

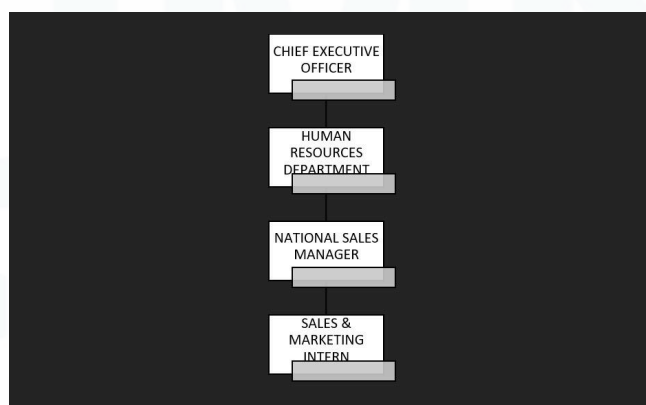
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai mahasiswa yang sedang melakukan magang pada perusahaan produsen sekaligus distributor cat nasional di Indonesia, yakni PT. Artindo Pratama Sejahtera, saya memiliki kedudukan sebagai seorang asisten dari National Sales Manager (Bapak Reza Laksatama) yang secara umum berperan dalam membantu NSM untuk mengelola team sales dan marketing agar dapat mencapai target penjualan perusahaan yang telah ditentukan dan disepakati bersama.

Pada posisi kedudukan ini, alur kerja saya sendiri dimulai dengan adanya sebuah arahan atau briefing dari NSM tentang apa saja yang perlu dikerjakan setiap harinya, setelah itu akan ada sesi tanya jawab terkait dengan pekerjaan yang akan saya lakukan dan selesaikan pada hari itu juga. Setelah tidak ada pertanyaan lagi, maka pekerjaan tersebut akan segera saya lakukan dan selesaikan pada hari itu juga dengan tujuan agar tim sales dan marketing dapat menilai hasil kinerja mereka pada hari tersebut seperti apa. Dalam melaksanakan pekerjaan saya, terdapat sebuah alur koordinasi dimana sebelum menghubungi NSM kembali terkait dengan hasil pekerjaan saya, saya harus menghubungi terlebih dahulu kepala cabang dan kepala wilayah dari team sales dan marketing untuk memastikan hasil pekerjaan saya sesuai apa yang team sales dan marketing kerjakan di lapangan.



Gambar 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Penulis

Koordinasi dan kedudukan magang yang dilakukan penulis dilakukan secara sistematis dan terstruktur sesuai dengan struktur perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kedudukan penulis pada perusahaan ini adalah Sales & Marketing Intern yang mendapatkan pekerjaan atau penugasan dari National Sales Manager. Pekerjaan atau penugasan tersebut merupakan hasil diskusi dari CEO dan HR yang kemudian dikoordinasikan kepada NSM untuk diselesaikan. Setiap pagi sebelum melakukan aktivitas pekerjaan, NSM akan melakukan briefing terlebih dahulu kepada penulis untuk memberi penjelasan tentang apa saja yang perlu dikerjakan pada hari itu dan target hasil penyelesaian dari pekerjaan tersebut. Setelah melakukan briefing dengan NSM selama kurang lebih 1 jam tersebut, penulis kemudian akan segera mengerjakan tugas dengan target yang telah disepakati bersama sebelumnya sambil diawasi langsung oleh NSM di setiap langkah pekerjaannya.

Setelah pekerjaan terselesaikan, penulis wajib menghubungi NSM kembali untuk melakukan koordinasi lebih lanjut. Apabila menurut NSM hasil pekerjaan masih terdapat kesalahan, maka penulis akan melakukan revisi kembali hingga sesuai dengan ekspektasi hasil pekerjaan dari NSM. Hasil dari revisi ini kemudian akan diserahkan pada besok paginya sebelum briefing pekerjaan pada hari itu dimulai kembali

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, saya memiliki tugas secara umum untuk berperan dalam membantu NSM mengelola team sales dan marketing agar dapat mencapai target penjualan perusahaan yang telah ditentukan dan disepakati bersama. National Sales Manager sendiri merupakan seorang manajer yang mengawasi proses dan hasil penjualan suatu produk atau jasa (yang dalam hal ini adalah produk PT. Artindo Pratama Sejahtera) di tingkat nasional secara

keseluruhan. NSM dalam perusahaan ini juga bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengimplementasikan beberapa formula strategi penjualan yang efektif untuk mencapai target penjualan perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan beberapa peran yang dimiliki oleh NSM membuat saya sebagai asistennya juga ikut turut bertindak sebagai salah satu orang yang wajib untuk ikut memberikan saran terkait dengan strategi marketing berdasarkan hasil data yang telah saya kumpulkan melalui data sistem website Maserp dimana para sales dan admin Artindo melakukan input data penjualan di dalam sistem tersebut. Hal ini berarti data yang diambil merupakan data asli yang ada di lapangan sehingga saya sebagai asisten NSM perlu menganalisis data tersebut dan kemudian menjadikan data tersebut sebagai acuan untuk membuat strategi baru yang digunakan dalam mengatasi permasalahan yang ada di lapangan serta menumbuhkan potensi ekspansi bisnis yang lebih luas lagi bagi Artindo. Berikut ini merupakan tabel penjelasan secara rinci dan mendalam terkait dengan tugas dan peran saya sebagai seorang asisten NSM:

No	Uraian Tugas Utama	Tujuan Tugas	Output Tugas	Frekuensi Melaksanak an Tugas	Pemberi Tugas
1	Membantu Administratif Team Sales dan Marketing	Memastikan progress administratif yang berkaitan dengan team sales dan marketing berjalan dengan baik sesuai prosedur yang telah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan.	Berkas data berupa surat digital.	3 kali dalam seminggu	Reza Laksatama (NSM)
2	Membantu Pengumpulan Data Penjualan dan Pelanggan	NSM, kepala wilayah, dan kepala cabang dapat mengetahui pertumbuhan bisnis mereka secara akurat di masing-masing wilayah penjualan PT. Artindo Pratama Sejahtera	Data angka hasil pendapatan setiap wilayah	5 kali dalam seminggu	Reza Laksatama (NSM)

3	Menjadikan Data Penjualan dari Team Sales Perusahaan sebagai Laporan	Membuat proses penjelasan hasil rangkuman data penjualan kepada NSM lebih mudah dan tidak bertele-tele (terutama saat menjelaskan naik turunnya penjualan suatu wilayah dan wilayah mana saja yang membutuhkan strategi marketing tambahan)	Laporan tertulis berbentuk narasi	1 kali dalam seminggu dan 1 kali dalam sebulan	Reza Laksatama (NSM)
4	Membantu Team Sales Merancang dan Melaksanakan Strategi Pemasaran	Mendapatkan sebuah solusi berupa strategi pemasaran yang diharapkan dapat meningkatkan kembali pendapatan yang berasal dari penjualan secara efektif dan maksimal	Strategi tertulis	1 kali dalam 2 minggu	Reza Laksatama (NSM)
5	Mempelajari dan Menganalisis Tren dan Pasar serta Pesaing	Agar dapat lebih strategis dalam menawarkan produk yang cocok dengan para pelanggan dan membuat perbedaan dengan para kompetitornya	Strategi tertulis	1 kali dalam 1 bulan	Reza Laksatama (NSM)

Tabel 3.1 Tabel Tugas Kerja Magang

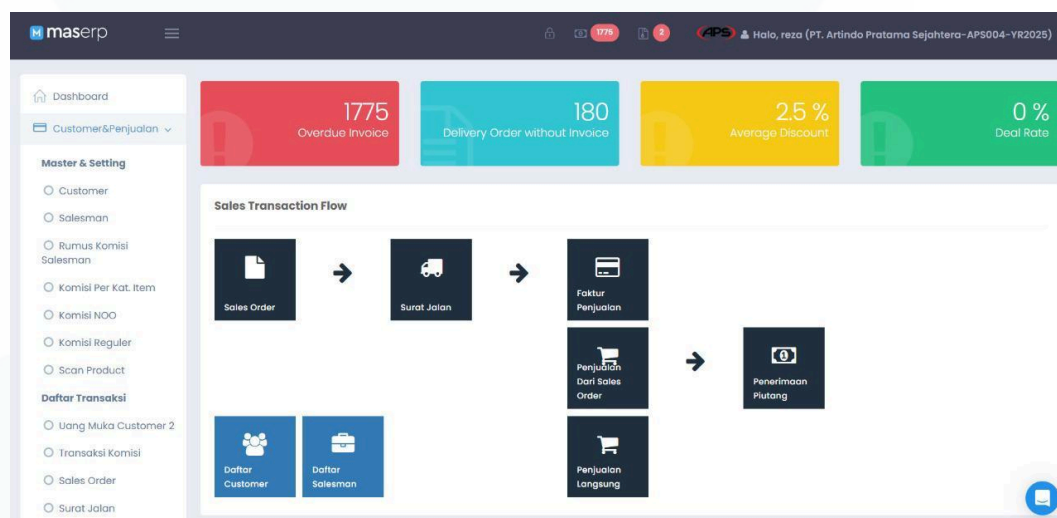
3.2.2 Uraian Kerja

3.2.2.1 Membantu Administratif Team Sales dan Marketing

Sebagai seorang asisten dari NSM, saya memiliki kewajiban untuk dan tanggung jawab untuk mengelola administratif yang ada dalam team sales dan marketing, seperti melakukan pengecekan berkas-berkas penjualan tahun sebelumnya, melakukan audit terhadap berkas-berkas riwayat pembelian pelanggan, pengecekan terhadap kesesuaian jumlah order toko untuk memenuhi voucher belanja, dan lain hal sebagainya. Hasil dari pengecekan ini akan saya berikan

kembali kepada NSM untuk diperiksa ulang oleh admin yang berkaitan dengan berkas-berkas tersebut.

Rutinitas penulis dalam membantu administratif team sales dan marketing dilakukan setiap harinya dalam jam kerja memastikan progress administratif yang berkaitan dengan team sales dan marketing bertujuan agar dapat berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya. Contoh dari adanya proses administratif ini adalah dengan melakukan pengecekan terhadap jumlah pembelian produk yang dilakukan oleh suatu toko untuk mendapatkan sejumlah voucher yang dapat ditukar dengan potongan harga. Proses pengecekan toko ini akan dilakukan melalui website Maserp. Toko tersebut akan dibuatkan sejumlah file perjanjian bukti bahwa toko tersebut akan mendapatkan voucher yang telah ditentukan sebelumnya apabila mencapai kuota jumlah ketentuan pembelian.



Gambar 3.1.1 Menu Customer & Penjualan Maserp
Artindo

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Gambar 3.3.1 merupakan gambar menu dari data customer & penjualan. Sesuai dengan nama dari menu tersebut, pada menu ini penulis dapat melihat data dari setiap customer yang pernah

melakukan transaksi pembeli dari Artindo serta seberapa besar nominal pembelian yang mereka pernah ajukan kepada Artindo. Sebelum melakukan proses administratif, penulis harus melakukan pengecekan data toko terlebih dahulu dengan mengoperasikan website Maserp dimana semua data toko ditarik melalui menu bagian “Daftar Customer”. Tujuan dari adanya penarikan data oleh penulis dalam konteks administratif ini adalah untuk memeriksa apakah transaksi yang dilakukan oleh suatu toko telah mencapai kuota jumlah ketentuan pembelian yang telah disepakati sebelumnya.

