



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 Kerja Magang

Selama kegiatan kerja magang dilakukan, penulis mendapatkan kesempatan untuk bekerja sebagai *staff marketing* yang secara langsung membantu pekerjaan yang dilakukan oleh Bagian Marketing PT. Ria Mitra Jaya Abadi dan tanggung jawab penulis pada bagian tersebut adalah membantu Kepala Marketing melakukan pekerjaannya seperti melakukan rapat dengan perusahaan ritel yang akan membuka cabang baru maupun ritel yang baru akan hadir di kawasan JABODETABEK. Pembuatan *proposal* untuk diajukan kepada perusahaan ritel untuk melakukan kerjasama, Melakukan cek stok yang tersedia di seluruh cabang ritel yang bekerja sama sehingga stok yang kosong dapat diisi kembali. Penulis juga membantu Bagian Keuangan untuk melakukan kewajibannya seperti membuat *invoice* yang akan ditagihkan kepada seluruh perusahaan ritel yang bekerjasama. Selain itu penulis juga membantu sebagian pekerjaan Divisi Distribusi dan Bagian Merchandiser untuk melakukan kewajibannya seperti melakukan pengiriman ke seluruh perusahaan ritel yang tersebar di seluruh JABODETABEK kemudian membantu Bagian Merchandiser untuk melakukan negosiasi harga dan pembelian kepada salah satu supplier dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi.

3.2. Tugas Yang Dilakukan

Selama kegiatan kerja magang yang dilakukan oleh penulis pada periode 1 juli 2013 sampai dengan 31 Agustus 2013, terdapat beberapa tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan yang terlampir pada laporan realisasi mingguan praktek kerja magang. Berikut adalah beberapa tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan kepada penulis:

Tabel 3.1 Pekerjaan Yang Dilakukan

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1.	Pembuatan <i>Proposal</i> yang berguna untuk mengajukan kerjasama dengan PT. Bahagia Niaga Lestari	Bapak Jimmy Latif
2.	Melakukan cek stok di seluruh cabang Ranch Market di JABODETABEK	Bapak Jimmy Latif
3.	Melakukan cek stok di seluruh cabang Farmer Market di JABODETABEK	Bapak Jimmy Latif
4.	Pembuatan <i>Invoice</i> dan memahami <i>term & condition</i> dari tiap-tiap perusahaan ritel yang ada di JABODETABEK	Ibu Amelia
5.	Menata rak <i>display</i> toko Ministop yang akan segera dibuka	Bapak Jimmy Latif
6.	Melakukan negosiasi dan pembelian kepada PT Tamiya Indonesia	Bapak Carlos

7.	Melakukan Pengiriman barang ke seluruh cabang Ranch Market yang tersebar di JABODETABEK	Bapak Yos
8.	Melakukan pengiriman barang ke seluruh cabang Farmer Market yang tersebar di JABODETABEK sekaligus menjadi <i>Sales Person</i> di rak milik PT Ria Mitra Jaya Abadi	Bapak Yos
9.	Melakukan rapat dengan pihak PT. Bahagia Niaga Lestari untuk penawaran kerjasama	Bapak Jimmy Latif
10.	Melakukan rapat dengan pihak PT. Fajar Mitra Indah untuk penawaran kerjasama	Bapak Jimmy Latif

3.3.Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1. Proses Pelaksanaan

3.3.1.1.Pembuatan *Proposal* yang berguna untuk mengajukan kerjasama dengan PT. Bahagia Niaga Lestari

Dalam penugasan ini, penulis berkoordinasi langsung dengan Bapak Jimmy Latif selaku Kepala Bagian Marketing. Dalam penugasan ini penulis membuat proposal perusahaan yang digunakan untuk mengajukan kerjasama kepada perusahaan ritel di Indonesia. Dalam pembuatan proposal ini juga terdapat pembuatan STP (Segmentasi, *Targeting* dan Positioning perusahaan) di salah satu bagian didalam *proposal*. Maksud dari pembuatan STP adalah untuk memberikan informasi kepada perusahaan ritel yang bekerja sama bahwa produk yang ditawarkan oleh supplier memiliki persamaan dengan seluruh produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Selain itu, guna STP bagi perusahaan sendiri adalah untuk memberikan suatu gambaran pemasaran dan dapat membantu perusahaan untuk membuat strategi pemasaran dalam menghadapi pesaing yang terdapat di pasar. Dalam hal ini, PT. Bahagia Niaga Lestari memiliki target konsumen menengah sampai menengah atas, oleh karena itu, perusahaan ini hanya akan menerima supplier yang menawarkan produk yang diperuntukkan untuk masyarakat kelas menengah sampai menengah atas yang berarti masalah kualitas menjadi yang terpenting dan menjadi prioritas bagi perusahaan. STP yang dimaksud adalah STP secara keseluruhan perusahaan bukan dari STP per produk.

Berikut STP yang dibuat oleh penulis kepada perusahaan PT. Ria Mitra Jaya Abadi

	Anak - Anak	Remaja	Dewasa
Menengah atas			
Menengah			
Menengah bawah			

Penulis membagi pasar dalam dua dimensi, yakni dari kelas ekonomi dan life cycle.

