BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Promosi	:Sarana untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan.
Riset Pasar	:Kegiatan yang dilakukan dalam upaya mencari informasi tentang proyek proyek yang akan di tenderkan.
Info Pasar	:Informasi awal (informasi dini) mngenai rencana proyek-proyek yang akan ditenderkan.
Potensi Pasar	:Proyek yang tuntutan lingkup pekerjaan konstruksinya mampu dilaksanakan oleh WIKA.
Penjajakan	:Upaya mencari informasi/data-data yang lebih detil mengenai proyek yang menjadi sasaran.
Verifikasi	:Lembar informasi/data-data mengenai calon proyek sebagai bahan untuk dipelajari oleh General Manajer Pemasaran.
Perkenalan	:Penyampaian/pengiriman Bio Data Perusahaan kepada calon pelanggan yang disertai dengan brosur dan surat pengantar.
Pelanggan	:Pemberi kerja.
Persyaratan Pelanggan	:Persyaratan yang diminta pelanggan, yang biasanya dituangkan dalam bentuk tertulis.

Harapan Pelanggan : Keinginan atau tuntutan tambahan dari pelanggan yang sifatnya tidak wajib, biasanya tidak tertulis.

Loyalitas Pelanggan : Kesetiaan Pelanggan pada WIKA.

Akses Utama : Saluran Utama untuk melakukan kontrak.

Pengulangan Bisnis : Perolehan Kontrak Baru dari Pelanggan yang sama.

Proyek Potensial : Proyek yang telah lolos seleksi/verifikasi calon proyek baru.

Proyek Efektif : Proses perolehan suatu proyek yang telah memasuki tahap Prakualifikasi.

Proyek Defenitif : Proses perolehan suatu proyek yang telah memasuki tahap Tender.

Proyek Diperoleh : Proyek yang telah dimenangkan dalam Tender.

Kegiatan promosi yang dilakukan PT. Wijaya Karya (Persero) Tbk. Adalah

- Pameran Bisnis
- Turnamen Olah Raga Terbatas
- Iklan Media Cetak/Elektronik
- Kegiatan Seremonial Kontruksi
- Sponsorship
- Presentasi Langsung

Membangun hubungan untuk memperoleh pelanggan

1. Mencari informasi potensi pasar dini melalui :
   - Langganan media cetak/elektronika/internet di bidang info proyek baru.
   - Network Eksternal : Relasi, Konsultan, Supplier, Sumber Eksternal lain

- Network Internaml : Direksi, Komisaris, Penjabat dan Keryawan Wika lain.

2. Memperoleh informasi pasar potensial dari :
   - Kegiatan promosi WIKA.
   - Pengumuman tender di media massa.
   - Kontak langsung oleh pelanggan.
   - Mediator/perantara sebagai mitra pemasaran WIKA.
   - Pengumuman tender
3. Hasil informasi pasar tersebut ditindaklanjuti dengan penjajakan pasar, untuk memperoleh data-data yang lebih konkreat, detil dan akurat mengenai pasar potensial tersebut, yang dapat dilakukan melalui beberapa sumber, seperti :
   - Pemilik Proyek/Pimpinan Proyek/Penjabat Lain
   - Developer
   - Konsultan (perencanaan atau pengawasan)
   - Panitia Tender
   - Perantara/Mediator
4. Setelah diperoleh data-data yang cukup, dilakukan Verifikasi Calon Proyek oleh staf pemasaran dan manajer pemasaran dengan memperhatiakan informs tambahan dari bidang bidang lain yang dipandang perlu sebagai bahan masukan bagi General Manager Pemasaran dalam memutuskan, diproses atau tidak diproses nya calon proyek tersebut.

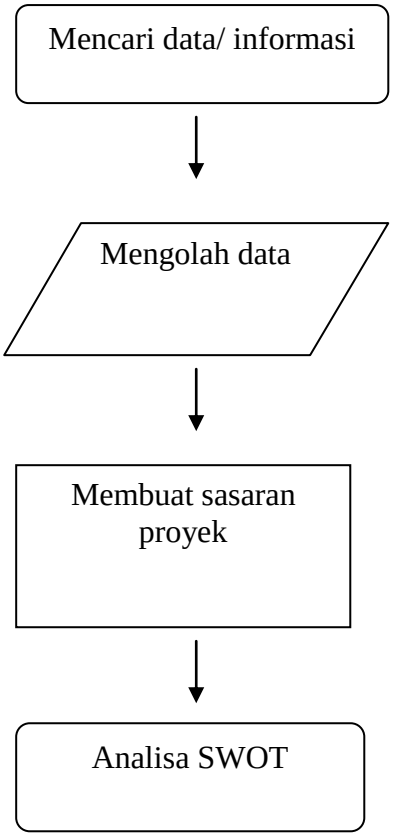
5. Apabila calon proyek ini diputuskan untuk diproses, maka dilanjutkan dengan mengirimkanBio Data Perusahaan dan Brosur yang disertai surat pengantar, sebagai bahan perkenalan kepada Calon Pelanggan dari proyek tersebut.
6. Apabila calon pelanggan telah mengetahui semua aspek dari Bio Data perusahaan tersebut, maka diharapkan calon pelanggan bersedia mengundang WIKA untuk mengikuti proses pelelangan, baik berupa undangan Prakualifikasi maupun undangan langsung untuk mengikuti pelelangan /tender.

