

BAB II

GAMBARAN UMUM AKTIVITAS PERSUASIF TATAP MUKA OLEH TEAM MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN LG MOBILE

Sebagai pelopor perusahaan elektronik di Korea yang didirikan pada tahun 1985, LG Electronics, Inc. menjadi sebuah kekuatan besar berskala global yang memfokuskan diri pada elektronik, informasi, dan teknologi komunikasi. Sebelum menggunakan nama brand LG, perusahaan elektronika dari negeri Gingseng ini menggunakan merk *GoldStar* yang telah dikenal sangat baik tidak hanya di luar negeri namun juga di Indonesia. LG merupakan merk yang digunakan dengan adanya penggabungan dua perusahaan besar yaitu *GoldStar Company dan Lucky Company*, diperkuat dengan lebih dari 66.000 karyawan yang tersebar di 39 negara di dunia, LG Electronics, Inc. memiliki empat bidang bisnis utama yaitu *Digital Display, Digital Media, Digital Appliance, dan Mobile Communications*.

Prestasi penting yang dicapai oleh LG Electronics, Inc. secara global yakni mampu menembus persaingan tiga bisnis penting dalam Digital Display and Media, Digital Appliance, Telecommunication and Handset. Prestasi lain yang diraih oleh LG Electronics, Inc. yaitu dalam kompetisi Global Customer Service pada bulan November 2003 dengan menduduki posisi tiga besar Customer Service terbaik

didunia. Selain itu, prestasi yang diraih oleh PT. LG Electronics Indonesia yaitu dengan berhasilnya menduduki posisi tertinggi sebagai The Best Customer Service pada tahun 2002. Dan pada tahun 2003, Frontier kembali mengukuhkan LG pada posisi pertama. Terakhir, karena mengedepankan teknologi terbaru dan design yang inovatif di setiap produknya, International Consumer Electronics Show (CES) di Amerika Serikat menganugerahi LG Electronics, Inc. sebagai predikat terbaik CES Innovations dua kali berturut-turut yaitu pada tahun 2004 dan 2005.

Di Indonesia, PT. LG Electronics Indonesia (LGEIN) berdiri pada November 1990. LGEIN melakukan merger secara resmi dengan PT. LG Electronics Display Device Indonesia (LGEDI) pada tanggal 7 Januari 2006 dengan Kee Ju Lee yang berkedudukan sebagai presiden direktur dari perusahaan tersebut yang hingga saat ini memproduksi beragam produk TV dan Monitor di pabrik Cibitung dan lemari es di pabrik Tangerang, yang diperuntukan bagi pasar domestic maupun ekspor. Sedangkan untuk produk telepon seluler, diproduksi langsung dari Korea dan di impor langsung ke Indonesia. (https://id.wikipedia.org/wiki/LG_Electronics)

Pada bab ini penulis membahas mengenai :

1. Tugas dan Fungsi Team Marketing LG Mobile divisi Semarang
2. Struktur Organisasi LG Mobile divisi Semarang
3. Kegiatan bagian Team Marketing Mobile divisi Semarang

1. Tugas dan Fungsi Team Marketing LG Mobile divisi Semarang

Team Marketing LG Mobile divisi Semarang memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut :

Tugas

Team Marketing LG Mobile divisi Semarang mempunyai tugas untuk dapat menjual setiap produk smartphone unggulan dari LG, supaya dapat mencapai target yang selalu meningkat setiap tahunnya. (LG Mobile divisi Semarang)

Fungsi

Dalam melaksanakan tugasnya Team Marketing LG Mobile menyelenggarakan fungsi sebagai berikut :

- Mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen
- Mengembangkan suatu konsep pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan konsumen
- Merencanakan promo-promo yang menarik untuk konsumen
- Memeriksa hasil penjualan setiap harinya
- Melaporkan hasil penjualan setiap akhir bulan
- Menciptakan komunikasi pemasaran yang efektif dengan menggunakan media atau cara lain yang tepat. (LG Mobile divisi Semarang)

2. Struktur Organisasi LG Mobile divisi Semarang

Struktur organisasi yang di miliki oleh PT LG Electronics Indonesia tidak tergambar secara keseluruhan, hal ini dikarenakan banyaknya departemen yang mana mempunyai struktur organisasi tersendiri, akan tetapi secara keseluruhan tetap dipimpin langsung oleh Mr. Kee Ju Lee sebagai Presiden Director (CEO).

Sesuai dengan topic penelitian penulis, struktur organisasi yang disampaikan adalah struktur organisasi LG divisi Semarang khususnya bagian smartphone, sebagai berikut :

- Area Manager

Yang memegang secara keseluruhan LG Mobile area Semarang, bagian smartphone.

- Manager Produk

Bertugas sebagai penanggung jawab mengenai produk smartphone LG yang masuk ke toko-toko.

- Marketing

Bertugas untuk mengurus semua promosi mengenai smartphone LG dan merencanakan strategi pemasaran.

- Supervisor (mall area dan road area)

Bertugas untuk memantau pencapaian penjualan promotor, laporan mengenai pencapaian penjualan setiap bulannya ke pusat.

- Merchandiser

Bertugas mengurus flyer, x banner, dummy product, serta demo live yang ada di toko-toko.

- Promotor

Yang dianggap sebagai ujung tombak perusahaan, karena yang langsung berhadapan dengan calon konsumen.

- HR Trainer

Bertugas untuk memantau kerapian serta kedisiplinan promotor.

- Trainer

Bertugas untuk memantau grooming promotor, serta training produk terbaru.

- HRD

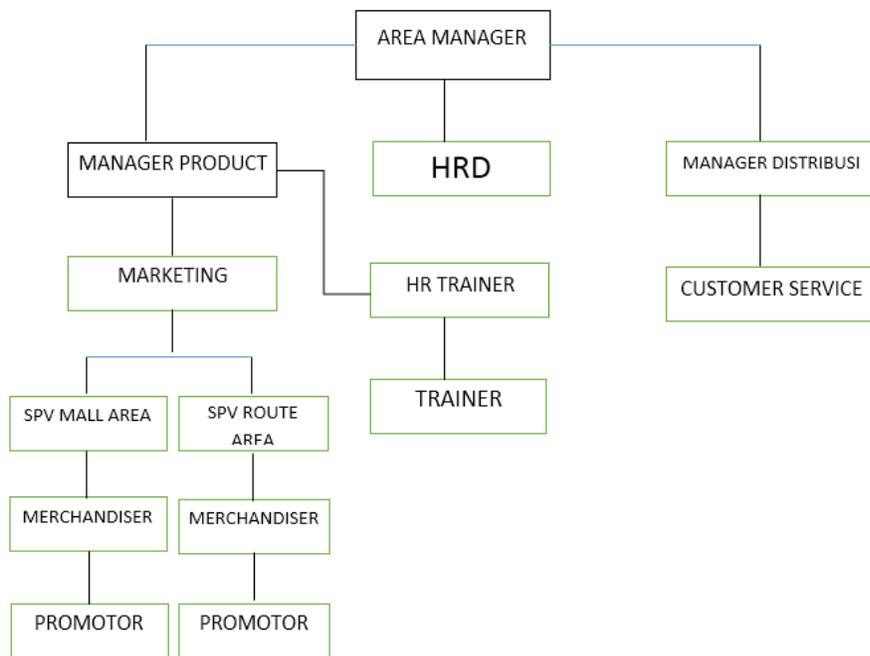
Bertugas untuk penerimaan karyawan/ti baru khususnya yang ingin menjadi promotor, mengurus absensi promotor melalui system, serta mengurus gaji dan insentif untuk promotor.

- Manager Distribusi

Bertugas untuk mengurus semua produk yang datang dari pusat, baik itu produk, flyer, brosur, serta x banner.

- Customer Service

Bertugas untuk menerima complainan dari konsumen, ketika smartphone mengalami kerusakan.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi LG Mobile divisi Semarang

Sumber : Dokumen arsip struktur organisasi LG Mobile divisi Semarang

3. Kegiatan Team Marketing LG Mobile divisi Semarang

Team marketing LG Mobile memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan smartphone LG, untuk mendapatkan penjualan yang terbaik setiap tahunnya, team marketing LG Mobile di tuntut untuk dapat memiliki strategi pemasaran yang tepat, khususnya komunikasi pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen mau membeli smartphone LG hingga menjadi konsumen tetap LG.

Komunikasi pemasaran melaksanakan banyak fungsi untuk konsumen terutama memberitahu dan memperlihatkan bagaimana dan mengapa produk

itu digunakan, siapa sasarannya, dimana dan kapan produk itu dapat diperoleh. Untuk dapat mendorong efektifitas dan efisiensi pemasaran smartphone LG, ada beberapa model dari bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Team Marketing LG Mobile divisi Semarang, yaitu:

- **Promosi penjualan**

Team Marketing khususnya promotor smartphone LG selalu melakukan promosi penjualan setiap harinya, untuk menunjang penjualan produk tersebut.

- **Pemasaran langsung**

Pemasaran ini dilakukan oleh Team Marketing khususnya promotor smartphone yang bertugas dilapangan. Konsumen yang sudah membeli produk LG, untuk ke depannya akan mendapatkan pesan dari promotor smartphone LG mengenai promo atau produk baru dari LG.

- **Penjualan personal**

Penjualan perorangan merupakan suatu bentuk penyajian lisan dalam bentuk percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan untuk menciptakan penjualan. Jadi dalam penjualan perorangan terjadi komunikasi pribadi secara langsung antara penjual dan pembeli. Dimana penjual dapat membujuk, mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan. LG menganggap penjualan perorangan merupakan ujung tombak dalam menciptakan sales. Untuk itu LG sangat memperhatikan hal-hal yang terkait dengan penjualan perorangan, antara lain dengan membentuk

team marketing khususnya para promotor yang bertugas menjual smartphone ditoko-toko. Promotor memegang peranan yang penting dalam menciptakan penjualan, untuk itu mereka perlu mendapat perhatian yang cukup, yaitu LG sudah memberikan program insentif untuk memotivasi mereka dalam menjual produk dan memberikan training tentang produk untuk menambah pengetahuan mereka tentang produk yang akan mereka jual.

Komunikasi pemasaran dianggap hal yang penting dalam melakukan penjualan, karena kegiatannya yang lebih banyak langsung bertatap muka dengan calon pembeli. Selain melalui komunikasi pemasaran, team marketing LG Mobile juga melakukan strategi pemasaran melalui beberapa media, yaitu:

- Pameran

Untuk mendukung peningkatan penjualan, LG selalu mengikuti sebuah smartphone exhibition yang biasa diadakan di pasar swalayan atau di mall besar. Kegiatan pameran ini biasanya diadakan tiga kali dalam setahun. Didalam pameran juga diadakan kegiatan promosi yang lain seperti program sales promo, cashback harga, serta pemberian hadiah langsung.

- POP Material

Untuk meningkatkan pengetahuan calon konsumen terhadap smartphone LG, maka perlu adanya dukungan dari POP material yang akan ditempatkan di toko-toko yang menjual produk LG. Dengan demikian maka keberadaan produk ini bisa terlihat oleh para konsumen yang sedang mengunjungi pusat-pusat penjualan smartphone. Selain itu mereka juga bisa mendapatkan

informasi tambahan tentang smartphone LG selain dari iklan. POP material yang dibuat untuk memasarkan smartphone LG yaitu :

Flyer : dicetak full color dengan kertas glossy ukuran 10x21 cm yang berisikan informasi dan spesifikasi teknis tentang ponsel smartphone LG, selain itu ada juga flyer yang berisi informasi tentang promosi yang berlaku. Flyer ini didistribusikan ke seluruh LG Mobile Partner Shop dan LG Mobile Showroom & Service Center dan juga toko-toko yang menjual ponsel LG.

X Banner : dicetak fullcolor dengan ukuran yang cukup besar 60x160 cm agar orang dapat dengan mudah melihatnya, karena tata letaknya yang strategis, yang biasanya diletakan di depan toko-toko yang menjual produk smartphone LG.

Dummy product : merupakan replika produk dari smartphone LG tanpa mesin yang dipajang di LG Mobile Partner Shop dan LG Showroom & Service Center dan juga toko-toko yang menjual smartphone LG, yang bertujuan supaya para pengunjung bisa melihat secara langsung bentuk smartphone LG tersebut.

Demolive : merupakan demo unit produk LG yang bertujuan untuk pengunjung bisa mencoba secara langsung tentang fitur-fitur yang ada pada smartphone LG.

Untuk penyebaran POP Material ini ke toko-toko LG Mobile mempunyai tim visual merchandiser yang bertugas untuk menyebarkan dan memasang di toko-toko yang ditunjuk.

- Billboard

Pemanfaat media luar ruang yang cukup berpengaruh terhadap pemasaran produk, untuk LG Mobile melakukan pemasangan billboard di lokasi-lokasi yang cukup strategis, dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* pasar terhadap produk ini.

- Shop Branding

Agar keberadaan smartphone LG bisa lebih terlihat lagi terutama di toko-toko maka LG melakukan kerja sama dengan beberapa toko untuk melakukan shop branding. Bentuk shop branding ini antara lain dengan memberikan *shopsign* dan *wallpaper* kepada toko-toko tadi sehingga orang yang berkunjung ke toko tersebut dapat melihat informasi tentang smartphone LG. Hal ini dirasa cukup penting karena konsumen sangat terpengaruh dengan keberadaan branding tersebut, karena biasanya konsumen akan lebih memilih untuk membeli produk yang brandingnya terlihat dimana-mana yang mengindikasikan bahwa produk tersebut banyak peminatnya dan bisa diperoleh dimana-mana.

(Dokumen kegiatan Merchandiser LG Mobile Semarang)