Dari kelas ekonomi penulis membagi lagi dari kelas menengah bawah, menengah, dan menengah atas. Sedangkan dari Life cycle dibagi menjadi Anak – anak, Remaja, dan Dewasa.

Target dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi adalah Anak – Anak, Remaja dengan tingkat ekonomi menengah sampai menengah atas.

Positioning dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi adalah menjadi *trendstter* bagi kalangan anak – anak sampai remaja melalui barang – barang yang selalu *up to date* yang ditawarkan kepada konsumen.

3.3.1.2.Melakukan cek stok diseluruh cabang Ranch Market di JABODETABEK

Dalam penugasan ini, penulis berkordinasi langsung dengan Bapak Jimmy Latif selaku Kepala Bagian Marketing. Dalam penugasan ini penulis melakukan kunjungan ke seluruh cabang Ranch Market di JABODETABEK yang jadwalnya tersebar selama seminggu. Cabang yang tersebar diantaranya adalah di Pondok Indah Mall, Kemang, Grand Indonesia, Oakwood, Dharmawangsa, Lotte Shopping Avenue, Pesangrahan, PX st. Moritz. Pada kunjungan tersebut, penulis diharuskan masuk melalui pintu *loading dock* yang terletak dibelakang *supermarket*. Setelah tiba di rak perusahaan, maka tugas penulis adalah melihat ratusan jenis barang dan mendata dan membuat laporan stok apa saja yang telah mencapai stok minimum.

3.3.1.3.Melakukan cek stok di seluruh cabang Farmer Market di JABODETABEK

Dalam penugasan ini, penulis berkordinasi langsung dengan Bapak Jimmy Latif selaku Marketing. Dalam penugasan ini penulis melakukan kunjungan ke seluruh cabang Ranch Market di JABODETABEK yang jadwalnya tersebar selama seminggu. Cabang yang tersebar diantaranya adalah Epicentrum, Mall Kelapa

Gading, Kalibata, Lippo Karawaci, Summarecon Mall Serpong, Lippo Cikarang, dan Bogor. Sama seperti kunjungan ke Ranch Market, penulis diharuskan masuk melalui pintu *loading dock* di supermarket tersebut. Tugas yang harus dilakukan juga sama seperti yang dilakukan di Ranch Market yaitu melihat stok dari barang yang sudah mencapai stok *minimum*.

3.3.1.4. Pembuatan Invoice dan memahami term & condition dari tiap – tiap perusahaan ritel yang ada di JABODETABEK

Dalam penugasan ini, penulis berkordinasi langsung dengan Ibu Amelia selaku Kepala Bagian *finance* untuk mempelajari pembuatan *invoice* dan menagih *customer* atas tagihan yang sudah jatuh tempo. Syarat dan ketentuan dari setiap perusahaan ritel juga berbeda satu dengan yang lainnya. Dari sini penulis juga mengetahui bahwa seluruh barang yang diberikan kepada seluruh perusahaan ritel bersifat konsinyasi dengan *profit sharing* diberikan berdasarkan jumlah omset yang diperoleh selama satu bulan.

3.3.1.5. Menata rak display toko Ministop yang akan segera dibuka

Dalam penugasan ini, penulis bersama – sama dengan Bapak Jimmy Latif selaku Kepala Bagian Marketing melakukan penataan *display* toko di cabang Ministop yang baru akan dibuka. Penataan barang didalam supermarket bebas dilakukan kapan saja. Sebagai informasi tambahan, Bapak Jimmy mengatakan jika toko *supermarket* berada didalam *mall*, maka pemasangan rak harus dilakukan pada

malam hari mengikuti jam operasional mall ketika *mall* sudah berhenti beroperasi yaitu setelah pukul 22.00 malam. Penataan barang-barang harus disusun berdasarkan *level eye contact*. Barang – barang mainan untuk anak kecil ditaruh dibagian bawah agar mudah digapai dan mendapatkan *attention* dari anak kecil sedangkan barang-barang untuk orang dewasa ditaruh dibagian atas sehingga orang dewasa akan dengan mudah menjangkau barang - barang yang disenangi.

3.3.1.6.Melakukan negosiasi dan pembelian kepada PT Tamiya Indonesia

Dalam penugasan ini, penulis dengan Bapak Carlos melakukan rapat dengan pihak Tamiya Indonesia untuk melakukan pembelian. Pada saat itu, penulis dan Bapak Carlos melakukan negosiasi dengan Bapak Kaicung. Tamiya Indonesia merupakan salah satu supplier mainan dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi dan Tamiya Indonesia adalah satu – satunya *distributor* tunggal yang ditunjuk oleh Tamiya Jepang untuk mendistribusikan merk Tamiya di Indonesia. Pada saat itu penulis hanya duduk melihat negosiasi yang berjalan dengan baik. Dalam negosiasi saat itu, suasana tidak begitu tegang. Masing-masing pihak menjelaskan kebutuhan mereka dan Setelah terjadi kesepakatan harga dan pembelian dalam quantity tertentu maka PT. Ria Mitra Jaya Abadi memutuskan untuk melakukan *dealing* dengan pihak Tamiya Indonesia.

