



### **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

Seperti yang telah ditunjukkan pada gambar 2.2, penulis berada pada bagian *business analyst*. Pada kedudukan tersebut, penulis berkoordinasi langsung dengan para users yaitu Ibu Felicia Halim, Ibu Widyasari, Ibu Giovany Lukman, dan Ibu Siska Kuswandari sebagai pembimbing lapangan. Selain itu pada pelaksanaan kerja magang, penulis juga mendapatkan beberapa pekerjaan dari Bapak Bayu Seto dan Bapak Himawan sehingga pada pekerjaan tersebut penulis melakukan koordinasi langsung dengan Bapak Bayu Seto dan Bapak Himawan hingga pekerjaan yang diberikan dapat terselesaikan dengan baik.

#### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Berikut adalah beberapa tugas yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang di divisi Emerging Business, Sinarmas Land.

Tabel 3. 1 Jenis Pekerjaan Yang Dilakukan

Jenis Pekerjaan	Koordinasi
<i>Desktop Research</i>	Ibu Felicia Halim, Ibu Widyasari, Ibu Giovany Lukman, Ibu Siska Kuswandari, Bapak Himawan
<i>Survey</i>	Ibu Felicia Halim, Ibu Widyasari, Ibu Giovany Lukman, Ibu Siska Kuswandari
<i>Compile Data, Creating Summary &amp; Short Analysis</i>	Ibu Felicia Halim, Ibu Widyasari, Ibu Giovany Lukman, Ibu Siska Kuswandari
<i>Observation</i>	Ibu Felicia Halim, Ibu Widyasari, Ibu Giovany Lukman
<i>Financial Report</i>	Bapak Bayu Seto
<i>Marketing Strategy (4P, IMC Planning)</i>	Ibu Siska Kuswandari, Bapak Bayu Seto

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Desktop Research

Pada pekerjaan ini penulis diminta untuk melakukan sebuah riset, melakukan data *mining* dan data *collecting* melalui internet dengan tujuan untuk menganalisis bidang industri atau unit bisnis baru yang dianggap potensial. Adapun data-data yang dicari dan dikumpulkan berupa *business process*, *operational flows*, *pro&cons*, jaringan *supplier*, *distribution channel*, *trend* dan prospek bisnis yang ada, informasi mengenai produk/jasa, dan segala hal yang berhubungan dengan bidang industri atau unit bisnis tersebut.



Gambar 3.1 Contoh Desktop Research

(Sumber : Sinarmas Land)

### 3.3.2 Survey

Pada pekerjaan ini penulis diminta untuk mencari serta mengumpulkan sejumlah responden yang sesuai dengan kriteria yang ada. Para responden tersebut kemudian akan diminta untuk mengisi kuisisioner yang telah disiapkan sebelumnya atau juga dapat dilakukan *interview* oleh penulis untuk menggali informasi dari para responden tersebut. Tujuan dari kegiatan *survey* ini adalah untuk mengetahui *needs&want*, *willingness to pay*, perilaku konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, ketertarikan mereka terhadap suatu unit bisnis yang ada, serta untuk mendapatkan *insight-insight* lainnya dari para responden yang ada.

The image shows a survey form with several sections:

- Category Status Pekerjaan \***: Radio button options for SD, SMP, SMA, Mahasiswa/i, Ibu Rumah Tangga, and Karyawan.
- Usia \***: Radio button options for age groups: < 12, 13 - 15, 15 - 17, 18 - 23, 24 - 30, 31 - 40, and > 40.
- Kemana biasanya Anda membeli alat tulis? \***: A text input field with a note: "Pilihan : Toko alat tulis, supermarket, minimarket, pusat fotokopi, atau lainnya (Pilih dan sebutkan nama atau brandnya!)"
- Jasa apakah yang paling sering Anda gunakan dari pilihan dibawah ini?**: A list of services with checkboxes: Printing, Cetak, Fotokopi, Jilid, Scanning, and Other: (with a text input field). A note says "(Pilihan boleh lebih dari 1)".
- Berapa sering Anda membutuhkan jasa-jasa tersebut?**: A text input field with a note: "(Sekali dalam sebulan, Sekali dalam seminggu, Sekali dalam 1 semester, dll. Sebutkan!)"
- Berapakah harga yang bersedia Anda bayarkan untuk jasa printing A4, A3, atau Banner?**: A text input field with a note: "(Sebutkan harga print warna, hitam putih yang sesuai dengan keinginan Anda)"
- Faktor-Faktor apakah yang menjadi alasan Anda dalam berbelanja alat tulis dan sejenisnya di suatu tempat? \***: A text input field with a note: "Pilihan : Kelengkapan produk, Produk yang unik, Suasana toko, Lokasi yang mudah dijangkau, Harga yang murah, atau lainnya (Urutkan dari faktor prioritas pertama Anda)"

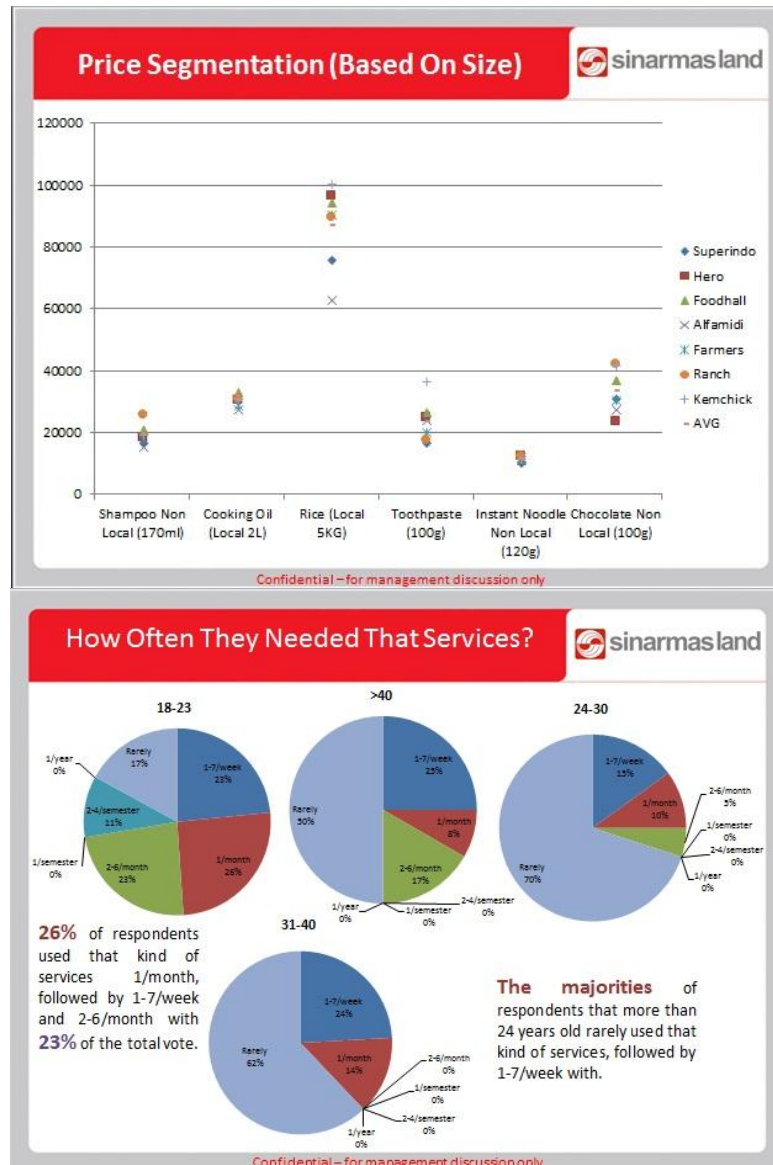
Gambar 3.2 Contoh Survey

(Sumber : Sinarmas Land)

