

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis ditempatkan di PT Sumber Gunung Maju pada Divisi *Customer Relations Officer (CRO)*. Divisi ini memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pemasaran perusahaan, khususnya dalam hal promosi, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan hubungan dengan klien. Sebagai *Customer Relations Officer (CRO)* Intern, penulis memiliki kedudukan di bawah koordinasi langsung Supervisor Divisi *Marketing*, dengan tanggung jawab membantu kegiatan operasional yang berkaitan dengan proses pemasaran, penawaran produk, serta pelayanan pelanggan.

Tugas utama yang dilakukan penulis meliputi:

- a. Melakukan penawaran produk dan jasa kepada pelanggan,
- b. Mengedukasi pelanggan terkait produk yang ditawarkan,
- c. Menjalin hubungan baik dengan klien melalui komunikasi aktif (telepon, *email*, dan kunjungan lapangan),
- d. Memberikan pelayanan prima (service excellent) kepada pelanggan,
- e. Melakukan tugas administrasi terkait kegiatan penjualan dan pemasaran, seperti pembuatan laporan proyek, pengecekan *PO* dan *DO*, serta pengarsipan dokumen *marketing*.

3.1.2 Koordinasi

Selama menjalankan kegiatan magang, penulis berkoordinasi secara langsung dengan Supervisor Divisi *Sales* dan *Marketing* yang berperan sebagai pembimbing lapangan. Proses koordinasi dilakukan melalui alur komunikasi yang terstruktur untuk memastikan seluruh kegiatan magang berjalan sesuai target dan prosedur perusahaan.

Alur koordinasi kerja yang diterapkan meliputi:

a. Instruksi Tugas

Penulis menerima arahan dari supervisor mengenai pekerjaan harian seperti promosi, *follow up* pelanggan, dan administrasi penjualan.

b. Pelaksanaan Pekerjaan

Penulis menjalankan tugas yang diberikan sesuai *SOP* perusahaan, baik di kantor pemasaran maupun di lapangan (*site*).

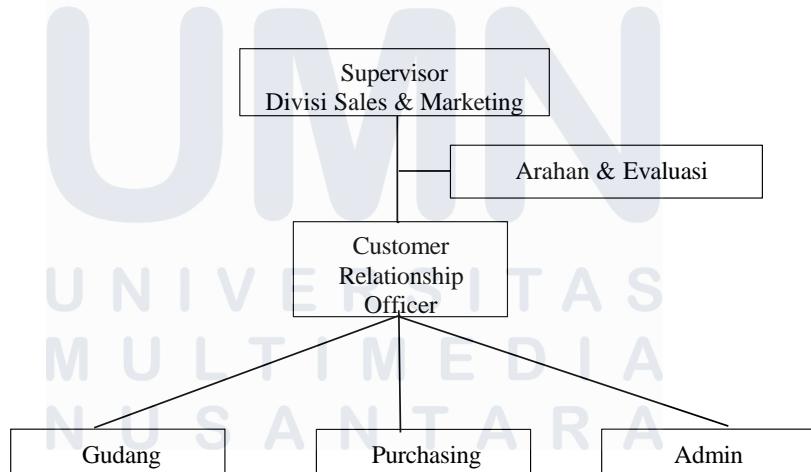
c. Pelaporan dan Evaluasi

Setiap akhir minggu, penulis membuat laporan kegiatan dan menyerahkannya kepada supervisor untuk diperiksa serta diberikan masukan.

d. Koordinasi Lintas Divisi

Dalam beberapa pekerjaan, penulis juga berkoordinasi dengan bagian Gudang, *Purchasing*, dan *Finance* untuk memastikan kelancaran pengiriman barang dan administrasi transaksi.

