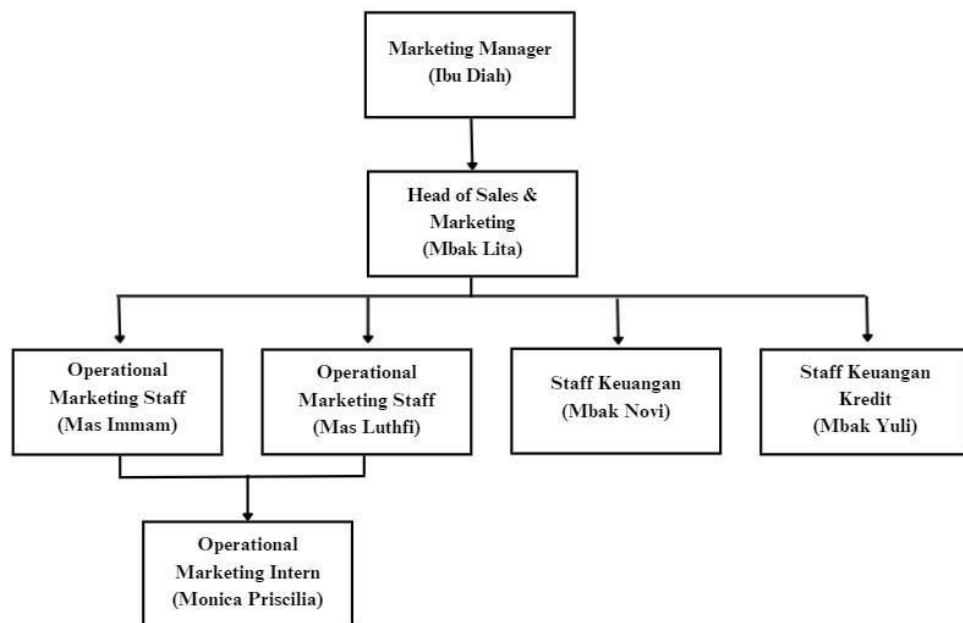


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



**Gambar 3.1** Gambar Struktur Organisasi Divisi Sales & Marketing

Sumber: Dokumen Pribadi

Dalam menjalankan praktik kerja magang di PT Dakota Buana Semesta, penulis berada di divisi *Sales & Marketing*, khususnya menduduki posisi *Operational Marketing Intern*. Tugas utama divisi *sales & marketing* adalah melayani pelanggan dalam proses penerimaan barang, pembayaran, dan menjawab pertanyaan dari pelanggan, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan agar pelanggan memperoleh pengalaman yang positif, meningkatkan penjualan, dan melakukan kegiatan promosi secara langsung dengan *customer*. Sebagai bagian dari *Operational Marketing*, penulis bertugas untuk mengurus proses penerimaan barang kiriman tunai dan kredit,

serta melakukan kegiatan promosi secara *direct selling* kepada calon *customer*.

Untuk barang kiriman tunai, *customer* akan datang secara langsung ke *counter* pengiriman barang khusus tunai di kantor PT Dakota Buana Semesta, dengan membawa barang yang akan dikirim agar admin operasional dapat melakukan penimbangan berat barang dan pengukuran volume barang. Jika ada lebih dari satu *customer* yang datang secara bersamaan, maka penulis akan membantu admin operasional untuk menimbang berat barang kiriman menggunakan timbangan yang sudah tersedia. Setelah barang kiriman diukur dan ditimbang, penulis akan mengarahkan *customer* untuk mengisi *packing list* barang kiriman, yang berisikan informasi terkait barang yang akan dikirim seperti data-data pengirim dan penerima, jenis barang kiriman, jumlah barang, berat asli dan *volume*, serta jenis *packing* apa yang dipilih *customer*. Setelahnya penulis akan mengecek kelengkapan *packing list* yang sudah diisi oleh *customer* dan surat jalan, lalu membuat resi untuk diberikan kepada admin operasional dan *customer* sebagai bukti transaksi. *Customer* akan melakukan pembayaran secara tunai atau transfer setelah menerima resi. Resi dan surat jalan yang sudah dicek kelengkapan dan kesesuaiannya, akan penulis serahkan kepada admin operasional untuk diproses.

Sedangkan untuk barang kiriman khusus kredit, kurang lebih proses penerimaan barang yang dilakukan oleh penulis sama dengan penerimaan barang tunai namun, yang membedakan adalah penulis harus melakukan penghitungan biaya kirim terlebih dahulu karena beberapa barang khusus kredit memiliki biaya kirim yang berbeda dengan barang tunai. Penulis juga tidak hanya bertugas dalam pembuatan resi namun juga pembuatan *barcode*. Sama seperti barang tunai, setelah surat jalan diperiksa kelengkapannya, penulis akan menyerahkan dokumen tersebut kepada admin operasional agar barang kiriman dapat segera diproses. Hal lain yang membedakan *customer* barang kredit dan tunai adalah, untuk barang khusus kredit, *customer* biasanya adalah perusahaan-perusahaan yang sudah berlangganan atau

menjadi *customer* tetap PT Dakota Buana Semesta, sehingga proses pembayaran tidak dilakukan di hari yang sama, melainkan dibayar di hari yang sudah menjadi kesepakatan antara *customer* dengan perusahaan.

Untuk kegiatan pemasaran atau promosi, tim *Sales & Marketing* biasanya menggunakan tehnik pemasaran *direct selling* atau mengunjungi *customer* secara langsung untuk menawarkan jasa layanan milik perusahaan dan membangun kerjasama antara perusahaan dengan *customer*. Penulis bersama dengan Mbak Lita dan Mas Immam akan menghubungi calon *customer* terlebih dahulu melalui telepon untuk meminta persetujuan dari *customer* dan menetapkan waktu, tanggal, dan tempat yang tepat untuk melakukan pertemuan secara langsung.

Dalam menjalani pekerjaan, penulis berkoordinasi dengan Ibu Diah selaku *Marketing Manager*, Mbak Herlita selaku *Head of Sales & Marketing*, dan Mas Dede selaku admin operasional. Penulis juga dibimbing oleh Mas Immam selaku *Operational Marketing Staff* (kredit), dan Mas Luthfi selaku *Operational Marketing Staff* (tunai).

