BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Dengan Berdasarkan Judul yang penulis ambil yaitu "Tinjauan Pelaksaksanaan Marketing Communication di PT.RAGAM GARDA MANDIRI (SQUAD Security Services)", judul tersebut berhubungan sekali dengan Marketing. Dan saat kerja praktek, penulis juga ditempatkan di bagian Marketing yang sesuai dengan spesialisasi mata kuliah yang penulis ambil.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Penulis dalam memenuhi mata kuliah kerja praktek ini melaksanakannya di PT. Ragam Garda Mandiri (SQUAD Security Service) Bandung, yang berlokasi di Jl. Batununggal Indah no. 67-69. Komplex Batununggal Indah. Bandung. Indonesia. Dan waktu pelaksanaan kerja praktek ini dimulai dari tanggal 12 Juli 2010 sammpai dengan 31 Juli 2010 dari jam 08.00-15.00 WIB.

Dalam melaksanakan praktek kerja di bagian marketing, penulis cukup diberi banyak pekerjaan. Di bagian marketing ini, kegiatan yang penulis lakukan adalah :

- Telemarketing, yaitu menelepon untuk mencari klien baru. Berpromosi lewad telepon dengan menawarkan jasa kepada bag. Personalia atau HRD, apabila klien baru tersebut tertarik dengan jasa yang ditawarkan. Maka kita membuat janji untuk bertemu.

- Follow UP, yaitu menanyakan kembali tentang ketertarikan klien baru, apakah akian menggunakan jasa dari SQUAD atau tidak. Apabila ya, maka dibuatkan janji untuk bertemu selanjutnya direktur atau staff bagian markerting akan menjelaskan secara langsung tentang SQUAD. Tetapi jika tidak, maka bagian marketing tersebut harus berupaya untuk menarik perhatian calon klien baru agar memakai jasa security dari SQUAD.
- Mailing, yaitu membuat proposal untuk diberikan/diajukan kepada calon klien baru yang sudah dihubungi melalui telemarketing. Ataupun untuk klien lama yang akan habis masa kontraknya, dikirimkan mailing juga dimana didalamnya berisi proposal, kalender SQUAD, Portofolio Klien, profile company.
- Mengajukan proposal langsung ke tempat yang akan dituju.
- Setiap minggunya pada hari sabtu, penulis harus melaporkan laporan kegiatan marketing selama 1 minggu.
- Ikut dengan staff marketing ke lapangan untuk bertemu klien lama yang akan menandatangani perpanjangan kontrak, dan keperluan lainnya.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

3.3.1 Pelaksanaan Marketing Communication pada PT. RAGAM GARDA MANDIRI.

- Target penjualan tahun 2011 adalah 500 Personil
- Dilakukan juga marketing commnuication berupa:

- ✓ **Sales call** (telemarketing database yang ada atau mencari dari berbagai sumber seperti media, info dari area, referensi dari klien dll.),
- ✓ **Door to Door** (pada saat ada kunjungan/visit ke area klien, sales dapat menawarkan ke pabrik tetangga/yang sejalan),
- ✓ **Kenalan Owner** (sales harus service baik keseluruh klien agar kepuasan selalu melekat dengan demikian klien tidak akan sungkan memberikan referensi atau mempromosikan SQUAD untuk dipakai di pabrik, kantor atau kediamannya),
- ✓ **Mengikuti Tender** (tender di berbagai BUMN).

- Aktivitas promosi apa yang sudah dilakukan baru dengan
  - ✓ Brosur
  - ✓ yellow pages
  - ✓ pameran dan
  - ✓ video presentasi.
- Proses penjualan secara detail sampai terjadi kontrak dengan klien yaitu dimulai : Data base klien – call via telemarketing – meeting – survei – proposal & pricing – presentasi – deal – draft kontrak – hand over
- Mendapat reward dan punishment dari target kerja bila tercapai dan bila tidak tercapai?

  Diluar komisi yang diterima bulanan ada bonus, jika tidak mencapai target tidak mendapatkan bonus. Besaran bonus tergantung berapa persen target yang telah di capai masing-masing sales.

