

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Penulis melaksanakan kegiatan kerja praktek di PT. Graha Lestari Development dan ditempatkan dalam divisi pemasaran. Dalam divisi pemasaran tersebut memiliki tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan promosi secara langsung dengan mengunjungi instansi dan perusahaan.
- b. Melakukan promosi secara online melalui platform facebook.
- c. Melakukan penjualan unit rumah.
- d. Melayani konsumen yang datang ke lokasi perumahan dengan tujuan untuk melihat ataupun membeli.

Setelah melakukan kerja praktek selama kurang lebih satu bulan, penulis mendapatkan informasi dan data untuk menyusun laporan kerja praktek.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Kerja praktek dilaksanakan selama 1 bulan, lebih tepatnya yaitu dari tanggal 6 agustus 2018 sampai tanggal 4 september 2018, kerja praktek dilakukan dari hari senin sampai jumat dari jam 08.00-14.00 WIB, hari sabtu, minggu dan libur nasional libur.

Dalam Program kerja praktek penulis melakukan kegiatan yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan sesuai dengan bidang akademis mahasiswa tersebut, sehingga terjadi timbal balik ilmu pengetahuan baik kepada penulis dan kepada perusahaan.

Dalam pelaksanaan Kerja Praktek berlangsung penulis diberikan gambaran umum tentang perusahaan dan lingkungan didalam perusahaan. Secara langsung penulis melakukan banyak sesi Tanya jawab dalam bentuk wawancara kepada para pegawai di bagian pemasaran karena sesuai dengan data apa yang penulis ingin dapatkan. Adapun kegiatan yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Membantu pemindah bukuan laporan pengeluaran dan masuk bahan proyek.
2. Melakukan pengecekan dan membuat laporan pengerjaan pembangunan unit rumah.
3. Melakukan kontak langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan atau disebut juga sebagai canvasing ke RSUD Al Ihsan.
4. Belajar mengamati proses prosedur penjualan (BI Checking) di Bank BTN.
5. Membantu pemberkasan data pelanggan di kantor pusat.
6. Melakukan kunjungan ke instansi dan perusahaan untuk melakukan promosi.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

Selama melaksanakan kegiatan kerja praktek di PT Graha Lestari Development Penulis penulis mendapat hasil pelaksanaan kerja praktek sebagai berikut:

3.3.1 Proses Promosi Penjualan Unit Rumah Yang Dilakukan PT. Graha Lestari Development

PT. Graha Lestari Development dalam proses promosinya dilakukan dua cara yaitu promosi penjualan langsung dan online. Berikut proses promosi yang dilakukan PT. Graha Lestari Development :

1. Proses promosi penjualan langsung unit rumah yang dilakukan oleh PT. Graha Lestari development untuk menarik minat pembeli dilakukan dengan lima tahapan sebagai berikut :
 - a. Tahap 1
Dilakukan briefing antara karyawan termasuk mahasiswa kerja praktek yang dipimpin oleh manager marketing
 - b. Tahap 2
Manager melakukan pembagian lokasi promosi kepada karyawan dan mahasiswa kerja praktek
 - c. Tahap 3
Tahap 3 ini memiliki 3 bagian didalamnya yaitu sebagai berikut :
 - menawarkan barang yang akan dijual kepada perusahaan

- mempresentasikan produk unit rumah yang akan dijual seperti keunggulan dan perbedaan tiap tipe rumah yang akan dijual
- dan setelah itu menunggu konfirmasi dari perusahaan jika ada yang berminat terhadap produk rumah yang ditawarkan

