

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

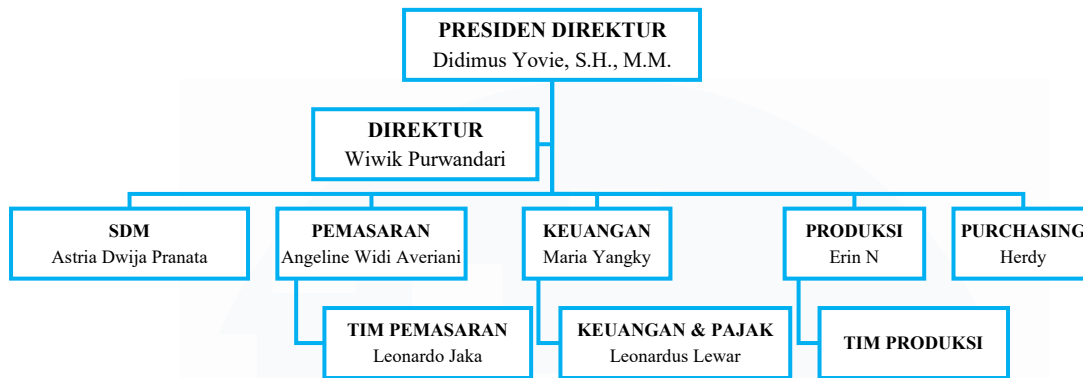
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani praktik kerja magang di PT Gema Citra Persada, penulis mendapatkan penempatan di Departemen Marketing, lebih tepatnya pada Divisi Sales Marketing yang berfokus pada penawaran dan penjualan layanan pemasangan pelapisan karet industri (rubber lining) kepada pelanggan korporat. Kegiatan magang ini berlangsung selama empat bulan, dimulai dari tanggal 17 Januari 2025 hingga 17 Mei 2025, dengan skema kerja penuh waktu mengikuti jam operasional perusahaan, yaitu pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dari Senin hingga Jumat.

Selama periode magang, penulis bekerja di bawah bimbingan langsung Ibu Angeline Widi Averiani selaku Leader Pemasaran. Beliau berperan aktif sebagai pembimbing lapangan yang memberikan pengarahan, tugas, dan evaluasi secara berkala untuk memastikan pencapaian tujuan pembelajaran di tempat kerja. Pada bulan pertama masa magang, penulis mengikuti serangkaian program pelatihan internal (onboarding training) yang dirancang untuk membekali peserta magang dengan pengetahuan dasar yang relevan. Materi pelatihan meliputi pengenalan produk dan layanan utama perusahaan, seperti rubber lining, epoxy coating, dan ceramic coating, serta pemahaman tentang proses instalasi, segmentasi pasar, dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh PT Gema Citra Persada di sektor jasa pelindung industri.

Selain itu, penulis juga diberikan materi mengenai teknik komunikasi bisnis, prinsip dasar pemasaran B2B, serta etika profesional dalam dunia kerja, termasuk cara berinteraksi dengan pelanggan industri, menjaga kerahasiaan data perusahaan, dan menjaga sikap serta penampilan selama berhadapan dengan klien. Pelatihan ini memberikan landasan yang kuat bagi penulis sebelum mulai menjalankan tugas-tugas yang bersifat praktis di lapangan.

Pelatihan ini bertujuan untuk membekali penulis dengan pengetahuan dasar yang diperlukan dalam menjalankan tugas di divisi *Sales Marketing*. Selain mengikuti pelatihan, penulis juga diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proyek yang sedang berjalan di perusahaan.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Gema Citra Persada

(SUMBER: Data Perusahaan 2025)

Melalui keterlibatan ini, penulis dapat memahami secara lebih mendalam mengenai jasa yang ditawarkan oleh PT. GEMA CITRA PERSADA, serta bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam praktiknya. Pengalaman ini memberikan wawasan yang berharga terkait proses kerja di dunia industri, khususnya dalam bidang *Sales* dan *Marketing*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Gema Citra Persada, penulis diberikan tanggung jawab untuk melaksanakan berbagai tugas yang bersifat individu maupun kolaboratif bersama tim, sesuai dengan arahan dan bimbingan dari Supervisor Pemasaran. Penugasan tersebut tidak hanya berorientasi pada pembelajaran akademik, tetapi juga diarahkan untuk mendukung pencapaian target tahunan perusahaan, khususnya dalam aspek pengembangan penawaran layanan dan perluasan jaringan pelanggan B2B.

Sebagai peserta magang, penulis didorong untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan operasional sehari-hari di divisi Sales, mulai dari merespons permintaan penawaran dari pelanggan, menyusun dokumen quotation secara profesional, hingga melakukan komunikasi tindak lanjut untuk mendorong keputusan pembelian. Selain itu, penulis juga dilibatkan dalam diskusi tim, pertemuan koordinasi dengan bagian produksi dan keuangan, serta sesi evaluasi strategi pemasaran.

Seluruh tugas yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman penulis terhadap proses penjualan layanan berbasis solusi teknis, sekaligus melatih ketanggapan, ketelitian, dan

daya saing dalam menyelesaikan pekerjaan. Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya belajar tentang fungsi pemasaran dalam konteks industri, tetapi juga memperoleh wawasan nyata tentang pentingnya kerja sama lintas departemen dalam mencapai hasil kerja yang optimal.

