



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam proses kerja magang, penulis ditempatkan dalam divisi *Marketing* yang dibimbing langsung oleh Sri Utomo selaku *Brand Manager*. Walau didalam divisi *Marketing*, pekerjaan yang penulis lakukan adalah proyek *Customer Relationship*. Kegiatan yang penulis lakukan adalah melakukan riset lapangan pada distributor dan konsumen secara langsung, di dalam perusahaan penulis juga melakukan riset untuk produk baru yang akan di keluarkan perusahaan.

Koordinasi yang terjadi selama penulis mengikuti kegiatan kerja magang dengan mentor dilakukan secara tatap muka dan terkadang dilakukan dengan *Whatsapp*. Dalam tugas riset yang dilakukan penulis harus melakukannya dengan para *supervisor* JABODETABEK yang berada di divisi *sales and promotion*, koordinasi antara penulis dan para *supervisor* dilakukan dengan aplikasi BBM (*BlackBerry Messenger*). Untuk riset yang penulis lakukan hasil akan dipresentasikan kepada *Brand Manager*, *supervisor* dan *Manager Promosi* JABODETABEK.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama 40 hari kerja magang penulis mendapat kesempatan untuk membantu *Brand Manager* dalam divisi *Marketing* PT Monysaga Prima dengan tugas *customer relationship management*. Tugas CRM yang kerjakan penulis selama proses kerja magang antara lain :

3.2.1 *Customer Profiling Data*.

3.2.2 *Riset Retailer*.

3.2.3 *Data Mining Retailer*.

3.2.4 *Riset Logo*.

3.2.5 *Riset Rasa Produk*.

3.2.6 *Presentasi Kepada Pembimbing*.

Tabel 3.1 Aktivitas Kerja Magang

Minggu ke-	Pekerjaan yang Dilakukan
1	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer Profiling Data</i> • Mempelajari produk-produk perusahaan • Mempelajari area-area penjualan produk perusahaan
2	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Riset Retailer</i> • <i>Data Mining Retailer</i>
3	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Riset Retailer</i> • <i>Data Mining Retailer</i> • Membuat <i>powerpoint</i> hasil riset
4	<ul style="list-style-type: none"> • Presentasi Kepada Pembimbing • <i>Customer Profiling Data</i>
5	<ul style="list-style-type: none"> • Riset logo
6	<ul style="list-style-type: none"> • Menyampaikan hasil data selama riset logo • Mempersiapkan riset logo kedua
7	<ul style="list-style-type: none"> • Riset logo kedua • Menyampaikan hasil data selama riset logo
8	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Riset</i> rasa produk
9	<ul style="list-style-type: none"> • Melaporkan semua data selama kerja magang

Berikut ini *timetable* pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan aktivitas kerja magang:

Tabel 3.2 *Timetable* Aktivitas Kerja Magang penulis Per Minggu

Kegiatan	Juli			Agustus				September	
	2	3	4	1	2	3	4	1	2
<i>Customer Profiling Data</i>									
Riset <i>retailer</i>									
<i>Data mining retailer</i>									
Membuat <i>powerpoint</i> hasil riset									
Presentasi kepada pembimbing									
Riset logo									
Menyampaikan hasil riset logo									
Riset rasa produk									
Melaporkan semua data selama kerja magang									

3.3 Uraian pelaksanaan Kerja Magang

Dalam proses kerja magang, penulis mengalami pengalaman untuk melakukan *analytical CRM* dan *operational CRM*. Peelen (2005, h. 183), mengatakan hal terpenting dalam *analytical CRM* adalah dengan membuat data-data yang diperlukan. Serta, data yang telah dikumpulkan itu dibuat dengan mendalam sehingga dengan data tersebut dapat diterapkan sesuai dengan keinginan manajemen. Dengan dilakukan analisis statistik seluruh data yang telah terkumpul dapat membantu perusahaan dalam menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam pendekatan serta waktu yang ditentukan.

