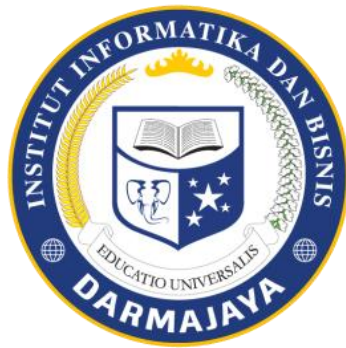


LAPORAN KERJA PRAKTEK
PENINGKATAN PRODUKTIVITAS PENJUALAN DENGAN STRATEGI
UP SELLING PT.SINERGI MITRA UTAMA DIVISI RESPIRO
GRAMEDIA RADEN INTAN BANDAR LAMPUNG



Disusun Oleh:

Dading Depati Alam
(NPM: 1812110185)

Dosen Pembimbing Lapangan
Besti Lilyana, S. H., M.M
(NIK: 00850304)

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2021

HALAMAN PENGESAHAN

***PENINGKATAN PRODUKTIVITAS PENJUALAN DENGAN STRATEGI
UP SELLING PT.SINERGI MITRA UTAMA DIVISI RESPIRO***

Oleh:

Dading Depati Alam

1812110185

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Besti Lilyana, S.H., M.M
NIK.00850304

Pembimbing Lapangan



Feby Juli Anggraini, S.E
NIP.049547

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Anggafia Wibasuri, S. Kom., M.M.
NIP.11310809



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Dading Depati Alam
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 2 Maret 2000
3. NPM : 1812110185
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Laki laki
6. Golongan Darah : A
7. Alamat : JL. Hi. Said Gg. Sadewa No. 32, Kota Baru,
Bandar Lampung
8. Nama Orang Tua :
 - 8.1. Ayah : Herman Nurdin
 - 8.2. Ibu : Haerani
9. Alamat : JL. Hi. Said Gg. Sadewa No. 32, Kota Baru,
Bandar Lampung
10. Riwayat Pendidikan :
 - 10.1 SD : SD Negeri 1 Tanjung Gading 2006-2012
 - 10.2 SMP : SMP Utama 2 Bandar Lampung 2012-2015
 - 10.3 SMA : SMK Negeri 4 Bandar Lampung 2015-2018
 - 10.4 Perguruan Tinggi : Institute Informatika dan Bisnis Darmajaya
2018-2022
11. Kerja Praktek :
 - 11.1 Pabrik Udang : PT. Sinergi Mitra Utama
 - 11.2 Devisi Penempatan : Respiro – Gramedia Raden Intan
 - 11.3 Masa Praktek : 16 Agustus 2021 – 16 September 2021

RINGKASAN

Pelaksanaan kerja praktek ini dilakukan pada 16 Agustus hingga 16 September 2021 di PT.Sinergi Mitra divisi Respiro Raden Intan , Bandar Lampung . Pelaksanaan kerja praktek ini dilakukan pada 16 Agustus hingga 16 September 2021 di PT.Sinergi Mitra divisi Respiro Raden Intan merupakan perusahaan retail yang bergerak di bidang produksi dan penjualan jaket khusus pengendara motor, sepatu, tas, dan perlengkapan pengendara motor. Ada banyak kegiatan yang dilakukan selama program praktik kerja diantaranya adalah belajar melakukan promosi produk baik secara online dan promosi langsung di gerai respiro, melaksanakan administrasi harian dan bulanan seperti stock opname, daily sale, daily report dan pengumpulan LPC. Selama pandemi Covid 19 promosi penjualan yang dilakukan secara langsung di konter tidak dapat dilakukan secara maksimal kaena adanya peraturan pembatasan kegiatan yang harus diikuti oleh seluruh badan usaha dan pelaku usaha lainnya sehingga hal ini berdampak terhadap menurunnya produktivitas penjualan.