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis di PT Dakota Buana Semesta Dimulai dari tanggal 18 Januari 2024 - 30 April 2024. Berikut adalah tabel berisikan tugas utama yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang berlangsung:

TUGAS UTAMA					
No.	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1.	Mempelajari <i>job desc</i> dari divisi <i>marketing</i>	Mempelajari <i>job desc</i> dari divisi <i>marketing</i> di PT Dakota Buana	Mba Lita dan Mas Immam	Minggu pertama	Mengetahui dan memahami apa saja yang harus dilakukan oleh divisi

		Semesta dan cara melayani serta berkomunikasi yang baik dengan <i>customer</i> .			<i>marketing</i> dalam melayani dan berkomunikasi dengan <i>customer</i> .
2.	Melayani <i>customer</i>	Melayani <i>customer</i> dalam proses pembuatan resi, proses pembayaran baik secara tunai maupun kredit, dan menjawab pertanyaan <i>customer</i> terkait dengan proses pengiriman barang.	Mas Immam dan Mas Lutfi	Setiap ada <i>customer</i>	Kebutuhan <i>customer</i> terpenuhi dan perusahaan dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan <i>customer</i> .
3.	Membuat resi	Sebagai bukti transaksi dan pembayaran yang dilakukan oleh <i>customer</i> .	Mas Immam dan Mas Lutfi	Setiap ada barang kiriman (tunai dan kredit)	Tim <i>marketing</i> dan operasional perusahaan, serta <i>customer</i> mengetahui bahwa pengiriman barang tersebut sudah sah.
4.	Membuat <i>barcode</i>	Sebagai alat penunjuk identitas barang kiriman milik <i>customer</i>	Mas Immam	Setiap ada kiriman barang khusus kredit	Memper memudahkan tim operasional dalam mengidentifikasi barang kiriman <i>customer</i>

5.	Menghitung total berat asli dan volume barang kiriman	Menentukan total biaya kirim barang.	Mas Immam	Setiap admin operasional selesai menimbang dan mengukur volume barang kredit	Tim <i>marketing</i> mengetahui total biaya yang harus dibayarkan oleh <i>customer</i> .
6.	Mengecek dan menyortir surat jalan (SJ)	Memastikan kelengkapan dan kesesuaian data <i>customer</i> , serta memastikan bahwa surat jalan dalam kondisi fisik yang layak.	Mas Immam	Saat resi dan <i>barcode</i> sudah dibuat	Tim <i>marketing</i> dan operasional dapat mengetahui bahwa data <i>customer</i> sudah lengkap dan sesuai.
7.	Menyerahkan dokumen (resi, <i>barcode</i> , surat jalan) dengan admin operasional	Agar dapat diproses oleh tim operasional.	Mas Immam dan Mas Dede (Admin Operasional)	Saat resi, <i>barcode</i> , dan surat jalan sudah lengkap	Tim operasional dapat memproses barang kiriman <i>customer</i> .
8.	Monitoring barang kiriman	Mengetahui status pengiriman dan lokasi barang <i>customer</i> .	Mas Immam	Saat ada <i>request</i> dari <i>customer</i>	<i>Customer</i> mengetahui status pengiriman dan lokasi terkini dari barang kiriman.
9.	Melakukan penimbangan barang kiriman	Membantu admin operasional menimbang	Mas Lutfi dan Mas Dede (Admin)	Saat ada lebih dari satu <i>customer</i>	Proses penimbangan barang kiriman <i>customer</i>

	(tunai)	berat dari barang kiriman milik <i>customer</i> .	Operasional)	yang datang secara bersamaan.	menjadi lebih cepat sehingga dapat menghemat waktu.
10.	Kunjungan ke <i>customer</i> ( <i>meeting</i> )	Mempromosikan jasa layanan milik perusahaan, menanyakan <i>feedback</i> dari <i>customer</i> , dan mencari solusi jika terjadi masalah antara perusahaan dengan <i>customer</i> .	Mbak Lita	3 kali	Mendapatkan customer baru dan menjaga hubungan baik antara <i>customer</i> dengan perusahaan.

### 3.2.1 Mempelajari Job Desk Divisi Marketing

Sebelum menjalankan praktik magang lebih lanjut, penulis dibimbing oleh Mas Immam dan Mas Luthfi untuk mempelajari terlebih dahulu apa saja yang menjadi kewajiban, seperti jenis pekerjaan dan kemampuan, yang harus dimiliki oleh seorang *Operational Marketing* di divisi *Sales & Marketing*. Di awal minggu pertama, penulis mempelajari dengan melakukan pengamatan secara langsung bagaimana tim *Operational Marketing* melayani *customer*.

Karena sebagian besar aktivitas pelayanan pelanggan yang dilakukan oleh tim *Operational Marketing* membutuhkan interaksi secara langsung dengan *customer*, seperti menjawab pertanyaan *customer* terkait dengan proses penerimaan atau pengiriman barang kiriman, melayani dalam proses penerimaan barang kiriman, dan juga

dalam proses pembayaran, maka penulis belajar untuk memahami bagaimana cara berkomunikasi secara efektif dan jelas dengan *customer*. Penulis juga mempelajari bagaimana cara membuat resi sebagai bukti transaksi, membuat *barcode*, menghitung total berat asli dan *volume* barang kiriman khusus kredit, mengecek apa saja yang harus dilengkapi oleh *customer* dalam pengisian *packing list* barang kiriman, mengecek dan menyortir surat jalan, melakukan pelacakan barang kiriman *customer*, membantu admin operasional jika sewaktu-waktu membutuhkan bantuan dalam proses penimbangan barang kiriman *customer* tunai, dan mempelajari konsep dari pemasaran *direct selling* yang biasanya digunakan oleh tim *Sales & Marketing* dalam memperoleh *customer* baru. Selain itu, penulis juga harus mempelajari bagaimana tim *Operational Marketing* berkoordinasi dengan admin operasional dalam proses penyerahan dokumen berupa resi, *barcode*, dan surat jalan yang sudah diperiksa kelengkapan dan kesesuaian datanya, agar dapat diproses oleh tim *Operational* PT Dakota Buana Semesta.

