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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan proses kerja magang di MIT Solutions disesuaikan dengan program studi penulis, yaitu *Public Relations*. MIT Solutions merupakan perusahaan yang bergerak di bidang CRM. Tentu saja CRM merupakan salah satu ruang lingkup dari *Public Relations* mengingat fungsi CRM yaitu membangun dan mempertahankan konsumen dalam suatu perusahaan agar tetap loyal.

Selama melakukan proses kerja magang, penulis dikepalai oleh Pak Ari Stefanus selaku CEO dari MIT Solutions dan dibimbing oleh *Project Director*, Pak Stanley Kartawinata. Penulis ditempatkan sebagai *project executive*, pada perusahaan konsultan MIT Solution, *project executive* bertugas untuk menangani klien. Penulis bertugas untuk berkomunikasi langsung dengan klien untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh klien, melakukan riset terhadap target pasar klien, membuat strategi dan mempersiapkan presentasi untuk klien. Selain itu ada beberapa tugas yang dilakukan oleh klien yaitu memonitor *event* yang sedang berlangsung dan membuat laporan *database* yang dapat digunakan oleh klien untuk membuat program atau strategi *membership* kedepannya.

Pada kerja magang yang dilakukan di MIT Solutions, penulis lebih berfokus pada strategi klien untuk membuat program *membership*. Selama tiga bulan penulis diberikan kepercayaan untuk membantu menangani dua klien utama, yaitu Pasific Place dan Polytron. Namun pada minggu ketiga Juli, terdapat salah satu *project executive* yang sedang sakit sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menangani klien Mall Metropolitan selama 1 minggu. Pada Mall Metropolitan, penulis bertugas untuk memonitor *event* pengundian yang sedang berlangsung di Mall Metropolitan serta membuat laporan *database* berdasarkan transaksi yang dilakukan oleh anggota Metland.

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan proses kerja magang dalam kurun waktu tiga bulan, penulis melakukan tugas setiap minggunya, yaitu:

No.	Strategic Customer Relationship Management												
	Ruang lingkup	Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Mini Research												
	Pasific Place												
	Polytron												
2	Report Database												
3	Monitoring												
4	*Visit* klien (mengunjungi klien)												

Tabel 3. 1 Ruang Lingkup Pekerjaan

Selain tabel diatas, penulis juga menjabarkan tabel *timeline* berdasarkan klien yang ditangani penulis selama menjalani kerja magang di MIT Solutions, sebagai berikut:

Pasific Place	
Minggu ke	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Penulis
1	Melakukan riset dengan mendatangi lokasi klien serta melakukan meeting dengan tim internal dan customer service klien.
2	Brainstorming minggu pertama dimulai, dimulai dengan menetapkan siapa target pasar dan seberapa banyak target yang akan dicapai.
3	Brainstorming minggu kedua, MIT Solutions mulai menyiapkan proposal secara tertulis apa saja yang cocok untuk Pasific Place dari target, strategi, hingga budget yang akan diperlukan
4	Brainstorming minggu kedua, MIT Solutions mulai menyiapkan proposal secara tertulis apa saja yang cocok untuk Pasific Place dari target, strategi, hingga budget yang akan diperlukan
5	MIT Solutions mempresentasikan mengenai proposal Pasific Place ke tim internal Pasific Place

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

7	Revisi proposal strategi CRM, karena bagi Pasific Place budget yang dikeluarkan terlalu besar
9	MIT Solutions kemudian mempresentasikan kembali proposal yang telah direvisi oleh MIT
11	Menunggu approval mengenai proposal yang sudah diajukan ke BOD, serta membuat draft kerjasama antara MIT dan Pasific Place
12	Penandatanganan kerjasama antara MIT dan Pasific Place serta mulai mengimplementasikan proposal

Tabel 3. 2 Ruang Lingkup Pekerjaan dengan Pasific Place

Polytron	
Minggu ke	Jenis Pekerjaan yang dilakukan
5	Melakukan riset dengan melakukan meeting dengan tim internal Polytron
7	Membuat meeting dan proposal sponsor untuk Universal Music
10	Setelah mendapat approval dari Universal Music, tim MIT Solutions mulai membuat proposal CRM untuk Polytron
11	Revisi proposal strategi CRM, kemudian mempresentasikan kembali ke tim internal
12	Penandatangan kerjasama antara MIT dan Polytron serta mulai mengimplementasikan proposal