Kode Customer	Nama Customer	Departemen	Grup Customer	Tipe Customer	Kurs	Telepon	Alamat	Status AR Customer	Uang Muka	Saldo Piutang	Cus Mer
IIIABJ.201019IDR	ABADI BINTANG JAYA, TB	II DEP		01 CUST	IDR	0812 8136 1886	JIL RAYA LEGOK, PAGEDANGAN	Lancar	0,00	2.799.531,00	
IIIABJ.210915IDR	ABADI JAYA, TB	II DEP		01 CUST	IDR	0	PERUM TAMAN ADIYASA BLOK C6 NO. 18 (SEBELUM POSPOIL RESORT ADIYASA)	Lancar	0,00	0,00	
IIIBAN.220625IDR	ALBANA JAYA, TB	II DEP		01 CUST	IDR	082113181164	KP. SADANG DS. KUBANG KEC. SUKAMULYA - TANGERANG	Lancar	0,00	9.748.892,00	
IIIIACU.240705IDR	ACUAN	II DEP		01 CUST	IDR	0812 58390905	JL. SEPATAN	Lancar	0,00	2.854.120,80	

Gambar 3.1.2 Menu Daftar Customer

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

maserp

Dashboard

Customer&Penjualan

Master & Setting

Customer

Salesman

Rumus Komisi Salesman

Komisi Per Kat. Item

Komisi NOO

Komisi Regular

Scan Product

Daftar Transaksi

Uang Muka Customer 2

Transaksi Komisi

Sales Order

Surat Jalan

Penerimaan Plutang

Informasi Customer

Rincian Transaksi Customer

Customer's Reward

Customer Point

Rincian Transaksi Customer

Print Kartu Customer

Mai 2025

Saldo Awal	207.600,00	Tanggal Penjualan Akhir	21/03/2025	Tanggal Penerimaan Akhir	21/03/2025
Saldo Penambahan (Debit)	0,00	Jlh Penjualan Per-Bulan	0,00	Jlh Penerimaan Per-Bulan	0,00
Saldo Pengurangan (Kredit)	0,00	Jlh Penjualan Per-Tahun	207.600,00	Jlh Penerimaan Per-Tahun	-1.637.361,00
Saldo Akhir	207.600,00				
Saldo Giro Mundur	0,00	Jlh Retur Per-Bulan	0,00	Jlh Nota Debit Per-Bulan	0,00
Saldo Uang Muka	0,00	Jlh Retur Per-Tahun	0,00	Jlh Nota Kredit Per-Bulan	0,00

Rincian Transaksi

10

Pencarian Global

Tgl. Faktur	No. Faktur	No. Transaksi	Tgl. Trn.	Tgl. Jth. Tempo	Departemen	Keterangan	No. Giro	Salesman	Uang Muka	Debit	Kredit	Giro	Saldo
Tidak Ada Data													

Print

Browser

Mail

Log

Total Record

Gambar 3.1.3 Rincian Transaksi Customer

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi 2025)

Transaksi yang dilakukan oleh suatu toko yang telah mencapai kuota jumlah ketentuan dapat dilihat pada menu rincian transaksi customer yang merupakan menu lanjutan dari menu sebelumnya. Dari sini penulis harus mencatat kembali setiap nominal transaksi toko sesuai dengan daftar/list yang telah ditugaskan NSM pada sesi briefing. Setelah melakukan proses pengecekan, apabila semua pembelian toko memenuhi kuota jumlah ketentuan, maka toko tersebut akan dibuatkan sejumlah file bukti bahwa toko tersebut akan mendapatkan voucher yang telah ditentukan sebelumnya.

PT. Artindo Pratama Sejahtera
Kaw Industri Mekar Jaya Karet 4
Blok Bumi No.11 Cadas
Telp : (021)55733607- 08 / Fax :

Laporan Faktur Penjualan Per Customer
Periode: 26/12/2024

No.	Kode No. Faktur	Nama Customer Tgl. Faktur	Tgl. Jth Tempo	Total	Tgl Bayar	Nominal
112GJC.210213IDR GHOSAN JAYA Cipta, TB						
1	12SI2412-80	26/12/2024	24/02/2025	1.208.124,00	22/01/2025	100.000
					08/02/2025	300.000
					12/02/2025	400.000
					15/02/2025	408.124
Grand Total:				1.208.124,00		1.208.124

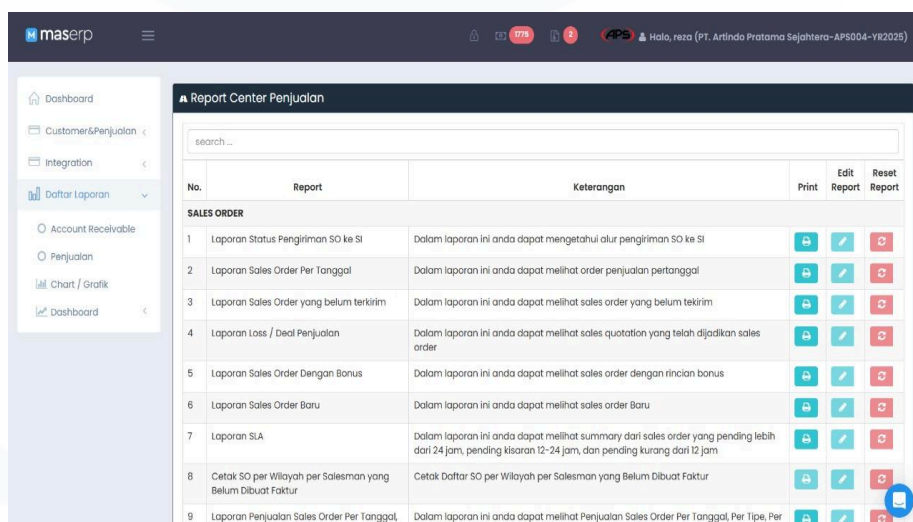
Hadiah : Voucher Indomart Seharga Rp. 100.000,-
712 0022 169 a/n Pany
Bank BCA

Gambar 3.1.4 Contoh File Bukti Hadiah Voucher untuk Toko

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi 2025)

Gambar 3.1.4 di atas merupakan file perjanjian bukti yang penulis buat untuk menandakan bahwa toko yang bersangkutan akan segera mendapatkan voucher dengan jumlah yang telah ditentukan sebelumnya melalui metode pembayaran yang tersedia. Penulis membuat file ini dengan format yang telah ditentukan oleh tim administratif utama dari Artindo. Setelah file bukti ini dibuatkan, penulis akan menyerahkannya ke NSM untuk diperiksa sendiri olehnya. Bukti perjanjian ini juga nantinya akan diperiksa dan ditandatangani CEO, dan kepala wilayah yang bersangkutan.

Sebagai bagian tidak langsung dari tim administratif utama, penulis juga memiliki kewajiban untuk menjalankan proses administratif lainnya, yaitu melakukan pengecekan terhadap faktur jatuh tempo milik customer PT. Artindo Pratama Sejahtera. Faktur jatuh tempo merupakan faktur-faktur pembelian milik customer yang telah melewati batas waktu bagi customer untuk membayar faktur. Hal ini berarti customer tersebut harus segera membayar fakturnya yang dianggap terlambat dari tenggat kesepakatan pembayaran awal.



Gambar 3.1.5 Menu Utama Maserp

No. Faktur	Tgl. Faktur	Tgl. Jatuh Tempo	Customer	Tipe Transaksi	Jumlah Akhir	Lihat	Lunas
41S20-0017	19/12/2020	04/03/2021	DHITA PAINT, TB	Saldo Awal	788.355,00		
31S21-0558	25/03/2021	08/06/2021	BUNGA LOTUS, TB	Saldo Awal	1.861.651,40		
41S21-0269	25/03/2021	08/06/2021	SUROPATI BANGUN, TB	Saldo Awal	4.545.104,00		
41S21-0963	26/09/2021	10/12/2021	AL FAZA, TB	Saldo Awal	2.984.234,00		
11S21-0760	22/10/2021	20/01/2022	ANDY JAYA, TB	Saldo Awal	3.595.144,00		
41S21-1148	12/11/2021	26/01/2022	BERKAH JAYA IAS, TB	Saldo Awal	852.016,00		
41S21-1169	23/11/2021	06/02/2022	BERKAH BERSAMA, TB	Saldo Awal	714.064,00		
41S21-1299	16/12/2021	01/03/2022	BERKAH BERSAMA, TB	Saldo Awal	1.209.001,00		
41S21-1315	24/12/2021	08/03/2022	TOKO CAT CAHAYA BARU	Saldo Awal	616.000,00		
41S21-1324	27/12/2021	12/03/2022	HERNIKA PUTRI LUHUR, TB	Saldo Awal	458.053,00		

Gambar 3.1.6 Menu Daftar Faktur Jatuh Tempo

Pada gambar 3.1.6 merupakan menu utama dari website Maserp. Untuk melakukan pengecekan terhadap faktur yang telah jatuh tempo, penulis akan pergi ke menu “Daftar Faktur Jatuh Tempo” yang ditandai dengan ikon mata uang di bagian atas kanan. Pada menu ini, penulis dapat melihat faktur mana saja yang telah jatuh tempo dikarenakan semua faktur yang muncul pada menu ini merupakan semua faktur yang telah mengalami jatuh tempo dan harus segera diselesaikan serta dibayar oleh customer dari Artindo yang bersangkutan. Daftar faktur jatuh tempo ini akan terus mengalami update setiap harinya oleh tim administratif utama. Dikarenakan adanya faktur jatuh tempo yang terus bertambah setiap harinya, penulis juga memiliki tugas untuk mencatat setiap faktur jatuh tempo yang muncul ada hari itu pada dashboard notif wilayah tersendiri. Tujuan dari pencatatan ini adalah agar para kepala cabang dan sales dapat mengontrol dan mengawasi jumlah faktur jatuh tempo yang muncul serta membuat rencana untuk menyelesaikan faktur jatuh tempo mana saja yang sekiranya dapat diselesaikan pada hari itu juga melalui kunjungan langsung ke toko tersebut

DASHBOARD TAGIHAN WIL 1

File Edit Tampilan Stepan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

Menu 100% 123 Poppins 11 B I Z

No. Faktur	Tgl. Faktur	Tgl. Jatuh Tempo	Customer	Jumlah	Terbayar	Jumlah Akhir	Deadline kunjungan Pembayaran
TANGERANG							
JANUARI							
1	11S2401-70	22/01/2024	22/03/2024 SAHABAT MAKMUR BERSAMA, TB	2.080.816	2.080.816	0	T 03
2	11S2401-85	27/01/2024	27/03/2024 SAHABAT MAKMUR BERSAMA, TB	2.208.489	2.208.489	0	T 03
3	11S2401-84	27/01/2024	27/03/2024 SAHABAT MAKMUR BERSAMA, TB	2.099.232	2.099.232	0	T 03
FEBRUARI							
1	11S2402-48	20/02/2024	20/04/2024 WUJAYA KERAMIK, TB	29.000	29.000	0	
JUNI							
1	11S2406-23	11/06/2024	09/09/2024 KELUARGA, TB	118.880	118.880	0	852080 733.200
JULI							
1	11S2406-70	02/07/2024	31/08/2024 SUKSES JAYA BANGUNAN, TB	2.534.460	2.534.460	0	BAYU
2	11S2407-19	06/07/2024	04/10/2024 CABU JAYA, TB	502.080	502.080	0	ADITYA 15/1/2025
3	11S2407-18	06/07/2024	04/09/2024 CURUG JAYA, TB	1.553.610	1.553.610	0	SMAIL
4	11S2407-76	25/07/2024	23/09/2024 MEKAR WANGI JAYA, TB	1.176.854	1.176.854	0	SMAIL
5	11S2407-79	26/07/2024	24/10/2024 TOKO TERANG JAYA (TOKO GAR LISTRIK)	169.490	169.490	0	SMAIL
6	11S2407-85	29/07/2024	27/09/2024 SUNBER CAHAYA MAKMUR, TB	1.485.192	1.485.192	0	SMAIL
7	11S2407-91	30/07/2024	26/09/2024 CURUG JAYA, TB	727.272	727.272	0	SMAIL
8	11S2407-95	31/07/2024	29/09/2024 PABUARAN JAYA, TB	1.252.080	1.252.080	0	SMAIL
9	11S2407-94	31/07/2024	29/10/2024 KAWAN KITA, TB	1.206.792	1.206.792	0	SMAIL

TGR 2025 JKT 2025 BKS 2025 SRG 2025 BGR 2025 SKB 2025 SUM WIL 1 2025 TGR 2024 JKT 2024 BKS 2024 SRG 2024 BGR 2024

Gambar 3.1.7 Dashboard Tagihan Faktur Jatuh Tempo Wilayah 1

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Setiap faktur jatuh tempo yang muncul setiap harinya pada website Maserp akan penulis catat pada dashboard tersebut. Pencatatan tersebut dimulai dari tanggal awal transaksi dilakukan dan tanggal batas akhir jatuh temponya. Terdapat juga keterangan untuk nama dan kode toko serta jumlah nominal harga pembelian yang harus diselesaikan. Ada juga kolom untuk menulis catatan dan deadline kunjungan pembayaran di sampingnya. Setelah mencatat faktur jatuh tempo yang muncul setiap harinya di Maserp, penulis akan menyerahkan pencatatan ini kepada NSM, kepala cabang, dan tim administratif utama. Penyerahan ini bertujuan agar NSM sendiri dapat mengetahui jumlah faktur jatuh tempo pada hari itu dan melakukan koordinasi bersama kepala cabang untuk membuat rencana faktur jatuh tempo mana saja yang dapat diselesaikan pada esok harinya saat kunjungan langsung. Di saat bersamaan, tim administratif juga akan melakukan pencetakan bukti fisik faktur jatuh tempo yang nantinya akan diberikan kepada sales saat melakukan kunjungan langsung ke toko sebagai bukti bahwa terdapat pembayaran yang belum lunas dari toko tersebut.