Karena promosi penjualan secara tatap muka langsung sekarang dibatasi, maka perlu dilakukan trobosan pemilihan media promosi yang sesuai dengan kondisi masa kini. Instagram merupakan media social yang saat ini sangat banyak di gemari oleh masyarakat di hampir semua kalangan usia sehingga dirasa cocok untuk melakukan promosi melalui instagram. Landing page merupakan platform yang tidak hanya dapat melakukan promosi penjualan namun juga dapat menyediakan informasi produk sehingga pengunjung dapat memperoleh gambaran kelebihan produk dan

informasi lainnya dengan begitu dapat menimbulkan *implus buying* bagi pengunjung website. Dengan demikian media instagram dan landing page dirasa sangat cocok sebagai sarana promosi yang relevan dengan kondisi masa kini untuk peningkatan penjualan menggunakan strategi *Up Selling*.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga kami dapat menyelesaikan proposal kerja praktek ini. Adapun tujuan dari proposal kerja praktek ini adalah untuk melengkapi persyaratan yang harus dipenuhi supaya dapat melaksanakan kerja praktek di PT. Sinergi Mitra Utama , Kerja Praktek ini merupakan salah satu mata kuliah wajib pada semester VI di jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya , yang bertujuan agar mahasiswa dapat lebih memahami tentang dunia pemasaran di dalam suatu store sebagai SPB (*Sales Promotion Boy*) serta menambah wawasan mahasiswa tentang semua aspek yang berhubungan dengan pemasaran tersebut. Adapun rencana pelaksanaan kerja praktek ini adalah selama satu bulan di PT. Sinergi Mitra Utama, yaitu pada periode 16 Agustus – 16 September 2021. Selama pelaksanaan kerja praktek, mahasiswa akan dibimbing oleh dosen pembimbing kerja praktek dalam bentuk pemberian tugas khusus serta dari pihak PT. Sinergi Mitra Utama. Hasil kerja praktek ini nantinya akan disusun dalam bentuk Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek. Atas perhatian dan kerja sama yang diberikan oleh pihak PT. Sinergi Mitra Utama, saya ucapkan terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
RIWAYAT HIDUP	3
RINGKASAN.....	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	8
BAB I PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang Program KP	12
1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP	11
1.3 Manfaat dan Tujuan Program KP	12
Manfaat Program	12
Tujuan Program.....	15
1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Program	16
Tempat Pelaksanaan	16
Waktu Pelaksanaan	16
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
2.1 Sejarah Perusahaan	19
2.2 Visi, Misi Dan Nilai Perusahaan	22
Visi Perusahaan	22
Misi Perusahaan	23
2.3 Tugas Pokok.....	23
2.4 Lokasi Perusahaan	24

2.5	Struktur Organisasi Perusahaan	25
BAB III PERMASALAN PERUSAHAAN		28
3.1	Analisa Permasalahan Dalam Perusahaan	28
	Temuan masalah	28
3.2	Kerangka Pemecah Masalah.....	28
3.3	Perumusan Masalah	29
3.4	Landasan Teori	29
	Pengertian Pemasaran	29
	Tujuan Pemasaran.....	31
	Pengertian Up Selling	32
	Bentuk dan Jenis Bauran Promosi.....	33
	Metode yang digunakan	40
	Rancangan Program yang akan dibuat	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Hasil	44
4.2	Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	54
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lokasi Kerja Praktek.....	22
Gambar 4.1 Landing Page... ..	42
Gambar 4.2 Akun Instagram Respiro	43
Gambar 4.3 Pemasangan Promo.....	44
Gambar 4.4 Pengiriman jaket respiro.....	45
Gambar 4.5 konsumen bertanya.....	46
Gambar 4.5 konsumen beli jaket respiro.....	47

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kerja Praktek adalah kegiatan yang diselenggarakan oleh IIB Darmajaya sebagai program untuk mengetahui tolak ukur potensi yang ada pada diri Mahasiswa dan wujud bentuk aspiratif guna menjadikan Mahasiswa yang lebih inovatif, cerdas dan berpengetahuan tinggi dan dapat berguna bagi Nusa dan Bangsa. Adapun syarat untuk mengikuti program kerja praktek ialah mengikuti seleksi atau bagi Mahasiswa yang mengambil kelas ekstensi (kelas malam) dapat melampirkan berkas sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh IIB Darmajaya. Selain itu, diadakannya Kerja Praktek adalah salah satu syarat pengambilan skripsi yang wajib diambil dan dilaksanakan oleh Mahasiswa/i IIB Darmajaya

Pelaksanaan Kerja Praktek dilakukan saat proses pembelajaran dan ujian akhir semester telah selesai, kemudian diikuti pembekelan dari Institusi sebelum Mahasiswa di antar ke instansi yang akan menjadi tempat magang atau tempat Mahasiswa melakukan pekerjaan sesuai dengan jobdesk masing-masing instansi. Instansi yang menjadi tempat Kerja Praktek ialah perusahaan yang telah bekerjasama dengan IIB Darmajaya dan perusahaan yang diajukan oleh Mahasiswa kelas ekstensi (kelas malam) bagi Mahasiswa yang telah bekerja.