Tabel 3. 2 Ruang Lingkup Pekerjaan dengan Polytron

3.3 Uraian Pelaksanaan

Pada pelaksanaan program kerja magang penulis lebih banyak menangani klien yang sedang ingin menjalankan program *membership* serta memonitor setiap program *membership* yang sudah dijalankan oleh klien, monitor yang dilakukan berupa mengunjungi klien yang biasanya dilakukan selama sebulan sekali untuk memonitor klien apakah program yang dijalankan sudah berjalan dengan baik, selain itu adapula monitoring *event*, serta membuat laporan *database* yang digunakan untuk membuat strategi yang nantinya akan ditujukan kepada klien, pada saat melakukan proses kerja magang dua klien yang penulis tangani saat proses kerja magang adalah Pasific Place (PP) dan Polytron. Keduanya memiliki tujuan untuk membuat program *membership*.

Sedangkan klien seperti Mall Metropolitan, Baywalk, dan Senayan City untuk memonitor apakah program *membership* yang dijalankan sudah

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

berjalan dengan baik, serta penulis juga dilibatkan dalam pengembangan kerjasama antara MIT Solutions dengan Doku sebagai media pembayaran.

3.3.1 Mini Research

Sama halnya seperti model IDIC*(Identify, Differentiate, Interact, Customize)* yang dikenalkan oleh Pepper dan Rogers (Francis Buttle,2009:19), yaitu:

a. *Identify*, perusahaan harus mengidentifikasi siapa konsumennya, dengan mengumpulkan data konsumen, seperti nama, *gender*, umur, alamat, dan tanggal lahir.
b. *Differentiate*, setelah mengidentifikasi konsumen, perusahaan perlu membagi konsumen menjadi beberapa bagian untuk mengetahui konsumen mana yang memilikinilai.
c. *Interact*, perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.
d. *Customize*, memastikan apakah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ke konsumen sudah sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Penulis melakukan identifikasi atau mini research untuk menentukan target pasar klien, selain itu tentu saja menentukan target pasar yang akan dituju. Dengan melakukan *miniresearch*, maka jangkauan target pasar yang akan dituju juga akan semakin tepat, namun sayangnya riset yang dilakukan oleh konsultan kurang mendalam, karena riset hanya dilakukan dengan cara mengobservasi selama satu minggu kedepan, akan lebih baik apabila riset tersebut dilakukan dengan cara wawancara atau menyebarkan kuisioner ke para konsumen.

selanjutnya membuat suatu strategi untuk menetapkan program apa yang tepat untuk target pasar klien. Maka lingkup *brainstorming* yang masuk dalam tahap *mini research* dilakukan sebagai proses mengumpulkan ide dan solusi dengan diskusi grup.

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

Brainstorming penting dilakukan untuk mengetahui tujuan utama dan tiap grup memiliki pemikiran dan tujuan yang sama.

Menurut Franky Susanto dan Dr. Hatane Semuel, MS (2013:2) diambil dari jurnal *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Mitra 10 Surabaya* ada tiga hal yang dapat dilakukan untuk mengikat pelanggan lebih kuat, yaitu:

a. *Financial benefit*, pendekatan yang dilakukan dengan menciptakan hubungan dengan pelanggan melalui memberikan manfaat keuangan dan ekonomis, contohnya seperti *point reward*, diskon, dan lainnya yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap harga dan insentif. Strategi ini merupakan strategi pertama yang diimplementasikan oleh Pasific Place ke konsumennya.
b. *Social bonding*, kepercayaan dan interaksi antar pribadi yang saling menguntungkan merupakan salah satu hal yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dilakukan melalui *customer service* yang berkompeten bagaimana cara mendekatkan diri dengan konsumen.
c. *Structural – Interactions*, meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memberikan pengalaman kepada konsumen.

1) Pasific Place (PP)

Penulis melakukan survei langsung ke lapangan dengan cara mengunjungi PP setiap harinya untuk melihat kondisi klien, serta dilanjutkan dengan*meeting* dengan pihak internal PP, setelah dilakukan *research* melalui data *member* sementara dari pihak PP, ditemukan bahwa konsumen PP adalah karyawan-karyawan yang bekerja disekitar PP, masyarakat kelas sosial A, dan karyawan kantor yang mau melakukan *meeting*. Biasanya PP ramai pada jam 11:00 hingga 13:00 yang menandakan jam makan siang kantor.