### 3.3.3 Compile Data, Creating Summary & Short Analysis

Pada pekerjaan ini penulis melakukan pengolahan data berdasarkan kuisisioner yang ada dari hasil *survey*. Data dari kuisisioner tersebut kemudian penulis pindahkan ke dalam program *microsoft excel* untuk kemudian diolah dengan menggunakan program tersebut. Hasil olahan tersebut kemudian penulis rangkum ke dalam *slide* di *power point* dengan menyajikan hasil *summary* berupa grafik ataupun tabel. Selain itu biasanya penulis juga diminta untuk melakukan

analisis singkat mengenai data *survey* hasil temuan yang ada, dan semuanya disajikan di dalam *file* presentasi *power point* untuk kemudian diserahkan kepada para *users* yang bersangkutan.



Gambar 3.3 Contoh *Summary & Short Analysis*

(Sumber : Sinarmas Land)

### 3.3.4 Observation

Pada pekerjaan ini penulis diminta untuk melakukan pengamatan pada suatu objek pengamatan tertentu dimana biasanya bertujuan untuk melihat pola perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk barang/jasa serta menghitung jumlah *traffic* pengunjung yang ada. Hasil yang diharapkan melalui

kegiatan observation ini adalah kita dapat mengetahui kecenderungan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk barang/jasa serta dapat melihat kunci sukses dari unit bisnis yang ada.

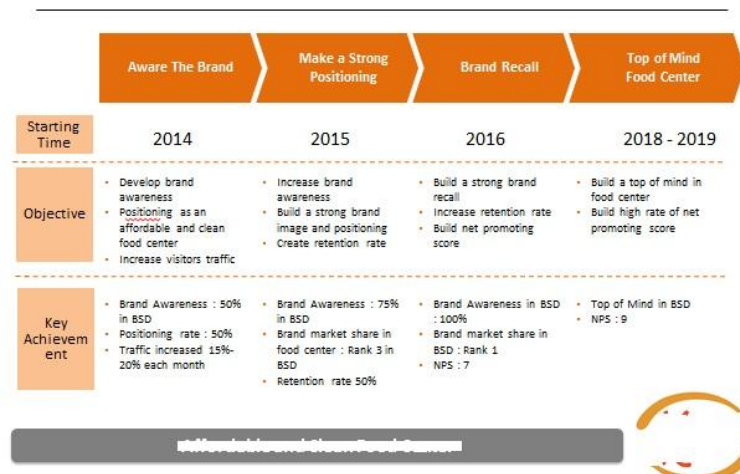
### 3.3.5 Financial Report

Pada pekerjaan ini penulis diberikan kesempatan untuk belajar tentang bagaimana cara menyusun dan menghitung proyeksi serta laporan keuangan suatu unit bisnis. Pada kesempatan ini penulis berhasil mengelompokkan sumber *revenue* dan *cost* serta menghitung *net profit after tax*, serta *payback period* dari suatu unit bisnis berdasarkan data-data dan *template* yang telah disiapkan sebelumnya oleh Bapak Bayu Seto selaku *users* pada pekerjaan ini.

### 3.3.6 Marketing Strategy (4P, IMC Planning)

Pada pekerjaan ini penulis melakukan perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran untuk beberapa unit bisnis yang akan dikembangkan oleh divisi *Emerging Business*, Sinarmas Land. Adapun kegiatan perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran tersebut berupa penentuan STP (*Segmentation, Targetting, dan Positioning*), penyusunan *marketing mix* (*Product, Price, Place, dan Promotion*), serta perancangan kegiatan IMC (*Integrated Marketing Communication*). Keseluruhan pekerjaan tersebut disesuaikan dengan *budget* yang telah ditentukan serta disesuaikan dengan arahan serta bimbingan dari para *users* terkait.

