

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA ERIES MART JOMBANG**



Disusun Oleh:

Dewa Alfa Kurnia Saba

(2061171)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM) STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA ERIES MART JOMBANG



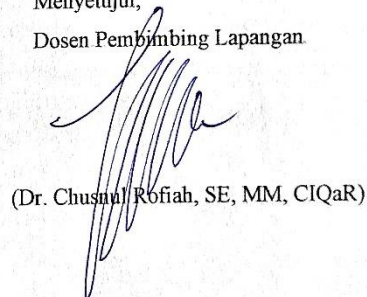
Disusun Oleh :
Dewa Alfa Kurnia Saba (2061171)

Jombang, 11 Agustus 2023

Menyetujui,
Pendamping Lapangan.

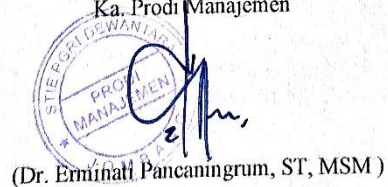

(Eka Ningsih Heri Suswati)

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan.


(Dr. Chusnul Rofiah, SE, MM, CIQaR)

Mengetahui.

Ka. Prodi Manajemen


(Dr. Erminati Pancaningrum, ST, MSM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Usaha Eries Mart Jombang”. Tentunya, hal ini tidak 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 sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Chusnul Rofiah, SE., MM, CiQar selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
2. Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST.,MSM selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Ibu Eka Ningsih Heri Suswati selaku pemilik Eries Mart Jombang
4. Semua karyawan Eries Mart Jombang

Dalam menyusun laporan KKM ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 11 Agustus 2023

Penyusun

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang.....	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	2
1.2.1 Tujuan Umum	2
1.2.2 Tujuan Khusus	2
1.3 Manfaat	2
1.4 Tempat dan Waktu Kuliah Kerja Magang.....	2
1.4.1 Tempat.....	2
1.4.2 Waktu	3
BAB II.....	4
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG	4
2.1 Sejarah Perusahaan	4
2.2 Kegiatan Umum Perusahaan.....	4
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4
BAB III.....	5
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG.....	5
3.1 Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang	5
3.2 Kajian Teori	5
3.2.1 Strategi Pemasaran	5
A. Personal Selling	6
B. Sales Promotion.....	6
C. Periklanan	7
D. Promo Paket Bundling.....	7
E. Kunci Keberhasilan Product Bundling	9
3.3 HASIL TEMUAN	10
3.3.1 PERSONAL SELLING	10
3.3.2 PERIKLANAN.....	11
BAB IV.....	12
KESIMPULAN.....	12
4.1 Kesimpulan.....	12

4.2 Saran.....	12
DAFTAR PUSTAKA.....	13
LAMPIRAN 1	14
LAMPIRAN 2	15
LAMPIRAN 3	16
LAMPIRAN 4	17
LAMPIRAN 5	18
LAMPIRAN 6	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	14
Lampiran 2 Lembar Kegiatan Harian Mahasiswa	15
Lampiran 3 Penilaian KKM Mahasiswa.....	16
Lampiran 4 Surat Keterangan Selesai KKM.....	17
Lampiran 5 Paket Bundling.....	18
Lampiran 6 Penilaian KKM Mahasiswa.....	19

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang

Kuliah Kerja Magang merupakan kegiatan kurikuler yang dikemas dalam sebuah mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA. KKM adalah suatu bentuk proses pembelajaran mahasiswa yang mendukung program pendidikan di STIE PGRI DEWANTARA dan program teknis praktis yang ditemukan dilapangan. 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 didunia kerja yang mengarah kepada pencapaian tingkat keahlian professional dalam sebuah pekerjaan tertentu.

Di sisi lain, diperlukan suatu sinergi antara dunia kerja dengan lembaga pendidikan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara lebih luas. Maka KKM 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 dilapangan (dunia kerja) dan mengaplikasikan keilmuan yang didapat selama mejalani perkuliahan.