### 3.2.2 Melayani Customer

Menurut *Institute of Customer Service*, aktivitas layanan pelanggan adalah segala bentuk upaya, dedikasi, dan komitmen yang diberikan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam praktik pelayanan pelanggannya, PT Dakota Buana Semesta menggunakan strategi pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk menjaga hubungan yang baik dengan *customer* dan menjaga agar *customer* tetap menggunakan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga tidak beralih ke perusahaan pesaing. Menurut Kotler dan Keller (2006), *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu proses dimana pengumpulan dan analisis data-data yang berkaitan dengan informasi keperluan dan kontak pelanggan

dilakukan dengan detail, guna memaksimalkan pelayanan yang berdampak pada loyalitas pelanggan dan menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Melalui pendekatan ini, perusahaan mengumpulkan dan menganalisis data-data *customer* seperti kontak *customer*, jenis barang seperti apa yang sering dikirim, frekuensi *customer* dalam mengirim barang, jenis *packing* yang sering digunakan, preferensi *customer* dalam membayar, dan lainnya. Memahami karakteristik *customer* juga dibutuhkan oleh perusahaan agar komunikasi dengan *customer* dapat berjalan dengan lancar dan tidak terjadi misinformasi. Hal-hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat mengenal dan memahami pelanggannya dengan baik sehingga dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan *customer*.

Selain memahami *customer*, hubungan baik antar perusahaan dan *customer* juga harus dipertahankan dengan memastikan bahwa *customer* mendapatkan pengalaman yang positif selama menggunakan jasa layanan pengiriman barang di PT Dakota Buana Semesta. Divisi *Sales & Marketing* berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang responsif seperti menjawab pertanyaan dan menerima kritik serta saran dari *customer* guna meningkatkan pelayanan dan memperbaiki kesalahan. Untuk mempertahankan loyalitas *customer*, perusahaan memberikan *reward* berupa penawaran spesial seperti potongan harga di saat-saat tertentu dan harga khusus kepada *customer* kredit yang sudah menjalin kerjasama dengan PT Dakota Buana Semesta.

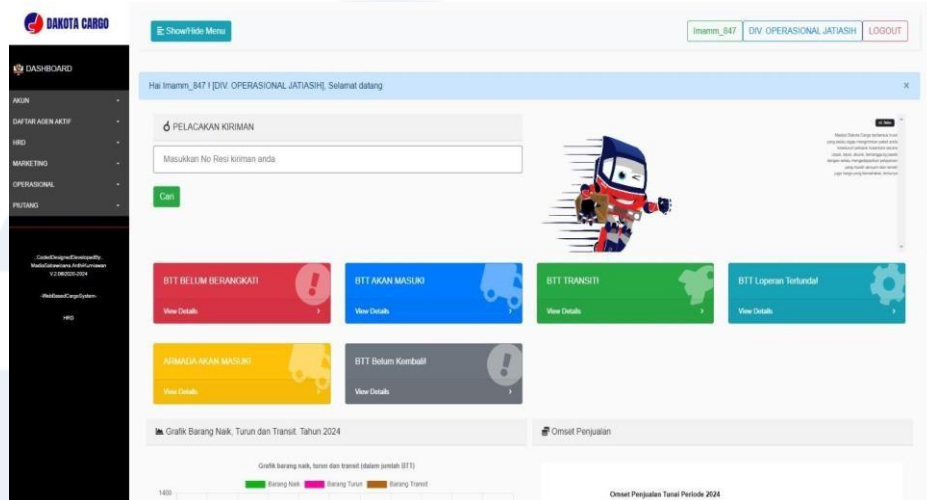
PT Dakota Buana Semesta memiliki 2 jenis *customer* yang dibedakan berdasarkan jenis pembayaran yang akan dilakukan, yaitu secara tunai dan kredit. *Customer* tunai ialah mereka yang melakukan proses pembayaran secara langsung setelah menerima resi atau bukti transaksi, baik menggunakan uang tunai atau melalui *transfer*.



Sedangkan untuk *customer* kredit, proses pembayaran akan dilunaskan pada tempo waktu yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Sebagai seorang *Operational Marketing Intern*, penulis mendapat tugas untuk ikut serta dalam kegiatan pelayanan pelanggan yang sudah menjadi *job desk* divisi *Sales & Marketing*. Dalam proses penerimaan barang, baik *customer* tunai maupun kredit, melalui proses yang sama, yaitu *customer* dapat secara langsung membawa barang yang akan dikirim ke kantor atau *request* agar barang di *pick up* oleh tim operasional di lokasi *customer* untuk dibawa ke *counter*. Barang yang sudah diterima oleh perusahaan nantinya akan melalui proses penimbangan berat dan pengukuran *volume* yang biasanya dilakukan oleh admin operasional namun, jika jumlah *customer* yang datang secara bersamaan lebih dari satu orang, maka tim *Operational Marketing* akan memberikan bantuan untuk mempercepat proses tersebut. Penulis juga melayani *customer* dalam proses pengisian *packing list* barang kiriman, proses pembuatan resi, dan proses pembayaran secara tunai. Selain melayani *customer* dalam proses penerimaan barang dan pembayaran, terkadang penulis juga melayani beberapa *customer* yang datang ke *counter* tunai secara langsung untuk menanyakan harga kirim dan juga membantu *customer* untuk melakukan *monitoring* status dan lokasi terkini dari barang yang mereka kirim.

Dengan adanya interaksi langsung antara perusahaan dengan *customer*, perusahaan dapat memahami dengan lebih jelas apa yang dibutuhkan oleh *customer*. Adanya komunikasi yang efektif dan jelas, serta pelayanan yang responsif, akan memberikan pengalaman yang positif sehingga perusahaan dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan *customer*. Selain itu, melalui kegiatan pelayanan pelanggan ini, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan *customer*, sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dapat tercapai.



**Gambar 3.2 Program Pembuatan Resi, Barcode, dan Monitoring**

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 3.3 Tampilan Packing List Barang Kiriman**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.3 Membuat Resi

Dalam proses pembuatan resi, baik *customer* tunai maupun kredit akan melewati proses yang sama. Penulis membuat resi dengan

menggunakan sistem yang disediakan oleh pihak perusahaan. Melalui sistem tersebut, penulis harus melengkapi data-data terkait dengan barang kiriman *customer* terlebih dahulu. Data-data yang harus dilengkapi, yaitu tanggal pengiriman, nomor *booking customer*, informasi pengirim dan penerima barang, tujuan area kirim (provinsi, kota, kecamatan, kelurahan, dan kodepos), cabang atau agen penerima, informasi kiriman dan layanan (jenis pelayanan, jenis kiriman, isi kiriman, nomor surat jalan, keterangan, jumlah barang, berat asli, dan berat *volume*), informasi tarif dasar, dan yang terakhir adalah informasi pembayaran kiriman.

