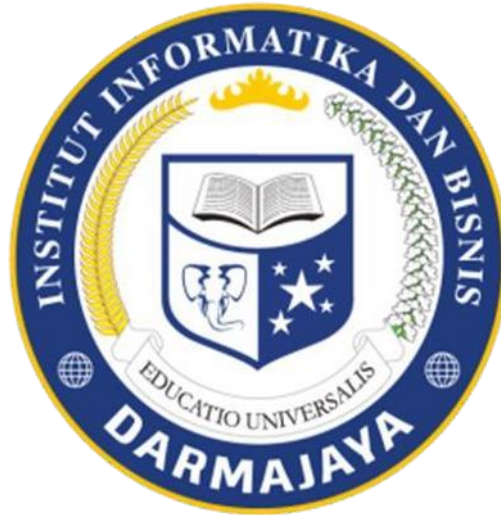


**LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK**  
**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN PRODUK**  
**MELALUI DIGITAL MARKETING DI PT. SUNGAI BUDI**  
**GROUP PADA ERA PANDEMI COVID-19**



**Disusun Oleh:**

**ALSYIFA CINTARA**

**(1812110316)**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK (KP)**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN PRODUK MELALUI  
DIGITAL MARKETING  
DI PT. SUNGAI BUDI GROUP  
PADA ERA PANDEMI COVID-19**

**OLEH :**

**ALSYIFA CINTIARA(1812110316)**

**Telah memenuhi syarat untuk diterima**

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Lapangan,

Pembimbing Lapangan,

**Stefanus Rumangkit, S.E., M.Sc.**

**NIK. 13860716**

**AgusKurniawan**

**NIK.1871091707920003**

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. Anggalia Wibasuri.**

**S.E., MM.NIK.**

**11310809**

## RIWAYAT HIDUP

### 1. Data Pribadi

- a. Nama : Alsyifa Cintiara
- b. Tempat, tanggal lahir : Bandar Lampung, 07 Juli 2000
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Agama : Islam
- e. Status : Belum Menikah
- f. Alamat : Jl. Tamin Gg. Kemiri No. 33, Kec. Tanjung Karang Barat, Kel. Sukajawa, Kota Bandar Lampung.
- g. Kewarganegaraan : Indonesia
- h. Email : [Calsyifa@gmail.com](mailto:Calsyifa@gmail.com)
- i. No. HP : 0853-6809-9669

### 2. Riwayat Pendidikan

- a. Tahun 2006-2012 : SD NEGERI 2 Suka Jawa
- b. Tahun 2012-2015 : SMP NEGERI 18 Bandar Lampung
- c. Tahun 2015-2018 : SMK NEGERI 4 Bandar Lampung

### 3. Pengalaman Kerja

- a. Bekerja di PT.SUNGAI BUDI GROUP sejak 2019 s.d Sekarang

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan di atas adalah benar.

Bandar Lampung, 28  
September 2021

**ALSYIFA CINTIARA**

**NPM. 1812110316**

## **RINGKASAN**

Kerja Praktik (KP) merupakan sarana mengaktualisasi diri terhadap beberapa keahlian atau keterampilan baik softskill atau hardskill yang sudah diperoleh selama perkuliahan, diterapkan disuatu perusahaan atau instansi selama beberapa bulan. Pada laporan KP ini, disajikan beberapa kegiatan pelaksanaan kerja, temuan kendala atau masalah yang dihadapi di PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung selama 1 bulan yaitu pada tanggal 16 Agustus 2021 sampai dengan 16 September 2021.

Kerja Praktek ini bertujuan untuk memperbaiki segala permasalahan yang ada di PT. Sungai Budi Group. Penempatan Kerja Praktek pada perusahaan ini dibidang penjualan yaitu Divisi Marketing. Pelaksanaan kerja praktek pada bidangmarketing ada beberapa kegiatan yang dilakukan diantaranya melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan guna lebih memperhatikan penjualan secara langsung agar dapat mengetahui kendala yang dialami dengan karyawan dalam proses penjualan, Pelatihan digital pada sales marketing, Melakukan sosialisasi Prokes dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan, dan Melakukan upayapeningkatan kinerja karyawan pada penjualan.

## PRAKATA

Saya ucapkan puji syukur serta nikmat pada Allah SWT atas rahmatNya yang melimpah. Atas terselesaikannya kegiatan Kerja Praktek di PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung. Laporan ini dibuat untuk memenuhi persyaratan tugas mata kuliah Kerja Praktik di Institut Informatika dan Bisnis DARMAJAYA. Tujuan dibuatnya laporan Kerja Praktik ini yaitu untuk melaporkan segala sesuatu yang ada kaitannya dengan dunia kerja di PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung.

Dalam penyusunan laporan praktik kerja ini, tentu tak lepas dari pengarahandan bimbingan dari berbagai pihak. Maka saya ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait diantaranya sebagai berikut :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan dalam pembuatanKerja Praktek hingga selesai.
2. Dosen Pembimbing Lapangan yaitu Bapak Stefanus Rumangkit, S.E., M.Sc yang telah memberikan bimbingan selama Praktik Kerja berjalan dengan sangat teliti danbaik
3. Manajer Marketing yaitu Bapak Agus Kurniawan yang telah memberikan persetujuan untuk melakukan Riset/Kerja Praktik di PT. Sungai Budi Group
4. Karyawan - karyawan PT. Sungai Budi Group terutama bagian Marketing yang telah memberikan kerja sama yang baik dan ramah
5. Orang Tua dan teman - teman terima kasih atas dukungan yang **diberikan**. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga Laporan Kerja Praktek (KP) ini membawa manfaat bagi pembaca.

Bandar Lampung, 28  
September 2021

ALSYIFA CINTIARA

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
RINGKASAN .....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup Kerja Program KP .....	2
1.3. Manfaat dan Tujuan .....	3
1.3.1. Manfaat.....	3
1.3.2 Tujuan.....	3
1.4. Waktu dan tempat Pelaksanaan.....	4
1.4.1. Waktu Pelaksanaan .....	4
1.4.2 Tempat Pelaksanaan.....	4
1.5. Sistematika Penulisan .....	5
 <b>BAB II GAMBAR UMUM PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Umum Perusahaan .....	6
2.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.2.1. Visi Perusahaan .....	7
2.2.2. Misi Perusahaan .....	7
2.3. Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan.....	7
2.4. Lokasi Perusahaan.....	8
2.5. Struktur Organisasi .....	8
 <b>BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN</b>	
3.1. Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan.....	11

3.1.1. Temuan Masalah .....	11
3.1.2. Perumusan Masalah.....	12
3.1.3. Kerangka Pemecahan Masalah .....	12
3.2. Landasan Teori.....	13
3.2.1. Strategi Pemasaran .....	13
3.2.2. Digital Marketing .....	14
3.3. Metode yang Digunakan .....	15
3.4. Rancangan Program Yang Akan Dibuat .....	17
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil .....	19
4.2. Pembahasan.....	23
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	27
5.2. Saran.....	29
<b>DAFTAR PUSAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	





**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 PT. Sungai Budi Group, Bandar Lampung .....	4
Gambar 1.2. PT. Sungai Budi Group, Bandar Lampung .....	4
Gambar 2.1 Produk-produk PT. Sungai Budi Group .....	8
Gambar 2.2 Lokasi PT. Sungai Budi Group .....	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing .....	9
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	12
Gambar 4.1 melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan .....	19
Gambar 4.2 pelatihan digital pada sales marketing .....	20
Gambar 4.3 foto dalam video marketing. ....	20
Gambar 4.4. Sosialisasi Proses terhadap Sales .....	20
Gambar 4.5 wawancara terhadap sales marketing .....	21
Gambar 4.6 Layanan Penjualan Online .....	21
Gambar 4.7 mengecek stock barang .....	21
Gambar 4.8 melihat harga kompetitor.....	22
Gambar 4.9 evaluasi kinerja karyawan .....	22
Gambar 4.10 poster protokol kesehatan.....	23

