

BAB IV

PEMBAHASAN KEGIATAN MAGANG

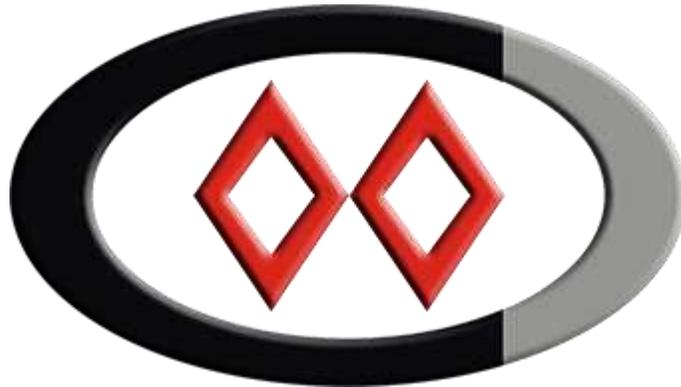
4.1 Gambaran PT. Citra Mandiri Wiguna

CMW Advertising (PT. Citra Mandiri Wiguna) didirikan pada tahun 2006, sebelumnya dikenal sebagai CMA (Citra Mandiri Asia) adalah perusahaan periklanan - spesialis media luar ruang - dan dengan baik memberikan ide cemerlang mengenai pemasaran dan promosi kepada klien kami. Klien kami memiliki anggaran mulai dari jutaan hingga milyaran rupiah, dan kami menetapkan masing-masing kampanye dengan rasa hormat yang sama, pengetahuan dan perawatan khusus.

Iklan luar ruang adalah bentuk iklan tertua. Media luar ruang termasuk iklan luar ruang dalam beberapa bentuk - seperti poster, billboard, hoardings, unipoles, translight, dll. Ini dapat disebut sebagai opsi media tradisional. Di mana, dunia iklan luar ruang terdiri dari jauh lebih banyak. Ada tanda-tanda yang tidak standar seperti rambu-rambu di pinggir jalan, iklan jalan raya, dan media inovatif seperti iklan transit, iklan mall dll. Itu semua datang di luar domain. Oleh karena itu, berkembang bentuk yang lebih luas dari iklan yang disebut Out-of-Home advertising (OOH).

4.1.1 Profil PT Citra Mandiri Wiguna

Gambar 4.1 : Logo PT Citra Mandiri Wiguna



Sumber : *PT. Citra Mandiri Wiguna 2018*

Gambaran Umum

Bidang tugas Perusahaan : Periklanan

Susunan Organisasi

Komisaris : 1. Herbert Panjaitan, SE

Direktur : Coky Eddy Silalahi S, Kom

Alamat Kantor : Graha Rospita

Jl. Raya Pramuka No. 185 Jakarta 10570

Situs web : <http://www.cmwadvertising.com>

4.1.2 Tugas dan Fungsi Organisasi PT. Citra Mandiri Wiguna

1. Komisaris (Herbert Panjaitan, SE & Darwin Aritonang SH, M. Hum)

Komisaris wajib melakukan pengawasan terhadap kebijakan Direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberi nasihat kepada Direksi. Keputusan pemberian nasihat dilakukan atas nama Komisaris secara Kolektif. Fungsi pengawasan adalah proses yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Komisaris wajib berkomitmen tinggi untuk menyediakan waktu dan melaksanakan seluruh tugas komisaris secara bertanggungjawab. Pelaksanaan tugas tersebut diantaranya adalah :

- Pelaksanaan rapat
- Pemberian nasihat, tanggapan dan/atau persetujuan secara tepat waktu dan berdasarkan pertimbangan yang memadai
- Mendorong terlaksananya implementasi *good corporate governance*.

2. Direktur (Coky Eddy Silalahi S, Kom)

Tugas Direktur adalah sebagai koordinator, komunikator, pengambilan keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor dalam menjalankan dan memimpin perusahaan.

antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. tugas direktur tentu berbeda-beda, tetapi secara prinsip, tugas direktur diantaranya adalah :

- Menjalankan bisnis perusahaan

- Memimpin seluruh karyawan dalam menjalankan bisnis perusahaan
- Menetapkan kebijakan-kebijakan perusahaan
- Menetapkan dan merumuskan strategi bisnis perusahaan
- Menyetujui anggaran tahunan perusahaan
- Menyampaikan laporan kepada pemegang saham
- Meningkatkan performance perusahaan

3. Kabag Administrasi dan HRD (Nutrilinda S, Sos)

Mengelola semua kegiatan administrasi dan keuangan dalam lingkungan perusahaan untuk mendapatkan data yang benar dan akurat sehingga menghasilkan laporan dan informasi yang tepat waktu, relevan dan konsisten sebagai alat pengendalian, pengamanan aset, sumber daya dan pengambilan keputusan serta mengembangkan Orang-orang mengembangkan kemampuan karyawan potensial di tempat kerja.