Bagan berikut menggambarkan alur koordinasi kerja selama magang di PT Sumber Gunung Maju:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

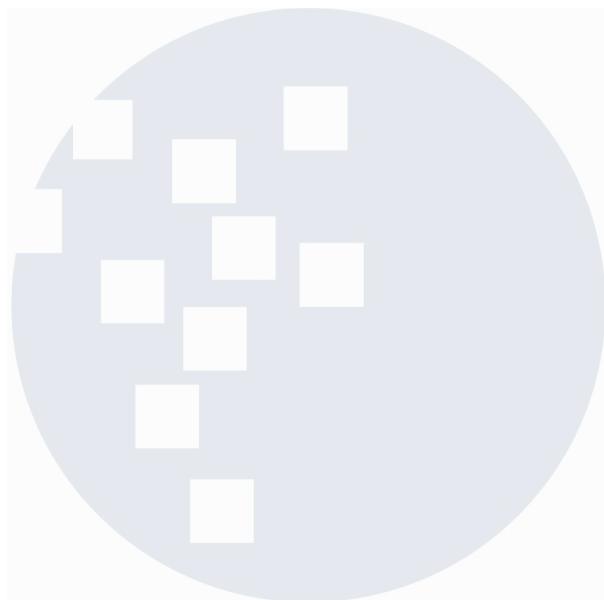
3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama masa magang *Customer Relationship Officer (CRO)* intern memiliki berbagai tugas seperti mempelajari produk dan jasa yang ditawarkan kepada klien, melakukan berbagai macam tugas administrasi, pengarsipan, perekapan, pengecekan dokumen, mengecek kesesuaian barang pesanan sesuai PO hingga membantu menyusun laporan proyek, melakukan kerja lapangan, mengecek kondisi barang di lapangan, melakukan meeting dengan klien, menjalin hubungan dengan customer, melakukan input data PO, melakukan penjualan dan penawaran, melakukan konfirmasi pengiriman barang, melakukan *follow up* kepada konsumen via telepon, *WhatsApp* maupun *email* dan membantu menyusun laporan bulanan perusahaan. Secara garis besar peran dan tugas *Customer Relationship Officer (CRO)* pada PT Sumber Gunung Maju adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1	Proyek Pengenalan & Administrasi Awal	Menyepakati persetujuan magang, membahas proyek yang akan dilaksanakan, berkenalan dengan tim lapangan, mempelajari bahan dasar proyek, serta membantu penyusunan dokumen proyek.
2	Minggu 2	Proyek Penawaran dan Promosi Produk	Mengecek dan membantu barang pesanan sesuai PO, mempelajari prosedur penawaran dan administrasi marketing.

3	Minggu 3	Proyek Customer Relation & Pelayanan Prima	Mengikuti meeting lapangan, melakukan komunikasi dengan klien, dan memahami mekanisme pelayanan pelanggan.
---	----------	--	--



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4	Minggu 4	Proyek Monitoring, Evaluasi, dan Laporan	Melakukan sortiran data (revisi), berkoordinasi dengan pembimbing lapangan melalui komunikasi langsung dan digital.
5	Minggu 5	Proyek Pengenalan & Administrasi Awal	Mempelajari sistem kerja penggunaan Excel, mengelola data pelanggan, dan memperbarui data administrasi proyek.
6	Minggu 6	Proyek Penawaran dan Promosi Produk	Mengecek dan mempelajari cara pengiriman email formal perusahaan untuk kebutuhan promosi dan follow-up pelanggan.
7	Minggu 7	Proyek Customer Relation & Pelayanan Prima	Menyusun laporan riset pesaing dan kompetitor PT SGM serta membantu proses komunikasi dengan pelanggan.
8	Minggu 8	Proyek Monitoring, Evaluasi, dan Laporan	Mengikuti kegiatan SO (Stock Opname) bulanan di PT SGM dan PT BAM lokasi gudang.
9	Minggu 9	Proyek Pengenalan & Administrasi Awal	Melakukan update status proyek PT SGM dan PT BAM serta verifikasi dokumen pengiriman.