Untuk topik *operational CRM* terkait dengan siklus komunikasi. Komunikasi dilakukan dan dibantu *follow up* antara konsumen dengan *supplier*. Peelen (2005, h. 289), menjelaskan dalam strategi untuk membangun hubungan yang sudah dibuat serta dilakukan melalui pembelajaran dari percakapan yang

terjadi antar kedua pihak secara intens sehingga terbentuk kesepahaman. Berikut hal yang penulis alami selama melakukan tugas magang:

3.3.1 Customer Profiling Data

Tujuan utama dari *Customer Profiling Data* yang diinginkan oleh perusahaan adalah membuat database mengenai para *retailer* dan para konsumen, yang terintegrasi. Sehingga produk dan program-program yang dilakukan perusahaan dapat tepat sasaran. Untuk mengidentifikasi konsumen yang diperlukan adalah (Peelen, 2005, h. 195):

1. Segmentasi : Penempatan sesuai dengan jumlah pembelian.
2. *Customer value* : Seberapa sering dan jumlah pembelian yang dilakukan.
3. Transaksi : Jumlah keuntungan dari pembelian.
4. Produk : Produk yang paling laris.
5. *Other communication* : Bagaimana hubungan komunikasi yang terjalin serta respon terhadap komunikasi tersebut.
6. *Satisfaction* : Kepuasan terhadap produk, komunikasi dan layanan perusahaan.
7. *Customer characteristics* : data-data mengenai nama, alamat dan jenis kelamin.

3.3.2 Riset Retailer

Data yang diperlukan untuk mengidentifikasinya adalah (Peelen, 2005, h. 187) :

- Data-data dasar berupa nama, alamat, jenis kelamin dan nama toko.
- Data tambahan berupa jabatan.

Sebelum melakukan riset di lapangan penulis terlebih dahulu dijelaskan mengenai pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam wawancara. Dalam pelaksanaan riset penulis ditemani oleh para *supervisor* sesuai area mereka masing-masing. Berikut hal-hal yang menjadi pertanyaan dalam wawancara tersebut:

1. Pertanyaan umum mengenai kepuasan terhadap perusahaan.
2. Pertanyaan mengenai tingkat kepuasan terhadap perusahaan dengan kompetitor.
3. Pertanyaan terbuka mengenai saran perbaikan untuk perusahaan.
4. Data demografis konsumen berupa nama, alamat, jabatan, nama toko dan tanda tangan serta stempel toko.

Sebelum memulai wawancara penulis pertama kali akan memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan dari kunjungan. Di luar panduan pertanyaan penulis juga melakukan riset untuk mengukur *brand awerness* dari PT Monysaga Prima di *retailer*. Setelah itu penulis baru mengajukan pertanyaan sesuai dengan panduan yang di berikan, dengan tujuan sebagai berikut:

1. Pertanyaan umum yang diajukan adalah untuk mengukur tingkat kepuasan, hubungan kerja sama, keuntungan yang dirasakan oleh *retailer*. Pengukuran dilakukan dengan 5 tingkatan yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, agak tidak setuju dan sangat tidak setuju. Serta ada pertanyaan mengenai pejualan produk kompetitor di *retailer* tersebut yang akan berhubungan dengan pertanyaan kedua.
2. Bagian kedua ini merupakan pertanyaan yang membandingkan tingkat kepuasan *retailer* terhadap PT Monysaga Prima dengan kompetitornya. Pada bagian kedua ini terdapat pertanyaan-pertanyaan mengenai layanan, kualitas produk, serta keuntungan

yang didapatkan *retailer*. Pengukurannya masih menggunakan 5 tingkatan seperti bagian pertama. Tujuannya adalah untuk membandingkan antara PT Monysaga Prima dengan para kompetitornya. Bila *retailer* merasa ada hal yang kurang maka perusahaan dapat memperbaikinya.