3.3.1.7.Melakukan Pengiriman barang ke seluruh cabang Ranch market yang tersebar di JABODETABEK

Dalam penugasan ini, penulis dengan Bapak Yos secara bersama melakukan pengiriman barang keseluruhan cabang Ranch Market. Pada saat menurunkan barang, penulis dan Bapak Yos harus masuk melalui pintu *loading dock* dan meninggalkan kartu identitas dan mengambil kartu “TAMU” dan seluruh barang bawaan diperiksa oleh sekuriti di *supermarket* tersebut. Setelah barang selesai diantarkan, penulis keluar lagi melalui pintu *loading dock* dan mengembalikan kartu tamu dan semua tas bawaan penulis diperiksa oleh sekuriti yang berguna untuk menghindari pencurian barang oleh para *crew* dari supplier.

3.3.1.8. Melakukan pengiriman barang ke seluruh cabang Farmer Market yang tersebar di JABODETABEK sekaligus menjadi *Sales Person* di rak milik PT Ria Mitra Jaya Abadi

Dalam penugasan ini, penulis dengan Bapak Yos secara bersama melakukan pengiriman barang keseluruhan cabang Farmer Market yang tersebar di JABODETABEK. Seluruh proses kerja yang dilakukan sama dengan pengiriman barang yang dilakukan di Ranch Market mengingat kedua supermarket ini dioperasikan oleh 1 perusahaan yang sama. Namun pada penugasan ini, selain melakukan pengiriman barang, penulis ditugaskan juga untuk menjadi *sales person* di lokasi tersebut.

3.3.1.9. Melakukan rapat dengan pihak PT. Bahagia Niaga Lestari untuk penawaran kerjasama

Dalam penugasan ini, penulis bersama dengan Bapak Jimmy Latif selaku Kepala Bagian Marketing melakukan rapat dengan pihak PT. Bahagia Niaga Lestari

untuk melakukan penawaran kerjasama. *Meeting* itu dikepalai oleh Ibu Alla dari PT. Bahagia Niaga Lestari. Rapat berlangsung dengan suasana santai. Pihak PT. Ria Mitra Jaya Abadi memberikan penjelasan produk – produk yang ditawarkan dan PT. Bahagia Niaga Lestari menjelaskan sistem kerjasama dan pembagian *profit*. Setelah perbincangan beberapa saat, Akhirnya kedua belah pihak memutuskan untuk bekerjasama yang berarti PT. Ria Mitra Jaya Abadi berhak memasukkan produknya ke *supermarket* Ministop di beberapa cabang barunya. Di dalam rapat ini, penulis lebih banyak mengamati saja.

3.3.1.10. Melakukan rapat dengan pihak PT. Fajar Mitra Indah untuk penawaran kerjasama

Pada penugasan ini, Penulis bersama dengan Bapak Jimmy Latif melakukan rapat dengan pihak PT. Fajar Mitra Indah untuk melakukan penawaran kerjasama. Pada rapat ini, rapat dipimpin oleh Ibu Rahmadhani. Rapat kali ini dijalankan dengan suasana lebih *formal*. Penulis lebih melakukan pengamatan atas jalannya rapat. PT. Ria Mitra Jaya Abadi memberikan *proposal* dan menjelaskan produk yang ditawarkan dan pihak PT. Fajar Mitra Indah memberikan syarat dan ketentuan yang harus disepakati oleh *vendor* yang ingin masuk ke supermarket mereka. Rapat akhirnya selesai dan hasilnya pihak PT. Fajar Mitra Indah harus membicarakan hal ini lebih lanjut ke pihak yang berwenang dan akan memberikan jawaban sepekan kemudian.

3.3.2. Kendala Yang Ditemukan

3.3.2.1. Pembuatan *Proposal* yang berguna untuk mengajukan kerjasama dengan PT. Bahagia Niaga Lestari

Pada penugasan pembuatan proposal, penulis mengalami kendala. Terutama dalam hal pembuatan latar belakang perusahaan dan penjelasan mengenai produk yang ditawarkan di karenakan penulis belum terlalu mengetahui seluk beluk perusahaan. Kendala yang lebih besar adalah ternyata pembuatan proposal untuk pengajuan kerjasama perusahaan lebih sulit dibandingkan dengan pembuatan proposal yang pernah dilakukan oleh penulis semasa perkuliahan.

3.3.2.2. Melakukan cek stok diseluruh cabang Ranch Market di JABODETABEK

Pada penugasan ini, penulis mendapatkan kendala. Kendala yang dialami oleh penulis adalah penulis masih kesulitan untuk mengenali produk dan nama-nama produk karena terdapat lebih dari seratus jenis item yang berbeda dengan masing-masing memiliki nama. Pekerjaan menjadi lebih lambat karena penulis belum mengetahui nama barang-barang milik Sunflower. Pada saat penugasan berlangsung, penulis diberikan penjelasan tentang barang yang dijual dan nama dari setiap produk milik PT. Ria Mitra Jaya Abadi.

