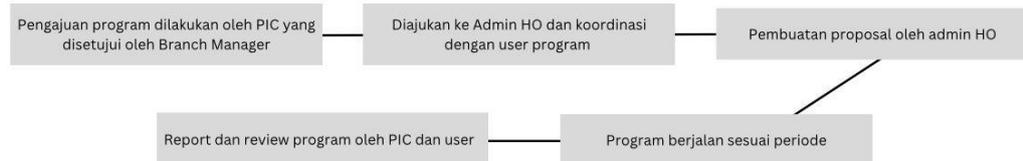


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Alur koordinasi

Berdasarkan gambar terlampir peran penulis berkontribusi saat merancang program yang dilakukan sebelum proses pengajuan program. Dalam proses perancangan program dilakukan dalam pengawasan dan bimbingan dari *Customer Channel Lead* selaku *supervisor* penulis dalam kerja magang dan *National GT Sales ASC. Director* selaku direktur Sales GT. Proses *brainstorming* dilakukan berdasarkan report terkait harapan *customer* dan upaya *team* meningkatkan *customer relationship*. Setelah mengidentifikasi permasalahan yang terjadi, dilakukan proses penentuan ide utama serta komunikasi yang efektif dalam mengimplementasikan program.

Setelah proses perancangan proposal kegiatan, dilanjutkan ke tahap pengajuan atau *pitching* program terkait. Proposal program acara akan melewati admin HO untuk dibuatkan proposal pengajuan program untuk ditindaklanjuti terkait *budgeting* dan pengadaan *tools* kepada tim *purchasing* dan *finance*. Setelah semua proses telah disetujui akan dilaksanakan program sesuai *timeline* yang telah ditentukan. Setelah program terlaksanakan akan dilakukan *review* dan *reporting* yang dikoordinasikan oleh penulis dengan admin HO terkait pelaporan *budgeting* dan realisasi serta pelaporan dokumentasi acara.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam struktur organisasi yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis berada dibawah naungan *Sales Department* bagian *General Trade (GT)* yang berfokus pada *Customer Channel Activation*. Peran dari *customer channel activation* sendiri terbagi kedalam beberapa poin, sebagai berikut :

1. Support pengadaan *Point of Sales Materials (POSM)* dan *A-team* untuk cabang dan *category channel development*.

Dalam koordinasi kerja magang pada tahap ini melibatkan peran penulis mulai dari pembuatan design hingga *supporting* alokasi *tools* dan POSM terkait.

- a. Koordinasi dengan *Brand Marketing* untuk membuatkan *design POSM (Skirting, Banner, Poster)*.

Hal ini dilakukan saat persiapan *activity program* yang telah direncanakan. Dalam pembuatan POSM melewati proses *brainstorming* terkait *key message* yang akan dicantumkan kedalam POSM terkait.



Gambar 3.2 Skirting SR 3.000

Gambar terlampir merupakan salah satu design *skirting* atau yang biasa dikenal dengan *banner* untuk program yang dijalankan yaitu *Subdist Retailer (SR) 3.000* titik di Indonesia. Program tersebut merupakan program yang dijalankan oleh *Sales GT* sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan dengan menerapkan *retailer* dalam bentuk tenda atau parasol di

beberapa titik yang tersebar sesuai dengan rencana. Dalam proses *brainstorming key message* dilakukan bersama *team* terkait, kemudian dalam proses *design* dilakukan oleh penulis atas bimbingan dan arahan dari *supervisor*.



Gambar 3.3 Backdrop Safari Ramadhan

Gambar terlampir merupakan *design backdrop* dalam acara “Safari Ramadan” yang dijalankan di 5 (lima) kota yaitu Bandung, Bali, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya. Kegiatan tersebut merupakan salah satu *activity program* guna meningkatkan loyalitas pelanggan yang dilaksanakan pada 19 – 27 Maret 2024 dengan susunan acara yang telah ditetapkan termasuk memberikan hadiah berupa *doorprize* hingga ramah tamah.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.4** Backdrop Temu Grosir

Gambar terlampir merupakan *design backdrop* dari salah satu program loyalitas pelanggan yang diadakan pada 29 Mei 2024 dengan nama “Temu Grosir”. Sesuai dengan nama nya, partisipan dari program ini merupakan para grosir dari *Sunpride* di cabang Tangerang. Dengan menyongsong konsep serupa dengan Safari Ramadan yang diadakan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.



