

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH* UNTUK  
STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM  
HEPI MEAL JOMBANG**



**Oleh :  
Nazli Nur Faizah  
1961300**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
PGRI DEWANTARA  
JOMBANG  
2022**

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH* UNTUK  
STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM  
HEPI MEAL JOMBANG**



Oleh :

**Nazli Nur Faizah  
NIM. 1961300**

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Lapangan**

**06 September 2022**

**Kristin Juwita S.E.,MM**

**Nazli Nur Faizah**

**Menyetujui,  
Pendamping Lapangan**

**Mengetahui,  
Ka. Prodi Manajemen**

**Imrotul Mufidah**



**Dr. Erminati Pancaningrum S.T.,MSM**

## KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan hidayahnya dan memberi kami kesempatan dalam menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Untuk Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM *Hepi Meal* Jombang”. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Kuliah Kerja Magang (KKM) bagi para mahasiswa dari Program Studi Manajemen Pemasaran. Praktek kerja ini merupakan salah satu upaya dalam mengetahui proses dan segala aktivitas kewirausahaan dibidang pangan pada salah satu usaha UMKM di Mojongapit, Jombang. Kami mengharapkan praktek kerja ini akan memberi banyak manfaat bagi kami para mahasiswa maupun bagi pembaca.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait kegiatan magang yang telah memberi dukungan moral dan juga bimbingannya pada kami.

Ucapan terima kasih ini kami tujuan kepada :

1. Bapak Dr. Abd. Rohim, S.,M.Si selaku Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang
2. Ibu Dr. Erminati Pancaningrum S.T.,MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang
3. Ibu Kristin Juwita S.E.,MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan
4. Ibu Imrotul Muhfidah selaku Pendamping Lapangan
5. Para karyawan di UMKM HEPI *MEAL*
6. Orang Tua dan teman-teman yang ikut mendukung proses Kuliah Kerja Magang (KKM) sampai selesai.

Susunan Laporan KKM ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu jika ada kritik atau saran apapun yang sifatnya membangun bagi penulis, dengan senang hati akan penulis terima.

Jombang, 28 Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Kuliah Kerja Magang .....	1
1.2. Tujuan Kuliah Kerja Magang .....	3
1.3. Manfaat Kuliah Kerja Magang .....	3
1.4. Tempat Kuliah Kerja Magang .....	4
1.5. Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang .....	5
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG</b>	
2.1. Sejarah Perusahaan / Instansi .....	7
2.2. Struktur Organisasi Perusahaan / Instansi.....	9
2.3. Kegiatan Umum Perusahaan / Instansi.....	11
<b>BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG</b>	
3.1. Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan di Tempat Magang .....	15
3.2. Hasil Pengamatan di Tempat Magang .....	16
3.3. Usulan Pemecahan Masalah / Solusi .....	19
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
4.1. Kesimpulan .....	21
4.2. Saran .....	21
DAFTAR PUSTAKA .....	22
LAMPIRAN .....	23

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Denah Lokasi UMKM Hepi Meal	4
Gambar 2.1. Bagan Struktur Organisasi di UMKM Hepi Meal	10
Gambar 2.2. Bahan Baku Untuk Mitra	12
Gambar 2.3. Produk Kemasan Bubur Bayi	14
Gambar 2.4. Produk Kemasan Oat Meal	14
Gambar 2.5. Produk Olahan Puding Silky	14
Gambar 2.6. Produk Abon Baby	14

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Jam Kerja di UMKM Hapi Meal Jombang	5
Tabel 3.1. Daftar Peralatan Yang Diperlukan	15

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Formulir Kegiatan Magang	23
Lampiran 2 Form Absensi Harian	27
Lampiran 3 Penilaian KKM Dari Dosen Pembimbing	29
Lampiran 4 Penilaian KKM Dari Pendamping Lapangan	30
Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang	31
Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Magang	32





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar belakang Perusahaan**

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM menjadi perhatian yang penting bagi pemerintahan di Indonesia. UMKM menjadi pemain penting dalam perkembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat serta menjadi pencipta pasar baru dan penyedia lapangan pekerjaan. Kehadiran UMKM bagi pemerintah dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pada tahun 2017, kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai 60,34%. Dalam bidang ekspor, UMKM telah berkontribusi sebesar 14,17% dari total ekspor dan 58,18% dari total investasi (Putri, 2019).

Kehadiran UMKM juga menjadi sebuah peluang bagi banyak masyarakat luas. Bagi masyarakat kecil, UMKM menjadi salah satu sarana untuk keluar dari kemiskinan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya penyerapan tenaga kerja oleh UMKM. Selain itu UMKM menjadi solusi bagi masyarakat kecil untuk memulai usaha mereka dikarenakan tidak memerlukan modal yang besar. Saat ini UMKM menyumbangkan devisa yang cukup besar bagi Indonesia, dan perkembangannya yang pesat dinilai bahwa UMKM siap untuk memasuki pangsa pasar skala nasional maupun internasional (Kadeni & Srijani, 2020)

Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perusahaan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai aset utama dan mitra strategis dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seringkali bersaing untuk mendapatkan SDM yang kompeten dan berkualitas sedini mungkin. Untuk mendapatkan calon karyawan yang berkualitas unggul dengan lebih cepat dibanding pesaing, perusahaan biasanya memanfaatkan program Kuliah Kerja Magang (KKM) bagi mahasiswa dari suatu Perguruan Tinggi.

STIE PGRI Dewantara sebagai salah satu lembaga pendidikan di kota Jombang yang memiliki sistem pendidikan yang menitik beratkan pada praktik dan teori, yang diharapkan mampu mencetak atau menghasilkan tenaga-tenaga profesional yang siap pakai sesuai dengan bidang keahliannya. Untuk mewujudkannya, STIE PGRI Dewantara mempunyai program kegiatan Kuliah

Kerja Magang bagi mahasiswa. Kuliah Kerja Magang diharapkan mampu memberikan gambaran kepada mahasiswa akan dunia kerja yang sebelumnya tidak diketahui.