3. Pada pertanyaan terbuka ini diajukan guna mendapatkan saran perbaikan mengenai aspek harga, produk, promosi dan lainnya. Tujuannya adalah *retailer* yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen serta mereka yang merupakan bagian dari konsumen juga tentu lebih mengerti apa yang sedang di butuhkan di pasar. Yang menjadi pertanyaannya adalah:

- Aspek Produk : Kualitas kemasan baik kardus maupun isinya, pengiriman, retur, dan lain-lain.
- Aspek Harga : keuntungan yang di dapat *retailer* menjual produk Mony.
- Aspek Promosi : Promosi apa yang harus dilakukan oleh perusahaan, melalui potongan harga atau promosi langsung ke konsumen. Pada bagian ini juga ditanyakan bila akan dibuat iklan sebaiknya iklan yang seperti apa dan melalui media apa.

4. Data responden berisi nama responden, jabatan, nama toko, alamat dan tanda tangan serta stempel toko. Hal ini diperlukan untuk memetakan *retailer* mana saja yang sudah puas dan belum puas terhadap perusahaan.

Menurut Basu (1984, h. 127-132) terdapat empat siklus hidup produk, yaitu *introduction, growth, maturity, decline*. Dari informasi yang penulis dapatkan dari lapangan produk-produk PT Monysaga Prima memasuki tahap decline karena kurangnya inovasi.

Dalam menjalankan tugas ini penulis sangat banyak mendapatkan informasi baik dari pihak *retailer* maupun dari para *supervisor* yang menemani penulis dalam melaksanakan tugas ini. Para *supervisor* selalu memberikan masukan untuk penulis dalam mengajukan masukan, melakukan pendekatan dan cara menghadapi *retailer* dengan tingkah yang berbeda-beda.

3.3.3 Data Mining Retailer

Menurut Peelen (2005, h. 214) data mining dilakukan dengan melakukan impor terhadap data-data yang sudah terkumpul. Media yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan standar teknis. Hasil data basenya dapat digunakan oleh semua departemen untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan perusahaan.

Setelah terkumpul 100 data dari 10 wilayah di JABODETABEK, penulis kemudian memasuki tahap selanjutnya, yaitu memasukan data yang ada kedalam format Ms. Excel yang telah disediakan oleh mentor penulis. Data yang dimasukan tidak hanya yang bersifat tertutup tetapi juga yang terbuka. Penulis harus menganalisis pada bagian mana yang menjadi titik lemah perusahaan, khususnya pada pertanyaan bagian kedua terkait dengan kompetitor. Untuk pertanyaan terbuka penulis juga harus menganalisisnya untuk disampaikan ke mentor peneliti sebagai masukan untuk membuat kegiatan-kegiatan yang diinginkan pasar.

3.3.4 Presentasi Kepada Pembimbing

Dari data yang telah penulis input ke Ms Excel, penulis mengubahnya ke dalam bentuk Power Point agar lebih mudah dibaca. Dengan bantuan data tersebut kemudian penulis mempresentasikannya di depan brand manager, supervisor dan manager promosi regional. Hasil presentasi yang dilakukan penulis akan dibahas bersama untuk saran perbaikan bagi perusahaan dan menentukan kegiatan promosi yang akan dilakukan kedepannya.

3.3.5 Riset Logo

Riset menurut KBBI adalah penyelidikan (penelitian) suatu masalah secara sistematis, kritis dan ilmiah untuk meningkatkan pengetahuan dan pengertian, mendapatkan fakta yang baru, atau melakukan penafsiran yang lebih baik. PT Monysaga Prima akan mengeluarkan produk baru, maka penulis diberikan tugas untuk melakukan riset terhadap logo produk yang akan digunakan nantinya. Riset ini hanya dilakukan dengan bertanya secara langsung para karyawan PT Monysaga Prima divisi marketing dan promosi. Tidak hanya bertanya mengenai logo yang akan digunakan tetapi, peneliti ditugaskan untuk meneliti logo kompetitor mana yang paling mencerminkan produk dan menarik.

Hal yang ditanyakan adalah jenis kelamin, usia dan alasan. Ketiga pertanyaan tersebut berguna untuk mengetahui keinginan pasar berdasarkan usia dan jenis kelamin. Keinginan tersebut berupa logo yang mencolok, sederhana, atau unik.