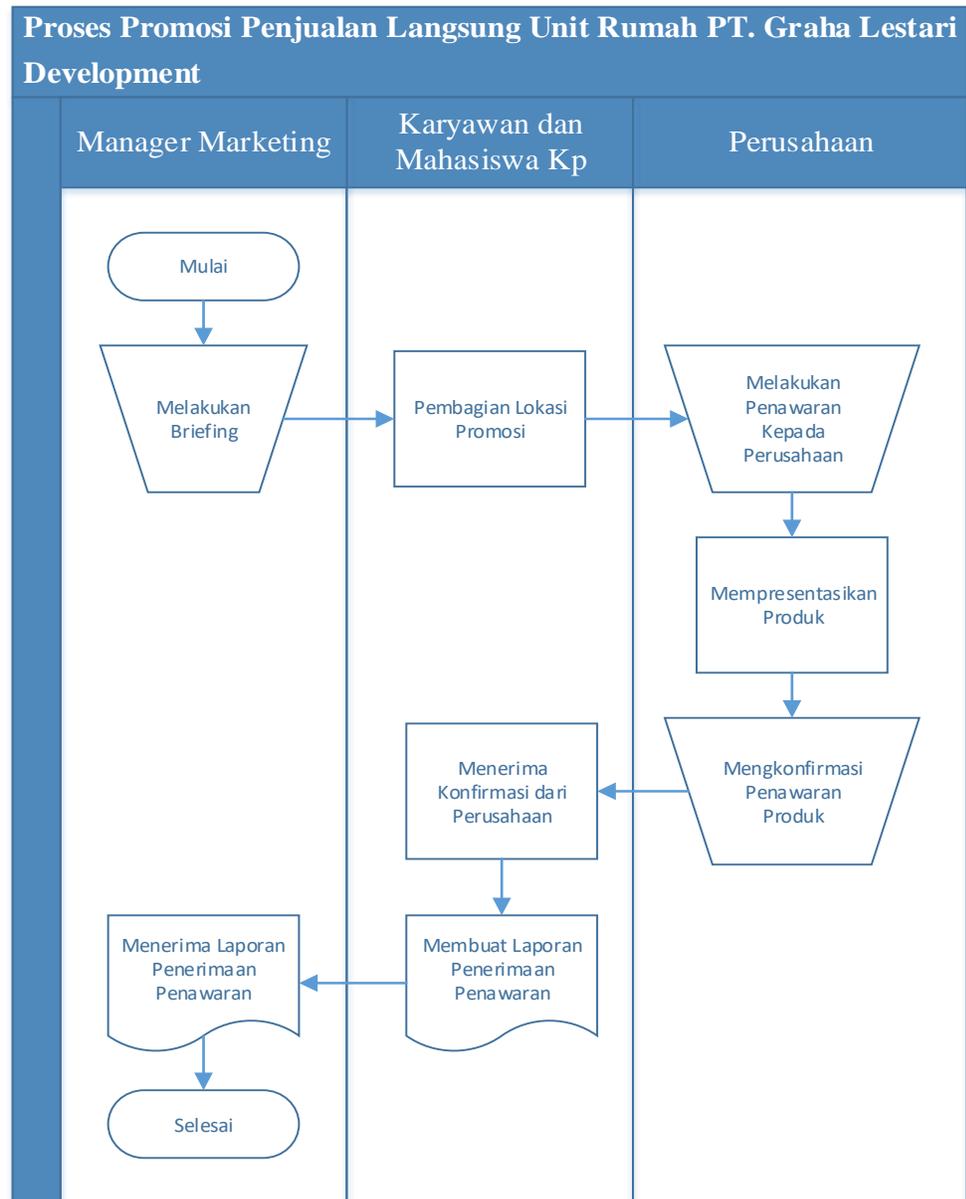
d. Tahap 4

Pada tahap 4 sendiri terdiri dari dua bagian seperti berikut :

- Karyawan dan mahasiswa kerja praktek menerima laporan pihak perusahaan yang mau membeli produk yang dijual.
- lalu karyawan dan mahasiswa kerja praktek membuat laporan penerimaan

e. Tahap 5

Karyawan dan mahasiswa kerja praktek memberikan laporan kepada manajer marketing setelah melakukan promosi kepada perusahaan atau instansi.