3.3.2.3. Melakukan cek stok di seluruh cabang Farmer Market di JABODETABEK

Pada penugasan ini, penulis mengalami kendala. Kendala yang dialami oleh penulis lebih kurang sama dengan kendala yang dialami oleh penulis pada saat

melakukan cek stok di Ranch Market. Namun karena tugas ini diberikan pada minggu ketiga setelah bekerja, maka penulis sudah mulai memahami produk dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi. Kendala tidak begitu terasa pada penugasan ini karena penulis sudah mulai mengenal Bapak Jimmy dan suasana kekeluargaan sudah terasa pada saat ini.

3.3.2.4. Pembuatan Invoice dan memahami term & condition dari tiap – tiap ritel yang ada di JABODETABEK

Pada penugasan ini, penulis tidak mengalami kendala yang berarti karena penulis langsung dibimbing oleh Ibu Amelia dalam pembuatan invoice dan pembuatan invoice hanya mengikuti format draft yang sudah ada.

3.3.2.5. Menata rak display toko Ministop yang akan segera dibuka

Pada penugasan ini, penulis mendapatkan kendala. Kendala yang dialami oleh penulis adalah karena penulis belum terbiasa menyusun barang di toko. Namun kendala masih bisa di kendalikan karena penulis bekerja secara bersama dengan Bapak Jimmy dan langsung dibimbing untuk menyusun lokasi penempatan barang yang akan di display.

3.3.2.6. Melakukan negosiasi dan pembelian kepada PT Tamiya Indonesia

Pada penugasan ini, penulis tidak mengalami kendala apapun karena penugasan ini lebih ke pengamatan cara bernegosiasi. Negosiasi yang dilakukan kedua belah pihak juga dilakukan dengan suasana kekeluargaan dan memang

hubungan PT. Ria Mitra Jaya Abadi dengan PT. Tamiya Indonesia sudah dekat oleh karena itu negosiasi juga terasa tidak sulit.

3.3.2.7. Melakukan Pengiriman barang ke seluruh cabang Ranch Market yang tersebar di JABODETABEK

Pada penugasan ini tidak terdapat kendala yang dialami oleh penulis karena penugasan ini dikerjakan bersama dengan Bapak Yos. Kendala yang dialami oleh penulis hanya sebatas fisik karena penugasan ini hanya sebatas mengangkat barang-barang dari mobil pengantar ke dalam supermarket dan diserahkan ke SPG.

3.3.2.8. Melakukan pengiriman barang ke seluruh cabang Farmer Market yang tersebar di JABODETABEK sekaligus menjadi *Sales Person* di rak milik PT Ria Mitra Jaya Abadi

Pada penugasan ini penulis tidak mengalami kendala. Sama seperti penugasan diminggu sebelumnya, penulis bekerja bersama dengan Bapak Yos dalam hal mengirimkan barang ke *supermarket* yang dituju. Namun kendala terjadi kendala kepada penulis pada saat terdapat tugas untuk menjadi sales person. Awalnya penulis belum memahami produk-produk sehingga ketika ditanya konsumen, penulis tidak dapat menjawab beberapa pertanyaan.

3.3.2.9. Melakukan rapat dengan pihak PT. Bahagia Niaga Lestari untuk penawaran kerjasama

Pada penugasan ini, penulis tidak menemukan kendala yang berarti karena penugasan ini lebih bersifat pengamatan tentang bagaimana melakukan negosiasi dalam suatu rapat. Rapat berlangsung dengan suasana kekeluargaan juga.

3.3.2.10. Melakukan rapat dengan pihak PT. Fajar Mitra Indah untuk penawaran kerjasama

Pada penugasan ini, penulis tidak menemukan kendala yang berarti karena penugasan ini lebih bersifat pengamatan tentang bagaimana melakukan negosiasi dalam suatu rapat. Namun pada rapat kali ini, suasana lebih terkesan *formal* dan disini penulis dapat belajar banyak dari cara kedua belah pihak melakukan negosiasi.

3.3.3. Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

3.3.3.1. Pembuatan *Proposal* yang berguna untuk mengajukan kerjasama dengan PT. Bahagia Niaga Lestari

Hal yang dilakukan oleh penulis dalam menghadapi kendala yang ada adalah dengan banyak mencari informasi tentang perusahaan dan mencoba berkomunikasi dengan para senior yang ada didalam kantor sehingga penulis mendapatkan banyak informasi dan dapat membuat *proposal* yang baik. Selain itu, dalam pembuatan *proposal* penulis juga banyak bertanya kepada koordinator dan belajar cara pembuatan *proposal* yang baik dan benar sehingga penulis dapat menghadapi solusi yang ada.

3.3.3.2.Melakukan cek stok diseluruh cabang Ranch Market di JABODETABEK

Hal yang dilakukan oleh penulis adalah mencoba untuk mengingat barang yang ada dan mencoba untuk mengingat nama dari barang. Selain itu penulis juga banyak bertanya dengan koordinator tentang seputar cara kerja dan sebagainya sehingga penulis memahami cara kerja dan terbiasa melakukan hal tersebut.

3.3.3.3.Melakukan cek stok di seluruh cabang Farmer Market di JABODETABEK

Hal yang dilakukan oleh penulis adalah mencoba untuk mengingat barang yang ada dan mencoba untuk mengingat nama dari barang. Selain itu penulis juga banyak bertanya dengan koordinator tentang seputar cara kerja dan sebagainya sehingga penulis memahami cara kerja dan terbiasa melakukan hal tersebut.