Selain dapat menambah wawasan mahasiswa dan membandingkan antara teori dengan praktik di perusahaan atau instansi tertentu sehingga mahasiswa lulusan dari STIE PGRI Dewantara akan memperoleh kesiapan dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Kuliah Kerja Magang dilakukan sesuai dengan jurusan dan konsentrasi mahasiswa sehingga mahasiswa bisa mendapatkan deskripsi mengenai pengimplementasian ilmunya di dunia nyata dan diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk lebih memahami bidang studi yang sedang ditekuninya. Kegiatan KKM juga merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S1 Manajemen Pemasaran STIE PGRI Dewantara. Dengan demikian praktikan tertarik untuk mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang mampu diandalkan di perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

UMKM Heki *Meal* merupakan bisnis usaha yang bergerak dibidang pangan bayi atau makanan pengganti ASI (mpasi) non instan yang terbuat dari bahan *organic*, alami, tanpa pengawet, perasa dan pewarna. Usaha ini mengkhususkan diri pada makanan atau produk sehat untuk bayi yang mengedepankan produk-produk secara sehat alami, *organic*, dan tanpa 3P untuk bayi.

UMKM ini memiliki produk yang bermutu, bervariasi dan disukai balita sebagai target konsumen utamanya yang membuat usaha ini mempunyai prospek jangka panjang dan tidak terpengaruh oleh musim apapun. Oleh karena itu pengembangan usaha yang baik serta optimalisasi dalam memanfaatkan media social dan *word of mouth* dalam strategi pemasaran pada UMKM Heki *Meal* sangatlah penting dan dapat membuka peluang untuk terus berkembang sehingga dapat mencapai tujuan dari usaha yang sedang dijalani yaitu meningkatkan penjualan, memuaskan konsumen, dan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk laporan kuliah kerja magang yang berjudul

“Penggunaan Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Untuk Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM *Hepi Meal*”.

### **1.2. Tujuan Kuliah Kerja Magang**

1. Meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang dunia kerja
2. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memahami pengetahuan ilmu Manajemen Pemasaran serta aplikasinya dalam dunia kerja
3. Meningkatkan *softskill* mahasiswa (kemampuan dalam berkomunikasi, meningkatkan rasa percaya diri, memperbaiki sikap dan perilaku).

### **1.3. Manfaat Kuliah Kerja Magang**

#### 1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang dimiliki pada Kuliah Kerja Magang, dengan harapan dapat membandingkan pengetahuan yang diterima dibangku perkuliahan dengan kondisi kerja yang ada
- b. Menguji kemampuan pribadi dalam berkreasi pada bidang ilmu yang dimiliki serta dalam tata cara hubungan masyarakat pada lingkungan kerjanya
- c. Langkah-langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan kerjanya dimasa yang akan datang.

#### 2. Bagi STIE PGRI Dewantara Jombang

Sebagai sarana pengenalan instansi STIE PGRI Dewantara Jombang kepada badan-badan usaha atau instansi atau perusahaan yang membutuhkan lulusan atau tenaga kerja yang dihasilkan oleh STIE PGRI Dewantara Jombang khususnya prodi Manajemen Pemasaran.

#### 3. Bagi Perusahaan

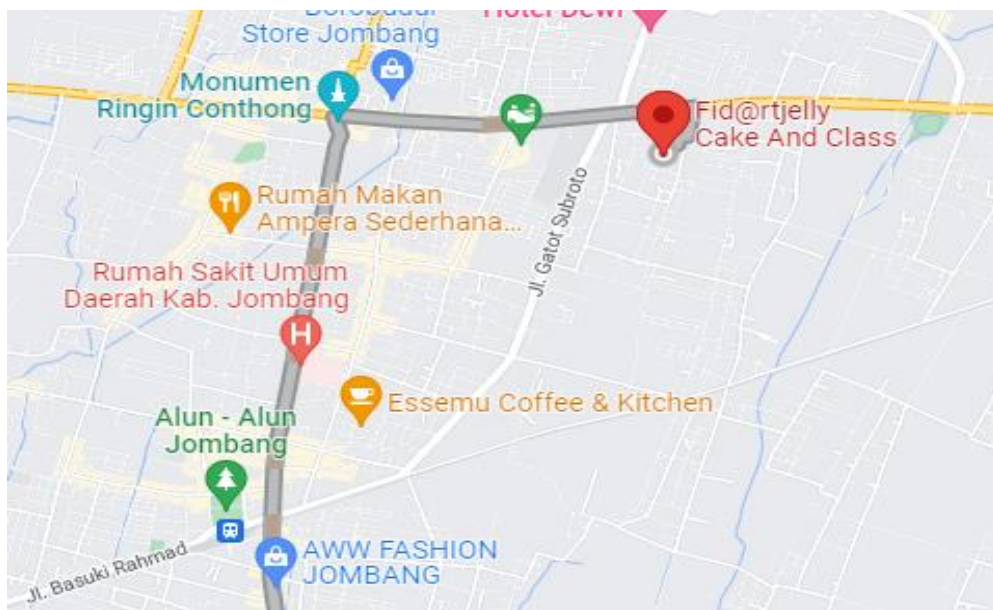
Membantu menyelesaikan pekerjaan sehari-hari di tempat Kuliah Kerja Magang. Sebagai sarana untuk menjmbatani hubungan kerja sama antara

STIE PGRI Dewantara Jombang di masa yang akan datang khususnya mengenai rekrutmen tenaga kerja.