4. Kasub Produksi dan Desain (Wiwied Septian Gumelar)

Bertanggung jawab atas pelaksanaan pembuatan produk yang memenuhi spesifikasi kualitas dalam batas waktu dan biaya yang telah ditetapkan

Fungsi dari Kasub Produksi adalah :

- Mengawasi semua kegiatan proses produksi yang berlangsung

- Mengawasi dan mengevaluasi seluruh kegiatan produksi untuk mengetahui kekurangan dan kesalahan sehingga dapat dilakukan perbaikan untuk kegiatan berikutnya

5. Kepala Bagian Pemasaran (Agus Raharja, SE)

Memiliki tugas dan tanggung jawab besar dalam rangka peningkatan profit perusahaan. Diantara tugas manajer pemasaran yaitu selalu harus dapat menganalisis kesempatan kedepan, membuat rumusan dan melaksanakan kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Fungsi Kabag Pemasaran adalah :

- Melakukan analisis pasar serta mengatur distribusi produksi
- Menentukan kebijaksanaan dan strategi pemasaran mencakup jenis produk yang akan dipasarkan, harga pendistribusian dan promosi

4.1.3 Struktur Organisasi Bagian Pemasaran PT. Citra Mandiri Wiguna

Gambar 4.1.3 Struktur Organisasi Unit Kerja



Sumber : *PT. Citra Mandiri Wiguna 2018*

4.1.3.1 Tugas dan Fungsi Bagian Pemasaran

1. Kepala Bagian Pemasaran (Agus Raharja, SE)

Memiliki tugas dan tanggung jawab besar dalam rangka peningkatan profit perusahaan. Diantara tugas manajer pemasaran yaitu selalu harus dapat menganalisis kesempatan kedepan, membuat rumusan dan melaksanakan kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Fungsi Kepala Bagian Pemasaran adalah :

- Melakukan analisis pasar serta mengatur distribusi produksi

- Menentukan kebijaksanaan dan strategi pemasaran mencakup jenis produk yang akan dipasarkan, harga pendistribusian dan promosi

2. Sekretaris Marketing (Raju Wandu Sormin)

Tugas Sekretaris marketing adalah membantu atasannya kepala bagian pemasaran dalam melakukan tugas-tugas harian, baik yang rutin maupun yang khusus. Tugas rutin merupakan tugas sehari-hari yang biasa dikerjakan tanpa perlu perintah dari pimpinan. Sedangkan tugas khusus adalah tugas yang diperintahkan oleh pimpinan agar dapat menyelesaikan suatu permasalahan dalam perihal pemasaran.

3. Administrasi Marketing (Toto Sutomo)

Tugas administrasi marketing yaitu mempersiapkan dan menyediakan semua kepentingan administratif marketing/sales di sebuah perusahaan. Hal yang harus dilakukan oleh administrasi marketing di perusahaan adalah menerima pesanan dari customer yang telah menerima penawaran dari perusahaan kita atau yang melihat dari website. Kemudian administrasi marketing melakukan penginputan data order dan kebutuhan dari customer yang nantinya akan dikirim ke workshop. Administrasi marketing juga harus mengumpulkan semua berkas dan dokumen customer atas penjualan dengan lengkap dan juga harus memonitoring penjualan.

4. Eksekutif Marketing (Ahmad Lutfi)

Eksekutif marketing mempunyai tanggung jawab dalam mengembangkan kampanye pemasaran untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan. Tugas eksekutif marketing adalah menghubungkan jaringan antara perusahaan dengan pelanggan, menentukan penempatan iklan yang tepat, mengelola produksi materi pemasaran, serta melaksanakan riset pasar. Sebagai eksekutif pemasaran, salah satu keahlian yang penting adalah pengetahuan dan pengalaman dalam strategi branding suatu produk.