3.3.3.4.Pembuatan *Invoice* dan memahami *term & condition* dari tiap – tiap ritel yang ada di JABODETABEK

Hal yang dilakukan oleh penulis adalah yang pertama memperhatikan koordinator membuat *invoice* dan kemudian sambil bertanya sehingga penulis memahami apa yang harus dikerjakan. Selain itu ketika penulis membuat *invoice*, koordinator juga membimbing sehingga masalah dapat diselesaikan.

3.3.3.5. Menata rak *display* toko Ministop yang akan segera dibuka

Hal yang dilakukan oleh penulis ketika menata rak *display* adalah selalu bertanya kepada koordinator dan mencoba menyimak apa yang dilakukan oleh koordinator sehingga penulis dapat memahami serta melakukan pekerjaan sesuai dengan kemauan koordinator.

3.3.3.6. Melakukan negosiasi dan pembelian kepada PT Tamiya Indonesia

Hal yang dilakukan oleh penulis dan *purchasing* adalah melakukan *ice breaking* ketika membuat pertemuan sehingga suasana dapat menjadi lebih santai dan perbincangan dilakukan dengan suasana santai sehingga negosiasi dapat berlangsung dengan *maksimal*.

3.3.3.7. Melakukan Pengiriman barang ke seluruh cabang Ranch Market yang tersebar di JABODETABEK

Hal yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan pengamatan yang dilakukan oleh koordinator sehingga penulis dapat memahami cara kerja yang dilakukan dan penulis dapat melakukan pekerjaan yang sesuai dengan keinginan dari koordinator.

3.3.3.8. Melakukan pengiriman barang ke seluruh cabang Farmer Market yang tersebar di JABODETABEK sekaligus menjadi *Sales Person* di rak milik PT Ria Mitra Jaya Abadi

Hal yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan pengamatan yang dilakukan oleh koordinator sehingga penulis dapat memahami cara kerja yang dilakukan dan penulis dapat melakukan pekerjaan yang sesuai dengan keinginan dari koordinator. Selain itu penulis juga banyak berkomunikasi dengan Bapak Jimmy untuk bertanya tentang barang – barang yang ditanyakan oleh konsumen.

3.3.3.9. Melakukan *rapat* dengan pihak PT. Bahagia Niaga Lestari untuk penawaran kerjasama

Hal yang dilakukan oleh penulis dan koordinator adalah mencoba melakukan *ice breaking* terlebih dahulu sehingga rapat dapat dilakukan dengan suasana yang lebih menyenangkan. Untuk solusi daripada masalah yang dihadapi oleh penulis adalah dengan cara mengamati jalannya rapat dan mencoba untuk memahami dan banyak bertanya kepada koordinator ketika rapat telah selesai.

3.3.3.10. Melakukan *rapat* dengan pihak PT. Fajar Mitra Indah untuk penawaran kerjasama

Dalam melakukan rapat dengan pihak PT. Fajar Mitra Indah adalah penulis mencoba untuk mengamati proses jalannya rapat sehingga penulis memahami cara

melakukan negosiasi yang baik dan benar sesuai dengan pengalaman yang nyata. Setelah rapat selesai penulis juga bertanya banyak hal tentang negosiasi dengan koordinator sehingga penulis mendapatkan pelajaran dari sana.

3.3.4. Hubungan Teori Dengan Kerja Magang

3.3.4.1. Pemasaran

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis melakukan aktivitas pemasaran sesuai dengan pengertian yang diberikan oleh Philip Kotler. Penulis melakukan penjualan kepada beberapa perusahaan seperti PT. Bahagia Niaga Lestari, PT. Fajar Mitra Indah, dan PT Supra Boga Lestari dan penulis tidak hanya menjual produk disana, namun penulis menjaga hubungan baik dengan perusahaan tersebut sehingga kerjasama dapat terjalin secara terus menerus.

3.3.5. Perilaku Konsumen

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis mendapat penugasan untuk membuat proposal yang berguna untuk diajukan kepada supermarket yang menjadi target PT. Ria Mitra Jaya Abadi. Di dalam proposal, penulis diharuskan mengidentifikasi Segmentasi, Targeting, dan Positioning yang ada pada perusahaan.

Selain itu dalam pelaksanaan kerja magang, penulis mendapatkan penugasan untuk mengikuti rapat dengan perusahaan seperti PT. Bahagia Niaga Lestari

sebagai pihak supermarket dan koordinator dari penulis menugaskan untuk mengamati jalannya rapat. Didalam rapat tersebut, PT. Bahagia Niaga Lestari menjelaskan perilaku konsumen mereka dalam hal bagaimana konsumen mereka melakukan keputusan pembelian, tipikal dari konsumen mereka seperti apa dan PT. Bahagia Niaga Lestari mempertanyakan apakah perusahaan PT. Ria Mitra Jaya Abadi mampu untuk membuat kepuasan terhadap konsumen mereka sehingga barang yang dijual di supermarket mereka tidak membuat pelanggan mereka kecewa. Dan pada saat rapat tersebut juga PT. Ria Mitra Jaya Abadi menunjukkan Segmentasi, Targeting, dan Positioning dari perusahaan sehingga PT. Bahagia Niaga Lestari dapat mencocokkan apakah Segmentasi, Targeting, Positioning dari supplier cocok dengan mereka.