Maka dari itu kami selaku pelaksana, mahasiswa, termotivasi untuk melaksanakan praktek magang di Eries Mart. Kami beranggapan bahwa dengan memilih dan mengikuti praktek kerja magang di Eries Mart dapat mengetahui dan memahami kondisi dan seluk beluk dunia Pemasaran terutama dalam bidang pemasaran dan operasional. Dengan demikian, kami dapat menjadi sumber daya manusia yang handal dan profesional. “STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO ERIES MART”.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

1.2.1 Tujuan Umum

Mengenal dan menyiapkan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja di bidang pemasaran.

1.2.2 Tujuan Khusus

1. Meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang dunia kerja.
2. Meningkatkan *softskill* mahasiswa (kemampuan dalam berkomunikasi, meningkatkan rasa percaya diri, memperbaiki sikap, dan perilaku).
3. Sebagai bekal bagi mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja khususnya di bidang pemasaran.

1.3 Manfaat

1. Memberikan masukan dan alternatif pemecahan masalah Strategi Penjualan dan Hambatan pada perusahaan
2. Memberikan informasi untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman mengenai judul yang diteliti mengenai Strategi Penjualan dan Hambatan
3. Penulis berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat di bangku perkuliahan secara teoritis, serta menambah pengetahuan tentang pelaksanaan Strategi Penjualan dan Hambatan pada toko Eries Mart.

1.4 Tempat dan Waktu Kuliah Kerja Magang

1.4.1 Tempat

Kegiatan Kuliah Kerja Magang ini dilaksanakan di UD Eries Mart yang berlokasi di Jl. KH. Hasyim Asy'ari, Dsn. Ceweng RT.05/RW.02, Ds. Ceweng, Kec. Diwek, Kab. Jombang, Jawa Timur.

1.4.2 Waktu

Kegiatan Kuliah Kerja Magang ini dilaksanakan mulai tanggal 10 Juli – 10 Agustus 2023

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

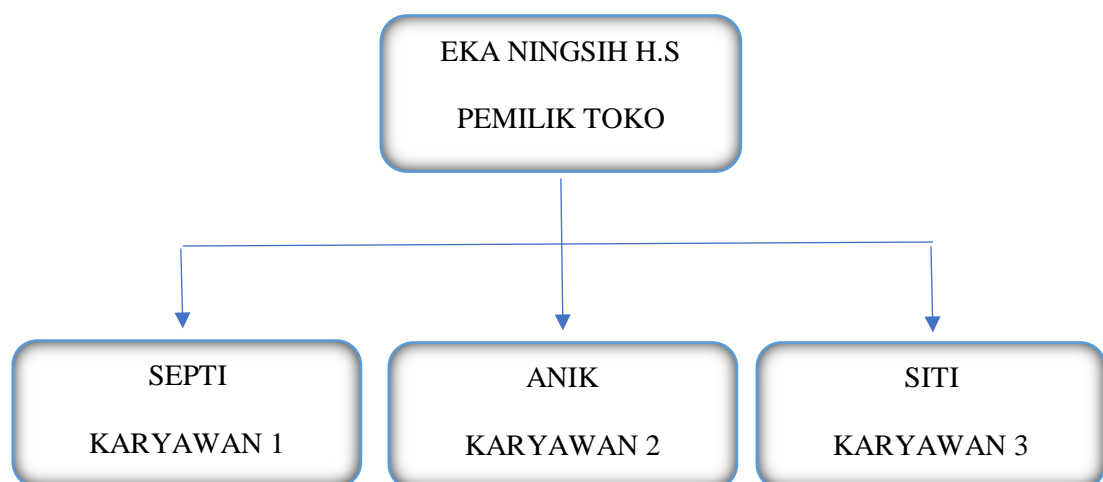
2.1 Sejarah Perusahaan

UD Eries Mart didirikan oleh ibu Eka Ningsih Heri Suswati pada tahun 2010. Berlokasi di Jl. KH. Hasyim Asy'ari, Dsn. Ceweng RT.05/RW.02, Ds. Ceweng, Kec. Diwek, Kab. Jombang, Jawa Timur. Atau sebelah utara pertigaan ceweng. Motivasi ibu eka dalam mendirikan toko ini adalah lokasi yang strategis yaitu di pinggir jalan raya, dengan harapan warga kampung ceweng dan sekitar tidak perlu berjalan jauh untuk berbelanja kebutuhan pokoknya sehari-hari. Sejak awal didirikannya usaha ini, ibu eka tidak menjalankannya sendiri melainkan langsung merekrut karyawan sebanyak 3 orang dengan sistem kerja shif.

