



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, semua orang yang menjadi warga negara Indonesia harus berperan aktif dalam perkembangan ekonomi yang ada. Dapat kita lihat pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat signifikan dibandingkan dengan negara – negara ASEAN, dalam tabel I di bawah ini menunjukkan pertumbuhan Indonesia 3 tahun terakhir (2010-2012) yang berkisaran 6% lebih tinggi dibandingkan negara lainnya.

Tabel I : Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN (2002-2012) (%)

No	Negara	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012*	Rata2
1	Vietnam	7.1	7.3	7.8	8.4	8.2	8.5	6.3	5.3	6.8	6.0	5.0	7.67
2	Singapura	4.2	4.6	9.2	7.4	8.7	8.8	1.7	-1,3	14.7	4.9	2.1	6.50
3	Indonesia	4.5	4.8	5.0	5.7	5.5	6.3	6.0	4.6	6.1	6.5	6.1	6.11
4	Malaysia	5.4	5.8	6.8	5.0	5.6	6.3	4.9	-1.5	7.2	5.1	4.4	5.65
5	Philipina	3.7	4.9	6.7	4.8	5.3	6.7	4.2	1.1	7.6	4.0	4.9	5.39
6	Thailand	5.3	7.1	6.3	4.6	5.1	5.0	2.5	-2.3	7.7	0.1	5.6	4,70
7	Brunei	3.9	2.9	0.5	0.4	4.4	0.2	-1.9	-1.7	2.6	2.2	2.7	1.62

Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN (2002-2012) *Angka Perkiraan.

Sumber : www.setneg.go.id

Sedangkan dari data BPS menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III-2013 tercatat sebesar 5,62%(yoy). Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III-2013 menunjukkan trend yang terus menurun dibandingkan triwulan sebelumnya (Tw-I: 6,05%, Tw-II: 5,83%), tetapi pertumbuhan triwulan IV-2013 diperkirakan sedikit lebih baik sehingga pertumbuhan untuk seluruh tahun 2013 berada dikisaran 5,8%. (sumber : <http://www.setneg.go.id>)

Dari data yang telah ditemukan oleh Penulis bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia meningkat secara signifikan, dapat ditandai dari salah satu contohnya adalah perkembangan di sektor properti. Pada saat ini properti mengalami pertumbuhan yang begitu signifikan dari tahun ke tahun, dengan begitu perusahaan-perusahaan yang mengembangkan dunia properti mengingat banyaknya warga negara Indonesia yang membutuhkan dari tempat tinggal, hiburan, perkantoran dan dunia bisnis. Jika dilihat dari tabel II di bawah ini menunjukkan bahwa perkembangan dunia properti dari tahun ke tahun mengalami peningkatan secara signifikan.

Tabel II : Nilai Kapitalisasi Proyek Properti Nasional**Tahun 2010 – 2011 dan Prediksi 2015 (Rp. Miliar)**

No	Nama Proyek	Gross Building Area (GBA) m2	Tahun						Nilai Kapitalisasi (Rp)
			2010	2011	2012P	2013P	2014P	2015P	
1	Proyek Pusat Pembelanjaan Jabotabek	990,000	4,300	6,000	8,000	10,500	6,700	3,500	39,000,00
2	Proyek Pusat Pembelanjaan Daerah	1,094,333	9,864	9,166	4,500	3,500	3,000	2,500	32,530,00
3	Proyek Apartemen Jabotabek	3,432,647	9,130	9,114	7,826	5,781	5,200	4,200	41,251,76
4	Proyek Apartemen Daerah	1,949,473	3,301	2715	4,281	4,500	3,200	1,500	19,496,75
5	Proyek Perkantoran Jabotabek	3,167,457	9,200	10,000	8,150	6,500	6,000	4,500	44,350,00
6	Proyek Hotel (Nasional)	1,262,827	6,535	6,434	6,002	5,500	5,000	2,100	31,570,67
7	Proyek Perumahan (Nasional)	110,367,543	32,640	49,985	56,871	63,751	67,177	60,679	331,102,78
8	Proyek Ruko (Nasional)	21,340,332	14,686	19,994	19,905	22,313	26,671	24,272	128,041,99
Kapitalisasi Proyek Properti			89,658	113,407	116,136	122,345	123,148	103,250	667,944