GrandPlan of Marketing Strategy





### Time Schedule

Time Schedule and budget table (in IDR Million)

Program	Month											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Billboard (BSD)	6						6					
ATL Facebook, Google, OnLine Ads	3				3				3			
Endorser			1				1				1	
Social Media Competition	1	1			1	1			1	1		
BTL Blog Review Competition				1				1				1
Eating Competition		1				1				1		

Total Spent For ATL&BTL is 42 Million IDR



Gambar 3.4 Contoh IMC Planning dan Marketing Strategy

(Sumber : Sinarmas Land)

### 3.4 Kendala Yang Ditemukan

Berikut ini akan dijabarkan beberapa kendala-kendala yang penulis temui pada saat pelaksanaan program kerja magang pada divisi Emerging Business, Sinarmas Land.

#### 3.4.1 Desktop Research

Pada pekerjaan *desktop research* ini penulis tidak menemukan kendala yang cukup berarti karena pada dasarnya pekerjaan ini bergantung pada ketersediaan data di internet sehingga pada pekerjaan penulis hanya bertugas untuk mencari informasi dan data untuk kemudian dirangkum kedalam sebuah *file* presentasi. Namun pada pekerjaan ini penulis beberapa kali mengalami sedikit masalah pada gangguan koneksi internet yang menyebabkan penulis tidak dapat melanjutkan pekerjaan ini untuk beberapa saat karena terputusnya koneksi internet.

#### 3.4.2 Survey

Pada pekerjaan ini penulis menemukan beberapa kendala diantaranya yaitu sulitnya akses untuk melakukan kegiatan survey pada beberapa unit bisnis dan cluster perumahan milik Sinarmas Land, sulitnya mengumpulkan responden sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, serta terdapatnya beberapa

pertanyaan di kuisioner yang membuat para responden bingung. Adapun kendala lainnya yang masih dapat diatasi oleh penulis yaitu terdapatnya responden yang tidak bersedia di wawancarai atau diminta waktunya untuk mengisi kuisioner.

#### **3.4.3 *Compile Data, Creating Summary & Short Analysis***

Pada pekerjaan ini penulis tidak terlalu menemukan banyak kendala karena pada pelaksanaannya penulis selalu dibimbing dan diarahkan oleh para *users* (koordinator lapangan) sehingga pekerjaan ini dapat terselesaikan dengan baik. Meskipun pada awalnya penulis belum terbiasa untuk melakukan pekerjaan ini karena beberapa *survey* membutuhkan teknik khusus untuk mengolah datanya namun pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan semua pengolahan data dengan baik berkat bimbingan dari Ibu koordinator lapangan.

#### **3.4.4 *Observation***

Pada pekerjaan ini penulis tidak menemukan kendala yang dapat menghambat kegiatan observasi yang dilakukan. Karena pada dasarnya pekerjaan ini hanya membutuhkan kesabaran dan kecermatan dalam melakukan pengamatan.

#### **3.4.5 *Financial Report***

Pada pekerjaan ini penulis tidak banyak menemukan kendala berarti karena pada pelaksanaan pekerjaan ini penulis mendapatkan bimbingan langsung dari Bapak Bayu Seto selaku *users*. Hanya saja pada proses awal pelaksanaan penulis membutuhkan waktu untuk dapat beradaptasi dengan format laporan keuangan yang ada.

#### **3.4.6 *Marketing Strategy (4P, IMC Planning)***

Pada pekerjaan ini penulis tidak menemukan kendala berarti karena pada pekerjaan ini penulis dapat mengaplikasikan materi-materi yang telah didapatkan melalui kegiatan perkuliahan ke dalam bentuk perencanaan nyata dimana penulis juga harus menyesuaikan *planning* yang ada dengan *budget* yang telah ditetapkan. Dalam pekerjaan ini penulis juga dibimbing langsung oleh para *users* sehingga



penulis dapat bertanya langsung kepada mereka jika menghadapi kesulitan atau jika terdapat hal-hal yang kurang dipahami.