2.2 Kegiatan Umum Perusahaan

UD Eries Mart merupakan usaha dagang resmi yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari. Macam-macam jenis produk yang di jual di UD Eries Mart yaitu : Beras, Telor Ayam, Air Galon, minyak goreng, Gas LPG 3-12 KG, Token Listrik, Pulsa, dan Berbagai produk kebutuhan sehari hari lainnya. Sistem kerja karyawan yang di terapkan di UD Eries Mart yaitu pembagian shift. Jadwal operasional toko buka pukul 06.30 – 21.00 WIB.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang

Pelaksanaan kuliah kerja magang dilakukan di UD Eries Mart selama satu bulan mulai tanggal 10 Juli 2023 sampai 10 Agustus 2023. Bertempat di Jl. KH. Hasyim Asy'ari, Ds. Ceweng RT.05/RW.02, Kec. Diwek, Kab. Jombang, Jawa Timur.

Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang ini fokus pada strategi pemasaran, untuk membantu perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran sehingga dapat lebih di kenal oleh masyarakat secara luas dengan harapan dapat meningkatkan penjualan. Di Eries Mart kami di taruh pada bagian pemasaran produknya. Kami diberi tanggung jawab untuk memasarkan produk dengan berbagai cara yang kami mampu laksanakan.

Strategi Pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan menawarkan sebuah produk ke konsumen guna memenuhi target penjualan dan juga memenuhi keinginan konsumen.

3.2 Kajian Teori

3.2.1 Strategi Pemasaran

Strategi penjualan merupakan suatu cara atau proses untuk meningkatkan volume penjualan produk dalam sebuah toko. Banyak strategi penjualan yang digunakan oleh perusahaan sebagaimana untuk tujuan tercapainya suatu tujuan perusahaan. Strategi penjualan dibutuhkan agar dapat memikat hati para konsumen tentang produk yang dipasarkan. Strategi penjualan yang unik dan kreatif akan menjadikan para konsumen lebih tertarik dengan produk yang kita pasarkan dibanding dengan strategi penjualan yang mainstream atau umum digunakan oleh banyak tokolainya. Dengan terciptanya strategi penjualan yang baik, maka dapat dilihat tingkat penjualannya pada saat melakukan evaluasi. Eries Mart melakukan beberapa penerapan strategi penjualan, sebagai berikut:

A. Personal Selling

Personal Selling atau penjualan tatap muka adalah salah satu cara mempromosikan produk secara langsung antara pembeli dan penjual. Komunikasi ini bersifat individual dan dua arah sehingga penjual langsung dapat tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Penyampaian pesan disini bisa diatur sesuai dengan situasi yang ada. Personal Selling yang dilaksanakan masih belum maksimal. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya tenaga kerja yang ahli dalam bidang ini, sedangkan untuk merekrut tenaga penjual masih tidak mungkin karena terbatasnya dana yang ada. Untuk itulah perusahaan perlu mengoptimalkan tenaga kerja pemasaran yang ada, dengan cara dibawah ini:

- (a) Memberikan pendidikan teoritis kepada tenaga penjual, yaitu berupa pemberian bukubuku tentang pemasaran.
- (b) Memberikan pengalaman kepada tenaga penjual, yaitu memberikan latihan dan mengikut sertakannya dalam setiap transaksi penjualan atau pada berbagai kegiatan personal selling oleh pemimpin. Dalam personal selling ada hak-hak yang harus diperhatikan oleh tenaga penjual, yaitu persiapan-persiapan sebelum melaksanakan tugas-tugas personal selling.