Pasific Place ingin membuat program *membership* yang bertujuan untuk menganalisa *customer behavior*(kebiasaan

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

konsumen ketika bertransaksi di PP), memberikan *added value service* bagi para member, menciptakan suatu program agar regular *customer* menjadi *loyal customer*. Program *membership* akan *launching* pada tanggal 1 Desember 2014. *Member* di PP dibagi menjadi tiga level, antara lain:

a) *Temporary level*

Temporary level dijadikan sebagai tahap awal dalam *member card*PP karena mengingat banyaknya transaksi yang terjadi di PP dalam skala besar.Setiap konsumen yang melakukan transaksi minimal Rp500.000 langsung dapat mengikuti program *membership*, untuk tahap awal member mendapatkan point sesuai dengan transaksi yang dilakukan oleh klien dengan kelipatan Rp250.000 mendapat satu point namun tidak dapat mengikuti *lucky draw*.

b) *Level Blue*

Apabila member dengan level *temporary* melakukan transaksi hingga Rp5.000.000 dalam sebulan maka secara otomatis konsumen akan menjadi *member* pada *levelblue*. Benefit yang didapat adalah dapat mengikuti program *point reward, lucky draw, discount from tenant,* dan mendapatkan *instant gift* dengan minimal transaksi yang sudah ditentukan.

c) *Level Gold*

Selanjutnya member dari *blue* yang melakukan transaksi hingga Rp.100.000.000 dalam sebulan akan naik menjadi *level Gold* dan mendapat seluruh benefit yang dimiliki oleh *level classic*, disertai *exclusive parking spot* menjadi salah satu benefit dari member *Gold* dikarenakan salah satu hal yang menjadi kesulitan konsumen ketika mengunjungi sebuah mall adalah mencari tempat parkir, dengan menjadi member *level Gold* member tidak perlu lagi kesulitan untuk mencari tempat parkir karena ada area khusus yang

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

disediakan PP kepada member *Gold*, VIP toilet merupakan salah satu fasilitas yang sudah banyak dilakukan oleh mall-mall di luar negri dengan mengadaptasi dari hal tersebut pihak PP mengakui bahwa VIP toilet termasuk salah satu fasilitas yang perlu dijalankan. VIP toilet menyediakan parfum, lap tangan berupa kain, serta kenyamanan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan toilet biasanyadan yang terakhir adalah *shopping assistant. Shopping assistan* dapat digunakan oleh member Gold untuk melayani member dari pertama kali member datang hingga pulang, beberapa kelebihannya adalah *booking* tiket nonton di Blitzmegaplex serta restoran yang ada di PP, menemani member *Gold* ketika sedang berbelanja, membawa barang belanjaan member *Gold* dan masih banyak lagi.

Benefit yang didapatkan oleh member PP baik itu member *Temporary, Blue,* dan *Gold*, berupa:

a) *Point reward,* dengan melakukan transaksi minimal Rp250.000 member medapatkan satu poin dan tentunya hal ini berlaku kelipatan. Hadiah yang dapat ditukarkan oleh member adalah Iphone 6, voucher belanja, microwave, dan masih banyak lagi.
b) *Lucky draw*¸ dengan melakukan transaksi minimal Rp500.000member mendapatkan satu nomor undian yang dapat dialokasikan sesuai dengan keinginan klien.
c) *Instant gift,* merupakan hadiah langsung yang dapat diterima oleh member dengan melakukan transaksi yang sudah ditentukan. Contohnya adalah member yang melakukan transaksi minimal Rp750.000 mendapatkan *magic baloon*¸sedangkan member yang melakukan transaksi minimal Rp1.000.000 berhak mendapatkan boneka *teddy bear* sesuai dengan edisi yang berlaku, karena *launching* dilakukan bulan Desember yang bertepatan

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

dengan natal maka boneka *teddy bear* yang berlaku adalah *Christmas teddy bear*.

d) Parkir gratis yang diberikan kepada member yang telah melakukan transaksi minimal Rp500.000 diatas jam 18.00 hingga pukul 22.00.

