LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN MELALUI PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN
PT. SAMUDERA GEMILANG PLASTINDO JOMBANG

Oleh:

Suzetari Wahyu Putri

1661017

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

2020

KULIAH KERJA MAGANG (KKM)

PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN MELALUI PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN

PT. SAMUDERA GEMILANG PLASTINDO JOMBANG

Oleh:

Suzetari Wahyu Putri

1661017

Jombang, 05 Mei 2020

Menyetujui,	Mengetahui,
Dosen Pembimbing Lapangan	Pendamping Lapangan
Wasis, SE., MM	**Gideon Gunawan Tanuhardjo**
	PT. SAMUDERA GEMILANG PLASTINDO

Mengesahkan,

Ka. Prodi Manajemen

Nurul Hidayati, SE, MM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga kami dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) yang dilaksanakan di PT Samudera Gemilang Plastindo. Laporan ini disusun guna melengkapi persyaratan mengikuti mata kuliah "Kuliah Kerja Magang (KKM)'' semester VIII (Delapan). Laporan KKM mahasiswa Program Studi Manajemen dibuat dengan tujuan agar mahasiswa dapat melaporkan segala sesuatu yang bekaitan dengan dunia kerja. Dengan selesainya penulisan laporan KKM ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Wasis, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan kepada penulis dalam menyusun laporan ini.
2. Bapak Doddy Herijanto selaku *Manager Human Resources and General Affair* PT. Samudera Gemilang Plastindo yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan program Kuliah Kerja Magang (KKM).
3. Bapak Gideon Gunawan Tanuharjo selaku marketing Manager PT. Samudera Gemilang Plastindo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk magang di bagian Marketing
4. Karyawan PT. Samudera Gemilang Plastindo yang telah memberikan bimbingan serta dukungan selama proses Kuliah Kerja Magang (KKM).
5. Tak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak terkait lainnya yang telah banyak membantu baik itu untuk pelaksanaan KKM maupun dalam penyelesaian Laporan KKM ini. Karena kebaikan dan kebijakan beliau-beliau ini maka penulis dapat menyelesaikan laporan KKM ini semoga kebaikan dan jasa-jasa beliau mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih terdapat celah dan kekurangan serta tidak luput dari kesalahan. Akhir kata penulis berharap semoga

laporan KKM ini dapat bermanfaat bagi rekan–rekan mahasiswa dan pembaca sekaligus demi menambah pengetahuan tentang praktik Kuliah Kerja Magang (KKM).

Jombang, 05 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR LAMPIRAN vii
BAB I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang 1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang 2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang 3
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang 4
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang 5
BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG
2.1 Sejarah Perusahaan/instansi 6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan/instansi 7
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan 7
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG
3.1 Pelaksanaan Magang 12
3.2 Stuktur Organisasi *Marketing* PT. Samudera Gemilang Plastindo 14
3.3 Data Kuliah Kerja Lapangan 15
3.3.1 Peningkatan kinerja pemasaran 15
3.3.2 Pelatihan strategi pemasaran 17
3.4 Kendala Yang Dihadapi 19
3.5 Cara Mengatasi Kendala 19

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan 20

4.2 Saran 20

DAFTAR PUSTAKA 22

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Denah Lokasi PT Samudera Gemilang Plastindo

Gambar 1.2 Lokasi PT Samudera Gemilang Plastindo

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Samudera Gemilang Plastindo

Gambar 2.2 Finish Produk Plastik PT Samudera Gemilang Plastindo

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai Kegiatan KKM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kuliah Kerja Magang (KKM) merupakan kegiatan kurikuler yang dikemas dalam sebuah mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA . Kuliah Kerja Magang (KKM) adalah suatu bentuk proses pembelajaran mahasiswa yang mendukung program pendidikan di STIE PGRI DEWANTARA dan program teknis praktis yang ditemukan di lapangan Penyelenggaraan pendidikan keahlian profesional yang memadukan secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di STIE PGRI DEWANTARA dengan penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan pengalaman langsung didunia kerja yang mengarah kepada pencapaian tingkat keahlian profesional dalam sebuah pekerjaan tertentu.

Dalam mata kuliah ini kegiatan pembelajaran dilaksanakan langsung dalam dunia kerja. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan keahlian praktis yang sesuai dengan situasi dan kondisi kerja nyata yang diperoleh di perguruan tinggi sehingga mahasiswa diharapkan lebih memahami dan memiliki keterampilan dalam suatu disiplin ilmu.

Di sisi lain, diperlukan suatu sinergi antara dunia kerja dengan lembaga pendidikan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara lebih luas. Maka Kuliah Kerja Magang ini sekaligus dimaksudkan untuk memahami dan mencari kemampuan dasar yang diinginkan dunia kerja untuk dikembangkan di STIE PGRI DEWANTARA sebagai lembaga tenaga professional yang berorientasi pada dunia kerja, serta mengetahui kemampuan dan pemahaman mahasiswa atas mata kuliah yang didapatkan di kampus dengan di lapangan (dunia kerja) dan mengaplikasikan keilmuan yang didapat selama menjalanin perkuliahan.

Pada kesempatan Kuliah Kerja Magang yang ditempuh pada semester VIII (Delapan) ini penulis melakukan praktik kerja magang di perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri plastik, yaitu PT. Samudera Gemilang Plastindo Jombang.