Selain itu, menu ini juga berfungsi untuk melihat faktur jatuh tempo sebelumnya mana saja yang telah diselesaikan dan dibayar oleh toko. Proses pengecekan faktur jatuh tempo mana saja yang telah selesai dan dibayarkan dilakukan secara manual oleh penulis dengan cara mengetik kode yang ada pada catatan faktur jatuh tempo pada dashboard sebelumnya. Apabila data yang ada pada kode tersebut tidak muncul pada menu “Daftar Faktur Jatuh Tempo” maka itu berarti faktur jatuh tempo tersebut telah diselesaikan oleh sales pada kunjungan yang dilakukan kemarin. Setelah memastikan faktur jatuh tempo selesai, maka penulis akan mencatat keterangan lunas pada dashboard dan memberi tanda hijau agar memudahkan NSM, kepala cabang, dan tim administratif untuk mengetahui bedanya faktur jatuh tempo yang telah selesai dan baru muncul.

Tak hanya administratif yang berhubungan dengan penjualan, penulis juga bertugas untuk menjalankan administratif yang berhubungan dengan pencapaian dari para kepala wilayah, kepala cabang, dan sales. Beberapa tugas administratif ini adalah mendata poin KPI setiap kepala wilayah, kepala cabang, dan sales berdasarkan data KPI yang diberikan oleh NSM setiap bulannya serta membuat surat teguran dan surat peringatan bagi setiap dari mereka yang tidak mencapai minimal poin KPI berdasarkan standar yang telah ditentukan Artindo sebelumnya pada bulan tersebut.

2025											
TANGERANG	TARGET	POINT	JANUARI		FEBRUARI		MARET		TOTAL		POINT
REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT
ASRUL	40	40	3	3	7	9	9	9	6	6	6
TO APS	60.000.000	25	5.476.216	2	17.756.216	7	7.536.509	3	4	4	4
OMSET APS	10.000.000	5	905.405	0	905.405	0	1.340.000	1	1	1	1
OMSET SOIP	50.000.000	25	13.689.479	7		0	19.066.252	10	5	5	5
TAGIHAN APS	8.000.000	5		0		0	4.455.000	3	1	1	1
TAGIHAN SOIP			20.071.103	13	18.661.621	15	32.397.770	25	18	18	18
TANGERANG	TARGET	POINT	JANUARI		FEBRUARI		MARET		TOTAL		POINT
REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT
DEDI	40	40	3	3	9	13	13	13	8	8	8
TO APS	60.000.000	25	7.622.883	3	26.644.676	11	63.734.012	25	13	13	13
OMSET APS	10.000.000	5	434.685	0	3.013.153	2	2.880.800	1	1	1	1
OMSET SOIP	50.000.000	25	8.901.802	4	26.995.038	13	52.508.200	26	15	15	15
TAGIHAN APS	8.000.000	5	1.204.505	1	2.699.039	2	831.000	1	1	1	1
TAGIHAN SOIP			18.163.878	12	59.351.915	37	119954025	66	38	38	38
TANGERANG	TARGET	POINT	JANUARI		FEBRUARI		MARET		TOTAL		POINT
REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT
DEDI	40	40	6	6	7	9	9	9	7	7	7
TO APS	60.000.000	25	8.118.018	3	12.970.946	5	12.871.834	5	5	5	5
OMSET APS	10.000.000	5	385.856	0	3.228.108	1	2.594.800	1	1	1	1
OMSET SOIP	50.000.000	25	13.689.479	7	11.508.752	6	24.798.526	12	8	8	8
TAGIHAN APS	8.000.000	5		0	2.207.995	1	1.447.000	1	1	1	1
TAGIHAN SOIP			22.193.359	16	27.515.808	20	41.712.169	29	22	22	22
TANGERANG	TARGET	POINT	JANUARI		FEBRUARI		MARET		TOTAL		POINT
REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT
ANWAR	40	40	2	2	13	13	14	14	10	10	10
TO APS	60.000.000	25	2.771.351	1	18.663.279	8	12.856.127	5	5	5	5
OMSET APS	10.000.000	5	301.802	0	3.932.973	2	5.186.900	3	2	2	2
OMSET SOIP	50.000.000	25		0	22.131.533	11	8.168.504	4	5	5	5
TAGIHAN APS	8.000.000	5		0	6.534.467	4	3.542.379	2	2	2	2
TAGIHAN SOIP			3.073.155	3	51.262.265	38	29753924	28	23	23	23
TANGERANG	TARGET	POINT	JANUARI		FEBRUARI		MARET		TOTAL		POINT
REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT	REAL	HASIL	POINT
BAGAS	160	40	14	4	36	9	45	11	8	8	8
TO APS	240.000.000	25	23.988.468	2	59.184.306	6	96.998.482	10	6	6	6
OMSET APS	80.000.000	5	2.027.748	0	9.079.639	1	12.002.500	1	0	0	0
OMSET SOIP	150.000.000	25	36.280.760	6	60.635.323	10	104.541.482	17	11	11	11
TAGIHAN APS	32.000.000	5	1.204.505	0	11.441.501	2	10.275.379	2	1	1	1
TAGIHAN SOIP				12		28		41	27	27	27

TANGERANG						JAKARTA						BEKASI		
No	Nama Sales	Jabatan	Poin KPI	Keterangan	Punishment	No	Nama Sales	Jabatan	Poin KPI	Keterangan	Punishment	No	Nama Sales	Jabatan
1	Vacant	Sales	17	Tidak ada Sales		1	Wiranta	Sales	77	Tercapai		1	Andri	Sales
2	Ismail	Sales	38		Surat Teguran 1	2	Abdul Somad	Sales	50		Surat Teguran 1	2	Sarjono Ani	Sales
3	Rayu	Sales	39	Probation		3	Punwanto	Sales	43		Surat Teguran 1	3	Wahyu Eko	Sales
4	Imamsyah	Sales	39		Surat Teguran 1	4	Megzy	Sales	19		Surat Teguran 1	4	Adhitya	Sales
5	Bagas	Kepala Depo	32		Surat Teguran 1	5	Dais	Kepala Depo	47		Surat Teguran 1	5	Didi	Kepala Depo

Gambar 3.1.8 Gambar Dashboard KPI

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi 2025)

Gambar 3.1.8 merupakan dashboard KPI yang penulis buat sendiri untuk mendata setiap poin KPI dari para kepala wilayah, kepala cabang, dan sales. Pada dashboard ini juga telah disediakan kolom keterangan untuk menandakan apakah poin KPI dari setiap orang tercapai atau tidak. Apabila poin dari KPI tersebut tidak mencapai minimal poin yang telah ditentukan, maka orang tersebut akan diberikan sanksi (konsekuensi) berupa surat teguran ataupun surat peringatan tergantung dari kondisinya. Surat teguran merupakan surat pengantar yang diberikan kepada karyawan apabila karyawan tersebut tidak mencapai minimal poin KPI pertama kali, sedangkan surat peringatan merupakan surat lanjutan dari surat teguran yang diberikan kepada karyawan apabila karyawan tersebut tetap tidak mencapai minimal poin yang seharusnya dicapai pada saat itu juga. Apabila karyawan tersebut masih belum mencapai minimal poin setelah diberikan surat teguran dan surat peringatan, maka karyawan tersebut akan kembali diberikan surat teguran kedua. Pemberian surat ini akan terus berlangsung dengan pola yang sama sampai surat peringatan

ketiga apabila karyawan tersebut masih belum dapat mencapai minimal poin KPI.

Setelah penulis mendata dan mencatat setiap poin KPI dari para kepala wilayah, kepala cabang, dan sales, penulis akan membuat surat teguran dan surat peringatan sesuai data tersebut. Surat teguran dan surat peringatan ini dibuat dengan menggunakan format surat resmi dari PT. Artindo Pratama Sejahtera yang diberikan oleh NSM kepada penulis. Dalam surat ini, berisikan data dari karyawan, poin karyawan, minimal poin KPI dari karyawan, serta himbauan untuk meningkatkan kembali kinerja karyawan di masa yang akan mendatang. Gambar di bawah ini merupakan contoh dari surat teguran yang penulis buat berdasarkan format yang telah ditentukan sebelumnya oleh NSM.

APS PT. ARTINDO PRATAMA SEJAHTERA
ARTINDO PAINT PAINT MANUFACTURE

SURAT TEGURAN 2

Kepada YTH
Bapak/Ibu Karyawan/I
PT. Artindo Pratama Sejahtera
Di tempat

Berdasarkan laporan evaluasi yang di lakukan langsung oleh **Kepala Wilayah** PT. Artindo Pratama Sejahtera terkait performa kerja Bapak/Ibu selama mengemban tugas sebagai berikut :

Nama Karyawan : Bagas
Jabatan : Kepala Cabang
Area : Tangerang

Dinyatakan bahwa hasil dan performanya belum sesuai dengan target yang di sepakati yaitu, **"Pencapaian Poin Dibawah <75 Setiap Bulan / 44, Mendapat Surat Teguran hingga Surat Peringatan"**

Sebagai konsekuensi dari tindakan tersebut, Bapak/Ibu mendapatkan teguran tertulis melalui surat ini. Atasan langsung akan memberikan Feedback Coaching guna memperbaiki pencapaian di bulan selanjutnya. Jika tidak ada perbaikan yang signifikan di periode selanjutnya, kami akan mempertimbangkan langkah lebih lanjut sesuai kebijakan Perusahaan & Dept Sales.

Demikian Surat Teguran ini kami buatkan, kami sangat berharap Bpk/Ibu dapat meningkatkan performa kerja dalam periode selanjutnya. Sehingga indikator dalam KPI dapat terpenuhi sesuai dengan Porsi Target yang telah di tentukan. Terimakasih

Tangerang, 09 April 2025

Di Buat Di Setujui

Reza Laksatama Arifin Widjaya
Nasional Sales Manager Direktur Utama

www.artindopaint.web.id | (021)55733607
Jl. Teuku Umar, Teuku Umar Blok C8
Karawaci, Tangerang 15115. ISO 9001:2015

Gambar 3.1.9 Surat Teguran Kedua Kepala Cabang Artindo

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Setelah semua surat teguran dan peringatan selesai dibuatkan, penulis akan memberikan file digital dari semua surat kepada NSM untuk dicek kembali dan ditandatangani olehnya serta CEO. Apabila semua surat tersebut telah sesuai dengan standar peneguran yang ditetapkan, maka surat-surat tersebut akan dikirimkan secara langsung oleh NSM kepada karyawan yang dituju.

Selanjutnya, penulis sendiri juga memiliki tugas lainnya yang berhubungan dengan administratif kecil seperti pembuatan daftar harga baru untuk setiap produk cat dari PT. Artindo Pratama Sejahtera. Pembuatan daftar harga baru ini dimintai secara langsung oleh admin utama dari tim administratif. Alasan dari adanya daftar harga baru ini didasari oleh kebijakan perusahaan yang berubah serta perubahan harga bahan baku pembuatan produk.

Pembuatan list harga baru ini juga dilakukan dengan mengikuti format daftar harga resmi yang telah ditentukan sebelumnya dan harus diisi dengan data harga fix yang telah diberikan oleh admin utama.