4.2 Bidang Usaha PT. Citra Mandiri Wiguna

PT. Citra Mandiri Wiguna menyediakan berbagai layanan iklan dan memberikan ide-ide cemerlang mengenai pemasaran dan promosi untuk mendapatkan hasil publisitas yang terbaik. Bidang usaha PT. Citra Mandiri Wiguna yaitu perusahaan periklanan - spesialis media luar ruang yang dengan baik memberikan ide cemerlang mengenai pemasaran dan promosi perusahaan lain. Umumnya media luar ruang yang ditata dengan baik memberikan keuntungan ganda bagi pemda setempat. Iklan luar ruang disamping mempercantik kota juga sumber pendapatan bagi pemerintah daerah setempat. Billboard, Neon Box, Huruf Timbul, Neon Sign atau yang sering disebut papan reklame, merupakan media luar ruang yang digunakan untuk penempatan promosi suatu barang atau perusahaan agar dapat

dilihat orang banyak / yang melintas sepanjang jalan tersebut. Berikut di bawah ini layanan usaha yang dijalankan oleh PT. Citra Mandiri Wiguna :

1. Billboards

Billboards adalah bentuk poster dengan ukuran yang lebih besar yang diletakkan di tempat tertentu yang ramai dilalui orang dan biasanya tinggi. Billboards termasuk model iklan luar ruang yang paling banyak digunakan. Billboards menggunakan material bahan besi hollow, besi siku, tiang pipa serta memiliki lapisan alumunium atau plat seng dan menggunakan pondasi cor beton, serta visualisasi dapat menggunakan large printing atau air brush cat duco dan untuk pencahayaan lebih umum menggunakan lampu sorot dari depan. Dalam merancang konstruksinya, kita harus memperhatikan beberapa aspek untuk ketahanan dalam jangka panjang, harus menggunakan pondasi cor beton, angkur, serta kedalaman yang galian pipa yang cukup kuat.



Sumber : *PT. Citra Mandiri Wiguna 2018*

2. Videotron

Videotron adalah bentuk dari Reklame digital dengan visual gambar bergerak (*digital visual advertising*) yang mampu menampilkan gambar bergerak sehingga materi iklan anda dapat terlihat lebih menarik dan dapat disesuaikan dengan keinginan anda. sebagai digital visual advertising, materi iklan dapat berganti dengan lebih cepat agar selalu up to date, sehingga tidak membuat orang yang melihat cepat merasa bosan. Tidak seperti tampilan iklan biasa Billboard/baliho dan lain-lain yang cenderung kaku / statis dan gampang pudar warnanya / rusak karena iklim dan cuaca. serta lebih memudahkan dalam mengganti content iklan. Videotron atau sering juga disebut megatron saat ini mulai dilirik oleh pengguna jasa advertising untuk menampilkan produk-produk mereka dengan penempatan di titik-titik strategis di kota-kota besar. videotron menjadi semacam hiburan mata bagi masyarakat yang melewati titik videotron tersebut. Di kota-kota besar saat ini, mulai menjamur penggunaan videotron, di tengah-tengah kota besar sampai kesudut-sudut kota yang traffic lalu lintas kendaraan padat, ramai dengan lalu-lalang masyarakat. Videotron menjadi semacam alternatif baru bagi pengguna jasa advertising iklan.



Sumber : *PT.Citra Mandiri Wiguna 2018*

3. Neon Box

Neon Box merupakan media Iklan yang dibuat dari bahan acrylic/colibrite/ultralon dan di bagian dalamnya diberi lampu. Bentuk dan design dapat disesuaikan sesuai dengan pesanan. Saat ini Neon Box merupakan salah satu jenis media yang sangat di gemari oleh banyak orang. Selain biaya yang tidak mahal, neon box mampu memberikan kesan eksklusif kepada bisnis anda.



Sumber : *PT.Citra Mandiri Wiguna 2018*

4. Signage

Signage adalah suatu rancangan atau penggunaan lambang-lambang dan simbol-simbol untuk mengkomunikasikan sebuah informasi kepada audience. signage digunakan untuk tujuan pemasaran dan jenis promosi lainnya. Signage adalah jenis tampilan grafis yang dirancang untuk menampilkan informasi kepada seorang audience tertentu. Hal ini secara khusus juga termasuk informasi penunjuk arah (*wayfinding*) yang diletakkan pada jalan, bagian dalam ataupun luar bangunan. Signs memiliki beragam bentuk dan ukuran tergantung pada lokasi serta tujuan penggunaan. Tujuan utama dari signage adalah untuk berkomunikasi, menyampaikan informasi sehingga penerima pesan dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi tersebut.