### **3.5 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan**

Penulis dapat menghadapi kendala yang ada selama program kerja magang berlangsung berkat bantuan dari para koordinator lapangan (*users*) serta para rekan-rekan kerja di divisi *Emerging Business* Sinarmas Land. Berikut akan dijabarkan beberapa solusi yang penulis dapatkan untuk menghadapi kendala tersebut.

#### **3.5.1 Solusi Atas Kendala Pada Kegiatan *Survey***

- 1) Solusi pertama yang diberikan kepada penulis saat menemui kendala sulitnya akses untuk melakukan kegiatan *survey* pada beberapa unit bisnis dan *cluster* perumahan milik Sinarmas Land yaitu dengan dibuatkannya surat ijin resmi perusahaan untuk dapat melakukan kegiatan *survey* pada lingkungan BSD City.
- 2) Solusi kedua yang diberikan kepada penulis saat menemui kendala sulitnya mengumpulkan responden sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan yaitu dengan dibuatnya kuisisioner secara *online* dimana penulis kemudian menyebarkannya melalui *private chat* kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang ada. Selain itu para koordinator lapangan juga memberikan akses kepada penulis untuk dapat melakukan kegiatan *survey* secara *internal* di dalam kantor Sinarmas Land BSD.
- 3) Solusi ketiga yang diberikan kepada penulis saat menemui kendala banyaknya responden yang bingung terhadap pertanyaan kuisisioner yaitu dengan dilaksanakannya *brainstorming* bersama dengan para pembimbing lapangan secara langsung sebelum kuisisioner disebarkan. Pada proses ini penulis, rekan-rekan kerja lainnya bersama dengan para pembimbing lapangan saling berdiskusi untuk menentukan pertanyaan yang terbaik untuk ditampilkan di dalam kuisisioner yang ada. Dengan

begitu maka kuisioner yang dihasilkan menjadi lebih baik dan dapat dengan mudah dipahami oleh para responden.

### 3.6 Penyusunan Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) Untuk Bisnis *Laundry*

Ketika melakukan kegiatan kerja magang di Sinarmas Land, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan penyusunan strategi pemasaran (*marketing mix*) untuk *project* bisnis *laundry* yang ada. Akan tetapi dalam *project* ini penulis tidak menyusun strategi pemasaran (*marketing mix*) dan 4P secara keseluruhan, melainkan hanya sebatas pada perencanaan *product*, *promotion strategy*. Sebelum melakukan penyusunan strategi pemasaran (*marketing mix*), penulis dan rekan-rekan lainnya terlebih dahulu melakukan kegiatan *survey* kepada para konsumen pengguna jasa *laundry* di daerah sekitar Serpong dan BSD City. Kegiatan *survey* ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam menggunakan jasa *laundry* serta untuk mengukur *willingness to pay* konsumen untuk sebuah jasa *laundry*. Melalui kegiatan *survey* tersebut, penulis mendapatkan data bahwa hampir 90% dari total responden ( $\pm$  150 responden) tidak terlalu mempedulikan *brand* dari penyedia jasa *laundry*. Para konsumen cenderung lebih suka untuk menggunakan jasa *laundry* yang dekat dengan tempat tinggal mereka karena dianggap lebih praktis. Dan bagi para konsumen *laundry*, *brand* bukanlah hal yang penting. Hal yang terpenting bagi mereka adalah penyedia jasa *laundry* dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi mereka dan pakaian/cucian mereka dapat dicuci dengan bersih. Berikut akan penulis jabarkan hasil dari penyusunan strategi pemasaran (*marketing mix*) bisnis *laundry* :

#### A. *Product*

Untuk perencanaan *product* bagi bisnis *laundry* ini penulis menjabarkannya kedalam dua kategori berbeda yaitu *main product* dan *additional product* yang masing-masing akan dijabarkan seperti berikut :

- 1) *Main product* merupakan produk yang berhubungan langsung dengan bisnis jasa *laundry* yang ada dimana *main product* inilah yang akan menjadi *core*

*activity* dalam sebuah bisnis *laundry*. Adapun *main product* dalam bisnis ini adalah *self service laundry* dan *traditional laundry* (baik secara kiloan ataupun satuan). *Self service laundry* ditujukan untuk para konsumen yang memiliki waktu lebih untuk mencuci baju dan menunggu hingga proses pencucian selesai. Sedangkan *traditional laundry* ditujukan untuk para konsumen yang tidak memiliki waktu lebih untuk menunggu sehingga mereka cukup datang dan menyerahkan cucian kepada petugas dan cucian tersebut dapat diambil kembali ketika seluruh proses pencucian telah selesai.