File		Home		Insert		Page Layout		Formulas		Data		Review		View		Help							
Paste		Cut		Copy		Format Painter		Clipboard		Font		Alignment		Number		Styles							
AutoSave		Off		HARGA 51,5253 DAN 54 New 2...		Saved to this PC		Search															
Times New Roman		11		A		A		Wrap Text		General						Conditional Formatting		Cell Styles					
B		I		U				Merge & Center		\$ %													
Font		Font		Font		Font		Alignment		Number		Number		Number		Styles		Styles					
AXS																							
A		B		C		D		E		F		G		H		I		J					
51 DALAM KOTA		BERAT		KEMASAN		HARGA		5293 LUAR KOTA		BERAT		KEMASAN		HARGA		54 BTRI		BERAT		KEMASAN		HARGA	
1		CAT TEMBOK GOTHIC		4,5 KG		Galon 65.900		1		CAT TEMBOK GOTHIC		4,5 KG		Galon 68.200		1		CAT TEMBOK GOTHIC		4,5 KG		Galon 69.500	
2		CAT MINYAK GOTHIC		250 GRAM		12 Kaleng 207.800		2		CAT MINYAK GOTHIC		250 GRAM		12 Kaleng 227.100		2		CAT MINYAK GOTHIC		250 GRAM		12 Kaleng 231.600	
3		UNDERCOAT ALKALI SELAER GOTHIC		4,5 KG		Galon 119.400		3		UNDERCOAT ALKALI SELAER GOTHIC		4,5 KG		Galon 124.500		3		UNDERCOAT ALKALI SELAER GOTHIC		4,5 KG		Galon 126.900	
4		WALL FILLER GOTHIC		20 KG		Pal 545.700		4		WALL FILLER GOTHIC		20 KG		Pal 579.600		4		WALL FILLER GOTHIC		20 KG		Pal 589.800	
5		MENI BESI / KAYU GOTHIC		3,5 KG		Galon 52.800		5		MENI BESI / KAYU GOTHIC		3,5 KG		Galon 56.800		5		MENI BESI / KAYU GOTHIC		3,5 KG		Galon 57.900	
6		PLAMUR KAYU GOTHIC		20 KG		Pal 223.200		6		PLAMUR KAYU GOTHIC		20 KG		Pal 255.800		6		PLAMUR KAYU GOTHIC		20 KG		Pal 260.800	
7		CAT GENTENG GOTHIC		4 KG		Galon 119.200		7		CAT GENTENG GOTHIC		4 KG		Galon 124.500		7		CAT GENTENG GOTHIC		4 KG		Galon 126.900	
8		FLINKOTE		20 KG		Pal 548.800		8		FLINKOTE		20 KG		Pal 579.600		8		FLINKOTE		20 KG		Pal 589.800	
9		CAT MINYAK GOTHIC ENAS, TENGAH & SILVER		250 GRAM		12 Kaleng 259.300		9		CAT MINYAK GOTHIC ENAS, TENGAH & SILVER		250 GRAM		12 Kaleng 331.000		9		CAT MINYAK GOTHIC ENAS, TENGAH & SILVER		250 GRAM		12 Kaleng 337.400	
10		ZINCHROMATE GOTHIC		20 KG		Pal 830.500		10		ZINCHROMATE GOTHIC		20 KG		Pal 835.400		10		ZINCHROMATE GOTHIC		20 KG		Pal 844.400	
11		VERNIS BATU ALAM		700 GRAM		Kaleng 67.600		11		VERNIS BATU ALAM		700 GRAM		Kaleng 73.800		11		VERNIS BATU ALAM		700 GRAM		Kaleng 75.000	

Gambar 3.1.10 Data Harga Fix Produk Cat Artindo

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Gambar 3.1.10 menunjukkan daftar harga baru dari produk cat Artindo, dimana nantinya data-data dari daftar harga ini akan dijadikan format pricelist resmi dari produk cat Artindo untuk disebarluaskan kepada para customer maupun sales itu sendiri.

NO	PRODUK	BERAT	KEMASAN	HARGA
1	CAT TEMBOK GOTHIC	4.5 KG	Galon	62.000
		20 KG	Palet	264.000
		25 KG	Palet	304.000
2	CAT MINYAK GOTHIC	100 CC	12 Kaleng	132.000
		250 GRAM	12 Kaleng	220.000
		800 GRAM	Kaleng	16.000
3	UNDERCOAT ALKALI SELAIER GOTHIC	4.5 KG	Galon	132.000
		20 KG	Palet	561.000
4	WALL FILLER GOTHIC	3.5 KG	Galon	55.000
		25 KG	Palet	248.000
		700 GRAM	Kaleng	22.000
5	MENI RES / KAYU GOTHIC	3.5 KG	Galon	92.000
		20 KG	Palet	412.000
		800 GRAM	Kaleng	21.000
6	PLAMUR KAYU GOTHIC	3.8 KG	Galon	84.000
		20 KG	Palet	382.000
7	CAT GENTENG GOTHIC	4 KG	Galon	120.000
		20 KG	Palet	561.000
		700 GRAM	Kaleng	22.000
8	FLINKOTE	3.5 KG	Galon	84.000
		20 KG	Palet	448.000
		800 GRAM	Kaleng	22.000
9	CAT MINYAK GOTHIC EMAS TEMBAK 100 CC	100 CC	12 Kaleng	168.000
		250 GRAM	12 Kaleng	321.000
		700 GRAM	Kaleng	56.000
10	ZINCROMATE GOTHIC	20 KG	Palet	895.000
11	VERNIS BATU ALAM	700 GRAM	Kaleng	71.000
		20 KG	Palet	71.000

Catatan :

- Harga di atas tidak mengikat, sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan dahulu.
- Harga tersebut sudah termasuk PPN 11%.
- Harga di atas sudah termasuk Franco Pengiriman.

© www.artindopratama.co.id | 0811 50730807
Kawasan Industri Sektor Jaya Blok B Unit No. 11,
Bekasi Jaya, Tangerang, Kab. Tangerang, Banten
Kode Pos 15820

ISO 9001:2015

Gambar 3.1.11 Pricelist Resmi Buatan Penulis

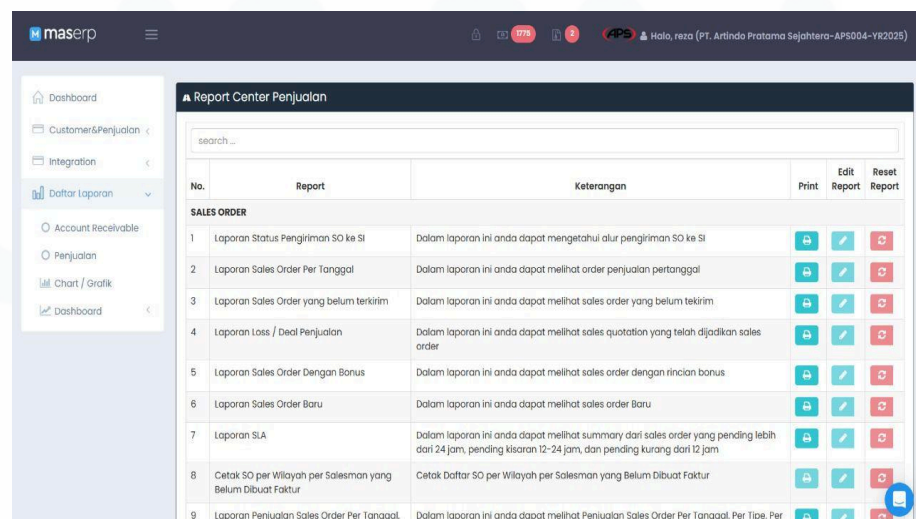
(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Gambar di atas merupakan hasil pricelist yang penulis buat dengan menggunakan format daftar harga resmi dari PT. Artindo Pratama Sejahtera. Pada tahap pertama, penulis memasukkan terlebih dahulu semua data produk pada kolom yang telah ditentukan. Setelah itu, penulis melakukan perhitungan manual dengan melakukan perkalian bilangan tertentu milik perusahaan untuk memperkirakan nilai tetap dari harga penjualan baru. Setelah semua harga dikalikan dan memiliki hasilnya masing-masing, hasil dari semua harga tersebut akan dimasukkan ke dalam daftar harga baru di atas.

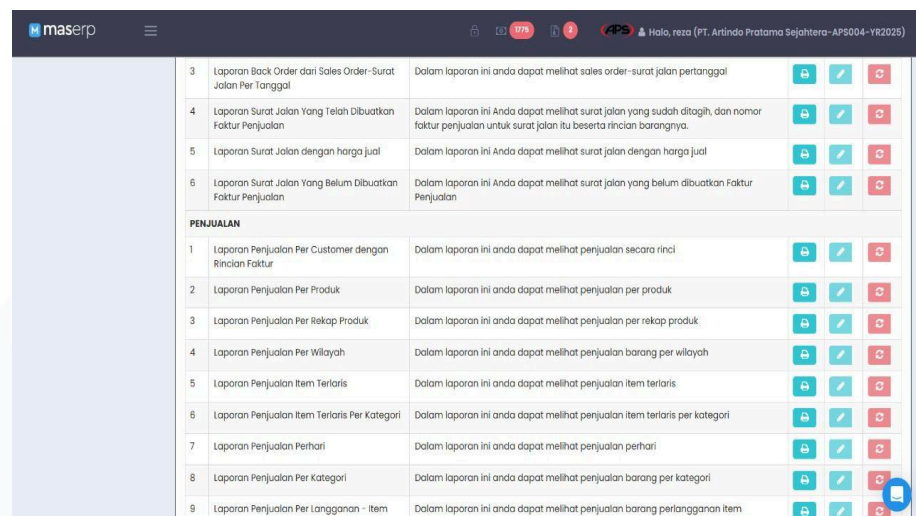
3.2.2.2 Membantu Pengumpulan Data Penjualan dan Pelanggan

Sebagai seorang sales & marketing intern, penulis juga memiliki kewajiban untuk mengumpulkan data penjualan para sales setiap harinya dari sistem website Maserp. Tujuan dari pengumpulan data ini agar NSM, kepala wilayah, dan kepala cabang dapat mengetahui pertumbuhan bisnis mereka di masing-masing wilayah Artindo. Dengan mengetahui pertumbuhan bisnis setiap hari dan setiap minggunya, maka team sales dan marketing Artindo dapat melakukan tindakan cepat untuk melakukan eksekusi terhadap strategi marketing sesuai dengan hasil dari data pertumbuhan tersebut.

Proses pengumpulan data penjualan dan pelanggan ini juga rutin penulis lakukan setiap harinya agar data penjualan dan pelanggan ini dapat lebih akurat dan sesuai dengan kondisi lapangan pada saat itu juga. Pengumpulan data ini juga dilakukan dengan cara menarik data-data yang dibutuhkan melalui website kerja Artindo, yakni Maserp sehingga data-data yang dikumpulkan dan ditarik telah terjamin keasliannya sesuai dengan apa yang ada di lapangan. Contoh konkrit dari adanya pengumpulan data ini adalah dashboard Sales Revenue yang dibuat oleh NSM dan berisikan lembaran data penjualan dari 5 wilayah PT. Artindo Pratama Sejahtera. Jumlah pendapatan dari penjualan setiap harinya akan dikumpulkan oleh penulis dan kemudian diisikan ke dalam dashboard Sales Revenue ini.



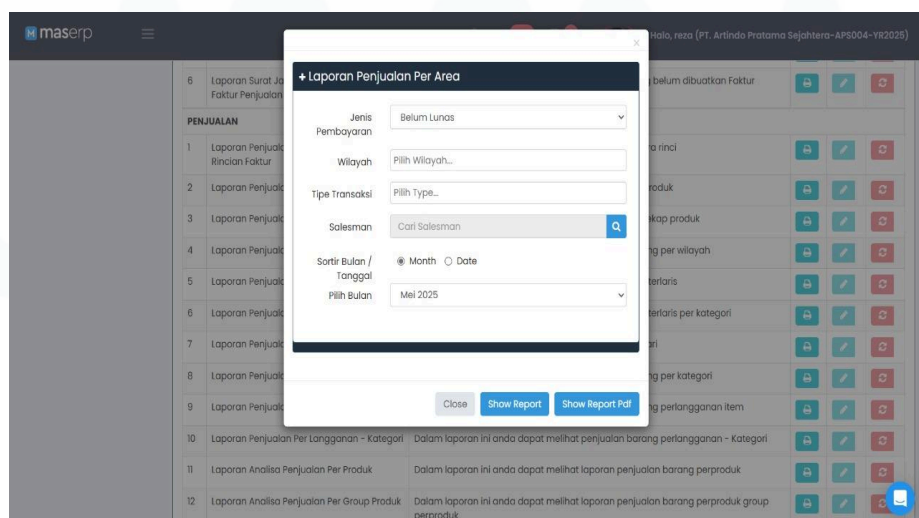
No.	Report	Keterangan	Print	Edit Report	Reset Report
SALES ORDER					
1	Laporan Status Pengiriman SO ke SI	Dalam laporan ini anda dapat mengetahui alur pengiriman SO ke SI			
2	Laporan Sales Order Per Tanggal	Dalam laporan ini anda dapat melihat order penjualan pertanggal			
3	Laporan Sales Order yang belum dikirim	Dalam laporan ini anda dapat melihat sales order yang belum dikirim			
4	Laporan Loss / Deal Penjualan	Dalam laporan ini anda dapat melihat sales quotation yang telah dijadikan sales order			
5	Laporan Sales Order Dengan Bonus	Dalam laporan ini anda dapat melihat sales order dengan rincian bonus			
6	Laporan Sales Order Baru	Dalam laporan ini anda dapat melihat sales order Baru			
7	Laporan SLA	Dalam laporan ini anda dapat melihat summary dari sales order yang pending lebih dari 24 jam, pending kisaran 12-24 jam, dan pending kurang dari 12 jam			
8	Cetak SO per Wilayah per Salesman yang Belum Dibuat Faktur	Cetak Daftar SO per Wilayah per Salesman yang Belum Dibuat Faktur			
9	Laporan Penjualan Sales Order Per Tanggal	Dalam laporan ini anda dapat melihat Penjualan Sales Order Per Tanggal, Per Tipe, Per			



Gambar 3.2.1 Menu Utama Penjualan

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Gambar 3.2.1 menunjukkan menu utama dari penjualan, Pada menu ini penulis dapat melihat berbagai informasi yang berkaitan dengan penjualan harian para sales melalui berbagai fitur yang telah disediakan, seperti laporan penjualan per produk, laporan penjualan per kategori, dsb. Namun, untuk mengisi dashboard dari Sales Revenue, penulis akan menggunakan fitur laporan penjualan per wilayah. Dengan menggunakan fitur ini, penulis dapat melihat semua informasi jumlah dan nominal penjualan yang ada di 5 wilayah secara keseluruhan setiap harinya.