Persiapan-persiapan tersebut meliputi :

1. Persiapan sebelum penjualan (mengenai pengetahuan terhadap produk)
2. Penentuan lokasi pembelian potensial
3. Melakukan penjualan dengan baik
4. Pelayanan yang ramah sesudah pembelian atau penjualan

B. Sales Promotion

Promosi penjualan yang dilakukan dapat berupa pameran local artinya melalui pemajangan produk ditoko lebih banyak agar nampak dilihat oleh konsumen yang disebut display. Display ditunjukkan untuk :

- (1) Menarik perhatian para konsumen,
- (2) Mendorong perhatian para konsumen untuk

memiliki barang yang dipajang dengan adanya display para pelanggan langsung datang dan bisa langsung melihat produk yang ada, tentu mereka lebih tertarik untuk melakukan pembelian. Pembelian disini adalah lahirnya keinginan membeli

untuk memesan dan memilih barang yang akan didisplaykan oleh perusahaan

C. Periklanan

Periklanan merupakan program promosi yang bertujuan untuk membina dan memelihara keadaan atau sikap kesadaran mengenai sebuah produk atau merk dan akan menimbulkan efek pada periode tertentu sehingga lebih bertujuan jangka panjang. Periklanan sangat efektif dalam mengenalkan produk baru karena mempunyai jangkauan luas. Pesan yang dimuat oleh sebuah iklan juga digunakan untuk menangkal serangan-serangan dari para pesaing-pesaing. Periklanan mempunyai kelemahan karena periklanan mempunyai bentuk komunikasi satu arah sehingga tidak dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Kegiatan periklanan yang dilakukan menggunakan pemasangan spanduk dan baliho karena media visual ini dan dapat mempengaruhi melalui alat penglihatan. Oleh karena itu Eries Mart memasang baliho , spanduknya dan visual melalui instagram dan w.a status agar pelanggan tertarik membeli.

D. Promo Paket Bundling

Strategi Bundling Menurut Reisinger menyatakan bahwa “Product bundling refers to the practice of selling two or more goods together in a package at a price which is below the sum of the independent prices”. Product bundling adalah salah satu strategi dalam pemasaran, yang merupakan strategi untuk menggabungkan penjualan beberapa produk menjadi satu paket penjualan dalam satu harga. Salah satu bentuk sales promotion yang sangat populer adalah dengan melakukan promosi penjualan product bundling. Product bundling adalah strategi pemasaran dimana penjual menawarkan atau menjual sejumlah produk dalam satu produk atau satu harga. Product bundling juga sering disebut

masyarakat Indonesia sebagai paket penjualan. Strategi ini akan berhasil ketika:

- a. Tercapainya economies of scale dalam produksi
- b. Tercapainya economies of scope dalam distribusi
- c. Margin cost (MC) product bundling rendah
- d. Biaya produksi awalnya sangat tinggi
- e. Respon konsumen baik ketika penjual melakukan penyederhanaan penjualan dan memberikan keuntungan lebih atas kombinasi produk yang di bundle. Jenis Product Bundling Stremersch dan Tellis mengklasifikasikan strategi bundling dalam dua dimensi kunci, yaitu bundling focus dan bundling form.

a. Bundling focus adalah strategi bundling yang berfokus pada product bundling dan price bundling.

1) Product bundling Product bundling didefinisikan sebagai penjualan dua produk atau lebih dalam satu harga. Kedua produk tersebut telah diintegrasikan menjadi satu produk yang memiliki fungsi saling melengkapi.

2) Price bundling Price bundling didefinisikan sebagai penjualan dua atau lebih produk yang berbeda dalam satu paket harga tanpa menyatukan produk tersebut dalam satu kesatuan. Karena produk tidak disatukan, maka harga yang akan dibayarkan tersebut adalah price bundling. Motivasi konsumen membeli produk tersebut adalah karena harga, produknya sendiri tidak ada penambahan value.

b. Bundling form adalah strategi bundling dalam bentuk pure bundling dan mixed bundling.