Dalam sekali cetak, terdapat 2 jenis resi, yaitu resi yang akan diberikan kepada admin operasional untuk diproses dan resi dengan total biaya yang sudah diberi stempel dan ditandatangani, akan diberikan kepada *customer*. Resi akan diterima oleh *customer* tunai setelah melakukan proses pembayaran. Sedangkan untuk *customer* kredit, resi akan langsung diberikan kepada *customer*, baik secara langsung atau melalui Whatsapp. Selain berfungsi sebagai bukti transaksi dan pembayaran, resi dapat digunakan oleh *customer* sebagai bukti dalam pengajuan klaim asuransi untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan terhadap barang kiriman *customer*, seperti terjadi kerusakan atau barang hilang saat proses pengiriman. Resi juga dapat digunakan oleh *customer* dan perusahaan untuk melakukan pelacakan barang dengan memasukkan nomor resi ke *website* Dakota yang menyediakan fitur pelacakan kiriman.

MARKETING - INPUT - eBTT

TANGGAL PENGIRIMAN : <input type="text" value="02/08/2024"/>		MASUKAN NO. BOOKING CUSTOMER		<input type="text" value="No Booking Order Customer"/>		<input type="button" value="PROSES BOOKING"/>	
INFORMASI PENGIRIM BARANG				INFORMASI PENERIMA BARANG			
PELANGGAN :	CUST ID :	NAMA PENGIRIM :		PENERIMA :	UP / NAMA :	EMAIL PENERIMA :	
				Nama Penerima Barang		contohnama@gmail.com	
ALAMAT		KOTA :		ALAMAT PENERIMA :			
Masukan Alamat		BEKASI KOTA		Di no alamat lengkap penerima 87899/No Rumah/Blok			
TELEPON :	TELEPON 2 :	EMAIL PENGIRIM :		TELEPON 1 :	TELEPON 2 :	TELEPON 3 :	
0812345678	0812345679	contoh@gmail.com		0809123456	0809123456	0809123456	
TUJUAN AREA KIRIM							
PROVINSI :	KOTA :	KECAMATAN :	KEKURAHAN :	KODEPOS :			
BAJU	BAKUNG	ABAHSEMAL	ABAHSEMAL	80352			
CABANG / AGEN PENERIMA :							
DENPASAR/AGEN <input type="button" value="GET CAP PENERIMA"/>							

**Gambar 3.4 Proses Pembuatan Resi**

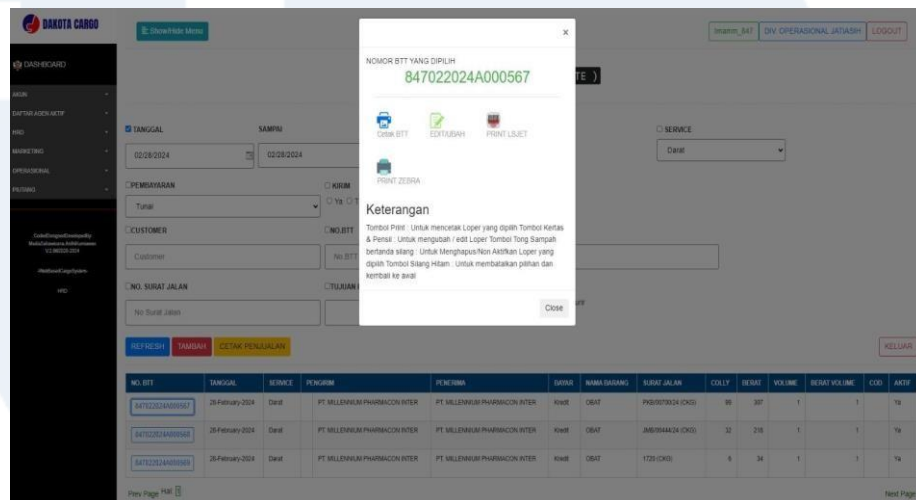
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.4 Membuat Barcode

Baik barang *customer* tunai maupun kredit, keduanya harus memiliki *barcode* sebelum melalui proses pengiriman. Untuk *barcode* barang tunai, biasanya menjadi tanggung jawab admin operasional, sedangkan pembuatan *barcode* barang kredit akan dilakukan oleh tim *Operational Marketing* setelah membuat resi, baru kemudian diserahkan kepada tim operasional. Pembuatan *barcode* penulis lakukan melalui sistem yang sudah tersedia pada komputer perusahaan. Menu yang dipilih pada sistem merupakan menu yang sama dengan pembuatan resi namun, yang membedakannya adalah saat membuat *barcode*, fitur yang harus penulis pilih untuk mencetak *barcode* adalah “*PRINT LSJET*”, sedangkan jika ingin mencetak resi penulis harus memilih fitur “Cetak BTT”. Jumlah *barcode* yang akan dicetak menyesuaikan dengan jumlah barang *customer* yang akan dikirim. Setelah *barcode* dicetak, penulis akan menyerahkan *barcode*, bersama dengan resi dan surat jalan, kepada admin operasional.

Penggunaan *Barcode* pada barang kiriman akan sangat membantu tim operasional dalam proses *packing* dan memuat barang karena

*barcode* tersebut merupakan identitas unik yang membedakan barang yang satu dengan yang lain sehingga identitas barang yang terdapat pada resi, seperti tanggal dan tujuan pengiriman, jenis *packing*, serta armada pengiriman yang digunakan dapat langsung diketahui dengan hanya melakukan *scan* pada *barcode* menggunakan alat pemindai.