**Gambar 3.5** Design skirting guava

Gambar terlampir merupakan *design skirting* yang diproduksi oleh penulis saat mengadakan promo buah jambu kristal kepada konsumen dengan distribusi melalui *customer*. Promo dilakukan bertepatan dengan bulan ramadan 2024 guna meningkatkan angka penjualan pada buah jambu kristal di *Sales GT*. Saat menentukan harga dan *message* yang akan dicantumkan kedalam skirting telah melalui proses *brainstorming* dan koordinasi dari *team* terkait.



Gambar 3.6 Design skirting pisang

Gambar terlampir merupakan *design* promo buah pisang *Cavendish* yang diproduksi oleh penulis pada bulan ramadan 2024. Sama halnya dengan promo raya pada buah jambu kristal, hanya saja berbeda pada jenis buah. *Skirting* terlampir terdistribusikan guna meningkatkan angka penjualan pada buah pisang *Cavendish* di *customer*.

- b. Membuat Proposal permintaan *Point of Sales Materials* (POSM) program dengan cara berkoordinasi ke admin GT.

Proses pembuatan proposal permintaan dilakukan oleh admin GT berdasarkan rancangan program yang telah disusun dalam proposal program. Pada tahapan ini penulis melakukan *cross checking* dalam *detail* kegiatan yang disusun sesuai dengan rencana pada proposal kegiatan. Kemudian proposal permintaan akan diserahkan kepada pihak terkait untuk proses *approval* lebih lanjut.

- c. Koordinasi dengan *team purchasing* untuk pengadaan POSM sesuai dengan proposal permintaan.

Setelah proposal permintaan melalui proses *approved* akan ditindaklanjuti oleh penulis untuk diserahkan kepada *team*

*purchasing* guna melengkapi *tools* dan *property* yang dibutuhkan seperti pembelian *doorprize*, pemesanan *print* POSM, serta *booking venue* untuk *event*. *Purchasing team* akan memberikan *feedback* ketika pengajuan telah di proses.

d. POSM datang dan melakukan koordinasi dengan admin GT dan *Branch Manager* (BM) untuk distribusi ke cabang.

Setelah POSM tiba dalam bentuk fisik akan diterima oleh penulis guna dialokasikan kepada *users* program acara terkait sesuai dengan data alokasi.



Gambar 3.7 Dokumentasi *report skirting*

Gambar terlampir merupakan *report* dokumentasi dari distribusi skirting promo raya pada buah pisang *Cavendish* dan jambu kristal. Dokumentasi laporan alokasi *skirting* dilakukan pada sub – distributor Katalia Jaya.

2. *Support marketing* program hingga berjalan dan *review* program (*Festive activation, marketing campaign*).

*Marketing department* biasanya memiliki *campaign* yang sedang mereka jalankan. Tak jarang pula *campaign* tersebut melibatkan *Sales GT* dalam proses eksekusi, misalnya dengan membeli putus *product* jual kepada *sub – distributor* untuk di jual kembali pada program yang

dijalankan. Hal tersebut terdapat subsidi silang yang perlu dikoordinasikan.

- a. *Meeting* koordinasi dengan *brand* dan *shopper* membahas program yang akan berjalan.

*Activity program* yang dijalankan akan dikoordinasikan terlebih dahulu sebelum proses eksekusi guna menyelaraskan konsep yang akan dijalankan. Pada proses ini penulis akan diberikan informasi terkait program serta peran penulis terhadap program tersebut.

- b. Koordinasi dengan *Branch Manager* (BM) menyampaikan poin a.