Dengan demikian maka penulis dapat membandingkan dan mempraktikkan antara materi yang penulis dapat selama perkuliahan dengan praktik yang penulis lakukan di tempat magang.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Tujuan dari Kuliah Kerja Magang ini antara lain :

a. Membangun *link and match* sehingga terbentuk keterkaitan dan kesepadanan antara kurikulum di Perguruan Tinggi degan kebutuhan kerja.
b. Meningkatkan proses pembelajaran melalui pendidikan berbasis praktik sehingga lulusan menjadi tenaga kerja yang berkualitas dan professional pada kondisi kerja yang sesungguhnya.
c. Meningkatkan pengetahuan melalui pengalaman kerja riil yang diperoleh di dunia kerja, sebagai bekal untuk memahami dunia kerja yang nanti akan dihadapi setelah menyelesaikan pendidikan di STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG.
d. Memperoleh pengalaman dari pekerjaan nyata yang sesuai dengan teori yang didapat selama proses perkuliahan.
e. Melakukan Praktik Kuliah Kerja Magang sesuai dengan bidang keahlian pendidikan yaitu manajemen.
f. Dapat bekerja sambil belajar (*learning by doing*).
g. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan mahasiswa di dunia kerja.
h. Memperoleh wawasan tentang suatu bidang pekerjaan.
i. Sebagai salah satu syarat mahasiswa untuk menempuh dan menyelesaikan mata kuliah KKM (Kuliah Kerja Magang) di STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

Praktik Kuliah Kerja Magang yang telah penulis tempuh berguna untuk :

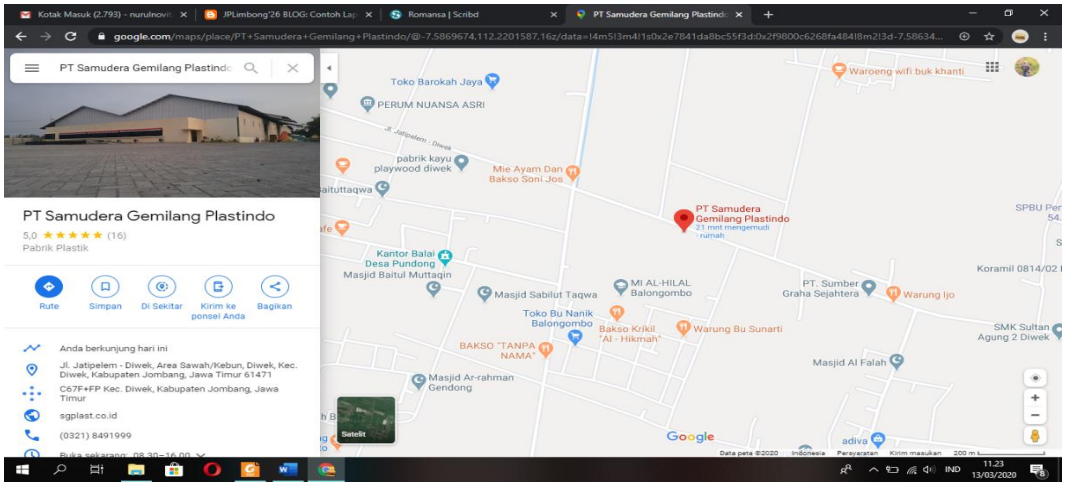
1. Bagi Mahasiswa
   a. Mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan teoritis ke dalam dunia praktik kerja sehingga mampu menumbuhkan pengetahuan kerja sesuai dengan latar belakang bidang ilmu yang telah dipelajari.
   b. Mahasiswa dapat melatih kemampuan untuk menjadi pribadi yang mandiri, disiplin, tertib, bertanggung jawab, bekerja dalam tim, memecahkan masalah dan mengambil keputusan dalam bekerja.
   c. Mahasiswa dapat menumbuhkan kemampuan berinteraksi sosial dengan
   orang lain di dalam sebuah tim departemen di dunia kerja.
2. Bagi Program Studi Manajemen
   a. Sebagai sarana untuk memperoleh informasi mengenai keadaan umum sistem manajemen yang ada pada PT. Samudera Gemilang Plastindo.
   b. Terciptanya hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman di perusahaan yang bersangkutan.
3. Bagi Instansi Tempat Praktik
   a. Sarana untuk menjembatani antara instansi atau perusahaan dengan lembaga pendidikan untuk bekerja sama lebih lanjut baik bersifat akademis maupun praktis/bisnis.
   b. Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial di kalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat perusahaan membutuhkan karyawan dapat merekrut mahasiswa tersebut.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Nama Perusahaan	: PT. Samudera Gemilang Plastindo
Alamat	: **Jl. Raya Balongbesuk Dsn. Balongbesuk Kec. Diwek Kab. Jombang**
Kode Pos	: 61471
Telepon	: **(0321) 8491888**
E-mail	: info@sgplast.com

PT. Samudra Gemilang Plastindo merupakan perusahaan industri plastik yang menghasilkan berbagai macam kantong plastik untuk memenuhi kebutuhan kantong plastik masyarakat, berdiri pada bulan Januari tahun 2016 di Kecamatan Diwek, Jombang dengan jumlah karyawan sampai dengan saat ini tercatat 350 orang, adapun wilayah penjualan sudah cukup luas meliputi seluruh Pulau Jawa, Bali, Madura, Kalimantan dan daerah lainnya di Indonesia.