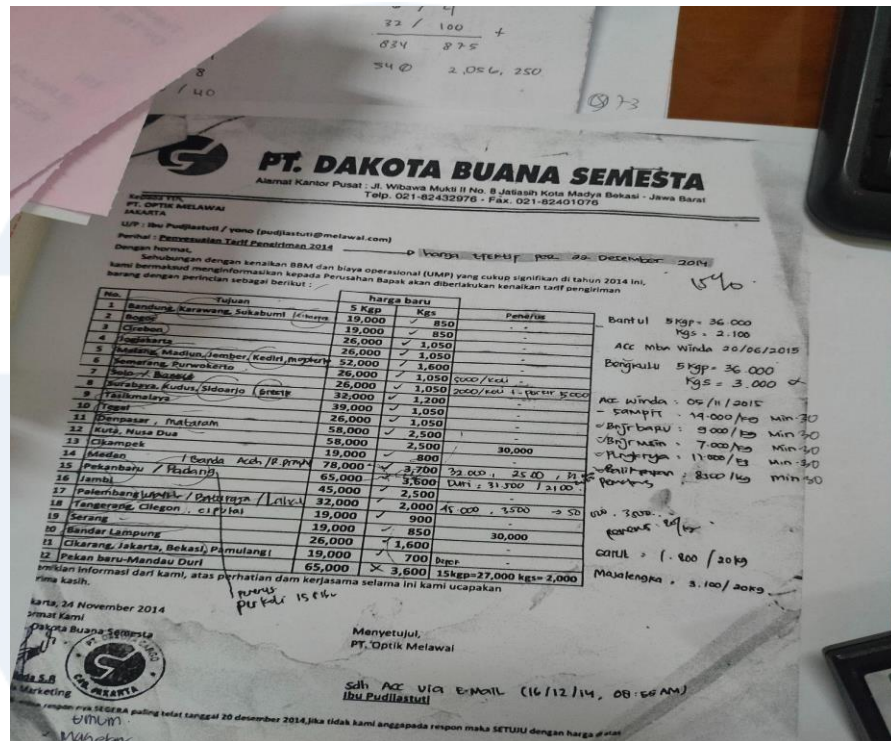


**Gambar 3.5** Proses Pembuatan Barcode

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.5 Menghitung Total Berat Asli dan Berat *Volume* Barang Kiriman

Proses penghitungan total berat asli dan berat *volume* barang kiriman merupakan salah satu *job desk* penulis sebagai *Operational Marketing* dan hanya dilakukan untuk barang *customer* kredit yang memang sudah menjadi *customer* tetap di PT Dakota Buana Semesta. Penghitungan ini dilakukan secara manual dengan menggunakan kalkulator karena biasanya bagian yang harus dihitung tidak terlalu banyak. Proses penghitungan dapat dilaksanakan setelah penulis menerima dokumen berisikan surat jalan dan *packing list* yang berisikan identitas pengirim dan penerima, jumlah barang, serta berat dan *volume*, dari admin operasional yang berjaga di *counter* barang kredit.

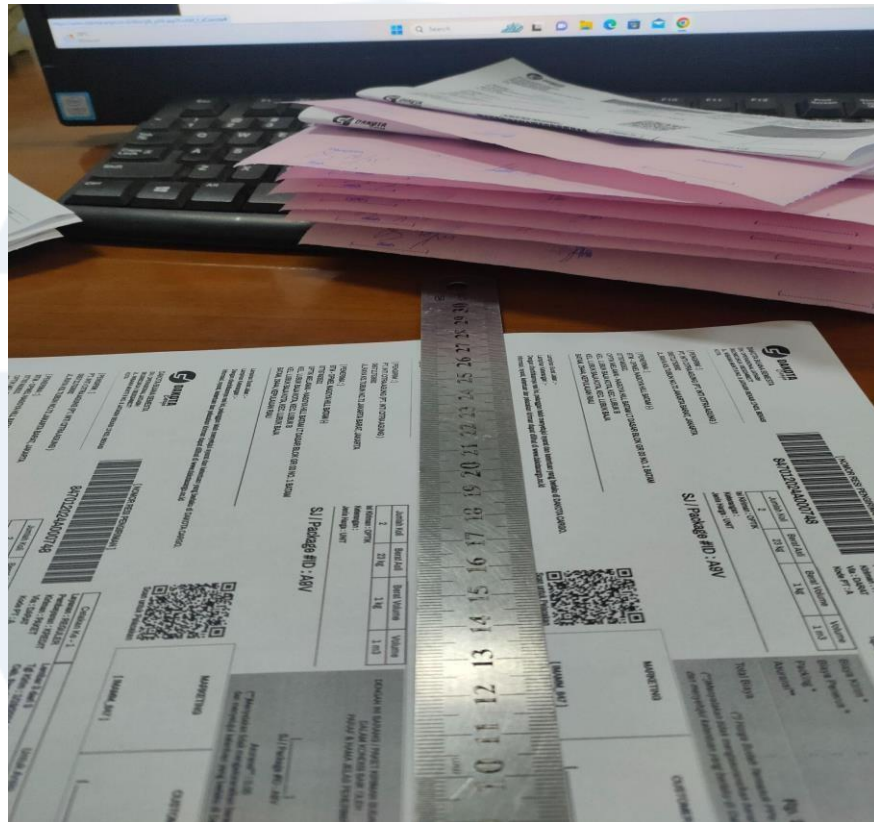


Gambar 3.6 Daftar Harga Barang Khusus Kredit

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.6 Mengecek dan Menyortir Surat Jalan (SJ)

Setelah resi dan *barcode* selesai dibuat, penulis akan melakukan pengecekan surat jalan sekali lagi untuk memastikan apakah data-data yang terdapat di dalam surat jalan tersebut sudah sesuai dengan resi dan *barcode* yang dibuat. Jika sudah, maka penulis akan melakukan penyortiran surat jalan dengan menyatukan resi, *barcode*, dan surat jalan, menggunakan staples. Dokumen yang sudah dijadikan satu tersebut akan dikelompokkan sesuai dengan identitas *customer* dan lokasi tujuan barang kiriman. Penyortiran dokumen ini akan sangat membantu tim operasional dalam proses pengembalian surat jalan ke *customer* dan proses pengiriman barang, karena dokumen yang dibutuhkan sebagai bukti transaksi yang sah sudah dikelompokkan dengan rapih, sehingga tim operasional tidak perlu memakan banyak waktu dalam memproses barang kiriman milik *customer*.

