Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

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

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.6, penulis berada di kedudukan marketing. Pada kedudukan tersebut, penulis berkoordinasi langsung dengan Pak Imam sebagai pembimbing lapangan serta dibantu oleh *manager* yaitu Pak Budi dan Pak Iwan. Semua kegiatan yang dilakukan penulis di lapangan, dikoordinasikan langsung oleh Pak Imam.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Berikut ini beberapa tugas yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang di PT. Global Artha Futures :

Tabel 2.3 Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	**Koordinasi**
Pengenalan Produk	
Interview	Pak Iwan
Training tentang perusahaan	Pak Budi
Training tentang emas	Pak Imam
Training software untuk *trading*	Pak Imam
Melakukan *trading* dengan *demo account*	Pak Imam
Training membaca indicator	Pak Imam

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

Promosi	
Membuat program promosi	Pak Imam
Membuat *website* dan media social	Pak Imam
Administrasi	
Mencari *database*	Pak Imam
Mengatur *appointment*	Pak Imam
Mencatat pergerakan harga emas	Pak Imam
Telemarketing	
Telemarketing	Pak Imam
Follow up customer	Pak Imam

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama proses pelaksanaan kerja magang, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

Pengenalan Produk

1. *Interview*

Pada saat pertama kali melamar magang di perusahaan, penulis diwawancarai oleh Pak Iwan. *Interview* berjalan dengan lancar dan santai. Pertanyaan yang diberikan oleh Pak Iwan juga pertanyaan yang umum dan lebih kepada penjelasan sedikit tentang perusahaan.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

2. *Training* tentang perusahaan

Penulis diberikan training oleh Pak Budi pada saat pertama kali memasuki pelaksanaan kerja magang di perusahaan. *Training* yang dilakukan itu berupa penjelasan mengenai perusahaan PT.Global Artha Futures, legalitas perusahaan, serta produk apa saja yang dijual oleh perusahaan.

3. *Training* tentang emas

Tidak hanya diberikan *training* tentang perusahaan, penulis juga mendapatkan *training* tentang emas. Penulis di *training* oleh Pak Imam mengenai produk yang lebih ke emas *online*. Penulis di jelaskan mengenai keuntungan berinvestasi dalam bisnis emas *online* ini, bagaimana melakukan *trading*, persyaratan dalam perdagangan emas serta pelayanan dan fasilitas yang diberikan perusahaan kepada nasabah.

4. *Training software* untuk *trading*

Agar transaksi *trading* dalam perdagangan emas *online* dapat berjalan, diperlukan *software* untuk melakukan *trading*. Penulis diperkenalkan *software* tersebut oleh Pak Imam. Dalam *training* tersebut, penulis dijelaskan bagaimana cara meng*install*nya, bagaimana cara menjalankan *software* tersebut, serta bagaimana cara melakukan transaksi dengan *software* tersebut.

5. Melakukan *trading* dengan *demo account*

Setelah diberikan penjelasan mengenai *software*nya, penulis kemudian ditugaskan oleh Pak Imam untuk melakukan simulasi *trading*

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

menggunakan *software* tersebut dengan melakukan *demo account*. Hal ini bertujuan agar penulis lebih mengerti secara mendalam tentang *software* tersebut.

6. *Training* membaca indikator

Indikator atau bantuan ini sangat penting dalam melakukan transaksi, agar kita tidak mendapatkan kerugian. *Training* ini dilakukan oleh Pak Imam yang memberikan penjelasan kepada penulis mengenai beberapa penjelasan tentang indikator yang biasa digunakan serta bagaimana cara menggunakannya atau membacanya.

Promosi

1. Membuat program promosi

Pak Imam meminta kepada penulis untuk merancang program promosi apa yang akan diberikan kepada nasabah, apabila nasabah mencapai target transaksi yang diinginkan oleh perusahaan. Promosinya ini berupa hadiah langsung yang dimana desainnya diarahkan langsung oleh Pak Imam.