Berikut tugas yang dilakukan oleh penulis selama magang, yang di buat dalam table berikut ini:

Tabel 3.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

NO	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Hasil
1	Menerima permintaan penawaran dari pelanggan	Memahami kebutuhan pelanggan terkait pemasangan karet industri	Sales/Pemasaran, Tim Produksi untuk memastikan ketersediaan layanan dan jadwal pemasangan	Pelanggan mendapatkan penawaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga dapat mempertimbangkan lebih lanjut untuk bekerja sama dengan perusahaan.
2	Menyusun dan mengirimkan penawaran harga via email	Memberikan informasi harga dan layanan kepada pelanggan	Sales/Pemasaran, Keuangan untuk menentukan harga jual yang kompetitif dan sesuai kebijakan perusahaan	Pelanggan menerima penawaran harga yang jelas dan lengkap, sehingga dapat meninjau spesifikasi serta biaya yang diperlukan sebelum mengambil keputusan.
3	Follow-up pelanggan terkait penawaran yang dikirimkan	Memastikan pelanggan mempertimbangkan penawaran dan memberikan tanggapan	Sales/Pemasaran Customer Service untuk menangani pertanyaan teknis atau administratif dari pelanggan	Pelanggan mendapatkan penjelasan lebih lanjut mengenai penawaran dan dapat melakukan diskusi lebih lanjut jika ada perubahan atau kebutuhan tambahan.

4	Negosiasi harga dan layanan dengan pelanggan	Menyesuaikan penawaran agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tetap menguntungkan perusahaan	Sales/Pemasaran ,Manajemen & Keuangan untuk menentukan batas negosiasi harga	Pelanggan dan perusahaan mencapai kesepakatan harga yang saling menguntungkan, sehingga proses transaksi dapat dilanjutkan dengan persetujuan kedua belah pihak.
5	Menutup transaksi dan menjadwalkan pemasangan	Mengonfirmasi kesepakatan dan memastikan kelancaran eksekusi pemasangan	Sales/Pemasaran Tim Produksi & Purchasing untuk menyiapkan material dan jadwal pemasangan	Proyek berjalan sesuai jadwal yang telah disepakati, pemasangan dilakukan dengan baik, dan pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.
6	Mendata jumlah Purchase Order (PO) tiap bulan	Memonitor dan mengevaluasi volume transaksi pelanggan secara berkala	Sales/Pemasaran, Tim Keuangan untuk sinkronisasi data administrasi dan validasi dokumen PO	Data PO tersimpan dengan rapi dan akurat, sehingga dapat digunakan untuk analisis performa penjualan bulanan dan pengambilan keputusan strategis perusahaan.
7	Membantu Persiapan Presentasi atau Proposal Penjualan	Mendukung tim sales dalam menyusun materi promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan klien potensial.	Berkolaborasi dengan Tim Desain dan Marketing untuk memastikan visual dan konten proposal selaras dengan brand dan target pasar.	Proposal penjualan yang lebih profesional dan menarik, meningkatkan kepercayaan klien, serta memperbesar peluang closing deal dengan klien B2B.

(SUMBER :Data Perusahaan ,2025)



Gambar 3.1 Pengenalan Produk

Pada gambar di atas, penulis didampingi oleh pembimbing lapangan, Ibu Angeline Widi Averiani, untuk mengikuti sesi pengenalan produk di PT Gema Citra Persada. Kegiatan ini merupakan bagian dari program orientasi awal yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai jasa-jasa unggulan yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam sesi ini, penulis berkesempatan untuk berdiskusi langsung dengan pembimbing mengenai berbagai aspek teknis dari produk dan layanan yang akan dipasarkan, mulai dari spesifikasi material, prosedur pemasangan, standar mutu, hingga keunggulan kompetitif dibandingkan dengan kompetitor di industri sejenis.

Penulis juga memperoleh penjelasan mengenai nilai tambah dari layanan perusahaan, seperti efisiensi jangka panjang, daya tahan terhadap lingkungan ekstrem, serta fleksibilitas dalam menyesuaikan desain dengan kebutuhan klien. Hal ini memberikan pemahaman menyeluruh

mengenai proposisi nilai yang harus dikomunikasikan kepada pelanggan selama proses penawaran.

Pengenalan produk ini sangat penting bagi penulis karena menjadi landasan utama dalam menjalankan seluruh aktivitas penjualan, mulai dari penyusunan quotation, tindak lanjut penawaran (follow-up), komunikasi dengan calon pelanggan, hingga proses negosiasi. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap jasa yang ditawarkan, penulis dapat menjawab pertanyaan klien dengan lebih percaya diri dan meyakinkan, serta mampu menyesuaikan pendekatan pemasaran berdasarkan karakteristik masing-masing pelanggan. Selain itu, pemahaman yang baik terhadap produk juga sangat membantu dalam membangun kredibilitas dan menjalin hubungan bisnis jangka panjang yang lebih efektif dengan pelanggan korporat.

3.2.1 Menerima permintaan penawaran dari pelanggan

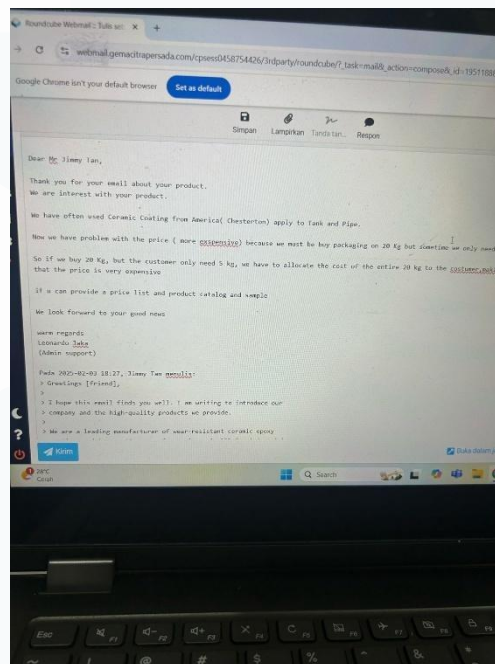
Salah satu tugas utama yang dijalankan penulis selama praktik magang di PT Gema Citra Persada adalah menerima permintaan penawaran dari pelanggan, **Sales Process Theory (Kotler & Keller, 2016)**, Tahapan seperti prospecting, presenting, handling objections, dan closing menjadi sangat nyata dalam proses penawaran ini. yang dalam konteks ini umumnya berasal dari perusahaan-perusahaan mitra dalam skema Business to Business (B2B). Permintaan penawaran tersebut dapat berupa kebutuhan untuk pemasangan layanan pelindung seperti **rubber lining**, **epoxy coating**, atau layanan teknis lainnya yang disesuaikan dengan spesifikasi proyek industri klien.