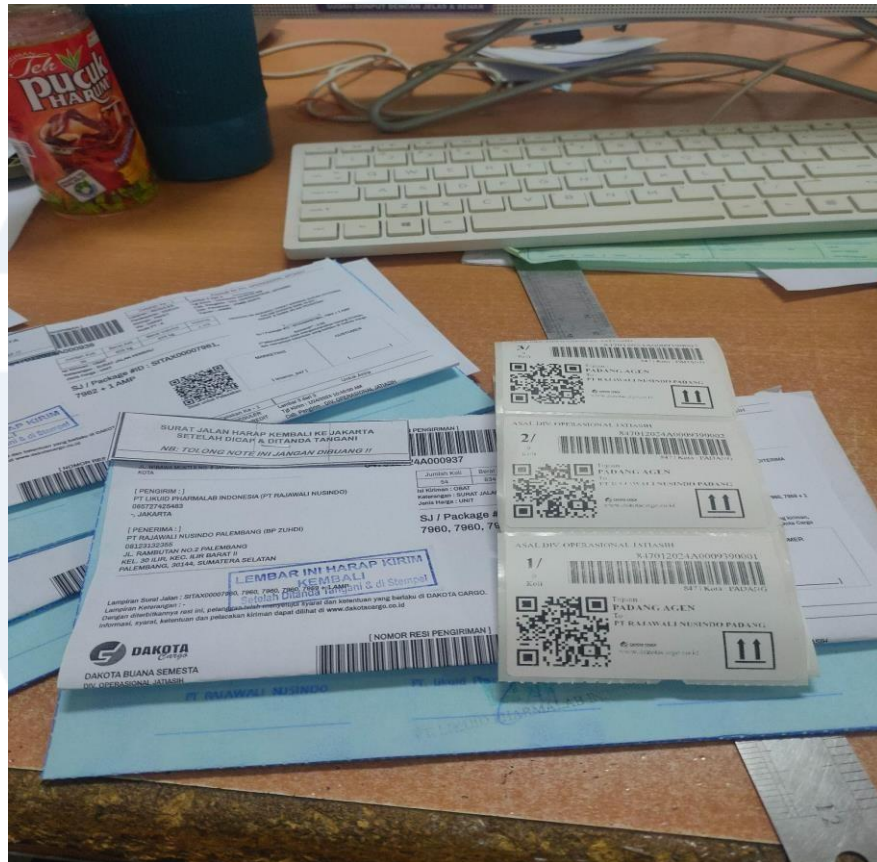


**Gambar 3.7 Mengecek dan Menyortir Surat Jalan (SJ)**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.7 Menyerahkan Dokumen Kepada Admin Operasional

Dokumen yang sudah lengkap dan diperiksa kembali kelengkapan serta kesesuaiannya akan penulis serahkan kepada admin operasional yang akan meneruskan dokumen tersebut ke tim operasional. Dokumen yang diserahkan terdiri dari resi, surat jalan, dan untuk barang *customer* kredit akan ada tambahan *barcode* yang sudah dibuat oleh penulis. Penyerahan dokumen ini merupakan salah satu tahap yang paling penting karena jika tim operasional tidak menerima dokumen terkait dengan identitas barang milik *customer* tersebut, maka barang milik *customer* tidak dapat melalui proses *packing* dan *loading* ke dalam armada pengiriman, yang berarti barang *customer* tidak dapat dikirim ke lokasi tujuan.



**Gambar 3.8 Dokumen Yang Diserahkan Ke Admin Operasional**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.8 Monitoring Barang Kiriman

Melakukan *monitoring* atau pelacakan barang kiriman milik customer merupakan salah satu *job desk* dari tim *Operational Marketing*. Meskipun sudah tersedia fitur pelacakan barang kiriman yang dapat diakses dengan mudah oleh *customer* melalui *website* perusahaan, terkadang ada beberapa *customer* yang lebih memilih untuk bertanya secara langsung kepada tim *Operational Marketing* terkait dengan status pengiriman barang. Biasanya *customer* akan bertanya melalui Whatsapp atau telepon, dan penulis akan membantu mengecek status pengiriman dan lokasi terkini dari barang milik *customer* tersebut. Pemantauan barang yang dilakukan oleh penulis dapat dilakukan melalui sistem yang sudah disediakan oleh perusahaan. Jika



proses pengiriman mengalami kendala seperti barang *customer* tertahan atau belum terkirim, maka tim *Operational Marketing* akan mengkoordinasikan kembali kepada tim operasional apa yang sekiranya menjadi masalah dan setelahnya menyampaikan hal tersebut kepada *customer*.

ID	DIV	TGL	PT	LOKASI	STATUS	QTY	WGT	NO	LOKASI	PT	TGL	STATUS	NO
881	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	PURBOWALING (DUG)	DBAT	62	100	1	PEKANBARU	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	20230224	Barang Berwujud Transaksi Di PEKANBARU ASEN, Dengan Nomor SP: SA380220241543	BEKAS KOTA
882	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	ABESKAYON (DUG)	DBAT	21	51	1	JABIB	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	20230224	Barang Berwujud Transaksi Di JABIB ASEN, Dengan Nomor SP: SA428220241545	BEKAS KOTA
883	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. CITRA SUPREMACIA KENDRA	007B	PIF FACTUR PENJUALAN DRACLE	38	404	1	BAKITUL	PT. FASTRATA SURABAYA TONGKARUA	20230224	Barang Berwujud Transaksi Di JATASIH, Dengan Nomor SP: SA470220241512	BEKAS KOTA
884	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. CITRA SUPREMACIA KENDRA	007B	PIF FACTUR PENJUALAN DRACLE	10	100	1	SURABAYA (SOLO)	PT. FASTRATA BUANA-IRM SOLO	20230224	Barang Dikirimkan Di Div. OPERASIONAL JATASIH	BEKAS KOTA
885	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	DAKOTA JATASIH	VELO + BAN		4	100	1	BAKITUL	INDAN	20230224	Barang Berwujud Transaksi Di INDRAMAYUR TRANDIT JATASIH	BEKAS KOTA
886	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. CITRA KREASI BARU	OLI		103	1330	1	BAKAR LAMPUNG	PT. CITRA KREASI BARU LAMPUNG	20230224	Barang Berwujud Transaksi Di INDRAMAYUR TRANDIT JATASIH	BEKAS KOTA
887	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	PURBOWALING (DUG)	DBAT	98	327	1	PEKANBARU	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	20230224	Barang Dikirimkan Di Div. OPERASIONAL JATASIH	BEKAS KOTA
888	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	ABESKAYON (DUG)	DBAT	32	218	1	JABIB	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	20230224	Barang Dikirimkan Di Div. OPERASIONAL JATASIH	BEKAS KOTA
889	DIV OPERASIONAL JATASIH	20230224	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	1702 (DUG)	DBAT	8	34	1	POSTARAH KOTA	PT. MILLENNIUM PHARMACON INTER	20230224	Barang Dikirimkan Di Div. OPERASIONAL JATASIH	BEKAS KOTA