Dengan diselenggarakan program kerja praktek ini diharapkan dapat mewujudkan kampus yang memiliki mahasiswa dan pengajar yang handal dan mampu bersaing

dengan tingkat perkembangan yang ada di Nasional maupun Internasional , Praktek Kerja (KP) ini di lakukan di PT. Sinergi Mitra Utama divisi Respiro yang berlokasi di Gramedia Raden Intan , Bandar Lampung.

Respiro berdiri sejak tahun 2010, Terinspirasi oleh banyaknya pengguna sepeda motor di Indonesia. Hal ini menjadi latar belakang Respiro untuk menyediakan perlengkapan pengendara sepeda motor dari kepala sampai ujung kaki tanpa mengabaikan keselamatan dan kenyamanan pengendara. *Function Meets Fashion* adalah ide dibalik produk kami.

Respiro harus bisa menjawab tantangan yang diberikan oleh jutaan pengguna motor dan sepeda yang ada di Indonesia dengan menghadirkan produk-produk yang dapat meningkatkan keselamatan dan kenyamanan, bahkan rasa percaya diri penggunanya.

Respiro mempunyai visi dan misi Menjadi perusahaan inovasi yang mengedepankan teknologi dalam pengembangan produk perlengkapan bermotor dan bersepeda, fokus pada keselamatan, kenyamanan dan gaya hidup di negara tropis dan Menjadi perusahaan yang dibangun dengan semangat kekeluargaan dan didasari profesionalisme.

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP

Aktivitas terbatas waktu. Pada aktivitas jenis ini bekerja secara shift pagi dan shift siang di divisi Respiro Gramedia Raden Intan dan terlibat dalam kegiatan keseharian *up selling* dengan diberikan tugas tertentu yang umumnya dapat diselesaikan selama pelaksanaan KP. Ruang lingkup kerja penulis adalah di bagian SPB (Sales Promotion Boy) di Respiro , dimana mahasiswa mengikuti kegiatan- kegiatan *up selling* , penginputan data barang , merekap penjualan harian , melakukan repeat order setiap bulan , serta melakukan stock opname.

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

Kerja praktek diharapkan memberikan manfaat bagi mahasiswa dan perusahaan tempat mahasiswa melaksanakan kerja praktek. Manfaat yang dapat kita ambil dari kegiatan kerja praktek adalah sebagai berikut:

- a. Dapat mengetahui dan memahami permasalahan dan kebutuhan pekerjaan di tempat kerja praktek.
- b. Mampu beradaptasi dalam menghadapi lingkungan kerja setelah menyelesaikan studi.
- c. Mengetahui secara langsung peranan bidang ilmu komputer di tempat kerja praktek.

- d. Menyajikan hasil-hasil yang diperoleh selama kerja praktek dalam bentuk Laporan Kerja Praktik.
- e. Diharapkan hasil atau data yang diperoleh selama kerja praktek dapat dikembangkan menjadi Tugas Akhir atau Skripsi.

A. Bagi Mahasiswa

1. Mendapatkan pengalaman secara langsung dan mendapatkan keterampilan untuk melaksanakan program kerja pada perusahaan,
2. Mengenal pola kerja dan aturan – aturan untuk pekerja pada suatu perusahaan secara umum.
3. Menumbuhkan rasa tanggung jawab profesi di dalam dirinya melalui kerja praktek
4. Meningkatkan *softskill* dan mengaplikasikan *hardskill* yang diperoleh di perkuliahan

B. Bagi Perusahaan

1. Memberikan sarana untuk pengembangan sumber daya manusia Indonesia
2. Membantu menambahkan omset perusahaan dari hasil penjualan produk Respiro.

3. Laporan kerja praktek dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber informasi mengenai situasi umum institusi di tempat kerja praktek.