Dengan ini proses koordinasi akan dilakukan dengan banyak pihak, mulai dari *team marketing*, *branch manager*, hingga pihak terkait guna meminimalisir *miss – communication*. Maka dari itu komunikasi dengan *branch manager* perlu dijalankan. Selain itu, dengan berkoordinasi dengan *branch manager* akan membantu proses terealisasinya program.

- c. Implementasi program *brand* dan *shopper*.

Pada tahap ini penulis wajib memastikan program berjalan dengan baik sesuai dengan ranah *Sales GT* yang terlibat dalam program. Dalam memastikan program berjalan dengan baik dapat dilakukan dengan berkoordinasi dengan pihak terkait hingga *review* terhadap program yang berjalan.



Gambar 3.8 Bazaar Ramadan

Gambar terlampir merupakan salah satu program *marketing campaign* di bulan ramadan yang melibatkan *Sales GT* dengan sistem membeli putus pada subsist untuk *product* yang akan dijual.

d. *Review* hasil program *brand* dan *shopper*.

Peran penulis pada tahap ini akan melakukan koordinasi dengan *supervisor*, *marketing team* dan *branch manager* untuk melakukan *review* pada program yang telah dijalankan. *Report* hasil *review* akan diserahkan kepada *marketing team* untuk proses lebih lanjut. Tak hanya itu, pada proses *review* juga melewati pembuatan *report* dokumentasi kegiatan yang telah dijalankan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.9** Dokumentasi alokasi product

Berdasarkan gambar terlampir merupakan salah satu *reporting* pada proses alokasi *product* yang telah di *support* oleh *Sales GT* dan alokasi skirting kepada sub - distributor. Dengan demikian dapat mengukur barang terdistribusi dengan baik.

3. Membuat program *customer engagement*.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa proses *development program* dilakukan dengan berkoordinasi kepada pihak terkait.

a. Membuat proposal kegiatan.

Dalam hal ini penulis melakukan *brainstorming* terlebih dahulu dengan beberapa pihak terkait sebelum merancang

proposal kegiatan. Proposal yang dibuat sesuai dengan rencana yang telah di diskusikan.

WAKTU	DURASI	AKTIVITAS	KETERANGAN
15.00 - 15.30	30'	Open Gate	Peserta dipersilahkan memasuki ruangan
15.31 - 15.36	5'	Pembukaan	Acara dibuka oleh MC
15.37 - 15.42	5'	Lagu Indonesia Raya	Seluruh partisipan menyanyikan lagu Indonesia Raya
15.43 - 15.53	10'	Sambutan Pak Aji	Pak Aji memberikan sambutan
15.54 - 16.04	10'	Sambutan Pak Cindy	Pak Cindy memberikan sambutan
16.05 - 16.30	25'	Presentasi PM & Brand (Update New Product Development)	Brand Knowledge oleh PM
16.31 - 16.46	15'	Doorprize	Mendapatkan doorprize yang telah ditentukan, menggunakan spin wheel
16.47 - 17.07	20'	Awarding (5 MT, 5 GT)	Pembagian sertifikat & plakat kepada pemenang award
17.08 - 17.28	20'	Foto Bersama	Sesi foto bersama
17.29 - 17.39	10'	Penutupan by Bu Yuli	Bu Yuli menyampaikan penutup
17.40 - 17.55	15'	Ceramah oleh ustadz	Ceramah dibawakan oleh ustadz
17.56 - 18.10	14'	Persiapan buka bersama	
18.10 - 19.00	1*	Buka Bersama & Shalat Maghrib	
19.07 - selesai	-	Ramah Tamah & Pembagian Souvenir	

Gambar 3.10 Rundown Safari Ramadan

Gambar terlampir merupakan susunan kegiatan dari program *customer gathering* yang bernama “Safari Ramadan” di 5 (lima) kota. *Objective* dari dirancangnya kegiatan ini untuk silaturahmi dengan *customer* serta memberikan *update* terkait *new product development*. Target peserta dari kegiatan berikut mencakup *Sales* secara keseluruhan dengan menghadirkan para sub – distributor dari *General Trade* (GT) dan *account* dari *Modern Trade* (MT). Pada kegiatan ini kami menyediakan *gift* khusus berupa *souvenir* yang berisikan *product Sunpride* serta dibungkus dengan tas *travel* yang berkaitan dengan mudik ramadan. Tak hanya itu, kami juga memberikan *doorprize* menarik kepada peserta yang beruntung mulai dari *handphone*, laptop, dan hadiah menarik lainnya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