**DAFTAR TABEL**

Tabel. 3.1 Hasil Wawancara .....	17
----------------------------------	----

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kerja praktek adalah salah satu mata kuliah yang harus diikuti. Kerja praktek merupakan suatu kesempatan yang diberikan kepada mahasiswa untuk terjun ke lapangan pekerjaan secara langsung sesuai dengan bidang yang di pelajari, di perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan Bisnis dan Teknologi yang merupakan bidang yang sedang ditekuni. Latar belakang pengambilan mata kuliah kerja praktek ini, yaitu selain merupakan mata kuliah yang harus di ambil sesuai dengan sks yang di dapat, kerja praktek merupakan mata kuliah kerja lapangan yang juga memiliki nilai plus. Baik dalam masa studi ataupun di dunia pekerjaan yang akan dihadapi.

Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya mahasiswa/I diwajibkan mengikuti kerja praktek, untuk mengembangkan profesi sejalan dengan ilmu atau bidang yang kita geluti adalah salah satu cita-cita mahasiswa/I pada umumnya. Maka dari itu, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya mewajibkan mahasiswa/I nya mengikuti mata kuliah kerja praktek yang dilaksanakan di lembaga-lembaga yang masih berhubungan dengan dunia Informatika dan Bisnis. Kerja praktek merupakan salah satu wadah untuk menuangkan ide atau gagasan para mahasiswa/I dalam melakukan kegiatan nyata, sehingga kondisi seperti itu membuat proses pemahaman selama di bangku kuliah lebih baik. Selain itu mahasiswa/I mendapatkan apa yang belum didapat selama di bangku kuliah (Pengalaman Baru) dan sebagai pengembangan proses ide yang selalu berkembang.

Berdasarkan hal tersebut perlunya pelaksanaan kerja praktek disamping sebagai salah satu syarat kelulusan, juga untuk mendapatkan tenaga kerja siap pakai, terampil dan cekatan. Selain itu mahasiswa/I

juga mampu menciptakan suatu karya yang bernilai tinggi. Salah satu cara untuk mewujudkan yaitu dengan cara menyelenggarakan mata kuliah kerja praktek, dimana mahasiswa/I dapat terjun langsung ke lapangan kerja agar lebih paham akan bidang yang akan mereka geluti dan tentunya kita senang.

Tempat Kerja Praktek yang saat ini dijalankan di PT. Sungai Budi Group

yang bergerak dibidang Perdagangan. PT. Sungai Budi Group adalah sebagai Distributor produk dan jasa, PT. Sungai Budi Group menjual produk konsumsi untuk kebutuhan sehari-hari. PT. Sungai Budi Group memiliki banyak cabang disetiap Provinsi di Indonesia. Salah satunya tempat Kerja Praktek yang dilaksanakan yaitu di Jl. Ikan Bawal No.1A, Pesawahan, Kec. Teluk Betung Selatan, Kota Bandar Lampung.

PT. Sungai Budi Group sedang mengalami penurunan pada tingkat penjualan, didalam divisi Marketing dalam menjalankan pekerjaan di Lapangan pun masih adanya kekurangan pelayanan terhadap Costumer seperti kurang adanya sekat antar Penjual dan Pembeli. Selain itu, di dalam Instansi terdapat beberapa kurangnya dalam menerapkan Protokol Kesehatan, seperti kurangnya perhatian atas kerumunannya pelanggan saat menunggu mengantri pembelian barang.

## **1.2. Ruang Lingkup Kerja Program KP**

Untuk melaksanakan Kerja Praktek di PT. Sungai Budi Group secara maksimal dan dibahas sesuai dengan objek dan permasalahan yang ada di Perusahaan. Adapun ruang lingkup kerja praktek yang akan dibahas dan dijalankan yaitu :

1. Meningkatkan pelatihan kinerja karyawan untuk mengupayakan kemampuan, penampilan dan hasil kerja agar dapat mencapai tujuan secaramaksimal dan sesuai dengan yang sudah ditetapkan perusahaan.
2. Melakukan sosialisasi prokes dalam melaksanakan pekerjaan saat di Lapangan agar terjaga dari ancaman virus Covid-19

3. Pelatihan digital pada sales marketing agar dapat mengetahui kondisi penjualan saat di Lapangan
4. Memberikan layanan penjualan secara online yang bisa diakses oleh siapapun

### **1.3. Manfaat dan tujuan**

#### **1.3.1 Manfaat**

Hasil yang didapatkan dalam Kerja Praktek ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut :

a. Bagi PT. Sungai Budi Group

Kerja praktek ini diharapkan dapat memberikan solusi dalam permasalahan peningkatan penjualan pada saat ini, dan untuk mengetahui sejauh mana produktivitas di masa Pandemi berdampak pada kinerja yang diharapkan perusahaan, dan hasilnya menjadi landasan yang baik dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang ada.

b. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Adanya timbal balik yang baik bagi PT. Sungai Budi Group atas pembekalan ilmu yang diberikan oleh Institut Darmajaya.

c. Bagi Mahasiswa/I Dapat memberikan kepercayaan diri dalam kerja praktek diLapangan secara langsung, dan dapat memutuskan jiwa kepemimpinan di dalam banyak permasalahan didalam Perusahaan.

#### **1.3.2 Tujuan**

Adapun tujuan yang ingin dilakukan dalam Kerja Praktek ini yaitu :

a. Bagi PT. Sungai Budi Group

Dapat menyelesaikan dan membantu pemecahan masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan

b. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Dapat memberikan informasi dan kerja sama yang baik antara PT.Sungai Budi Group dan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

c. Bagi Mahasiswa

Dapat mempraktekan ilmu dan keterampilan yang sudah didapatkan di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya ke duniakerja secara langsung.

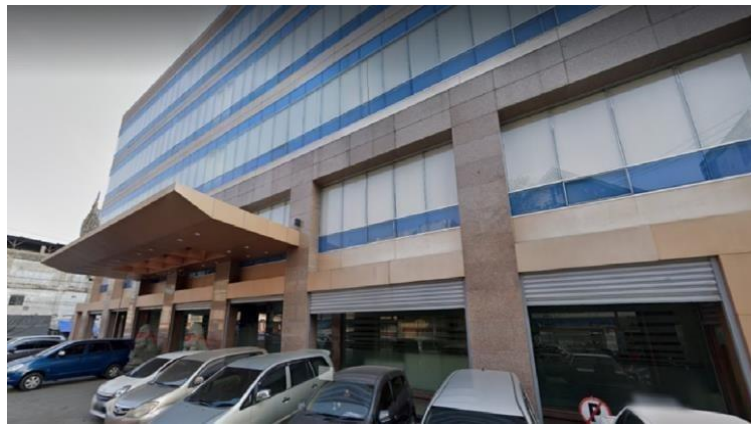
## 1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

### 1.4.1. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Kerja Praktek ini dilaksanakan mulai Tanggal 16 Agustus sampai dengan 16 Oktober 2021.

### 1.4.2. Tempat Pelaksanaan

PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung yang beralamat, Jl. Ikan Bawal No.1A, Pesawahan, Kec. Teluk Betung Selatan, Kota Bandar Lampung, Lampung 35223. (0721-486-122).