10	Minggu 10	Proyek Penawaran dan Promosi Produk	Melakukan verifikasi kebutuhan material lapangan melalui komunikasi dengan vendor, mandor, dan tim proyek.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berikut adalah tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Customer Relationship Officer (CRO)* intern selama pelaksanaan magang

A. Memahami Product Knowledge

Konsep produk *knowledge* merupakan konsep yang menjelaskan tentang pengetahuan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan suatu jasa. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang lebih baik pada barang atau jasa yang akan digunakan maka akan lebih baik dalam mengambil keputusan akhir. Produk *knowledge* atau pengetahuan produk merupakan bagian dari pemasaran. *Sales* dan *Marketing* sebagai instrumen pemasaran suatu perusahaan memiliki peranan membantu perusahaan melakukan komunikasi kepada calon konsumen agar produk atau jasa dapat diterima. Tugas dan peran *Customer Relationship Officer (CRO)* dalam *Sales* dan *Marketing* salah satunya adalah memberikan pengetahuan atau produk *knowledge* kepada konsumen saat konsumen belum mengetahui informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. *Sales* dan *Marketing* memainkan peran dan tugas untuk melakukan edukasi mempromosikan, suatu produk Indriani (2017). Dalam menjalankan tugas sebagai *Sales* dan

Marketing intern PT. Sumber Gunung Maju memiliki tugas dan peran dalam memberikan informasi, edukasi melakukan penawaran, penjualan melakukan *follow up* kebutuhan barang atau jasa klien, menangani keraguan *customer*, melakukan komunikasi dan interaksi dengan tim lapangan, *customer* dan logistik terkait pemesanan produk, melakukan verifikasi kebutuhan material bahan lapangan melalui komunikasi dengan vendor, mandor dan tim lapangan, untuk menunjang itu semua tim *Sales* dan *Marketing* PT. Sumber Gunung Maju perlu memahami produk *knowledge*, oleh karena nya sebagai internal di divisi tersebut kegiatan pertama yang dilakukan oleh intern untuk memahami produk *knowledge* PT. Sumber Gunung Maju adalah dengan melakukan kegiatan melakukan pembahasan proyek, berkenalan dengan beberapa tim lapangan proyek mengecek dan mempelajari bahan dan informasi terkait produk PT. Sumber Gunung Maju yang akan dikenalkan pada klien untuk memahami dan memiliki produk *knowledge* yang akan ditawarkan pada klien dan membantu mengedukasi memberikan informasi pada klien yang dapat mendorong klien menggunakan produk barang atau jasa PT. Sumber Gunung Maju.

Penulis mempelajari produk *knowledge* dengan cara berdiskusi dengan supervisor dan tim lapangan, melihat langsung material di lokasi tambang, serta memahami spesifikasi produk yang sering ditanyakan oleh pelanggan. Setelah itu, Penulis rangkap produk dengan menggunakan *Canva* sebagai bagian dari *Customer Relationship Officer (CRO)* Ketika pelanggan menanyakan perbedaan kualitas material atau kesesuaian produk dengan kebutuhan proyek jalan dan konstruksi, penulis mampu memberikan penjelasan awal yang jelas sebelum diteruskan ke tim *Sales* untuk penawaran resmi.



Gambar 3.2 Contoh Memahami produk knowledge

Sumber: Penulis (2026)

B. Melakukan Service Excellent

Tugas penyedia layanan adalah membuat layanan terlihat oleh pelanggan dan meyakinkan mereka tentang kualitas unggul. Pelanggan memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mencapai ekspektasi yang tinggi pelanggan atau klien maka sangat perlu dilakukan *service excellent*. *Service excellent* dipahami sebagai melayani pelanggan dengan layanan yang melebihi dari yang diharapkan. Dengan cara memberikan perhatian, memberikan waktu, ketepatan, keamanan, kualitas biaya proses dan kepuasan. *Service excellent* adalah pelayanan yang memenuhi standar yang diberikan sehingga mampu memberikan kepuasan