2) Polytron

Pada klien Polytron, survei dilakukan melalui internet serta melakukan meeting dengan pihak interal Polytron ditemukan bahwa konsumen Polytron adalah kelas sosial B yang berada di Jakarta (konsumen utama) sebesar 60% serta di luar Jakarta sebesar 40%.

Klien Polytron mengalami masalah terhadap *database* konsumen. Kesulitan yang dialami oleh pihak Polytron adalah para konsumen yang tidak akan mendaftarkan kartu garansi sebelum melakukan *service*. Padahal salah satu cara untuk mendapatkan data konsumen melalui kartu garansi tersebut. Maka setelah melakukan *brainstorming* akhirnya MIT Solutions melakukan program CRM dengan memanfaatkan fungsi kartu garansi, selain itu MIT Solutions juga menggunakan pihak *endorsement*, yaitu Universal Music.

Pada tahap awal *endorsement*, Universal Music setuju untuk menggunakan salah satu artis mereka sebagai *endorsement* Polytron, selain itu Universal Music juga setuju untuk menggunakan barang-barang produksi mereka, sebagai hadiah program *member* Polytron. Beberapa program yang ditawarkan oleh MIT Solutions adalah setiap konsumen yang mendaftarkan kartu garansi saat pembelian produk Polytron akan mendapatkan kesempatan untuk memenangkan hadiah dari Universal Music melalui *lucky dip* dan *lucky draw*, selain terdapat *rebate* dan *earning point*. Setelah menjadi *member* maka keuntungan yang akan didapat adalah undangan untuk menghadiri acara Polytron, Polytron's new product prevew

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

sales (Member memiliki kesempatan untuk menjadi pembeli pertama produk Polytron sebelum diluncurkan ke pasar).

3.3.2 *Report Database*

Salah satu tugas yang dilakukan saat melaksanakan kerja magang adalah membuat *report database.* Setelah mendapatkan data-data konsumen, seperti nama, tanggal lahir, umur, gender, alamat, serta *spend behavior* atau kebiasaan bertransaksi. *Spend behavior* adalah transaksi-transaksi yang dilakukan oleh konsumen, biasanya ini digunakan untuk menganalisa *tenant* mana yang ramai dikunjungi oleh konsumen dan *tenant* mana yang memerlukan ekstra promosi. Penulis ditugaskan untuk membuat sebuah laporan berdasarkan data-data yang didapat.

Report Database nantinya akan berguna bagi klien untuk mengetahui program yang dapat dibuat untuk pihak konsumen sesuai dengan laporan yang ada. Selain itu perusahaan juga dapat mengetahui dan mengidentifikasi konsumennya, serta dapat mengaplikasikan strategi CRM sesuai dengan level konsumen, dan yang terakhir adalah untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen dengan adanya data dari konsumen tersebut.

Salah satu laporan klien yang dikerjakan oleh penulis adalah Metropolitan Land. Sesuai dengan standart MIT Solutions, laporan yang dibuat antara lain:

1. *Avarage spending customer by tenant category*
2. *Total number of transaction by tenant category*
3. *Total active member by zoning, total active member by age*
4. *Total active member by gender*
5. *New member.*

Laporan tersebut juga dibuat dalam bentuk tiga kategori, yaitu *today* (hari ini), *month to date* (*report database* yang dibuat berdasarkan jangka waktu perbulan), serta *year to date* (*report*

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

database yang dibuat dalam jangka waktu 1 Januari hingga hari ini). Salah satu contoh adalah Mall Metropolitan, setelah mendapatkan data-data yang valid, pihak klien membuat event yang bertujuan untuk memberikan *privilege* kepada pihak member Mall Metropolitan.

3.3.3 Monitoring Event

E*vent* merupakan suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara (Kennedy, 2009: 3).

Salah satu tugas konsultan adalah memonitor setiap event yang telah direncanakan oleh pihak klien dan konsultan. Tujuannya agar dapat melihat apakah rencana yang telah direncakan berjalan dengan lancar atau tidak dan target *event* tersebut apakah sudah sesuai dengan target pasar klien. *Monitoring* biasanya dilakukan saat terjadi adanya event yang diselenggarakan oleh pihak klien sesuai dengan laporan *database* yang telah diberikan oleh MIT Solutions. Setelah memonitor event tersebut, penulis melaporkan secara lisan, dokumentasi, dan tulisan dalam bentuk berita acara yang ditandatangani oleh tim internal Mall Metropolitan. Berita acara yang dibuat oleh penulis, yang nantinya akan berguna untuk melampirkan bahwa pihak MIT Solutions telah menjalankan tugasnya untuk memonitor event tersebut.

