

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Aktivitas Pekerjaan *Merchandiser* Perusahaan

Laporan Magang ini berlandaskan pada pelaksanaan kerja praktik (magang) yang dilakukan penulis di PT Microvision Indonesia pada divisi pemasaran khususnya *merchandiser* yang dilakukan selama 4 bulan mulai dari bulan Februari 2018 s/d Juni 2018.

Aktivitas yang dilakukan penulis pada divisi pemasaran khususnya *merchandiser* di PT Microvision Indonesia yaitu meliputi dua tanggung jawab, yang pertama *Promotion Media* yang mulai dari pembuatan konsep *Display / demo produk*, *maintenance Display / demo produk*, mengelola *marketing tools*, melakukan observasi media promosi pada retail *Store*, berkerja sama dengan markom (*Marketing Communication*) dalam pemilihan tempat untuk menjalankan *event promotion*, pembuatan konsep *event promotion* sampai dengan berkerja sama dengan *marketing communication* dalam menjalankan *event promotion*. Tanggung jawab yang kedua yaitu *Control Stock* yang meliputi *Control stock* di ritel *Store* hingga membuat laporan *stock* di ritel *Store*. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan selama jam kerja mulai pukul 09.00 sampai dengan pukul 18.00.

Gambar 4.1
Matriks Pekerjaan *Merchandiser*

No	Uraian Kegiatan	Februari			Maret			April				Mei					Juni		
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	
<i>Promotion Media</i>																			
1	Membuat konsep <i>Display/ Demo produk</i> .																		
2	<i>Maintenance Display / Demo produk</i> .																		
3	Mengelola <i>Marketing Tools</i> .																		
4	Melakukan observasi media promosi pada ritel <i>store</i> .																		
<i>Control Stock</i>																			
1	Melakukan <i>control stock</i> di ritel <i>store</i> .																		
2	Membuat Laporan <i>stock</i> di ritel <i>store</i> .																		

Sumber : Data Di olah

Berikut ini adalah pemaparan aktivitas dari pekerjaan divisi *merchandiser* pada PT Microvision Indonesia.

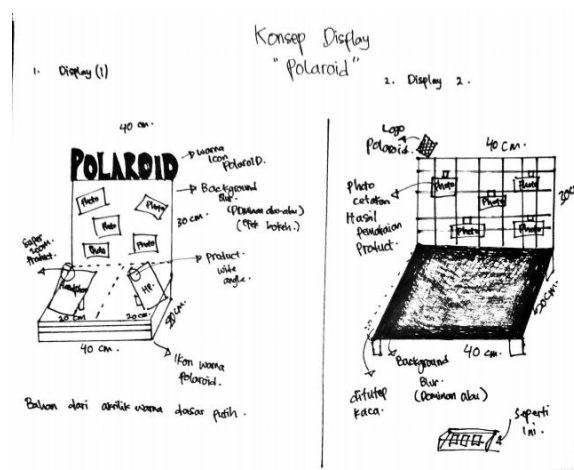
4.1.1 Promotion Media

Promotion media yaitu salah satu tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan kepada seorang *merchandiser* untuk mempromosikan produk perusahaan dengan berbagai macam media-media yang dibuat atau disusun oleh tim *marketing* guna peningkatan penjualan dan agar produk terlihat lebih menarik serta menimbulkan konsumen untuk melakukan pembelian.

4.1.1.1 Membuat Konsep Display / Demo Produk.

Dalam kegiatan ini penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat Konsep *Display* / Demo Produk. Sebelum melakukan kegiatan ini penulis melakukan riset terlebih dahulu untuk dapat membuat konsep *Display*, yaitu dengan melakukannya kegiatan observasi langsung pada ritel *Store* yang berkerja sama dengan PT Microvision Indonesia. Dalam kegiatan observasi penulis dapat mempelajari *Display* dan media promosi apa saja yang sudah ada dan tersedia di *Store*, penulis juga dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari *Display* dari kompetitor yang ada di *Store*, membandingkan secara langsung apa saja media promosi yang digunakan oleh kompetitor dalam menarik perhatian konsumen, promosi apa saja yang dilakukan oleh *Store* sehingga menimbulkan minat beli oleh konsumen tersebut. Setidaknya sebulan sekali *merchandiser* membuat konsep *Display* yang berbeda untuk setiap *Store*.