Tugas ini diberikan kepada penulis dengan tujuan untuk melatih ketelitian dan kepekaan dalam menangani kebutuhan klien industri yang cenderung kompleks, detail, dan teknis. Sebagai tahap awal dalam proses penjualan, penulis dituntut untuk memahami terlebih dahulu latar belakang permintaan yang masuk—baik dari sisi jenis layanan yang dibutuhkan, urgensi waktu pengerjaan, volume atau luas area pekerjaan, hingga kondisi lokasi yang memengaruhi proses pemasangan. Semua informasi ini menjadi dasar penting dalam menyusun penawaran harga yang relevan dan kompetitif.

Dalam praktiknya, permintaan penawaran disampaikan melalui berbagai kanal komunikasi resmi perusahaan, seperti email bisnis, telepon kantor, atau bahkan formulir kontak di website

perusahaan. Penulis bertugas untuk mencatat dan merespons setiap permintaan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Proses ini mencakup dokumentasi awal, klasifikasi jenis layanan yang diminta, dan koordinasi awal dengan tim teknis serta keuangan untuk menilai kelayakan proyek.

Karena berhadapan langsung dengan pelanggan korporat, setiap tanggapan terhadap permintaan penawaran harus disusun dengan bahasa yang profesional, tepat waktu, dan mencerminkan citra perusahaan. Dalam konteks B2B, respons awal yang cepat dan akurat memiliki peran penting dalam membangun kesan pertama yang positif serta meningkatkan peluang kelanjutan kerja sama. Oleh karena itu, kemampuan dalam memahami kebutuhan teknis dan mengomunikasikannya secara efektif menjadi keterampilan penting yang dilatih melalui tugas ini.



Gambar 3.2 Aktivitas Menerima permintaan penawaran dari pelanggan

3.2.2 Menyusun dan mengirimkan penawaran harga via email

Setelah menerima permintaan penawaran dari pelanggan, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah menyusun dokumen penawaran harga (quotation) sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi teknis yang disampaikan oleh calon klien. Proses penyusunan penawaran ini

mengikuti standar dan prosedur internal yang telah ditetapkan oleh PT Gema Citra Persada, guna memastikan bahwa setiap dokumen yang dikirimkan bersifat profesional, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam menyusun penawaran, penulis tidak hanya mencantumkan harga, tetapi juga memasukkan informasi penting lainnya seperti deskripsi layanan, ruang lingkup pekerjaan, estimasi waktu pelaksanaan, syarat dan ketentuan pembayaran, serta ketentuan garansi apabila berlaku. Seluruh informasi tersebut disusun secara sistematis agar mudah dipahami oleh pelanggan korporat, terutama mereka yang berasal dari departemen pengadaan (procurement) atau tim teknis proyek.

Karena penawaran ini bersifat B2B, maka aspek formalitas dan detail teknis sangat diperhatikan. Penulis juga melakukan koordinasi intensif dengan tim keuangan untuk menentukan struktur harga yang tidak hanya kompetitif di pasar, tetapi juga tetap menguntungkan perusahaan. Pertimbangan seperti margin keuntungan, biaya material, ongkos kerja, dan durasi pengerjaan menjadi faktor utama dalam menentukan harga akhir yang ditawarkan.

Setelah disusun dan diverifikasi, penawaran harga dikirimkan melalui email resmi perusahaan dengan format komunikasi yang profesional, lengkap dengan subjek yang jelas dan lampiran dokumen dalam format PDF. Dalam praktiknya, pengiriman penawaran juga disertai dengan kata pengantar (email body) yang ditulis dengan bahasa bisnis yang sopan dan persuasif, bertujuan untuk membangun kesan positif serta mendorong calon klien untuk segera menindaklanjuti.

Tugas ini melatih penulis untuk lebih teliti, komunikatif, dan memahami pentingnya konsistensi dalam menyampaikan nilai produk serta menjaga citra perusahaan di mata mitra bisnis. Dalam konteks B2B, kualitas dan kejelasan penawaran sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan keputusan pembelian pelanggan.



Tangerang, 25 Januari 2025
Hal : Penawaran harga
No : 25006/GCP/Q/I/2025

Kepada Yth,
PT. Minindo Jaya
Up. Bp Peter Budianta

Dengan hormat,
Menjawab permintaan harga mengenai pekerjaan rubber Lining sesuai data yang kami terima ,
bersama ini kami sampaikan penawaran harga sebagai berikut:

A. Harga Di Workshop kami Tangerang

Spool Pipe Dia DN 500 x 8299 mmL	Rp. 83.025.000
Material: Soft Abrasive resistance Hardness 50 – 55 Shore A (sesuai permintaan) 12 mm Thickness 3 mm Flange External painting Jotun Blue grey	
	Rp. 16,250.000

B. Scope pekerjaan

Gambar 3.3 Menyusun dan mengirimkan penawaran harga

3.2.3 Follow-up pelanggan terkait penawaran yang dikirimkan

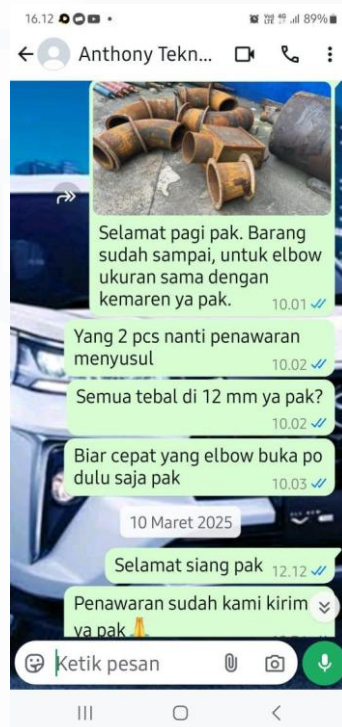
Setelah penawaran harga dikirimkan kepada pelanggan melalui email resmi perusahaan, penulis bertanggung jawab untuk melakukan proses **follow-up** sebagai bagian penting dari siklus penjualan. Tugas ini dilakukan guna memastikan bahwa pelanggan telah menerima, membaca, dan memahami isi penawaran yang disampaikan, serta untuk menindaklanjuti potensi keberlanjutan kerja sama. Dalam konteks Business to Business (B2B), proses follow-up memiliki peran krusial karena pengambilan keputusan biasanya melibatkan banyak pihak dan berlangsung dalam waktu yang relatif panjang.