WAKTU	DURASI	AKTIVITAS	KETERANGAN
10.30 - 11.00	30'	Open Gate	Peserta dipersilahkan memasuki ruangan
11.03 - 11.08	5'	Opening Ceremony	Pebukaan oleh MC
11.11 - 11.21	10'	Indonesia Raya	Menyanyikan lagi Indonesia Raya
11.24 - 11.34	10'	Speech - Pak Cindy	Sambutan oleh Pak Cindy
11.37 - 12.07	30'	Foto Bersama	Foto Bersama seluruh hadirin dan peserta
12.10 - 13.10	1"	Makan Siang	ramah tamah dan makan bersama
13.13 - 13.58	45'	Games + doorprize	Bermain games dengan peserta
14.01 - 14.11	10'	Speech - Pak Aji	Sambutan oleh Pak Aji
14.14 - 14.24	10'	Closing + speech - Ko Robby	Penutupan oleh ko robbby
14.27 - 15.12	45'	Pembagian Goodie Bag	Pembagian goodie bag yang telah disiapkan

**Gambar 3.11** Rundown Temu Grosir

Gambar berikut merupakan program *customer gathering* yang berfokus pada grosir cabang Tangerang yang dijalankan pada 29 Mei 2024. Tak jauh berbeda dengan safari ramadan, hanya saja target peserta pada kegiatan tersebut memiliki fokus yang lebih mengerucut. Kegiatan berikut juga dilengkapi dengan *souvenir* serta *doorprize* yang menarik. Dengan mengangkat tema yang “lebih dekat dengan Pak Cindyanto”, maka disusun sesi *question and answer* setelah *speech* dari beliau pada rangkaian kegiatan. Dengan begitu, para grosir lebih merasakan kedekatan dengan CEO dari *Sunpride*.

b. Mengajukan proposal kegiatan.

Pada tahap ini penulis melakukan pengajuan proposal sesuai dengan alur kontribusi yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil proposal kegiatan yang telah melalui proses *development* akan diserahkan kepada admin GT untuk proses pembuatan pengajuan proposal kegiatan. Dalam proposal pengajuan berisikan tanda tangan dari beberapa pihak terkait untuk melalui proses *approval*. Setelah proposal disetujui akan ditindaklanjuti oleh admin GT dan penulis untuk diserahkan kepada *team purchasing* dan *finance*. Setelah semua prosedur

terlewati, akan diimplementasikan kegiatan sesuai dengan *timeline*.

c. Implementasi proposal kegiatan.

Pada proses berikut penulis melakukan dengan beberapa team internal terkait untuk melakukan eksekusi. Dalam mengimplementasikan program diperlukan pengawasan dari supervisor agar terlaksana sesuai dengan rencana. Berikut beberapa dokumentasi dari program yang telah dijalankan.



**Gambar 3.12** Dokumentasi safari ramadan Bandung

Gambar berikut merupakan dokumentasi dari acara *customer gathering* cabang Bandung yang dilaksanakan pada 19 Maret 2024 di Sheraton hotel Bandung. Terlihat pada gambar peserta yang beruntung mendapatkan hadiah doorprize.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.13** Dokumentasi safari ramadan Bali

Gambar berikut merupakan dokumentasi dari kegiatan safari ramadan di cabang Bali pada 22 Maret 2024 di Discovery Kartika Plaza Hotel Bali. Terlihat peserta yang berhasil mendapatkan *award* dalam beberapa kategori GT yaitu *best performance*, *best growth*, *best kemitraan*, *best SFA*, dan *best growth import*. Kemudian kategori MT *best performance*, *best growth*, *best merchandising*, *best collaboration customer*, dan *best innovation*.