Barang Dikirim: 379      Barang Belum Dikirim: 0  
 Barang Gagal Dikirim: 4      Total Barang Kioskuhan: 559  
 Barang Dalam Proses Pengantaran: 171      Total COD: 0

**Gambar 3.9 Monitoring Barang Kiriman Customer**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2.9 Menimbang Barang Kiriman *Customer*

Di PT Dakota Buana Semesta, tugas menimbang atau mengukur berat barang kiriman milik *customer* akan diserahkan kepada admin operasional yang berjaga di pos penerimaan barang kredit dan tunai. Penulis sebagai bagian dari *Operational Marketing* tidak memiliki kewajiban untuk melakukan proses penimbangan namun, jika *customer* yang datang ke pos lebih dari satu orang secara bersamaan, maka penulis akan membantu admin operasional dalam menimbang barang kiriman agar *customer* tidak perlu menunggu terlalu lama.

Ada 3 jenis alat timbang yang biasa digunakan oleh tim operasional dalam melakukan proses penimbangan berat asli dari barang kiriman *customer*, yaitu alat timbang biasa, *forklift*, dan timbangan lantai. Alat timbang yang penulis biasa gunakan untuk

membantu admin operasional di *counter* tunai adalah alat timbang biasa.



**Gambar 3.10** Alat Timbang Yang Digunakan Oleh Penulis

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### **3.2.10 Melakukan Kegiatan Kunjungan *Customer***

Melakukan kunjungan *customer* merupakan salah satu tugas dari divisi *Sales & Marketing* dan melalui kerja magang ini penulis berkesempatan untuk melihat secara langsung bagaimana proses kegiatan ini dilakukan sekaligus mendampingi Mbak Lita dan Mas Immam untuk melakukan kunjungan ke calon *customer* dengan tujuan agar penulis dapat memahami dan melihat secara langsung bagaimana perusahaan mendapatkan *customer* baru melalui kegiatan promosi ini

dan menjaga hubungan yang baik melalui komunikasi secara langsung dengan *customer*.

Kegiatan kunjungan *customer* ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan secara langsung atau biasa disebut sebagai *direct marketing*. *Direct marketing* merupakan sebuah strategi yang dimiliki oleh perusahaan dan bertujuan untuk memasarkan barang dan jasa secara langsung atau tanpa perantara guna menimbulkan respon dari calon pelanggan dan mengefektifkan proses transaksi, baik melalui media telepon, email, atau pertemuan secara langsung (Priansa, 2017:108). Strategi pemasaran dengan menggunakan *direct marketing* ini biasanya mencakup berbagai kegiatan seperti mengelola basis data, melakukan penjualan secara langsung atau *direct selling*, telemarketing, dan iklan interaktif (Morrison, 2008:439).

Dalam mempromosikan jasa yang dimiliki oleh perusahaan atau menawarkan hubungan kerjasama dengan *customer* potensial, penulis menggunakan salah satu elemen pemasaran yang terdapat pada *direct marketing*, yaitu *direct selling*. *Direct selling* merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam membentuk hubungan pertukaran secara langsung dengan pelanggan tanpa menggunakan perantara yang biasanya terdapat dalam rantai distribusi (Baron *et al.*, 1991).

Pada praktik kerja magang ini, penulis berkesempatan untuk ikut terlibat dalam proses *meeting* dengan *customer*, yaitu PT Rajawali Nusindo, PT Trabaud Aromatics Laboratories, dan PT Global Dispomedika. Sebelum melakukan pertemuan tatap muka atau *meeting*, tim *Sales & Marketing* akan melakukan proses menganalisis data-data terkait dengan informasi *customer* potensial terlebih dahulu untuk menentukan perusahaan mana yang memenuhi kriteria dan berpotensi untuk diajak melakukan kerjasama. Hal-hal yang dijadikan pertimbangan dalam proses analisis, antara lain adalah informasi seputar perusahaan seperti alamat, kontak perusahaan yang bisa

dihubungi, dan jenis produk atau barang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Setelah menghubungi perusahaan yang sudah ditetapkan, biasanya tim *Sales & Marketing* akan bertemu dengan calon *customer* secara langsung di perusahaan *customer* yang akan diajak bekerjasama.

Melalui pertemuan tatap muka ini, tim *Sales & Marketing* dapat secara langsung memberikan *file company profile* dan mempresentasikan layanan serta *benefit* apa saja yang ditawarkan oleh PT Dakota Buana Semesta kepada *customer*. Proses *meeting* juga mencakup proses penjelasan regulasi yang dimiliki oleh perusahaan, tarif pengiriman, proses pembayaran, jenis kendaraan yang digunakan, waktu pengiriman, dan proses negoisasi. Sebelum melakukan tanda tangan perjanjian kerjasama atau kontrak, perusahaan akan memberikan kesempatan 3 bulan *trial* kepada *customer* untuk menggunakan jasa layanan pengiriman PT Dakota Buana Semesta dan jika *customer* merasa cocok dan sepakat untuk melakukan kerjasama kedepannya, maka *customer* akan diminta untuk menandatangani kontrak.

Selain mempromosikan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada *customer*, kegiatan kunjungan *customer* ini biasanya digunakan oleh perusahaan untuk mempertahankan loyalitas dan hubungan yang baik dengan *customer* tetap melalui pemberian hampers dan ucapan terima kasih atas kepercayaan yang diberikan oleh *customer* serta meminta *feedback* dari *customer* terkait dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Seringkali kegiatan kunjungan *customer* ini juga dilakukan bila terjadi masalah atau kendala, contohnya adalah ketika salah satu surat jalan hilang pada saat proses pengiriman atau ketika *customer* kredit belum melunasi pembayaran di tempo waktu yang sudah ditetapkan.