Gambar 3.2.2 Halaman Utama Fitur Laporan Penjualan Per Wilayah

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Setelah memilih fitur laporan penjualan per wilayah, maka akan muncul halaman utama seperti gambar di atas. Disini penulis dapat memilih penjualan dari wilayah mana saja yang akan didata terlebih dahulu di dashboard Sales & Revenue. Tak hanya itu saja, penulis juga harus memilih rentang waktu penjualan dengan teliti agar data penjualan yang muncul tidak “double” antara satu dengan yang lainnya.

PT. Artindo Pratama Sejahtera				
Periode: 01/01/2025 s.d. 31/03/2025				
Laporan Penjualan Per Wilayah				
KRW 21 K03 MUBARANTO 01/03/23				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	21020202-25	JAYA RAYA TB	10/02/2025	4.192.000
2	21020202-18	BENKOH LESTARI TB	10/02/2025	1.070.400
3	21020202-24	MAJU JAYA UD	10/02/2025	1.384.000
4	21020202-29	MAJU JAYA UD	10/02/2025	897.200
5	21020202-47	MAKIN, SUKAMALURI TB	10/02/2025	1.224.400
6	21020202-49	H. HUR ALL TB	10/02/2025	1.252.000
7	21020202-27	H. HUR ALL TB	10/02/2025	2.086.800
8	21020202-33	JAYADI 2 TB	10/02/2025	566.400
9	21020202-47	SILAL MANDIRI TB	13/02/2025	1.336.800
10	21020202-45	MAESTRA JAYA TB	13/02/2025	3.116.000
11	21020202-06	SUGILI JAYA TB	13/02/2025	3.016.400
			Sub Total Per Wilayah	18.016.000
PWR 24 P01 ASEP S. 18/11/17				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	24020202-27	AMAMAH TB	13/02/2025	660.000
2	24020202-26	US PUTRA TB	13/02/2025	4.977.000
3	24020202-24	SHANI JAYA 2 TB	13/02/2025	711.200
4	24020202-25	SIVANA MAHAR TB	13/02/2025	2.241.600
5	24020202-28	ISTANA BAROKAH TB	13/02/2025	1.196.400
6	24020202-19	JI TWO TB	13/02/2025	846.400
7	24020202-18	PAKAT TB	13/02/2025	1.116.000
8	24020202-27	MANDIRI TB	13/02/2025	522.000
9	24020202-16	SEKONG JAYA TB	13/02/2025	1.124.200
10	24020202-29	CLUB TB	13/02/2025	3.064.000
11	24020202-17	PABU BAKA TB	13/02/2025	870.400
12	24020202-23	MAESTRO CIBAK TB	13/02/2025	6.116.000

Gambar 3.2.3 File Excel Laporan Penjualan

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Setelah memilih wilayah dan rentang waktunya, penulis akan diarahkan langsung ke file excel yang berisikan data informasi penjualan pada wilayah dan waktu yang dipilih sebelumnya. Berdasarkan data yang ada dalam file excel ini, penulis akan memasukkannya ulang ke dalam dashboard Sales & Revenue agar data ini dapat dijadikan acuan fakta di lapangan dalam membuat strategi marketing lanjutan. Tak hanya itu saja, dengan memasukkan data ini ke dalam dashboard Sales & Revenue dapat membuat NSM

mengetahui berapa persen ACH (Achievement) atau target nilai penjualan yang telah tercapai pada bulan tersebut.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
		Bulan	Target APS	Target SOIP	Total Target	Realisasi APS	Realisasi SOIP	Realisasi APS & SOIP	Ach	Ach Q	1		2		3															
WILAYAH 1																														
4	Januari	1.181.408.172	151.192.806	1.332.601.978	930.805.062	124.770.700	1.055.575.762	79%	77%																					
5	Februari	1.435.203.581	185.832.954	1.621.036.535	994.043.802	48.829.570	1.042.873.372	65%																						
6	Maret	1.218.626.794	201.967.788	1.420.594.582	1.143.086.660	68.889.304	1.240.555.964	87%																						
7	April	890.425.474	85.208.068	935.633.542	840.348.041	68.558.405	898.906.447	96%																						
8	Mei	1.431.420.940	174.255.298	1.605.676.238				0%																						
9	Juni	1.354.192.246	198.491.780	1.544.684.026				0%																						
10	Juli	1.505.533.226	151.865.126	1.657.398.352				0%																						
11	Agustus	1.476.172.974	174.314.780	1.650.487.754				0%																						
12	September	1.391.562.286	137.250.806	1.528.813.092				0%																						
13	Oktober	1.423.801.652	156.730.214	1.580.531.866				0%																						
14	November	1.296.366.446	174.758.950	1.471.125.396				0%																						
15	Desember	1.006.265.190	130.889.090	1.137.154.280				0%																						
16				17.404.828.581	3.908.863.355	327.047.980	4.238.511.335	24%																						
TANGERANG																														
18	Bulan																													
19	Januari	177.211.226	22.679.071	199.890.297	90.366.582	13.009.000	103.369.582	52%	48%																					
20	Februari	215.280.534	24.875.093	240.155.627	85.636.660	10.078.400	95.715.060	40%																						
21	Maret	182.794.019	30.250.970	213.045.089	99.986.482	12.032.500	109.000.982	51%																						
22	April	127.563.821	12.791.210	140.345.031	64.957.685	6.962.700	70.920.385	51%																						
23	Mei	214.713.141	26.138.266	240.851.406				0%																						
24	Juni	203.128.837	28.573.764	231.702.601				0%																						
25	Juli	225.829.884	22.770.769	248.600.653				0%																						
26	Agustus	221.425.946	36.147.717	257.573.663				0%																						

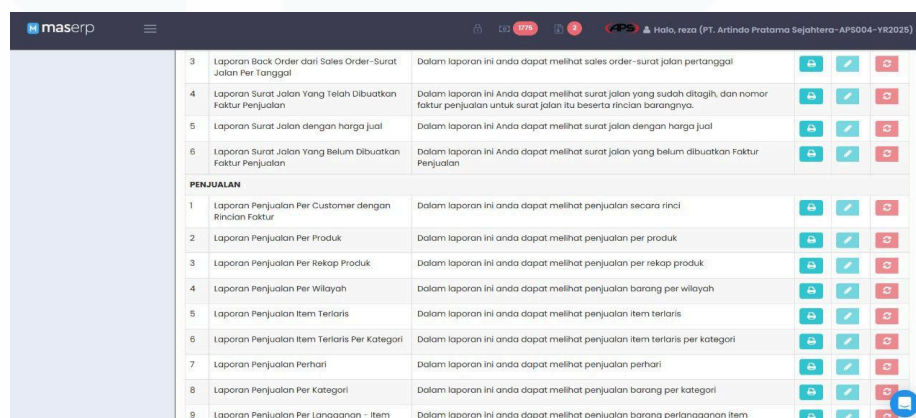
Gambar 3.2.4 Dashboard Sales & Revenue

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Pada gambar sisi kiri di atas merupakan gambar dari data total hasil penjualan dari setiap bulannya yang saat ini telah berlangsung sampai ke bulan April. Pada sisi tersebut juga terdapat target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh NSM dengan perhitungan tertentu, sehingga diharapkan total hasil penjualan setiap bulannya dapat mencapai target penjualan tersebut. Di samping itu, terdapat persentase Achievement yang menunjukkan berapa persen target penjualan yang telah tercapai setiap bulan ataupun per kuartal. Pada gambar di sisi kanan terdapat beberapa kolom tanggal setiap bulan yang terbagi menjadi 2, yakni kolom APS dan SOIP. Kolom tersebut berfungsi sebagai pembeda antara total hasil penjualan harian antara kedua perusahaan tersebut. Oleh karena itu, tidak hanya mengumpulkan data total hasil penjualan dari perusahaan APS, penulis juga mengumpulkan data total hasil penjualan dari perusahaan SOIP. Penulis akan terus melakukan update dari total hasil penjualan kedua perusahaan ini dari setiap wilayahnya agar data dari total target

penjualan setiap bulannya dapat diperkirakan sebelum bulan tersebut berakhir.

Tak hanya sekedar mengumpulkan data penjualan dari setiap wilayah pada setiap harinya, penulis juga bertugas untuk mengumpulkan data pelanggan berupa TO (Take Order). Take Order (TO) merupakan sebuah data yang sangat penting bagi tim sales dan marketing dikarenakan data ini dapat dijadikan acuan apakah toko/customer milik PT. Artindo Pratama Sejahtera konsisten mengambil/membeli produk milik PT. Artindo Pratama Sejahtera atau tidak. TO sendiri juga dapat menandakan seberapa besar ekspansi bisnis dari perusahaan Artindo. Apabila TO yang didapatkan memiliki jumlah yang kecil, ada kemungkinan bahwa ekspansi bisnis milik Artindo di suatu wilayah tidak berjalan dengan lancar dan terhambat karena berbagai faktor, seperti produk yang kalah saing dengan kompetitor, harga yang tidak sesuai dengan kemauan toko/customer, dan lain sebagainya.

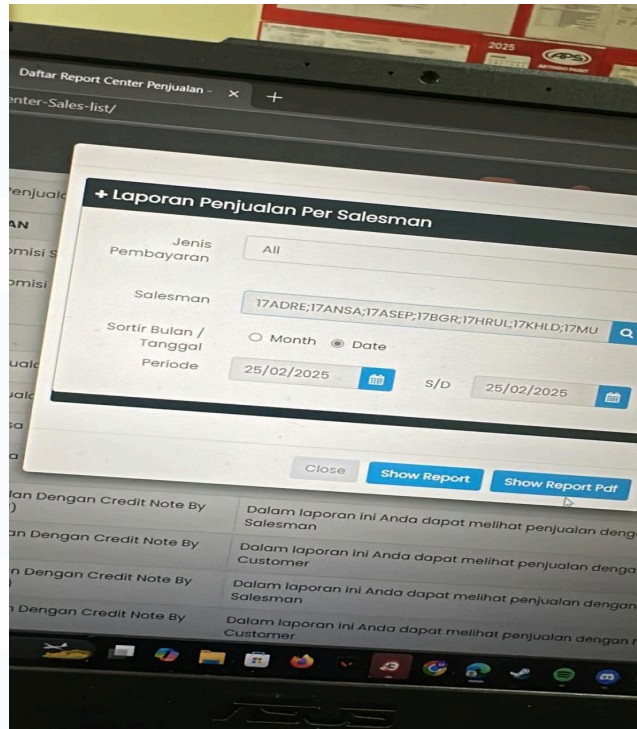


Gambar 3.2.5 Menu Utama Penjualan

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Untuk mengakses data dari TO, penulis akan kembali ke menu utama penjualan dan mencari fitur laporan penjualan per salesman. Setiap 1 penjualan dari sales akan dihitung sebagai 1 TO dengan ketentuan penjualan tersebut tidak boleh “double” pada 1 toko yang

sama serta dihitung apabila nominal penjualan melebihi angka Rp500.000,00



Gambar 3.2.6 Fitur Penjualan Per Salesman

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Pada fitur ini juga memungkinkan penulis untuk memilih TO dari wilayah mana saja yang akan dicek terlebih dahulu dan rentang waktu kapan agar data TO yang muncul tidak “Double” dengan data TO yang lain. Sama seperti proses pengecekan data penjualan sebelumnya, penulis akan langsung diarahkan ke file excel data TO setelah selesai memilih TO dari wilayah mana dan rentang waktu kapan.