#### 1.4. Tempat Kuliah Kerja Magang

Nama : UMKM Hepi Meal  
Alamat : Perum. Mojongapit No. E-14, Kec. Jombang, Kab. Jombang  
Telepon : 0896 0156 6303

Rumah produksi UMKM Hepi Meal ini bekerja sama dengan PT. Pangan Nutrisi Sejahtera, yang berlokasi di Jalan Lingkar Timur No.KM 4, Area Sawah, Kemiri, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Yang juga merupakan penyalur utama dan penyedia produk bahan baku *baby food* dalam proses pembuatan bubur bayi *organic* merek Hepi Meal. Penulis memilih melaksanakan kegiatan magang di UMKM Hepi Meal dikarenakan ingin mempraktikkan mengenai apa yang sudah di pelajari selama kuliah dalam beberapa mata kuliah yang berhubungan dengan pemasaran dan bisnis usaha. Hal ini dilakukan, agar dapat membandingkan antara teori dengan praktik atau kegiatan nyata didalam sebuah manajemen bisnis apakah sejalan atau justru berjalan berlawanan.



Gambar 1.2. Denah Lokasi UMKM Hepi Meal

Sumber : Google Maps

### 1.5. Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Jadwal waktu pelaksanaan KKM ini terhitung mulai tanggal 01 Agustus 2022 sampai dengan 31 Agustus 2022 yang berlangsung 28 hari kerja efektif. Kegiatan magang dimulai pukul 08.30 WIB sampai dengan 13.00 WIB.

**Tabel 1.1**  
**Jam Kerja di UMKM Hapi Meal Jombang**

<b>Hari Kerja</b>	<b>Jam Kerja</b>	<b>Jam Istirahat</b>
Senin s/d Jum'at	08.30 – 13.00 WIB	11.00-11.30 WIB
Sabtu	08.00 – 12.30 WIB	10.00-10.15 WIB
Minggu	Libur	Libur

## **BAB II**

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

#### **2.1. Sejarah Perusahaan / Instansi**

##### **A. Sejarah UMKM Hepi Meal**

Hepi Meal merupakan bisnis usaha waralaba unit kecil menengah (UMKM) yang sudah tersebar lebih dari 500 outlet diseluruh Indonesia. Dimana tujuan utama didirikannya usaha ini adalah mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk ikut membangun ekonomi bangsa melalui usaha mikro kecil menengah. UMKM Hepi Meal juga tersebar dan telah membina lebih dari 500 UMKM yang sudah tersebar di Surabaya, Jakarta, Bogor, Bekasi, Malang, Bojonegoro, Madiun, Pasuruan, Madura, Denpasar, dan kota-kota lain di Indonesia.

Usaha ini bergerak dibidang makanan *home industry* dengan target utama konsumen yang dibidik adalah balita dan anak-anak. Yakni usaha bisnis mpasi bubur bayi fortifikasi yang merupakan makanan pengganti ASI (mpasi) non instan yang terbuat dari bahan *organic*, alami, tanpa pengawet, perasa dan pewarna. Produk-produk yang dijual sangatlah bervariasi dan banyak menunya seperti bubur organik fortifikasi, nasi tim *organic* fortifikasi, puding dengan 19 varian rasa buah susu, *oatmeal*, dan abon dengan 4 varian rasa daging dan ikan yang dipercaya lebih dari 5 tahun dan digunakan untuk meningkatkan nilai gizi, nutrisi tumbuh kembang anak, serta mencegah stunting anak sejak dini untuk menuju Indonesia yang lebih unggul.

Semua produk yang dijual sudah dijamin dengan sistem manajemen mutu yang baik yakni dengan fortifikan lebih tinggi yaitu zat besi, *zinc*, dan vitamin A, untuk memfasilitasi tubuh balita atau anak yang membutuhkan asupan mikro nutrisi secara konsisten dan optimal. Produk Hepi Meal juga dijamin keamanannya karena sudah bersertifikat halal LPPOM MUI, Sertifikat SNI Organik, Sertifikat HACCP dan uji lab, serta yang paling penting adalah tanpa 3P (penyedap, pewarna, dan pengawet).

Dikota Jombang, bisnis UMKM Hepi Meal ini dikelola langsung oleh Ibu Imrotul Mufidah selaku pemilik usaha atau bisa disebut sebagai *Master Hepi*

*Meal* Cabang Jombang yang berlokasi di Perum. Mojongapit No. E-14, Kec. Jombang. Bubur bayi *organic* Hepi *Meal* ini sudah berdiri sejak bulan maret tahun 2019 silam. Awalnya pemilik hanya memiliki 3 outlet bubur bayi, sekarang pemilik telah memiliki lebih dari 12 outlet bubur bayi yang sudah tersebar diseluruh kota Jombang serta memiliki lebih dari 12 karyawan untuk menjalankan usahanya tersebut. Tidak hanya itu pemilik usaha juga memiliki outlet mitra binaan dengan jumlah lebih dari 22 mitra yang dibimbingnya untuk berbisnis usaha bubur bayi ini baik diarea Jombang maupun luar kota Jombang.

Usaha UMKM ini sempat dilanda Covid 19 yang menyebabkan omset sedikit menurun, tetapi karena optimisme dan jiwa wirausaha yang dimiliki sang pemilik. Akhirnya, bisnis ini bisa berkembang dan bertahan sampai sekarang. Selain itu, peluang untuk berbisnis usaha jenis ini sangatlah besar, hal ini dikarenakan UMKM Hepi *Meal* ini memiliki produk yang bermutu, bervariasi dan disukai balita atau anak-anak sebagai target konsumen utamanya yang membuat usaha ini mempunyai prospek jangka panjang dan tidak terpengaruh oleh musim apapun. Bisnis ini bisa terus meningkat serta akan sangat menjanjikan jika bisnis ini dijalankan disertai dengan strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang optimal.