Sebagai penanggung jawab dari permintaan yang masuk, penulis melakukan komunikasi aktif melalui berbagai saluran, seperti email, panggilan telepon, atau aplikasi pesan profesional sesuai preferensi pelanggan. Dalam komunikasi ini, penulis menanyakan secara sopan dan profesional apakah terdapat hal-hal yang perlu diklarifikasi, apakah pelanggan memiliki pertanyaan tambahan, atau apakah ada kebutuhan untuk melakukan revisi pada penawaran yang telah disusun, baik dari segi harga, waktu pengerjaan, maupun ruang lingkup layanan.

Selain itu, proses follow-up juga memiliki tujuan jangka panjang, yaitu membangun dan memelihara hubungan bisnis yang baik dengan pelanggan. Dengan menjaga komunikasi yang

konsisten dan responsif, penulis berupaya menciptakan kepercayaan serta menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik. Tidak jarang pula dalam proses ini penulis mendapatkan masukan langsung (feedback) dari pelanggan yang sangat berguna untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi penawaran di masa mendatang.

Melalui follow-up yang terstruktur dan tepat waktu, penulis dapat membantu mempercepat proses pengambilan keputusan, meminimalisasi ketidakpastian, serta meningkatkan kemungkinan konversi penawaran menjadi proyek kerja sama yang nyata. Kegiatan ini juga melatih kemampuan komunikasi interpersonal, ketekunan, dan kepekaan dalam membaca situasi bisnis yang menjadi bekal penting dalam dunia pemasaran B2B.



Gambar 3.4 Follow-up pelanggan terkait penawaran yang dikirimkan

3.2.4 Negosiasi harga dan layanan dengan pelanggan

Dalam proses negosiasi, penulis berperan aktif sebagai perwakilan perusahaan dalam menjelaskan secara rinci mengenai harga serta layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, khususnya dalam konteks proyek-proyek industri berbasis B2B. Negosiasi menjadi tahap yang sangat penting karena pelanggan umumnya akan mengevaluasi berbagai aspek secara

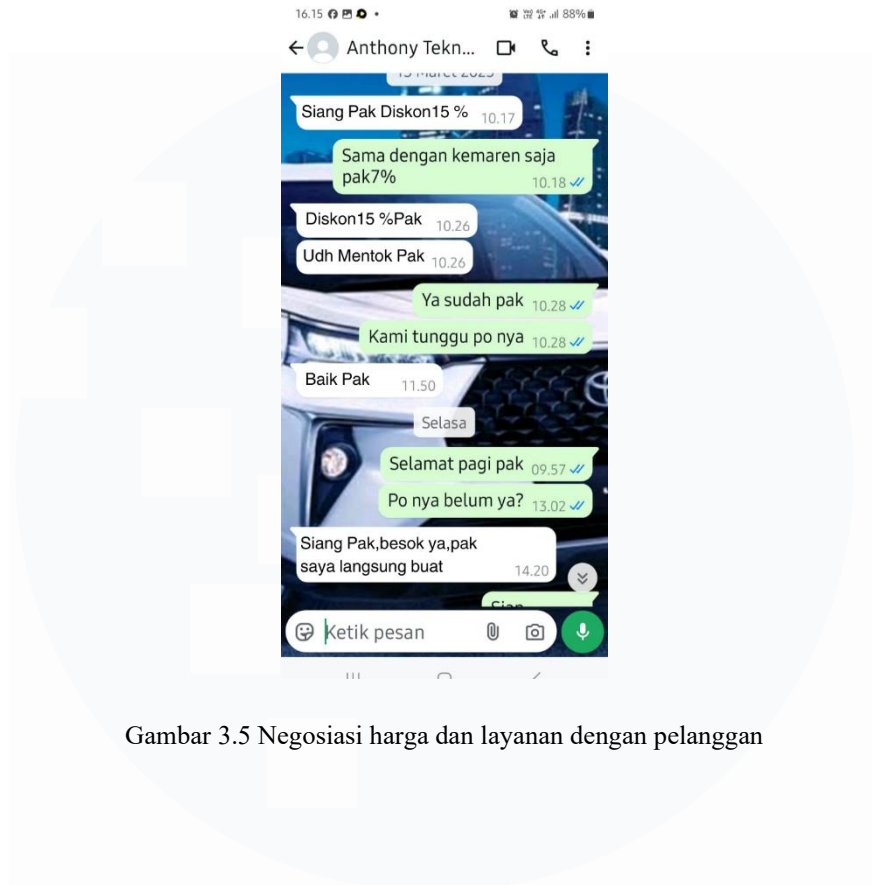
menyeluruh, termasuk harga, kualitas layanan, ketepatan waktu pelaksanaan, serta nilai tambah lain yang diberikan perusahaan.

Tidak jarang pelanggan meminta diskon, penyesuaian harga, atau fleksibilitas pembayaran, sehingga penulis harus mampu menyikapi permintaan tersebut secara bijak dan profesional. Sebelum memberikan tanggapan, penulis melakukan evaluasi awal terhadap permintaan tersebut dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti volume pekerjaan, nilai proyek, status pelanggan (klien lama atau baru), serta kebijakan internal perusahaan mengenai batas diskon maksimum.

Selanjutnya, penulis berkoordinasi dengan tim keuangan dan manajemen pemasaran untuk memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil tetap sesuai dengan kebijakan perusahaan dan tidak merugikan secara finansial. Dalam kasus di mana permintaan diskon tidak dapat dipenuhi, penulis menyampaikan penolakan secara diplomatis dengan menjelaskan alasan logis, seperti tingginya standar kualitas layanan, jaminan hasil kerja, serta manfaat jangka panjang yang akan diterima oleh pelanggan melalui kerja sama dengan PT Gema Citra Persada.

