

KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN PT. PANEL ASRI PERKASA
PT. PANEL ASRI PERKASA におせる コミュニケーションの 実施

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menempuh
ujian Diploma III Jurusan Bahasa Jepang pada Fakultas Bahasa
Universitas Widyatama



Disusun Oleh:
SYLVIA DEVI RIZKIANI
0809U003

PROGRAM STUDI BAHASA JEPANG
FAKULTAS BAHASA
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2012

HALAMAN PENGESAHAN
KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN PT. PANEL ASRI PERKASA

Oleh:

Sylvia Devi Rizkiani

0809U003

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Niniek Syafrudin, Dra., M.A.

Diketahui:

Pjs Dekan Fakultas Bahasa

Ketua Prodi Bahasa Jepang

Uning Kuraesin, Dra., M.Pd

Etty Kustiaty, Dra., M.Hum

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sylvia Devi Rizkiani

NPM : 0809U003

Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 23 April 1991

Judul Tugas Akhir : Komunikasi yang Dilakukan PT. Panel Asri
Perkasa

Lokasi Praktik Kerja : PT. Panel Asri Perkasa – Jalan Dr. Djunjuran
No. 152 Bandung.

Menyatakan bahwa data yang tersebut di atas merupakan hasil pekerjaan sendiri. Apabila terbukti Laporan Tugas Akhir tersebut bukan hasil pekerjaan saya sendiri, saya akan bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya dan benar adanya.

Bandung, Juni 2012

Penulis

Sylvia Devi Rizkiani

ABSTRAK

Tugas praktik kerja ini dilakukan sebagai persyaratan akademik bagi lulusan di Program Diploma III Jurusan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa, Universitas Widyatama. Penulis melaksanakan praktik kerja di PT. Panel Asri Perkasa. Penulis melaksanakan praktik kerja ini dari tanggal 12 Maret 2012 sampai dengan 31 Maret 2012.

Pada perusahaan tersebut, penulis melakukan berbagai macam kegiatan seperti melakukan penginputan data *customer*, penginputan data pengiriman barang kepada *customer*, membuat kwitansi pembayaran, belajar membuat kontrak jika *customer* telah setuju, dan melakukan penginputan stok barang masuk dan barang keluar. Semua kegiatan yang penulis lakukan berhubungan dengan komunikasi, karena tanpa adanya komunikasi kegiatan tersebut tidak akan berjalan lancar.

Fungsi komunikasi dalam lingkungan perusahaan ini adalah sebagai alat bantu yang bisa digunakan oleh para karyawan dan pimpinan untuk mencapai tujuan perusahaan dan berfungsi juga sebagai alat untuk mempererat hubungan antar sesama karyawan dan pimpinan. Selain itu, komunikasi juga diperlukan dalam menghadapi pelanggan, komunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan syarat mutlak agar bisnis semakin maju.

Setelah selesai melakukan praktik kerja pada perusahaan tersebut, penulis menyusun tugas akhir dengan mengambil judul **“KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN PT. PANEL ASRI PERKASA”**.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga tugas akhir ini dapat penulis selesaikan. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan Program Studi Diploma III Jurusan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa Universitas Widyatama Bandung.

Dengan segala kerendahanhati penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan terbatasnya pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman penulis. Akan tetapi, penulis berusaha semaksimal mungkin agar tugas akhir ini dapat mencapai sasaran yang diinginkan.

Dalam penyusunan tugas akhirini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, bantuan serta dorongan moril maupun materil dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Uning Kuraesin, Dra., M.Pd., selaku Pjs. Dekan Fakultas Bahasa dan Staf Pengajar yang telah memberikan bimbingan konseling, nasihat serta bantuannya selama ini.
2. Ety Kustiatty, Dra., M.Hum., selaku Ketua Program Studi Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa Universitas Widyatama.
3. Niniek Syafrudin. Dra.M.A, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan yang berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Kepada dosen pengajar Jurusan Bahasa Jepang, ibu Etty, ibu Niniek, ibu Puti, ibu Uning, ibu Teti, ibu Devi, ibu Andalusi, dan bapak Asep terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan selama ini. Ketulusan dan kebaikan para pengajar semua tidak akan penulis lupakan.
5. Kepada kedua orang tua serta kakak-kakak dan adik yang telah memberikan do'a, semangat, dan dorongan baik moril maupun materil, sehingga penulis dapat menuntaskan kewajiban sebagai mahasiswa. Semoga penulis dapat memberikan kebanggaan bagi keluarga atas hasil yang telah dicapai.
6. Cintiya Dwiyantri, S.Kom, selaku pembimbing di PT. Panel Asri Perkasa Bandung yang telah banyak membantu memberikan bimbingan selama penulis melakukan Praktik Kerja.
7. Teman-teman angkatan 2009 Bahasa Jepang terima kasih atas dorongannya dan kekompakkannya selama ini.
8. Teman-teman Himanika dan Japan Community Widyatama terima kasih atas kekompakkannya.
9. Kepada senpai dan kouhai terima kasih atas do'a dan dorongannya kepada penulis.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang telah membantu di dalam penyusunan tugas akhir ini, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

Mudah-mudahan dengan segala amal baik yang telah diberikan akan mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Dan semoga tugas akhirini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandung, Juni 2012

Penulis

Sylvia Devi Rizkiani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Praktik Kerja	3
1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan	4
1.5 Metode Pelaksanaan	4
1.6 Sistematika Penyajian	5
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	7
2.1.1 Karakteristik Metric	7
2.1.2 Bahan Baku	9
2.1.3 Desain Inovasi dan Eksklusif	11
2.1.4 Proses Produksi	11
2.1.5 Kilas Balik Sukses Metric	12
2.2 Visi dan Misi	14
2.2.1 Visi	14
2.2.2 Misi	14
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	15

BAB III PEMBAHASAN

3.1	Pelaksanaan Praktik Kerja	19
3.2	Komunikasi yang dilakukan PT. Panel Asri Perkasa	24
3.2.1	Proses Penyampaian Perasaan dan Pikiran	24
3.2.2	Proses Komunikasi di Lingkungan PT. Panel Asri Perkasa	26
3.2.3	Proses Komunikasi Terhadap Pelanggan	29

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1	Kesimpulan	37
4.2	Saran	39

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR KAMUS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia, kebutuhan adalah salah satu hal yang sangat penting, karena tanpa kebutuhan maka tidak akan ada kehidupan. Pengertian kebutuhan adalah suatu keinginan terhadap suatu benda atau jasa yang pemuasannya dapat dilakukan baik bersifat jasmani maupun rohani. Manusia bisa menikmati hidup dengan adanya kebutuhan.

Salah satu contoh kebutuhan yaitu komunikasi. Manusia dapat berinteraksi dengan sesama untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan melakukan komunikasi.

Apa itu komunikasi? Menurut **Effendi (2000 : 13)**, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua belah pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seseorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan.

Manusia sangat bergantung pada komunikasi, karena komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan. Dengan adanya komunikasi manusia dapat menyampaikan ide, pesan, maksud, dan pendapat kepada seseorang. Bila tidak ada komunikasi dalam kehidupan, maka setiap manusia tidak akan saling mengenal dan akan muncul kesalahpahaman.

Komunikasi didasari oleh bahasa yang beranekaragam dan setiap negara mempunyai bahasa nasional. Di dalam suatu negara ada beragam bahasa dari setiap daerah yang disebut bahasa daerah contohnya seperti bahasa Sunda, bahasa Jawa, bahasa Bali dan lain-lain.

Di perusahaan pun komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting. Setiap perusahaan menggunakan bahasa yang berkaitan dengan perusahaan itu sendiri, biasanya bahasa yang lazim dipergunakan yaitu bahasa nasional, dalam hal ini bahasa Indonesia.

Di setiap lapangan kerja diperlukan komunikasi. Di PT. Panel Asri Perkasa pun komunikasi sangat diperlukan. Karena hampir setiap hari perusahaan berhadapan dengan pelanggan. Perusahaan ini bergerak dalam bidang *interior design*. Perusahaan ini menjual dan membuat barang-barang sesuai dengan permintaan pelanggan.

Perusahaan ini sangat mementingkan tatakrama ketika berhadapan dengan pelanggan. Salah satu cara untuk menarik minat pelanggan, perusahaan ini

berkomunikasi dengan ramah dan interaktif serta menggunakan bahasa yang formal, sehingga pelanggan dapat memahami apa yang disampaikan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam Tugas Akhir ini penulis ingin menyampaikan tentang peranan komunikasi dalam sebuah lembaga atau perusahaan dan penulis menjadikan **“KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN PT. PANEL ASRI PERKASA”** sebagai judul Tugas Akhir penulis.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dijadikan acuan penulis sebagai bahan yang ingin dikaji untuk tugas akhir adalah mengenai “Komunikasi Yang Dilakukan PT. Panel Asri Perkasa“. Beberapa permasalahan yang akan dibahas oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a) Peranan seseorang ketika berkomunikasi di dalam sebuah lembaga atau perusahaan.
- b) Peranan komunikasi ketika berhadapan dengan pelanggan.

1.3 Tujuan Praktik Kerja

1. Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Diploma III Jurusan Bahasa Jepang Fakultas Bahasa Universitas Widyatama.

2. Untuk mengetahui seberapa penting peranan komunikasi ketika berhadapan dengan pelanggan.
3. Untuk menambah pengalaman langsung bagi penulis agar siap menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

1.4 Tempat Dan Waktu Pelaksanaan

Penulis melakukan praktik kerja lapangan di PT. Panel Asri Perkasa yang berlokasi di Jalan Dr. Djunjunan No. 152 Bandung. Perusahaan ini merupakan kantor cabang dari perusahaan pusat yang berlokasi di Jakarta Jalan Arteri Pondok Indah No. 10-10A Jakarta Selatan. Perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *interior design*. Waktu pelaksanaan praktik kerja lapangan pada tanggal 12 Maret 2012 – 31 Maret 2012, selama 100 jam kerja.

1.5 Metode Pelaksanaan

Metode yang penulis gunakan adalah metode deskriptif. Pengertian metode deskriptif menurut **Nazir (2003:54)** adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Data diperoleh dengan melakukan

observasi langsung ke lapangan dan mengumpulkan materi observasi dari lembaga yang bersangkutan.

1.6 Sistematika Penyajian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah yang berhubungan dengan tema yang penulis angkat sebagai tugas akhir. Kemudian dalam bab ini pun penulis menguraikan tujuan praktik kerja, rumusan masalah, tempat dan waktu pelaksanaan, dan metode pelaksanaan.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

- 2.1 Sejarah Perusahaan
- 2.2 Visi dan Misi Perusahaan
- 2.3 Struktur Organisasi

BAB III PEMBAHASAN

- 3.1 Proses Penyampaian Pikiran Perasaan
 - 3.1.1 Proses Komunikasi terhadap Lingkungan Kantor
 - 3.1.2 Proses Komunikasi terhadap Pelanggan

3.2 Mendeskripsikan Kegiatan Selama Praktik Kerja

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dan memberikan saran kepada instansi terkait.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Gaya hidup modern yang didasari pemikiran bahwa dapur adalah jantung dari sebuah rumah yang membutuhkan penataan yang cermat dan ideal, maka dapur yang baik tidak hanya memperhatikan desain saja tetapi juga kualitas dan teknologi. Dengan dasar pemikiran di atas, maka sebuah dapur membutuhkan penanganan khusus dan spesialisasi, maka didirikanlah *Metric Kitchen* yang bergerak di bidang pembuatan *Kitchen System* pada tahun 1994.

Bermula dari sebuah *showroom* di Jl. Arteri Pondok Indah, Jakarta Selatan, *metric kitchen* kini telah berkembang dengan 11 *showroom* yang berada di Jakarta, Bandung, Solo, Surabaya, Bali, Banjarmasin, Malang dan Medan.

2.1.1 Karakteristik *Metric*

1. *Design*

Metric selalu menghadirkan desain-desain yang inovatif dan mengikuti *trend mode* terbaru untuk merefleksikan gaya hidup anda.

Team design metric akan memberikan usulan desain yang sesuai dengan selera dan kepribadian anda sehingga akan tercipta desain yang

personalized, eksklusif dan fungsional. Dengan demikian setiap kabinet yang dirancang di dalam sebuah rumah merupakan konsep desain yang terintegrasi antara satu ruang dengan ruang lainnya.

Serta serasi dan menyatu dengan tata *interior*, sehingga secara keseluruhan ruang anda menjadi indah, nyaman dan menyenangkan.

2. *Quality*

Semua produk *metric* diproduksi dengan mesin-mesin modern berteknologi tinggi secara masinal sehingga terjamin kerapihannya, ukuran serta presisinya.

Komitmen akan kualitas menjadikan prioritas utama, hal ini terbukti dengan diperolehnya sertifikat ISO 9001:2000 sejak tahun 2002 yaitu menerapkan mutu dalam hal : pelayanan, desain, produk dan waktu.

3. *Services*

Desain yang indah, produk yang berkualitas perlu dipasang oleh tim instalasi yang ahli dan berpengalaman agar semuanya terpasang dengan indah dan rapi.

Bila dikemudian hari diperlukan penambahan, perubahan ataupun perbaikan, dukungan tim layanan purna jurnal dan suku cadang akan selalu siap membantu anda.

2.1.2 Bahan Baku

Tabel 2.1 Spesifikasi Bahan Baku

Spesifikasi	<i>Plywood</i>	MDF	<i>Particle Board</i>
• Ketahanan terhadap air dan lembab	Baik	Sedang	Kurang
• Ketahanan terhadap kekuatan ikatan sekrup/engsel pintu	Terbaik	Sedang	Kurang
• Kekuatan terhadap benturan	Terbaik	Sedang	Kurang
• Harga	Lebih mahal	Sedang	Murah

Sumber: Buku Profil *Metric*

Kesimpulan dari tabel diatas adalah *metric* menggunakan bahan *plywood* untuk *kitchen* dan MDF untuk *wardrobe*, *tv cabinet* dan lain sebagainya, karena bahan *particle board* tidak lebih baik dari bahan *plywood* dan MDF.

Bahan lainnya seperti :

1. *Finishing* dengan HPL (*high pressure laminates*) dengan mesin modern bertekanan dan temperature tinggi yang memberikan keunggulan :
 - Tidak akan ada perubahan warna setelah bertahun-tahun dipakai.
 - Tidak terkelupas karena diproses dengan mesin *hot press*.
 - Kedap air dan tahan cairan kimia dapur.
 - Mudah dalam perawatan.

2. *Worktop* dan dinding *formatop/solid surface*. Bahan ini memiliki kelebihan :

- *Higienis*, tidak berpori, mudah dibersihkan bila terkena noda kecap, saos, cuka, kopi, dan cairan kimia dapur lainnya.
- *Seamless* sambungan tidak nampak sehingga tampilan lebih rapi dan indah.
- *Non porous* dan *homogen* sehingga tidak ada kemungkinan air meresap ke dalam bahan dasar.
- *Solid* dan *uniform*, bukan *coating* sehingga dapat dipoles terus-menerus dan tidak mengubah bentuk dan warna asal.
- Tahan panas sampai dengan 150° C.
- Mudah dalam pewarnaan.

Bahan pelengkap seperti *fitting* dan *accessories exclusive* sebagai berikut :

- Pemilihan *fitting* dan engsel merk ternama dan terpercaya untuk menjamin kekuatan dan daya tahan setelah pemakaian bertahun-tahun dengan garansi seumur hidup *furniture*.
- Pemakaian *accessories exclusive* seperti *handle*, *lighting shelf*, lampu LED, kaca yang hanya ada di *metric*.
- Laci *tandem box* mempunyai keunggulan *full extention* dan tahan beban 30 – 50 kg.

2.1.3 Desain Inovatif dan Eksklusif

Desainer *metric* dengan pengalaman dan latar belakang arsitek/*interior* sekaligus berperan sebagai staf marketing akan melayani dan menterjemahkan selera anda ke dalam desain, sehingga proses kreatif menjadi lebih praktis dan efisien.

Pelayanan kami dimulai dari konsultasi desain, pengukuran rumah anda, presentasi desain dalam bentuk 3D yang komprehensif sampai ke penawaran biaya produksi.

2.1.4 Proses Produksi

Semua panel kabinet dikerjakan secara maksimal, mulai dari pemotongan panel, pengeboran sampai pelapisan panel, semua dilakukan dengan mesin-mesin modern buatan Eropa yang deprogram dengan komputer sehingga terjamin presisi dan kerapihannya.

Setiap staf produksi kami mendapat pelatihan berkala sesuai dengan perkembangan teknologi mesin yang digunakan. Dengan pengalaman dan sistem kerja spesialisasi, hasil produksi akan terjamin memenuhi standar tertinggi *metric*.

2.1.5 Kilas Balik Sukses *Metric*

Berawal di tahun 1990 didirikan PT. Kurnia Nata Kencana di Jakarta, perusahaan ini bergerak di bidang industri *Panel Furniture Solid Surface Material* yang merupakan cikal bakal *Metric Kitchen*.

❖ 1994 – 1996

Sesuai dengan tuntutan dan perkembangan usaha, disadari bahwa dapur membutuhkan penanganan khusus dan spesialisasi, maka didirikan PT. Panel Asri Perkasa yang bergerak di bidang *kitchen*. Komitmen akan kualitas membuahkan hasil dengan dimenangkannya tender di beberapa proyek apartemen terkemuka di Jakarta.

❖ 1997

Metric kitchen membuka *showroom* pertamanya di Jl. Arteri Pondok Indah no 10A Jakarta.

❖ 1998 – 2000

Dengan strategi yang tepat yaitu mutu yang tinggi, *teamwork* yang solid dan kerja keras *metric kitchen* berhasil melewati masa krisis moneter.

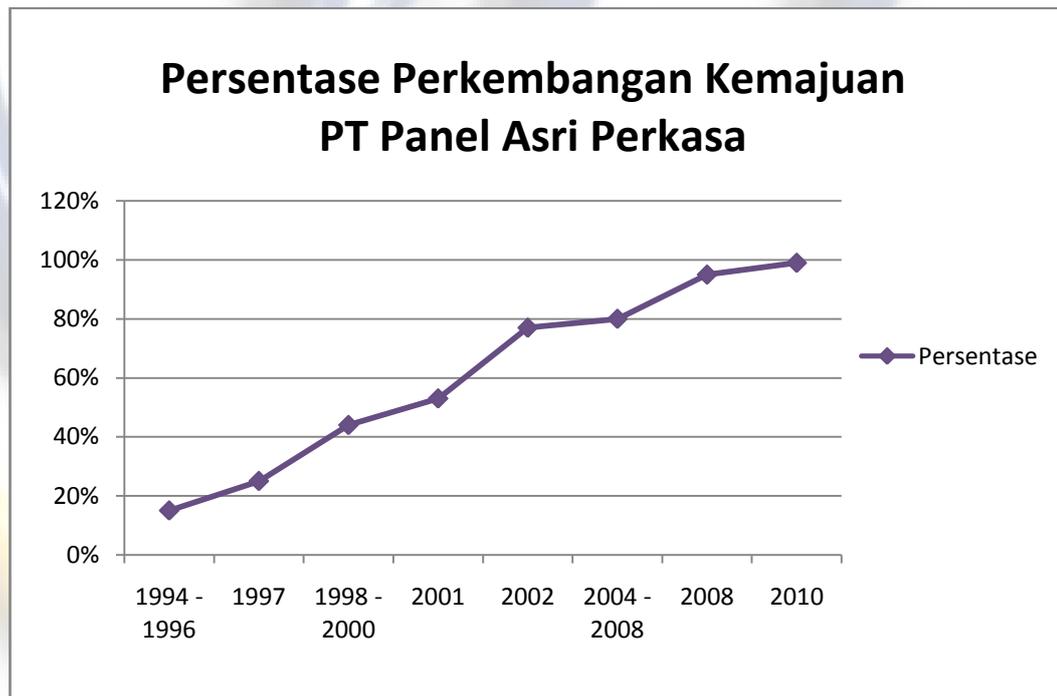
❖ 2001

- Melakukan restrukturisasi manajemen.
- Merapikan sistem internal juga.
- Mengembangkan produk *wardrobe*.

❖ 2002

- Memperoleh ISO 9001
- Membuka *showroom* di Kelapa Gading dan Surabaya

- Memindahkan *showroom* Pondok Indah ke no 30A
- ❖ 2004 – 2008
Membuka *showroom* di Bandung, Bali, Panglima Polim (Jakarta), Solo dan Banjarmasin.
- ❖ 2008
Seiring dengan perkembangan produk dan perusahaan, *Metric kitchen* bermetamorfosa menjadi *metric* yang memproduksi berbagai jenis produk.
- ❖ 2010
Dengan kesiapan produksi, dukungan *teamwork metric* dan manajemen yang professional, *metric* akan terus berkembang.



**Gambar 2.1 Persentase Perkembangan Kemajuan
PT Panel Asri Perkasa**

Sumber: PT Panel Asri Perkasa

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

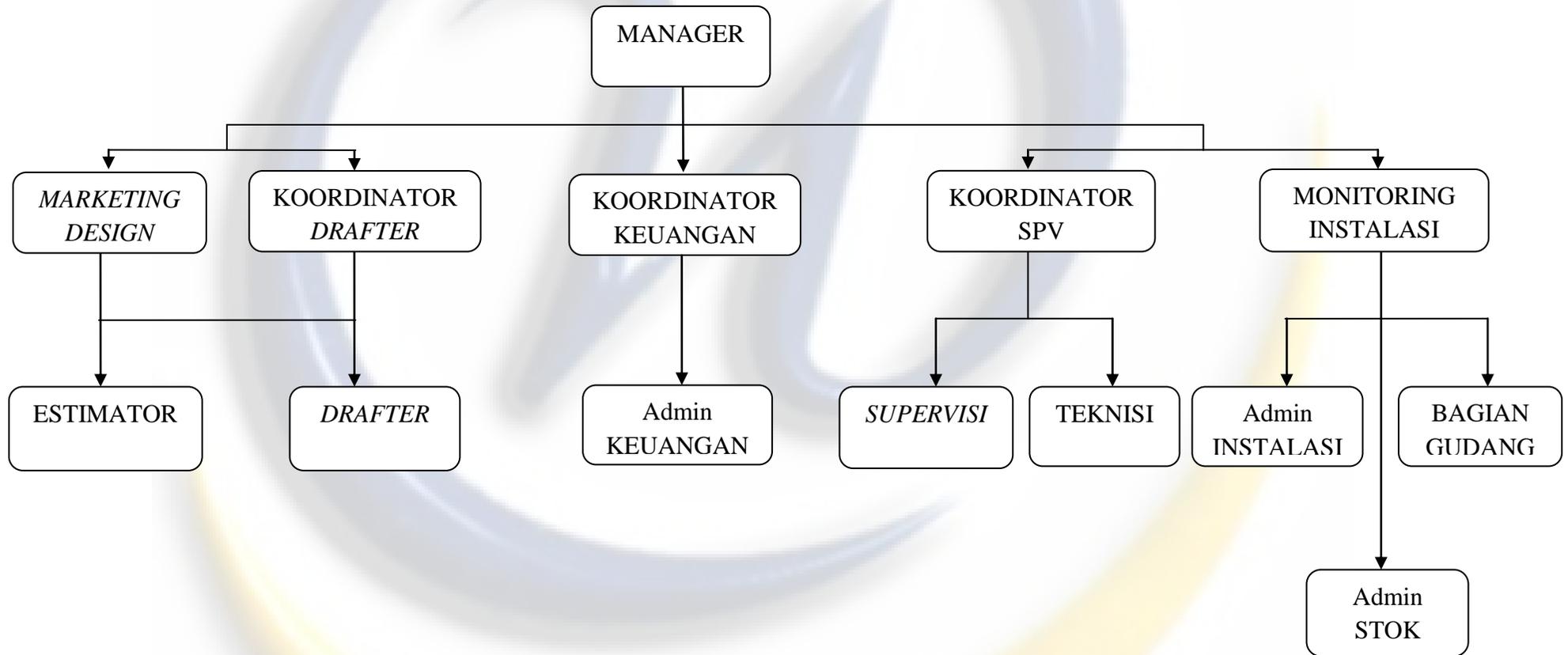
2.2.1 Visi

1. Menjadikan satu-satunya perusahaan yang berkualitas di bidang *interior design*.
2. Berusaha menarik minat konsumen.

2.2.2 Misi

1. Menghasilkan produk yang berbahan *import*.
2. Mempunyai ciri khas tersendiri atau disain yang berbeda dengan perusahaan *interior* yang lain.
3. Mengadakan pameran setiap 4 bulan sekali.
4. Diadakan *in house* di *showroom* pada perayaan ulang tahun *metric*.
5. Adanya diskon khusus pameran dan *in house* untuk menarik minat konsumen.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber: PT. Panel Asri Perkasa

Berikut penjelasan dari gambar struktur organisasi:

1. Manager Perusahaan

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap seluruh bagian yang ada di perusahaan *metric*.
- b. Memimpin, mengkoordinasi, melaksanakan kerjasama, memfasilitasi dan mengendalikan pelaksanaan di bidang interior.
- c. Mengawasi pekerjaan di setiap bagian yang ada di perusahaan *metric*.

2. *Marketing Design*

Menawarkan produk *metric* kepada konsumen yang datang ke *showroom*, pameran atau *in house* baik *pantry*, *kitchen set*, *living room*, *badroom*, dan *wadrobe*. Setelah itu mereka mendesain ruangan sesuai dengan ciri khas *design interior metric* dan memadupadankan dengan kebutuhan atau keinginan konsumen.

3. *Drafter*

Menggambar hasil ilustrasi desain marketing yang akan diperlihatkan kepada konsumen.

4. Estimator

Menghitung harga setiap item atau barang yang telah dipesan oleh konsumen, seperti HPL, *plywood*, kaca, *appliance* (*sink*, kran, kompor, *cooker hood*, *oven*, *microwave*, dan lain-lain), aksesoris (rak botol, rak piring, rak sudut, rak ikat pinggang, rak handuk, tempat sampah, dan lain-lain).

5. Koordinator SPV

Mengontrol dan bertanggung jawab semua *supervisi* dan mengecek pekerjaan tukang di lapangan.

6. *Supervisi*

Bertanggung jawab setiap proyek yang sedang berjalan sesuai dengan proyek masing-masing dan mengecek pekerjaan tukang di lapangan.

7. Teknisi

Membantu pekerjaan tukang di lapangan.

8. Admin Keuangan

Membuat kontrak apabila konsumen ingin membeli produk *metric*.

9. Produksi

Memproduksi barang-barang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen dilihat dari lembar kerja 2D dan 3D.

10. Monitoring Instalasi

Bertanggung jawab mengecek jadwal pengiriman barang, memonitoring kekurangan barang, membuat *rute* komplain setiap harinya.

11. Admin Instalasi

- a. Menginformasikan pengiriman barang kepada konsumen.
- b. Bertugas memasang *interior metric* setelah di produksi.
- c. Menangani komplain dari konsumen.

12. Bagian Gudang

Mengecek stok barang yang telah dikirim oleh pabrik dan menstok barang-barang yang ada di gudang, seperti *appliancess*, aksesoris, dan lain-lain, serta membuat laporan permintaan barang atau kekurangan barang dan kerja tambahan yang dibuat oleh *supervisi* atau bagian instalasi.

13. Admin Stok

Membuat laporan stok barang masuk dan keluar yang diminta oleh *supervisi* atau teknisi, seperti lem kuning, solasi kertas, lakban bening, lakban coklat, *silicone white*, *silicone clear*, solasi listrik, *super glue*, *clem* selang gas, selang gas, kabel isi 2, kabel isi 3 dan lain-lain.

14. Koordinator Keuangan

Apabila pemasangan telah selesai dilakukan oleh bagian instalasi, bagian keuangan harus menagih kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan yang ada di kontrak.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Praktik Kerja

Tujuan penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai prasyarat kelulusan Diploma III bahasa Jepang Universitas Widyatama Bandung. Penulis melakukan praktik kerja di PT. Panel Asri Perkasa yang berlokasi di Jalan Dr. Djunjunan No. 152 Bandung, perusahaan ini merupakan kantor cabang dari perusahaan pusat yang berlokasi di Jakarta Jalan Arteri Pondok Indah No. 10-10A Jakarta Selatan. Perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *interior design*.

Penulis melakukan praktik kerja terhitung dari tanggal 12 Maret 2012 sampai 31 Maret 2012. Pada saat praktik kerja penulis ditempatkan oleh pihak perusahaan di bagian instalasi. Selama melakukan PKL penulis dibimbing oleh admin instalasi yang bernama Cintiya Dwiyanti, S.Kom yang merupakan seorang karyawan tetap dari perusahaan tersebut.

Selama penulis melaksanakan PKL, penulis diberikan tugas yang beragam. Seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Kegiatan PKL di

PT. Panel Asri Perkasa

NO	Hari/Tanggal	Lama Praktik	Kegiatan
1	Senin, 12/03/2012	5 jam	Pengenalan tempat, perkenalan dengan pihak perusahaan dan karyawan.
2	Selasa, 13/03/2012	5 jam	Mempelajari profil perusahaan dengan membaca <i>company profile</i> perusahaan.
3	Rabu, 14/03/2012	4 jam	Mengenal produk-produk <i>metric</i> dengan melihat <i>sample</i> yang ada seperti HPL dan <i>formatop</i> .
4	Kamis, 15/03/2012	5 jam	Mengenal produk-produk <i>metric</i> dengan melihat-lihat beberapa jenis <i>sample</i> kaca.
5	Jum'at, 16/03/2012	9 jam	Mengenal produk-produk <i>metric</i> dengan melihat-lihat <i>display showroom metric</i> seperti <i>pantry display</i> , <i>wadrobe display</i> , <i>master badroom</i> , kamar anak, meja rias, meja <i>island</i> , dan <i>living room</i> .

6	Sabtu, 17/03/2012	5 jam	Melakukan penginputan data <i>costumer</i> yang telah kontrak seperti: nama, alamat, nomor telepon, item yang telah di pesan, dan tanggal pengiriman.
7	Senin, 19/03/2012	5 jam	Melakukan penginputan data pengiriman barang kepada <i>costumer</i> dengan melihat data <i>costumer</i> .
8	Selasa, 20/03/2012	5 jam	Mempelajarin pembuatan PO (<i>purchasing order</i>) jika ada pemesanan kaca, akrilik, dan stok barang-barang instalasi yang harus dibeli di Bandung.
9	Rabu, 21/03/2012	4 jam	Membuat kwitansi pembayaran jika ada <i>costumer</i> yang telah membayar DP atau <i>termyn</i> dan pelunasan barang yang telah dikirim.
10	Kamis, 22/03/2012	5 jam	Melakukan penginputan data kaca dan akrilik yang dibeli di Bandung dengan melihat PO (<i>purchasing order</i>) yang telah dikeluarkan.
11	Jum'at, 23/03/2012	9 jam	Mempelajari penginputan kas masuk dan kas keluar.

12	Sabtu, 24/03/2012	5 jam	Belajar membuat kontrak jika ada <i>costumer</i> yang sudah setuju.
13	Senin, 26/03/2012	5 jam	Belajar membuat kontrak jika ada <i>costumer</i> yang sudah setuju.
14	Selasa, 27/03/2012	5 jam	Membuat kwitansi pembayaran jika ada <i>costumer</i> yang telah membayar DP atau <i>termyn</i> dan pelunasan barang yang telah dikirim.
15	Rabu, 28/03/2012	4 jam	Menginput data <i>costumer</i> jika ada penambahan <i>costumer</i> yang ingin kontrak.
16	Kamis, 29/03/2012	5 jam	Menginput data <i>costumer</i> jika ada penambahan <i>costumer</i> yang ingin kontrak.
17	Jum'at 30/03/2012	9 jam	Melakukan penginputan data stok barang masuk dari pabrik maupun pembelian dari Bandung.
18	Sabtu, 31/03/2012	6 jam	Melakukan penginputan data stok barang keluar yang diminta oleh supervisi dan teknisi.

Sumber: PT. Panel Asri Perkasa

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa penulis melakukan beberapa kegiatan selama PKL di perusahaan PT. Panel Asri Perkasa diantaranya, penulis diajarkan untuk mengenal beberapa produk yang di produksi oleh perusahaan tersebut, seperti: *pantry* (dapur bersih), *kitchen* (dapur kotor), *bedroom set* (kamar tidur utama, kamar tidur anak laki-laki/perempuan, kamar tidur orang tua), *wadrobe* (lemari pakaian), meja *island* (tempat aksesoris, tempat tas atau barang-barang lainnya), meja rias, *living room (TV cabinet)*. Bahan-bahan yang dipakai oleh *metric* seperti *plywood* atau MDF yang dilapis oleh HPL, untuk meja *pantry* atau *kitchenmetric* menggunakan meja *formatof* yang terbuat dari resin (plastik) dan batu alam yang langsung di produksi sendiri oleh pabrik *metric*.

Selain pengenalan produk-produk, penulis juga melakukan kegiatan yang selalu dilakukan oleh karyawan setiap harinya. Pada bagian instalasi, penulis diajarkan tentang cara penginputan data *customer* yang telah melakukan kontrak, melakukan penginputan data tanggal pengiriman barang kepada *customer*, mempelajari membuat PO (*purchasing order*), melakukan penginputan data kaca atau akrilik yang telah di pesan menggunakan PO, mempelajari pembuatan kwitansi pembayaran jika ada *customer* yang telah membayar DP atau *termyn* dan pelunasan barang, mempelajari pembuatan kontrak jika ada *customer* yang telah setuju dengan desain dan harga yang ditawarkan oleh *metric*, melakukan penginputan data stok barang masuk dari pabrik maupun stok barang pembelian dari Bandung dan juga melakukan data stok barang keluar yang diminta oleh *supervisi* atau teknisi.

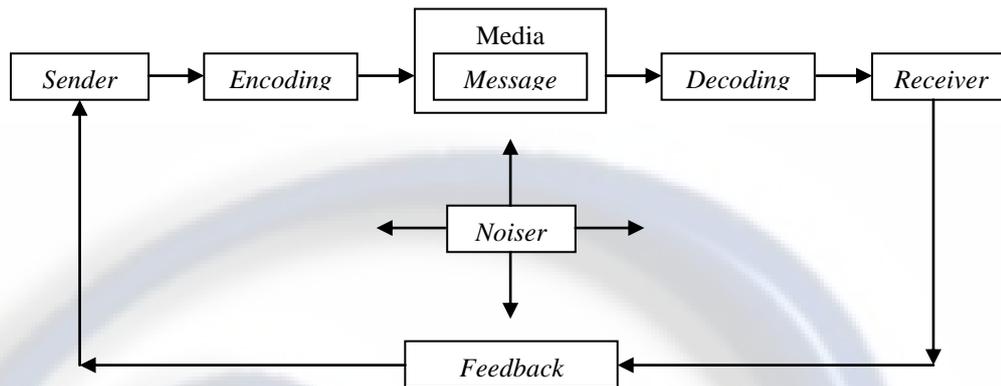
Kegiatan-kegiatan tersebut di atas merupakan kegiatan yang rutin dilakukan oleh penulis selama melakukan praktik kerja di PT. Panel Asri Perkasa. Selama melakukan kegiatan tersebut, penulis melihat bahwa komunikasi memang merupakan hal yang penting, karena tanpa adanya komunikasi yang baik maka kegiatan-kegiatan operasional pada perusahaan tersebut tidak akan berjalan lancar.

3.2 Komunikasi yang dilakukan PT. Panel Asri Perkasa

3.2.1 Proses Penyampaian Pikiran dan Perasaan

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua belah pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seseorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan. (**Effendi, 2000 : 13**)

Proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain tersebut terjadi melalui tahapan proses komunikasi. Menurut **Pratminingsih (2006 : 3)**, proses komunikasi yang terjadi antara pengirim dan penerima dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Proses Komunikasi

Sumber: Pratminingsih (2006 : 3)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diterjemahkan bahwa proses komunikasi yang terjadi berawal dari pengirim yang memiliki informasi atau pemikiran, kemudian pengirim berusaha untuk mengkodekan atau memilih simbol-simbol yang dapat menggambarkan pesan dan dapat dimengerti oleh penerima. Pengirim mengirimkan pesan tersebut kepada penerima melalui sebuah media komunikasi yang dapat berupa surat, telepon, atau tatap muka langsung. Pesan yang dikirimkan oleh pengirim tersebut selanjutnya diinterpretasikan oleh penerima, dimana jika penerima sudah menerima pesan yang dikirimkan oleh pengirim tersebut, maka penerima akan memberikan umpan balik (*feedback*). Ketika penerima memberikan umpan balik, maka proses komunikasi akan berulang dari awal kembali.

Fungsi komunikasi dapat dibedakan menjadi fungsi komunikasi internal dan fungsi komunikasi eksternal. Fungsi komunikasi internal adalah mengumumkan dan menjelaskan prosedur dan kebijakan, menginformasikan kemajuan manajemen, mengembangkan produk dan layanan baru, mengajak karyawan atau manajemen untuk membuat perubahan atau perbaikan,

mengoordinasikan aktifitas, dan mengevaluasi atau memberi penghargaan kepada karyawan. Fungsi eksternal adalah menjawab pertanyaan tentang produk atau layanan, membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa, menjelaskan spesifikasi pemasok, mengajukan kredit, menagih utang, merespon biro pemerintah, dan mempromosikan citra positif perusahaan. (Guffey, dkk., 2006:21)

3.2.2 Proses Komunikasi di Lingkungan PT. Panel Asri Perkasa

Fungsi komunikasi dalam lingkungan kantor *metric* adalah sebagai alat bantu yang bisa digunakan oleh para karyawan dan pimpinan untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, komunikasi tersebut juga berfungsi sebagai alat untuk mempererat hubungan antar sesama karyawan dan pimpinan, sehingga semua anggota organisasi tersebut menjadi satu kesatuan yang saling berhubungan, saling tarik menarik dan mempengaruhi satu sama lain.

Bentuk komunikasi yang terjadi pada PT. Panel Asri Perkasa dapat dibedakan menjadi komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal ini berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan, sedangkan komunikasi informal yang terjadi lebih berkaitan dengan hal-hal diluar kegiatan operasional perusahaan.

Komunikasi formal pada PT. Panel Asri Perkasa ini dapat berupa komunikasi ke bawah, komunikasi sejajar, dan komunikasi ke atas. Komunikasi

ke bawah merupakan bentuk komunikasi yang terjadi antara atasan dengan bawahannya. Pada perusahaan ini bentuk komunikasi ke bawahnya antara lain seperti surat tugas, perintah baik melalui telepon atau tatap muka, aturan-aturan yang dibuat oleh manajemen, dan rapat. Berbagai jenis komunikasi tersebut membantu atasan untuk memberikan arahan dan perintah kepada bawahannya. Karyawan pada PT. Panel Asri Perkasa mempunyai kemampuan dan motivasi kerja yang tinggi, sehingga komunikasi ke bawah yang terjadi tidak terlalu kompleks. Pimpinan hanya menetapkan tujuan dan sasaran dan mengkomunikasikan tujuan tersebut kepada bawahan, selanjutnya bawahan akan menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan tersebut dengan sendirinya, tanpa perintah yang berlebihan dari pimpinan.

Komunikasi sejajar yang terjadi pada PT. Panel asri Perkasa merupakan bentuk komunikasi diantara karyawan-karyawan yang memiliki tingkat level manajemen yang sejajar baik dalam satu departemen maupun dengan karyawan pada departemen lainnya. Komunikasi sejajar pada perusahaan ini relatif kondusif meskipun antar departemen tidak memiliki hubungan yang terlalu erat. Biasanya komunikasi antar departemen di perusahaan ini terjadi ketika perusahaan sedang melakukan suatu proyek. Suatu proyek dimulai dengan komunikasi oleh departemen *marketing design* ke pelanggan, dimana *marketing design* akan menawarkan produk *metric* kepada konsumen yang datang ke *showroom*, pameran atau *in house* baik *pantry*, *kitchen set*, *living room*, *badroom*, dan *wadrobe*. Setelah itu departemen ini akan mendesain ruangan sesuai dengan ciri khas desain interior *metric* dan memadupadankan dengan kebutuhan atau

keinginan konsumen. Kemudian *marketing design* akan berkomunikasi dengan departemen *drafter*, dimana departemen ini akan menggambar hasil ilustrasi disain marketing yang akan diperlihatkan kepada konsumen. Selanjutnya departemen *drafter* akan mempresentasikan dan memberikan hasil kerjanya kepada departemen produksi. Departemen produksi akan memproduksi barang-barang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen dilihat dari lembar kerja 2D dan 3D. Ketika departemen produksi telah selesai memproduksi komponen-komponen yang diperlukan, maka departemen produksi akan berkomunikasi dengan departemen instalasi, maka departemen instalasi akan menginformasikan pengiriman barang kepada konsumen dan memasang *interiormetric*. Apabila pemasangan telah selesai dilakukan oleh bagian instalasi, bagian keuangan harus menagih kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan yang ada di kontrak.

Komunikasi ke atas merupakan komunikasi yang terjadi dari bawahan ke atasan. Bentuk komunikasi ke atas pada PT. Panel Asri Perkasa diantaranya berupa laporan proyek yang diberikan kepada pimpinan perusahaan. Pada saat rapat juga terjadi bentuk komunikasi ke atas, seperti bawahan yang memberikan masukan untuk kemajuan perusahaan. Selain itu bentuk komunikasi ke atas juga dapat terjadi ketika seorang karyawan hendak mengajukan permohonan cuti. Oleh karena struktur organisasi PT. Panel Asri Perkasa cabang Bandung ini tidak terlalu kompleks, maka komunikasi ke atas yang terjadi relatif tidak kaku dan tidak terlalu menimbulkan banyaknya hambatan. Selain itu, budaya perusahaan ini juga membentuk PT. Panel Asri Perkasa menjadi perusahaan yang memiliki

hubungan yang harmonis antara atasan dan bawahan, sehingga bawahan tidak terlalu merasa takut dalam berkomunikasi dengan atasan dan komunikasi yang terjadi lebih terbuka.

Selain komunikasi formal, komunikasi informal juga sering terjadi pada perusahaan ini. Komunikasi informal ini sering terjadi antara karyawan dalam satu departemen. Biasanya komunikasi informal ini digunakan oleh para karyawan untuk membicarakan hal-hal yang tidak berhubungan dengan operasional perusahaan, misalnya pembicaraan tentang hobi, keluarga dan isu-isu terhangat lainnya. Komunikasi informal ini sering terjadi pada saat jam istirahat atau menjelang jam pulang kantor. Jenis komunikasi seperti ini yang biasanya dapat menimbulkan keakraban sesama karyawan.

3.2.3 Proses Komunikasi terhadap Pelanggan

Komunikasi adalah salah satu aset penting dalam sebuah bisnis, dimana para pelaku bisnis akan selalu mengandalkan komunikasi untuk menarik para pelanggan. Para pelanggan akan kecewa bilamana tidak terjadi komunikasi yang baik dengan penjual, walaupun suatu perusahaan memiliki kualitas produk yang baik namun jika perusahaan tidak memiliki tingkat komunikasi yang baik dengan pelanggan, maka pelanggan tidak akan loyal terhadap perusahaan tersebut dan tidak menutup kemungkinan para pelanggan akan beralih kepada para pesaing.

Komunikasi dengan pelanggan merupakan syarat mutlak agar bisnis semakin maju. Pada saat pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak, biasanya mereka akan melakukan pencarian informasi secara ekstensif mengenai produk yang mereka inginkan, pada saat inilah komunikasi yang baik dari perusahaan sangat diperlukan agar pelanggan tersebut memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan. Perusahaan harus melakukan komunikasi pemasaran yang baik terhadap pelanggan untuk menarik mereka membeli produk perusahaan tersebut, karena yang dibutuhkan pelanggan tidak hanya produk yang mereka inginkan, tetapi juga servis yang memuaskan. Setelah konsumen memperoleh informasi dari perusahaan mengenai suatu produk yang mereka butuhkan, kemudian konsumen tersebut akan memproses informasi tersebut sebagai bahan pertimbangan sebelum akhirnya memutuskan pembelian.

PT. Panel Asri Perkasa merupakan salah satu perusahaan yang selain memiliki kualitas produk yang sangat baik, perusahaan ini juga memiliki tingkat komunikasi yang baik dengan pelanggan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan ini.

Tabel 3.2 Perkembangan Jumlah Pelanggan

PT. Panel Asri Perkasa

TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
2004	63
2005	101
2006	131
2007	137
2008	143
2009	149
2010	161
2011	174

Sumber: PT. Panel Asri Perkasa

Perkembangan jumlah pelanggan pada PT. Panel Asri Perkasa dapat digambarkan dalam grafik sebagai berikut:



**Gambar 3.2 Grafik Perkembangan Jumlah Pelanggan
PT. Panel Asri Perkasa**

Sumber: PT. Panel Asri Perkasa

Berdasarkan tabel dan grafik di atas, dapat kita lihat bahwa selalu terjadi peningkatan jumlah pelanggan di setiap tahunannya. Banyak testimonial yang diberikan oleh pelanggan PT. Panel Asri Perkasa yang menunjukkan bahwa para pelanggan tersebut merasa puas tidak hanya karena kualitas produk yang sangat baik tetapi juga karena kualitas servis yang tidak kalah baik dengan kualitas produknya. Berikut ini adalah beberapa contoh testimonial yang diberikan oleh pelanggan PT. Panel Asri Perkasa:

“Saya kenal *metric* sejak tahun 1998, sejak saat itu setiap kali membangun atau merenovasi rumah saya maupun anak-anak saya, kami selalu

memakai *metric*. Saya punya tiga alasan mengapa selalu memakai *metric*, yang pertama, kualitas tidak diragukan lagi, produk *metric* yang saya punya sejak dulu tidak ada yang rusak. Alasan yang kedua, kerjasama tim *metric* yang baik, mereka selalu siap membantu dan melayani keinginan kami. Alasan yang ketiga, saya tidak tahu sudah order yang keberapa kali ke *metric*, yang pasti kawan-kawan yang datang ke rumah selalu menyatakan: ‘wah, bagus dan rapi’”. (Ibu Caroline)

“Sebelum pesan di *metric*, kami telah *survey* ke *kitchen* merk lain, dan kami langsung *feeling* dengan *displaymetric*. Setelah membeli *metric* kami merasa puas dan juga terhadap servisnya....” (Ibu Indah – Bali)

Berdasarkan testimonial di atas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan puas tidak hanya karena kualitas produk, tetapi juga puas dengan servis yang diberikan oleh *metric* (PT. Panel Asri Perkasa). Kepuasan pelanggan terhadap servis yang diberikan oleh perusahaan pastinya didukung oleh tingkat komunikasi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam menghadapi pelanggan. Komunikasi yang baik dalam berhadapan dengan pelanggan akan membuat pelanggan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan.

Pada PT. Panel Asri Perkasa, departemen yang selalu berhadapan dengan pelanggan yaitu departemen *marketing design*, instalasi dan koordinator keuangan.

Departemen *marketing design* akan melakukan komunikasi dengan pelanggan untuk memberikan informasi mengenai produk dan layanan yang tersedia pada PT. Panel Asri Perkasa. Tingkat komunikasi yang baik sangat berperan pada tahapan ini, karena pada tahapan inilah seorang pelanggan akan melakukan pencarian informasi secara ekstensif dan kemudian memproses informasi tersebut sebagai bahan pertimbangan sebelum akhirnya memutuskan pembelian. Jika *marketing design* mampu melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan, maka pelanggan akan memutuskan untuk bekerjasama dengan PT. Panel Asri Perkasa. Peranan komunikasi pada tahapan ini sangat penting untuk menarik minat pelanggan sehingga mereka bersedia menggunakan jasa dari perusahaan.

Departemen instalasi merupakan departemen yang bertugas untuk menginformasikan pengiriman barang kepada konsumen, bertugas memasang *interior metric* setelah di produksi, dan menangani komplain dari konsumen. Ketiga jenis pekerjaan tersebut sangat mengandalkan komunikasi yang baik agar dapat memuaskan pelanggan. Ketika pelanggan merasa kurang puas dengan hasil kerja *metric*, maka pelanggan akan mengajukan komplain kepada departemen instalasi. Oleh karena itu, departemen instalasi harus memiliki tingkat komunikasi yang baik untuk menghadapi komplain pelanggan tersebut.

Bagian keuangan harus menagih kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan yang ada di kontrak apabila pemasangan telah selesai dilakukan oleh bagian instalasi. Komunikasi yang baik juga sangat berperan pada tahapan ini, agar setelah kontrak selesai pelanggan tetap merasa nyaman dan jika mereka hendak mendesain ruangan yang lain, maka mereka tidak akan berpaling kepada perusahaan sejenis lainnya.

Berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan praktik kerja pada PT. Panel Asri Perkasa, penulis melihat bahwa PT. Panel Asri Perkasa memiliki tingkat komunikasi yang relatif sangat baik ketika berhadapan dengan pelanggan. Hal ini sangat berpengaruh penting dalam kemajuan bisnis PT. Panel Asri Perkasa, terbukti dengan banyaknya pelanggan baru dan pelanggan lama yang tetap menggunakan jasa PT. Panel Asri Perkasa dalam merenovasi ruangan mereka.

Komunikasi terhadap pelanggan pada PT. Panel Asri Perkasa tidak hanya terjadi dalam bentuk komunikasi langsung. Pada tahun 2008, PT. Panel Asri Perkasa yang menggunakan *brand* “*Metric Kitchen*” merubah *brand*-nya menjadi “*Metric*”. Perubahan *brand* ini merupakan salah satu bentuk komunikasi tidak langsung yang dilakukan oleh PT. Panel Asri Perkasa untuk mengkomunikasikan kepada pelanggan dan pasar lainnya bahwa PT. Panel Asri Perkasa tidak hanya ahli dalam mendesain dapur dan *pantry* saja, namun juga ahli dalam mendesain ruangan lainnya.

Komunikasi yang baik pada PT. Panel Asri Perkasa mengakibatkan kemajuan bisnis terjadi hampir di setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi memang merupakan sebuah aset penting dalam proses bisnis, komunikasi dengan pelanggan merupakan syarat mutlak agar bisnis semakin maju.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Komunikasi merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam sebuah organisasi, dalam hal ini termasuk di dalam sebuah perusahaan. Komunikasi yang baik akan mendukung sebuah perusahaan untuk maju dan berkembang. Komunikasi yang baik tersebut tidak hanya dibangun ketika berhadapan dengan pelanggan saja, namun juga komunikasi yang baik harus terjalin antar sesama anggota organisasi.

Fungsi komunikasi dalam lingkungan kantor *metric* adalah sebagai alat bantu yang bisa digunakan oleh para karyawan dan pimpinan untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, komunikasi tersebut juga berfungsi sebagai alat untuk mempererat hubungan antar sesama karyawan dan pimpinan, sehingga semua anggota organisasi tersebut menjadi satu kesatuan yang saling berhubungan, saling tarik menarik dan mempengaruhi satu sama lain.

Ada dua jenis komunikasi yang terjadi pada PT. Panel Asri Perkasa yaitu komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi formal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi untuk membicarakan topik-topik mengenai pekerjaan dan operasional perusahaan. Komunikasi formal ini terjadi antar anggota organisasi dan terhadap pelanggan. Komunikasi informal merupakan

suatu bentuk komunikasi yang terjadi untuk membicarakan hal-hal di luar lingkup pekerjaan, biasanya mengenai hobi, keluarga dan isu-isu terhangat lainnya.

PT. Panel Asri Perkasa memiliki tingkat komunikasi yang relatif sangat baik ketika berhadapan dengan pelanggan. Hal ini sangat berpengaruh penting dalam kemajuan bisnis PT. Panel Asri Perkasa, terbukti dengan banyaknya pelanggan baru dan pelanggan lama yang tetap menggunakan jasa PT. Panel Asri Perkasa dalam merenovasi ruangan mereka.

Komunikasi yang baik pada PT. Panel Asri Perkasa mengakibatkan kemajuan bisnis terjadi hampir di setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi memang merupakan sebuah aset penting dalam proses bisnis, komunikasi dengan pelanggan merupakan syarat mutlak agar bisnis semakin maju.

Adapun kegiatan yang penulis lakukan diantaranya penulis diajarkan untuk mengenal beberapa produk yang di produksi oleh perusahaan, pada bagian instalasi penulis diajarkan bagaimana cara penginputan data *customer* yang telah kontrak, melakukan penginputan data tanggal pengiriman barang kepada *customer*, mempelajari membuat PO (*purchasing order*), melakukan penginputan data kaca atau akrilik yang telah di pesan menggunakan PO, mempelajari pembuatan kwitansi pembayaran jika ada *customer* yang telah membayar DP atau *termyn* dan pelunasan barang, mempelajari pembuatan kontrak jika ada *customer* yang telah setuju dengan desain dan harga yang ditawarkan oleh *metric*,

melakukan penginputan data stok barang masuk dari pabrik maupun stok barang pembelian dari Bandung dan juga melakukan data stok barang keluar yang diminta oleh *supervisi* atau teknisi.

4.2 Saran

Berdasarkan kajian yang telah penulis lakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan agar antar departemen dapat berkomunikasi lebih baik guna menunjang dan mendukung kegiatan operasional perusahaan.
2. Penulis juga menyarankan agar PT. Panel Asri Perkasa lebih mengkomunikasikan tentang produk dan jasa yang mereka miliki ke berbagai pihak untuk lebih mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bentuk untuk mengkomunikasikan produk dan jasa tersebut adalah melalui iklan dan promosi baik di media cetak maupun elektronik, dan juga melalui pemeran pada *event-event* tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Effendi, Onong Uchana. 2000. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Pratminingsih, Sri Astuti. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.\

Guffey, Rhodes, Rogin. 2006. *Komunikasi Bisnis: Proses & Produk*. Jakarta: Salemba Empat.

Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

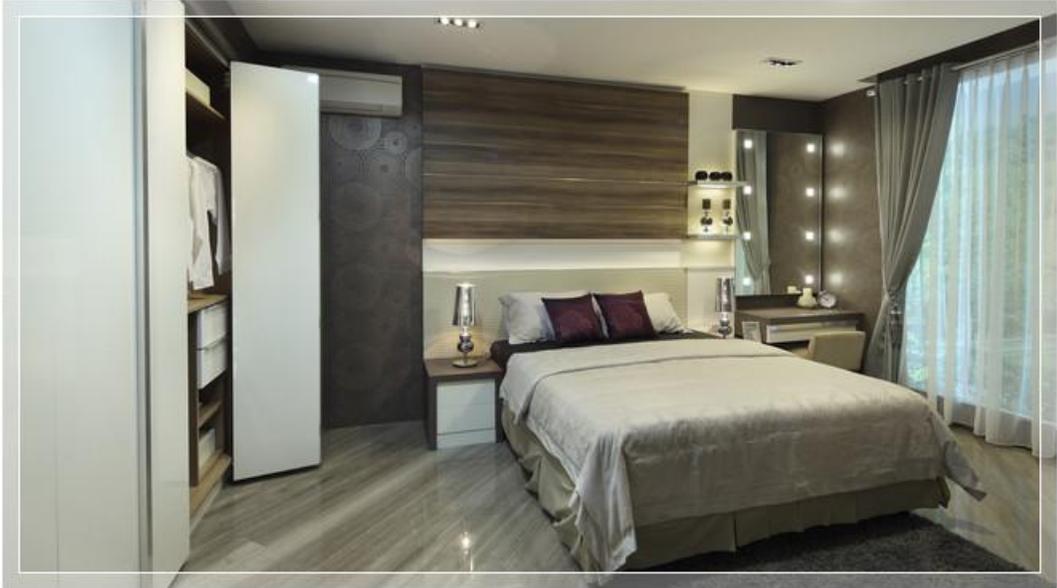
Sumber lain:

<http://www.metric.co>



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Bedroom



Pantry



Living Room



Wardrobe



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Sylvia Devi Rizkiani
Tempat / tanggal lahir : Bandung, 23 April 1991
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Margahayu Raya Blok Q II No. 94
Bandung 40286
Telp / HP : (022) 7503237

II. PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2009 - 2012 : D3 Bahasa Jepang Universitas Widyatama
Tahun 2006 - 2009 : SMA Negeri 25 Bandung
Tahun 2003 - 2006 : SMP Negeri 42 Bandung
Tahun 1997 - 2003 : SD Negeri Margahayu Raya II Bandung

III. PRAKTEK KERJA

Tahun 2012 : PT. PANEL ASRI PERKASA
Jabatan : Staf Instalasi

IV. PENGALAMAN BERORGANISASI

Tahun 2009 - 2011 : Pengurus Japan Community UTAMA
Bandung
Tahun 2011 – 2012 : Pengurus HIMANIKA UTAMA Bandung

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Hormat saya,

Sylvia Devi Rizkiani