pada pelanggan. *Marketing* dan *service excellent* merupakan komponen yang sangat penting untuk memenangkan persaingan dan bertahan dalam bisnis. Kemampuan suatu bisnis untuk mengembangkan strategi pemasaran yang memenuhi kebutuhan pelanggan adalah kunci keberhasilannya. Kepuasan pelanggan dapat menjadi kekuatan penting dalam menghadapi persaingan. Divisi *Customer Relationship Officer (CRO)* memiliki peran untuk memberikan pelayanan prima menciptakan pengalaman positif pelanggan melalui interaksi personal mengkomunikasikan produk atau jasa dengan cara yang baik kepada konsumennya, agar meningkatkan kesadaran merek atau jasa pada pelanggan, membangun citra baik pada pelanggan dengan memahami kebutuhan konsumen, dan menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen tidak hanya itu *Customer Relationship Officer (CRO)* memiliki peranan untuk memberikan layanan prima yang membantu pelanggan mengatasi masalah mereka sehingga memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang melebihi harapan konsumen atau klien. Adillah et al., (2025); Diana & Aliami (2024). Dalam menjalankan tugas sebagai *Customer Relationship Officer (CRO)* intern PT. Sumber Gunung Maju juga memiliki tugas untuk mampu memberikan layanan prima pada pelanggan dengan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta memastikan kualitas, ketepatan, keamanan produk sampai pada pelanggan. Dalam menjalankan tugas memberikan pelayanan prima PT. Sumber Gunung Maju melakukan rekapan kualitas batu yang akan dikirimkan, melakukan *follow up* pelanggan, meminta konfirmasi pengiriman ke *customer*, menyampaikan *progress* proyek dan *follow up* kualitas pada *customer*.

Ketika pelanggan mengalami keterlambatan pengiriman material akibat kendala operasional di lapangan, penulis membantu melakukan komunikasi aktif dengan pelanggan melalui *WhatsApp* dan telefon. Penulis menyampaikan informasi perkembangan pengiriman secara transparan serta berkoordinasi dengan gudang dan tim lapangan untuk memastikan solusi

terbaik, sehingga pelanggan tetap merasa diperhatikan dan puas terhadap layanan perusahaan.

C. Customer Relationship

Dalam kondisi modern, perusahaan yang cerdas berfokus pada pelanggan lama maupun baru, dengan fokus pada perspektif membangun hubungan pelanggan jangka panjang, bukan hanya jangka pendek. Layanan dengan membangun hubungan pelanggan berkualitas tinggi menciptakan pelanggan setia, yang berkontribusi pada keuntungan jangka panjang perusahaan. *Customer Relationship Officer (CRO)* memiliki peran membantu meningkatkan penjualan dengan menciptakan layanan dan membangun hubungan dengan pelanggan dengan kualitas yang diharapkan. Menurut pendekatan pemasaran modern, pelanggan adalah objek utama perhatian perusahaan. Pelanggan lebih suka membeli dari perusahaan yang akan memberi mereka kepuasan terbesar. Tindakan spesifik untuk membangun hubungan dengan pelanggan sangat bervariasi antar perusahaan, tetapi sangat penting untuk membangun hubungan jangka panjang. *Customer Relationship Officer (CRO)* juga memiliki tugas dan peran untuk membangun hubungan jangka panjang melalui sikap peduli terhadap pelanggan, membuat pelanggan puas, sabar dan mampu mengendalikan emosi Seturi (2022). Pada Intern PT. Sumber Gunung Maju di divisi *Sales & Marketing* yakni sebagai *Customer relationship Officer (CRO)* juga memiliki peran membangun hubungan pelanggan jangka panjang yang dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon, *email* untuk meminta *feedback*, melakukan *follow up* dan menanyakan kepuasan akan kualitas produk untuk menjalin hubungan baik jangka panjang dengan *customer*.

Saat terdapat permintaan pengiriman mendadak dari pelanggan, penulis berkoordinasi dengan gudang untuk memastikan ketersediaan stok material, dengan *purchasing* apabila diperlukan pengadaan tambahan, serta dengan

finance untuk memastikan administrasi pembayaran dan *invoice* telah sesuai.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah permasalahan yang penulis hadapi dalam menjalankan tugas di divisi *Customer Relationship Officer* sebagai pekerja intern di PT. Sumber Gunung Maju.