**Gambar 3.14** Dokumentasi safari ramadan Semarang

Gambar berikut merupakan dokumentasi dari kegiatan *customer gathering* “Safari Ramadan” cabang Semarang yang dijalankan pada tanggal 25 Maret 2024. *Event* tersebut dilaksanakan di PO Hotel Semarang dengan antusias peserta yang luar biasa.



**Gambar 3.15** Dokumentasi safari ramadan Yogyakarta

Gambar berikut merupakan dokumentasi dari kegiatan safari ramadan cabang Yogyakarta yang dilaksanakan pada 26 Maret 2024 di The Alana Hotel Yogyakarta. Pada gambar tersebut terlihat seluruh peserta dan hadirin berfoto bersama menjalin silaturahmi.



**Gambar 3.16** Dokumentasi safari ramadan Surabaya

Gambar tersebut merupakan dokumentasi dari kegiatan safari ramadan cabang Surabaya yang dilaksanakan pada 27 Maret 2024 di Doubletree by Hilton Surabaya. Pada gambar tersebut terlihat seluruh peserta dan hadirin berfoto bersama.



**Gambar 3.17** Dokumentasi temu grosir

Gambar terlampir merupakan dokumentasi dari kegiatan “Temu Grosir” yang merupakan salah satu program *customer gathering*. Temu grosir dilaksanakan pada tanggal 29 Mei 2024 di Rumah Makan Karimata Taman Mini. Seperti yang

telah dijelaskan bahwa program berikut dijalankan guna meningkatkan *engagement* dengan *customer* khususnya grosir di cabang Tangerang. Dalam mengimplementasikan program berikut lebih berfokus dengan konsep ngobrol santai karena menyesuaikan dengan target *customer* dari program berikut.

d. *Review* kegiatan.

Pada proses alur kerja berikut dilakukan dengan berkoordinasi kepada *user* atau *PIC* terkait. *Review* program kegiatan dilakukan penulis dengan membuat *report* baik dari dokumentasi acara hingga realisasi *budgeting*. Alur *report* dokumentasi acara dilakukan dengan berkoordinasi kepada *vendor photography* yang telah menjalin kerjasama selama program berlangsung. Output dokumentasi biasanya berupa *photo raw file*, *editing photo*, *video raw file*, dan *editing video*. Sedangkan proses alur *report* realisasi *budgeting* dilakukan dengan berkoordinasi kepada admin GT. Alur realisasi dilakukan dengan membandingkan bukti keterangan pengeluaran dengan *budget* yang direncanakan agar sesuai dengan *budgeting* yang telah ditetapkan dan lebih transparan.

4. *Support* program *Category Channel Development*.

Dalam proses kerja magang penulis berperan aktif dalam *support tools* dan POSM yang diperlukan dan dibutuhkan dalam setiap program *General Trade* (GT). Pada alur koordinasi dilakukan sebagai berikut :

a. Koordinasi *support* program dengan CCD

Pada proses ini penulis melakukan koordinasi dengan *user* dari program dan pihak terkait guna menyelaraskan konsep program yang telah ditetapkan. Berdasarkan koordinasi yang telah dijalankan terdapat *tools* dan POSM yang diperlukan sehingga penulis perlu *support* dalam proses pengadaannya dengan berkoordinasi untuk menindaklanjuti kepada pihak

terkait seperti *purchasing team* dan *vendor* yang telah bekerjasama. Terkait proses ini terdapat program yang telah dijalankan yaitu *Subdist Retailer* (SR) yang tersebar di 3.000 titik di Indonesia. SR merupakan salah satu upaya dari *Sales GT* dalam meningkatkan penjualan yang memiliki konsep tenda atau parasol di jalan – jalan yang mudah dilalui target *customer*. Program berikut memiliki beberapa *tools* dan POSM yang perlu di *support* dalam proses realisasinya seperti rak mini, rak tempel besar, parasol, tenda, rak *SR mobile*, dan skirting. Dalam pengadaan *tools* tersebut dilakukan dengan berkoordinasi kepada *vendor* untuk proses pemesanan sesuai dengan *quantity* yang dibutuhkan.

b. Pengajuan proposal sesuai *suggest* dari CCD.