Penulis juga berusaha menekankan nilai tambah layanan dibandingkan hanya fokus pada harga, seperti ketahanan produk, efisiensi waktu pengerjaan, garansi hasil pekerjaan, dan dukungan teknis pasca pemasangan. Pendekatan ini terbukti cukup efektif untuk mengalihkan perhatian pelanggan dari harga semata ke manfaat strategis yang lebih luas.

Melalui proses negosiasi ini, penulis belajar untuk membangun argumentasi yang kuat, melatih keterampilan komunikasi persuasif, serta menjaga keseimbangan antara kebutuhan pelanggan dan kepentingan bisnis perusahaan. Pengalaman ini juga meningkatkan kemampuan penulis dalam menghadapi keberatan dari pelanggan dan memperkuat peran sebagai mediator antara permintaan pasar dan kebijakan internal perusahaan.



Gambar 3.5 Negosiasi harga dan layanan dengan pelanggan

3.2.5 Menutup transaksi dan menjadwalkan pemasangan

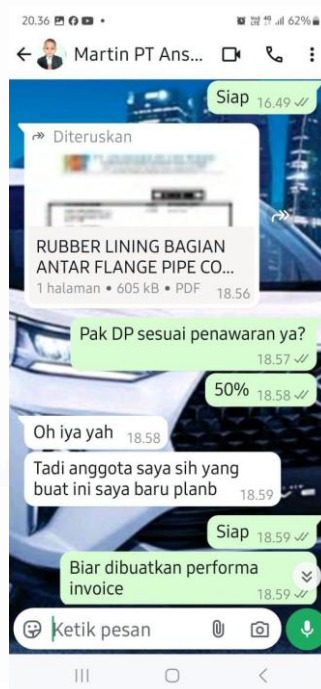
Setelah proses negosiasi selesai dan pelanggan menyetujui penawaran yang diajukan, langkah selanjutnya adalah menutup transaksi secara resmi. Pada tahap ini, penulis bertugas untuk memastikan bahwa seluruh persyaratan yang telah disepakati bersama meliputi harga layanan, kuantitas pekerjaan, metode pembayaran, serta estimasi waktu pelaksanaan telah dikonfirmasi secara tertulis dan dipahami oleh kedua belah pihak tanpa ada ketidaksesuaian.

Penulis kemudian mengoordinasikan proses penerbitan **Purchase Order (PO)** dari pihak pelanggan sebagai dokumen legal yang menjadi dasar pemesanan resmi. PO ini sangat penting dalam konteks transaksi Business to Business (B2B), karena mencerminkan keseriusan kerja sama dan menjadi acuan untuk proses selanjutnya, baik dari sisi administratif maupun operasional.

Setelah PO diterima, penulis segera berkoordinasi dengan tim keuangan untuk memastikan kelengkapan dokumen penagihan, serta menyiapkan invoice sesuai ketentuan pembayaran yang telah disepakati. Penulis juga berkoordinasi dengan tim produksi dan tim teknis operasional untuk menyusun jadwal pemasangan secara detail, menyesuaikan dengan ketersediaan sumber daya dan preferensi waktu dari pihak klien.

Penjadwalan ini harus dilakukan dengan cermat agar tidak terjadi benturan dengan proyek lain, serta memastikan bahwa seluruh alat, bahan, dan personel yang dibutuhkan sudah siap di lapangan pada waktu yang telah ditentukan. Dalam proses ini, penulis juga berperan sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan klien untuk menginformasikan jadwal kerja, durasi pelaksanaan, serta prosedur yang perlu dipersiapkan sebelum pemasangan dimulai.

Tahap penutupan transaksi dan penjadwalan pemasangan ini menjadi momen krusial dalam proses layanan B2B, karena menentukan awal pelaksanaan proyek dan mencerminkan profesionalisme perusahaan dalam menindaklanjuti kerja sama. Pengalaman ini memberikan pembelajaran penting kepada penulis mengenai pentingnya koordinasi lintas divisi, ketelitian administratif, serta komitmen terhadap kepuasan pelanggan industri.



3.2.6 Mendata Jumlah Purchase Order (PO) tiap bulan

Penulis menyusun laporan ini dengan tujuan untuk menjelaskan proses pengelolaan Purchase Order (PO) serta monitoring volume transaksi pelanggan yang dilaksanakan secara rutin di perusahaan. Pendataan jumlah PO setiap bulan merupakan langkah penting untuk menjaga akurasi dan keteraturan data transaksi yang masuk. Dengan pencatatan yang teliti dan sistematis, perusahaan dapat memperoleh data yang lengkap dan dapat dipercaya sebagai dasar analisis performa penjualan.

Selain itu, penulis mengamati bahwa monitoring dan evaluasi volume transaksi pelanggan secara berkala sangat diperlukan untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Aktivitas ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi perubahan pola pembelian serta mengambil langkah strategis yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan pelayanan kepada pelanggan.

Seluruh data PO yang terkumpul kemudian disimpan dengan rapi dan terorganisir dalam sistem penyimpanan perusahaan. Penulis menekankan pentingnya pengelolaan data yang baik agar informasi dapat diakses dengan mudah untuk keperluan analisis performa penjualan bulanan dan pengambilan keputusan strategis. Dengan data yang valid dan terstruktur, manajemen perusahaan dapat melakukan evaluasi yang mendalam dan merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar.