3.3.6. Segmentasi

Menurut Philip Kotler (2012) segmentasi adalah proses memecah kelompok pembeli berpotensi yang heterogen menjadi kelompok pembeli homogen yang lebih kecil, yaitu dengan karakteristik dan kebutuhan yang relatif sama. Dengan kata lain segmentasi pasar merupakan suatu aktivitas mengelompokkan pasar yang heterogen menjadi pasar yang homogen atau memiliki kesamaan dalam hal minat, daya beli, geografi, perilaku pembelian maupun gaya hidup. Menurut Phillip Kotler, terdapat empat variabel utama untuk mengidentifikasi pasar. Berikut keempat variabel yang dimaksud:

1. *Geographic segmentation*

Perusahaan boleh menggunakan lebih dari satu segmentasi geografis bahkan perusahaan dapat beroperasi diseluruh wilayah namun, tetap memperhatikan perbedaan geografis dalam kebutuhan dan keinginan.

2. *Demographic segmentation*

Demographic segmentation adalah membagi pasar menjadi segmen-segmen berdasarkan umur, siklus hidup, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, etnis, dan generasi. Variabel demografis lebih mudah untuk menjadi alat ukur daripada variabel lain. Bahkan ketika pertama kali marketer membuat segmen berdasarkan variabel lain, seperti kegunaan atau perilaku, marketer tersebut harus mengetahui segmentasi demografis terlebih dahulu agar dapat menilai besarnya target market dan mencapainya dengan lebih efisien.

3. *Psychographic segmentation*

Psychographic segmentation adalah membagi pasar kedalam segmen yang berbeda berdasarkan kelas sosial, *lifestyle*, atau karakteristik konsumen. Alasan dibuat segmentasi psikografis adalah karena konsumen yang berada pada kelompok yang memiliki demografis yang sama belum tentu memiliki karakteristik psikografis yang sama, oleh karena peran segmentasi psikografis sangat diperlukan.

4. Behavioral segmentation

Behavioral segmentation adalah membagi pasar kedalam segmen berdasarkan pengetahuan konsumen, sikap, kegunaan, dan respon terhadap produk. Banyak marketer percaya bahwa variabel perilaku adalah yang terbaik dalam membangun segmen pasar.

Dalam pelaksanaan kerja magang, Penulis ditugaskan untuk membuat proposal yang berguna untuk pengajuan kerja sama dengan pihak supermarket yang tersebar di Jabodetabek. Jika dilihat dari profil perusahaan, maka penulis membuat segmentasi berdasarkan *psychographic segmentation* yaitu dari kelas sosial dan *demographic segmentation* yaitu siklus hidup atau *lifecycle*. Perusahaan memiliki target yaitu konsumen yang berada pada kelas menengah dan menengah atas dengan siklus hidup dari anak-anak sampai dewasa.

3.3.7 Targeting

Menurut Hermawan Kartajaya, *targeting* adalah proses menempatkan dengan tepat perusahaan ke dalam segmen target market yang sudah di pilih sebelumnya.

Menurut Leon G. Schiffman untuk mencapai target yang efektif, dalam membuat targeting harus memperhatikan beberapa hal berikut:

1. *Identifiable*

Untuk dapat membuat segmentasi yang berkorelasi dengan barang atau jasa yang ditawarkan, perusahaan harus dapat mengidentifikasi karakteristik calon konsumen mereka. Dalam hal ini, PT Ria Mitra Jaya Abadi mengidentifikasi segmentasi dari konsumen mereka dari demography (umur dan pendapatan). Dalam proposal yang dibuat oleh perusahaan, tertulis bahwa target dari perusahaan adalah konsumen anak-anak dengan umur 3 – 8 tahun dan orangtua yang berumur 30 – 40 tahun. Disamping itu, target perusahaan juga konsumen dengan pendapatan menengah atas. Dengan kata lain, PT. Ria Mitra Jaya Abadi sudah dengan jelas mengidentifikasi target konsumen mereka.

2. *Sizeable*

Untuk mencapai pasar yang layak, segmen harus terdiri dari konsumen yang cukup banyak agar target mendapatkan keuntungan. Dalam hal ini PT. Ria Mitra Jaya Abadi memakai segmentasi yang cukup luas dan mampu mengambil jumlah konsumen yang cukup banyak.

3. *Stable*

Sebagian besar pemasar memilih untuk menargetkan segmen konsumen yang relatif stabil dalam hal gaya hidup dan pola konsumsi. Semua itu dikarenakan dengan memilih pasar yang stabil akan terjadi pembelian yang berkesinambungan yang secara konsisten akan stabil secara

terus menerus. Dalam hal ini PT Ria Mitra Jaya Abadi memilih segmentasi yang sangat tepat. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan adalah produk mainan anak yang memang tipikal nya adalah suatu produk yang akan stabil sampai kapanpun karena mainan adalah produk yang akan selalu digemari oleh kalangan anak-anak.