Pengajuan proposal dilakukan dengan berkoordinasi kepada *Sales GT* untuk pembuatan proposal pengajuan pengadaan program. Sama halnya dengan proses pengajuan proposal program, pengajuan pengadaan akan melalui proses *approval* kepada pihak terkait untuk eksekusi lebih lanjut.

c. Koordinasi dengan tim *purchasing* dan *vendor* pengadaan *support* CCD dan TC (*Tools* dan SDM).

Pada alur kerja berikut merupakan proses lanjutan setelah proposal pengajuan sudah *approved* oleh pihak terkait. Proses koordinasi dengan *purchasing* dilakukan sesuai dengan kebutuhan *tools* beserta *quantity* yang telah ditetapkan. Tak hanya pengadaan *tools* dan POSM, penulis juga melakukan koordinasi terkait Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan pada setiap program yang telah ditetapkan. Terdapat *vendor* yang telah menjalin kerjasama dengan *Sales GT* dalam setiap pengadaan, sehingga dapat mempermudah proses realisasi pengadaan *tools*, POSM, dan SDM. Pada program *Subdist Retailer* (SR) *tools* yang telah ditetapkan akan

ditindaklanjuti oleh *purchasing team* untuk proses pemesanan sesuai dengan *quantity* yang dibutuhkan. Pada program juga dibuyang berjalan biasanya dibutuhkan *Sales Promotion Girl* (SPG) yang akan berjualan di setiap lapak yang tersebar. Dalam pengadaan SDM tersebut penulis akan berkoordinasi dengan *agent* yang telah bekerjasama untuk kebutuhan SPG sesuai ketentuan serta dalam pengawasan supervisor.

d. Distribusi *tools* dan SDM sesuai *request* CCD.

Setelah melewati prosedur alur pengadaan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis akan melakukan proses distribusi *tools*, POSM, dan SDM sesuai dengan permintaan. Pada tahap ini penulis melakukan koordinasi dengan admin GT dan *user* program terkait data permintaan sesuai wilayah untuk proses pengiriman lebih lanjut. Setelah terinformasi terkait data dan *tools* yang diminta sudah memenuhi *quantity* kebutuhan akan dilakukan koordinasi dengan pihak – pihak terkait yang membantu proses pengiriman seperti *delivery team* dan *team* cabang yang bertanggung jawab.



Gambar 3.18 Dokumentasi distribusi tools SR

Berdasarkan gambar terlampir merupakan dokumentasi yang diambil pada 10 Juni 2024 oleh penulis saat proses distribusi tools berjalan. Foto terlampir merupakan *tools skirting*, tenda, dan parasol yang akan didistribusikan.



**Gambar 3.19** Dokumentasi distribusi rak mini

Berdasarkan gambar terlampir merupakan distribusi dari rak mini yang telah dikategorikan berdasarkan wilayah. Setelah *tools* terkategori berdasarkan wilayah dan *quantity* permintaan, penulis melakukan koordinasi dengan *team* logistik dan *delivery* untuk mengikuti jalur pengiriman ke wilayah yang ditetapkan. Selama *tools* berada pada jalur pengiriman masih menjadi tanggung jawab penulis dalam berkoordinasi dengan *team* terkait dan *user* program guna memastikan *tools* sampai sesuai dengan rencana.

e. Review program CCD.

Setelah proses *supporting tools*, POSM, dan SDM serta program berjalan sesuai dengan *timeline* yang telah ditetapkan akan dilanjutkan pada proses *review* program. Pada proses ini penulis akan berkoordinasi dengan *user* program, serta *supervisor* terkait pengadaan *tools* selama program berlangsung. *Review* yang dilakukan guna meningkatkan kualitas dalam proses produksi berdasarkan pengalaman sebelumnya. Dalam distribusi *tools* SR telah dilakukan *review tools* berdasarkan produksi tahap awal dengan berkoordinasi kepada *user* terkait hal – hal serta kualitas yang masih perlu ditingkatkan. *Review* SR pada produksi tahap awal dilakukan guna meningkatkan kualitas *tools* pada tahap berikutnya.