3.3.6 Riset Rasa Produk

Dalam riset ini penulis memiliki tugas untuk melakukan test produk baru yang akan di keluarkan. Dalam pelaksanaannya penulis melakukannya dengan para SPG di lingkungan kampus BINUS Kemanggis. Para mahasiswa akan di beri minum sampel produk baru dan penulis akan mengajukan pertanyaan umum berupa nama dan usia. Serta pertanyaan spesifik berupa aroma, warna, rasa dan enak atau tidak.

Selama dalam proses kerja magang yang penulis alami, penulis menyadari pentingnya peran riset dalam marketing. Melalui riset yang penulis lakukan selama kerja magang, penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman, seperti bagaimana melakukan pendekatan kepada konsumen agar mau terbuka dalam memberikan masukan dan mendapatkan masukan dari lapangan mengenai strategi pemasaran yang bisa diterapkan PT Monysaga Prima.

Peran riset dalam marketing sangat penting karena menjadi dasar pembuatan strategi pemasaran, baik melayani konsumen ataupun menghadapi persaingnya. Contohnya produk baru Mony Botanical yang selama penulis melakukan riset ditemukan masalah dan dengan riset pula hal tersebut dapat diatasi. Masalah yang penulis temukan adalah kesalahan informasi yang diberikan oleh sales selama menawarkan produk dan pemilihan kompetitor yang salah. Sales yang menawarkan produk sering tidak menjelaskan manfaat dan keunggulan produk dan Mony Botanical di tempatkan untuk bersaing dengan Teh Pucuk yang hanya teh biasa lain dengan Mony Botanical yang merupakan minuman herbal. Cara mengatasinya yaitu dengan memberikan penjelasan ulang di setiap toko.

3.4 Kendala dan Solusi Kerja Magang

3.4.1 Kendala Kerja Magang

Selama empat puluh hari kerja magang yang penulis lalui, terdapat beberapa kendala yang penulis temukan di lapangan. Narasumber tidak tertarik untuk di wawancara oleh penulis karena kesibukan mereka. Narasumber yang salah mengira penulis merupakan orang Kapal Api, karena distributor PT Monysaga Prima dan PT Kapal Api Global yang sama yaitu PT Fastrata Buana.

Awareness yang rendah mengenai PT Monysaga Prima oleh narasumber juga menjadi kendala bagi penulis. Para narasumber hampir semua mengira produk-produk Mony adalah bagian dari Kapal Api. Tidak hanya mengenai perusahaan salah pengertian terhadap produk baru yaitu Mony Botanical juga penulis alami. Narasumber mengira produk baru Mony Botanical adalah minuman teh biasa dengan harga yang mahal.

Tidak hanya kendala selama di lapangan yang penulis alami. Penulis juga mengalami kendala lain yaitu:

1. Tidak adanya divisi *Marketing Communication* sehingga fungsi *Marketing Communication* dalam PT Monysaga Prima kurang maksimal.

2. Kurangnya sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dalam riset selama penulis melakukan riset di lapangan.
3. Terdapat gap antara pelajaran yang selama ini penulis dapatkan di kampus dengan di lapangan khususnya mengenai CRM dan pengoptimalan PR.
4. *Product life cycle* PT Monysaga Prima sedang beradap pada tahap decline. Karena, kurangnya Inovasi.

3.4.2 Solusi yang Penulis Lakukan

Solusi yang penulis lakukan adalah dengan menunggu narasumber hingga memiliki waktu dan bersedia untuk penulis lakukan riset. Untuk ketidak tahuan narasumber maka penulis memberikan penjelasan mengenai PT Monysaga Prima beserta produk-produknya. Penulis juga tidak lupa memberikan laporan mengenai ketidak tahuan narasumber kepada pembimbing penulis agar dapat di atasi kedepannya. Untuk mengatasi masalah SDM dan *Product life cycle* penulis langsung berkonsultasi kepada pembimbing penulis.

