



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.

Sales admin ini bertugas menuliskan seluruh laporan-laporan dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dari kegiatan promosi Padang Golf Modern.

6. *Public Relations*

Bertugas untuk melakukan kegiatan *media relations*, bertanggung jawab atas *media inhouse*, bertanggung jawab dan membantu menyusun *event inhouse* serta melakukan kegiatan *customer relations*.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Padang Golf Modern merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Modernland Tbk. Praktek kerja magang dilaksanakan selama dua bulan. Pekerja magang di Padang Golf Modern diberikan pekerjaan atau tugas-tugas dari *Manager Marketing* dan *Supervisor Event Management*. Pekerja magang diberikan pekerjaan serupa dengan pekerja tetap dan

diperbantukan di segala divisi *Marketing* yang sedang membutuhkan bantuan. Tentunya pekerjaan yang diberikan memiliki keterkaitan dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh praktisi *marketing communications*. Setiap harinya Issy selaku *Manager* memberikan tugas-tugas kepada pekerja magang dan setiap pekerjaan yang diberikan setiap harinya belum tentu sama. Selama melakukan praktek kerja magang di Padang Golf Modern, pekerja praktek mendapat banyak kesempatan untuk belajar lebih dalam lagi mengenai kegiatan apa saja yang dilakukan di divisi *Marketing Communications*. Kegiatan yang dilakukan di Padang Golf Modern sedikit banyak telah dipelajari di bangku kuliah dalam bentuk teori yang telah didapatkan selama enam semester masa perkuliahan dapat diimplementasikan secara praktikal.

Kedudukan penulis selama menjalani praktek kerja magang adalah membantu *Supervisor Event Management* agar membantu suksesnya segala pekerjaan yang sedang ditangani. Penulis turut andil dalam melakukan kegiatan *meeting* dengan *client-client* yang akan mengadakan *event* di Padang Golf Modern. Selain membantu membuat *rundown* acara jika dibutuhkan, penulis juga mencarikan sponsor-sponsor untuk kegiatan *inhouse* perusahaan serta mengedit artikel untuk majalah *inhouse*. Melakukan media *monitoring* juga menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan di Padang Golf Modern.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang dilakukan pada saat praktek kerja magang beragam namun sebagian besar kegiatan yang dilakukan di Padang Golf Modern adalah *media relations*, *event management*, *direct marketing*, *sales promotion*, dan *customer relations*. Pada awal kerja *Supervisor* memberi pengetahuan terlebih dahulu mengenai perusahaan mulai dari sejarah perusahaan, struktur organisasi, kompetitor, pengetahuan produk, dll.

1. Media Relations

- Penulis ditugaskan untuk mengirimkan *email* undangan *event Monthly Medal* kepada para media.

- Penulis ditugaskan untuk melakukan media *monitoring*.

2. *Event Management*

- *Event Monthly Medal*
 - Penulis diikutsertakan dalam penyusunan *event Monthly Medal*.
 - Penulis ditugaskan untuk mencari sponsor *event Monthly Medal*.
 - Penulis ditugaskan untuk mengkomunikasikan *event Monthly Medal*.
 - Penulis ditugaskan membuat *rundown event Monthly Medal*.
 - Penulis ditugaskan mengawasi keberlangsungan *event Monthly Medal*.
 - Penulis ikutserta dalam mengevaluasi *event Monthly Medal*.
- *Event perayaan hari jadi Padang Golf Modern*
 - Penulis ditugaskan untuk mencari sponsor acara.

3. *Direct Marketing*

- Penulis ditugaskan untuk mengirimkan *direct email* mengenai promosi apa saja yang ada di Padang Golf Modern.
- Penulis ditugaskan untuk mengirimkan *broadcast messages* mengenai promosi apa saja yang ada di Padang Golf Modern.
- Penulis ditugaskan melakukan *telemarketing* untuk mengkomunikasikan promosi apa saja yang ada di Padang Golf Modern.

4. *Sales Promotion*

- Penulis ditugaskan ikut serta dalam *meeting* bulanan yang menghasilkan kegiatan promosi untuk pemain golf wanita. Promosi ini untuk bulan September.