Gambar 3.20 Review tools rak mini

Berdasarkan gambar terlampir merupakan hasil *review* rak mini pada proses pembuatan tahap 1 dan tahap 2. Terdapat saran dan masukan di dalamnya guna meningkatkan kualitas *tools* berdasarkan pengalaman *user* program saat dilapangan.

Berdasarkan data – data terlampir, penulis berperan besar dalam koordinasi dengan *customer* dan beberapa pihak terkait dalam program yang berjalan. Sesuai dengan *The IDIC Model* pada *Customer Relationship Management (CRM)*, terdapat 4 langkah dalam membangun CRM, yaitu :

- *Identify*

Dalam menjalin hubungan dengan *customer* diperlukan identifikasi terkait siapa yang menjadi *customer* dalam suatu perusahaan (Buttle, 2008). Berdasarkan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adapula *customer* yang dimaksud yaitu sub – distributor dan grosir yang tersebar di seluruh cabang PT Sewu Segar Nusantara.

- *Differentiate*

Setelah menentukan target *customer* dari suatu perusahaan kita perlu mengelompokannya kedalam beberapa bagian terkait (Buttle, 2008), termasuk berdasarkan demografis dan psikografis nya. PT Sewu Segar Nusantara mengelompokan *customer* berdasarkan wilayah cabang yang tersebar seperti Bandung, Bali, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Balikpapan, Lampung, dan lainnya.

- *Interact*

Dalam membangun hubungan yang baik dengan *customer* diperlukan interaksi didalamnya guna mengetahui dan memahami apa yang menjadi harapan dari *customer* terkait keberlangsungan kerjasama antar kedua belah pihak (Buttle, 2008). Dalam menjalani interaksi tersebut dapat berupa rancangan *customer activity* program seperti yang dijalankan oleh *general trade sales department* di PT Sewu Segar Nusantara. Terdapat 2 (dua) program utama yang baru dijalankan pada semester pertama di tahun 2024. “Safari Ramadan” merupakan sebuah program *customer gathering* yang

dijalankan pada bulan ramadan guna bersilahturahmi dengan *customer*. Program tersebut dijalankan di 5 (lima) cabang Sewu Segar Nusantara yaitu Bandung, Bali, Semarang, Yogyakarta, Surabaya. *Customer activity* kedua yaitu “Temu Grosir” yang merupakan *customer gathering grosir event*, dihadiri oleh *customer* grosir cabang Tangerang. Secara garis besar kedua memiliki konsep yang serupa, namun target peserta yang berbeda diperlukan strategi komunikasi yang berbeda pula.

- **Costumize**

Dalam memaksimalkan pembentukan *customer relationship management* diperlukan komunikasi berkala setelah mengetahui dan memahami harapan dari *customer*. Dengan demikian kita dapat menjaga hubungan yang telah dibentuk untuk terus dikembangkan kedekatan antar kedua pihak.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Dalam proses kerja magang terdapat banyak hal baru yang dapat ditelaah dan menjadi sebuah pembelajaran. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, peran *sub – distributor* sebagai *customer* menjadi sangat penting dalam keberlangsungan atau kesuksesan suatu bisnis. Dalam menjalin hubungan yang baik dengan *customer* dapat dilukan dengan strategi tertentu yang telah disusun. Pada kesempatan kali ini terdapat beberapa garis besar yang menjadi *jobdesc* dari penulis dalam membangun hubungan dengan *customer* yaitu proses dan distrbusi POSM, perencanaan proposal *customer activity*, *supporting* implementasi program *customer activity*, serta melakukan *review* berdasarkan program yang dijalankan. Dengan demikian, terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama proses kerja magang berlangsung. Berdasarkan *jobdesc* dari penulis, terdapat kendala yang ditemukan dari masing – masing poin, sebagai berikut :