Semakin berkembangnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat terhadap pentingnya kualitas makanan pendamping ASI menjadikan produk dari bisnis ini banyak dicari konsumen. Maka dari itu, dengan adanya peluang yang sangat menjanjikan ini UMKM Hepi *Meal* berdiri di kota Jombang yang tentunya selalu menyediakan kebutuhan pelanggan terlebih untuk Ibu rumah tangga yang mengasuh balita dan anak. Dengan harga yang terjangkau produk Hepi *Meal* ini bisa memenuhi keseimbangan gizi balita dan anak, karena manfaatnya yang baik untuk kesehatan nutrisi balita dan anak, serta mendukung berkembangnya pertumbuhan anak untuk mengurangi angka *stunting* demi masa depan yang gemilang.



## **B. Visi dan Misi Perusahaan / Instansi**

### **A. Visi**

Menjadi penyedia makanan pendamping ASI dengan kualitas produk dan layanan terbaik demi pemenuhan gizi sehat anak Indonesia sehingga dipercaya dan menjadi pilihan utama orang tua buat anaknya.

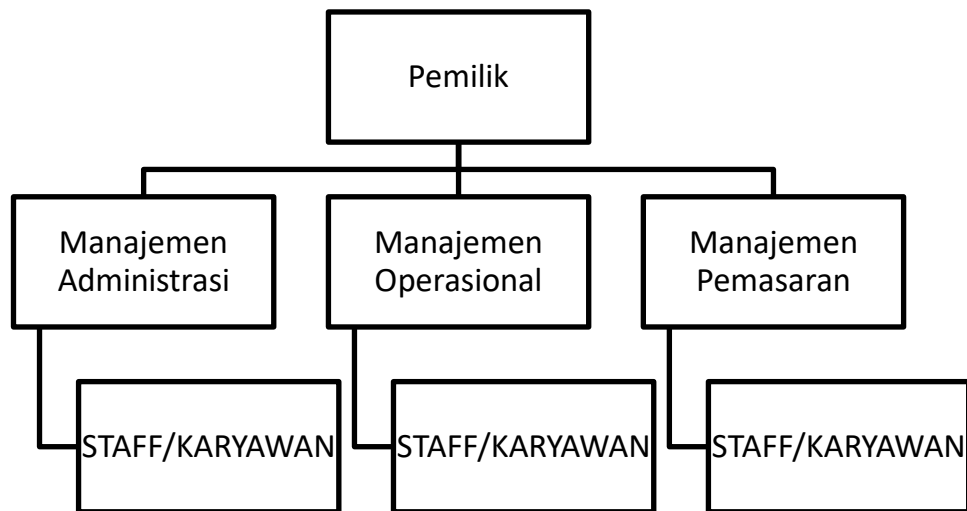
### **B. Misi**

1. Melakukan *control* secara ketat untuk mnghasilkan produk berkualitas dan layanan prima
2. Melakukan inovasi produk dan layanan secara berkala deemi kepuasan pelanggan dan para mitra
3. Menjalankan kegiatan usaha secara berkesinambungan dengan selalu berkomitmn tinggi memberikan produk dan layanan berkualitas.

## **2.2. Struktur Organisasi Perusahaan / Instansi**

Adapun Struktur organisasi merupakan sebuah garis penugasan formal yang menunjukkan alur tugas dan tanggung jawab setiap anggota perusahaan, serta hubungan antar pihak dalam organisasi yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Struktur organisasi menjelaskan peran masing-masing unit organisasi dalam mendukung sistem sebuah organisasi. Jika suatu usaha tidak memiliki struktur organisasi, masing-masing unit punya kehendak yang saling bertentangan. Kondisi ini jelas tidak sehat bagi keberlangsungan usaha, memicu konflik antar individu, dan bahkan bisa mendatangkan kerugian bagi perusahaan.

## A. Struktur Organisasi



Gambar 2.1. Bagan Struktur Organisasi di UMKM Heki Meal  
Sumber : Pemilik UMKM Heki Meal

## B. Deskripsi Jabatan

### 1. Pemilik Usaha

- a. Menyusun kebijakan teknis dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah yang meliputi produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi
- b. Penyusunan dan penetapan kebijakan pemberdayaan dan penumbuhan iklim usaha bagi usaha mikro, kecil dan menengah yang meliputi pendanaan/penyediaan sumber dana, tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana, persaingan, prasarana, informasi dan perlindungan usaha.
- c. Pelaksanaan pembinaan dan bimbingan teknis usaha mikro, kecil dan menengah

### 2. Manajemen Administrasi

- a. Mengatur semua data dan keterangan dengan lengkap, melindungi dan menyimpan serta menginformasikan pada yang memerlukannya
- b. Menunjukkan laporan dan catatan penting beserta rincian biaya yang sesuai
- c. Membantu perusahaan untuk memelihara dan memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan administrasi
- d. Melayani tata usaha pada mitra kerja dan konsumen
- e. Menyajikan laporan yang terbaru dan relevan
- f. Mengatur semua data dan keterangan dengan lengkap, melindungi dan menyimpan serta menginformasikan pada yang memerlukannya.

### **3. Manajemen Operasional**

- a. Berkoordinasi dengan bagian administrasi untuk memproses pesanan yang masuk
- b. Melakukan pengemasan pesanan
- c. Memproses pesanan ke ekspedisi
- d. Mencatat semua jenis dan harga barang yang terjual.

### **4. Manajemen Pemasaran**

- a. Membangun *branding* dan performa perusahaan
- b. Memenuhi kebutuhan konsumen
- c. Meningkatkan promosi dan penjualan
- d. Mengatur strategi pemasaran dalam perusahaan
- e. Berkomunikasi dengan perusahaan yang terkait.

#### **2.3. Kegiatan Umum Perusahaan / Instansi**

##### **A. Kegiatan Magang di UMKM Heki Meal**

Kegiatan umum di UMKM Heki Meal adalah menerima barang datang dari tempat produksi awal yaitu dari PT. Pangan Nutrisi Sejahtera untuk ditempatkan di gudang UMKM Heki Meal dimana barang yang masuk langsung dicek dan ditempatkan sesuai dengan departemen produk masing-masing. Kegiatan sehari-harinya yaitu administrasi dan pembukuan keuangan serta

memproduksi, memasak, dan mengemas produk bubur bayi *organic* dalam jumlah besar untuk dijual diberbagai outlet yang ada diwilayah Jombang.

Penjualan produk langsung ditangani oleh karyawan bagian penjaga (*customer service*) di outlet masing-masing. Selain itu, kegiatan harian lainnya yaitu mendistribusikan pembelian bahan baku pesanan mitra yang ditangani oleh bagian *marketing*. Proses penjualan bahan baku mitra mulai dari bidang produksi kemudian dikemas untuk pengecekan stok dan jumlah barang oleh admin dengan menyertakan surat pesanan. Setelah melewati pengecekan barang siap di kirim (*expedisi*) dengan menyertakan surat jalan yang telah di tanda tangani oleh *checker* dan bagian admin.

## B. Macam-macam produk yang dijual di UMKM Hepi Meal

### a. Bahan baku untuk mitra



Gambar 2.2. Bahan baku untuk mitra

Sumber : Pemilik UMKM Hepi Meal

b. Produk bubur bayi *organic* Hepi Meal

1. Bubur Bayi Organik



Gambar 2.3. Produk kemasan bubur bayi  
Sumber : Pemilik UMKM Hepi Meal

2. Oat Meal



Gambar 2.4. Produk kemasan *oat meal*  
Sumber : Pemilik UMKM Hepi Meal

3. Puding Silky



Gambar 2.5. Produk olahan pudding silky  
 Sumber : Pemilik UMKM Hapi Meal

4. Abon baby

**ABON 100 GR + NEW CUP 10 pc**

( Kemasan terpisah )



**Rasa Ikan Tuna, lele, ayam**

Gambar 2.6. Produk abon baby  
 Sumber : Pemilik UMKM Hapi Meal

### **BAB III**

#### **PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG**

##### **3.1. Pelaksaaan Kerja Yang Dilakukan di Tempat Magang**

Kegiatan magang yang penulis lakukan di UMKM Hepi *Meal* merupakan bentuk praktik nyata dari beberapa mata kuliah yang didapat penulis di perkuliahan. UMKM Hepi *Meal* telah memberikan manfaat dari segi teori maupun praktek lapangan sehingga dapat mengetahui situasi dunia kerja yang sebenarnya dan dapat mengetahui penerapan teori yang sudah di tempuh di bangku perkuliahan. Pelaksanaan kuliah kerja magang (KKM) di UMKM Hepi *Meal* Jombang pada tanggal 01 Agustus 2022 sampai dengan 31 Agustus 2022. Dengan jam kerja sebagai berikut :

- **Senin s/d Sabtu 08.30 – 13.00 WIB**
- **Jam istirahat : 11.00 - 11.30 WIB**

Dalam melaksanakan kegiatan KKM ini, penulis lebih sering berada dalam bagian penjualan (*marketing*), administrasi pembukuan, dan merekap data, yang mana kegiatan tersebut mencakup penerimaan barang masuk, distribusi bahan baku mitra, serta melakukan *stock opname* barang. Data tersebut dapat berupa hasil pemesanan barang dari UMKM Hepi *Meal* kepada PT. Pangan Nutrisi Sejahtera yang berbentuk lembaran faktur atau nota PO (*Purchasing Order*) dan surat jalan jika barang sudah diterima serta data permintaan bahan baku dari mitra setempat. Dalam pengerjaannya sangat dibutuhkan konsentrasi dan ketelitian karena bila tidak akan berdampak pada kesalahan perhitungan ataupun kesalahan input data.

**Tabel 3.1.**  
**Daftar Peralatan Yang Diperlukan**

No.	Item	Jumlah
1.	Komputer	1

2.	Buku Besar Bergaris	5
3.	Print	1
4.	Kardus dan Karung	1
5.	Mesin Jahit Karung	2
6.	Mobil Box	1

### 3.2. Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Selama kegiatan magang berlangsung di UMKM Heki *Meal* penulis banyak mendapatkan pembelajaran dan pengetahuan dalam seluk beluk ditengah ketatnya persaingan didunia bisnis. Dapat dikatakan bahwa kegiatan magang tersebut merupakan praktik atau simulasi yang dilakukan berdasarkan teori yang sudah diperoleh dibangku perkuliahan. Teori yang diberikan dalam perkuliahan nantinya dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah atau menganalisa manajemen usaha di dalam sebuah perusahaan. Beberapa kegiatan magang yang dilakukan penulis di UMKM Heki Meal yang diamati adalah mengenai strategi promosi dan perilaku konsumen, *word of mouth*, serta manajemen usaha.

#### A. Promosi dan Perilaku Konsumen

Menurut Tjiptono (2015, p.387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sedangkan menurut menurut Buchory dan Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma (2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.



Menurut Mangkunegara (2009, p:4) perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Menurut Pater dan Olson (2013, p:6), perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Dalam menjalankan usaha UMKM Hapi Meal, kegiatan yang berkaitan dengan perilaku konsumen adalah baik pada saat penjualan produk maupun dalam lingkup penjualan kepada mitra di masing-masing outlet penjualan Hapi *Meal* diseluruh area Jombang. Dalam kegiatan penjualan dilakukan promosi terhadap produk agar calon konsumen tertarik dan akhirnya membeli. Dalam kegiatan ini pemilik bisnis selalu mengadakan promosi secara berkala untuk mencari *customer* baru dan mempertahankan pelanggan lama. Bisnis bubur bayi *organic* ini membidik balita dan anak-anak dalam memenuhi kebutuhan makanan dan gizi seimbang serta nutrisi balita untuk kembang tumbuh anak agar terhindar dari *stunting*.