Penulis saat itu mendapat tugas untuk memonitor aktivitas *event* yang sedang berlangsung di Mall Metropolitan yaitu Semarak Mall Metropolitan. *Event* yang diadakan khusus untuk member Mall Metropolitan yang melakukan transaksi dari bulan Februari – Juni 2014 dan mendapatkan *point reward.* Sehingga point tersebut kemudian ditukar menjadi nomor undian yang diundi pada tanggal 17 Juli 2014. Event berlangsung pukul 14.00 hingga 17.00.

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

Event Semarak Mall Metropolitan ditujukan untuk meningkatkan transaksi belanja di mall, selain itu untuk memberikan *reward* kepada member atas loyalitas yang diberikan kepada Mall Metropolitan.

Gambar 3. 1 Poster Semarak Mall Metropolitan
Sumber : Mall Metropolitan

3.3.4 Visit client

Visit client merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan di MIT Solutions sebagai konsultan. *Visit client* dilakukan sebulan sekali, tujuannya untuk mengetahui apakah program *membership* yang telah dijalankan oleh klien sudah berjalan dengan baik atau belum. Penulis saat itu ikut mengunjungi klien Senayan City dan Baywalk. Penulis dijadikan sebagai *notulen* untuk mencatat *Minutes of Meeting (MOM)*. MOM digunakan ketika ada beberapa keluhan dan program yang ingin dijalankan oleh klien, hal ini bertujuan untuk mengingatkan apa yang diinginkan klien serta digunakan sebagai salah satu surat perjanjian yang ditulis hitam diatas putih, contohnya ketika klien ingin mengirimkan atau mengundang meeting dengan pihak ketiga maka disitulah MOM digunakan, yang menandakan bahwa tanggal dan waktu sekian klien akan mengadakan *meeting* dengan pihak ketiga.

Selain itu meeting dengan Doku, merupakan salah satu tahap yang dilakukan oleh MIT Solutions untuk memudahkan klien dalam hal

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015

pembayaran. Doku merupakan media pembayaran yang banyak digunakan oleh beberapa *merchant* salah satunya adalah Alfamart serta seluruh maskapai penerbangan kecuali Lion Air menggunakan Doku sebagai salah satu metode pembayaran. MIT Solutions melihat bahwa setiap mall yang melakukan program *membership* pasti menggunakan *point reward* sebagai salah satu program *loyalty* mereka. Dengan hal ini pihak mall dapat menggunakan *point reward* yang dikumpulkan oleh member di mall untuk ditukarkan dengan tiket ataupun diskon untuk kategori *food&beverage* di pesawat.

3.4 Kendala yang ditemukan

Selama proses kerja magang yang dilakukan oleh penulis, ada beberapa kendala yang penulis temukan dalam perusahaan, diantaranya adalah :

a. Sumber daya manusia yang kurang memadai sehingga terkadang SOP yang sudah ada dalam perusahaan tidak dijalankan dengan baik, termasuk dengan pengetahuan sumber daya manusia mengenai CRM sehingga kurang dapat diimplementasikan dengan baik.
b. Minimnya pengetahuan para konsultan mengenai riset sehingga riset yang dijalankan oleh para konsultan kurang mendalam.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dengan adanya kendala yang ditemukan oleh penulis, maka penulis juga banyak belajar dari hal tersebut. Solusi untuk kendala tersebut adalah:

a. Perlunya penambahan sumber daya manusia yang berkompeten serta mengerti dasar-dasar CRM agar strategi yang dilakukan oleh konsultan sudah sesuai dengan kaidah teori CRM.
b. Penulis mengingatkan kembali teori-teori CRM yang seharusnya dijalankan oleh konsultan, atau penambahan yang tidak hanya expert di bagian mall namun juga sumber daya manusia yang expert di bagian CRM.

Aktivitas customer relationship..., In Meilia Jim Vionna, FIKOM UMN, 2015