1) Pure bundling Jenis product bundling dimana konsumen hanya dapat membeli produk yang ditawarkan penjual dalam bentuk paket. Pada jenis bundling ini konsumen tidak bisa membeli produk secara terpisah. Pilihannya bagi konsumen adalah membeli produk tersebut secara paket atau tidak membeli sama sekali.

2) Mixed bundling Mixed bundling adalah jenis product bundling dimana konsumen dapat memilih produk tersebut secara paket atau secara terpisah. Biasanya pada jenis ini konsumen akan ditawarkan beberapa keuntungan ketika membeli dalam bentuk paket, seperti pemotongan harga atau bonus-bonus lainnya.

E. Kunci Keberhasilan Product Bundling

Guiltinan menjelaskan bahwa kunci keberhasilan efektivitas product bundling adalah tingkat complementary antara barang atau jasa dalam product bundling tersebut. Simon dan Ruth juga melihat bahwa tingkat persepsi konsumen terhadap product bundling dipengaruhi oleh dapat digunakannya produk tersebut secara bersama dan terhadap harga yang ditetapkan dalam product bundling tersebut. Product bundles yang memiliki susunan produk complement akan mendapatkan purchase intention lebih tinggi daripada product bundles yang produknya tidak saling berhubungan. Keberhasilan bundling tergantung dari pelaksanaan bundling itu sendiri. Menurut Frans M. Royan, ada beberapa indikator dalam bundling, agar konsumen berminat pada produk yang dipromosikan, yaitu:

1. Ketepatan

Ketepatan dalam hal ini merupakan usaha perusahaan dalam melaksanakan program bundling yang sesuai dengan perencanaan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Yang meliputi ketepatan bundling sebagai media promosi, ketepatan waktu pelaksanaan promosi bundling dan ketepatan jangka waktu pelaksanaan bundling yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk tertentu. Harga tersebut meliputi harga produk itu sendiri, harga produk dilihat dari kualitasnya dan harga produk dibandingkan dengan pesaing. Apakah sudah sesuai atau tidak dengan produk yang diperoleh oleh konsumen dilihat dari ketiga kategori tersebut baik dilihat dari kualitasnya maupun dilihat dari kesesuaian dengan produk yang digabungkan tersebut. Jika harga sudah sesuai dengan kualitas produk dan sesuai dengan jumlah produk yang digabung tersebut maka kesesuaian harga telah memenuhi keinginan konsumen yang akan meningkatkan jumlah pembelian produknya. Seperti yang diungkapkan Frans M. Royan, salah satu keunggulan bundling adalah harga produk lebih murah dibandingkan dengan harga ecerannya, hal ini dimaksudkan

agar konsumen berminat pada yang dipromosikan.

3. Kemenarikan

Kemenarikan dalam hal ini yaitu ketertarikan konsumen terhadap produk yang menggunakan promosi bundling. Pilihan produk yang beragam menjadikan suatu kemenarikan tersendiri bagi konsumen yang akan mendorong terhadap perilaku pembelian konsumen, selain itu kemenarikan akan manfaat yang tinggi akan produk yang dibundling dapat mempengaruhi tingkat keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu. Produk utama apabila dikemas menjadi satu dengan produk pendukung juga tidak akan menarik minat konsumen jika berlainan fungsinya.

4. Cara penggabungan produk

Cara menggabungkan produk yaitu kegiatan produsen dalam menggabungkan produk utama dan produk pendukung secara seimbang dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Bundling dapat dengan tepat jika dilakukan dengan memaksimalkan cara penggabungan produk dengan tepat. Produk utama dengan jumlah lebih sedikit yang digabung dengan produk pendukung lebih banyak, kurang menumbuhkan minat konsumen.