Gambar 1.1. Denah Lokasi PT Samudera Gemilang Plastindo



Sumber : Google Maps

Gambar 1.2. Lokasi PT Samudera

Gemilang Plastindo

Sumber : Data Pribadi, 2020

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Praktik Kuliah Kerja Magang di PT. Samudera Gemilang Plastindo dilaksanakan terhitung sejak tanggal 04 Maret 2020 sampai dengan 04 Mei 2020 yang dilaksanakan sesuai jam kerja karyawan perusahaan, yaitu sebagai berikut:

Senin	: 08.00 – 17.00
Selasa – Jumat	: 08.00 – 16.00
Sabtu	: 08.00 – 12.00

Dengan libur setiap 1 minggu sekali pada Hari Minggu dan berlaku juga libur pada tanggal merah Hari Libur Nasional.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KKM

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Samudera Gemilang Plastindo berdiri sejak tanggal 04 Januari 2016 di Jl. Raya Balongbesuk Desa Balongbesuk, Kec. Diwek, Kab. Jombang yang merupakan anak perusahaan dari PT Tirta Agung Plastik yang beralamat di Wonoayu, Sidoarjo, Jawa Timur. PT. Samudera Gemilang Plastindo merupakan produsen Kantong Plastik (T-Shirt Bag, Shopping Bag, Bag on Roll, Degradable Bag, Trash Bag, dll) yang berkembang pesat dan berkantor pusat di Jombang, Jawa Timur. Selama kurun waktu 3 tahun, PT Samudera Gemilang Plastindo kini telah memiliki 350 karyawan dan telah menjual ratusan ton kantong plastik ke seluruh Indonesia setiap bulannya.

2.2.1 Visi dan Misi, dan Tujuan Perusahaan

1. Visi dan Misi

Visi : Menjadi perusahaan plastik terbaik di Indonesia

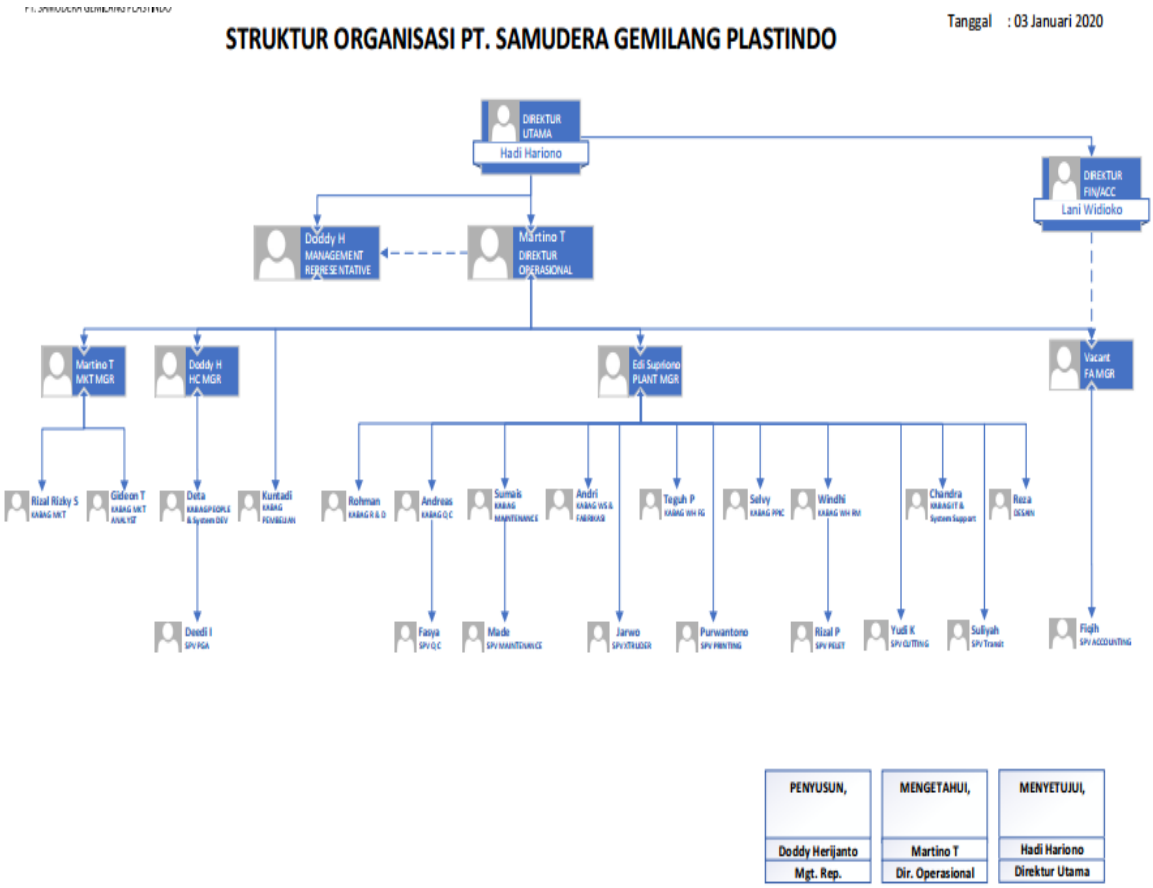
Misi : Meningkatkan nilai perusahaan melalui kreatifitas, inovasi, dan pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia.

2. Tujuan Perusahaan

Dengan mengacu pada faktor-faktor kunci keberhasilan di atas maka tujuan yang ingin dicapai oleh PT Samudra Gemilang Plastindo adalah “Solusi Kebutuhan Kantong Plastik Anda”. Pemantauan sasaran SGP berdasarkan tujuan ditetapkan adalah sasaran dengan tujuan tingkat kepuasan yang tinggi atas produk yang dikeluarkan; peningkatan kualitas produk; sasaran dengan tujuan meningkatkan kapasitas penjualan pada pasar tradisional, modern market, dan industri; sasaran dengan tujuan meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan kualitas SDM tim QC dan meningkatkan cara pengujian kantong

plastik; sasaran dengan tujuan mengoptimalkan pengelolaan dan penggunaan dana perusahaan adalah pengelolaan yang tepat sasaran; sasaran dengan tujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, SDM, dan sistem informasi pada pembinaan dan peningkatan kualitas SDM serta meningakatkan akses pegawai.