5. *Customer Relations*

- Penulis ditugaskan untuk melakukan interaksi dengan *customer* melalui pemberian kuesioner secara langsung kepada *customer*, membaca *website* dari Padang Golf Modern jika ada *customer* yang *complain*.

Segala kegiatan yang dilakukan di Padang Golf Modern memerlukan kemampuan untuk dapat berkomunikasi dan berkoordinasi dengan baik dengan rekan kerja lainnya. Karena di dalam divisi *Marketing* ini pekerjaan yang dilakukan berhubungan satu sama lain. Berikut adalah tabel pekerjaan yang dilakukan selama praktek kerja magang di Padang Golf Modern:

Tabel 3.1 Tabel *Timeline* Aktivitas Pekerja Magang

Jenis Pekerjaan	Minggu Ke									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Media Relations</i>	√		√		√		√		√	
<i>Event Management</i>				√		√		√		
<i>Direct Marketing</i>			√							√
<i>Sales Promotion</i>				√		√		√		√
<i>Customer Relations</i>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

Tabel 3.2 Aktivitas Magang

Aktivitas yang Dilakukan	Minggu										
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
<i>Traning</i> mengenai perusahaan, produk, prospek usaha dan <i>marketing tools</i>											
Melakukan <i>news monitoring</i>											
Mempelajari teknik komunikasi yang baik dengan para <i>customer</i> melalui <i>telemarketing</i>											

Melakukan kegiatan <i>customer relations</i>										
Membuat proposal untuk <i>sponsorship</i> hut Padang Golf Modern										
Bertemu dan melakukan presentasi dengan calon <i>client</i> di luar kantor										
Memperbaharui angket untuk program <i>customer relations</i>										
Berpartisipasi dalam acara kantor buka bersama										
Melakukan <i>meeting</i> divisi <i>Marketing</i> untuk program bulan Agustus										
Menghubungi perusahaan-perusahaan berpotensi untuk mensponsori spesial <i>event</i> Padang Golf Modern										
Mengirim <i>email</i> proposal hari jadi Padang Golf Modern										
Mempublikasikan program promosi bulan Agustus dengan cara <i>direct email, broadcast messages</i>										
Melakukan <i>meeting</i> untuk <i>Montly Medal</i>										
Membuat <i>rundown</i> acara <i>Montly Medal</i>										
Mempublikasikan program promosi <i>Montly Medal</i> dengan cara <i>direct email, broadcast messages</i> , dan membuat poster										
Melakukan <i>meeting</i> divisi <i>Marketing</i> untuk program bulan September										

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Media Relations

Penulis ditugaskan untuk mengkomunikasikan seluruh kegiatan *event* yang diadakan oleh Padang Golf Modern kepada para media, penulis mengirimkan undangan *event* kepada para media dan mem-*follow up* para media yang bersedia datang ke acara *event* dari Padang Golf Modern. Penulis membaca media-media yang memang setiap bulannya dikirimkan kepada Padang Golf Modern dan Padang Golf Modern menjalin hubungan baik dengan media-media tersebut. Dimana Padang Golf Modern sering melakukan kegiatan-kegiatan kerjasama dengan media-media tersebut. Media-media tersebut adalah *Golf MagZ*, *Golf Asia*, *OB Golf and life style Magazine*, *Golf Digest*, *Info Serpong*, *OGC World Indonesia*, dll. *Media relations* memiliki beberapa aktivitas penting seperti kliping pers dan *tracking* yang terangkum menjadi *media monitoring*. Teknik yang digunakan dalam proses *marketing communications* untuk melakukan *tracking* atau penelusuran publisitas dan mengumpulkan data dalam bentuk kliping pers. *Media monitoring* terdiri dari:

1. *Tracking*

Tracking pemberitaan dilakukan apabila pemberitaan mengenai Padang Golf Modern. *Tracking* umumnya dilakukan setelah melakukan aktivitas *marketing communications*. Tujuannya, agar perusahaan dapat mengetahui tingkat efektivitas kegiatan melalui jumlah pemberitaan sebagai *key performance indicator*, sehingga penting dilakukan *tracking*.

2. Kliping Pers

Kliping pers merupakan kegiatan pengumpulan artikel ataupun berita, yang dilakukan setelah mendapatkan isu dari kegiatan *tracking* pemberitaan. Berita diambil dari berbagai sumber.