NO	Tanggal	Costumer	Pekerjaan	Nilai	PO	Close
1	2/1/2025	Minindo Jaya	Fabrikasi Distributor	Rp 15,500,000.00	Progres	Close
2	5/1/2025	Anetek Lontar	Rubber Lining Plange	Rp 82,750,000.00		
3	7/1/2025	Minindo Arta Gemilang	Sand Blasting Plange	Rp 151,012,125.00		
4	12/1/2025	Cakrawala Maja Sejahtera	Roll Roda	Rp 6,850,000.00		
5	13/1/2025	Reka Indonesia Services	Rubber lining Tank	Rp 37,500,000.00		
6	16/1/2025	Minindo Jaya	Rubber lining Pipa	Rp 99,275,000.00		
7	20/1/2025	PT Benjoe Indo Group	Conbelt	Rp 1,262,250,000.00		
8	20/1/2025	Mertio Indonesia	Repair Rubber Flange	Rp 9,950,000.00		
9	21/1/2025	Karya Jasa Pribumi	Rubber Roll			Di revisi di febuari
10	23/1/2025	Minindo Jaya	Repair Flange			Tidak jadi (tidak ada penawaran)
11	27/1/2025	Karvinsa Asia Pasific	Rubber Lining Tanki	Rp 359,640,000.00		
12	30/1/2025	Putra Teknik Sejahtera	Rubber lining pipa	Rp 59,450,000.00		
13	31/1/2025	Megatama Anugrah Mandiri	Rubber lining Pipa	Rp 3,975,000.00		
14	31/1/2025	Putra Teknik Mandiri	Rubber lining Pipa	Rp 241,900,000.00		
15	31/1/2025	Yotso Teknindo Pratama	Rubber Roll	Rp 4,500,000.00		
16	31/1/2025	CV. Yudistira Multiperakasa	Rubber lining	Rp 163,720,000.00		
TOTAL				Rp 2,498,677,125.00		
Data Penawaran Febuari						
NO	Tanggal	Costumer	Pekerjaan	Nilai	PO	Close
17	3/2/2025	Ternocoat Nusantara	Rubber lining Radhucar		Progres	Close

Gambar 3.7 Mendata Jumlah Purchase Order (PO) tiap bulan

3.2.7 Membantu Persiapan Presentasi atau Proposal penjualan

Penulis menyusun laporan ini untuk menjelaskan peran dan tanggung jawab dalam membantu proses persiapan presentasi dan proposal penjualan, khususnya dalam mendukung tim sales dalam kegiatan pemasaran kepada calon klien, khususnya segmen B2B. Kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan materi promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual dan komunikatif agar dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan calon klien terhadap perusahaan.

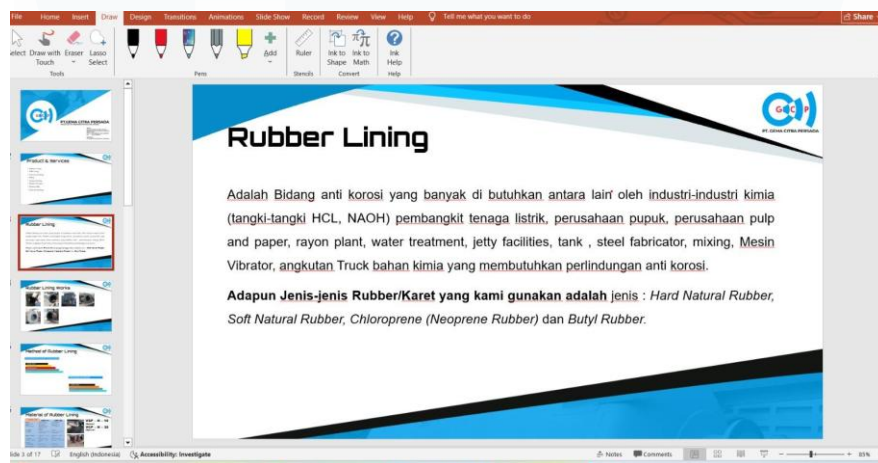
Dalam pelaksanaannya, penulis turut berperan dalam menyusun konten proposal yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik calon klien, baik dalam hal penawaran produk maupun solusi yang diberikan oleh perusahaan. Penyusunan materi ini dilakukan secara kolaboratif bersama tim Desain dan Marketing, guna memastikan bahwa tampilan visual dan pesan komunikasi selaras dengan identitas merek perusahaan serta mendukung tujuan penjualan.

Penulis mencatat bahwa proses koordinasi dengan tim terkait sangat penting dalam memastikan setiap elemen presentasi dan proposal memiliki kesatuan pesan dan kualitas yang profesional.

Dalam proses ini, penulis juga sering melakukan revisi dan penyesuaian berdasarkan feedback dari tim sales maupun hasil diskusi dengan klien sebelumnya.

Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya proposal penjualan yang lebih rapi, profesional, dan relevan dengan kebutuhan klien, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peluang keberhasilan dalam proses negosiasi dan closing deal. Materi presentasi dan proposal yang disusun dengan baik juga mencerminkan citra perusahaan yang kredibel, kompeten, dan mampu memberikan solusi nyata bagi kebutuhan bisnis klien.

Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa keterlibatan dalam persiapan presentasi dan proposal penjualan merupakan bagian penting dalam mendukung pencapaian target penjualan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar B2B.



Gambar 3.8 Membantu Persiapan Presentasi atau Proposal penjualan

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktik kerja lapangan (PKL) di PT Gema Citra Persada, penulis memiliki beberapa kendala sebagai sales di perusahaan. Kendala yang dihadapi penulis berupa ;Negosiasi harga dengan pelanggan, respon pelanggan yang lambat, kesulitan dalam

menjelaskan layanan ,koordinasi dengan tim internal dan penjadwalan pemasangan yang fleksibel.Berikut penjelasan lebih lengkapnya:

1. Negosiasi Harga dengan Pelanggan

Penulis menghadapi berbagai tantangan dalam proses negosiasi harga dengan pelanggan, yang menjadi bagian krusial dalam kegiatan penjualan. Salah satu kendala utama yang sering muncul adalah permintaan diskon yang melebihi batas yang dapat diberikan oleh perusahaan. Dalam kasus seperti ini, penulis harus mampu menjaga keseimbangan antara memenuhi ekspektasi pelanggan dan tetap mempertahankan margin keuntungan yang sehat bagi perusahaan. Memberikan diskon yang terlalu besar tidak hanya mengurangi margin, tetapi juga dapat menciptakan preseden yang kurang baik untuk transaksi di masa mendatang.