- Pengembangan communication untuk SDM penjualan SQUAD yaitu dengan
    - ✓ Mengikuti seminar,
    - ✓ training dari konsultan marketing
    - ✓ dan sering melatih kepercayaan diri melalui sering ketemu orang baru
    - ✓ serta selalu up date pemberitaan terbaru agar pada saat kita berdialog dengan siapapun akan nyambung dan tidak ada pembicaraan yang terputus.

3.3.2 Manfaat adanya pelaksanaan marketing communication pada PT. RAGAM GARDA MANDIRI

- Dengan pelaksanaan marketing communication khususnya seperti **Sales call** (telemarketing database yang ada atau mencari dari berbagai sumber seperti media, info dari area, referensi dari klien dll.), **Door to Door** (pada saat ada kunjungan/visit ke area klien, sales dapat menawarkan ke pabrik tetangga/yang sejalan), **Kenalan Owner** (sales harus service baik keseluruh klien agar kepuasan selalu melekat dengan demikian klien tidak akan sungkan memberikan referensi atau mempromosikan RED untuk dipakai di pabrik, kantor atau kediamannya), **Mengikuti Tender** (tender di berbagai BUMN). Maka manfatnya SQUAD akan punya value lebih dari yang lain selain promosi yang akan kita buat sebaik mungkin dengan SDM yang handal.

- Dengan adanya pelaksanaan communication marketing diatas maka Pengguna/user/klien akan mengetahui product dan manfaatnya, selebihnya tinggal seorang sales yg harus mampu meng-goal-kan project tsb.

- Ada juga Pelaksanaan marketing communication terdiri dari :

- Telemarketing
- Mailing
- Pembuatan proposal baik lewad kurir maupun lewad e-mail
- Presentasi
- Mengikuti tender

Dengan adanya hal tersebut diatas, maka tidak perlu repot lagi untuk kita mencari sebuah jasa keamanan bagi perusahaan, supermarket, sekolah, pabrik, bahkan sampai rumah pribadi.

- Akan mengetahui bibit, bebet, bobotny itu tentang SQUAD, khususnya bagi klien ataupun calon klien baru.

3.3.3 Hambatan dan Penanggulangan Pelaksanaan marketing communication pada PT. RAGAM GARDA MANDIRI

3.3.3.1 Hambatan Pelaksanaan marketing communication pada PT. RAGAM GARDA MANDIRI

- Adanya competitor yang membanting harga, yang menggaji security kurang dari UMR. Sebenarnya SQUAD itu sendiri tidak takut dengan

competitor lain. Tetapi cara bersaing yang ditunjukkan oleh competitor itu dapat menurunkan citra dari security itu sendiri.

- Performance anggota security yang tidak menetapi protap yang sudah ada. Karena terkadang apa yang kita promosikan berbeda dengan kejadian di lapangan.
- Penjualan di bidang jasa tidaklah semudah menjual produk, apalagi kita menjual sebuah jasa orang. Diperlukan kepercayaan yang besar, maka saat dilakukan promosi maka harus benar-benar mempromosikannya secara maksimal.
- Banyaknya security yang berasal dari organik (karyawan dari perusahaan itu sendiri) membuat kita susah untuk menjual jasa security ini.

3.3.3.2 Penanggulangan Pelaksanaan marketing communication pada PT. RAGAM GARDA MANDIRI

- Tidak membanting harga seperti competitor lainnya, karena bagi kita harga adalah sebuah jaminan kualitas.
- Apabila ada keluhan karena performance anggota yang tidak mematuhi protap yang sudah ada, maka kita langsung handling complain dengan cepat.
- Mempromosikan dengan baik saat presentasi didepan klien. Memberikan kelebihan dan keunggulan dari SQUAD itu sendiri.

- Memberikan kepercayaan kepada calon klien bahwa dengan memakai jasa security dari outsourcing itu akan lebih aman dibandingkan dengan merekrut karyawan karena jika memakai jasa dari outsourcing. Tidak akan rawan dari kriminalitas.