3.2 Teknis Kerja Praktek

Dalam melaksanakan kerja praktek penulis melakukan kegiatan yang ada di PT Wijaya Karya (persero) Tbk. Penulis di berikan pengarahan dan bimbingan mengenai aktivitas di bagian manajen pemasaran.

Adapun kegiatannya penulis selama kerja praktek dapat di lihat pada gambar 3.1 :

1. Mencari data/informasi tentang riset pasar 2011 di Balai Besar Wilayah Sungai Citarum.
2. Mengolah data hingga mendapatkan riset pasar yang sesuai dengan standar PT Wijaya Karya (persero) Tbk
3. Membuat sasaran proyek yang akan dituju yaitu proyek Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km).
4. Menganalisa SWOT pada proyek yang dituju.



Gambar 3.1
Flowchart Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

Hasil pelaksanaan kerja praktek adalah:

Penulis mencari data/informasi tentang riset pasar 2011 di Balai Besar Wilayah Sungai Citarum lalu mengelompokan data sesuai kategorinya. Berikut tabel 3.1 di bawah ini yang merupakan Usulan Kegiatan Prioritas Bidang Sumber Daya Air Dalam Rangka Penyusunan Dan K/L Bidang SDA Tahun Anggaran 2011.

Tabel 3.1
Usulan Kegiatan Prioritas Bidang Sumber Daya Air
Dalam Rangka Penyusunan Dan K/L Bidang SDA Tahun Anggaran 2011

NO	NAMA PAKET	JUMLAH
1.	Rehabilitasi Waduk Jatiluhur (DOISP)	Rp 7,662,880,000
2.	Rehabilitasi struktur sipil Waduk Jatiluhur	Rp 5,000,000,000
3.	Rehabilitasi hydro mekanik Waduk Jatiluhur	Rp 7,300,000,000
4.	Perbaikan pintu bendungan curug dan walahar waduk jatiluhur	Rp 10,000,000,000
5.	Perbaikan dan penambahan pompa Waduk Jatiluhur	Rp 21,000,000,000
6.	Sub Das Cilamaya	Rp 10,000,000,000
7.	Normalisasi Saluran Sekunder DI. Leuwinangka	Rp 10,000,000,000
8.	Normalisasi Saluran Sekunder DI. Cileuleuy	Rp 10,000,000,000
9.	Normalisasi Saluran Sekunder DI. Curugagung	Rp 7,500,000,000
10.	Normalisasi SS. Sukra Cs. (SS Pangarengan)	Rp 20,000,000,000
11.	Normalisasi Saluran Sekunder pada DI. Gunung Cs	Rp 10,000,000,000
12.	Saluran Jetti	Rp 7,000,000,000
13.	Penanggulangan Erosi dan Sedimentasi	Rp 15,000,000,000
14.	Pemasangan Early Warning System	Rp 5,000,000,000

15.	Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km)	Rp 69,784,614,000
16.	Pembuatan Tanggul Baru Sungai Citarum dari Walahar s/d kmp.Bojong(18,5 Km)	Rp 47,241,901,000
17.	Normalisasi Sungai Citarum dari Walahar s/d Muara Gembong (115 Km)	Rp 160,160,000,000
18.	Pengendali Banjir S. Cipunagara di kab. Subang	Rp 20,591,042,000
19.	Pengaendali Banjir S. Ciherang di kab. Bekasi	Rp 39,589,677,000
20.	Pembangunan Tanggul Penahan Abrasi	Rp 10,000,000,000
21.	Pengaman Pantai Muara Buntu Kab. Karawang	Rp 20,315,963,000
22.	Pengaman Pantai Kab. Subang dan Indramayu	Rp 8,184,929,000
23.	Pembangunan Jetty di Kabupaten Sukabumi	Rp 10,000,000,000
24.	Rehabilitasi Jalan Produksi dari Sungai Buntu sampai Betok Mati	Rp 6,000,000,000
25.	Penyelesaian Normalisai S. Cisaranten (lanjutan)	Rp 5,288,210,000
26.	Pembangunan Intake/Bronkaptering + Reservoir	Rp 5,000,000,000
27.	Pembangunan Intake/Bronkaptering + Reservoir	Rp 5,700,000,000
28.	Pembangunan Siphon Bekasi	Rp 14,000,000,000

Sumber : Balai Sungai Citarum

Data lalu diolah hingga mendapatkan riset pasar yang sesuai dengan standar PT Wijaya Karya (persero) Tbk. Penulis membuat analisa SWOT salah satu sasaran proyek yang akan dituju yaitu proyek Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km).