Selain itu, penulis mencatat bahwa sebagian pelanggan lebih berfokus pada aspek harga tanpa mempertimbangkan nilai tambah yang ditawarkan perusahaan, seperti kualitas produk yang lebih baik, layanan purna jual, atau fleksibilitas dalam pengiriman. Pendekatan ini menyulitkan proses negosiasi karena pelanggan cenderung membandingkan penawaran perusahaan dengan kompetitor yang menawarkan harga lebih murah tanpa memperhitungkan keseluruhan manfaat. Dalam situasi ini, penulis dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang kuat guna menjelaskan nilai tambah dan membangun persepsi positif terhadap produk dan layanan perusahaan.

Terkadang, negosiasi juga mengalami kebuntuan, terutama ketika kebijakan perusahaan membatasi fleksibilitas dalam pemberian diskon atau penawaran khusus. Dalam kondisi seperti ini, penulis perlu berkoordinasi dengan atasan atau manajemen terkait untuk mencari solusi terbaik, misalnya dengan menawarkan alternatif lain seperti bundling produk, extended service, atau sistem pembayaran bertahap. Namun, proses ini sering kali memerlukan waktu, sementara pelanggan menginginkan jawaban cepat untuk segera mengambil keputusan pembelian. Ketidaksesuaian kecepatan pengambilan keputusan antara internal perusahaan dan ekspektasi pelanggan ini menjadi tantangan tersendiri.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam negosiasi harga sangat bergantung pada pemahaman menyeluruh terhadap kebutuhan pelanggan, kemampuan membaca situasi, serta koordinasi yang efektif antar tim internal. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan negosiasi dan pemahaman atas kebijakan penjualan perusahaan menjadi hal yang terus penulis

tingkatkan dalam mendukung keberhasilan penjualan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

2. Respon Pelanggan yang Lambat

Penulis menghadapi sejumlah kendala dalam proses komunikasi dengan pelanggan, terutama setelah penawaran dikirimkan secara resmi. Salah satu hambatan yang paling sering terjadi adalah lamanya waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk memberikan keputusan. Banyak di antara mereka yang tidak segera merespons atau memberikan kejelasan, bahkan setelah beberapa hari atau minggu sejak penawaran disampaikan. Kondisi ini membuat proses tindak lanjut menjadi tidak menentu dan menghambat alur kerja tim penjualan secara keseluruhan.

Keterlambatan ini juga berdampak pada kejelasan status penawaran. Penulis kesulitan menentukan apakah pelanggan masih tertarik, masih mempertimbangkan, atau sebenarnya sudah tidak berminat namun tidak menyampaikan penolakannya secara langsung. Ketidakjelasan ini membuat waktu dan tenaga terbuang sia-sia karena harus terus melakukan follow-up tanpa arah yang pasti.

Dalam beberapa kasus, penulis menduga bahwa pelanggan masih membandingkan penawaran perusahaan dengan penawaran dari kompetitor. Mereka mungkin sedang mencari opsi dengan harga lebih rendah atau layanan yang lebih cepat, sehingga proses pengambilan keputusan menjadi semakin lama. Bahkan, ada pelanggan yang tidak memberikan kabar sama sekali setelah penawaran dikirimkan, meskipun sebelumnya sudah menunjukkan minat yang tinggi. Hal ini tentunya menjadi kendala serius karena membuat potensi penjualan menjadi tidak pasti.

3. Kesulitan dalam Menjelaskan Layanan

Penulis menghadapi tantangan dalam menjelaskan jasa pemasangan karet industri kepada pelanggan. Tantangan ini muncul karena tidak semua pelanggan memiliki latar

belakang teknis atau pemahaman yang cukup tentang layanan tersebut. Akibatnya, proses komunikasi sering kali tidak berjalan lancar dan menimbulkan kebingungan di pihak pelanggan.

Banyak pelanggan yang belum familiar dengan istilah teknis, seperti jenis-jenis karet industri, metode pemasangan, atau spesifikasi teknis dari produk yang digunakan. Ketika penulis menjelaskan menggunakan istilah-istilah tersebut, pelanggan cenderung bingung, bahkan ada yang salah menangkap maksudnya. Hal ini menyebabkan proses tanya-jawab menjadi lebih lama, karena penulis harus mengulang atau menyederhanakan penjelasan berkali-kali.

Dalam beberapa kasus, pelanggan juga tidak memahami mengapa layanan pemasangan ini penting, atau bagaimana kualitas pemasangan dapat memengaruhi kinerja mesin dan keamanan operasional mereka. Ketidaktahuan ini membuat pelanggan kesulitan menilai manfaat dari layanan yang ditawarkan, dan akhirnya ragu untuk melanjutkan kerja sama. Ada pula pelanggan yang merasa tidak yakin karena mereka tidak bisa membedakan antara jasa profesional dan jasa pemasangan biasa yang lebih murah.

Kebingungan ini bukan hanya menghambat komunikasi, tetapi juga memperlambat proses pengambilan keputusan. Pelanggan yang tidak benar-benar mengerti layanan cenderung menunda keputusan, meminta pendapat dari pihak lain, atau malah membatalkan rencana penggunaan jasa. Dalam jangka panjang, situasi ini dapat menghambat penjualan dan mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang sebenarnya berkualitas.

4. Koordinasi dengan Tim Internal

Penulis menghadapi beberapa kendala dalam proses pemasangan karet industri, terutama terkait dengan koordinasi antara tim teknis dan tim operasional. Pemasangan di lapangan membutuhkan kerja sama yang baik agar berjalan sesuai rencana, namun pada kenyataannya sering terjadi hambatan yang mengganggu kelancaran proses.