Kliping adalah suatu kegiatan memilih, menggunting, dan kemudian memperbanyak mengenai suatu berita (*news*) atau karangan (artikel), serta *photo* berita (*press photo*) pada *event* atau peristiwa tertentu yang telah terjadi dan dimuat di berbagai media cetak, seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lainnya yang kemudian dikliping. (Ruslan, 2008: 207-208)

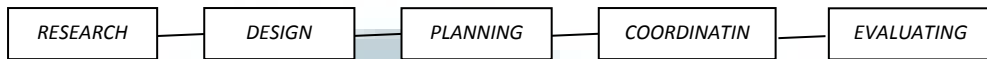
Adapun manfaat dari kegiatan kliping ini adalah untuk melatih kepekaan penulis terhadap opini publik yang sedang berkembang di masyarakat khususnya *target market* dari Padang Golf Modern. Selanjutnya dapat juga merangsang kemampuan mahasiswa dalam menyikapi setiap opini publik tersebut untuk menciptakan *image* yang baik bagi perusahaan, sedangkan untuk pihak perusahaan sendiri terutama *marketing communications* dapat mengetahui informasi apa saja yang sedang hangat dibicarakan, sehingga jika ada kekurangan dapat langsung ditindak lanjuti oleh pihak Padang Golf Modern.

3.3.2 *Event Management*

Special event tidak dapat dipisahkan dari pekerjaan seorang *marketing communications*, sebuah *event* dapat membantu menjalankan fungsi komunikasi dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Pengertian *special event* menurut (Kolter dan Keller 2012: 210) adalah perusahaan dapat menarik perhatian publik atas produk baru atau aktivitas perusahaan lainnya dengan menggunakan acara khusus seperti *talkshow*, konferensi pers, seminar, *outing*, pameran, kontes, kompetisi, perayaan dan *charity*. Karena itu *special event* merupakan salah satu *tools marketing communications* di samping kegiatan-kegiatan lain.

Special event juga merupakan salah satu kiat yang diselenggarakan sebagai upaya untuk menarik perhatian media terhadap perusahaan atau produk tertentu yang dapat ditampilkan dalam acara tersebut. Dengan adanya *special event* diharapkan mampu memuaskan pihak-pihak yang terlibat atau terkait untuk berperan serta dalam suatu kesempatan pada *event* tersebut. Baik untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), pengenalan (*awareness*), maupun upaya memenuhi selera (*pleasure*) dan menarik simpati atau empati, sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua pihak dan pada akhirnya dapat menciptakan citra (*image*) positif dari masyarakat atau publik sebagai target sasaran (Ruslan, 2008: 211).

Menurut Goldbatt (2002: 16) ada lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan ajang khusus yang efektif dan efisien, yaitu penelitian, *design*, perancangan koordinasi dan evaluasi. Secara sistematis tahapan tersebut berupa:



Padang Golf Modern sering membuat acara-acara dan menerima pembuatan acara-acara. Penulis biasanya diikutsertakan dalam mengawasi keberlangsungan *event* tersebut mulai dari awal. Dimulai dari *meeting-meeting* konsep acara sampai evaluasi acara tersebut. Bagaimana hasil akhir dari acaranya apa kekurangan dan kelebihan dari acara tersebut. Di Padang Golf Modern kami menyediakan jasa jika konsumen kita membutuhkan *Event Organizer* yang merancang acara dari *client*. Dalam dua bulan penulis melakukan praktek kerja magang, Padang Golf Modern mengadakan dua *event inhouse* yaitu:

1) *Event Monthly Medal*

Padang Golf Modern juga membuat *event inhouse* dari kegiatan *customer relations* kita setiap tiga bulan sekali. Acara tersebut adalah *Monthly Medal* yang merupakan acara *tournament* olahraga golf dan para pelanggan-pelanggan Padang Golf Modern berkompetisi dengan membayar setengah harga dari biasanya dan jika memenangkan kompetisi ini mendapat hadiah. Untuk *member* dari Padang Golf Modern mendapatkan keuntungan lebih jika ikut serta dalam kompetisi ini, keuntungannya adalah harga yang ditawarkan lebih murah dari *non-member* serta *member* mendapat makan malam. Tugas dari penulis adalah:

- *Planning*

Penulis diikutsertakan dalam penyusunan *event Monthly Medal*, penulis ditugaskan untuk mencari sponsor *event Monthly Medal*, penulis ditugaskan untuk mengkomunikasikan *event Monthly Medal*, penulis ditugaskan membuat *rundown event Monthly Medal*.