1. Pada proses dan distribusi design POSM memiliki kendala berupa :
  - kurangnya *brief* yang diberikan oleh *user* program, penulis perlu melakukan *brainstorming* lebih lanjut dalam proses produksi *design* POSM.
  - Revisi yang berulang, dengan kurangnya *brief* yang diberikan juga mencakup *detail* turunan dari *design* seperti ukuran *design* sehingga penulis perlu melakukan revisi lebih lanjut saat ukuran yang dibutuhkan telah terinformasi.
  - Waktu produksi, dengan revisi berkala dalam tenggat waktu pembuatan yang cenderung singkat menjadi kendala dalam proses distribusi design POSM.
2. Perencanaan proposal program memiliki kendala berupa :
  - Kurangnya informasi, hal berikut berpengaruh pada perencanaan hingga implementasi.
  - Pemilihan waktu acara, dengan pemilihan waktu acara yang membutuhkan diskusi lebih lanjut berpengaruh kepada proses perencanaan saat menentukan *venue* serta membuat *design* yang mencakup tanggal kegiatan.
  - Pemilihan destinasi, dengan kurangnya informasi berpengaruh pada pemilihan waktu kegiatan yang mengakibatkan kebimbangan pada destinasi terlaksananya program. Dengan demikian, mempengaruhi proses perencanaan suatu program termasuk dengan pembuatan *budgeting* program.
3. Proses *review* dan *reporting* penulis akan melakukan koordinasi terkait penarikan data dokumentasi implementasi program, terdapat beberapa kendala berupa :
  - Penarikan data yang cukup memakan waktu, pada proses ini penulis akan melakukan koordinasi terkait penarikan data dokumentasi implementasi program. Koordinasi dari *team* terkait masih kurang responsif sehingga pada proses ini memerlukan waktu yang cukup lama.

- *Layout* dan pemasangan skirting masih kurang rapih. setelah proses penarikan data berhasil terlaksana terdapat dokumentasi yang menggambarkan *display* terpasang kurang rapih sehingga perlu penyesuaian saat *review*.

Dengan demikian, kendala yang ditemukan oleh penulis dapat menjadi penghambat dalam terciptanya *customer relationship management* yang baik. Maka dari itu, berdasarkan laporan kerja magang berikut penulis menemukan solusi yang diharapkan dapat menjadi pembelajaran kedepannya.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi sebuah permasalahan tentu terdapat solusi atas hal tersebut. Sama halnya dengan kendala atau masalah yang ditemui oleh penulis selama proses kerja magang di PT Sewu Segar Nusantara. Dengan demikian, terdapat solusi atas kendala yang ditemukan, antara lain :

- Kurangnya *brief* yang diberikan *user* pada proses distribusi POSM, dapat diatasi dengan *brainstorming* lebih lanjut baik kepada *user* program ataupun supervisor / *user* penulis saat program magang. Dengan demikian, *brief* yang telah terarahkan dapat langsung dieksekusi untuk proses produksi POSM.
- Proses perencanaan proposal program *activity*, memiliki kendala berupa kurangnya *detail* informasi seperti destinasi dan waktu pelaksanaan program yang berpengaruh pada waktu pra – produksi program dan *budgeting*. Dalam mengatasi hal ini penulis melakukan koordinasi dengan pihak terkait seperti *user* program dalam menemukan kriteria destinasi guna mencari opsi *venue*, *research* mengenai destinasi tujuan serta *venue* yang berpotensi, dan berkoordinasi dengan *venue* guna menentukan *budgeting*.

- Proses *review* program, memiliki kendala berupa koordinasi dari *team* terkait yang masih kurang responsif sehingga berpengaruh pada waktu penarikan data yang cukup lama. Kemudian dengan implementasi dari *display* yang kurang rapih juga menjadi kendala dalam proses *review*. Dengan demikian, penulis menjalankan solusi berupa memperketat koordinasi dengan melakukan *follow up* berkala kepada *team* terkait dan memastikan *display* diimplementasikan dengan baik.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA