

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
KUALITAS PELAYANAN MARKETING  
DI CV. NR HERBAL CARE**



Disusun Oleh :

Joko Susilo                      1961006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG**

**2022**

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
KUALITAS PELAYANAN MARKETING DI CV. NR  
HERBAL CARE**



Oleh :

**Joko Susilo**  
**NIM. 1961006**

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Lapangan

**(Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si)**

Jombang, 29 September 2022

Kordinator

**(JOKO SUSILO)**

Mengetahui/Menyetujui,  
Pembimbing Lapangan

**(Rahajeng Pratiwi S)**

Mengetahui, Menyetujui,

Ka Prodi Manajemen

**(Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM)**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) di CV NR Herbal Care. Hal ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si, CRA selaku Pimpinan STIE PGRI Dewantara Jombang. Sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Lapangan Kuliah Kerja Magang (KKM).
2. Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku ketua program studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang .
3. Seluruh Bapak Ibu Dosen yang telah membantu proses kegiatan Perkuliahan hingga dapat menyelesaikan Kuliah Kerja Magang (KKM)
4. Seluruh STAF STIE PGRI Dewantara yang telah membantu proses administrasi hingga dapat menyelesaikan Kuliah Kerja Magang (KKM)
5. Kedua orang tua, Bapak Susanto dan Ibu Susi Samiati yang telah menjadi motivasi.
6. Saudara yang telah memberi dukungan.
7. Ibu Rahajeng Pratiwi S selaku pendamping lapangan CV NR Herbal Care. Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM ini masih jauh dari sempurna.

Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 01 September 2022

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR LAMPIRAN .....	vi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang .....	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang.....	2
1.4 Tempat pelaksanaan Kuliah Kerja Magang .....	4
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang .....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 KAJIAN TEORI.....	5
2.1.1 Kualitas Pelayanan .....	5
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	9
2.2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG .....	10
2.2.1 Sejarah CV NR HERBAL CARE.....	10
2.2.2 Visi .....	10
2.2.3 Misi .....	10
2.2.4 Struktur Organisasi .....	11
2.2.3 Kegiatan Umum Perusahaan.....	11
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG .....	13
3.1 Pelaksanaan Kerja di tempat Magang .....	13
3.2 Kendala Yang Dihadapi Dan Cara Mengatasinya .....	14
BAB IV KESIMPULAN.....	16
4.1 Kesimpulan .....	16
4.2 Saran .....	16
DAFTAR PUSTAKA .....	A
LAMPIRAN.....	B

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Penempatan Kerja Dalam Kegiatan KKM.....	13
Tabel 3.2 Kendala yang Dihadapi dan Cara Mengatasinya .....	14

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	11
-------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa.....	B
Lampiran 2. Foto Kegiatan KKM .....	C

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kuliah Kerja Magang adalah kegiatan kurikuler yang dikemas dalam sebuah mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa STIE PGRI Dewantara. Kuliah Kerja Magang adalah suatu bentuk proses pembelajaran mahasiswa mendukung program pendidikan di STIE PGRI Dewantara dan program teknis praktis yang ditemukan di lapangan penyelenggaraan pendidikan keahlian professional yang memadukan secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di STIE PGRI Dewantara dengan penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan pengalaman langsung di dunia 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 yang sesuai dengan situasi dan kondisi kerja nyata yang diperoleh di perguruan tinggi sehingga mahasiswa dapat memahami dan memiliki keterampilan. Di sisi lain, diperlukan suatu sinergi antara dunia kerja dengan lembaga pendidikan dalam meningkatkan sumber daya manusia secara lebih luas. Maka Kuliah Kerja Magang ini di maksudkan 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.

CV NR Herbal Care merupakan perusahaan manufaktur kosmetik baru yang beralamat di Jalan Brigjen Kretarto, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang. Sebelum menjadi perusahaan manufaktur kosmetik, perusahaan ini berada dalam naungan CV Kresna Abdi Karya yang fokus usahanya di bidang pendistribusian kosmetik sejak tahun 2016 hingga tahun 2019. Karena keberhasilan dalam mengembangkan bisnis kosmetik, akhirnya pada bulan



April tahun 2020 Nurbaiti selaku pemilik perusahaan mengembangkan usahanya menjadi manufaktur kosmetik yang kemudian diberi nama NR Herbal Care.

Menimbang hal tersebut serta berdasar himbaun dari program studi manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang, maka kami selaku penulis, termotivasi untuk melaksanakan praktik Kuliah Kerja Magang (KKM) di CV NR Herbal Care. Kami mengharapkan bahwa dengan memilih dan mengikuti kuliah kerja magang di CV NR Herbal Care kami dapat mengetahui dan memahami proses marketing yang baik.

## **1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan umum dari pelaksanaan kuliah kerja magang (KKM) ini adalah untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai proses marketing pada CV NR Herbal Care.

### **2. Tujuan Khusus**

Tujuan khusus dari pelaksanaan Kuliah Kerja Magang CV NR Herbal Care ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses marketing yang ada di CV NR Herbal Care.
2. Menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat

## **1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang**

Manfaat yang diharapkan dalam melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM), antara lain:

#### A. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa mampu mengenal, mengetahui dunia kerja pada bagian proses marketing di CV NR Herbal Care.
2. Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian professional dengan tingkatan pengetahuan dan keterampilan serta etos kerja yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja.
3. Sebagai Feed Back dalam melakukan penyempurnaan kurikulum dan proses pembelajaran di STIE PGRI Dewantara Jombang yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja
4. Sebagai media pembelajaran mahasiswa dengan menyesuaikan keilmuan dengan aplikasi di dunia kerja mengenai CV NR Herbal Care

#### B. Bagi STIE PGRI Dewantara Jombang

1. Sebagai sarana pengenalan STIE PGRI Dewantara Jombang kepada badan usaha atau instansi dan perusahaan yang membutuhkan lulusan atau tenaga kerja khususnya program studi Akuntansi (memperluas networking).
2. Sebagai bahan evaluasi atas laporan hasil kuliah kerja magang yang dilakukan oleh mahasiswa untuk penyesuaian kurikulum di masa yang akan datang.

#### C. Bagi Instansi yang Bersangkutan

1. Instansi dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang berwawasan akademik dari kuliah kerja magang tersebut
2. Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.

#### **1.4 Tempat pelaksanaan Kuliah Kerja Magang**

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di CV NR Herbal Care, bertempat di Jl. Brigjen Kretarto No.203 Dusun Weru, Desa Mojongapit, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang 61416. Indonesia.

#### **1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang**

Kegiatan Kuliah Kerja Magang ini dilaksanakan mulai 01 Agustus 2022 sampai 01 September 2022. Dengan jadwal hari Senin-Sabtu dengan jam oprasional 08.00 wib sampai 16.00 wib.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 KAJIAN TEORI**

##### **2.1.1 Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut Soegito (2007), “Pelayanan (*Service*) setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilik sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan dari dealer Yamaha Bima Sakti Jombang. Setiap konsumen pada umumnya memiliki kebutuhan yang beraneka ragam baik material maupun non material. Untuk memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam diperlukan pelayanan yang baik dalam pemenuhan kebutuhan service.

Tjiptono (2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama pada kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya)

##### **1. Keandalan**

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

## 2. Daya tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.

## 3. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.

Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

## 4. Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

## 5. Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### **A. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan**

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan (Tjiptono, Manajemen Jasa, 2002) adalah :

#### 1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah melakukan riset mengidentifikasi determinan kualitas pelayanan yang penting bagi

pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran.

## 2. Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhi harapan pelanggan oleh perusahaan. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan pedoman yaitu jangan menjanjikan apa yang tidak bisa diberikan tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan.

## 3. Mengelola bukti

Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah pelayanan diberikan. Oleh karena itu pelanggan lebih cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible*.

## 4. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem organisasi yang menghasikan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan.

### **B. Indikator Kualitas Pelayanan**

Dimensi kualitas jasa layanan pada *serqual* merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya.

Menurut (Tjiptono, manajemen jasa , 2002) telah mengidentifikasi 5 indikator pelayanan berkualitas, diantaranya adalah :

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Pemaparan bukti langsung menurut Lupiyoadi (2001), "kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekstensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana, fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya). Perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya".

2. Keandalan (*Reliability*)

Menurut Lupiyoadi (2001), "kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan (*customer*) yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Menurut Lupiyoadi (2001), "suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan"

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan menurut Lupiyoadi (2001), "pengetahuan, kesopansantunan, dan kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan". Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan

(*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

### 2.1.2 Strategi Pemasaran

Untuk mentransformasikan strategi pemasaran menjadi program pemasaran, manajer pemasaran harus membuat keputusan mendasar dalam hal pengeluaran pemasaran, alat pemasaran (*marketing mix*) dan alokasi pemasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2005:5) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Menurut *America Marketing Association* (AMA) yang dikutip Kotler dan Keller (2009:5) pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian untuk mennciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Tujuan Pemasaran menurut Peter Duce yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2009:6) adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhan sehingga terjual sendiri, sedangkan tujuan kunci pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009:21) adalah mengembangkan hubungan yang dalam dan bertahan lama dengan orang dan organisasi yang dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan aktivitas pemasaran tersebut.



## **2.2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG**

### **2.2.1 Sejarah CV NR HERBAL CARE**

CV NR Herbal Care merupakan perusahaan manufaktur kosmetik baru yang beralamat di Jalan Brigjen Kretarto, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang. Sebelum menjadi perusahaan manufaktur kosmetik, perusahaan ini berada dalam naungan CV Kresna Abdi Karya yang fokus usahanya di bidang pendistribusian kosmetik sejak tahun 2016 hingga tahun 2019. Karena keberhasilan dalam mengembangkan bisnis kosmetik, akhirnya pada bulan April tahun 2020 Nurbaiti selaku pemilik perusahaan mengembangkan usahanya menjadi manufaktur kosmetik yang kemudian diberi nama NR Herbal Care.

Fokus perusahaan ini ialah melayani jasa maklon kosmetik. Jasa maklon kosmetik ialah pemberian jasa dalam rangka proses penyelesaian suatu produk kosmetik yang proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak pemberi jasa (disubkontrakkan), yang spesifikasi bahan baku dan atau barang setengah jadi dan atau bahan penolong/pembantu yang akan diproses sebagian atau seluruhnya disediakan oleh pengguna jasa, dan kepemilikan atas produk kosmetik jadi berada pada pengguna jasa.

Hingga saat ini, CV NR Herbal Care sudah melayani kurang lebih 50 customer maklon dari berbagai daerah di seluruh Indonesia.

### **2.2.2 Visi**

Menjadi perusahaan yang terpercaya dalam menyediakan produk kosmetika yang aman, unggul, alami dan berkualitas tinggi.

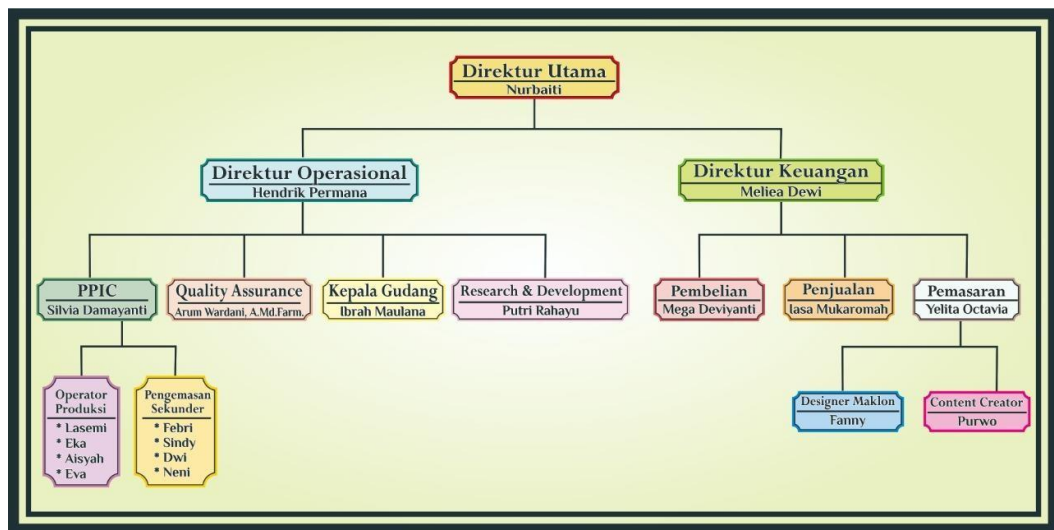
### **2.2.3 Misi**

1. Menciptakan produk kosmetika yang berkualitas tinggi, besar manfaatnya serta aman dipakai oleh konsumen.
2. Menjaga mutu (kualitas), keamanan dan manfaat produk sesuai standar

yang ditetapkan oleh BPOM.

3. Menyalurkan produk kosmetik secara baik, benar dan sesuai kebutuhan konsumen, serta terus memantau perkembangan kepuasan konsumen untuk menjamin pelayanan perna jual.

#### 2.2.4 Struktur Organisasi



Sumber : CV NR Herbal Care (2022)

#### 2.2.5 Kegiatan Umum Perusahaan

CV NR Herbal Care merupakan perusahaan manufaktur kosmetik baru yang beralamat di Jalan Brigjen Kretarto, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang.

Sebelum menjadi perusahaan manufaktur kosmetik, perusahaan ini berada dalam naungan CV Kresna Abdi Karya yang fokus usahanya di bidang pendistribusian kosmetik sejak tahun 2016 hingga tahun 2019. Karena keberhasilan dalam mengembangkan bisnis kosmetik, akhirnya pada bulan April tahun 2020 Nurbaiti selaku pemilik perusahaan mengembangkan usahanya menjadi manufaktur kosmetik yang kemudian diberi nama NR Herbal Care.

Fokus perusahaan ini ialah melayani jasa maklon kosmetik. Jasa maklon kosmetik ialah pemberian jasa dalam rangka proses penyelesaian suatu produk kosmetik yang proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak pemberi jasa (disubkontrakkan), yang spesifikasi bahan baku dan atau barang setengah jadi dan atau bahan penolong/pembantu yang akan diproses sebagian atau seluruhnya disediakan oleh pengguna jasa, dan kepemilikan atas produk kosmetik jadi berada pada pengguna jasa.

Hingga saat ini, CV NR Herbal Care sudah melayani kurang lebih 50 customer maklon dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. Selain fokus pada bidang maklon, CV NR herbal Care juga mempunyai produk asli yakni Body Lotion berlabel **N203R** yang mana produk baru ini banyak digandrungi khususnya remaja karena produk dari CV NR Herbal Care berkualitas tinggi, aman dan harga yang terjangkau.

## BAB III

### PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

#### 3.1 Pelaksanaan Kerja di tempat Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan dalam waktu satu bulan terhitung mulai tanggal 01 Agustus sampai dengan 01 September 2022. Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di CV NR Herbal Care, bertempat di Jl. Brigjen Kretarto No.203 Dusun Weru, Desa Mojongapit, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang 61416. Indonesia.

Sistem Kuliah Kerja Magang pada CV NR Herbal Care yang dilakukan oleh mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang ditempatkan di bagian marketing, dengan tujuan agar mahasiswa dapat mengetahui cara memasarkan barang dengan baik pada perusahaan CV NR Herbal Care.

