaitkan dengan *trading* saham yang memiliki banyak cerita negatif, lalu kendala-kendala lain seperti calon konsumen yang sibuk, sedang rapat, tidak berkenan mendengarkan penjelasan karena sudah sering ditawarkan ataupun *communication barrier* (halangan komunikasi) seperti konsumen sedang mengikuti rapat atau seminar, sedang berada dalam perjalanan, atau sinyal yang kurang baik sehingga percakapan terputus-putus.

Kemudian database yang kurang valid seperti nama atau nomor telepon yang tidak sesuai dengan nama atau nomor telepon yang penulis tuju (salah sambung). Terdapat juga beberapa data lama dimana nomor telepon sudah tidak aktif atau tidak digunakan lagi. Belum tersedianya database baru dari perusahaan juga menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh penulis.

Dari sisi penulis sendiri, penulis menghadapi beberapa kendala dalam kerja magang ini seperti kurang menguasai produk dari GAF yakni investasi emas *online* dan keterbatasan penulis akan dunia investasi dan keuangan, sehingga penulis harus lebih banyak belajar mengenai seluk beluk dan penghitungan investasi ini, lalu kendala kemampuan untuk *telemarketing* seperti masih bingung dan canggung dalam menjawab pertanyaan dari consume serta keterbatasan improvisasi yang dimiliki penulis.

Berikut uraian mengenai kendala-kendala yang ditemukan dalam pekerjaan selama proses pelaksanaan kerja magang berlangsung:

A. Pekerjaan Utama

1. Mencari dan mengumpulkan *database* calon konsumen

Dalam mencari dan mengumpulkan *database* calon konsumen penulis tidak mengalami kesulitan, karena *database* dapat ditemukan dalam situs jual beli *online* dan surat kabar di rubrik atau kolom berniaga. Penulis mencari nama dan nomer telepon di bagian yang menjual atau membeli barang dengan harga Rp 100.000.000,- ke atas atau lebih, karna disesuaikan dengan jumlah investasi minimum di GAF yakni Rp 50.000.000,-. Dalam mencari dan mengumpulkan *database* calon konsumen yang terpenting adalah terdapat nama dan nomor telepon.

2. *Telemarketing* dari database yang telah dikumpulkan

Pada awal melakukan *telemarketing* penulis sangat kesulitan karena ini merupakan hal baru bagi penulis, banyak kendala yang penulis hadapi seperti perasaan gugup saat melakukan *telemarketing*, lalu kurangnya penguasaan penulis dalam dunia investasi komoditas berjangka dan penguasaan produk membuat penulis agak kesulitan dalam menjawab pertanyaan dari calon konsumen, kemampuan improvisasi percakapan yang masih rendah membuat penulis belum mampu mendapatkan *appointment* dengan calon konsumen, serta belum populernya investasi emas secara *online* dikalangan masyarakat Indonesia.

Namun seiring berjalannya waktu penulis dapat menghilangkan sedikit perasaan gugup, tetapi hingga akhir bulan pertama penulis sebagai *telemarketing*, penulis belum juga mendapatkan *appointment* dengan calon konsumen dari database penulis maupun dari database perusahaan.

Kendala berikutnya yang dialami penulis adalah ketidakakuratan data calon konsumen yang dimiliki oleh penulis

sehingga tidak tepat sasaran. Ketidakkuratan tersebut yakni nama atau nomer telepon yang tidak sesuai dengan penerima telepon, nomer telepon yang sudah tidak aktif lagi, dan calon konsumen yang tidak sesuai dengan target konsumen GAF. Target konsumen GAF adalah masyarakat dengan golongan sosial ekonomi (SES) A, A+, dan semakin keatas, sedangkan yang banyak penulis temui adalah calon konsumen dengan SES A, B+ ke bawah.

3. *Telemarketing* dari data perusahaan

Dalam kegiatan ini penulis tidak memiliki kendala yang berat karena tugas penulis sama dengan kegiatan diatas, hanya yang berbeda adalah penulis lebih banyak melakukan *call back* dan *follow up* calon konsumen karena nomor tersebut sudah ditelepon sebelumnya dan sudah dijelaskan secara singkat atau sudah menerima *e-mail*, jadi penulis hanya tinggal memastikan saja apakah dapat melakukan tahap selanjutnya yakni *appointment* untuk bertemu langsung atau calon konsumen tidak berkenan. Namun, karena merupakan data lama jadi banyak terdapat nomor telepon yang sudah tidak aktif lagi atau tidak sesuai dengan nama yang tertera (salah sambung).