Nilai Kapitalisasi Proyek Properti Nasional

Sumber : www.rumah.com

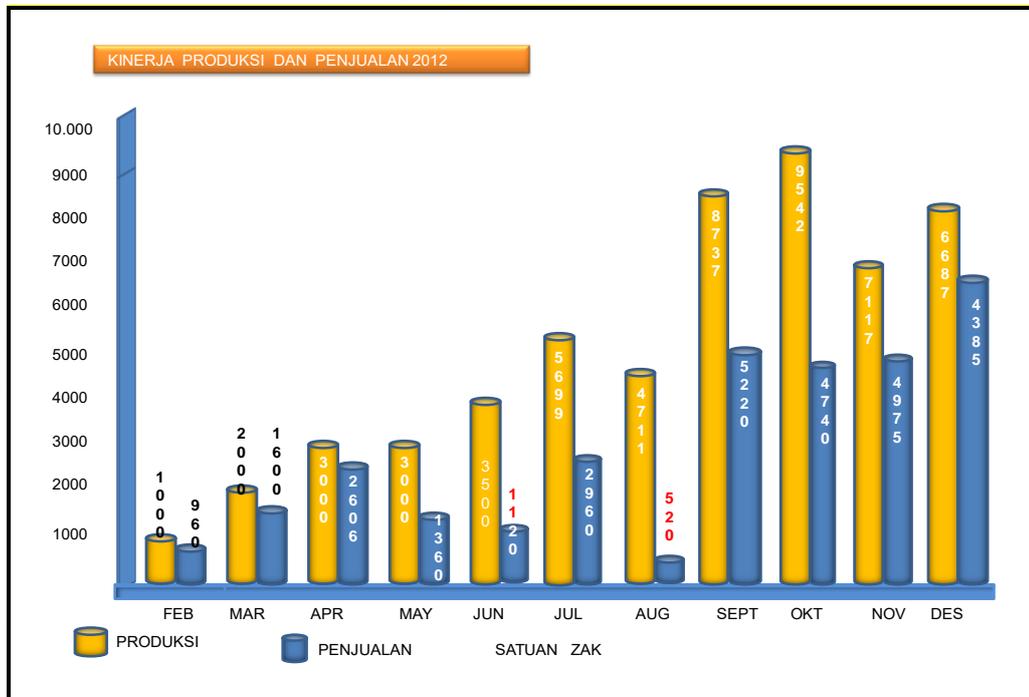
Dilihat dari tabel II pada proyek perumahan nilai kapitalisasi mengalami pertumbuhan yang baik, dapat dilihat dari 3 tahun terakhir (2011-2013) pertumbuhan proyek perumahan yang meningkat secara signifikan. Maka meningkatnya pertumbuhan di sektor properti pada proyek perumahan tidak lepas dari peran *marketing support*. *Marketing support* ini dapat mengarahkan dalam

penjualan segala aspek meliputi barang dan jasa agar menghasilkan pendapatan dari sebuah perusahaan, maka dari itu marketing support sangat berperan penting dalam kelanjutan pertumbuhan dari suatu perusahaan.