PT. Artindo Pratama Sejahtera				
Laporan Penjualan Per Salesman				
Periode: 21/02/2025 s.d 23/02/2025				
11T01				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	11RE2502-03	SINGGALANG JAYA, TB	21/02/2025	-50.000
Total Salesman				-50.000
11T03 - DEDI				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	11SI2502-41	DEPO MATERIAL, TB	21/02/2025	3.538.800
Total Salesman				3.538.800
12JTM				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	12SI2502-71	KARYA INDAH, TB	21/02/2025	1.958.200
Total Salesman				1.958.200
12JSEL - ABDUL SOMAD				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	12SI2502-67	MULIA SELATAN, TB	21/02/2025	288.600
2	12SI2502-63	TIGA SISI, TB	21/02/2025	1.948.400
Total Salesman				2.237.000
12JBARI - WIRANTA				
No	No. Faktur	Customer	Tgl. Faktur	Total
1	12SI2502-70	MUDA MUDI 2, TB	21/02/2025	1.966.400
2	12SI2502-64	CAHAYA, TB (JURANG MANGLU)	21/02/2025	865.800
Total Salesman				2.832.200

Gambar 3.2.7 File Excel Data TO

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Setelah data TO pada file excel muncul, penulis akan melakukan pengecekan dan memilah mana saja TO yang terhitung sesuai dengan ketentuan sebelumnya. Apabila terdapat TO yang tidak terhitung karena tidak sesuai dengan ketentuan, maka penulis akan menghapus data tersebut dari sheets excel dan kemudian melanjutkan pengecekan terhadap data TO yang lainnya.

NO	NAMA SALES	JABATAN	TARGET TO	TOTAL TO	ACH
1	Reza Lakatana	NSM	3660	696	19%
1	Vacant	Kep Wil	1180	289	22%
WILAYAH 1					
1	Ragas	Kep Cab	320	30	9%
2	Vacant	Sales	40	4	10%
3	Imati	Sales	40	2	5%
4	Anwar	Sales	40	5	13%
5	Devi	Sales	40	2	5%
6	Indra	Sales	40	7	18%
7	Anwar	Sales	40	4	10%
8	Muchlis	Sales	40	6	15%
9	Abdillah	Sales	40	1	3%
WILAYAH 2					
1	Sopran	Kep Cab	160	36	23%
2	Febi	Sales	40	9	23%
3	Habibi	Sales	40	12	30%
4	Mahayento	Sales	40	7	18%
5	Rahmadi	Sales	40	8	20%
WILAYAH 3					
1	Calryo	Kep Cab	160	48	30%
2	Amin	Sales	40	16	40%
3	Catur	Sales	40	11	28%
4	Hendra	Sales	40	21	53%
5	Vacant	Sales	40		0%
JAKARTA					
1	Pirdaus	Kep Cab	160	38	24%
2	Wiranta	Sales	40	18	45%
3	Abdul Somad	Sales	40	16	40%
4	Vacant	Sales	40	3	8%
5	Megry	Sales	40	1	3%
PURWAKARTA					
1	Ari	Kep Cab	160	0	0%
2	Asep	Sales	40	1	3%
3	Januar	Sales	40	0	0%
4	Ego Muskhita	Sales	40	1	3%
5	Anggi Reva	Sales	40	0	0%
KEBUMEN					
1	Joko	Kep Cab	120	29	24%
2	Harmoko	Sales	40	9	23%
3	Wahyu	Sales	40	9	23%
4	Raswanto	Sales	40	11	28%
5		Sales	40		0%

Gambar 3.2.8 Dashboard Sales & Revenue Bagian TO

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Terakhir, setelah proses pengecekan pada data TO sebelumnya, penulis akan memasukkan jumlah TO yang sesuai dengan ketentuan sebelumnya pada dashboard Sales & Revenue berdasarkan data pengecekan tersebut. Pengisian harus dilakukan dengan teliti dikarenakan setiap jumlah TO akan ditambahkan kepada sales yang mendapatkan TO tersebut, contohnya apabila sales A mendapatkan 3 TO maka Ia juga akan didata mendapatkan 3 TO di dalam dashboard. Semakin banyak TO yang sales dapatkan akan semakin baik dikarenakan TO sendiri merupakan salah satu bagian aspek yang

dinilai dalam KPI. Dalam dashboard ini sendiri terdapat target total TO yang harus dicapai setiap bulannya oleh para sales, kepala cabang, dan NSM. Tak hanya itu saja, dashboard ini juga dilengkapi dengan ACH (Achievement) agar perusahaan dapat mengetahui ekspansi di wilayah mana saja yang tidak berjalan lancar dan merata.

3.2.2.3 Menjadikan Data Penjualan dari Team Sales Perusahaan sebagai Laporan

Setelah melakukan pengumpulan data terhadap hasil penjualan para sales Artindo Paint setiap harinya, data-data tersebut kemudian dijadikan laporan tersendiri yang berbentuk narasi dan dijelaskan secara langsung kepada NSM setiap minggunya. Tujuan dari adanya laporan data penjualan team sales dengan bentuk rangkuman tertulis tersebut adalah agar penulis sendiri dapat memberikan penjelasan kepada NSM berisikan rangkuman hasil penjualan mingguan dan bulanan yang telah dikumpulkan, rangkuman naik dan turunnya penjualan, serta kesimpulan wilayah saja mana yang memerlukan strategi marketing tambahan berdasarkan naik turunnya data penjualan tadi.

Rutinitas penulis dalam menjadikan data penjualan oleh para sales sebagai laporan ini biasanya dilakukan setiap menjelang akhir minggu dan bulan kerja, dimana hal ini bertujuan agar data tersebut dapat diberikan kepada NSM, kepala wilayah dan kepala cabang sebagai laporan akhir penjualan setiap minggu serta setiap bulan. Dengan ini, maka para team sales dan marketing dapat segera membuat atau meningkatkan strategi marketing tambahan setiap minggunya berdasarkan mingguan saat ini.



Gambar 3.3.1 Laporan Sales Revenue APS & SOIP Bulan Februari

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

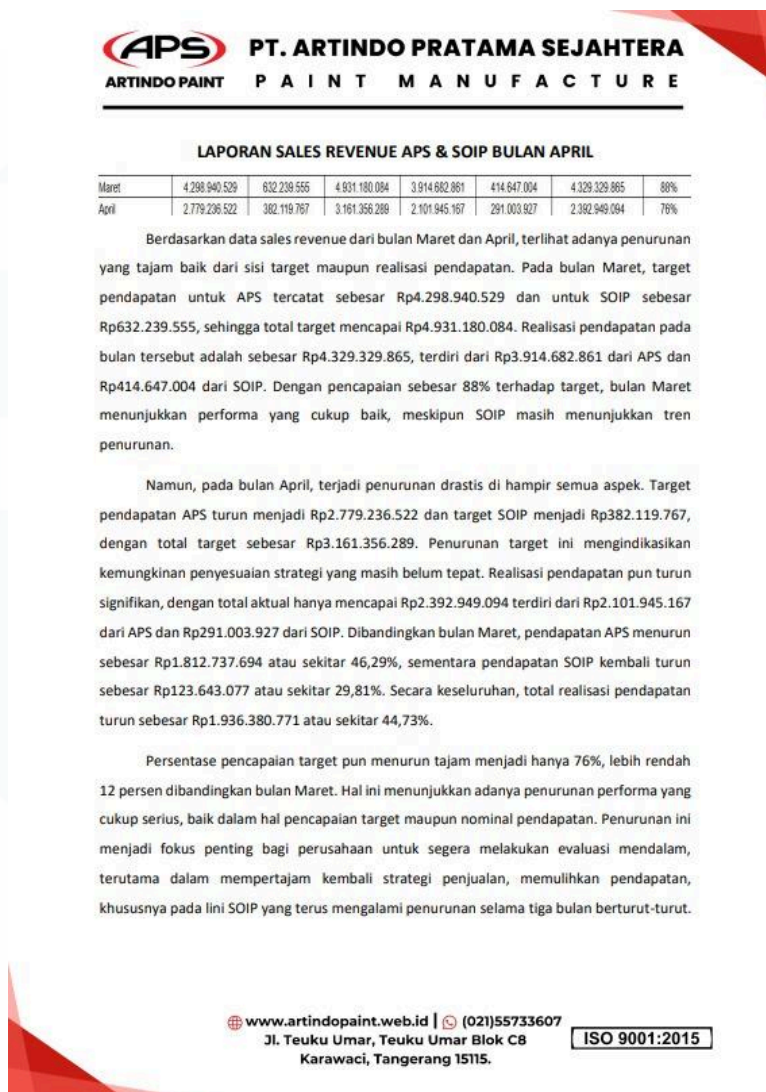
Gambar 3.3.1 di atas merupakan hasil rangkuman yang penulis buat untuk dijadikan sebagai laporan setiap bulannya dan diberikan kepada NSM untuk dilihat dan dianalisis lebih lanjut. Seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas, laporan yang penulis buat ini telah berisikan sejumlah rangkuman terkait dengan laporan pendapatan setiap bulannya dari dua perusahaan PT. Artindo Pratama Sejahtera, yakni APS dan SOIP. Tak hanya itu saja, laporan ini juga memuat berbagai informasi lainnya seperti total target pendapatan setiap

bulannya yang harus dipenuhi serta realisasi yang dapat dicapai oleh tim sales pada bulan tersebut itu juga. Laporan ini juga merangkum naik dan turunnya pendapatan dari dua perusahaan serta garis besar Ach (Achievement) yang tercapai pada bulan sebelumnya dan bulan pada waktu itu dalam bentuk persenan. Berikut ini juga merupakan beberapa gambar tambahan yang memuat laporan pada bulan Maret dan April.



Gambar 3.3.2 Laporan Sales Revenue APS & SOIP Bulan Maret

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)



Gambar 3.3.3 Laporan Sales Revenue APS & SOIP Bulan April

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Dapat terlihat pada gambar 3.3.1, 3.3.2, dan 3.3.3, berdasarkan data yang telah disajikan oleh penulis melalui laporan tertulis bahwa telah terjadi penurunan yang sangat tajam signifikan terhadap pendapatan penjualan perusahaan PT. Artindo Pratama Sejahtera. Laporan tertulis

yang berisikan data peningkatan dan penurunan pendapatan penjualan dari perusahaan PT. Artindo Pratama Sejahtera ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar untuk membuat strategi pemasaran lebih lanjut dalam rangka untuk meningkatkan kembali performa penjualan dari sales dan mempertahankan arus kas masuk milik perusahaan.

Semua data yang digunakan oleh penulis dalam membuat laporan tertulis ini didapatkan dari dashboard Sales & Revenue yang sebelumnya ditarik dari Maserp. Adapula data utama yang digunakan dari dashboard Sales & Revenue tersebut adalah adalah total pendapatan skala nasional, yang artinya data ini memuat total pendapatan dari seluruh wilayah milik PT. Artindo Pratama Sejahtera beroperasi. Data ini dipilih dan digunakan agar NSM dan penulis dapat melihat gambaran besar strategi pemasaran yang dilakukan sebelumnya berjalan secara efektif dan efisien atau tidak tanpa membandingkan antar satu wilayah dengan wilayah lainnya.