Promosi yang dilakukan adalah dengan cara memberikan tester kepada calon pembeli. Kegiatan promosi ini biasanya dilakukan oleh pemilik di posyandu balita dengan target segmentasi pasar yang sudah ditentukan. Selain itu, promosi juga dilakukan dengan cara pemberian *discount* dan melakukan *personal selling* dengan kata-kata untuk meyakinkan target konsumen. Dari kegiatan promosi (pemberian tester, *discount*, dan *word of mouth*) penulis dapat melihat perubahan sikap dari calon konsumen. Karena pada dasarnya seorang konsumen akan melakukan penilaian terhadap suatu barang yang dicobanya, kemudian akan beralih ke tahap pengambilan keputusan yaitu akan membeli produk tersebut atau tidak. Selain itu pemberian *discount* atau pengurangan harga akan lebih

dapat menarik perhatian calon konsumen. Dari sini, penulis pun dapat melakukan evaluasi terhadap cara berjualannya, dan memperbaiki sesuatu yang kurang sehingga kegiatan usaha berjalan dengan lancar. Untuk mendukung pelaksanaan promosi perlu dilakukan suatu komunikasi untuk memperkenalkan produk *Hepi Meal* yang ditawarkan kepada masyarakat.

### **B. *Word Of Mouth* (WOM)**

*Word of mouth* (WOM) adalah pernyataan (secara personal atau non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*service provider*) kepada konsumen (Tjiptono,2008:29). Definisi lain *word of mouth* (WOM) adalah komunikasi dari mulut ke mulut oleh orang lain mengenai suatu produk (Suryani,2013:169). *Word of mouth* ini biasanya cepat diterima oleh konsumen karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayainya, seperti para ahli, teman, keluarga, dan publikasi media masa. Di samping itu, *word of mouth* juga cepat diterima sebagai referensi karena konsumen jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dibelinya atau belum dirasakannya sendiri (Tjiptono,2008:29).

Konsep Pemasaran mengajarkan bahwa suatu perusahaan harus meneliti kebutuhan dan keinginan pasar sasaran yang telah ditentukan dengan jelas dan memberikan kepuasan sesuai keinginan para khalayak. Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis untuk meyakinkan kepada orang tua balita atau anak-anak sebagai target konsumen utamanya agar percaya kepada produk-produk yang dijual di *Hepi Meal*. Tujuan utama dalam mendirikan suatu usaha adalah untuk mendapatkan laba, maka harus benar-benar dipertimbangkan dalam hal pengorganisasian, visi, misi dan tujuan jangka panjang sehingga perusahaan dapat mensejahterakan seluruh karyawan dan mitra binaan yang ada secara khusus dan mampu memberikan kepuasan yang maksimal kepada pembeli. Komunikasi merupakan salah satu cara dalam mempromosikan produk-produk yang dijual oleh UMKM *Hepi Meal*, promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti promosi penjualan, *personal selling*, *media social*, dan *word of*

*mouth*. Promosi yang tepat akan sangat berdampak baik bagi peningkatan jumlah pelanggan dan kelangsungan bisnis yang lebih baik untuk ke depannya.

Dari semua promosi yang dilakukan oleh UMKM Hepi Meal, menurut penulis cara yang paling efektif adalah *Word of Mouth* agar bisa mendapatkan “*Marketing get Marketing*”. Cara ini sangat berpengaruh untuk perkembangan usaha agar bisa bertahan ditengah persaingan bisnis. Selain itu, bauran pemasaran (*Marketing Mix*) juga merupakan *tool* atau alat bagi *marketer* yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses untuk bisa meningkatkan omset penjualan.

*Word of Mouth* merupakan suatu pernyataan yang disampaikan oleh orang lain kepada para pelanggan. *Word of mouth* biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercaya, seperti para ahli, teman, keluarga, dan sebagainya. Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan produk atau jasa. Dalam masyarakat, model *word of mouth* sudah sejak lama yang prinsipnya agar berita, pemberitahuan, undangan dan informasi lainnya disampaikan secara meluas dari mulut ke mulut secara lisan. Untuk dunia bisnis model *word of mouth marketing* merupakan bagian dari upaya mengantarkan/ menyampaikan pesan bisnis kepada konsumen khususnya target pasar agar mereka dapat mengetahui keunggulan produk ditengah tawaran produk pesaing yang semakin beragam.

Penting sekali bagi pemilik UMKM Hepi meal untuk memenangkan persaingan dalam merebut hati pembeli agar menggunakan produknya, pemilik harus melakukan komunikasi dengan baik terhadap calon konsumen. Komunikasi di sini adalah komunikasi pemasaran, dan juga bisa memanfaatkan strategi promosi *word of mouth* agar produk yang ingin dikenalkan akan dipilih oleh konsumen sebagai pilihan utama ketika memutuskan untuk membeli sebuah produk.

### **C. Manajemen Produksi**

Dalam hal Manajemen Produksi penulis mendapati bahwa usaha ini menggunakan sistem FIFO (*First In First Out*) dimana barang yang masuk saat

itu langsung diproses dan akan dilakukan pengiriman ke konsumen, sehingga tidak terjadi penumpukan barang di dalam gudang. Metode FIFO (*First In First Out*) merupakan metode yang paling luas digunakan dalam penilaian persediaan. Metode ini juga mengasumsikan bahwa barang-barang digunakan atau dikeluarkan sesuai urutan pembeliannya.

Gudang UMKM Hesti *Meal* sendiri memiliki luas bangunan yang tidak terlalu luas. Sehingga Hal itu berpengaruh pada fasilitas yang ada di dalamnya. Namun, dari segi tata letak ruang dan fasilitas di dalam gudang sudah cukup baik untuk pengerjaan lebih efisien dan efektif. Dengan kata lain urutan untuk *department* produk dalam gudang sudah diurutkan berdasarkan proses pengerjaannya.