3.3 HASIL TEMUAN

Selama satu bulan melaksanakan adapun strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan pasti akan ada hambatan yang ditemui dalam penerapan strategi tersebut, dalam upaya penerapan tersebut ada beberapa hambatan yang ditemui:

3.3.1 PERSONAL SELLING

Sales counter yang bertugas melayani pembeli yang datang langsung ke showroom, dengan berbagai tipe konsumen yang datang tidak mudah bagi sales counter untuk menghadapi tipe konsumen yang mungkin sedikit agresif, agresif dalam arti tidak mudah menerima penjelasan yang diberikan sales counter atau konsumen yang sulit untuk mengerti tentang spesifikasi produk. Dalam hal ini

memungkinkan terjadinya miss komunikasi antara sales counter dengan calon konsumen, akibatnya bisa membuat calon konsumen menjadi ragu pada produk tersebut.

3.3.2 PERIKLANAN

Dalam segi Periklanan masalah yang hampir terjadi pada beberapa Toko adalah saat melakukan periklanan adalah pada saat mendesain banner, spanduk dan baliho untuk kepentingan promosi produk baru.

BAB IV KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil Kuliah Kerja Magang (KKM) yang dilaksanakan di Eries Mart, penulis menarik kesimpulan bahwa banyak strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan sebagaimana untuk tujuan tercapainya suatu tujuan perusahaan. Dengan terciptanya strategi penjualan yang baik, maka dapat dilihat tingkat penjualannya pada saat melakukan evaluasi. Dalam segi Periklanan masalah yang hampir terjadi pada beberapa Toko adalah saat melakukan periklanan adalah pada saat mendesain banner, spanduk dan baliho untuk kepentingan promosi produk baru.

4.2 Saran

Perbaikan dari Ssistem pemasaran periklanan serta sistem pengendalian persediaan Eries Mart secara garis besar sangat diperlukan dalam segi prasarana dan penunjuang aktifitas perusahaan seperti mendongkrak penjualan toko. Sistem pemasaran periklanan dan persediaan yang baik akan menjuang kemampuan tokodalam memenuhi permintaan konsumen. Tingat kepercayaan akan profesionalitas perusahaan dapat meningkatkan kualitas toko.

DAFTAR PUSTAKA

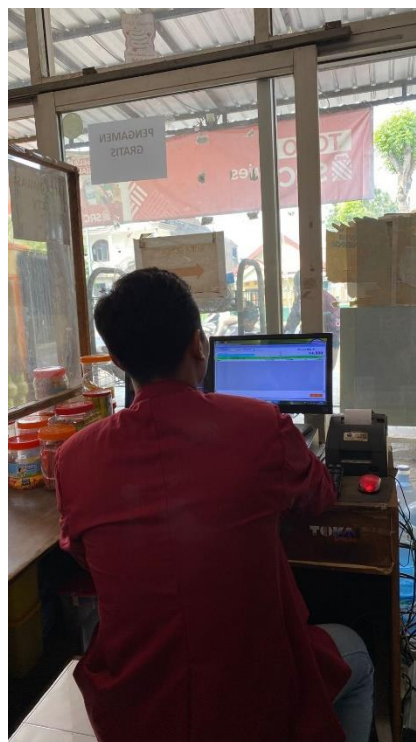
Sitanggang Perdana, 2022 "Personal Selling: Pengertian, Manfaat, Jenis, dan Contohnya."

12 Oct. 2022, <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6343388/personal-selling-pengertian-manfaat-jenis-dan-contohnya>.

Zakawali G, 2022 Contoh Sistem Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan - Blog Sirclo

Store." 19 Sept. 2022, <https://store.sirclo.com/blog/contoh-sistem-pemasaran/>.

LAMPIRAN 1
Lampiran 1 Dokumentasi



LAMPIRAN 2

Lampiran 2 Lembar Kegiatan Harian Mahasiswa

FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : Dewa Alfa Kurnia Saba
 NIM : 2061171
 Program Studi : Manajemen
 Tempat KKM : Eries Mart
 Bidang/Bagian : Pemasaran