- *Coordinating*

Di dalam eksekusi *event Monthly Medal* penulis bertugas untuk membantu mengkoordinasi jalannya acara.

- *Evaluating*

Setelah *event* berjalan penulis dan segenap tim *marketing* melakukan *meeting team* untuk membahas dan mengevaluasi kegiatan *event* tersebut.

2) Perayaan hari jadi Padang Golf Modern

Dalam rangka merayakan hari jadi Padang Golf Modern yang ke-19, Padang Golf Modern merancang acara untuk merayakan hari jadinya tersebut maka penulis ditugaskan oleh *Manager Marketing Communications* yaitu:

- *Planning*

Penulis bertugas untuk mengurus *sponsorship*. Mulai dari membuat proposal sponsor hari jadi Padang Golf Modern lalu menghubungi perusahaan-perusahaan berpotensi yang mau memberikan sponsor-sponsor untuk acara ulang tahun Padang Golf Modern. Dimana penulis menghubungi satu-satu perusahaan berpotensi dan menanyakan apakah kira-kira perusahaan tersebut berminat untuk mensponsori perayaan hut Padang Golf Modern yang ke-19 dan jika perusahaan tersebut tertarik maka kita menanyakan ke alamat dan media apa kita dapat mengirimkan proposal *sponsorship*.

Pensponsoran atau yang sering disebut *sponsorship* memiliki pengertian:

Sponsorship adalah merupakan penyediaan dukungan finansial untuk suatu acara, subjek, kegiatan, lembaga, atau individu yang dianggap memang pantas menerimanya. (Anggoro, 2001:45)

Di antara kegiatan-kegiatan *marketing communications* dapat dijelaskan di sini bahwa *sponsorship* adalah salah satu program yang dijalankan *marketing communications* untuk meraih reputasi yang mengesankan publiknya, memiliki nama harum, atau agar dikenal secara luas. Dengan demikian, pada dasarnya setiap penyediaan sponsor selalu mengandung fungsi PR. Kini perusahaan-perusahaan terkemuka telah memahami akan pentingnya kegiatan *sponsorship* karena pada saat ini potensi keuntungan baik langsung maupun tidak langsung dari penyediaan sponsor cukup besar, sehingga banyak perusahaan yang bersedia mengalokasikan dana khusus untuk sponsor. Penulis juga ditugaskan untuk mem-*follow up* apakah proposal *sponsorship* sudah diterima atau belum jika belum dikirimkan kembali.

3.3.3 Sales Promotion

Sales promotion merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi penjualan pada hakikatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk atau jasa kepada pasar sasaran untuk segera melakukan suatu tindakan. Di bawah ini beberapa pengertian *sales promotion* menurut para ahli:

Sales promotion adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif, yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. (Kotler dan Keller, 2012: 220)

Dari definisi di atas ditarik kesimpulan bahwa *sales promotion* adalah alat-alat insentif yang dipakai untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dengan lebih cepat dan lebih besar yang biasanya bersifat jangka pendek. Padang Golf Modern selalu memberikan promosi-promosi khusus bagi para pelanggannya untuk menciptakan

loyalitas dari pelanggan. Di setiap bulannya maka diadakan *meeting* divisi *Marketing*. *Meeting* ini difokuskan untuk merancang kegiatan atau promosi apa di bulan berikutnya. Penulis juga diberikan kesempatan untuk memberikan ide-ide program. Salah satunya membuat kerjasama dengan Garuda Indonesia untuk memberikan tiket wisata kepada *member* dari Padang Golf Modern yang dapat melakukan *shoot* langsung pada permainan golf. Penulis dalam hal ini ditugaskan untuk mempublikasikan dengan cara mengirim *email blast* dan *broadcast messages*. Selain itu juga Padang Golf Modern mengadakan promosi untuk pemain golf wanita. Kebetulan penulis diikutsertakan dalam pemberian ide-ide untuk promosi di bulan September, serta penulis juga ditugaskan untuk melakukan kegiatan komunikasi dari kegiatan promosi yang sudah dirancang oleh Padang Golf Modern.