2. Membuat *website* dan media sosial

Promosi lain yang dilakukan penulis adalah dengan membuat *website* dan media sosial. Pembuatan ini diarahkan langsung oleh Pak Imam. Di dalam *website* itu sendiri berisi seputar tentang emas, memberikan pengetahuan tentang emas kepada investor-investor. Selain itu, media sosial digunakan untuk mengajak orang untuk melakukan investasi di PT. Global Artha

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

Futures serta memberikan rekomendasi-rekomendasi harga emas kepada investor.

Administrasi

1. Mencari *database*

   Sebelum melakukan *telemarketing*, hal pertama yang dibutuhkan adalah telepon dan data nasabah yang akan ditelpon. Untuk itu, Pak Imam meminta kepada penulis untuk mencari *database* sendiri di internet. Dengan adanya *database*, penulis dapat melakukan *telemarketing* dengan *database* yang dicari sendiri.

2. Mengatur *appointment*

   Sesudah mendapatkan nasabah yang mau kita datangi, penulis harus mengatur hal-hal yang diperlukan agar Pak Imam dapat melakukan *visit*. Hal tersebut seperti mem*booking* mobil kantor untuk melakukan *visit*, mengatur hari dan jam dengan *klient*, serta mengkonfirmasi ulang kepada *klient* untuk hari yang telah ditentukan bersama.

3. Mencatat pergerakan harga emas

   Setiap pagi di kantor, selalu diadakan *briefing* tentang apa yang terjadi kemarin serta apa yang terjadi hari ini mengenai emas ataupun forex. Hal tersebut meliputi harga emas kemarin ditutup pada harga berapa, faktor yang membuat harga emas bergerak, prediksi harga emas hari ini, serta berita apa saja yang mempengaruhi harga emas pada hari ini.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

Telemarketing

1. *Telemarketing*

Telemarketing ini merupakan tugas utama yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang. Di sini penulis belajar bagaimana cara menjual produk lewat telepon, bagaimana cara agar nasabah baru percaya kepada kita, bagaimana cara mengajak orang untuk mau bertemu dengan kita serta bagaimana cara menghadapi pertanyaan yang ditanyakan oleh nasabah.

2. *Follow up customer*

Di samping melakukan telemarketing, penulis juga harus mem*follow up customer* yang sudah pernah penulis telepon namun belum berminat atau minta di telepon balik pada hari lain.

3.3.2 Kendala Yang Ditemukan

Pada saat melakukan proses kerja magang, tentu saja penulis menghadapi beberapa kendala. Berikut ini adalah kendala yang ditemukan penulis selama proses kerja magang berlangsung.

Pengenalan Produk

Dalam pengenalan produk, penulis mengalami sedikit kendala untuk mengerti dengan cepat semua yang diajarkan oleh Pak Imam seperti apa itu *trading* emas, bagaimana cara melakukan *tradingan* dengan *software*

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

serta bagaimana cara membaca indikator yang terdapat pada *software*. Karena hal tersebut merupakan hal yang benar-benar baru bagi penulis.

Promosi

Dalam hal promosi, penulis tidak menemukan kendala yang cukup berat.Karena dalam hal promosi, penulis dikoordinasikan langsung oleh Pak Imam, sehingga program promosi ini sesuai dengan keinginan Pak Imam. Hanya saja, penulis menemukan sedikit kendala pada saat membuat *website*, karena pada pembuatan *website*, ini dilakukan langsung oleh penulis tanpa bantuan orang IT. Ini merupakan masalah kecil karena penulis kurang mengerti bagaimana cara pembuatan *website* itu sendiri.

Administrasi

● Dalam mencari *database*, penulis tidak menemukan kendala, karena penulis mencari *database* melalui internet. Penulis mencari di *website* tokobagus.com ataupun di berniaga.com.