Gambar 1.1 PT. Sungai Budi Group, Bandar Lampung

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penulisan ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

### 1. BAB I (Pendahuluan)

Pendahuluan memuat ruang lingkup atau penjelasan singkat mengenai apa yang akan dibahas pada Kerja Praktek ini. Isi pendahuluan berupa latar belakang, ruang lingkup kerja, rumusan masalah, manfaat dan tujuan kerja praktek, waktu dan tempat pelaksanaan hingga sistematika penulisan.

### 2. BAB II (Gambaran Umum Perusahaan)

Gambaran Umum Perusahaan menjelaskan sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, kegiatan perusahaan, struktur dan terdapat Struktur Organisasi pada perusahaan.

### 3. BAB III (Permasalahan Perusahaan)

Pada Bab ini penulis menjelaskan permasalahan yang terjadi pada tempat pelaksanaan Kerja Praktek, terdapat rumusan masalah, landasan teori dan metode yang digunakan, dan rancangan program.

### 4. BAB IV (Hasil dan Pembahasan)

Dalam Bab ini menjelaskan Hasil dan Pembahasan dari metode yang dilakukan pada program kerja praktek.

### 5. BAB V (Kesimpulan dan Saran)

Pada bagian ini adanya kesimpulan dari permasalahan yang terdapat pada perusahaan dan saran yang diberikan oleh penulis guna memperbaiki permasalahan yang ada didalam perusahaan.



## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**

PT. Sungai Budi Grup memulai kegiatannya pada tahun 1947 dalam bidang perdagangan hasil bumi, kemudian PT tersebut mengembangkan usahanya ke bidang produksi dan distribusi produk tepung tapioka dan produk turunannya. Pada tahun 1970-an, PT. Sungai Budi group mulai bergerak sebagai produsen dan distributor minyak goreng. Pada saat itu, PT. Sungai Budi Group mengoperasikan pabrik minyak goreng yang berada di Lampung dan Sumatera Selatan.

Bahan baku produksi minyak goreng pada awalnya diperoleh melalui produsen-produsen CPO (Crude Palm Oil) diluar PT. Sungai Budi Group. Oleh karena usaha ini semakin berkembang, maka diperlukan bahan baku dalam jumlah yang sangat besar. Pada tahun 1990 PT. Sungai Budi Group membuka perkebunan kelapa sawit seluas 5.154 hektar di Lampung untuk menjamin pengadaan bahan baku dan mendukung operasi pabrik, diikuti dengan pembukaan pabrik CPO di lokasi perkebunan kelapa sawit di Lampung pada tahun 1995.

Kapasitas produksi PT. Tunas Bam Lampung sebesar 300 ton minyak per hari dan keseluruhannya hanya dipasarkan di Pulau Jawa dan Bali. Pabrik ini, didirikan karena melihat adanya potensi pasar yang besar dan keberadaan perusahaan yang sejenis belum terlalu banyak. Pada awal tahun 2007, PT. Tunas Baru Lampung juga mengembangkan cara pemasaran minyak goreng dalam bentuk kemasan yang sebelumnya hanya dipasarkan dalam bentuk curah saja. Minyak goreng kemasan ini bermerk ROSE BRAND.

PT. Sungai Budi Group memiliki perwakilan di Lampung tidak hanya menjual minyak sawit saja, akan tetapi terdapat beberapa produk seperti, tepung beras dan ketan, sagu tani, santan, bihun jagung dan bihun telur, sabun batang dan cream, obat nyamuk, gula, air mineral, MSG, Citrid Acid, dan juga karung plastik. PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung yang beralamat, Jl. Ikan Bawal No.1A, Pesawahan, Kec. Teluk Betung Selatan, Kota Bandar Lampung, Lampung 35223.

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

### 2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi produsen minyak goreng nabati dan produk sembako turunannya yang terintegrasi penuh dengan biaya produksi yang rendah dan ramah lingkungan.

### 2.2.2 Misi Perusahaan

1. Mencari dan mengembangkan peluang pertumbuhan yang terintegrasi di bisnis inti kami dengan tetap menjaga pengeluaran biaya yang terkontrol.
2. Ikut berpartisipasi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar bisnis unit.
3. Menjaga dan mempromosikan standar lingkungan hidup yang baku di dalam segala aspek pengembangan, produksi serta pengolahan dengan menerapkan standar GMP dan GAP.
4. Mengembangkan tim manajemen yang professional yang berintegritas tinggi dan didukung oleh sumber daya manusia yang terampil dan termotivasi.

## 2.3 Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan

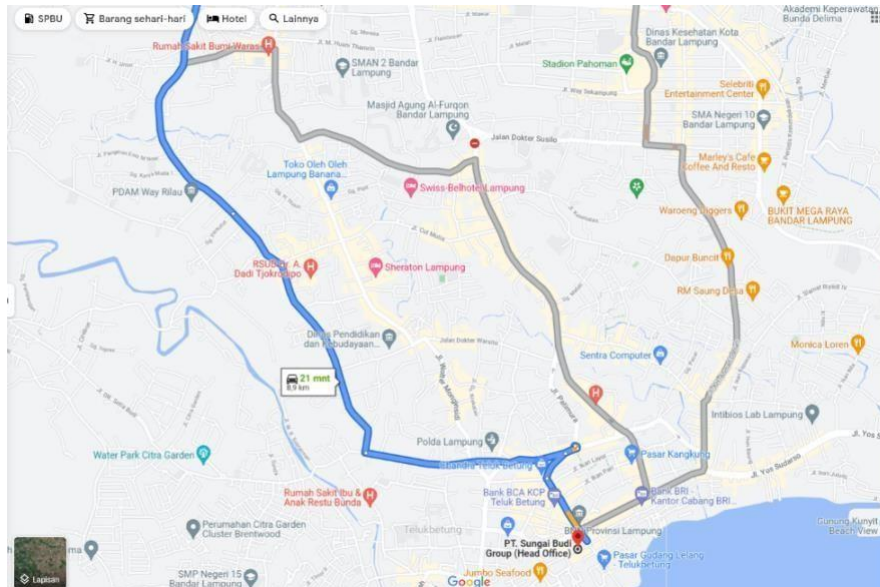
PT. SUNGAI BUDI GROUP BANDAR LAMPUNG, berkembang menjadi salah satu produsen minyak goreng terbesar dan termurah. PT. Tunas Baru Lampung Tbk terdaftar di Bursa Efek Jakarta pada tanggal 14 Februari 2000. Saat ini, Sungai Budi Group adalah salah satu pabrikan dan distributor produk konsumen berbasis pertanian terbesar di Indonesia.