3.3.4 Direct Marketing

Direct marketing adalah proses pemasaran informasi, membuat kemungkinan dengan teknologi *database* pemasaran dapat mengembangkan, menguji, mengimplementasikan, mengukur, dan tentunya dapat menentukan perubahan dan penyesuaian program dan strategi pemasaran.

Media promosi *direct marketing* yang digunakan Padang Golf Modern adalah (Belch, 2007:67):

- a. *Direct email* sering disebut sebagai *junk mail* atau surat yang tidak kita harapkan kedatangannya. Banyak perusahaan menghindari *direct mail* di masa lalu karena beranggapan dapat memperburuk citra perusahaan, tapi jika digunakan dengan tepat, bisa sangat membantu penjualan. Saat mengirim kalangan kelas atas *direct mail* untuk menginformasikan promosi dari Padang Golf Modern dan mendapatkan *feedback* yang cukup baik. Kunci kesuksesan melakukan *direct mail* adalah membangun *mailing list*, atau daftar orang-orang tertentu yang merupakan target *market* perusahaan.

- b. *Broadcast message*, media yang paling digandrungi para *direct marketers* adalah TV dan radio. Pada 1950, radio merupakan media yang sangat efektif, namun akhir-akhir ini, *smartphone* dengan berbagai aplikasi *chatting* yang sedang menjamur. Dalam industri *broadcast*, digabungkan *direct response advertising* dan *support advertising*. Dalam *direct response advertising*, ada produk yang ditawarkan sehingga ada pembelian. Sementara *support advertising* digunakan untuk men-*support* iklan jenis lain.
- c. *Telemarketing* merupakan *sales* lewat telepon. Perkembangannya cukup pesat, karena itu berkembanglah *audiotex* atau telemedia. Tom Bosenhart (Tahun) mendefinisikannya sebagai penggunaan telepon dan layanan informasi suara yang bertujuan untuk memasarkan, mengiklankan, mempromosikan, menghibur, dan menginformasikan (produk). Program telemedia bersifat interaktif. *Problem* dalam *telemarketing* adalah kemungkinan penipuan dan mengganggu orang lain.

Di Padang Golf Modern lebih banyak menggunakan *tools direct marketing*. Setelah ide program sudah diputuskan apa maka kita mulai merancang media komunikasi apa saja yang cocok untuk kita gunakan sebagai *channel* yang tepat. Salah satunya menggunakan *direct marketing*. Dalam hal ini penulis ditugaskan:

- Penulis ditugaskan untuk mengirimkan *direct email* mengenai promosi bulan September yaitu *ladies day*. *Ladies day* merupakan kegiatan promosi yang dirancang oleh Padang Golf Modern di bulan September. Pada bulan September seluruh pemain golf wanita yang ingin bermain di Padang Golf Modern akan mendapat potongan harga yaitu Rp. 299.000,- hanya berlaku *weekdays*. Penulis juga ditugaskan mengkomunikasikan program promosi Padang Golf Modern di tahun 2014-2015 yang bekerja sama dengan Garuda Indonesia.
- Penulis ditugaskan untuk mengirimkan *broadcast messages* promosi-promosi yang dibuat oleh Padang Golf Modern kepada

para *member* Padang Golf Modern yang ada di *Black Berry Messenger*.

- Penulis ditugaskan melakukan *telemarketing* untuk mengkomunikasikan promosi yang ada pada bulan September kepada para *member* Padang Golf Modern satu persatu.

3.3.5 *Customer Relations*

CRM adalah proses mendapatkan, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan. CRM membutuhkan fokus yang jelas atas atribut layanan yang bernilai tambah bagi para pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Customer Relationship Management adalah seluruh proses dalam membangun dan menjaga hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui pengantaran nilai (*value*) dan kepuasan (*satisfaction*) yang tinggi bagi pelanggan. (Amstrong, 2007: 14)

Kotler dan Amstrong, (2012: 130) mengatakan bahwa CRM terdiri atas lima dimensi utama, yaitu strategi, segmentasi, teknologi, proses dan organisasi. Kelima dimensi tersebut merupakan satu kesatuan.