4. Accessible

Untuk dapat ditargetkan, segmen harus dapat di akses, yang berarti pemasar harus mampu menjangkau segmen pasar dengan cara yang ekonomis. PT Ria Mitra Jaya Abadi secara tepat menaruh produk mereka di pusat perbelanjaan khususnya supermarket yang menawarkan berbagai macam kebutuhan sehari-hari dengan kata lain perusahaan ini sudah sangat tepat menaruh produk mereka sehingga mudah sekali untuk didapati oleh konsumen.

3.3.8 Positioning

Menurut Philip Kotler (2012), positioning adalah bagaimana suatu produk di definisikan oleh konsumen dan bagaimana suatu produk menempati tempat di benak konsumen. Philip Kotler juga mengatakan bahwa produk dibuat didalam pabrik, namun merek dibuat di benak manusia. PT. Ria Mitra Jaya Abadi sadar akan

pentingnya sebuah positioning, oleh sebab itu disetiap produk yang dijual, terdapat *hangtag*- Sunflower. Dalam kerja magang, penulis juga mendapat kesempatan untuk mencoba bagaimana cara suatu produk diberi *hangtag* dan diberi label *barcode* dari supermarket. Dengan menaruh merek disetiap produk, maka konsumen akan mengingat merek dari perusahaan sehingga merek dari perusahaan mendapatkan suatu tempat dibenak konsumen.

3.3.9 *Personal Selling*

Philip Kotler (2012) mengatakan bahwa *personal selling* adalah mempresentasikan secara personal oleh perusahaan dengan menggunakan tenaga sales dengan tujuan membuat penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. *Personal selling* adalah bagaimana sebuah perusahaan membuat penjualan dengan konsumen dengan menggunakan pendekatan pendekatan personal. Sehingga di buku Philip Kotler terdapat enam proses penjualan dari prospek sampai dengan follow-up. Prosesnya terdiri dari :

1. *Prospecting and qualifying*

Yang dimaksud dengan *prospecting* adalah proses dari penjualan dimana sales atau perusahaan mengidentifikasi dan mengkualifikasi calon konsumen yang berpotensi. Dalam hal ini PT. Ria Mitra Jaya Abadi melakukan identifikasi konsumen mereka. Konsumen dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi adalah supermarket yang tersebar di Jabodetabek.

Pada langkah ini perusahaan mencari tahu dan mulai membidik supermarket yang sekiranya dapat bekerja sama dengan perusahaan.

2. *Preapproach*

Preapproach adalah proses dari penjualan dimana sales mempelajari sebanyak-banyaknya tentang konsumen berprospek sebelum membuat janji dengan konsumen. Dalam hal ini, PT. Ria Maju Jaya Abadi mempelajari karakteristik dari supermarket yang ingin dituju mulai dari rantai distribusi, pola penjualan, dan pola penyebaran dari cabang supermarket. Selain itu, pada proses ini juga, perusahaan melatih sales untuk mengetahui seluruh produk yang terdapat dalam perusahaan dan karakteristik dari produk yang ditawarkan sehingga ketika sales melakukan pendekatan, sales sudah benar-benar siap untuk mempresentasikan perusahaan ke calon konsumen.

3. *Approach*

Approach adalah proses penjualan dimana sales bertemu dengan konsumen untuk pertama kalinya. Kesan pertama adalah yang terpenting untuk kelanjutan penjualan seterusnya. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar terlihat sempurna pada awal pertemuan.

Pada perusahaan Ria Mitra Jaya Abadi mempunyai standar bahwa yang melakukan pertemuan dengan calon konsumen adalah para marketer

yang sudah tahu betul produk-produk maupun profil dari perusahaan, sehingga penjualan dapat berhasil dilakukan.

4. *Presentation and demonstration*

Tahap ini adalah dimana sales menceritakan tentang perusahaan kepada calon pembeli dan menjelaskan bagaimana perusahaan menawarkan sesuatu yang dapat mengatasi masalah konsumen.

Pada tahap ini, perusahaan melakukan presentasi didepan orang-orang yang berkepentingan dalam melakukan keputusan dalam memilih supplier. Perusahaan menjelaskan nilai-nilai dari perusahaan dan menjelaskan segmentasi dan jenis produk yang ditawarkan dan tidak ketinggalan bahwa *company profile* dari perusahaan juga dijelaskan pada tahap ini.

5. *Handling objections*

Tahap ini adalah dimana sales mencari tahu, mengklarifikasi, dan mengatasi rasa keberatan membeli dari konsumen. Ditahap ini, salesperson diharapkan dapat segera menanggapi segala jenis pertanyaan yang diberikan oleh konsumen dan mengklarifikasi segala tanggapan yang salah tentang perusahaan.

Pada praktik dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi, sales person dari perusahaan mencoba untuk melakukan pendekatan dan mencoba untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai produk dari calon pembeli. Pertanyaan yang biasa ditanyakan adalah kemampuan perusahaan untuk

selalu memenuhi permintaan. Pada tahap ini, sales person dari perusahaan harus meyakinkan calon konsumen bahwa perusahaan sangat mampu menghadapi permintaan yang terjadi kedepannya.