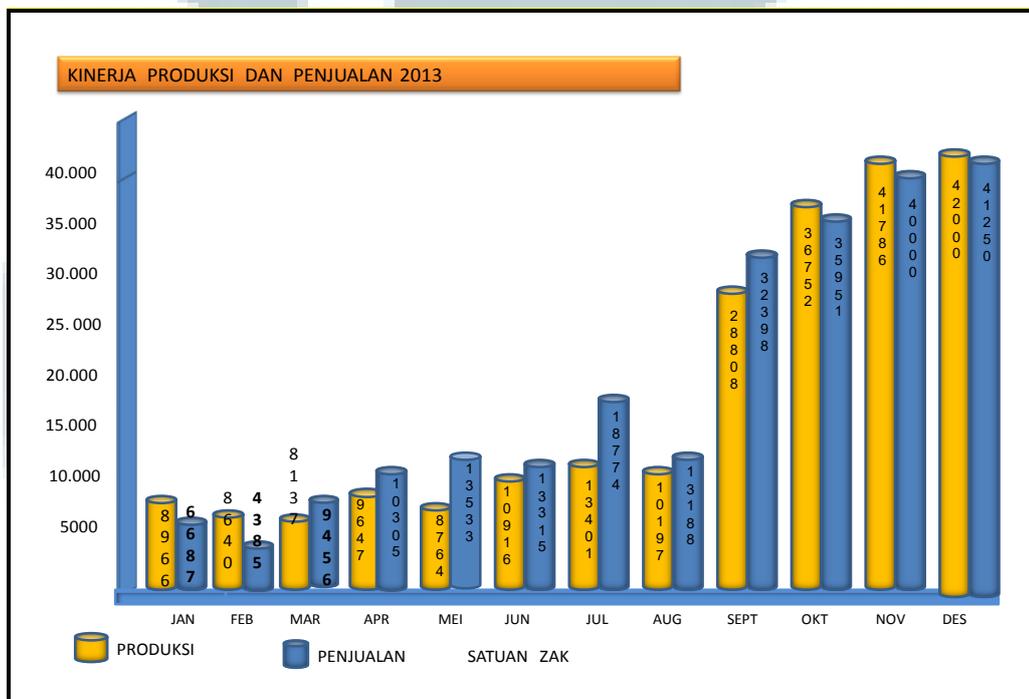
Salah satu sarana yang berperan penting untuk pembangunan di sektor properti adalah semen yang menjadi bahan dasar bangunan. Maka dari itulah semen selalu menjadi incaran developer dan pribadi untuk digunakan sebagai bahan dasar dalam pembangunan. Salah satu semen yang sekarang banyak digunakan oleh developer dan pribadi yaitu dengan menggunakan semen instan dalam mengembangkan dunia properti yang di produksi oleh salah satu perusahaan yaitu PT.Cakrawala Bangun Persada dengan merek Super Mortar, kebanyakan orang mengenalnya dengan sebutan semen mortar. Banyak orang ataupun developer pada jaman ini menginginkan kepraktisan dalam menggunakan atau memakai bahan dasar bangunan yaitu semen. Semen mortar ini adalah semen instan yang terbuat dari semen, filler, pasir dan aditif yang berkualitas, dikemas secara kering. Kepraktisannya itu sangat mempermudah pekerjaan karena bahan semen mortar tersebut langsung digunakan, karena cara penggunaan semen mortar tersebut hanya menambahkan air saja dan di aduk secara merata.

Saat ini perkembangan semen mortar dapat dilihat dari banyaknya orang dan developer menggunakan semen mortar ini dikarenakan kepraktisannya dan sudah terpercaya dalam pembangunan di dunia properti. Jika dilihat statistik penjualan semen mortar di PT.Cakrawala Bangun Persada melalui data yang

diolah per Maret 2014 terlihat di bahwa ini grafik produksi dan penjualan ditahun 2012-2013



Gambar 1.1 Grafik Produksi dan Penjualan PT.Cakrawala Bangun Persada Tahun 2012



Gambar 1.2 Grafik Produksi dan Penjualan PT.Cakrawala Bangun Persada Tahun 2013

Melalui gambar 1.1 dan gambar 1.2 pada grafik produksi dan penjualan PT.Cakrawala Bangun Persada tahun 2012 dan tahun 2013 di atas secara signifikan mengalami peningkatan dalam waktu 4 bulan terakhir pada tahun 2013 (September, Oktober, November, Desember) terhadap semen mortar sebanyak 28.808 zak produksi dan 32.398 zak penjualan (September), 36.752 zak produksi dan 35.951 zak penjualan (Oktober), 41786 zak produksi dan 40.000 zak penjualan (November), dan 42.000 zak produksi dan 41.250 zak penjualan (Desember).

Seiring dengan perkembangan penjualan semen mortar, fungsi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam memasarkan produk perusahaan, termasuk *marketing support* juga berperan dan sistem operasional perusahaan. Apalagi PT.Cakrawala Bangun Persada bergerak dalam sistem pemasaran B2B yang berarti memasarkan produknya pada customer perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut Penulis mengamati dua hal yang penting selama proses magang di PT.Cakrawala Bangun Persada yang menjadi pokok permasalahan yaitu peran *marketing support* dan hubungan antar divisi.