Dalam pelaksanaan magang, terdapat berbagai kendala pada beberapa kegiatan. Berikut beberapa kendala yang penulis alami selama magang:

1. Terkadang mitra yang melakukan pemesanan bahan baku tidak sesuai dengan *standart* operasional prosedur yang diterapkan pada lingkup bisnis, sehingga dapat mempengaruhi jumlah persediaan barang.
2. Pesanan mitra beberapa kali tidak masuk melalui aplikasi yang sudah disediakan, penyebabnya belum diketahui antara *error* jaringan atau *error service* aplikasi *mobile*.
3. Banyaknya barang dan *departement* produk, tidak didukung dengan gudang yang besar, hal ini membuat barang mudah tertimbun dan *overload* atau tidak cukup tempatnya.
4. Pembukuan masih tahap perbaikan dari pemilik karena adanya karyawan baru, sehingga data administrasi barang dan keuangan masih belum stabil.

#### **4.3. Usulan Pemecahan Masalah / Solusi**

Menurut penulis hal-hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi kendala-kendala tersebut adalah :

1. Seharusnya jika ada mitra binaan yang melakukan pesanan bahan baku baik itu dalam jumlah yang banyak atau tidak, harus tetap sesuai dengan prosedur pemesanan yang sudah ditetapkan oleh pemilik. Agar data di administrasi dan

lapangan bisa *balance*, karena hal tersebut jika tidak dilakukan sesuai SOP maka akan berpengaruh pada laporan laba rugi.

2. Kendala data pesanan yang tidak masuk melalui aplikasi harusnya segera di *setting* ulang dan dicari tahu penyebabnya. Agar konsumen yang melakukan permintaan data bisa terekap secara keseluruhan. Hal ini juga dilakukan untuk menghindari *complain* dari pelanggan, yang disebabkan tidak masuknya pesanan ke dalam aplikasi, sehingga pesanan tidak langsung diproses.

3. Agar barang tidak *overload*, pihak terkait harus memikirkan bagaimana agar barang tidak sampai tertimbun. Sebab, jika hal ini terjadi maka besar kemungkinan barang-barang tersebut rusak atau masa produksinya habis tidak diketahui. Solusi lain yaitu bisa dengan merenovasi ulang gudang agar barang lebih tertata sesuai departemennya masing-masing.

4. Administrasi pembukuan seharusnya dari awal berdirinya usaha sudah harus terstruktur, hal ini harus dilakukan agar sistem pembukuan terorganisir dengan baik.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan penulis di UMKM Hepi *Meal* penulis telah mencapai tujuan yang telah dirumuskan yaitu penulis telah melakukan berbagai kegiatan sesuai yang diinstruksikan oleh pembimbing lapangan dan dapat menyelesaikannya, selain itu dalam pelaksanaan kegiatannya juga penulis mempelajari sistem manajemen usaha terutama strategi bisnis manajemen usaha, produksi, dan penjualannya dalam praktik nyata dunia kerja. Penggunaan media social dan *word of mouth* sangat penting bagi setiap individu yang menjalankan bisnis. Karena hal ini sangat berpengaruh terhadap citra produk terhadap barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli.

Penulis juga mendapatkan pengalaman bagaimana suasana dunia kerja yang sesungguhnya, wawasan dan keterampilan baru yang nantinya dapat dimanfaatkan dalam dunia kerja terutama dalam hal manajemen usaha. Pengalaman tersebut sebagian besar tidak didapatkan di perkuliahan di maa di dunia kerja lebih banyak praktiknya. Dalam menghadapi dunia kerja di masa depan penulis menyimpulkan dibutuhkannya *softskill* dan *hardskill*. *Softskill* dibutuhkan untuk menjadi sumberdaya yang kompeten nantinya adalah kepemimpinan, pemecahan masalah, manajemen waktu, manajemen organisasi, berpikir kritis, kerjasama tim, kemampuan analisa dan percaya diri. Sedangkan untuk *hardskill* yang perlu dimiliki adalah mampu dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan bidang keilmuannya.

#### **4.2. Saran**

Penulis berharap UMKM Hepi *Meal* Jombang terus berinovasi dari segala sisi, baik dari sisi strategi pemasaran sampai rekrutmen karyawan. Hal ini dilakukan agar UMKM Hepi *Meal* tetap bertahan dan berkembang pesat ditengah banyaknya industry makanan bayi yang bermunculan. Penulis juga berharap agar UMKM Hepi *Meal* tetap mempertahankan konsistensi produknya.

## DAFTAR PUSTAKA

Indriyo, G. (2012). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.

James, S. W. (2012). Prinsip Pemasaran, ahli bahasa:

Hadiyati, Ernani. 2009. Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11 (2): 183-192.

Hubeis. Musa. 2009. Prospek Usaha Kecil dalam wadah Inkubator Bisnis, Ghalia Indonesia, Jakarta.


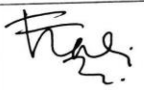




Kotler, Philip. 1993. Manajemen Pemasaran Edisi 6 Jilid 2. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Erlangga : Jakarta.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN










### Lampiran 1 Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa










#### FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA


Nama : Nazli Nur Faizah  
 NIM : 1961300  
 Program Studi : Manajemen  
 Tempat KKM :UMKM Heki Meal jombang  
 Bagian/Bidang : Pemasaran

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda tangan
I	1	1. Pengenalan rumah produksi 2. Pengenalan sistem tempat kerja 3. <i>Stock opname</i>	
	2	1. Rekap <i>stock</i> barang 2. Pembukuan keuangan 3. Rekapitulasi mitra	
	3	1. Pemasaran produk di sosial media 2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram 3. Packing pesanan mitra	
	5	1. Rekap <i>stock</i> barang 2. Pembukuan keuangan 3. Rekapitulasi mitra	
	6	1. Pemasaran produk di sosial media 2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram 3. <i>Packing</i> pesanan mitra	
II	7	1. Penyiapan bahan baku untuk mitra	



		3. Stock opname	
	8	Libur	
	9	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
	10	1. Pemasaran produk di sosial media 2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram 3. <i>Packing</i> pesanan mitra	
	11	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
	12	1. <i>Editing</i> konten dan promosi di social media 2. Penyiapan pesanan mitra	
	13	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
III	14	Libur	
	15	1. <i>Editing</i> konten dan promosi di social media 2. Penyiapan pesanan mitra	
	16	1. <i>Editing</i> konten dan promosi di <i>social</i> media 2. Penyiapan pesanan mitra	
	17	1. Pemasaran produk di sosial media 2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram 3. <i>Packing</i> pesanan mitra	
	18	<i>Checking</i> barang datang dan <i>Stock Opname</i>	
	19	1. Pemasaran produk di sosial	11

		2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram 3. <i>Packing</i> pesanan mitra	
	20	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
IV	21	Libur	
	22	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
	23	1. <i>Editing</i> konten dan promosi di <i>social media</i> 2. Penyiapan pesanan mitra	
	24	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
	25	1. <i>Editing</i> konten dan promosi di <i>social media</i> 2. Penyiapan pesanan mitra	
	26	1. Pemasaran produk di sosial media 2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram 3. <i>Packing</i> pesanan mitra	
	27	1. Penyiapan pesanan promo 2. <i>Stock opname</i> 3. Promosi di sosial media	
V	28	Libur	
	29	1. <i>Editing</i> konten dan promosi di <i>social media</i> 2. Penyiapan pesanan mitra	
	30	1. Pemasaran produk di sosial media 2. <i>Editing</i> konten untuk akun instagram	

		3. <i>Packing</i> pesanan mitra	
	31	1. Rekap <i>stock</i> barang 2. Pembukuan keuangan 3. Rekap mitra aktif	

Jombang, 07-09-2022

Pendamping Lapangan



(Imrotul Mufida)

## Lampiran 2 Form Absensi Harian

### ABSENSI KEHADIRAN MAHASISWA SELAMA MAGANG PADA UMKM HEPI MEAL

Nama : Nazli Nur Faizah  
 NIM : 1961300  
 Program Studi : Manajemen  
 Tempat KKM : UMKM Hepi Meal jombang  
 Bagian/Bidang : Pemasaran

Minggu Ke	Tanggal	Absensi kehadiran	Tanda tangan
I	1	Haair	
	2	Hadir	
	3	Haair	
	5	Haair	
	6	Haair	
	II	7	Libur
8		Haair	
9		Haair	
10		Haair	
11		Haair	
12		Haair	
13		Haair	
III	14	Libur	
	15	Haair	
	16	Haair	
	17	Haair	
	18	Haair	
	19	Haair	
	20	Haair	
IV	21	Libur	
	22	Haair	
	23	Haair	
	24	Haair	

	25	Haqir	
	26	haqir	
	27	Haqir	
V	28	Libur	
	29	Haqir	
	30	Haqir	
	31	Haqir	
	1	Perpisahan.	
	2		
	3		

Jombang, 07-09-2022  
 Pendamping Lapangan,

(Imrotul Mufidah)

Lampiran 3 Penilaian KKM Dari Dosen Pembimbing



**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 : Nazli Nur Faizah  
NIM : 1961300  
Program Studi : Manajemen Pemasaran 2019  
Tempat Magang : UMKM HEPI MEAL  
Bagian/Bidang : Manajemen Administrasi dan Pemasaran

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	92
2.	Motivasi	92
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	92
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	92
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	92
6.	Sistematika laporan	92
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	92
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	92
Jumlah		736
Nilai Rata-Rata		92

Jombang, 12 September 2022

Dosen Pembimbing Lapangan,

(Kristin Juwita S.E.,MM)



## Lampiran 4 Penilaian KKM Dari Pendamping Lapangan



### 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 : Nazli Nur Faizah  
NIM : 1961300  
Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN 2019  
Tempat Magang : UMKM HEPI MEAL  
Alamat Tempat Magang : Perum. Mojongapit No. E-14, Kec. Jombang, Kab. Jombang  
Bagian/Bidang : Manajemen Adminidtrasi dan Pemasaran

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	90
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	95
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	95
4.	Kreativitas dan ketrampilan	85
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	85
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	90
Jumlah		
Nilai Rata-Rata		90

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, 10-9-2022.

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai\*\*,



(Imrotul Mufidah)

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

## Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang



**SURAT KETERANGAN**  
**PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Imrotul Mufidah**

Jabatan : OWNER UMKM HEPI MEAL JOMBANG

Menerangkan bahwa

Nama : Nazli Nur Faizah

NIM : 1961300

Instansi : STIE PGRI Dewantara Jombang

Telah melakukan Praktik Kerja Lapangan di UMKM HEPI MEAL JOMBANG mulai dari tanggal 01 Agustus 2022 sampai dengan 31 Agustus 2022. Selama Praktik Kerja Lapangan di UMKM HEPI MEAL, saudari Nazli Nur Faizah mempelajari tentang Manajemen Usaha dan Marketing.

Demikian surat keterangan Praktik Kerja Lapangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 05 September 2022

**Imrotul Mufidah**

**Owner UMKM Hepi Meal**



## Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Magang.



Kegiatan Cek Barang di Area Gudang



Kegiatan Foto Produk Untuk Promosi di Media Sosial



Kegiatan Administrasi Pembukuan dan Pemasukan Data



Kegiatan Pengemasan Bahan Baku Pesanan Mitra



## Kegiatan Stock Opname Barang di Gudang