Gambar 3.1
Flowchart Proses Dalam Promosi Penjualan Langsung Unit Rumah Yang Dilakukan PT. Graha Lestari Development

2. Proses promosi penjualan online yang dilakukan oleh PT. Graha Lestari development untuk menarik minat pembeli dilakukan dengan enam tahapan sebagai berikut :

a. Tahap 1

Memilih gambar unit rumah dan lokasi perumahan yang bisa menarik minat konsumen untuk membeli unit rumah yang di promosikan.

b. Tahap 2

Mencantumkan deskripsi yang lengkap terhadap produk yang dipromosikan.

c. Tahap 3

menentukan platform atau media online untuk melakukan promosi online.

d. Tahap 4

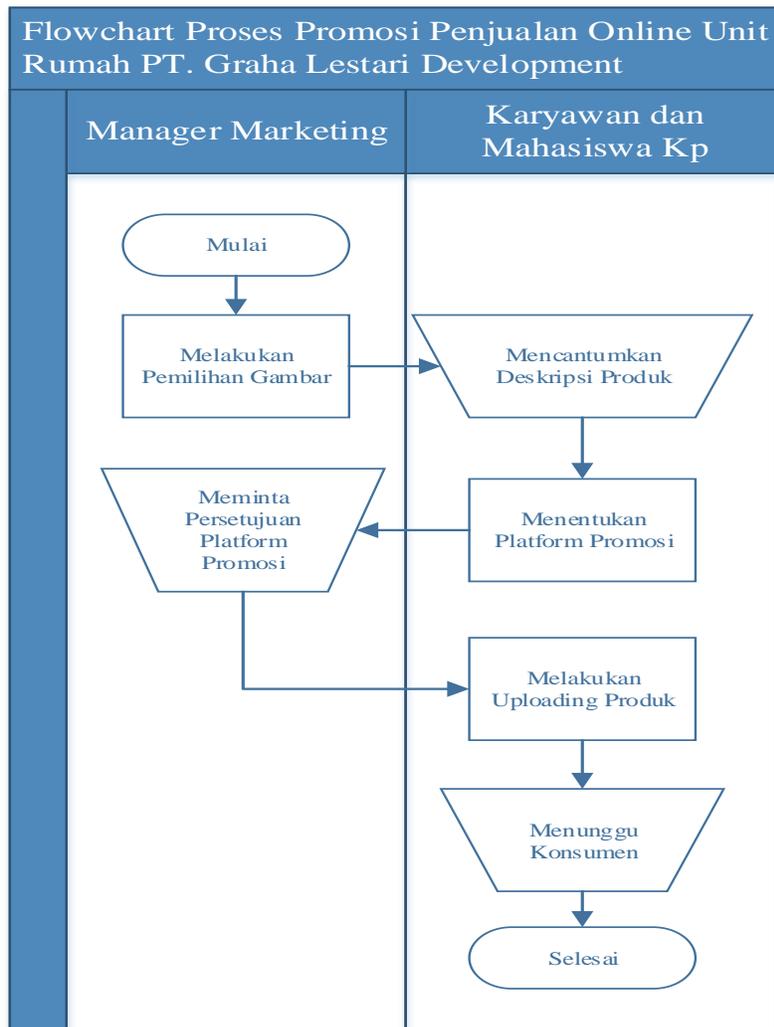
meminta persetujuan manajer marketing untuk melakukan uploading.

e. Tahap 5

melakukan uploading di platform atau media online yang telah ditentukan sebelumnya.

f. Tahap 6

Menunggu konfirmasi konsumen yang berminat untuk membeli pada rumah yang dipromosikan.



Gambar 3.2
Flowchart Proses Dalam Promosi Penjualan Online Unit Rumah Yang
Dilakukan PT. Graha Lestari Development

Pada pemilihan gambar dilakukan oleh manajer marketing, menentukan deskripsi dilakukan oleh karyawan marketing, menentukan platform atau medio online dilakukan oleh bersama karyawan marketing, lalu meminta persetujuan pada manager marketing untuk melakukan uploading kepada platform yang ditentukan sebelumnya.