● Kendala yang dihadapi penulis pada tahap *appointment* itu yaitu bagaimana cara penulis untuk meyakinkan nasabah baru untuk bertemu dengan kita untuk melakukan sosialisasi tentang apa itu *trading* emas *online*, serta kendala yang dihadapi penulis itu bagaimana cara mengatur waktu yang tepat untuk bertemu dengan *klient*. Karena tidak semua *klient* itu mempunyai waktu untuk melakukan sosialisasi.

● Untuk pencatatan pergerakan harga emas, penulis tidak menemukan kendala yang berarti, karena hal tersebut sudah diberikan kepada kita pada

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

saat *briefing* pagi yang dipimpin langsung oleh tim analis yang sudah berpengalaman. Sehingga penulis tinggal mencatat apa yang dibicarakan oleh analis itu sendiri.

Telemarketing

Pada saat melakukan *telemarketing*, penulis cukup mengalami kendala yang memang dirasakan tidak mudah. Kendala yang dihadapi penulis itu adalah wawasan penulis tentang *trading* emas *online*, grogi pada saat melakukan *telemarketing*, meyakinkan orang dari yang pertama tidak tertarik pada *trading* emas *online* menjadi tertarik untuk melakukan sosialisasi dengan kita, serta bagaimana cara menghadapi karakteristik nasabah yang berbeda-beda.

3.3.3 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Penulis dapat menghadapi kendala yang ada selama proses kerja magang lewat bimbingan Pak Imam serta rekan-rekan yang ada di Global Artha Futures. Berikut ini adalah solusi atas masalah yang penulis hadapi selama proses kerja magang.

Pengenalan Produk

Pada hal pengenalan produk, penulis dibantu oleh Pak Imam serta rekan-rekan yang ada di perusahaan untuk memahami lebih dalam tentang perdagangan emas secara *online*. Bila penulis kurang mengerti tentang produk emas *online* tersebut, penulis dapat mencari informasi

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

melalui internet atau penulis dapat langsung menanyakan kepada orang yang lebih ahli di bidangnya.

Promosi

Selama pembuatan promosi, kendala yang dihadapi penulis dapat diatasi melalui arahan langsung dari Pak Imam. Sehingga bila ada hal yang kurang jelas, penulis dapat menanyakan langsung kepada Pak Imam. Pada pembuatan *website*, solusi yang dapat diberikan adalah penulis mencari cara bagaimana membuat *website* di *google*, selain itu, penulis menanyakan kepada teman yang ahli dalam pembuatan *website*. Sehingga kendala tersebut dapat diatasi oleh penulis. Dalam perkembangan ke depannya PT.Global Artha Futures dapat menggunakan *social media measurement* seperti yang akan dijelaskan pada bagian saran.

Administrasi

Dalam hal ini, penulis selalu dibantu dan diarahkan secara langsung oleh Pak Imam dalam menjalankan tugas selama proses kerja magang. Selain itu, penulis juga dibantu oleh rekan-rekan kerja yang lainnya. Karena solusi untuk menghadapi masalah tersebut hanyalah menanyakan kendala yang dihadapi pada rekan-rekan yang sudah lama bekerja dari penulis. Sehingga, mereka dapat membagikan pengalamannya serta pengetahuannya kepada penulis. Karena masalah tersebut sudah pernah mereka hadapi pada saat awal mereka bekerja.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

Telemarketing

Pada bagian *telemarketing*, bila penulis menemukan kendala dalam menelpon nasabah, penulis akan dibantu oleh rekan-rekan kerja yang telah memiliki pengalaman yang jauh lebih banyak dari penulis. Selain itu, dalam menghadapi kendala dalam melakukan *telemarketing*, penulis harus bersikap pantang menyerah dan bersikap sabar dalam menghadapi nasabah yang bersikap kurang menyenangkan bagi penulis.