4. Merekap data (nama dan nomer telepon) yang telah ditelepon

Dalam tugas ini penulis tidak mengalami kendala yang besar karena sudah diberikan format laporan oleh Bapak Anton dan penulis hanya tinggal mengisi saja dan menyerakannya ke bagian administrasi.

5. Mengikuti kegiatan *visit* ke calon konsumen

Kegiatan *visit* ke calon konsumen yang penulis lakukan merupakan kesempatan yang diberikan oleh pembimbing lapangan kepada penulis. Pada kegiatan *visit* ini penulis dan pembimbing lapangan menemui calon konsumen (nasabah) di daerah Bumi Serpong Damai, pukul 15.00.

Penulis hanya bertugas untuk mendengarkan dan mengamati bagaimana Bapak Anton selaku *Senior Wealth Manager* dan pembimbing kerja magang penulis melakukan presentasi mengenai investasi emas *online* di GAF. Jadi penulis tidak mengalami kendala yang berarti.

6. Mengikuti *briefing* pagi

Dalam mengikuti kegiatan ini pada awalnya penulis sama sekali tidak mengetahui apa yang dibahas dalam *briefing* tersebut karena banyak istilah-istilah asing yang tidak diketahui penulis. Tetapi rekan kerja magang dan pembimbing lapangan menjelaskan secara singkat isi dari *briefing* dan membantu menjelaskan arti dari istilah-istilah yang sering digunakan. Untuk menambah pengetahuan, penulis turut mencari pengertian dari istilah yang digunakan dan membaca berita-berita terkini yang berkaitan dengan naik-turunnya harga emas.

B. Pekerjaan tambahan

Dalam melakukan pekerjaan tambahan penulis menemukan beberapa kendala seperti kemampuan penulis yang terbatas dalam memahami secara singkat penjelasan dari produk investasi emas online, keterbatasan penulis dalam pemahaman dunia investasi juga menghambat penulis dalam penguasaan produk dan penginstallan software demo yang dimana didalamnya terdapat banyak indikator yang berhubungan dengan keuangan.

Kemudian dalam mencari pelamar kerja penulis tidak mendapatkan kendala besar karena terdapat berapa sumber yang dapat digunakan sebagai referensi. Hanya saja terdapat permasalahan seperti data yang tidak lengkap atau data yang diberikan tidak sebenarnya.

Penulis tidak mengalami kendala dalam kegiatan ini karena kegiatan ini berupa penyelesaian masalah dengan *team*, atau ketika ada hal-hal

penting yang harus dibicarakan seperti target bulan ini, strategi atau ide-ide apa yang perlu dijalankan. Penulis dan rekan penulis sering diminta untuk memberikan masukan mengenai strategi atau ide yang dapat dilakukan berdasarkan teori yang didapat dari perkuliahan.

Dalam mencari *role model*, penulis juga tidak mengalami hambatan karena ketua *team* sekaligus pembimbing kerja magang yakni Bapak Anton Soewandi membebaskan siapa saja tokoh yang dapat dijadikan inspirasi dan kemudian harus diceritakan kepada sesama anggota *team*. Dalam kegiatan *team meeting* ini, Bapak Anton juga banyak memberikan contoh dan nasehat yang berguna kepada penulis dan rekan penulis dalam menghadapi dunia kerja nyata nantinya diantaranya, bagaimana sikap dan penampilan yang harus dimiliki ketika bertemu dengan konsumen, lalu dalam berbisnis kita jangan bersikap menyerang tetapi dengan pendekatan akan lebih efektif. Pendekatan yang dimaksud adalah penting untuk mengetahui latar belakang, hobi, atau sesuatu yang konsumen senangi sehingga ada timbale balik dalam pembicaraan, tidak melulu tentang bisnis kita semata. Kemudian seseorang dalam mewujudkan cita-citanya jangan pernah berhenti dan menyerah ketika gagal, tetapi harus bangkit dan terus berusaha melakukan yang terbaik serta pandai menangkap peluang.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berbagai kendala yang penulis hadapi selama kegiatan kerja magang di GAF banyak yang telah teratasi berkat solusi yang diberikan oleh pembimbing kerja magang dan rekan-rekan penulis. Berikut uraian solusi atas kendala yang ditemukan selama proses pelaksanaan kerja magang berlangsung:

A. Pekerjaan Utama

Kendala terbesar yang penulis hadapi ketika menjadi seorang *telemarketing* adalah rasa gugup dan pemahaman mengenai produk yang masih minim. Tetapi rekan-rekan kerja penulis selalu memberikan saran-saran yang sangat berguna dalam menjalankan pekerjaan sebagai *telemarketing*. Saran yang diberikan antara lain melatih intonasi suara agar tidak terlalu datar, kemudian pelatihan vokal yang jelas, dan menyusun *script* (naskah) yang sesuai. Lalu penulis juga diajarkan cara menjawab pertanyaan calon konsumen apabila pertanyaan yang diajukan sulit dan banyak, serta cara mengajak calon konsumen untuk bersedia mengadakan pertemuan melalui *appointment*.

Penulis juga sering berlatih telemarketing dengan sesama pekerja magang, telemarketer lain di GAF, bahkan dengan Bapak Anton untuk meningkatkan kemampuan telemarketing penulis.

Untuk kendala komunikasi seperti telepon yang tidak diangkat, terputus, penerima telepon sedang rapat atau dijalan dan sebagainya, penulis dapat melakukan *call back* atau menelepon kembali setelah beberapa saat atau sesuai dengan waktu yang diberikan oleh calon konsumen. Selama berada di posisi *telemarketing*, penulis terus berusaha memperbaiki kesalahan sesuai dengan saran yang diberikan oleh rekan kerja penulis yang sudah terlebih dahulu bekerja sebagai *telemarketing* GAF.

B. Pekerjaan Tambahan

Rekan-rekan kerja penulis selalu membantu dengan memberikan penjelasan yang detail sehingga penulis dapat lebih memahami mengenai produk investasi emas *online* ini. Penulis juga mencari informasi yang berkaitan dengan investasi emas maupun informasi keuangan lainnya, selain itu penulis juga berlatih demo trading emas online melalui software yang penulis install sendiri pada komputer penulis.

Dalam mengumpulkan data calon pelamar penulis menggunakan fasilitas internet kantor agar lebih efektif dan mencari sumber yang lebih kredibel.

3.3.4. Pemahaman Pentingnya Peranan *Telemarketing* pada PT Global Artha Futures Terkait Dengan Peningkatan Kepercayaan Konsumen Terhadap Merek (*Brand Trust*)

Selama pelaksanaan kerja magang di GAF penulis mendapatkan contoh pemahaman mengenai teori dalam perkuliahan dengan dunia kerja nyata. Dalam sebuah perusahaan, divisi *marketing* diharapkan mampu untuk dapat memasarkan produk dengan baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Akan tetapi, lebih dari itu *marketing* juga harus mampu menjadi jembatan dalam membangun hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan. Membangun hubungan baik dengan konsumen membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang baik, menetapkan harga untuk produk itu secara atraktif, dan menyediakan produk itu bagi konsumen sebagai sasaran tetapi perusahaan juga harus mengomunikasikan proposisi nilai mereka kepada konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008).

Komunikasi yang baik merupakan elemen penting dalam usaha perusahaan membangun hubungan dengan konsumen, salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan strategi Bauran Komunikasi Pemasaran (*Promotion Mix*). Menurut Kotler dalam bukunya Prinsip-prinsip Pemasaran (2008), bauran komunikasi pemasaran merupakan paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai konsumen secara persuasif dan membangun hubungan konsumen.

Sebelumnya penulis selalu beranggapan bahwa *Promotion Mix* yang paling baik adalah iklan (*advertising*) dengan menggunakan *promotion tools* media surat kabar, majalah, televisi, radio, dan lainnya yang dapat

menjangkau keseluruhan atau *mass communication*. Produk apapun apabila menggunakan strategi promosi iklan pasti akan berhasil dikenal oleh masyarakat banyak sehingga, menjadi *top of mind*, dan menjadi pilihan utama masyarakat. Namun, ternyata tidak semua produk dapat menggunakan strategi promosi iklan sebagai strategi utama. Seperti pada produk investasi emas *online* yang menjadikan *telemarketing* menjadi strategi utama dalam pemasaran dan disokong oleh kemampuan *sales person* dalam menjelaskan produk lebih mendalam. Kedua *promotion tools* tersebut merupakan aset berharga bagi GAF karena merupakan tonggak utama dalam menjaring konsumen.