5. Letter Box

Letter Box merupakan salah satu produk dari outdoor advertising karena kehandalannya dalam mempresentasikan iklan. *Letter box* bermaterialkan acrylic atau garvanis yang berbentuk timbul, yang diberikan pencahayaan dari dalam dengan lampu yang berkualitas tinggi. Banyak diminati oleh banyak produsen atau perusahaan karena terlihat unik dan eye-catching karena bentuknya sesuai logo atau tulisan sehingga sangat mudah menarik perhatian seseorang. Ini pun sangat

bagus jika digunakan di dalam ruangan karena sangat cantik untuk dilihat.



Sumber :*PT.Citra Mandiri Wiguna 2018*

6. Design dan Printing (Brosur, Banner, Kalender, Pamflet)

Digital printing adalah sebuah metode percetakan dari gambar berbasis digital, yang biasanya berupa file, kemudian bisa langsung dicetak di berbagai media dengan cara yang instan dan cepat. Digital printing merupakan hasil inovasi perkembangan dari metode percetakan yang konvensional, yang muncul seiring dengan kemajuan teknologi dunia yang sudah masuk di era digital. Umumnya *digital printing* memiliki biaya produksi yang lebih tinggi untuk per satuannya dibanding metode cetak yang lebih konvensional seperti percetakan offset, sablon / screen printing. Akan tetapi, teknik digital printing ini memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh metode percetakan offset maupun sablon, yaitu tidak memerlukan proses pra cetak seperti pembuatan film, plat cetak (offset) , afdruk screen (sablon). Karena proses yang dilalui digital printing lebih ringkas, membuat digital

printing menjadi lebih banyak digunakan untuk pengerjaan cetak jumlah skala kecil, mencetak dengan waktu yang sangat cepat dan instan.

7. Jasa Konstruksi, Pemasangan, Izin dan Pajak Reklame

PT. Citra Mandiri Wiguna didukung dengan personil SDM yang berpengalaman dan telah dipercaya sebagai perusahaan reklame indoor maupun outdoor dan telah berpengalaman lama dalam mengurus izin lokasi baik dalam lokasi Pemda maupun Swasta juga telah berpengalaman dalam mengurus pajak reklame dengan berbagai ukuran dan bentuk yang telah berpengalaman mengurus izin lokasi baik lokasi pemda maupun swasta sehingga dapat selesai dengan cepat dan murah.

PT. Citra Mandiri Wiguna juga melayani dalam membuat windows display, News Advertising, Gift & Souvenirs, Point of Purchase dan Decorations. Itulah bidang usaha yang dijalankan oleh PT. Citra Mandiri Wiguna yang melayani produsen atau perusahaan lain untuk mempromosikan produknya di dalam maupun di luar ruangan. Beberapa perusahaan yang telah bekerja sama dengan PT. Citra Mandiri Wiguna adalah Bank BNI, Telkomsel, Kangaroo, Phillips, Pirelli, Kino dll.

4.3 Kegiatan Magang

Gambar 4.3 : Kantor PT Citra Mandiri Wiguna



Sumber : *PT. Citra Mandiri Wiguna 2018*

4.3.1 Jenis dan Bentuk Kegiatan Magang

Jenis dan bentuk kegiatan magang yang penulis lakukan selama magang sebagai staf pemasaran PT. Citra Mandiri Wiguna dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Training marketing
 - Mempelajari tentang prospek klien
 - Menentukan klien dan media luar ruang yang cocok ditawarkan
 - Membuat proposal

2. Praktek pemasaran
 - Mengirimkan proposal
 - Membuat janji temu
 - Presentasi ke klien
 - Follow up presentasi
3. Proses deal
 - Membuat draft po atau surat perjanjian kerjasama dan mengirimkannya ke klien
4. After sales service
 - Membuat laporan bulanan kepada klien tentang kondisi media luar ruang yang terpasang
 - Menawarkan lokasi baru atau media baru ke klien yang sama

Berikut penulis membuat penjabaran atau penjelasan selama melakukan kegiatan magang di PT. Citra Mandiri Wiguna

1. Mempelajari tentang training marketing

Dalam hal ini penulis dituntut untuk memahami prospek klien yang di dalamnya terdapat beberapa hal yang harus dilakukan yaitu, mencari tahu tentang data-data klien seperti nama perusahaan, alamat perusahaan, alamat e-mail, contact person dan media luar ruang apa yang cocok ditawarkan ke klien tersebut. Kemudian setelah memahami prospek klien, penulis diminta untuk membuat proposal

yang akan dikirimkan kepada klien. isi dari proposal tersebut terdiri dari kata pengantar, harga penawaran (breakdown harga sesuai dengan spesifikasi produksi, biaya perijinan, pajak reklame 1 tahun dan biaya-biaya lainnya jika ada), kata penutup dari proposal dimulai dari keterangan atau penjelasan tentang lama produksi, dan cara pembayaran kemudian ditanda tangani oleh Kepala Bagian Pemasaran dan marketing eksekutif.