6. *Closing*

Closing adalah tahap dari penjualan dimana sales person menutupi proses presentasi dan bertanya kepada konsumen tentang pesanan. Proses ini berhubungan dengan proses sebelumnya yaitu mengatasi masalah dari calon pembeli. Setelah menjawab dan menjelaskan pertanyaan dari calon pembeli, sales person berusaha untuk membuat calon konsumen melakukan pembelian dan pesanan.

Pada tahap ini, perusahaan biasanya melakukan negosiasi mengenai cara pembayaran dan syarat dan ketentuan yang berlaku yang ditentukan oleh konsumen, dalam hal ini supermarket.

7. *Follow up*

Follow up adalah langkah terakhir dalam proses penjualan, dalam langkah ini, sales person wajib untuk memastikan bahwa konsumen puas terhadap perusahaan sehingga terjadinya repeat order dan kerjasama dapat terus terjalin. Di PT. Ria Mitra Jaya Abadi mengharuskan seluruh sales person untuk selalu memfollow up

konsumennya seperti melakukan cek stok, melakukan retur barang rusak, mengirim barang tepat waktu sehingga kerjasama dapat terus terjalin

3.3.10 Relationship Marketing

Menurut Christopher Lovelock, relationship marketing adalah tipe dari aktivitas pemasaran yang didesain untuk menciptakan hubungan dengan konsumen.

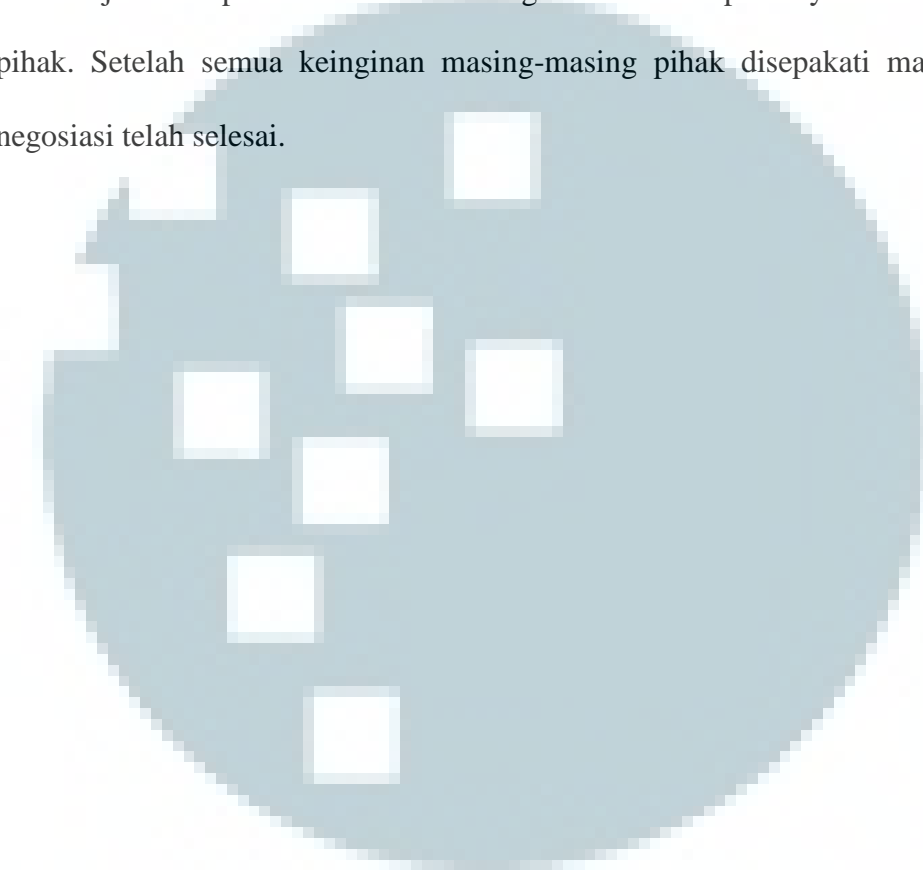
Pada PT. Ria Mitra Jaya Abadi, sales dituntut untuk melakukan cek stok dan update stok setiap hari di seluruh supermarket yang bekerjasama. Semua ini dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. PT. Ria Mitra Jaya Abadi sadar bahwa mempertahankan hubungan lebih sulit daripada membuat sebuah hubungan oleh karena itu, dalam urusan relationship marketing perusahaan ini tidak memandang hal ini sebagai hal yang kecil.

3.3.11 Negosiasi

Negosiasi menurut Djoko Purwanto (2006) merupakan suatu proses komunikasi dimana dua pihak, masing-masing dengan tujuan dan sudut pandang mereka sendiri dan berusaha untuk mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak tersebut mengenai masalah yang sama.

Dalam praktek kerja magang yang dilakukan penulis, terdapat penugasan untuk ke salah satu supplier dari PT. Ria Mitra Jaya Abadi yaitu TAMIYA. Pada saat itu terjadi negosiasi antara purchaser dari perusahaan dengan *owner* langsung. Disana

kedua belah pihak saling menjelaskan keinginan masing-masing dan kewajiban masing-masing pihak. Setelah melakukan negosiasi secukupnya, pada umumnya akan terjadi kesepakatan dalam hal harga dan termin pembayaran kedua belah pihak. Setelah semua keinginan masing-masing pihak disepakati maka proses negosiasi telah selesai.



UMMN