Salah satu kendala utama adalah perbedaan jadwal kerja antar tim. Misalnya, tim teknis sudah siap melakukan pemasangan, tetapi tim operasional belum menyelesaikan persiapan lokasi atau belum hadir di tempat. Sebaliknya, bisa juga tim operasional sudah menunggu, namun tim

teknis mengalami keterlambatan karena masalah logistik atau teknis. Ketidaksesuaian waktu seperti ini sering menyebabkan proses pemasangan tertunda dan mengganggu jadwal kerja yang sudah direncanakan sebelumnya.

Selain masalah waktu, penundaan juga sering disebabkan oleh keterlambatan dalam persiapan alat dan material. Ada kalanya alat belum tersedia di lokasi, atau bahan yang diperlukan tidak lengkap, sehingga pekerjaan tidak bisa langsung dilakukan. Keterlambatan semacam ini tidak hanya mengganggu proses pemasangan, tetapi juga dapat menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap profesionalisme layanan.

5. Penjadwalan Pemasangan yang Fleksibel

Penulis menghadapi tantangan ketika menangani permintaan pelanggan yang sering berubah-ubah, terutama terkait dengan jadwal pemasangan. Kondisi ini menjadi salah satu kendala utama dalam proses operasional karena berdampak langsung pada pengaturan tenaga kerja dan peralatan di lapangan. Permintaan mendadak atau perubahan jadwal yang dilakukan tanpa pemberitahuan jauh-jauh hari membuat tim kesulitan melakukan perencanaan yang matang.

Dalam beberapa kasus, pelanggan mengajukan perubahan jadwal secara tiba-tiba, bahkan saat tim teknis sudah dijadwalkan untuk melakukan pemasangan. Hal ini menyebabkan penundaan yang tidak hanya memengaruhi proyek yang sedang ditangani, tetapi juga mengganggu penjadwalan untuk proyek-proyek berikutnya. Jika penyesuaian tidak bisa dilakukan dengan cepat, maka akan terjadi kekosongan waktu kerja atau bahkan bentrok jadwal dengan pelanggan lain.

Kendala ini juga berdampak pada kesiapan teknis di lapangan. Ketika perubahan jadwal datang mendadak, ada kemungkinan teknis tidak dalam posisi siap untuk berangkat atau peralatan yang dibutuhkan belum tersedia. Situasi seperti ini menghambat proses pemasangan dan

menciptakan ketidakefisienan dalam operasional. Selain itu, tim juga harus bekerja lebih keras untuk mengatur ulang seluruh rencana kerja, yang tentunya menguras waktu dan tenaga.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1) Negosiasi Harga dengan Pelanggan:

- Menawarkan nilai tambah: Fokus pada kualitas produk atau garansi untuk menunjukkan bahwa harga yang diberikan sebanding dengan manfaat yang diterima pelanggan.
- Membuat struktur diskon yang jelas: Menentukan batas maksimal diskon yang bisa diberikan berdasarkan jumlah pembelian atau loyalitas pelanggan.
- Menyediakan alternatif paket harga: Menawarkan pilihan paket layanan atau bundling produk yang memberikan keuntungan bagi pelanggan tanpa menurunkan harga terlalu banyak.
- Melatih keterampilan negosiasi: Penulis dapat meningkatkan kemampuan negosiasi agar bisa meyakinkan pelanggan tanpa perlu banyak kompromi pada harga.

2) Respon Pelanggan yang Lambat:

- Menentukan batas waktu penawaran: Memberikan tenggat waktu pada pelanggan agar mereka segera mengambil keputusan, misalnya dengan promo terbatas.
- Melakukan follow-up secara strategis: Mengirimkan pengingat melalui email, telepon, atau pesan dengan pendekatan yang profesional dan tidak terkesan mendesak.
- Memberikan informasi tambahan: Jika pelanggan ragu, sediakan studi kasus, testimoni, atau demo produk untuk membantu mereka lebih yakin.
- Memahami alasan keterlambatan: Jika pelanggan masih belum merespons, cari tahu kendalanya dan tawarkan solusi sesuai kebutuhan mereka.

3) Kesulitan dalam Menjelaskan Layanan

- Gunakan bahasa sederhana: Hindari istilah teknis yang terlalu sulit dan gunakan bahasa yang lebih mudah dipahami pelanggan.
- Gunakan media visual: Infografis, video, atau gambar proses kerja dapat membantu menjelaskan layanan dengan lebih jelas.

- Buat FAQ dan panduan: Menyediakan dokumen atau halaman web dengan pertanyaan umum yang sering diajukan pelanggan.
- Latih tim dalam komunikasi: Pastikan tim penjualan dan pemasaran memiliki pemahaman yang baik tentang produk agar bisa menjelaskan dengan lebih efektif.

4) Koordinasi dengan Tim Internal

- Buat sistem komunikasi yang lebih efektif: Menggunakan aplikasi manajemen proyek seperti WhatsApp untuk memastikan semua tim mendapat informasi yang sama.
- Jadwalkan rapat koordinasi rutin: Memastikan semua pihak terkait memahami timeline dan tugas masing-masing sebelum pemasangan dimulai.
- Buat checklist operasional: Menyusun daftar persiapan agar alat, material, dan teknisi siap sebelum pekerjaan dilakukan.
- Tentukan PIC (Person In Charge): Menunjuk orang yang bertanggung jawab untuk mengawasi jalannya koordinasi dan memastikan kelancaran pemasangan.

5) Penjadwalan Pemasangan yang Fleksibel

- Buat sistem penjadwalan yang terstruktur: Menggunakan perangkat lunak kalender atau booking online untuk mengatur jadwal lebih efisien.
- Tetapkan kebijakan perubahan jadwal: Memberikan aturan yang jelas tentang batas waktu perubahan jadwal dan konsekuensi jika terjadi pembatalan mendadak.
- Sediakan tenaga cadangan: Memiliki teknisi atau tim tambahan yang siap menangani pemasangan jika ada perubahan mendadak.
- Komunikasi proaktif dengan pelanggan: Memastikan pelanggan memberi konfirmasi jadwal sebelumnya agar tim dapat melakukan persiapan dengan baik.