**Gambar 3.5 Contoh Main Product**

(Sumber : Sinarmas Land)

- 2) *Additional product* merupakan produk yang tidak berhubungan langsung dengan bisnis jasa *laundry* yang ada melainkan *additional product* ini akan menjadi sumber *revenue* bisnis tambahan diluar dari sumber *revenue* melalui *main product*. Adapun *additional product* yang dimaksudkan dalam hal ini yaitu berupa *massage chair*, *children playground*, *car wash*, *cafe*, serta jasa rental *console game* Nintendo Wii. Keseluruhan *additional product* tersebut diharapkan dapat memberikan *revenue* tambahan sekaligus berperan sebagai

fasilitas tambahan bagi para *customer* yang menggunakan jasa *self service laundry*.



**Gambar 3.6 Contoh Additional Product**

(Sumber : Sinarmas Land)

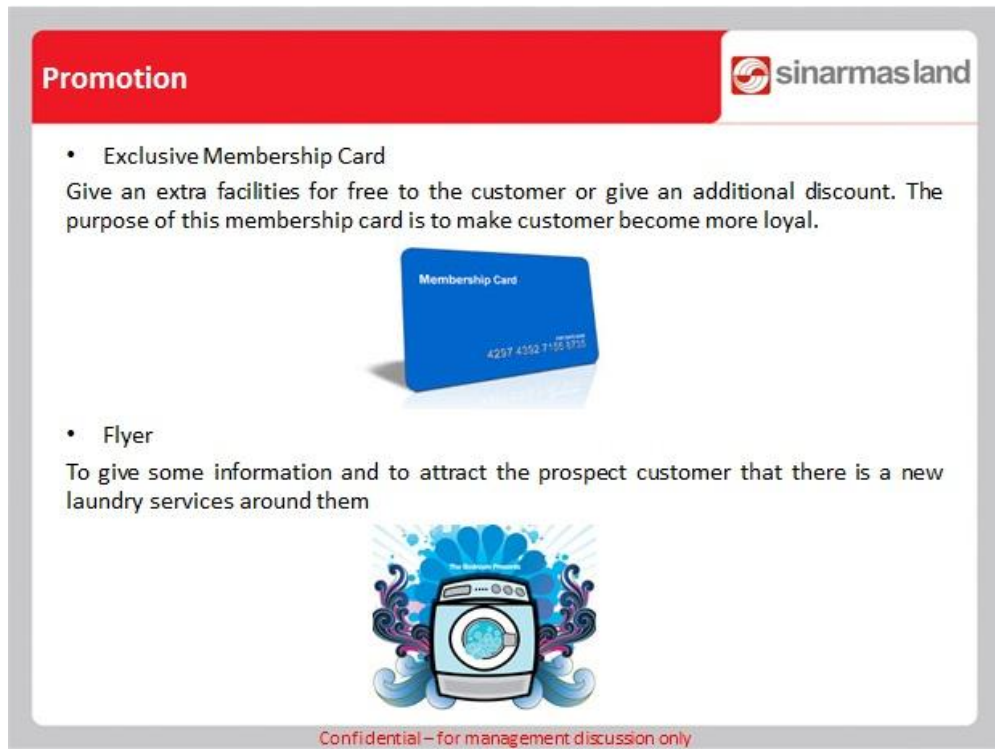


**Gambar 3.7 Contoh Extra Facilities**

(Sumber : Sinarmas Land)