Minggu ke	Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan
I	10	Membantu Melayani Penjualan	
	11	Membantu Melayani Penjualan	
	12	Membantu Melayani Penjualan	
	13	Membantu Melayani Penjualan	
	14	Membantu Melayani Penjualan	
	15	Membantu Melayani Penjualan	
II	16	Libur	
	17	Melakukan Pengecekan Barang	
	18	Melakukan Pengecekan Barang	
	19	Melakukan Pengecekan Barang	
	20	Melakukan Pengecekan Barang	
	21	Melakukan Pengecekan Barang	
III	22	Melakukan Pengecekan Barang	
	23	Libur	
	24	Membantu Input Data Persediaan	
	25	Membantu Input Data Persediaan	
	26	Membantu Input Data Persediaan	
	27	Membantu Input Data Persediaan	
IV	28	Membantu Input Data Persediaan	
	29	Membantu Input Data Persediaan	
	30	Libur	
	31	Membantu Kulakan	
	1	Membantu Kulakan	
	2	Membantu Kulakan	
V	2	Membantu Kulakan	
	4	Membantu Kulakan	
	5	Membantu Kulakan	
V	6	Libur	
	7	Membuat Laporan Penerimaan Barang	
	8	Membuat Laporan Penerimaan Barang	
	9	Membuat Laporan Penerimaan Barang	

Jombang, 11 Agustus 2023

Pendamping Lapangan

Eka Ningsih Hari Suswati

LAMPIRAN 3



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 : DEWA ALFA KURNIA
 NIM : 2001191
 Program Studi : MANAJEMEN
 Tempat Magang : ERIES MART
 Alamat Tempat Magang : DM. CEWENG
 Bagian/Bidang : PEMBARAN

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
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	85
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	98
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	90
Jumlah		
Nilai Rata-Rata		

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

JOMBANG, 20 Agustus 2023

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**,

(.....)

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

LAMPIRAN 4**SURAT KETERANGAN SELESAI KULIAH KERJA MAGANG**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Ningsih Heri Suswati

Jabatan : Pemilik Toko

Menyatakan bahwa yang beridentitas di bawah ini :

Nama : Dewa Alfa K.S

NIM : 2061171

Program Studi : Manajemen


Tempat KKM : Eries Mart

Telah selesai melaksanakan kegiatan kuliah kerja magang (KKM) di Eries Mart di bimbing oleh ibu Eka Ningsih Heri Suswati dengan jabatan sebagai pemilik toko dari tanggal 10 Juli sampai dengan 09 Agustus 2023.

Selama melaksanakan kegiatan kuliah kerja magang (KKM) di toko kami, peserta sangat antusias dan dapat menjalankan tugas-tugas yang kami berikan dengan baik dan bisa diptanggung jawabkan.

Demikian surat keterangan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Jombang, 09 Agustus 2023



Eka Ningsih Heri Suswati
Pemilik toko

LAMPIRAN 5

ERIES MART
Paket Lebaran

PAKET 1
Rp. 210.000

PAKET 2
Rp. 185.000

PAKET 3
Rp. 235.000

Eries Mart
Paket Sempul

Paket 1 Rp. 87.000
Paket 2 Rp. 65.000
Paket 3 Rp. 62.000
Paket 4 Rp. 15.000
Paket 5 Rp. 86.000
Paket 6 Rp. 57.000

085896350341
@eriesmart

The graphic is split into two main sections. The left section, titled 'ERIES MART Paket Lebaran', features three product packages on an orange background. Each package is shown in a circular frame with its name and price. The right section, titled 'Eries Mart Paket Sempul', shows a photograph of a store aisle with six product packages displayed in white frames. Each frame includes the package name, price, and a five-star rating. At the bottom right of the right section, there is a yellow shopping cart icon, a phone number, and an Instagram handle.

LAMPIRAN 6



18

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI)
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 : Dewa Alfa Kurnia Saba
 NIM : 2061171
 Program Studi : Manajemen Pemasaran
 Tempat Magang : ERIES MART
 Bagian/Bidang : Pemasaran

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	90
2.	Motivasi	85
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	90
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	85
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	80
6.	Sistematika laporan	93
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	85
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	85
Jumlah		693
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		86.6

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, 29 Agustus 2023

Dosen Pembimbing Lapangan,

(Dr. Chusnul Kofiah, SE, MM, CIQaR)