3.3.2 Hambatan Proses Promosi Penjualan Unit Rumah Yang Dilakukan PT. Graha Lestari Development

PT. Graha Lestari Development dalam proses promosi penjualan unit rumah memiliki beberapa hambatan, berikut beberapa hambatan yang yang dialami oleh PT Graha Lestari Development :

1. Pihak instansi atau perusahaan yang akan dikunjungi untuk melakukan promosi langsung tidak menepati janji tentang waktu untuk bertemu dengan karyawan marketing. Sehingga berdampak kepada jadwal janji bertemu dengan perusahaan lainnya karena dalam sehari jika melakukan promosi penjualan tidak hanya pada satu perusahaan atau instansi melainkan lebih dari satu perusahaan, jadi jika satu perusahaan tidak menepati janji atau terlambat untuk bertemu dengan karyawan marketing akan berdampak pada kurangnya kepercayaan pada perusahaan.
2. Tidak adanya jadwal promosi langsung rutin ke perusahaan atau instansi yang dilakukan oleh perusahaan setiap minimal satu minggu sekali juga tidak disiplinnya karyawan marketing dengan terlambat masuk kerja saat ada jadwal promosi langsung, sehingga mengakibatkan terlambatnya promosi langsung yang akan dilakukan perusahaan, membuat target penjualan unit rumah yang sudah ditetapkan oleh perusahaan susah untuk dicapai karena tidak adanya jadwal rutin untuk promosi langsung setiap minimal satu minggu sekali dan

tidak disiplinnya karyawan masuk kerja, kemungkinan perusahaan untuk mendapatkan konsumen menjadi tidak maksimal dan mengakibatkan kerugian biaya.

3. Promosi online yang dilakukan oleh perusahaan hanya melalui satu media online yaitu facebook, sehingga kemungkinan perusahaan untuk mendapatkan banyak konsumen menjadi tidak maksimal menyebabkan target penjualan rumah yang ditetapkan oleh perusahaan tidak akan mudah tercapai juga mengakibatkan kerugian waktu.
4. Tidak setujunya karyawan marketing dengan gambar unit rumah yang sudah ditentukan oleh manajer untuk promosi penjualan online melalui media Facebook. Sehingga terjadinya keterlambatan rencana promosi online yang akan dilakukan membuat kerugian waktu.

3.3.3 Upaya Mengatasi Hambatan Proses Promosi Penjualan Unit Rumah Yang Dilakukan PT. Graha Lestari Development

PT. Graha Lestari Development dalam proses promosi penjualan unit rumah mengalami beberapa hambatan, dibawah ini beberapa upaya yang dilakukan PT. Graha Lestari Development untuk mengatasi hambatan yang terjadi saat proses promosi sebagai berikut :

1. Melakukan penjadwalan ulang rencana dalam penentuan waktu untuk bertemu dalam melakukan promosi langsung pada instansi atau perusahaan, agar

perusahaan yang terkena dampak atas keterlambatan janji bertemunya dengan perusahaan lain akan tetap membuat percaya pada perusahaan kita.

2. Dibuatnya penjadwalan rutin promosi langsung setiap satu minggu sekali dan memberi sanksi karyawan yang terlambat datang bekerja agar tidak menghambat promosi langsung dan target penjualan unit rumah yang sudah ditetapkan oleh perusahaan bisa tercapai dengan adanya promosi rutin setiap satu minggu sekali dan mengurangi kerugian biaya.
3. Promosi online yang dilakukan perusahaan perlu dilakukan di beberapa media online lainnya, tidak hanya facebook saja agar kemungkinan mendapatkan konsumen lebih besar dan target perusahaan dalam penjualan rumah bisa cepat tercapai.
4. Manajer perlu memberi teguran kepada para karyawan marketing yang tidak setuju atas keputusan yang sudah diambil oleh manajer, agar promosi yang sudah direncanakan bisa segera dilakukan.