Januari	3.353.770.549	543.093.418	3.896.863.967	2.956.066.349	588.198.796	3.544.265.145	91%
Februari	3.944.669.115	559.600.657	4.504.269.772	3.333.940.006	427.751.983	3.761.691.989	84%

Gambar 3.3.4 Data Sales & Revenue Bulan Februari

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Februari	3.944.669.115	559.600.657	4.504.269.772	3.333.940.006	427.751.983	3.761.691.989	84%
Maret	4.298.940.529	632.239.555	4.931.180.084	3.914.682.861	414.647.004	4.329.329.865	88%

Gambar 3.3.5 Data Sales & Revenue Bulan Maret

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Maret	4.298.940.529	632.239.555	4.931.180.084	3.914.682.861	414.647.004	4.329.329.865	88%
April	2.779.236.522	382.119.767	3.161.356.289	2.101.945.167	291.003.927	2.392.949.094	76%

Gambar 3.3.6 Data Sales & Revenue Bulan April

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

3.2.2.4 Membantu Team Sales Merancang dan Melaksanakan Strategi Pemasaran

Setelah membuat laporan akhir yang berisikan data-data penjualan dari team sales ketika di lapangan sebelumnya, tugas penulis yang selanjutnya adalah menganalisis data-data tersebut kembali untuk merancang strategi seperti apa yang cocok digunakan para team sales di atas lapangan pada minggu selanjutnya agar wilayah dari masing-masing mereka dapat mengalami kenaikan penjualan. Biasanya dalam menganalisis data sampai dengan menjadikannya sebagai strategi tambahan untuk para team sales, penulis dibantu dan diawasi secara langsung oleh NSM. NSM memandu penulis dan memberikan saran tambahan mengenai bagaimana cara menganalisis data dengan akurat serta solusi seperti apa yang harus diberikan secara makro (bukan mikro) agar keseluruhan team sales dapat lebih mudah mengaplikasikan strategi tersebut di atas lapangan. Tujuan dari merancang dan melaksanakan strategi pemasaran tersebut adalah untuk meningkatkan kembali pendapatan yang berasal dari penjualan setiap wilayah secara efektif dan maksimal.

Rutinitas penulis dalam membantu team sales merancang dan melaksanakan strategi pemasaran ini dilakukan setiap 2 minggu sekali agar perancangan strategi yang dilakukan dapat menghasilkan strategi yang akurat dan efektif untuk mengatasi permasalahan atau melanjutkan perkembangan team sales selama beberapa minggu terakhir.

Berikut ini merupakan beberapa contoh gambaran kasar dari strategi yang penulis buat untuk mengatasi permasalahan pada revenue milik perusahaan setiap bulannya. Tentunya strategi yang ditampilkan pada gambar di bawah ini merupakan gambaran besar saja dan bukan strategi penuh yang akan dijalankan oleh sales di atas lapangan karena nantinya beberapa strategi ini akan didiskusikan kembali dalam rapat mingguan bersama kepala wilayah, kepala cabang, dan sales.

STRATEGI PEMASARAN APS & SOIP BULAN FEBRUARI

Januari	3.353.770.549	543.083.418	3.896.853.967	2.896.096.349	588.188.796	3.544.285.145	91%
Februari	3.944.889.115	559.600.957	4.504.289.772	3.333.940.008	427.751.983	3.781.691.989	84%

Berdasarkan hasil analisa pada laporan tertulis sebelumnya, terdapat beberapa faktor penting yang menjadi fokus bagi tim sales & marketing untuk diperbaiki dan ditingkatkan:

1. Penurunan Kontribusi Pendapatan SOIP
2. Stabilisasi Pendapatan APS

Masalah Utama yang Dihadapi:

1. Pendapatan SOIP menurun sebesar 27,27% dibandingkan bulan sebelumnya.
2. Total realisasi yang didapatkan tidak mencapai target total pendapatan pada bulan Februari.

Strategi Lanjutan:

1. Melakukan revitalisasi toko yang menjadi customer SOIP sebelumnya.
2. Menawarkan bundling belanja tambahan kepada toko yang membeli produk APS agar customer dapat menjadi lebih tertarik untuk melakukan purchase pada produk SOIP.
3. Melakukan penawaran produk SOIP lebih banyak lagi dengan rutin terhadap setiap customer toko yang dikunjungi.
4. Menjalankan workflow sales yang cepat dengan mendapatkan revenue dari penjualan serta tagihan faktur jatuh tempo.
5. Melakukan mapping wilayah dan cabang mana saja yang berpotensi untuk melakukan pembelian produk SOIP.

Gambar 3.4.1 Contoh Strategi Pemasaran APS & SOIP Bulan Februari

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Gambar 3.4.1 di atas merupakan contoh dokumen tertulis dari strategi pemasaran lebih lanjut yang dibuat oleh penulis sesuai dengan kondisi Sales Revenue pada bulan Februari. Pada bulan tersebut, PT. Artindo Pratama mengalami masalah yang berada pada penurunan kontribusi pendapatan SOIP terhadap total target pendapatan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh NSM serta total realisasi pendapatan yang sama sekali belum mencapai total target pendapatan sebelumnya itu tadi. Berdasarkan permasalahan yang ada, penulis kemudian merumuskan beberapa strategi yang sekiranya dapat mengatasi atau memperbaiki permasalahan tersebut secara makro. Oleh karena itu, di

bawah poin permasalahan tersebut, telah terdapat poin beberapa strategi lanjutan yang disediakan sebagai solusi untuk meningkatkan penjualan dari para sales.

APS PT. ARTINDO PRATAMA SEJAHTERA
ARTINDO PAINT PAINT MANUFACTURE

STRATEGI PEMASARAN APS & SOIP BULAN MARET

Februari	3.944.869.115	559.800.657	4.504.269.772	3.333.940.009	427.751.983	3.761.691.989	84%
Maret	4.298.940.529	632.230.555	4.931.190.084	3.914.082.061	414.047.004	4.329.329.065	88%

Berdasarkan hasil analisa pada laporan tertulis sebelumnya, terdapat beberapa faktor penting yang menjadi fokus bagi tim sales & marketing untuk diperbaiki dan ditingkatkan:

1. Kembalinya Penurunan Kontribusi Pendapatan SOIP
2. Stabilisasi Pendapatan APS
3. Mencapai Total Target Pendapatan

Masalah Utama yang Dihadapi:

1. Pendapatan SOIP menurun sebesar 3,06% dibandingkan bulan sebelumnya.
2. Total realisasi yang didapatkan kembali tidak mencapai target total pendapatan pada bulan Maret
3. Pendapatan SOIP mengalami penurunan tajam selama 2 bulan terakhir
4. Total realisasi yang didapatkan tidak tercapai dalam 2 bulan terakhir

Strategi Lanjutan:

1. Melakukan mapping untuk mengunjungi toko secara teratur dalam meningkatkan pendapatan APS agar total target pendapatan dapat tercapai
2. Menempatkan fokus lebih pada tagihan faktur jatuh tempo agar perputaran transaksi yang dapat dilakukan customer menjadi lebih cepat
3. Melakukan revitalisasi toko secara masif yang menjadi customer SOIP sebelumnya.
4. Menawarkan bundling belanja tambahan kepada toko yang membeli produk APS agar customer dapat menjadi lebih tertarik untuk melakukan purchase pada produk SOIP.
5. Melakukan penawaran produk SOIP lebih banyak lagi dengan rutin terhadap setiap customer toko yang dikunjungi.
6. Menjalankan workflow sales yang cepat dengan mendapatkan revenue dari penjualan serta tagihan faktur jatuh tempo.

www.artindopaint.web.id | (021)55733607
Jl. Teuku Umar, Teuku Umar Blok C8
Karawaci, Tangerang 15115. ISO 9001:2015

Gambar 3.4.2 Contoh Strategi Pemasaran APS & SOIP Bulan Maret

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Strategi yang dibuat oleh penulis dapat bertambah ataupun berkurang tergantung dengan kondisi pada setiap minggu dan setiap bulannya. Beberapa dari strategi ini dapat dikembangkan dan menjadi

[illegible]

ISO 9001:2015

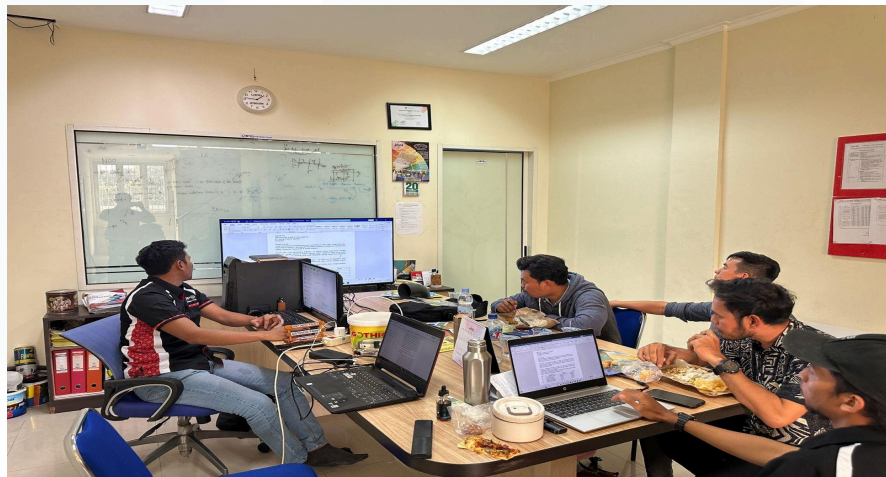
(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

Gambar 3.4.3 di atas merupakan gambar dari contoh

58
Peranan Sales dan Market..., Marcellino, Universitas Multimedia Nusantara

kepala wilayah dapat menambahkannya sendiri ke dalam format task yang telah disediakan sebelumnya.

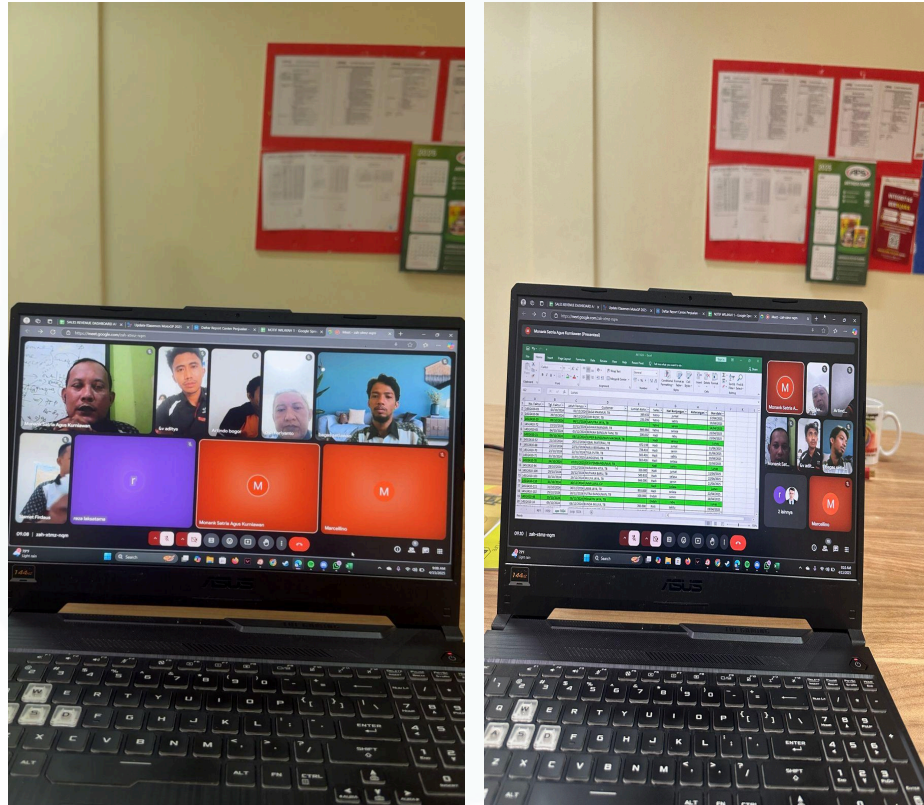
Selain itu juga, terdapat strategi lainnya yang dapat disesuaikan dan dikembangkan oleh kepala wilayah itu sendiri, seperti yang terlihat pada gambar 3.4.3, dimana strategi yang berkaitan dengan mapping wilayah dapat diubah dan disesuaikan oleh kepala wilayah sesuai dengan wilayah yang berisikan toko potensial sebagai customer dari PT. Artindo Pratama Sejahtera.



Gambar 3.4.4 Rapat Strategi Pemasaran Offline

Setelah adanya strategi pemasaran yang tercipta, maka penulis dan NSM akan mengadakan rapat bersama kepala wilayah dan kepala cabang untuk membahas lebih lanjut terkait dengan strategi tersebut. Rapat ini juga dijadikan sebagai ajang diskusi terkait kelebihan dan kekurangan yang ada pada strategi tersebut. Awalan rapat ini dibuka dengan penulis yang menjelaskan beberapa strategi pemasaran yang ada serta NSM yang menjelaskan lebih lanjut terkait dengan alasan mengapa strategi tersebut harus dijalankan. Lalu, rapat ini akan dilanjutkan dengan para kepala wilayah dan kepala cabang yang bertanya sekaligus berdiskusi mengenai hal apa saja yang kurang dimengerti selama sesi penjelasan sebelumnya berlangsung. Sesi akan ditutup apabila para kepala wilayah dan kepala cabang telah

mengetahui tugas utama mereka dalam mengeksekusi strategi pemasaran yang dibahas sebelumnya.