Nama Proyek : Proyek Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km)

Nilai Proyek : Rp. 69.784.614.000

Analisa SWOT :

Tabel 3.2
Analisis kekuatan (Streang), kelemahan (Wieakness), peluang(Opportunity), dan ancaman (Threath) SWOT

KEKUATAN (STREANGHT)	BOBOT	RATING	SKOR YANG DI BOBOTKAN
• **WIKA mempunyai pengalama terhadap bidang tersebut**	0,25	5	**1,25**
• **WIKA memiliki orang-orang atau SDM yang berkualitas dibidangnya**	0,15	3	**0,45**
• **Budaya perusahaan yang baik**	0,20	3	**0,6**
• **Persediaan alat-alat berat yang belum lengkap**	0,25	4	**1**
• **Tim manajemen yang profesional**	0,15	3	**0,45**
TOTAL	**1,00**		**3,75**

KELEMAHAN (WEAKNESS)	BOBOT	RATING	SKOR YANG DI BOBOTKAN
• **Human error**	0,10	2	**0,2**
• **Kerusakan terhadap alat-alat berat**	0,25	4	**1**
• **Terjadinya bencana alam**	0,15	3	**0,45**
• **Persediaan alat-alat berat yang belum lengkap**	0,25	3	**0,75**
• **Keterlambatan pengiriman material**	0,25	4	**1**
TOTAL	**1,00**		**3,45**

PELUANG (OPPORTUNITY)	BOBOT	RATING	SKOR YANG DI BOBOTKAN
• **Mempunyai hubungan yang baik dengan relasi**	0,30	5	**1,5**
• **Link marketing yang kuat**	0,20	3	**0,6**
• **WIKA memiliki kepercayaan dalam permodalan**	0,15	3	**0,45**
• **Penerapan manajemen pengetahuan di setiap bidang kontruksi**	0,15	2	**0,3**
• **Mayarakat yang mendukung proyek tersebut**	0,20	4	**0,8**
TOTAL	**1,00**		**3,65**

ANCAMAN (THREAT)	BOBOT	RATING	SKOR YANG DI BOBOTKAN
• **Kompetitor yang kompeten dibidangnya**	0,15	3	**0,45**
• **Kekuatan tawar menawar pembeli**	0,20	3	**0,6**
• **Adanya “pemain”/pesaing baru**	0,15	3	**0,45**
• **Langkanya bahan baku**	0,25	4	**1**
• **Kenaikan tingkat upah**	0,25	3	**0,75**
TOTAL	**1,00**		**3,25**

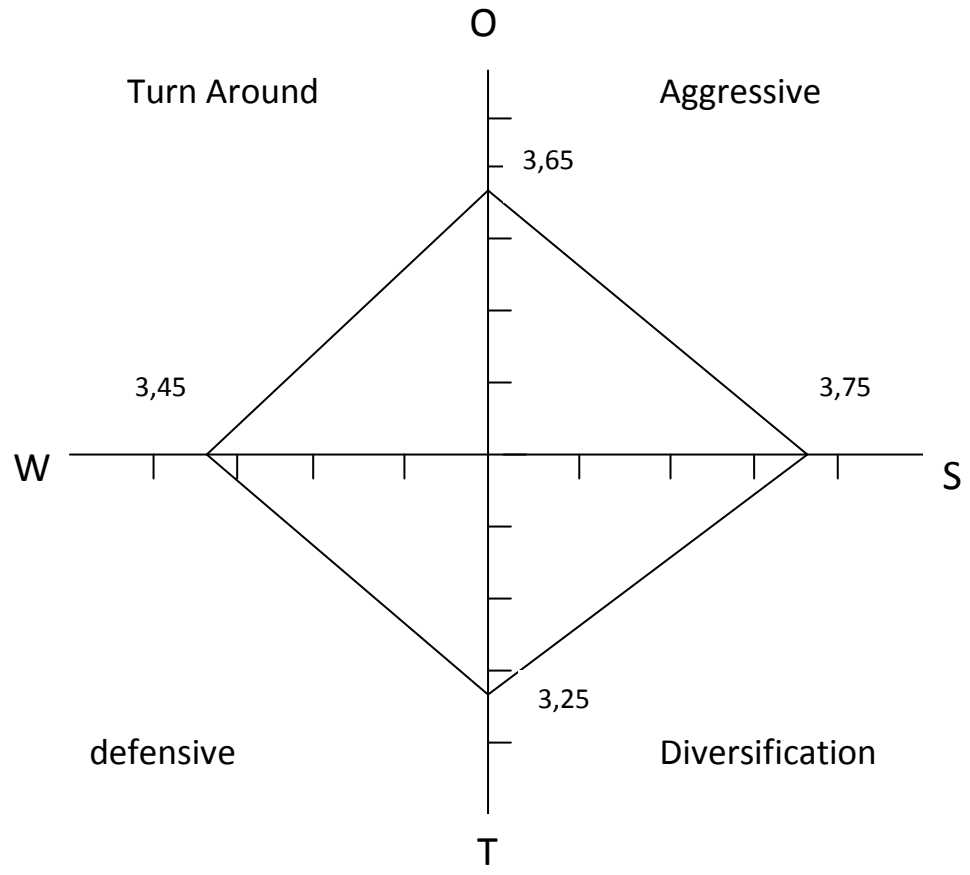
Keterangan :