Telemarketing bagi GAF sangat berperan besar dalam penambahan jumlah konsumen dan sebagai penghubung atau jembatan antara calon konsumen dengan *Senior Wealth Manager* atau *Wealth Manager*. *Telemarketing* bertugas untuk menghubungi konsumen dari *database* yang ada, kemudian menjelaskan secara singkat mengenai investasi emas *online* yang sebelumnya sudah disusun dalam sebuah *script*, dan meyakinkan calon konsumen untuk dapat bertemu langsung dalam sebuah *appointment*. Dalam meyakinkan calon konsumen untuk dapat bertemu langsung juga memerlukan proses cukup lama melalui percakapan telepon seperti, harus bisa menjawab pertanyaan calon konsumen seperti bagaimana cara kerja investasi ini, berapa untungnya, letak kantor GAF, dan sebagainya. Kemudian menjelaskan kepemilikan izin dari Bapepti yang dimiliki oleh GAF, perbedaan GAF dengan pesaing dalam hal *spread* (selisih harga) dan komisi, dan beberapa hal lainnya.

Dengan menggandakan *telemarketing*, GAF dapat melakukan beberapa hal sekaligus diantaranya pemasaran produk, menciptakan kepercayaan antara calon konsumen dan perusahaan terbukti dengan adanya sebuah *appointment*, menambah jumlah konsumen sebagai hasil

kelanjutan dari *appointment*, dan menjaga hubungan antara konsumen dengan GAF.

Kegiatan *telemarketing* bergantung pada dua *items* yakni telepon dan pulsa yang biaya pengadaannya lebih rendah dibandingkan dengan memasang iklan di televisi atau memasang iklan pada *billboard*. Kemudian, walaupun tidak menjangkau massa yang banyak tetapi setidaknya seorang *telemarketing* dapat memasarkan produknya kepada ± 72 orang setiap harinya dengan asumsi setiap *telemarketing* memiliki waktu efektif antara pukul 09.00 s.d.16.00 atau sekitar 6 jam, dipotong waktu makan siang 1 jam, dan apabila dalam setiap telepon memerlukan waktu 5 menit maka _____ dan bila diakumulasi dalam sebulan yakni, 72 orang x 20 hari kerja = 1440 orang.

Menimbulkan rasa kepercayaan dalam benak konsumen kepada produk atau perusahaan sangatlah penting karena menentukan keputusan penggunaan kembali sebuah produk atau perusahaan di masa mendatang. Terlebih menimbulkan kepercayaan konsumen untuk menginvestasikan sejumlah uang dalam jumlah minimal yang cukup besar yakni Rp 50.000.000,00, dibutuhkan kemampuan yang cukup handal bagi para *telemarketing* dan *sales person* GAF.

Beberapa kemampuan yang harus dimiliki *telemarketing* menurut penulis diantaranya, penguasaan produk secara mendalam (*product knowledge*). Tidak hanya mengenai investasi emas *online* saja tetapi juga keseluruhan mengenai produk investasi berjangka lainnya, sehingga apabila konsumen mengajukan pertanyaan lain diluar investasi emas *online*, *telemarketing* dapat menjawabnya serta menjadikannya sebagai bahan pembicaraan selain pembicaraan utama mengenai penjelasan investasi emas *online*. Lalu kemampuan komunikasi yang persuasif dan improvisasi juga mendukung timbulnya kepercayaan calon konsumen.

Apabila *telemarketing* dapat menjelaskan keunggulan produk secara jelas dan nyata maka dapat menutupi kekurangan yang ada pada produk tersebut.

Sesuai yang dikatakan Schiffman dan Kanuk dalam bukunya yang berjudul *Consumer Behavior* (2008), apabila konsumen merasa puas akan produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelayanan yang diberikan maka tidak menutup kemungkinan bahwa mereka akan menggunakan kembali produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang terdekat atau orang-orang disekelilingnya.

The image shows a large, light blue watermark of the UMN logo. The logo consists of a stylized globe with several white squares on its surface, positioned above the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font.