**Gambar 3.11 Meeting dengan Customer**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

#### 3.3.1 Kendala dalam berkomunikasi dengan *customer* tunai

*Customer* yang datang secara langsung ke kantor biasanya bukan hanya ingin mengirim barang namun, seringkali *customer* datang ke *counter* tunai hanya untuk menanyakan harga kirim, jenis *packing* yang tersedia, atau menanyakan hal lain terkait dengan pengiriman barang. Penulis memiliki tugas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan memberikan penjelasan yang tepat dan dapat dimengerti dengan baik oleh *customer*. Selama ini sebagian besar *customer* dapat mengerti dengan baik namun, karena karakteristik tiap *customer* yang berbeda-beda, ada beberapa *customer* yang sedikit sulit untuk menerima penjelasan dari tim kami.

Sebagai contoh, *customer* yang bersikeras untuk diberikan diskon dengan alasan bahwa beliau pernah mendapat diskon di pengiriman sebelumnya, sedangkan saat ini harga diskon tersebut sudah tidak berlaku lagi. Selain itu, ada juga *customer* yang meminta potongan harga karena barang yang hendak beliau kirim tidak terlalu berat, yang mana hal tersebut tidak bisa dilakukan oleh perusahaan karena meskipun barang tersebut tidak terlalu berat namun, *volume* barang masih terhitung besar dan akan memakan banyak ruang saat akan dimuat ke dalam mobil

pengiriman, maka dari itu biaya pengiriman akan tetap sama dan tidak dapat dikurangi lagi.

### **3.3.2 Keterlambatan *customer* kredit dalam proses pembayaran**

Proses pembayaran merupakan salah satu tahapan yang juga termasuk dalam aktivitas pelayanan pelanggan yang dilakukan oleh tim *Sales & Marketing* di PT Dakota Buana Semesta. Penulis sebagai bagian dari tim tersebut juga ikut bertanggung jawab dalam proses pembayaran atau pelunasan yang harus dilakukan oleh *customer* jika menggunakan jasa layanan pengiriman perusahaan. Sebagian besar proses pembayaran berjalan dengan lancar namun, ada saat dimana *customer* kredit yang seharusnya sudah melunasi pembayaran pada tempo waktu yang ditentukan, belum membayar sampai lewat batas waktu. Tentunya hal ini merugikan pihak perusahaan dan menjadi kendala bagi divisi *Sales & Marketing* dalam proses pembuatan laporan penjualan yang harus diserahkan kepada divisi keuangan pusat.

### **3.3.3 Kendala dalam pembuatan resi**

Selama penulis menjalankan kerja magang ada dua kali kejadian yang tidak diinginkan terkait dengan sistem pembuatan resi dan komputer perusahaan. Pertama, sistem mengalami gangguan yang membuat penulis tidak bisa mengakses sistem tersebut sehingga pengerjaan resi harus dialihkan ke komputer lain. Kedua, ada waktu dimana komputer yang biasa penulis pakai untuk membuat resi tidak bisa dinyalakan, sedangkan di pos tunai hanya terdapat dua komputer, yang berarti jika salah satu komputer mengalami gangguan, maka proses pembuatan resi akan tertunda.

### **3.3.4 Kendala dalam menghubungi *customer* potensial**

Sebelum melakukan *meeting* dengan *customer* potensial, tim *Sales & Marketing* harus meminta persetujuan terlebih dahulu kepada *customer* apakah mereka ada waktu luang dan tidak keberatan untuk melakukan *meeting* dengan tujuan agar perusahaan dapat mempromosikan jasa layanan yang ditawarkan kepada *customer*. Namun, ada beberapa kontak *customer* yang sulit untuk dihubungi atau menolak untuk melakukan *meeting* sehingga mau tidak mau kami harus mencari *customer* lain.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

#### **3.4.1 Kendala dalam berkomunikasi dengan *customer* tunai**

Dalam menghadapi *customer*, penulis dilatih untuk bersikap profesional dengan memberikan penjelasan yang relevan dan mudah dipahami, seputar regulasi atau kebijakan perusahaan tentang penetapan harga kirim agar tidak terjadi miskomunikasi antara pihak perusahaan dengan *customer*. Jika terjadi permasalahan yang lebih lanjut dalam berkomunikasi, penulis akan menginformasikan hal tersebut kepada Mas Luthfi atau Mbak Lita selaku *Head of Sales & Marketing* untuk membantu penulis memberikan penjelasan terkait dengan pertanyaan atau permintaan dari *customer*.

#### **3.4.2 Keterlambatan *customer* kredit dalam proses pembayaran**

Dalam menghadapi permasalahan yang serupa, biasanya tim *Sales & Marketing*, khususnya Mbak Lita atau Mas Immam, akan menghubungi terlebih dahulu pihak *customer* melalui panggilan telepon untuk mendiskusikan permasalahan yang terjadi dan mencari solusi untuk menyelesaikannya. Pihak perusahaan akan memberikan keringanan atau perpanjangan waktu pelunasan kepada pihak *customer* apabila kedua belah pihak sudah sepakat. Namun, untuk permasalahan kali ini pihak *customer* masih belum melakukan pelunasan di waktu yang sudah dijanjikan. Maka dari itu, kami sebagai yang bertanggung jawab dalam

menangani proses pembayaran akan menemui *customer* secara langsung melalui kunjungan *customer*.

### **3.4.3 Kendala dalam pembuatan resi**

Karena kendala yang dialami oleh penulis berhubungan dengan sistem dan komputer perusahaan, maka Mas Luthfi selaku *mentor* akan menginformasikan hal ini kepada departemen *IT* PT Dakota Cargo Buana Semesta, agar dapat mengirimkan salah satu karyawannya untuk membantu memperbaiki kesalahan yang terjadi pada sistem atau komputer sehingga dapat segera digunakan kembali dalam proses pembuatan resi.

### **3.4.4 Kendala dalam menghubungi customer potensial**

Tujuan dari pengajuan untuk melakukan *meeting* ini adalah untuk mempromosikan jasa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dan menawarkan kerjasama kepada pihak *customer* untuk menggunakan jasa layanan pengiriman barang PT Dakota Buana Semesta, yang mana jika *customer* menolak untuk melakukan pertemuan secara langsung maka perusahaan tidak dapat memaksa *customer* untuk berubah pikiran. Menyikapi hal tersebut, tim *Sales & Marketing* harus menerima alasan dari pihak *customer* dan mencoba untuk menghubungi *customer* lain yang ada di *list*.