3.4 Pemahaman Mengenai Keefektifan Media Sosial dan *Telemarketing* Dalam Strategi Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Kesuksesan Strategi Pemasaran

Dari hasil proses kerja magang ini, penulis mendapatkan beberapa pemahaman dalam dunia pemasaran. Pemahaman tersebut mengenai keefektifan media sosial seperti *twitter* dan *website* serta telemarketing sebagai strategi pemasaran dalam memasarkan produk perdagangan emas secara *online* serta pengaruhnya terhadap kesuksesan PT. Global Artha Futures.

Berdasarkan pengalaman penulis selama proses pelaksanaan magang, media sosial kurang efektif untuk dijadikan sebagai media sosial bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan *website* yang dibuat oleh penulis masih sepi akan pengunjung karena masih tergolong *website* yang baru dan masih banyak orang yang belum mengetahui nama *website*nya. Selain itu, media sosial seperti *twitter* pun kurang

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

membawa dampak yang efektif bagi perusahaan. Banyak orang yang belum mengetahui *username* twitter PT.Global Artha Futures itu sendiri.

Strategi pemasaran yang cukup efektif untuk dijalankan adalah *telemarketing.* Karena melalui telemarketing ini, kita dapat mengetahui profil nasabah kita, dapat menjelaskan pengenalan produk secara singkat kepada nasabah kita, biaya yang digunakan relatif murah, serta tidak memakan banyak waktu.

Lewat telepon kita dapat mengetahui secara singkat profil nasabah seperti jenis pekerjaannya, sudah mengenal produk emas *online* atau belum, jika nasabah belum mengetahui produk emas *online*, kita dapat memberikan pengenalan produk secara singkat kepada nasabah kita.

Biaya yang digunakan juga tergolong relatif murah karena kita hanya perlu pulsa untuk menelpon nasabah.Ini dapat dikatakan murah karena jika dibandingkan dengan memasang iklan di koran, TV, membuat brosur maupun membuka *stand* di mall.

Bila dilihat dari segi waktu, untuk melakukan satu kali *telemarketing* rata-rata memakan waktu 2-5 menit untuk nasabah yang tidak terlalu tertarik untuk melakukan investasi dan jika nasabah yang cukup tertarik untuk melakukan investasi, akan memakan waktu 10-15 menit untuk menjelaskan secara singkat produk emas dan mengatur jadwal untuk melakukan sosialisasi dengan nasabah.

Jika dilihat dari jumlah kerja per hari yaitu sekitar 8 jam dan kita mengambil hanya 6 jam waktu yang efektif untuk dipakai menelpon nasabah. Jadi perhari penulis dapat menelpon sekitar 80 hingga 100 orang. Rata-rata penulis mendapatkan 2 calon nasabah perhari untuk diprospek lebih lanjut, jadi dalam 20

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

hari kerja penulis bisa mendapatkan 40 calon nasabah untuk diprospek lebih lanjut. Jadi, parameter yang digunakan untuk mengukur keefektifan *telemarketing* dilihat dati jumlah nasabah yang dapat diprospek lebih lanjut dan dapat bertatap muka langsung dengan calon nasabah.

Melalui strategi *telemarketing* kita dapat memberikan pengenalan produk perusahaan kepada nasabah baru serta pengenalan tentang profil perusahaan seperti apa. Ini akan dapat membantu perusahaan dalam strategi pemasaran karena setidaknya nasabah telah mempunyai sedikit gambaran mengenai profil perusahaan serta produk apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan. Dan dapat dimungkinkan nasabah baru akan tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan. Hal ini akan menambah profit perusahaan dan membuat perusahaan semakin dikenal oleh banyak orang.

Bila pada *website* untuk mengetahui keefektifannya dapat dilihat dari jumlah *visitor*, dimana di *website* terdapat alat untuk melihat berapa *visitor* yang telah membuka dan mengunjungi *website* perusahaan serta terdapat informasi darimana *visitor* yang membuka *website* tersebut. Sedangkan pada twitter dapat dilihat dari jumlah *followers* yang mengikuti *account* PT.Global Artha Futures.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013