BOBOT : untuk setiap faktor mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) → berdasarkan faktor-faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi stategis perusahaan saat ini. Semakin besar bobotnya semakin prioritas faktor tersebut bagi manajemen (semua bobot harus berjumlah 1,0 tanpa memperdulikan jumlah faktor-faktor tertentu).

RATING : untuk setiap faktor dari 5(sangat tinggi) sampai 1 (sangat rendah) berdasarkan respon manajemen pada saat ini terhadap faktor-faktor tertentu.

Dari hasil analisis swot yang sudah di buat, maka dapat di buat matrik berdasarkan nilai atau scor dari analisis swot, berikut kurva 3.1 di bawah ini yang merupakan matrik space.

Kurva 3.1
Martik Space



keterangan :

SO (*Aggressive strategi*) : menggunakan kekuatan internal untuk mengambil kesempatan yang ada di luar.

ST (*Diversification strategi*) : menggunakan kekuatan internal untuk menghindari ancaman yang ada diluar.

WO (*Turn around*) : menggunakan kesempatan eksternal yang ada untuk mengurangi kelemahan internal.

WT (*Defensive strategi*) : meminimalkan kelemahan dan ancaman yang mungkin ada.

Dari analisis swot diatas kekuatan (*streanght*) memiliki nilai yang lebih tinggi 3,75 dan dari kurva diatas menunjukkan pada posisi *Aggressive strategi* yaitu menggunakan kekuatan internal untuk mengambil kesempatan yang ada di luar.

Dari matrik diatas dapat dibuat analisis strategi twos matrik., dimana adanya strategi dari kekuatan (Streang), kelemahan (Wieakness), peluang(Opportunity), dan ancaman (Threath).dapat dilihat pada tabel 3.3 di bawah ini

Tabel 3.3
Analisis Strategi Twos Matrix

	KEKUATAN	KELEMAHAN
	• WIKA mempunyai pengalaman terhadap bidang tersebut • WIKA memiliki orang-orang atau SDM yang berkualitas dibidangnya • Budaya perusahaan yang baik • Penerapan teknologi terkini /alat-alat dalam setiap pengerjaan proyek • Tim manajemen yang profesional	• Human error • Kerusakan terhadap alat-alat berat • Terjadinya bencana alam • Persediaan alat-alat berat yang belum lengkap • Keterlambatan pengiriman material
PELUANG	• Meningkatkan budaya	• Mengadakan

• Mempunyai hubungan yang baik dengan relasi • Link marketing yang kuat • WIKA memiliki kepercayaan dalam permodalan • Penerapan manajemn pengetahuan di setiap bidang kontruksi • Masyarakat yang mendukung proyek tersebut	perusahaan khususnya dalam disiplin. • Pengerjaan proyek yang efektif dan efisien • Kerjasama tim yang kuat	pelatihan bagi karyawaan. • Melaksanakan perawatan rutin pada alat-alat berat • Adanya sosialisasi dan peran masyarakat dalam proyek tersebut.
ANCAMAN • Kompotitor yang kompeten di bidangnya • Kekuatan tawar menawar pembeli • Adanya “pemain”/ pesaing baru • Langkanya bahan baku • Kenaikan tingkat upah	• Meningkatkan kekuatan bersaing • Terbentuknya koordinasi yang baik • Membuat nilai tender yang “menarik”	• Pengawasan terhadap adanya material • Mengganti alat lama dengan yang baru • Melihat tingkat ekonomi nasional dan gaji UMR