3. Menjalankan praktek pemasaran

Setelah proposal dibuat penulis diminta untuk mengirimkan proposal ke klien dalam bentuk cetak ataupun dikirim melalui e-mail. Kemudian melakukan konfirmasi kembali ke klien apakah sudah menerima proposal atau belum. Kemudian penulis melakukan follow up presentasi untuk menjalankan proses lanjutan yang dilakukan beberapa waktu setelah presentasi. Penulis akan mengajak calon klien bertemu di suatu tempat untuk mengobrol dalam suasana yang lebih santai, misalnya makan siang bersama atau minum kopi sore di cafe usai jam kantor. Pada kesempatan ini penulis akan menggali kemungkinan adanya deal dari hasil presentasi saya itu. Biasanya klien akan terbuka untuk hal-hal yang mereka maupada kesempatan santai seperti ini.

4. Melakukan proses deal

Setelah disepakati harga, maka perusahaan akan mengirimkan lembar invoice. Jika harga kesepakatan dalam jumlah besar (lebih dari seratus juta rupiah) maka dikirimkan juga contoh atau draft kontrak kerja sama)

5. After sales service

Setelah klien membayar uang muka, penulis akan membuat report ke klien proses produksi dan pemasangan media luar ruang yang klien pesan. Marketing juga dituntut untuk membuat report khusus setelah media terpasang, biasanya setiap tiga bulan yang melaporkan tentang kondisi media (visual, lampu, konstruksi, dan lain-lain).

4.3.2 Hasil Temuan Magang

Berdasarkan hasil dan temuan magang sebagai staf pemasaran di PT Citra Mandiri Wiguna, penulis menemukan hasil temuan magang sebagai berikut:

1. Penulis mendapatkan pengetahuan di PT. Citra Mandiri Wiguna.
2. Mempelajari dasar terkait tentang praktek pemasaran.
 - Penulis diberikan arahan oleh kepala bagian pemasaran dan staf pemasaran yang lainnya dalam menjalani magang ini sesuai dengan prosedur perusahaan.

3. Sebagai staf pemasaran dapat menemani janji temu dengan klien serta mengetahui bagaimana cara presentasi yang baik terhadap klien
 - Penulis diajak untuk bertemu dengan salah satu klien dari Malaysia yaitu Damai Hospital di salah satu hotel daerah Bendungan Hilir, untuk membahas kerja sama dalam mempromosikan Rumah Sakit mereka di Indonesia, khususnya di Jakarta. Dari pertemuan tersebut penulis diminta untuk menjelaskan sedikit mengenai hal apa saja yang dapat dilakukan oleh perusahaan kami untuk mempromosikan Damai Hospital di Indonesia.
 - Penulis bertemu dengan klien dari Telkom untuk membahas kerja sama pemasangan LED di Gunung Sahari.
4. Membantu proses pengajuan perizinan pemasangan media luar ruang
 - Penulis diminta untuk membantu mengurus perizinan pajak reklame dari produk Kangaroo untuk wilayah Kota Bekasi. Penulis diminta untuk mengantarkan berkas-berkas yang sudah disiapkan oleh perusahaan ke Kantor Walikota Bekasi.
5. Mengetahui pentingnya perusahaan lain dalam mempromosikan produknya

4.3.3 Keluhan dan Masalah Yang Dialami

Keluhan dan masalah yang dialami penulis selama magang adalah :

1. Transportasi marketing yang terbatas
2. Penggunaan transportasi marketing harus terjadwal
3. Proposal pemasaran harus disetujui oleh kepala bagian pemasaran, sementara klien meminta proposal harus dikirim pada hari yang sama tetapi terkadang kepala bagian pemasaran tidak ada di hari itu
4. Klien sering kali menegur marketing karena pekerjaan workshop untuk pesanan mereka tidak tepat waktu