**Tabel 3.1.**

#### **Penempatan Kerja Dalam Kegiatan KKM**

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Pendamping Lapangan
I	01 Agustus 2022	Membahas kegiatan Magang	Rahajeng Pratiwi S
	02 Agustus 2022	Pengenalan produk NR. Herbal Care	
	03 Agustus 2022	Pembelajaran mengenai Marketplace	

II	08 Agustus 2022	Fashion week di Alun-alun Jombang	Rahajeng Pratiwi S
	10 Agustus 2022	(Event) Demo produk di Stadion Jombang	
III	15 Agustus 2022	Mempersiapkan barang/produk untuk event di desa Weru Jombang	Rahajeng Pratiwi S
	18 Agustus 2022	(Event) Demo produk di Alun-alun Jombang	
IV	24 Agustus 2022	Jualan online	Rahajeng Pratiwi S
V	29 Agustus 2022	Jualan online	Rahajeng Pratiwi S

### 3.2 Kendala Yang Dihadapi Dan Cara Mengatasinya

**Tabel 3.2. Kendala yang Dihadapi dan Cara Mengatasinya**

No.	Kendala yang dihadapi	Cara mengatasinya
1.	Data-data masih terbatas karena pabrik baru buka.	Memakai data-data yang ada.
2.	Kesulitan mengenalkan produk karena masih dalam proses jempot bola.	Memasarkan dengan langsung terjun ke lapangan.

3.	Merek produk belum dikenal masyarakat.	Mepromosikan lebih sering melalui offline maupun online.
4.	Bagian tim pemasaran belum ada.	Seluruh karyawan harus terjun ke lapangan langsung untuk memasarkan produk

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

NR Herbal Care merupakan perusahaan baru yang bergerak dalam bidang manufaktur kosmetik, berkantor pusat di Jombang, Jawa Timur. Perusahaan ini berada dalam naungan CV Kresna Abdi Karya yang fokus usahanya di bidang pendistribusian kosmetik sejak tahun 2016 hingga tahun 2019. Perusahaan ini juga melayani jasa maklon kosmetik. Jasa maklon kosmetik yaitu pemberian jasa dalam rangka proses penyelesaian suatu produk kosmetik yang proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak pemberi jasa (disubkontrakkan).

#### **4.2 Saran**

Pada saat pembuatan makalah Penulis menyadari bahwa banyak sekali kesalahan dan jauh dari kesempurnaan dengan sebuah pedoman yang bisa dipertanggungjawabkan dari banyaknya sumber Penulis akan memperbaiki makalah tersebut. Oleh sebab itu penulis harapkan kritik serta sarannya mengenai pembahasan makalah dalam kesimpulan di atas.

## DAFTAR PUSTAKA

Assael, & Henry. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action. Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.

<https://n203r.com/id/tentang-kami>

Tjiptono, F. (2002). *manajemen jasa*. YOGYAKARTA:

Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa. MANAJEMEN*.

Rivai, Veithzal dan Ahmad Fawzi Mohd. Basri. 2005. *Performance Appraisal*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Sirait, Justine. 2006. *Memahami Aspek-Aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT GRASINDO

Rivai, Veithzal dan Ella Jauvani Sagala. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik Edisi Kedua*. Jakarta: RAJAWALI PERS

<http://digilib.uin->

[suka.ac.id/814/1/BAB%20I%2C%20iV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/814/1/BAB%20I%2C%20iV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf)












## LAMPIRAN

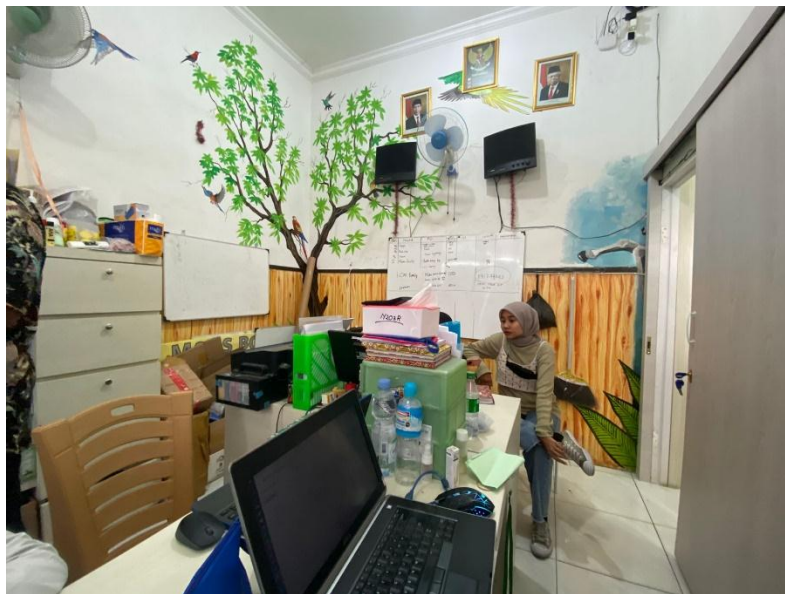
### Lampiran 1. Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa

#### FORMULIR KEGIATAN MINGGUAN MAHASISWA

Nama : Joko Susilo  
NIM : 1961006  
Program Studi : Manajemen  
Tempat KKM : CV. NR HERBAL CARE  
Bagian Bidang : Sales Marketing

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	01 Agustus 2022	Membahas kegiatan Magang	
	02 Agustus 2022	Pengenalan produk NR. Herbal Care	
	03 Agustus 2022	Pembelajaran mengenai Marketplace	
II	08 Agustus 2022	Fashion week di Alun-alun Jombang	
	10 Agustus 2022	(Event) Demo produk di Stadion Jombang	
III	15 Agustus 2022	Mempersiapkan barang/produk untuk event di desa Weru Jombang	
	18 Agustus 2022	(Event) Demo produk di Alun-alun Jombang	
IV	24 Agustus 2022	Jualan online	
V	29 Agustus 2022	Jualan online	

Lampiran 2. Foto Kegiatan Kuliah Kerja Magang


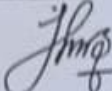
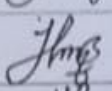


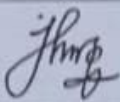

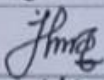








## FORMULIR KEGIATAN MINGGUAN MAHASISWA

Nama : Joko Susilo  
NIM : 1961006  
Program Studi : Manajemen  
Tempat KKM : CV. NR HERBAL CARE  
Bagian Bidang : Sales Marketing

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	01 Agustus 2022	Membahas kegiatan Magang	
	02 Agustus 2022	Pengenalan produk NR. Herbal Care	
	03 Agustus 2022	Pembelajaran mengenai Marketplace	
II	08 Agustus 2022	Fashion week di Alun-alun Jombang	
	10 Agustus 2022	(Event) Demo produk di Stadion Jombang	
III	15 Agustus 2022	Mempersiapkan barang/produk untuk event di desa Weru Jombang	
	18 Agustus 2022	(Event) Demo produk di Alun-alun Jombang	
IV	24 Agustus 2022	Jualan online	
V	29 Agustus 2022	Jualan online	

Jombang, 01 September 2022  
Pendamping Lapangan,

  
RAHJENG PRATIWI S



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)  
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471  
Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

## PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : JOKO SUGILO  
NIM : 1961006  
Program Studi : MANAJEMEN  
Tempat Magang : CV NR HERBAL CARE  
Alamat Tempat Magang : JL BRIGJEN KRETARTO NO 203, WERU MOJONDARIT JOMBANG  
Bagian/Bidang : SALES MARKETING

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	83
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	85
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	83
4.	Kreativitas dan ketrampilan	81
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	81
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	83
7.	Kemampuan berkomunikasi	85
8.	Produktivitas Kerja*	81
Jumlah		668.000
Nilai Rata-Rata		83,5

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

\*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

JOMBANG 01 SEPTEMBER 2022

Pendamping Magang/Pejabat Penilai\*\*

(Rahajeng Pratiwi S)

\*\* dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)

PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471

Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

## PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : JOKO SUSILO  
NIM : 1961006  
Program Studi : MANAJEMEN  
Tempat Magang : CV NR HERBAL CARE  
Bagian/Bidang : SALES MARKETING

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	85
2.	Motivasi	80
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	80
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	80
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	80
6.	Sistematika laporan	85
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	80
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	80
Jumlah		650
Nilai Rata-Rata		81,25

Jombang, 01 September 2022

Dosen Pembimbing Lapangan,

(Dr. Abd. Rohimi SE, M Si., CRA)