Gambar 4.2
Konsep Display Polaroid



Sumber: Data Perusahaan

4.1.1.2 Memaintetance *Display* / *Demo Produk*.

Pada kegiatan ini penulis melakukan pemeliharaan pada *display* – *display* yang tersedia di *store* maupun di kantor yaitu PT Microvision Indonesia. Di dalam pemeliharaan *display*, seorang *merchandiser* harus mengetahui pasti letak demi letak pemajangan *display* tersebut.

Gambar 4.3

Display Produk Audio Speaker Auburn dan Speaker Portable Dreamwave



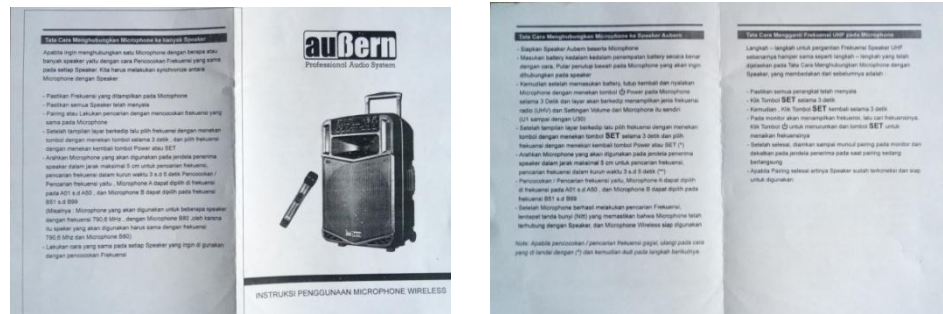
Sumber: Data Perusahaan

Pada kegiatan ini penulis memaintenance *Display* pada *Store-Store* yang berada pada daerah JABODETABEK seperti; Electronic City , Office 2000, StoryI, SoundWave, Dr. Gadget, Indo Bhakti Karya, Oktagon, Galeri Gadget, Dr. Gadget.

4.1.1.3 Mengelola *Marketing Tools*

Dalam kegiatan ini penulis diberi tanggung jawab untuk dapat mengelola *marketing tools* perusahaan, pengelolaan ini dimulai dari pembuatan konsep *marketing tools* yang telah di fixsasi oleh *marketing manager*, kemudian penulis beserta *team marketing* membuatnya dan melakukan tindakan eksekusi untuk pembuatan media-media promosi. Berikut *marketing tools* yang telah dibuat oleh penulis dan team, meliputi:

Gambar 4.4
Quick Start Book



Sumber: Data Perusahaan

Quick Start Book berisikan tata cara *pairing wireless microphone* kepada *speaker*, *Quick Start book* ini telah di cetak lebih dari 1000 Copy untuk dimasukan kepada setiap unit *speaker* Auburn.

Gambar 4.5
Pop UP Pairing Wireless

PARALEL SPEAKER

FUNGSI MULTI SPEAKER DENGAN RCA
JANGKAUAN SEMAKIN LUAS
KUALITAS SUARA SEMAKIN DAHSYAT

KABEL RCA

auBerrn

MULTI PAIRING WIRELESS SPEAKER

MENGKONEKSIKAN KE 2 SPEAKER SEKALIGUS
SET LANGSUNG DARI MICROPHONE
RECEIVER TERSEDIA DI SPEAKER

auBerrn

**PAIRING METHOD
MULTI PAIRING WIRELESS
MICROPHONE**

1. Pairing Mic dengan Speaker 1 terlebih dahulu, dengan memilih frekuensi UHF dari tipe mic A/B.
2. Example : UHF B-51 Lakukan hal yang sama dengan mengkoneksikan mic dengan UHF B-51 ke Speaker lainnya.
3. Lalu setelah terkoneksi, suara Mic akan langsung terdengar di kedua unit speaker atau lebih.
4. Setiap Jenis Mic dengan tipe A/B mampu di koneksi dengan jumlah maksimal 50 Speaker.

auBerrn

**PAIRING METHOD
MICROPHONE WIRELESS**

1. Tekan tombol pada microphone, saat Monitor menyala, tekan tombol Set selama 3 detik sampai muncul tulisan Set di monitor.
2. Tentukan Frekuensi UHF sesuai jenis tipe mic (A/B), A-1/A-50 & B-51-B-100
3. Pairing mic dengan mendekatkan layar infrared ke unit speaker selama 5 detik dengan jarak maksimal 5 cm.
4. Setelah terkoneksi dengan unit Speaker akan ada tanda yang berbunyi -PIP-

auBerrn

Visualisasi dari *Quick Start Book, Pop Up* tata cara metode *pairing wireless microphone* dengan *speaker, pop up* ini telah disebar kepada seluruh *sales* untuk dapat dijadikan bahan *training product* terhadap produk speaker dari *Aubern* tersebut.