Gambar 2.1 Produk-produk PT. Sungai Budi Group

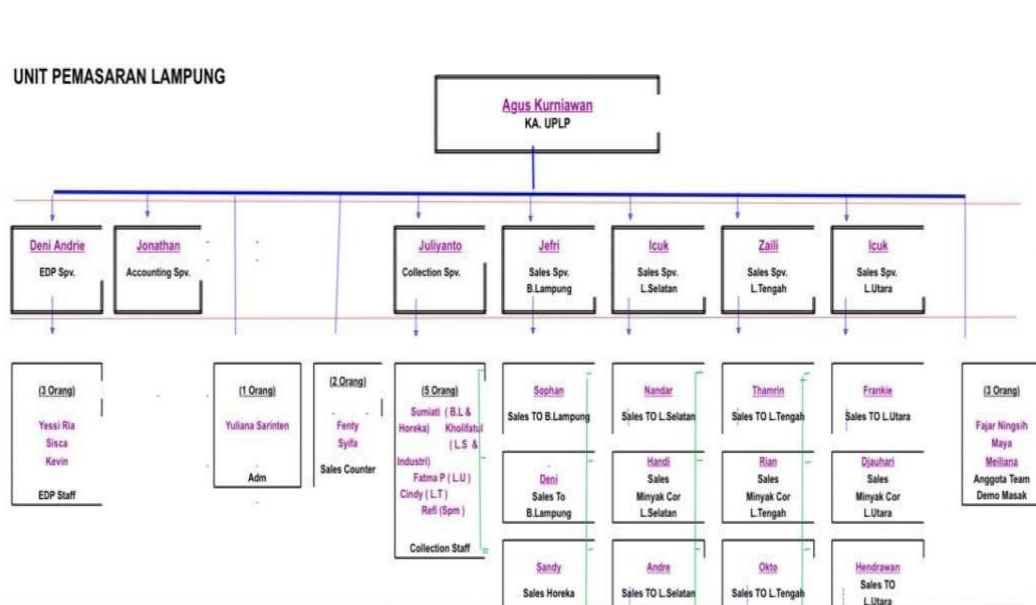
### 2.4 Lokasi Perusahaan

PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung yang beralamat, Jl. Ikan Bawal No.1A, Pesawahan, Kec. Teluk Betung Selatan, Kota Bandar Lampung, Lampung 35223.



Gambar 2.2 Lokasi PT. Sungai Budi Group

### 2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing

Berikut penjelasan tugas jabatan PT. Sungai Budi Group :

#### 1.KA. UPLP

Kepala Bagian Marketing mempunyai tugas sebagai pemimpin, menyelenggarakan, mengkoordinasikan, serta mengatur dan mengawasi kegiatan pengumpulan data untuk menyusun program, pelaporan dan evaluasi serta pelayanan informasi pemasaran.

#### 2.Supervisor

Supervisor memiliki tugas mengontrol data, harga, target dan semua penjualan disetiap daerah yang masing-masing diberikan.

#### 3.EDP Supervisor

Bagian ini mengontrol penjualan sales marketing diberbagai penjualan produk yang ditela diinput oleh sales, dan mengontrol pengiriman tingkat quantity yang ada didalam target penjualan dan nantinya akan dibuatkan invoice yang akan diberkan kepada pelanggan untuk penagihan berikutnya lalu akan dilakukan pengecekan melalui sistem untuk mengetahui barang yang akan dikirimkan.

#### 4.Accounting Spv

Bagian ini bertugas untuk mendata penghasilan perhitung disetiap penjualan sales marketing melalui sistem serta mengontrol quantity dan harga jual barang yang telah ditentukan oleh perusahaan.

#### 5.Collection Spv

Bagian ini mengontrol, menginput dan mengarsipkan invoice yang telah dicetak sebelumnya untuk penagihan selanjutnya. Dan nantinya invoice yang telah tertagih akan diinput ulang melalui sistem guna selesainya penagihan disetiap harinya.

#### 6.Admin Marketing

Bagian ini bertugas memenuhi kebutuhan data sales, serta mengontrol stock barang yang ada di gudang melalui sistem, mengontrol penjualan barang kanvasan dan memberikan informasi mengenai target penjualan disetiap bulannya.

#### 7.Sales Counter

Sales Counter bertugas melayani dan menerangkan secara rinci kepada pelanggan dan calon pelanggan untuk dapat memberikan informasi

mengenai produk yang akan ditawarkan. Dan mengontrol penjualan sales marketing untuk ditelaah harga dan quantity barang.

#### 8. Demo Masak

Tim Demo Masak bertugas untuk membuat dan mengkreasikan makanan dari produk perusahaan guna untuk mengetahui kualitas barang yang dijual

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

#### **3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan**

Masalah yang dihadapi oleh PT. Sungai Budi Group divisi Marketing yaitu bagaimana meningkatkan pelatihan strategi dan skill penjualan penjualan pada masa Pandemi Covid-19.

##### **3.1.1 Temuan Masalah**

Perusahaan PT. Sungai Budi Group Lampung pada saat ini mengalami penurunan penjualan dikarenakan adanya Pandemi Covid19, divisi Marketing mengalami kekurangan karyawan untuk menjual produk-produk PT. Sungai Budi Group Lampung. Berikut jabaran masalah yang yang dihadapi :

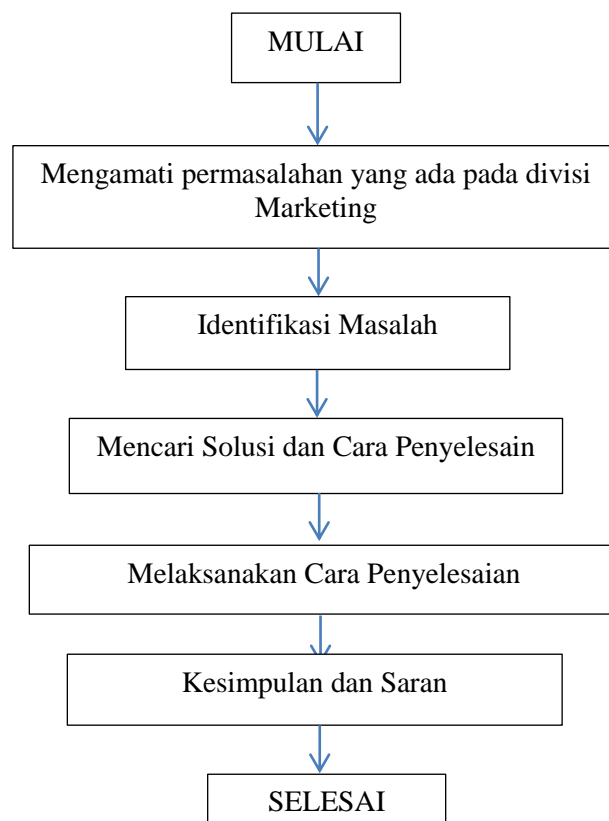
1. Adanya penurunan penjualan karna terdapat sejumlah Konsumen yang ikut terkena dampak dari pandemi Covid-19 saat ini, sehingga memungkinkan target penjualan tahun ini mengalami penurunan
2. Adanya beberapa pelanggan yang tutup dan pasar yang masih memiliki produk didalam toko, yang mengakibatkan menghambatnya pengeluaran/tawaran produk pada pelanggan yang dimana rutin dalam seminggu sekali untuk mendapatkan penawaran pada pelanggan, akhirnya mengakibatkan target penjualan menurun pada bulan-bulan akhir ini
3. Belum memiliki Video Marketing sebagai salah satu bentuk promosi penjualan
4. Belum adanya sosialisasi betapa bahayanya Covid-19
5. Belum adanya kegiatan pelatihan digital marketing
6. Belum adanya sekat pembatas antara penjual dan pembeli
7. Terjadinya hambatan pengiriman barang dari gudang ke pelanggan
8. Belum adanya penjualan secara online yang bisa diakses dan dilihat oleh banyak orang lain

### 3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh dampak Covid-19 pada sejumlah Pelanggan?
2. Bagaimana menerapkan penawaran barang terhadap konsumen?
3. Bagaimana pengaruh pembuatan video marketing sebagai promosi penjualan?
4. Bagaimana hasil adanya sosialisasi tentang Covid-19?
5. Bagaimana dampak dari kegiatan pelatihan digital marketing?
6. Bagaimana dampak memberikan sekat pada penjual dan pembeli?
7. Bagaimana terjadinya hambatan pengiriman barang ke pelanggan?
8. Bagaimana pengaruh penjualan secara online agar dapat menambah peningkatan penjualan?

### 3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

## 3.2 Landasan Teori

### 3.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut Kotler (Kotler and Armstrong, 2012,p.72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif. (Kotler and Armstrong, 2012, p.193)

Menurut (Ariandi, 2018) Kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan tersebut pada organisasi. Kompensasi bisa berupa fisik maupun non fisik dan harus dihitung dan diberikan kepada karyawan sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikannya kepada organisasi atau perusahaan.

Strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktivitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga Anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak.

Strategi pemasaran yang baik membantu perusahaan untuk bisa mengidentifikasi pelanggan terbaik mereka. Ini juga membantu mereka dalam memahami kebutuhan konsumen. Dengan strategi yang baik, sangat memungkinkan untuk menerapkan metode pemasaran yang paling efektif. Sebuah rencana pemasaran real estate yang baik, misalnya, membutuhkan keterlibatan komunitas yang luas dan jaringan pribadi. Strategi pemasaran yang menyeluruh mencakup "empat P" pemasaran:



produk, price atau harga, place atau tempat, dan promosi.

Strategi pemasaran yang jelas harus berkisar pada proposisi nilai perusahaan, yang bisa menyampaikan kepada konsumen tentang untuk apa perusahaan itu berdiri; bagaimana cara perusahaan itu beroperasi; dan mengapa itu layak untuk bisnis mereka. Ini akan memberi tim pemasaran template yang harus menginformasikan inisiatif mereka di semua jajaran produk dan layanan perusahaan. Misalnya, Walmart secara internasional telah dikenal sebagai retailer dengan harga terendah, yang operasi bisnis dan upaya pemasarannya berakar pada ide tersebut.

Memilih strategi pemasaran yang sesuai untuk perusahaan akan membawa keuntungan besar seperti:

- a. Meningkatkan penjualan.
- b. Menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi perusahaan.
- c. Memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan Anda.
- d. Memenuhi kebutuhan dan melebihi harapan pelanggan.
- e. Memperkuat hubungan dengan target pasar.
- f. Melakukan brand building di benak konsumen.

### **3.2.2 Digital Marketing**

Digital Marketing sebagai kegiatan pemasaran dengan cara dan teknik yang menggunakan media digital dengan tujuan untuk mendapatkan traffic, customer, dan meningkatkan bisnis.

Digital Marketing atau Pemasaran secara digital bisa didefinisikan sebagai semua upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital dimana Anda dapat berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktu di online. Ada beragam akses untuk para calon konsumen agar dapat melihat penawaran Anda, seperti Website, Blog, Media sosial (Instagram, Whatsapp, Line, dsb).

Menurut Denny Santoso, Expert di Digital Marketing yang sudah puluhan tahun berbisnis di digital marketing mengatakan “Digital Marketing is a Strategy to Reach Massive Amount of People to Create Interest & Demand”

Kata kunci paling mendasar dari statement tersebut adalah :

- a. Strategy yaitu Tidak hanya membahas tentang teknis tapi juga bagaimana mengkombinasikan banyak hal di digital marketing untuk menaikkan omset.
- b. Reach Massive Amount of People yaitu Kelebih digital marketing dibandingkan traditional marketing adalah bisa menjangkau banyak sekali orang dalam waktu cepat dan murah dibandingkan traditional marketing.
- c. Create Interest and Demand yaitu Mengubah orang yang sebelumnya tidak ingin membeli jadi ingin membeli produk sehingga bisa memperluas market.

### **3.3 Metode**

Dalam melaksanakan Kerja Praktek ini penulis melakukan secara langsung terhadap perusahaan yang di tempatkan. Berikut metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Sebagai bahan pengumpulan data yang saya gunakan yaitu melakukan kerja praktek di PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung selama satu bulan.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan yang bertujuan memperoleh informasi dari seorang narasumber yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan peningkatan penjualan kepada karyawan marketing PT. Sungai Budi Group terkait suatu isu atau topik tertentu yang dibahas.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada divisi Marketing PT. Sungai BudiGroup, Bandar Lampung :

No	Tanggal	Narasumber	Keterangan
1	18-08-21	Manajer Marketing	Terdapat beberapa kendala dalam menjalankan penjualan dilapangan, lebih memperhatikan penjualan diluar kota karna kurangnya protocol Kesehatan pada sales yang menjalankan.
2	20-08-21	Admin Marketing	Terdapat kendala pada pengiriman barang, target bulanan yang cukup tinggi
3	22-08-21	SPV Marketing	Adanya hambatan terhadap Kompetitor lain yang masuk kepasar. Perhitungan target yang lumayan banyak
4	25-08-21	Sales Marketing Lampung Tengah	Hambatan yang dialami dalam penjualan yaitu kompetitor, dan banyak toko yang tutup

Tabel. 3.1 Hasil Wawancara

### 3. Implementasi

Implementasi yaitu penyediaan sarana untuk melaksanakan sesuatu yang menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu. Berikut implementasi yang saya gunakan :

#### a. Membuat katalog produk

Membuat katalog produk yang diberikan link WhatsApp pada katalog yang dibuat, katalog tersebut berbentuk dokumen Pdf yang bisa disebarkan di Media Sosial kita, seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Line, dan Aplikasi lainnya yang bisa dilihat atau diakses oleh

banyak orang yang dimanakan bisa langsung mengklik nomor WhatsApp yang sudah dicantumkan yang nantinya akan langsung tersambung dengan kontak admin yang disediakan.

b. Pelatihan Digital Marketing

Melatih karyawan PT. Sungai Budi Group dengan menggunakan google meet/zoom, digital marketing sangat penting untuk pertumbuhan bisnis karna kemampuannya bisa melakukan interaksi secara langsung kepada pelanggan ataupun karyawan. Salah satu tehnik digital marketing adalah dengan menggunakan website dan media sosial yang dimiliki oleh perusahaan.

### **3.4 Rancangan Program**

Untuk melakukan Rancangan pemecahan masalah penjualan di PT. Sungai Budi Group yaitu :

1. Melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan dengan cara bertemu langsung dengan semua sales marketing, cara atau rencana yang cermat untuk mengupayakan meningkatkan kemampuan, penampilan dan hasil kerja sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan secara maksimal dan sesuai dengan yang sudah ditetapkan perusahaan.
2. Pelatihan digital pada sales marketing yaitu aktivitas pemasaran yang menggunakan teknik atau pemanfaatan media digital dengan tujuan untuk mendapatkan data, kondisi pasar, serta pelanggan itu sendiri.
3. Membuat video Marketing adalah salah satu promosi penjualan atau sebagai sarana perusahaan dimana dapat menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual dengan perusahaan.
4. Melakukan sosialisasi Prokes dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan untuk menjaga diri dari ancaman virus Covid-19 pada karyawan.
5. Melakukan wawancara terhadap sales marketing dalam target penjualan guna dapat mengetahui secara langsung hambatan-hambatan yang ada di Lapangan.

6. Memberikan layanan penjualan lewat online yang saya buat untuk membantu penjualan divisi Marketing
7. Mengecek stock barang, stock barang bisa dilihat dari sistem perusahaan, didalam nya terdapat beberapa penjelasan tentang barang masuk dan keluar, dan terdapat pula barang pendingan yang belum dikirimkan kepada pelanggan.
8. Melihat dan mencari info harga kompetitor lain melalui grup WhatsApp guna sebagai tolak ukur harga penjualan barang.
9. Membuat poster protokol Kesehatan dan ditempelkan ditempat yang telah diijinkan oleh perusahaan yang bertujuan secara langsung mengingatkan semua karyawan untuk tetap menjaga Protokol Kesehatan agar terhindar dari virus Covid-19.

## BAB IV HASIL & PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil

Hasil yang didapatkan dari rancangan program yang dibuat selama kegiatan kerja praktek pada PT. Sungai Budi Group divisi Marketing Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

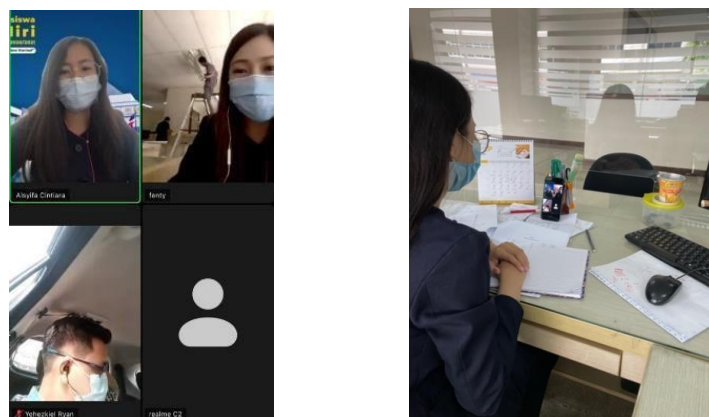
a. Melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan



Gambar 4.1 melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan

Melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan dapat memberikan ilmu baru dalam mempelajari penjualan dimasa pandemi Covid-19, dengan adanya pelatihan peningkatan kinerja karyawan mengerti dan bertanggung jawab terhadap jobdesknya. Karyawan dapat menghindari kesalahan yang dapat menyebabkan kerugian terhadap dirinya dan perusahaan. Citra karyawan dapat meningkat karena terupgradenya skill serta attitude karyawan.

b. Pelatihan digital pada sales marketing



Gambar 4.2 pelatihan digital pada sales marketing

Hasil dari pelatihan digital marketing memungkinkan dapat melakukan pengukuran respon konsumen dengan cepat dan akurat dan murah. Dan kegiatan ini bisa dilakukan tanpa beranjak dari tempat duduk.

- c. Membuat video Marketing, berikut link video marketing



Gambar 4.3 foto dalam video marketing

[https://www.instagram.com/tv/CS0\\_zjOn7Vv/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CS0_zjOn7Vv/?utm_medium=copy_link)

Hasil dari membuat video marketing dapat membangun kepercayaan dan mudah menarik emosi calon konsumen, dan dapat membantu meningkatkan konversi penjualan.

- d. Melakukan sosialisasi Prokes dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan



Gambar 4.4. Sosialisasi Prokes terhadap Sales

- e. Melakukan wawancara terhadap sales marketing dalam target penjualan



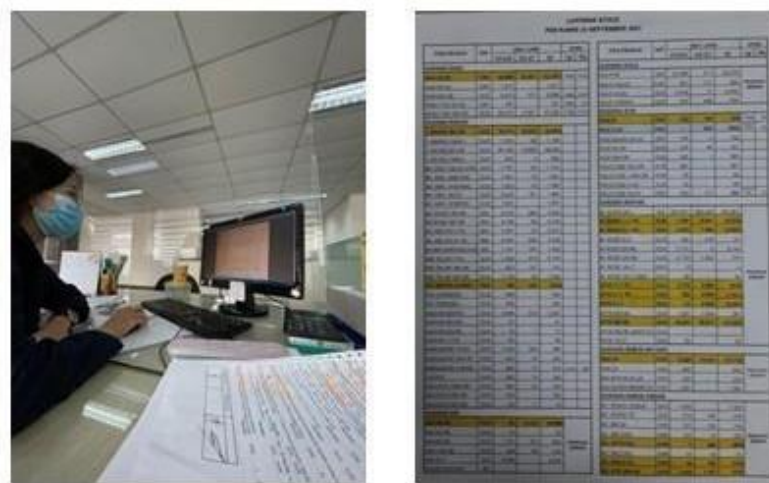
Gambar 4.5 wawancara terhadap sales marketing

- f. Memberikan layanan penjualan lewat online yang saya buat untuk membantu penjualan divisi Marketing



Gambar 4.6 Layanan Penjualan Online

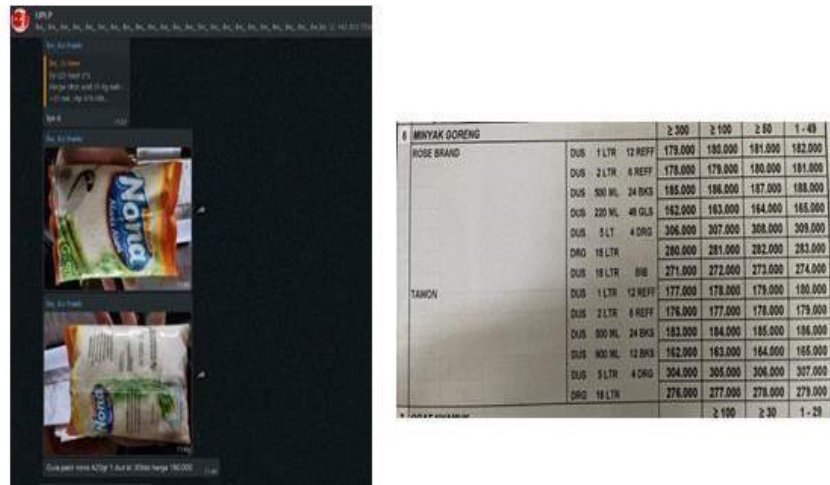
- g. Mengecek stock barang



Gambar 4.7 mengecek stock barang



- h. Melihat dan mencari info harga kompetitor lain



Gambar 4.8 melihat harga kompetitor

- i. Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan divisi Marketing Pt. Sungai Budi Group



Gambar 4.9 evaluasi kinerja karyawan

j. Membuat poster Protokol Kesehatan



Gambar 4.10 poster protol kesehatan

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan Hasil di atas, Peningkatan dan melakukan berbagai kegiatan pada PT. Sungai Budi Group divisi Marketing kota Bandar Lampung membutuhkan suatu kegiatan evaluasi dan sharing untuk meningkatkan strategi penjualan dilakukan pada seminggu sekali agar memudahkan dan mengetahui kendala pada setiap sales. Berikut pembahasan terkait program kerja yang dilakukan selama kurang lebih 1 bulan pada divisi Marketing PT. Sungai Budi Group :

### 1. Melakukan pelatihan peningkatan kinerja karyawan

Sebelumnya belum adanya peningkatan kinerja karyawan divisi marketing hanya mengadakan pertemuan secara langsung untuk membicarakan tentang penjualan, target saja, dengan kegiatan ini pelatihan peningkatan kinerja karyawan lebih membahas secara keseluruhan. Seperti langkah-langkah dalam menjalankan penjualan, Supervisor masing-masing daerah memberikan info

tentang bagaimana kondisi penjualan di daerah masing-masing, seperti **Bandar Lampung** yang memiliki banyak peminatan di Produk Minyak, Tepung Beras, Sagu Tani, Bihun Jagung dan mengalami kendala di produk yang lainnya, **Lampung Tengah** mengalami kendala dalam menjual produk Tepung beras dan ketan dikarenakan harga yang terus menaik dan banyak kompetitor yang masuk, **Lampung Utara** mengalami kendala dalam menjual produk Gula dan Minyak dikarenakan banyak nya kompetitor yang masuk kedalam daerah tersebut.

2. Pelatihan digital pada sales marketing

Sebelumnya belum ada kegiatan pelatihan digital pada sales marketing. Jika Melihat kondisi pasar dan toko pelanggan dapat melihat bagaimana menjalankan tugas di lapangan disetiap daerah. Dan jika terdapat toko-toko yang tutup dan pasar yang sepi akan menjadi bukti untuk perusahaan bahwa terdapat kendala dalam menjalankan penjualan barang.

3. Membuat video Marketing

Sebelumnya belum adanya pembuatan video marketing adapun tujuan membuat video marketing agar memudahkan calon costumer untuk mengetahui barang yang dijual, agar video yang dibuat bisa dilihat banyak orang dan membuat ketertarikan calon costumer untuk membeli barang, dan hal ini salah satu dalam strategi penjualan, yang dimana pada jaman sekarang banyak kompetitor lain yang menggunakan video marketing dalam memasarkan produk yang mereka jual. Dengan adanya video marketing pada saat ini sudah terdapat costumer yang memesan secara online untuk membantu target penjualan.

4. Melakukan sosialisasi Prokes dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan

Sebelum melakukan kegiatan ini perusahaan hanya memberikan peringat untuk mengikuti protokol kesehatan tanpa adanya memberikan sosialisasi secara langsung bagaimana bahayanya virus Covid-19, dengan menerapkan sosialisasi ini karyawan lebih memperhatikan kebersihan dan menjaga diri dari virus Covid-19.

5. Memberikan layanan penjualan lewat online yang saya buat untuk membantu penjualan divisi Marketing

Sebelum adanya layanan secara online masyarakat yang mengalami karantina atau takut keluar rumah dengan adanya virus Covid-19 tidak bisa membeli produk jika tidak datang secara langsung, dengan adanya program penjualan online dengan dapat membuat masyarakat bisa membeli hanya lewat rumah saja, dan produk akan sampai ke tempat tujuan tanpa repot keluar rumah, katalog penjualan ini sebagai media promosi katalog produk memegang tugas yang besar bagi perusahaan. karna berperan dalam rangka mempromosikan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itulah sangat penting untuk memastikan bahwa katalog produk yang direncanakan sudah sesuai dengan citra yang branding oleh perusahaan PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung.

6. Mengecek stock barang

Tujuan nya untuk mengetahui ukuran stock barang yang bisa keluar pada perhari nya, agar tidak terjadi keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan, karna dilihat dari kendala pun terdapat adanya keterlambatan pengiriman barang yang diakibatkan kurangnya stock barang di Gudang.

7. Melihat dan mencari info harga kompetitor lain

Untuk mengetahui penurunannya penjualan atau banyaknya datang kompetitor baru dipasar harus mengetahui harga jual produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Dengan Melihat harga kompetitor lain guna untuk bisa mengukur seberapa jauh harga dan kualitas produk kompetitor lain, guna bisa menjadikan perbandingan harga untuk kedepannya.

8. Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan divisi Marketing Pt. Sungai Budi Group

Melakukan evaluasi kinerja terhadap sales marketing yang sudah disosialisasikan sebelumnya, agar mengetahui sejauh mana tingkat penjualan dan penerapan yang dilakukan dengan sales Marketing PT. Sungai Budi Group.

#### 9. Membuat poster Protokol Kesehatan

Sebelumnya adanya poster protokol kesehatan di beberapa tempat yang bisa diakses oleh orang luar terdapat kerumunan dikarenakan tidak adanya menjaga jarak disaat menunggu antrian. Dengan membuat poster protokol Kesehatan dan menempelkan poster tersebut diberbagai tempat yang diijinkan oleh atasan dapat memberikan peringatan betapa pentingnya Protokol Kesehatan untuk tamu, pelanggan dan karyawan PT. Sungai Budi Group dalam melindungi diri sendiri agar terhindar dari Virus Corona.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengenalkan maupun menawarkan produknya kepada konsumen. Dari temuan masalah dan teori yang saya gunakan dapat disimpulkan yaitu dalam melakukan penjualan perlu adanya strategi dalam memasarkan produk, dan juga adanya timbal balik terhadap karyawan yang mencapai target penjualan.

Pada masa saat ini Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap penjualan dan mengalami perbedaan yang lumayan jauh sebelum adanya Pandemi saat ini, perlu adanya strategi dalam memasarkan produk yang dijual. Dari berbagai bahasan penjualan PT. Sungai Budi Group dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelatihan peningkatan kinerja karyawan kini sudah dijalankan dengan baik dan secara rutin oleh kepala bagian untuk lebih memperhatikan kinerja karyawan.
2. Pelatihan digital pada sales marketing dalam kondisi pasar saat ini sudah dilakukan dengan karyawan guna mencari informasi dengan baik antar sesama karyawan.
3. Dengan adanya video Marketing dapat memudahkan calon customer untuk mengetahui barang yang dijual, dan hal ini salah satu dalam strategi penjualan, yang dimana pada jaman sekarang banyak kompetitor lain yang menggunakan video marketing dalam memasarkan produk yang mereka jual.
4. Dengan Melakukan sosialisasi Prokes dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan karyawan kini jauh lebih memperhatikan kebersihan diri sendiri untuk melindungi dari virus Covid-19, dan sales marketing kini sudah melakukan vaksin setelah adanya sosialisasi protokol kesehatan sesuai dengan perintah perusahaan.
5. Dengan melakukan wawancara terhadap sales marketing dalam target penjualan secara langsung dapat mengetahui kendala apa saja yang mereka alami disaat menjual barang dimasa Pandemi Covid-19 karna terjadi perbedaan

yang lumayan drastis dengan begitu perusahaan dapat memberikan kemudahan atau meminimalisirkan target penjualan

6. Memberikan layanan penjualan lewat online hasilnya dapat memberikan kenaikan peningkatan penjualan pada divisi marketing karna sebagai media promosi katalog produk memegang tugas yang besar bagi perusahaan. Dan berperan dalam rangka mempromosikan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itulah sangat penting untuk memastikan bahwa katalog produk yang direncanakan sudah sesuai dengan citra yang di branding oleh perusahaan PT. Sungai Budi Group Bandar Lampung.
7. Dengan melakukan pengecekan stock barang dapat mengetahui ukuran stock barang yang bisa keluar pada perhari nya, agar tidak terjadi keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan, karna dilihat dari kendala pun terdapat adanya aketerlambatan pengiriman barang yang diakibatkan kurangnya stock barang di Gudang.
8. Dengan melihat dan mencari info harga kompetitor lain agar bisa mengukur seberapa jauh harga dan kualitas produk kompetitor lain, guna bisa menjadikan perbandingan harga untuk kedepannya, agar barang yang ditawarkan kepada konsumen dapat bersaing dipasar dengan mudah.
9. Dengan adanya kegiatan evaluasi kinerja terhadap sales marketing yang sudah disosialisasikan sebelumnya, agar mengetahui sejauh mana tingkat penjualan dan penerapan yang dilakukan dengan sales Marketing PT. Sungai Budi Group, dan sales lebih semangat untuk mencapai target dengan adanya kompensasi yang diberikan oleh perusahaan.
10. Menempelkan poster protokol Kesehatan tersebut diberbagai tempat yang diijinkan oleh atasan, bisa menjadi peringatan betapa pentingnya Protokol Kesehatan untuk tamu, pelanggan dan karyawan PT. Sungai Budi Group untuk melindungi diri sendiri dan memutuskan rantai virus Covid-19.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan kegiatan kerja praktek selama satu bulan di PT. Sungai Budi Group. Saya memberikan saran sesuai dengan pengamatan pada saat melakukan Kerja Praktek mungkin bisa bermanfaat untuk PT. Sungai Budi Group divisi Marketing dan bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya agar dapat berguna untuk membangun kemajuan pada perusahaan, mahasiswa ataupun institut Darmajaya. Berikut beberapa saran yang diberikan :

1. Bagi PT. Sungai Budi Group

Dengan sudah terlaksananya kerja praktek agar dapat dimanfaatkan secara maksimal pada jangka waktu panjang agar pencapaian penjualan pada perusahaan dapat berjalan dengan baik dan menjadi suatu strategi dalam memasarkan produk.

2. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Dapat memberikan kesempatan lebih untuk mahasiswa dalam menjalankan kerja praktek dikarenakan masih adanya permasalahan yang belum terselesaikan terkait pelaksanaan Kerja Praktek pada tahun ini belum begitu optimal dalam menjalankan program studi Kerja Praktek.

3. Bagi Mahasiswa/i

Sebaiknya sebagai mahasiswa/i yang mengambil studi Kerja Praktek lebih mengerti atau paham akan masalah yang dialami oleh tempat kerja praktek guna memperlancar kegiatan kerja praktek dengan sangat matang sehingga terjalin kerjasama yang lebih baik antara mahasiswa dan tempat kerja praktek.



## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Maulana Irfanudin Pelatihan Digital Marketing untuk Pengembangan Sumber Daya Manusia diakses pada [https://www.researchgate.net/publication/341936944\\_PELATIHAN\\_DIGITAL\\_MARKETING\\_UNTUK\\_PENGEMBANGAN\\_SUMBER\\_DAYA\\_MANUSIA](https://www.researchgate.net/publication/341936944_PELATIHAN_DIGITAL_MARKETING_UNTUK_PENGEMBANGAN_SUMBER_DAYA_MANUSIA)

D Sanjaya 2019. *Peningkatan Kinerja Karyawan*. Diakses pada <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/5193/2/BAB%20I.pdf>

Kotler dan Amstrong. *Pengertian Strategi Pemasaran* <https://projasaweb.com/pengertian-strategi-pemasaran/?amp>

Nugroho. F 2021. *Pengertian Manajemen, Tujuan, Fungsi*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/manajemen-administrasi/>

Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli. Diakses pada <https://m.bola.com/amp/4668904/pengertian-manajemen-menurut-paraahli-ketahui-fungsi-dan-tujuannya>

*Digital Marketing* <https://www.dhadiqital.com/berikut-ini-daftar-pekerjaandigital-marketer-di-perusahaan/> (harmony.co.id) tahun 2021

*Strategi Pemasaran* <https://www.harmony.co.id/blog/perbedaan-konseppenjualan-dan-konsep-pemasaran>

## LAMPIRAN

### 1. Permintaan persetujuan Study Kerja Praktek



[https://www.instagram.com/p/CStjz9OHb8j/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CStjz9OHb8j/?utm_medium=copy_link)

### 2. Meningkatkan Kinerja Karyawan pada Spv Marketing



[https://www.instagram.com/p/CSx0CeAFJv7/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CSx0CeAFJv7/?utm_medium=copy_link)

### 3. Video Marketing Produk Perusahaan



[https://www.instagram.com/tv/CS0\\_zjOn7Vv/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CS0_zjOn7Vv/?utm_medium=copy_link)

### 4. Katalog Produk Penjualan

**PROMO**

**Diskon**  
Pembelian diatas 1 Juta  
5% Mnyak Goreng  
10% Item lainnya  
\*Diskon tidak berlaku untuk produk Duka Kencana Premium / Tabur

**Hadiah Menarik**  
Setiap transaksi akan diundi untuk memenangkan hadiah info pemesanan melalui IG & FB  
@rosekuliner  
@rosebrandofficial

**HOW TO ORDER**

**Langkah 1**  
Tuliskan pesanan kamu melalui WA. Sebaik format pemesanan (WA ke 0853-6809-9669)

**Langkah 2**  
Transfer & Kirimkan buktinya melalui WA. No. Ref. musti peng terima di cover kuning

**Langkah 3**  
Tim Kami akan mengkonfirmasi pesanan Anda

**Langkah 4**  
Pesanan Kamu Sedang Diproses untuk pengiriman (max 2 hari)

**Langkah 5**  
Pesanan Kamu sampai ke tempat tujuan

**FORMAT PEMESANAN**

FORMAT	CONTOH
Nama	John
Nomor HP	0896-1012-3456
Alamat Lengkap	Jl. Diponegoro nomor 10A, 10120
Kode Pos	Kecamatan Gambak
Kecamatan	Kota Jakarta Pusat
Kota	Jl. Mawardi No 220A-1, 1
Produk	Mnyak Goreng Rose Brand 2 Liter (1)

**ROSE BRAND**  
HOME DELIVERY SERVICE

**GRATIS ONGKIR**  
MIN. ORDER Rp 300 Ribu

**Hadiah Menarik** | **Diskon Special** min Pembelian 1 Juta

**Order Time** 08.30-14.00 (Senin-Jumat) | **Cover Area** Lampung | **Max Waktu Pengiriman** 3 hari setelah Transfer

**Contact Person : Syifa 0853-6809-9669**

**Nomor Rekening**

BCA	020.339.4969	a/n PT. DARMA CEMERLANG ABADI
MANDIRI	114.00.208.19000	a/n PT. DARMA CEMERLANG ABADI
BNP	211.2011.522	a/n PT. DARMA CEMERLANG ABADI
BRI	0285.01.001.709.302	a/n PT. DARMA CEMERLANG ABADI

[https://www.instagram.com/p/CTn6n\\_DvMbn/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CTn6n_DvMbn/?utm_medium=copy_link)

## 5. Sosialisasi Protokol Kesehatan



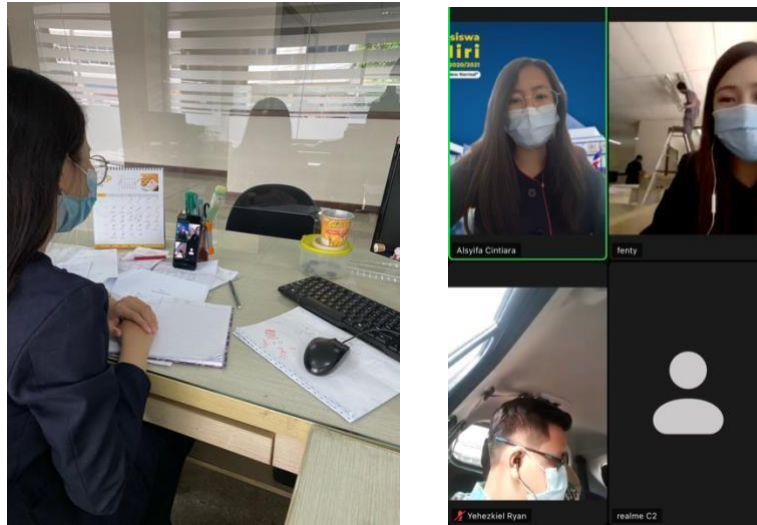
[https://www.instagram.com/p/CT0-e4eIQDa/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CT0-e4eIQDa/?utm_medium=copy_link)

## 6. Pelatihan Peningkatan Skill Penjualan



[https://www.instagram.com/p/CT0-e4eIQDa/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CT0-e4eIQDa/?utm_medium=copy_link)

## 7. Pelatihan Digital Marketing



[https://www.instagram.com/p/CT0-e4elQDa/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CT0-e4elQDa/?utm_medium=copy_link)

## 8. Pemasangan Poster Protokol Kesehatan



[https://www.instagram.com/p/CUWJWnwHa2/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUWJWnwHa2/?utm_medium=copy_link)

9. Foto Perusahaan