## B. Promotion

Untuk perencanaan kegiatan promosi dari bisnis *laundry* ini penulis menjabarkannya kedalam 4 strategi berbeda. Ke-empat strategi tersebut yaitu :



Gambar 3.8 Contoh *Exclusive Membership Card* & *Flyer*

(Sumber : Sinarmas Land)

### 1) *Exclusive Membership Card* (*Sales Promotion*)

Tujuan utama dari pembuatan kartu member ini adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Karena seperti yang diketahui menurut hasil *survey*, hampir 90% dari total responden tidak mempedulikan *brand* dari penyedia jasa *laundry*. Oleh karena itu dalam hal ini penulis berusaha menciptakan *customer retention* bagi para *customer* dari bisnis *laundry* ini. Untuk *benefit* yang akan didapatkan melalui kartu member ini, maka *customer* akan dapat menggunakan fasilitas-fasilitas dari *additional product* yang telah dijabarkan diatas secara gratis atau *customer* juga bisa mendapatkan diskon tambahan untuk penggunaan jasa *laundry*. Cara untuk mendapatkan *Exclusive Membership Card* ini adalah dengan mengumpulkan 3 struk transaksi penggunaan jasa *laundry*.



## 2) Flyer (Advertising)

Tujuan utama dari pembuatan dan penyebaran *flyer* ini adalah untuk menciptakan *awareness* bagi para *prospective customer* disekitar area bisnis *laundry* ini. Dengan penyebaran *flyer* ini diharapkan para *prospective customer* dapat mengetahui keberadaan bisnis *laundry* baru ini disekitar mereka. Dalam *flyer* ini juga akan diberikan berbagai informasi seperti harga, promosi yang ada, fasilitas-fasilitas tambahan yang ada dalam *laundry* ini, serta nomor telepon untuk jasa *pick up and delivery services* yang diberikan untuk para *customers* yang berada disekitar area bisnis *laundry* ini. Selain itu melalui *flyer* ini juga akan disertakan potongan *voucher* untuk dapat melakukan *free trial*.



Gambar 3.9 Contoh *Free Trial* & *Social Media*

(Sumber : Sinarmas Land)

## 3) *Free Trial* (Sales Promotion)

Karena bisnis *laundry* ini tergolong cukup unik dan merupakan hal yang baru bagi para *customers* dengan *main product* berupa *self service laundry* maka dalam hal ini penulis membuat kegiatan promosi berupa *free trial*. Tujuan utamanya adalah untuk membuat para *new customers* mencoba merasakan



pengalaman baru ketika menggunakan jasa *self service laundry* tersebut. Para *new customers* baru ini akan diberikan kesempatan untuk *free trial* cukup dengan membawa potongan *voucher* dan pakaian kotor mereka (maksimal 1kg) untuk dicuci dengan menggunakan mesin cuci koin khusus *self service laundry*. Dengan mencoba terlebih dahulu, maka diharapkan para *new customers* ini dapat merasakan pengalaman yang baru ketika menggunakan jasa *laundry* sehingga kedepannya mereka tertarik untuk terus menggunakan jasa *laundry* ini.

4) *Social Media (Public Relation and Publicity)*

Tujuan utama dari kegiatan promosi melalui *social media* ini adalah untuk dapat menjangkau *potential customer* secara lebih luas tanpa harus menambah budget promosi yang signifikan. *Social media* yang akan digunakan dalam hal ini berupa *Facebook, Twitter, dan Instagram*. Melalui *social media* ini diharapkan akan banyak *new customers* yang datang dan mencoba untuk merasakan pengalaman baru dalam menggunakan jasa *laundry*.

**Promotion** 

- Free Trial + Social Media Buzz

After they feel the new experience from using self service laundry they need to take a pict and upload the pict to they social media by using hastag. The purpose

Confidential – for management discussion only

**Gambar 3.10 Contoh Free Trial & Social Media Buzz**

(Sumber : Sinarmas Land)