2.2 Struktur Organisasi PT Samudera Gemilang Plastindo



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Samudera Gemilang Plastindo

Berdasarkan struktur organisasi perusahaan maka dapat dijelaskan pembagian tanggung jawab dan tugas adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama

   Dalam struktur organisasi di perusahaan ini Direktur Utama mempunyai tanggung jawab dan wewenang sebagai pengambil keputusan tentang arah dan langkah apa yang harus dilakukan agar perusahaan dapat lebih berkembang lagi.

2. Direktur

   Dalam struktur organisasi perusahaan Direktur menjabat sekaligus menjadi kepala *marketing*, sehingga Direktur ikut serta memikirkan bagaimana strategi pemasaran yang baik dan bagaimana keadaan pasar.

3. Direktur *Finance/Accounting*

   Direktur *Finance* bertugas sebagai pengambil keputusan mengenai pembayaran *supplier*, pengaturan perputaran kas, dan mengawasi keuangan perusahaan.

4. *Management Representative*

   Management Representative (MR) bertugas sebagai penjembatan antara tim penjualan dan tim produksi, sekaligus memikirkan bagaimana agar meminimalkan masalah yang terjadi di perusahaan.

5. *Plant Manager*

   Plant Manager (PM) bertugas dan bertanggungjawab atas semua kegiatan produksi yang terjadi, dan juga mengawasi pencapaian target produksi setiap bulannya.

6. Kepala Bagian *Marketing Analyze Marketing Analyze*

   Bertugas sebagai pengawas terhadap barang apa saja yang laku di pasar dan barang apa saja yang tidak dapat dipasarkan di pasar. Serta memperhitungkan setiap order yang masuk dapat dijalankan di jenis mesin apa.

7. *SPV Marketing*

   Bertugas sebagai pengawas dari semua penjualan *marketing*, pemberi keputusan mengenai harga jual barang, sekaligus memberikan masukan mengenai masalah apa yang dihadapi oleh masing-masing marketing.

8. *HRD Manager*

   Bertugas sebagai pemberi keputusan tentang rekrut karyawan baru, dan penyeleksi karyawan baru.

9. *SPV PGA*

   Bertugas sebagai pengawas mengenai kinerja karyawan perusahaan.

10. Kepala Bagian *R&D*

    Bertugas sebagai penentu kualitas produk dan juga sebagai penentu bahan apa saja yang harus digunakan di setiap produk yang diproduksi.

11. Kepala Bagian *QC*

    Bertugas sebagai pengambilan mengenai acc kualitas produk yang dapat digunakan sebagai acuan *QC*.

12. *SPV QC*

    Bertugas sebagai kepala pengecekan semua produk baik yang sudah jalan di produksi atau yang sudah merupakan barang jadi. Bertanggung jawab penuh atas semua barang yang telah lolos QC sehingga dapat terkirim ke *customer*.

13. Kepala Bagian *Maintenance*

    Bertugas sebagai kepala perbaikan mesin ataupun pemasangan mesin baru sampai mesin tersebut dapat digunakan dan menghasilkan output produksi.

14. Kepala Bagian WS & Fabrikasi

    Bertugas sebagai penanggung jawab perawatan mesin dan juga memodifikasi mesin sesuai kebutuhan *PPIC*.

15. Kepala Bagian Produksi

    Bertanggung jawab atas semua produk yang dihasilkan, masalah yang dihadapi produksi, dan juga mengawasi target output tiap mesin.

16. *SPV Extruder*

    Bertanggungjawab atas semua hasil produksi yang dihasilkan oleh mesin Extruder.

17. Kepala Bagian *PPIC*

Bertugas melakukan penjadwalan mesin, kontrol terhadap stok bahan yang akan dibutuhkan dan juga memperkirakan kapan produk dapat dikirim ke *customer*.

18. Kepala Bagian *Warehouse*

    Bertugas memperbarui stok setiap hari baik data Excel maupun data sistem.

19. *SPV Pelet*

    Bertugas mengawasi proses pemeletan avalan yang dihasilkan produksi.

20. Kepala Bagian *Warehouse Finish Good*

    Bertanggung jawab atas semua pengiriman ke *customer*, menyiapkan barang yang akan dikirim, dan juga armada dan sopir. Sekaligus update stok setiap hari untuk di forward ke marketing agar barang dapat dijual oleh *marketing*.

21. Kepala Bagian *IT & System Support*

    Bertugas mensupport semua divisi agar semua pekerjaan dapat berjalan dengan lancar.

22. *SPV Finance*

    Bertugas sebagai pembuat invoice, membuat laporan data piutang dan hutang *supplier*, penggajian, melakukan penagihan *customer* dan pembayaran supplier.

23. *SPV Accounting*

    Bertugas membuat laporan tahunan, bulanan, mingguan, laporan lain yang diminta oleh pihak management, penanggungjawab sistem FINA.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Samudera Gemilang Plastindo merupakan perusahaan manufaktur, barang utama yang diproduksi adalah kantong plastik, selain memproduksi kantong plastik PT Samudera Gemilang Plastindo membuka jasa untuk pelet avalan perusahaan lain. Adapun jenis barang yang diproduksi adalah sebagai berikut :

No.	Nama Barang
1	*Trashbag/Garbage Bag*
2	*Ban On Roll*
3	*Degradable Bag*
4	*T-Shirt Bag & Shopping Bag*
5	*Inner Bag*

Gambar 2.2 Finish Produk Plastik PT Samudera Gemilang Plastindo

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Magang

Waktu dan Pelaksanaan Magang :

Pelaksanaan Magang : 04 Maret 2020 – 04 Mei 2020

Hari Magang : Senin – Sabtu

Libur Magang : Minggu

Waktu Magang :

Senin : 08.00 – 17.00 WIB

Selasa – Jum'at : 08.00 – 16.00 WIB

Sabtu : 08.00 – 12.00 WIB

Tempat Pelaksanaan Magang :

Nama Instansi : PT Samudera Gemilang Plastindo

Alamat : Jl. Raya Balongbesuk, Kec. Diwek, Kab. Jombang

Telepon : +62 321 8491 888

E-mail : info@sgplast.com

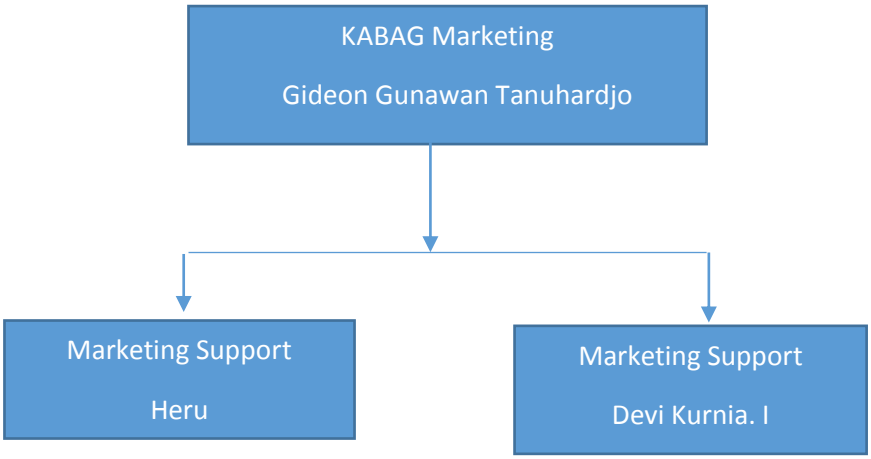
Pada kesempatan ini penulis akan fokus membahas tentang peningkatan kinerja pemasaran melalui pelatihan strategi pemasaran pada PT. Samudera Gemilang Plastindo, karena pada saat pelaksanaan Kuliah Kerja Magang (KKM) di PT. Samudera Gemilang Plastindo penulis mendapatkan Job desk pada bagian *MARKETING*.

Pelatihan adalah aktivitas-aktivitas yang dirancang untuk memberikan para pembelajaran pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk pekerjaan mereka saat ini.Latihan adalah proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu.

Pelaksanaan praktik kerja magang dilaksanakan dengan penempatan di bagian marketing PT. Samudera Gemilang Plastindo. Marketing adalah ujung tombak bagi perusahaan, yang menentukan perusahaan dapat berkembang.oleh karena itu dalam bidang marketing sangat penting bagi perjalanan sebuah perusahaan , salah satu fungsi dari marketing untuk menghasilkan laba.Beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh marketing antara lain menginput purchase order dari customer, membuat surat jalan untuk pengiriman barang produksi ke supplier, menyusun dan membuat laporan hasil penjualan, menyusun dan membuat pengeluaran barang produksi.

Tugas yang dilakukan selama pelaksanaan KKM terkait dengan proses pencatatan peningkatan pada karyawan untuk pencapain target penjualan yang sudah ditentukan oleh perusahaan tersebut dan mengikuti evaluasi pelatihan starategi pemasaran yang efektif. Pada dasarnya tugas marketing di PT. Samudera Gemilang Plastindo adalah untuk mengatur kesimbangan proses penjualan barang jadi ke customer dan meningkatkan target penjualan, memenuhi kewajiban dari seorang marketing untuk menambah profit pada perusahaan.

3.2 Stuktur Organisasi Departmen *Marketing* PT. Samudera Gemilang Plastindo



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Departemen Marketing

1. Kabag Marketing

- Bertugas untuk menentukan starategi pemasaran efektif dan efisien dengan memperhatikan sumber daya perusahaan. Dan menciptakan kenyamanan kerja karywan perusahaan dengan mengoptimalkan fungsi kerja di bagaian marketing.
- Bertanggung jawab terhadap ketertiban, kelancaran dan keakuratan data administrasi pemasaran.
- Memeriksa atau mendatangani dokumen-dokumen yang terkait dengan bidang tugas bagian marketing
- Melakukan koordinasi dengan bagian PPIC dan produksi sehubungan dengan perencanaan, proses dan hasil produksi.

2. Marketing Support

Dari segi bahasa support berarti dukungan. Marketing support adalah mereka yang menunjang dan memberikan pelayanan pada tim marketing, pelayanan yang berupa bantuan persiapan untuk pengiriman produksi Tugas dari marketing support adalah memasukan data-data ke system, membuat laporan pengiriman, dan merima order dari customer dan memproses order tersebut,membuat NCA,membuat FDI, dan menghandel surat jalan, peningkatan penjualan, dan profitabilitas perusahaan. dioperasikan sesuai SOP.

3.3 Data Kuliah Kerja Lapangan

3.3.1 Peningkatan Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan elemen penting dari kinerja perusahaan secara umum karena kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja pemasaran selama ini. Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan. Setiap perusahaan berpentingan untuk mengetahui prestasinya sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar. Slater dan Narver menggambarkan hasil dari penerapan strategi perusahaan di antaranya berupa kepuasan konsumen, kesuksesan produk baru, peningkatan penjualan, dan profitabilitas perusahaan.

Di dalam perusahaan di PT.Samudera Gemilang Plastindo untuk peningkatan kerja marketing dilihat dari terget penjualan setiap bulannya, maka di situ terlihat untuk kinerjanya bagus atau tidak. Dan ada yang mencapai target ada yang tidak, disitulah akan melakukan evaluasi global per 3 bulan untuk mencapaian terget. Sebuah perusahaan memerlukan target penjualan sebagai pemacu semangat dalam mencapai keuntungan yang mereka harapkan. Setiap perusahaan dapat menentukan target penjualannya masing-masing. Tidak ada patokan khusus yang membuat sebuah perusahaan harus memiliki target penjualan tertentu.

Menentukan target penjualan adalah pekerjaan yang susah-susah gampang. Meskipun target penjualan bisa dilakukan dengan bebas, namun ada beberapa

persyaratan yang harus dipenuhi supaya target penjualan tidak menjadi bumerang bagi perusahaan itu sendiri. Target penjualan juga dapat dipahami sebagai target perusahaan dalam mendistribusikan produk dari pabrik ke outlet. Jika persentase permintaan barang ke sebuah outlet naik, berarti target penjualan tercapai. Selain itu, target penjualan ini dapat pula dikatakan berhasil jika persentase jumlah outlet yang menjadi distributor bertambah.

Di dalam perusahaan ada kebijakan untuk melihat kinerja pemasaran apakah sudah mencapai target untuk menjual hasil produksi yang ada di PT. Samudera Gemilang Plastindo, jika di lihat dari 3 bulan kedepan belum bisa mencapai target maka akan di berikan surat peringatan (SP) dari perusahaan.

A. PT. Samudera Gemilang Plastindo mempunyai strategi untuk meningkatan target penjualan yaitu :

1. Planning
   Perusahaan merencanakan waktu sehingga karyawan marketing dapat meningkatkan target penjualan.
2. Auditing
   Dalam perusahaan auditing sangat penting, melakukan auditing peluang yang menghasilakan keutungan untuk mencapai target
3. Menargetkan promosi
   Perusahaan mempunyai promosi untuk membantu meningkatkan target penjualan.
4. Memberikan referral
   Stategi ini untuk mencapai target dengan menggunkana pelanggan lama dan yang sudah ada untuk mendapatkan referral.

Dan disitu juga marketing akan melakukan analisis pasar dan juga mengidentifikasi kebutuhan konsumen agar memudahkan saat terjun langsung dalam melakukan pemasaran produk agar bisa mencapai terget penjualan. Tujuan

marketing di PT. Samudera Gemilang Plastindo adalah untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Tujuan tersebut dapat dirinci lebih lanjut dalam tiga tujuan spesifik di perusahaan :

- Konsumen dapat mengetahui produk (barang/jasa) yang ditawarkan secara detail dan sebaliknya, produsen mampu menyediakan produk sesuai permintaan dan kebutuhan konsumen.
- Perusahaan dapat menjelaskan secara rinci seluruh kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran, mulai dari deskripsi, desain, promosi, hingga komunikasi dengan konsumen serta pengiriman produk.
- Perusahaan bisa mengenali dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk yang dihasilkan sesuai

3.3.2 Pelatihan strategi pemasaran

Pelatihan (*tranning*) yang dimaksudkan untuk memperbaiki kemampuan berbagai keterampilan dan teknik untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik penguasaan keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu, terinci dan rutin (T. Hani Handoko,2000:104) . latihan menyiapkan para karyawan untuk melakukan pekerjaan sekarang.

Latihan adalah proses sistematis pengubahan perilaku para karyawan dalam suatu arah guna meningkatkan tujuan-tujuan organisasional (Ambar T. Sulistiyani dan Rosidah, 2003:1750). Latihan biasanya dimulai dengan orientasi yakni suatu proses dimana para karyawan diberi informasi dan pengetahuan mengenai kebijakansanaan personalia, organisasi dan harapan-harapan untuk performence tertentu.

Dalam pelatihan diciptakan suatu lingkungan kerja yang dimana para karyawan dapat memperoleh atau mempelajari keahlian, perilaku yang spesifik yang berkaitan dengan tenaga kerja dalam rangka meningkatkan kinerja karyawan pada jabatan yang duduki sekarang.Pelatihan strategi

pemasaran yang efektif di PT.Samudera Gemilang Plastindo akan memberikan pengetahuan dan ketrampilan praktis bagi para karyawan yaitu :

1. Meningkatkan kemampuan peserta dalam menganalisa efektifitas kegiatan dan kebijakan departemen pemasaran yang berlaku beserta langka-langkah peningkatanya.
2. Meningkatkan kompetensi peserta dalam mengelola pemasaran dan daya produksi secara efektif dan produktif
3. Mampu menganalisis, merumuskan, dan merancang marketing strategy dan marketing plan yang applicable (layak diterapkan)
4. Memahami konsep dan implementasi marketing strategy & planning
5. Mampu melakukan brand scorecard analysis
6. Mampu melakukan strategic SWOT analysis
7. Mampu mengaplikasikan effective marketing strategy.

Untuk meningkatkan daya produksi, suatu perusahaan tentunya memiliki strategi pemasaran agar memiliki daya tawar serta dapat menarik perhatian konsumen. Pada dasarnya strategi pemasaran yang baik dan mampu meningkatkan nilai tambah suatu produk,Semua usaha yang menawarkan produk, tidak terkecuali perusahaan besar maupun kecil, harus memiliki strategi pemasaran agar produk yang memiliki daya jual yang lebih dari persaingan. Dengan adanya pelatihan strategi marketing karyawan tidak hanya mendapatkan pengetahuan dasar dari strategi pemasaran , yakni sebagai suatu cara untuk metode yang digunakan untuk mencapai sasaran pemasaran, tetapi juga mampu untuk merumusan serta mengimplementasika strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana stratei pemasaran merupakan suatu cara untuk pencapaian tujuan sebuah perusahaan yang ada pada PT. Samudera Gemilang Plastindo.

Tujuan utama strategi pemasaran PT. Samudera Gemilang Plasdinto adalah untuk mengetahui dukungan apa saja yang diperlukan agar pelanggan mau

membeli produk yang diawarkan. Terutama dalam kondisi persaingan yang sangat ketat seperti ini, pelanggang banyak disuguhi berbagai macam kualitas produk. Semua informasi tersebut datang dengan cepat, sehingga kondisi ini mengakibatkan para analisis strategi pemasaran perlu mengetahui motivasi dan prilaku pelanggan potensial. Perusahaan perlu mengetahui apakah terdapat segmen pasar yang menyebabkan pasar bereaksi secara berbeda-beda terhadap produk yang ditawarkan.

3.4 Kendala Yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi ketika Kuliah Kerja Magang yaitu mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran seperti peningkatan target penjualan,dan tingkat pertumbuhan penjualan. pengukuran kinerja menggunakan aktivitas-aktivitas pemasaran yang menghasilkan kinerja yaitu unit yang terjual dan perputaran pelanggan yang kurang efektif. Namun masih banyak karyawan/ sales marketing yang masih belum memenuhi target perjualan.Keadaan ini dapat menyebabkan perusahaan tidak dapat secara maksimal dalam mendapatkan profit perusahaan. jika penjualan terlalu besar dan tidak sebanding dengan harga para pesaing lain maka perusahaan akan mengalami kerugian.

3.5 Cara Mengatasi Kendala

Solusi yang diberiakan untuk mengatasi kendala di PT. Samudera Gemilang Plastindo perusahaan memerlukan adanya sistim kontrol terhadap strategi perusahaan yang diterapkan. Sistim kontrol yang diterapkan merupakan kunci bagi perusahaan untuk mencapai kinerja perusahaan yang optimal. Kinerja perusahaan juga dapat dicapai dan bisa meningkatan target utuk penjualan dengan adanya kontrol terhadap karyawan sebagai bentuk hubungan antara hubungan antar perusahaan yang dibangun secara efektif juga dapat menghasilkan kinerja yang optimal. Penerapan strategi yang dilaksanakan secara efektif oleh perusahaan dalam proses distribusi dapat mencapai kinerja perusahaan yang optimal

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dengan mengikuti kegiatan Praktik Kuliah Kerja Magang (KKM) selama 2 bulan ini, maka dapat disimpulan bahwa Kuliah Kerja Magang (KKM) pada pelaksanaannya dilakukan dengan cara latihan kerja (magang), memberikan keterampilan kepada mahasiswa bagaimana mengelola sistem informasi bagian keuangan, pembelian, produksi, pemasaran, dan personalia. Dalam hal ini kami melaksanakan Kuliah Kerja Magang (KKM) di PT Samudera Gemilang Plastindo. Dalam menyelenggarakan tugas pokoknya PT Samudera Gemilang Plastindo mempunyai visi utama menjadi perusahaan plastik terbaik di Indonesia.

Tujuan PT Samudera Gemilang Plastindo adalah menjadi perusahaan yang memberikan solusi kebutuhan kantong plastik seluruh customer atau pelanggan baik di dalam maupundi luar negara.

4.2 Saran

Selama melaksanakan praktik Kuliah Kerja Magang (KKM) di bagian marketing PT. Samudera Gemilang Plastindo. Adapun saran-saran yang dapat kami sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak Kampus/Universitas : Sebelum magang dilaksanakan, hendaknya mahasiswa diberikan pembekalan magang yang benar-benar matang, yang bisa memberikan gambaran bagaimana sistem dan cara kerja di instansi dimana mahasiswa akan ditempatkan. Sehingga mahasiswa dengan mudah untuk menyesuaikan dan beradaptasi dengan dunia kerja yang nyata.
2. Pihak Instansi :

a. Kinerja para pegawai harus dipertahankan demi kemajuan PT Samudera Gemilang Plastindo

b. komunikasi antara atasan dengan pegawai harus terjalin dengan baik untuk kelancaran pencapaian target yang telah ditentukan oleh PT Samudera Gemilang Plastindo
c. Menjaga kualitas setiap produk yang telah diproduksi
d. Pihak instansi sebaiknya menempatkan peserta magang di bagian yang sesuai dengan jurusan mahasiswa yang bersangkutan

DAFTAR PUSTAKA

Andrews, Jonlee and Daniel C. Smith, 1996, “In Search of the Marketing Imagination : Factors Affecting the Creativity of Marketing Programs for Mature Products”, Journal of Marketing Research, Vol. 33, p. 87-174.

Manajemen Pemasaran Ed 1-11. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Lampiran 1 Nilai Kegiatan KKM

Lampiran 2. Nilai Kegiatan Kuliah Kerja Magang

LEMBAR PENILAIAN PENDAMPING LAPANGAN
KULIAH KERJA MAGANG

No.	Aspek Yang Dinilai	Kurang (≤ 50)	Cukup (51 -65)	Baik (66-80)	Sangat baik (≥ 81)
1.	Disiplin kerja				95
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja				90
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja				95
4.	Kreativitas dan ketrampilan				90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan				95
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja				95
7.	Kemampuan berkomunikasi				95
8	Produktivitas kerja*				95

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka
*Peserta magang menghasilkan produk/karya
Catatan:.....

Jombang, 4 Mei 2020

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai

SGP

Gideon Gunawan Tanuhardjo

**dituliskan nama terang disertai tanda tangan dan cap perusahaan / lembaga

Lembar Kegiatan Mahasiswa

NAMA : Suzetari Wahyu Putri
NIM : 1661017
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
TEMPAT KKM : PT SAMUDRA GEMILANG PLASTINDO
BAGIAN : Marketing

Minggu ke	Hari, tanggal	Kegiatan	Paraf
I	Rabu, 04-03-2020	1. Pengenalan lingkungan kerja 2. Mempelajari jenis surat atau dokumen 3. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Kamis, 05-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Jumat, 06-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan berita acara mengenai komplain customer	
	Sabtu,07-03-2020	1. Mengikuti meeting mingguan untuk hasil penjualan 2. Mengikuti meeting evaluasi kinerja pemasaran	
II	Senin, 9-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Selasa, 10-03-2020	1. Foto copy dan arsip standr Spesifikasi 2. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 3. Foto copy CL	
	Rabu, 11-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan laporan order penjualan	
	Kamis, 12-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Jumat, 13-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan laporan order penjualan	
	Sabtu, 14-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Foto copy surat jalan	

III	Senin, 16-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Selasa, 17-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Foto copy dan arsip standr Speek produksi 3. Foto copy CL	
	Rabu, 18-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkkan laporan order penjualan	
	Kamis, 19-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Jumat, 20-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan laporan order penjualan	
	Sabtu, 21-03-2020	1. Mengikuti meeting harian untuk hasil penjualan 2. Mengikuti meeting evaluasi untuk strategi pemasaran 3. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
IV	Senin, 23-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan	
	Selasa, 24-03-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan laporan order penjualan	
	Rabu, 25-03-2020	Hari Libur Nasional	
	Kamis, 26-03-2020	1. Menginput CL ke rekap order penjualan 2. Memasukan laporan order penjualan	
	Jumat, 27-03-2020	1. Memasukan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukan laporan order penjualan	
	Sabtu, 28-03-2020	1. Mengikuti meeting mingguan untuk hasil penjualan 2. Mengikuti meeting evaluasi pelatihan pemasaran	

		3. Foto copy dan arsip standr Spesifikasi produksi	
V	Senin, 30-03-2020	1. Matching invoice, faktur pajak, surat jalan dan PO 2. Foto copy dan arsip bukti pembayaran	
	Selasa,31-03-2020	1. Mengarsip dokumen yang sudah lengkap dan lunas 2. Foto copy dan arsip yang sudah lengkap dan lunas	
	Rabu, 01-04-2020	1. Foto copy standar Spesifikasi 2. Mengarsip dokumen yang sudah lengkap	
	Kamis, 02-04-2020	1. Foto copy surat jalan 2. Memonitor surat jalan atas barang-barang yang keluar pabrik.	
	Jumat,03-04-2020	1. Memonitor price PO yang masuk apakah sudah sesuai dengan price list yang di buat oleh perusahaan 2. Memasukan CL ke rekap order penjualan	
	Sabtu, 04-04-2020	1. Mengikuti meeting harian untuk hasil penjualan 2. Mengikuti meeting evaluasi pelatihan pemasaran 3. Memasukan laporan order penjualan	
VI	Senin, 06-04-2020	1. Memasukan laporan order penjualan 2. Memasukan CL ke rekap order penjualan	
	Selasa,07-04-2020	1. Memasukan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukan laporan order penjualan	
	Rabu, 08-04-2020	1. Memasukan laporan order penjualan	
	Kamis, 09-04-2020	1. Memasukan laporan order penjualan 2. Memasukan CL ke rekap order penjualan	
	Jumat,10-04-2020	Hari Libur Nasional	

	Sabtu, 11-04-2020	Cuti bersama	
VII	senin, 13-04-2020	1. Mengambil sampel barang ke QC untuk dikirim ke customer 2. Memasukkan laporan order penjualan 3. Memasukkan rekap order customer barang yang sudah terkirim	
	Selasa, 14-04-2020	1. Mengambil sampel barang ke QC untuk dikirim ke customer 2. Memasukkan laporan order penjualan	
	Rabu, 15-04-2020	1. Memasukkan laporan order penjualan 2. Membuat form production request	
	Kamis, 16-04-2020	1. Memasukkan laporan order penjualan	
	Jumat, 17-04-2020	1. Memasukkan laporan order penjualan	
	Sabtu, 18-04-2020	1. Mengikuti meeting untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif 2. Mengikuti meeting harian untuk hasil penjualan 3. Memasukkan laporan order penjualan	
VII	Senin,20-04-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan laporan order penjualan	
	Selasa,21-02-2020	IZIN SAKIT	
	Rabu,22-04-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Memasukkan berita acara mengenai komplain Produk.	
	Kamis,23-04-2020	1. Memasukkan CL ke rekap order penjualan 2. Foto copy standar Spesifikasi	

Lampiran 2. Nilai Kegiatan Kuliah Kerja Magang

LEMBAR PENILAIAN PENDAMPING LAPANGAN
KULIAH KERJA MAGANG

No.	Aspek Yang Dinilai	Kurang (≤ 50)	Cukup (51 -65)	Baik (66-80)	Sangat baik (≥ 81)
1.	Disiplin kerja				95
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja				90
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja				95
4.	Kreativitas dan ketrampilan				90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan				95
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja				95
7.	Kemampuan berkomunikasi				95
8	Produktivitas kerja*				95

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka
*Peserta magang menghasilkan produk/karya
Catatan:……..

Jombang, 4 Mei 2020

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai

SGP

Gideon Gunawan Tanuhardjo

**dituliskan nama terang disertai tanda tangan dan cap perusahaan / lembaga

PT. SAMUDERA GEMILANG PLASTINDO