Dari pandang arsitektur menurut (Buttle, 2007: 125), kerangka CRM secara keseluruhan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga komponen utama yaitu:

1. *Collaborative CRM* merupakan seperangkat aplikasi dari pelayanan seperti *email*, *ecomunities*, *World Wide Web*, publikasi personal, dan alat sejenisnya yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pelanggan dengan perusahaan. Padang Golf Modern sendiri memiliki program-program CRM yang selalu dijalankan salah satunya seperti *email* pelanggan dimana divisi *Marketing Communications* bertanggung jawab atas keluhan-keluhan pelanggan apa saja yang dirasakan.

Web juga salah satu media yang digunakan untuk melakukan kegiatan CRM. Serta setiap *weekend* sebagian besar

dari *staff marketing* masuk kerja agar mengetahui lebih dekat lagi dengan *customer-customer* loyal mereka. Karena *weekend* merupakan hari-hari yang paling banyak pengunjungnya maka dilakukan tinjauan mengenai bagaimana kualitas dan tanggapan secara langsung dari konsumen Padang Golf Modern. Hal ini sangat membantu pihak perusahaan mengetahui bagaimana opini dari target *market* Padang Golf Modern mengenai kepuasan dari jasa yang kami berikan. Sehingga pihak perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan yang tepat dan yang cepat jika terjadi suatu *issue-issue* tertentu. *Mingle* ini juga membantu menyusun program-program *customer relations* apa saja yang tepat untuk diterapkan di Padang Golf Modern.

2. *Operational CRM* merupakan pengelolaan secara otomatisasi dari proses bisnis terintegrasi, termasuk *customer touch point* dan integrasi *front back office*.
3. *Analytical CRM* merupakan analisis data yang diperoleh dari data lapangan dengan memanfaatkan *tools* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa CRM adalah strategi organisasi dalam mengelola hubungannya dengan pelanggan, mulai dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan terintegrasi, hal ini berarti mencakup proses mengidentifikasi pelanggan, menciptakan pengetahuan tentang pelanggan, membangun hubungan dengan pelanggan, dan membentuk pendapat pelanggan tentang organisasi dan produknya dengan melibatkan semua staf yang berhubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan organisasi. Dalam hal ini penulis ditugaskan:

- a. Penulis ditugaskan untuk melakukan interaksi dengan *customer* melalui pemberian kuesioner agar mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan dari *customer* Padang Golf Modern terhadap

service yang diberikan dan apa saja keluhan-keluhan yang dirasakan oleh Padang Golf Modern, sehingga Padang Golf Modern dapat memperbaiki *service* mereka. Pembagian kuesioner ini dilakukan secara langsung kepada *customer* pada hari Sabtu dari hasil kuesioner tersebut penulis ditugaskan untuk merangkum hasil dari kuesioner yang sudah dibagikan pada hari Sabtu kepada para *customer*. Kemudian rangkuman tersebut penulis berikan kepada Isye selaku *Manager Sales & Marketing*.

- b. Penulis juga ditugaskan untuk meng-*update* kuesioner yang ada dimana sebelumnya Padang Golf Modern sudah memiliki kuesioner namun pertanyaan-pertanyaan yang ada kurang mendalam, maka penulis meng-*update* kuesioner tersebut agar lebih baik lagi.
- c. Penulis ditugaskan untuk membaca *website* dari Padang Golf Modern jika ada *customer* yang merasa kurang puas dengan Padang Golf Modern, kemudian penulis mencari *contact* dari *customer* tersebut kemudian menuliskan apa saja keluhannya dan penulis berikan kepada Isye selaku *Manager Sales & Marketing*.

3.4 Kendala

Di perusahaan mana pun tentu saja akan ditemukan kendala-kendala di dalam segala proses penciptaan tujuan. Kendala-kendala tersebut dapat menjadi sebuah bahan pelajaran, sehingga dari kendala tersebut dapat lebih berpikir kreatif untuk menyelesaikan atau mencari solusi atas kendala-kendala tersebut. Adapun kendala-kendala yang ditemukan selama praktek kerja magang di Padang Golf Modern sebagai berikut:

3.4.1 Perangkat Kantor