Gambar 4.6

Video Demonstration *Pairing Wireless Microphone* Auburn



Sumber: Data Perusahaan

Video yang berdurasi 04.07 yang berisikan tutorial *pairing wireless microphone* dengan *speaker* Auburn PS-08CT, video ini sangat berguna bagi para konsumen yang baru saja membeli dan memakai *speaker portable* dari Auburn, video ini juga memudahkan dalam pengoperasian *speaker*.

Gambar 4.7
Pop up dan Banner Speaker Auburn



Media promosi dari *speaker* Auburn, yaitu salah satunya *pop up* dan *banner, pop up* yang berisikan spesifikasi unggulan serta jargon – jargon yang diciptakan oleh penulis dan *team* serta desain yang di tampilkan membuat *speaker* tersebut memberikan kesan yang kokoh dan *elegant*, dengan kata-kata yang ditampilkan membuat konsumen yakin dan akhirnya memilih *speaker* tersebut. Begitu juga dengan *banner* yang dibuat, dengan kesan kuat dan kokoh, serta menampilkan harga, menimbulkan dampak dari ketertarikan dan minat calon konsumen untuk membeli produk tersebut.

Gambar 4.8
Amplop Voucher Dreamwave



Salah satu media pendukung promosi yaitu amplop, fungsi dari amplop ini sebagai tempat untuk *voucher* yang diberikan perusahaan untuk konsumen yang berbelanja lebih dari 2 juta rupiah. Amplop ini telah dibuat sebanyak 100 buah dan dilabel agar *voucher* tetap terjaga.

Gambar 4.9
Poster dan Banner Dreamwave



Media promosi dari produk *speaker portable* Dreamwave yaitu *poster dan banner*, tema dari kedua media promosi tersebut yaitu “*Holiday*” terlihat dari *headline* yang dibuat yaitu “*Holiday in Summer*” tema tersebut diambil karena bulan mei mulai masuk pada musim panas dan musim liburan, perusahaan melihat peluang dengan memberikan paket liburan yaitu *voucher* menginap selama 3 hari 2 malam di tiga tempat berbeda yaitu di Bali, Pucket atau

Bandung, dan tidak lupa juga menampilkan produk – produk dari *speaker* Dreamwave tersebut.

Gambar 4.10
Flyer Dreamwave



Media promosi selanjutnya yaitu *flyer*, *flyer* dibuat agar konsumen dapat membaca dan melihat spesifikasi apa saja yang terdapat pada produk-produk dari *speaker portable* Dreamwave ini, tetap menampilkan promosi yang sedang dijalankan oleh perusahaan yaitu *voucher* hotel 3hari 2malam, dan warna *Green Army* sendiri menjadi warna unggulan dari produk Dreamwave, menunjukkan bahwa produk ini sangat cocok bagi kalian para pecinta musik dengan suasana *outdoor* serta warna tersebut melambangkan ciri khas dari produk Dreamwave itu sendiri.

4.1.1.4 Melakukan observasi pada retail *Store*.

Dalam kegiatan ini penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan observasi media promosi pada setiap retail *Store*. Observasi media promosi meliputi kegiatan pemeliharaan dan melakukan pengontrolan pada setiap *Store* yang berkerjasama dengan PT Microvision Indonesia dikawasan JABODETABEK mengenai media promosi yang ada di setiap ritel *Store*, Observasi dilakukan minimal satu bulan sekali demi terjalannya komunikasi antar peritel dan perusahaan, dilakukan observasi juga bertujuan agar seorang merchandiser dapat melihat keadaan langsung dari *Store* tersebut, mempelajari bagaimana media-media promosi yang ada atau sedang dilakukan oleh *Store* tersebut, dan juga merchandiser melakukan perbandingan dengan kompetitor, tidak hanya itu observasi juga penting guna memelihara media – media promosi yang diberada di *Store* tersebut, jikalau salah satu media promosi hilang atau tidak berada di *Store* tersebut, seorang merchandiser berhak melaporkan kepada perusahaan untuk segera dilakukan penindakan lanjut atau eksekusi dari media promosi yang harus segera dilengkapi.

Gambar 4.11
Kegiatan Observasi Media Promosi pada Ritel *Store*



4.1.2 Control Stock

Control Stock yaitu salah satu tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan kepada seorang *merchandiser* guna melakukan kegiatan pengontrolan terhadap stock yang berada di gudang ritel *Store*, *Control stock* sendiri meliputi;

4.1.2.1 Melakukan Control Stock di ritel Store

Pada kegiatan ini penulis melakukan *controlling* stock yang ada digudang ritel *Store* tersebut, *Controlling* berguna sebagai penyocokan unit stock pada catatan dengan unit stock yang tersedia di *Store* , Penulis setidaknya melakukan stock opname kurang lebih 1 bulan sekali pada setiap ritel *Store*.

4.1.2.2 Membuat Laporan Stock di Ritel Store

Setelah melakukan *controlling* dan observasi pada ritel *Store* , pada setiap bulannya , penulis melakukan penyusunan report guna untuk melaporkan kegiatan apa saja yang telah dilakukan penulis dan juga melaporkan keadaan *Store* dan stock yang tersedia dan hal-hal apa saja yang harus di tingkatkan pada setiap ritel *Store*.

4.2 Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang timbul dari deskripsi pekerjaan penulis pada divisi *merchandiser* di PT Microvision Indonesia yang dapat terjadi dalam kurun waktu 4 bulan atau selama penulis magang, adalah :

4.2.1 Promotion Media

4.2.1.1 Membuat konsep Display/ Demo produk.

Selama proses kegiatan ini penulis tidak menemukan permasalahan yang dihadapi

4.2.1.2 Memaintenace Display / Demo produk.

Selama proses kegiatan ini penulis tidak menemukan permasalahan yang dihadapi

4.2.1.3 Mengelola Marketing Tools.

Selama proses kegiatan ini penulis tidak menemukan permasalahan yang dihadapi

4.2.1.4 Melakukan observasi pada *ritel Store*.

Selama penulis melakukan observasi terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu, penulis tidak diberikan informasi yang jelas dan menyeluruh oleh perusahaan, yang dimaksud informasi disini seperti tidak diberikannya kontak personal pemegang jabatan atau *PIC Store* dari *ritel Store* tersebut, kemudian kurangnya bimbingan dan pengawasan dari perusahaan selama penulis melakukan observasi. Kemudian kurang diberikannya ilmu serta pemahaman dari pihak perusahaan untuk membekali penulis dalam melakukan observasi, penulis hanya diberikan satu lembar panduan yang harus dikerjakan selama observasi tanpa tau keadaan *ritel Store* secara langsung.

Gambar 4.12
Survey Merchandising

Store	Demo/ Display	Brosur	Highlight Pop up	Spesifikasi Pop Up	Port Display	Commercial Banner	Hi-Rate Music	Commercial Video	Price Tag	Training Product	Pocket Sales Book	Memo
Infonet Metropolitan Mall												
IBK Cibubur												
Dr. Gadget Aeon Mall												
Dr. Gadget FX												
Dr. Gadget Artha Gading												
Oktagon												
GaleriGadget Cibinong City Mall												
GaleriGadget Metropolitan Mall												
GaleriGadget Supermall Karawaci												
GaleriGadget Mall Taman Anggrek												
GaleriGadget Blok M Plaza												
Office 2000 PI												
Office 2000 PIM												
Office 2000 Kemang												
Office 2000 Citos												
Office 2000 PP												
SoundWave MKG												
SoundWave PIM												
SoundWave Sency												
Story-1 Plaza Senayan												
Story-1 PIM												
Story-1 Alam Sutera												

4.2.2 Control Stock

4.2.2.1 Melakukan *control stock* di *ritel Store*.


Dalam melakukan kegiatan ini penulis menemukan permasalahan yang berkaitan dengan masalah sebelumnya, dikarenakan perusahaan kurang dalam memberikan informasi yang jelas serta kurangnya bimbingan dalam melakukan kegiatan *control stock* pada *ritel Store* tidak semua *ritel Store* dapat mengizinkan untuk masuk kedalam gudangnya tersebut, harus ada surat jalan/surat tugas yang mengatasnamakan perusahaan untuk dapat masuk ke dalam gudang *Store* tersebut, dalam hal ini penulis tidak diberikan surat jalan/surat tugas yang menunjukkan bahwa penulis sebagai *merchandiser* perusahaan.

4.2.2.2 Membuat Laporan stock di ritel Store.

Permasalahan yang dialami dalam membuat laporan stock pada ritel Store, yaitu terdapatnya selisih stock yang berada digudang Store dengan catatan yang diberikan oleh perusahaan.

Office 2000 Pondok Indah mall				
1	PS-8CT	Unit	Rp. 3.275.000,-	3
2	BE-12CX	Unit	Rp. 3.875.000,-	1

Berdasarkan laporan yang telah update dari gudang, bahwa seharusnya stock yang berada pada Office 2000 Pondok Indah Mall sebanyak 3 unit untuk Speaker Portable dengan tipe PS-8CT, dan untuk tipe BE-12CX sebanyak 1 unit.

 Professional Audio System	Laporan Control Stock Portable Audio System Aubern Office 2000	PT Microvision Indonesia Jalan Rajawali Selatan East Pademangan Jakarta Utara
--	---	---

No	Kode Barang	Satuan	Net	Jumlah Tersedia
Office 2000 Plaza Indonesia				
1	PS-8CT	Unit	Rp. 3.275.000,-	2
2	BE-12CX	Unit	Rp. 3.875.000,-	1
3	BE-15CX	Unit	Rp. 5.050.000,-	1
Office 2000 Pondok Indah mall				
1	PS-8CT	Unit	Rp. 3.275.000,-	2
2	BE-12CX	Unit	Rp. 3.875.000,-	-
3	BE-15CX	Unit	Rp. 5.050.000,-	-

Dan tetapi, setelah melakukan control stock pada store Office 2000, yaitu stock yang tersedia hanya Speaker Portable dengan Tipe PS-8CT yaitu hanya sebanyak 2 unit. Setelah melakukan konfirmasi oleh pihak gudang perusahaan dan juga oleh pihak store dari Office 2000 Pondok Indah mall, Permasalahan tersebut muncul karena pada pendistribusian barang dari gudang perusahaan yang terlambat dalam pengirimannya, tetapi laporan yang diterima oleh *merchandiser* telah *update*.

4.3 Solusi Atas Permasalahan

Berdasarkan dari identifikasi permasalahan diatas yang dihadapi selama penulis melaksanakan magang di PT Microvision Indonesia selama bulan Februari 2018 sampai dengan Juni 2018, adapun solusi yang dapat diberikan atas permasalahan yang terjadi yaitu:

4.3.1 Promotion Media

4.3.1.1 Melakukan observasi media promosi pada ritel *Store*.

Solusi yang diberikan penulis atas permasalahan yang dihadapi adalah Perusahaan harus dapat memberikan informasi secara menyeluruh tentang kesesuaian *job description* yang diberikan, seharusnya perusahaan melakukan training tentang cara dan alur merchandising sebelum melakukan kegiatan observasi tersebut, perusahaan juga harus dapat memberikan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang jelas, agar kegiatan merchandising perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Karena dalam kegiatan observasi tersebut secara tidak langsung penulis menjadi rekan kerja dari *store-store* eksternal perusahaan, citra perusahaan secara tidak langsung dibawa saat melakukan observasi.

4.3.2 Control Stock

4.3.2.1 Melakukan control stock di ritel *Store*.

Solusi yang diberikan penulis atas permasalahan yang dihadapi adalah perusahaan harus lebih siap dengan aturan-aturan yang diberikan oleh pihak peritel *store*, aturan tersebut harus dipatuhi agar kegiatan merchandising perusahaan berjalan dengan baik. Seperti pembuatan surat jalan/surat tugas yang harus dibuat oleh perusahaan setiap *merchandiser* melakukan kegiatan observasi atau pengontrolan *stock* pada gudang *store*.

4.3.2.2 Membuat Laporan *stock* di ritel *Store*.

Merchandiser diharuskan melakukan *double check* agar tidak terjadi keselisihan antara laporan *stock* yang diberikan oleh gudang perusahaan dengan *stock* yang berada di *Store*, serta pihak gudang perusahaan harus lebih sigap dan selalu memberikan *followup* baik kepada ritel *store* maupun dengan *merchandiser* perusahaan agar tidak terjadi kekeliruan dan kesalahan pengecekan.