- a. *Sales, Marketing* dan *CRO* diberikan target pemasaran harian proyek bangunan sebanyak 15.000 kubik semua material *all size* batuan namun pemahaman produk *knowledge* hanya dilakukan dengan melalui *WhatsApp* atau *email* tanpa menggunakan strategi *direct selling, personal selling* mencari pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan komunikasi secara langsung dari orang ke orang dan *public relation* dalam bentuk kegiatan formal seperti publisitas produk komunikasi formal korporat, hubungan pers atau iklan masyarakat yang data membantu meningkatkan pemahaman pelanggan dan meningkatkan tercapainya target dengan meningkatkan penjualan.
- b. Ketidaksesuaian atau perubahan data administrasi penjualan seringkali revisi *Purchase Order (PO)*, perubahan jumlah material, perubahan alamat proyek, atau perubahan jadwal pengiriman. Kondisi tersebut membuat dokumen seperti *Delivery Order (DO)* atau *invoice* harus disesuaikan kembali. Pada situasi ini, penulis menemukan bahwa data yang dikirimkan pelanggan melalui *chat* tidak selalu lengkap atau format yang berbeda-beda, sehingga perlu melakukan pengecekan ulang dan memperpanjang proses administrasi.
- c. Pelayanan dan *customer relationship* yang dilakukan juga masih sebatas dengan berinteraksi melalui *email* atau *WhatsApp* dengan pelanggan tanpa memperhatikan strategi seperti dengan menyesuaikan kebutuhan pelanggan, gaya komunikasi pelanggan sehingga untuk memenuhi target

masih diperlukan mencari jangkauan prospek yang lebih luas. Pelayanan juga masih dilakukan dengan cara yang kurang formal.

- d. Kegiatan administrasi *marketing* yang seharusnya dilakukan oleh pihak khusus admin *marketing* masih dilakukan oleh satu divisi yakni *marketing*, *CRO* dan *sales* atau rangkap *jobdesk*. Beban kerja administrasi yang cukup tinggi karena beberapa pekerjaan *marketing* dan administrasi masih dilakukan oleh divisi yang sama. Dalam praktiknya, penulis tidak hanya menangani komunikasi pelanggan, tetapi juga membantu rekap data, pengecekan dokumen pengiriman, penyusunan laporan, dan pengarsipan dokumen. Hal ini membuat pekerjaan menjadi menumpuk terutama saat *volume order* sedang tinggi, sehingga penulis harus mengatur prioritas kerja agar seluruh tugas tetap selesai tepat waktu.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang digunakan penulis untuk mengatasi masalah utama saat menjadi sales dan marketing PT. Sumber Gunung Maju mencakup :

- a. Penulis harus lebih mendalami lagi tentang strategi strategi yang dapat digunakan dalam produk *knowledge* seperti *direct selling*, *personal selling* dan *public relation* untuk dapat meningkatkan target pemasaran perusahaan dengan meningkatkan pemahaman pelanggan melalui produk *knowledge*.
- b. Dalam menghadapi kendala perubahan data administrasi seperti revisi *PO* atau perubahan jumlah pesanan, penulis melakukan pengecekan ulang dokumen sebelum diproses lebih lanjut. Penulis juga membiasakan untuk meminta konfirmasi tertulis dari pelanggan apabila terjadi perubahan, agar informasi yang digunakan dalam dokumen perusahaan lebih valid dan mengurangi risiko kesalahan *input*. Selain itu, penulis menyusun arsip data berdasarkan tanggal dan nama proyek untuk memudahkan pencarian kembali ketika diperlukan revisi.
- c. Perlu dilakukan dan mempertimbangkan pelayanan prima dan menjalin hubungan *customer* dengan memperhatikan kebutuhan, cara komunikasi,

karakter pelanggan dan komunikasi yang formal untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih prima dan dapat membangun hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan.

- d. Dapat dilakukan penambahan sumber daya manusia admin *marketing* yang dapat membantu kegiatan administrasi *marketing* sehingga tidak adanya *double job*.