Kata kunci : Marketing Support

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat dua pokok permasalahan di PT.Cakrawala Bangun Persada yang diangkat oleh Penulis yaitu :

1. Bagaimana peran *marketing support* dalam mendukung kelancaran proses produksi di PT.Cakrawala Bangun Persada yang berdampak pada peningkatan penjualan semen mortar?
2. Bagaimana hubungan divisi *marketing support* dengan divisi lainnya yang meliputi keuangan, sales, produksi, promosi, dan HRD agar tercapai tujuan (*goal*) dari perusahaan PT.Cakrawala Bangun Persada?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang ini adalah ingin mengetahui sejauh mana peranan *marketing support* di PT.Cakrawala Bangun Persada untuk mendukung kelancaran proses produksi di industri semen mortar. Penelitian yang dilakukan Penulis bertujuan untuk :

1. Mengetahui peran *marketing support* dalam mendukung kelancaran proses produksi yang berdampak pada peningkatan penjualan semen mortar di PT.Cakrawala Bangun Persada.
2. Mengetahui hubungan divisi *marketing support* dengan divisi lainnya yang meliputi keuangan, sales, produksi, promosi, dan HRD agar tercapai tujuan (*goal*) dari perusahaan PT.Cakrawala Bangun Persada yang bergerak di bidang semen mortar

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses pelaksanaan magang ini berlangsung pada tanggal 3 Maret 2014 sampai dengan 2 Juni 2014, kegiatan magang setiap harinya berlangsung pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dari hari Senin–Jumat (hari kerja), dengan total jam kerja ± 480 jam kerja. Kegiatan magang ini dilakukan di PT.Cakrawala Bangun Persada yang beralamat di Ruko Kalimalang Indah Blok. D12/D12A jalan KH. Noer Ali, Setia Darma Tambun Selatan–Kab. Bekasi Rt. 004/03. Dalam kerja magang penulis ditempatkan di divisi *Marketing Administrasi*.

Prosedur kerja magang ini dimulai dengan beberapa proses sebagai berikut:

1. Pengisian formulir pengajuan kerja magang.
2. Pembuatan surat pengantar kerja magang.
3. Pemberian surat kerja magang ke perusahaan bersangkutan yaitu PT.Cakrawala Bangun Persada.
4. Pemanggilan melalui surat balasan dari PT.Cakrawala Bangun Persada ke Penulis.
5. Pengiriman berkas–berkas indentitas diri ke PT.Cakrawala Bangun Persada.
6. Melakukan pertemuan singkat antara Human Resource PT.Cakrawala Bangun Persada dengan Penulis dan sekaligus magang dihari pertama.
7. Pelaksanaan kerja magang berlangsung dari 3 Maret 2014–2 Juni 2014

8. Setiap harinya melakukan pengisian dokumen yaitu absensi kerja magang.
9. Pengisian dokumen yang berhubungan dengan kerja magang yaitu lembar formulir kartu kerja magang, lembar formulir kehadiran kerja magang, lembar formulir laporan realisasi kerja magang, lembar formulir penilaian kerja magang dan lembar formulir laporan kerja magang.
10. Melakukan penyusunan Laporan Kerja Magang setelah kerja magang selesai.
11. Sidang kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan

Peneliti akan menyusun laporan magang yang terdiri dari empat bab, yang terlihat dalam daftar isi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang pelaksanaan kerja magang, pokok permasalahan dalam kerja magang, maksud dan tujuan dari kerja magang itu sendiri, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan dari berdirinya perusahaan PT.Cakrawala Bangun Persada sampai dengan sekarang, menerangkan struktur organisasi perusahaan, dan berbagai teori yang berkaitan dengan konsep yang akan digunakan dalam praktek kerja magang sebagai dasar dalam menganalisis dan membahas inti permasalahan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini menjelaskan tentang pelaksanaan kerja magang yang mencakup kedudukan dan koordinasi dari masing-masing divis, tugas-tugas yang diberikan selama proses magang berlangsung di PT.Cakrawala Bangun Persada, proses pelaksanaan kerja magang, kendala-kendala yang ditemukan selama magang berlangsung, dan solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai pemaparan simpulan yang diambil setelah melakukan analisis dan pembahasan dikaitkan dengan tujuan penelitian serta saran yang baik dari sisi akademis maupun praktis. Dan juga saran baik perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.