Gambar 3.4.5 Rapat Strategi Pemasaran Online Kepala Wilayah dan Kepala Cabang

(Sumber gambar: dokumentasi pribadi, 2025)

3.2.2.5 Mempelajari dan Menganalisis Tren dan Pasar serta Para Pesaing

Terakhir, sebagai seorang asisten NSM juga, penulis memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mempelajari dan menganalisis tren pasar serta pesaing yang memiliki bisnis yang sama. Analisis tren pasar dan pesaing ini dilakukan agar penulis dapat melihat seperti apa kebutuhan yang pelanggan butuhkan dan harapkan dalam membeli produk yang ditawarkan oleh Artindo serta bedanya dengan produk

yang ditawarkan oleh pesaing lainnya. Tujuan dari adanya pengetahuan dari analisis trend dan pasar ini adalah agar PT. Artindo Pratama Sejahtera dapat lebih strategis dalam menawarkan produk apa saja yang cocok dengan kebutuhan pelanggan secara tepat dan meminimalisir kompetisi dengan para pesaing.

Rutinitas dalam mempelajari dan menganalisis tren pasar serta pesaing ini dilakukan oleh penulis dalam rentang waktu 1 bulan sekali agar tren yang dianalisis dapat lebih akurat serta cocok dengan data hasil penjualan selama 1 bulan sebelumnya.

Dengan adanya beberapa tugas dan uraian kerja yang penulis dapatkan di atas, penulis menilai bahwa setiap dari tugas dan uraian kerja tersebut memiliki manfaat tersendiri bagi penulis dalam segi sales & marketing. Penulis menjadi lebih terampil dalam berperan sebagai seorang sales, market analyst, dan juga admin. Tak hanya itu saja, penulis juga mendapatkan sejumlah ilmu terkait dengan bagaimana proses bekerjanya workflow pada industri manufaktur (khususnya dalam hal ini adalah industri cat) dan dunia sales marketing itu sendiri. Penulis menyadari bahwa ilmu sales & marketing bukan hanya sekedar menjual dan mempromosikan suatu produk atau layanan saja, namun juga tentang bagaimana membuat para calon customer dapat menjadi lebih aware terhadap brand serta membuat calon customer tersebut menjadi customer yang loyal di masa yang akan mendatang agar pemerataan distribusi penjualan di setiap wilayah dapat dilakukan demi menjaga dan meningkatkan tingkat ekspansi bisnis perusahaan yang telah ada.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Sebagai seseorang yang baru mempelajari dan bergabung dalam dunia kerja asli, penulis menemukan dan mengalami beberapa kendala tersendiri saat melakukan pekerjaannya saat ini. Berikut ini merupakan beberapa kendala yang saya alami selama memulai magang di dunia pekerjaan:

3.3.1 Kendala Internal

3.3.1.1 Kurangnya Pengalaman dalam Dunia Pekerjaan

Kurangnya pengalaman dalam dunia pekerjaan menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh penulis selama menjalani masa magang kerja saat ini. Minimnya jam terbang dan keterlibatan langsung dalam dunia pekerjaan menyebabkan penulis mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja PT. Artindo Pratama Sejahtera yang sangat dinamis dan penuh tuntutan. Penulis merasa kurang percaya diri dalam melakukan pekerjaannya, serta cenderung memerlukan waktu yang lebih lama untuk memahami alur kerja dan tanggung jawab yang diberikan. Hal ini berdampak pada proses penyelesaian tugas-tugas yang sering kali terlambat dari waktu yang telah ditentukan. Selain itu, karena belum terbiasa dengan standar kerja di perusahaan, penulis juga masih memerlukan bimbingan yang cukup sering dari atasan, atau dalam hal ini National Sales Manager (NSM), untuk memastikan bahwa setiap hasil kerja yang diserahkan dapat memenuhi ekspektasi dan standar kualitas yang telah ditetapkan. Meskipun demikian, bimbingan yang diberikan menjadi pengalaman belajar yang sangat berharga dan mendorong penulis untuk terus berkembang dan meningkatkan kemampuan diri agar dapat lebih mandiri dan kompeten di masa mendatang.

3.3.1.2 Kurangnya Kemampuan dalam Menyelesaikan Pekerjaan

Selama menjalani praktek kerja di perusahaan, penulis menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan jenis pekerjaan yang diberikan. Hal ini disebabkan oleh perbedaan yang cukup signifikan antara tugas-tugas yang biasa dikerjakan dalam dunia perkuliahan dengan pekerjaan nyata di lingkungan pekerjaan. Di dunia perkuliahan, penulis lebih banyak menghadapi teori dan contoh kasus, sementara di dunia kerja, penekanan lebih besar diberikan pada praktek secara langsung, ketepatan waktu, dan hasil yang konkret sesuai dengan target perusahaan. Perbedaan ini menyebabkan penulis merasa kesulitan

dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan secara efektif dan efisien. Penulis menyadari bahwa kemampuan yang dimiliki sebelumnya belum sepenuhnya mencukupi untuk memenuhi tuntutan pekerjaan yang nyata, sehingga diperlukan usaha tambahan untuk mempelajari dan menyesuaikan kembali kemampuan yang lebih relevan dengan setiap pekerjaan yang dihadapi. Meskipun menjadi tantangan, pengalaman ini menjadi penting bagi penulis untuk mengembangkan kompetensi dunia kerja yang lebih matang di masa depan.:

3.3.2 Kendala Eksternal

3.3.2.1 Terbatasnya Jumlah Karyawan dalam Divisi Sales & Marketing

Selama menjalani proses magang di divisi Sales & Marketing, penulis menghadapi kendala eksternal yang cukup besar, yaitu terbatasnya jumlah karyawan yang berada dalam divisi tersebut. Kondisi ini memberikan dampak langsung terhadap efektivitas proses pembelajaran dan pemahaman penulis terhadap jobdesk yang telah diberikan. Dengan jumlah karyawan yang terbatas, intensitas interaksi antara penulis dan karyawan menjadi sangat terbatas karena para karyawan yang ada pun minim informasi terkait divisi dari penulis itu sendiri. Akibatnya, penulis mengalami kesulitan dalam menggali informasi lebih dalam mengenai jobdesk di bidang Sales & Marketing secara langsung dari para karyawan yang berpengalaman. Dalam kondisi seperti ini, penulis menjadi sangat bergantung pada National Sales Manager (NSM) sebagai satu-satunya sumber utama pembelajaran yang dapat dijangkau selama proses magang berlangsung. Ketergantungan ini pada akhirnya membuat proses pengembangan wawasan dan keterampilan penulis menjadi kurang optimal karena tidak semua pertanyaan maupun kebutuhan pembelajaran dapat selalu ditanggapi secara cepat atau mendalam oleh

NSM yang juga memiliki fokus pada beban kerja yang cukup tinggi. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi penulis dalam upaya memaksimalkan pengalaman magang yang seharusnya bisa menjadi sarana pembelajaran di lingkungan kerja nyata.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Meskipun penulis mengalami beberapa kendala yang ditemukan saat melakukan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan, penulis telah menemukan beberapa solusi untuk mengatasi kendala tersebut, yakni:

3.4.1 Belajar dan Meminta Saran kepada Karyawan Berpengalaman Sesuai Bidangnya

Salah satu upaya yang dilakukan oleh penulis untuk mengatasi keterbatasan dalam beradaptasi dan menyelesaikan pekerjaan adalah dengan aktif belajar dan meminta saran kepada karyawan yang lebih berpengalaman di lingkungan perusahaan Artindo. Langkah ini secara tidak langsung dapat membantu penulis dalam mempercepat proses adaptasi terhadap budaya kerja serta memahami tanggung jawab dan cara kerja yang berlaku di perusahaan. Karyawan yang telah lama bekerja di perusahaan umumnya memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, baik dalam hal teknis pekerjaan maupun dalam menghadapi situasi-situasi tertentu yang muncul di dunia kerja meskipun tidak berada dalam divisi yang sama. Dengan mendengarkan pengalaman mereka, penulis memperoleh berbagai pembelajaran yang bersifat praktis dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Penulis juga lebih mudah memahami kesalahan-kesalahan yang sebaiknya dihindari serta strategi-strategi efektif dalam menyelesaikan tugas. Saran dan bimbingan yang diberikan oleh para karyawan ini menjadi bekal penting untuk menggantikan minimnya pengalaman pribadi yang dimiliki oleh penulis. Selain itu, proses ini juga membuka kesempatan bagi penulis untuk membangun hubungan kerja yang baik dengan

rekan-rekan di perusahaan, yang pada akhirnya juga menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman dan kolaboratif. Melalui interaksi ini, penulis tidak hanya meningkatkan keterampilan, tetapi juga belajar mengenai nilai-nilai profesionalisme, kerja sama tim, dan etika kerja yang berlaku di lingkungan perusahaan.

3.4.2 Tekun untuk Mempelajari Setiap Aspek Pekerjaan

Dalam menghadapi tantangan di dunia kerja, penulis menyadari bahwa rasa tekun merupakan kunci utama untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan. Oleh karena itu, penulis berusaha untuk tekun mempelajari setiap aspek pekerjaan yang diberikan selama menjalani masa praktik kerja di perusahaan Artindo. Ketekunan ini diwujudkan melalui berbagai cara, seperti memperhatikan setiap instruksi dari atasan, mencatat hal-hal penting yang ditemui saat bekerja, serta mencari tahu lebih lanjut mengenai sistem kerja yang digunakan di perusahaan. Dengan melakukan hal tersebut secara konsisten, penulis secara perlahan mulai memahami alur kerja secara menyeluruh, mulai dari tahap instruksi hingga pelaksanaan tugas.

Melalui proses pembelajaran yang berkelanjutan ini, penulis dapat mengidentifikasi bagian-bagian pekerjaan mana yang masih belum dikuasai dengan baik, serta memahami kesalahan-kesalahan yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini memungkinkan penulis untuk melakukan evaluasi diri dan memperbaiki kekurangan secara bertahap. Selain itu, ketekunan dalam mempelajari setiap aspek pekerjaan juga membantu penulis dalam membangun kepercayaan diri dan meningkatkan efektivitas kerja dari waktu ke waktu. Permasalahan awal berupa keterbatasan kemampuan secara perlahan mulai teratasi seiring dengan meningkatnya pemahaman terhadap tanggung jawab yang diemban. Pada akhirnya, sikap tekun ini tidak hanya berdampak positif terhadap peningkatan kualitas pekerjaan, tetapi juga menjadi pembelajaran penting bagi penulis dalam mengembangkan

profesionalisme dan kesiapan untuk terjun secara penuh ke dunia kerja sebenarnya di masa mendatang.

3.4.3 Inisiatif untuk Mandiri dalam Memperoleh Pengetahuan dan Keterampilan

Untuk mengatasi kendala yang timbul akibat terbatasnya jumlah karyawan di divisi Sales & Marketing, penulis menyadari perlunya mengambil inisiatif pribadi dalam mencari solusi untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan mencari informasi secara mandiri, baik melalui situs online, membaca artikel, buku, atau mengikuti pelatihan-pelatihan terkait dengan bidang Sales & Marketing. Dengan pendekatan ini, penulis dapat menggali lebih dalam mengenai teori-teori dan konsep-konsep bisnis yang mungkin belum dijelaskan secara langsung oleh NSM, serta memperoleh wawasan tambahan yang dapat melengkapi pembelajaran selama magang. Selain itu, penulis juga dapat melakukan observasi mandiri di sekitar lingkungan kerja, mengamati cara kerja rekan-rekan di divisi yang lebih senior, atau melihat bagaimana mereka berinteraksi dengan klien serta karyawan lain dan menangani berbagai tugas yang menjadi bagian dari jobdesk. Observasi ini tidak hanya membantu penulis memahami lebih dalam alur kerja di divisi tersebut, tetapi juga memberikan pemahaman praktis yang lebih luas mengenai tantangan yang dihadapi oleh tim Sales & Marketing. Dengan melakukan upaya-upaya tersebut, penulis dapat mengoptimalkan proses magang dan mendapatkan ilmu serta pengalaman yang lebih mendalam meskipun dengan keterbatasan sumber daya manusia di dalam divisi tersebut.