C. Bagi Perguruan Tinggi

1. Sebagai tolak ukur relevansi antara kurikulum yang diajarkan pada mahasiswa dengan kebutuhan yang ada di dunia kerja.
2. Memperluas jaringan kerjasama dengan perusahaan PT. Sinergi Mitra Utama maupun dengan pihak Gramedia Raden Intan , Bandar Lampung.
3. Mengetahui kebutuhan kompetensi lulusan yang diharapkan.
4. Menjadikan kerja praktek sebagai sarana bagi prodi dalam melakukan tracer study.

1.3.2 Tujuan

Adapun beberapa tujuan diadakanya praktek kerja ini adalah:

1. Menambah wawasan dan pengalaman berjualan di dunia pemasaran secara umum dan melatih kemampuan berkomunikasi serta mempromosikan produk Respiro di counter Respiro cabang Gramedia Raden Intan.
2. Mahasiswa memperoleh pengalaman belajar secara praktik sesuai dengan program studi masing-masing.
3. Mahasiswa memiliki gambaran nyata tentang lingkungan kerja.

4. Mahasiswa diharapkan memberikan manfaat dan wawasan baru bagi dirinya serta instansi tempat melaksanakan kerja praktek.
5. Mahasiswa memperoleh ilmu baru yang berguna dan menunjang keahliannya.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek (KP)

1.4.1 Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kerja praktek adalah di Gramedia Raden Intan , yang terletak di Jl. Raden Intan No. 63 , Enggal , Kota Bandar Lampung , Lampung.

1.4.2 waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan kerja praktek disesuaikan dengan kalender Akademik Institute Bisnis dan Informatika Darmajaya yang berlangsung selama satu bulan, yaitu pada tanggal 16 Agustus 2021 sampai dengan 16 September 2021

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menggambarkan tentang latar belakang, ruang lingkup kerja program Kerja Praktek , manfaat dan tujuan , waktu dan tempat pelaksanaan , rumusan masalah , Batasan masalah,realisasi kegiatan.

BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini disajikan informasi perusahaan yang dijadikan tempat praktek kerja lapangan. Informasi tersebut mengungkap tentang sejarah singkat perusahaan dan perkembangan perusahaan , visi dan misi perusahaan , produk produk perusahaan dan kegiatan kegiatan perusahaan.

BAB 3 PERMASALAHAN PERUSAHAAN

Pada bab ini menguraikan teori teori yang menerangkan permasalahan yang akan diringkas , Disajikan informasi secara spesifik situasi praktik kerja lapangan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil dari permasalahan perusahaan , pada bab ini disajikan informasi secara spesifik situasi praktik kerja lapangan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menarik kesimpulan berdasarkan kegiatan praktik kerja (KP) yang telah dilaksanakan selama 1 bulan dan memberikan saran saran yang memiliki sifat membangun agar dapat bermanfaat bagi perusahaan.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Pada awalnya Arif Gampang Utomo, sang pemilik brand Jaket Respiro merupakan seorang pegawai biasa di sebuah perusahaan pabrik tekstil ternama, tapi setelah ada perbedaan pendapat dengan pimpinan waktu itu akhirnya beliau menjadi bimbang. Waktu itu beliau sempat memikirkan untuk membuka usaha jaket, jika kondisi memang sudah tidak memungkinkan. Sambil menikmati sarapan pagi dengan udara sejuk di Padma Hotel bersama dengan tiga orang wartawan otomotif, maka beliau menjadi lebih semangat ketika menceritakan tentang adanya perbedaan pendapat dengan bos, karena hal ini memang sering terjadi diantara pimpinan dengan staf di banyak perusahaan.

Dengan ilmu tentang teknologi tekstil yang sudah beliau miliki, beliau pun semakin gerah dan sepertinya tak dapat bergerak lagi di perusahaan tekstil tersebut. Tetapi, untuk memulai usaha sempat bimbang karena itu butuh pengorbanan yang tidak sedikit, karena beliau harus memulainya dari nol dan jangan sampai mengorbankan keluarga, kemudian beliau menceritakan tentang tawaran dari sebuah perusahaan dengan gaji yang sangat menarik.

Ada sebuah perusahaan yang membuat kesepakatan dengan beliau serta menawarkan gaji 50 juta per bulan. Padahal, saat itu beliau hanya meminta gaji 30

juta per bulan. Berarti perusahaan tersebut memang benar-benar sedang membutuhkan seorang tenaga ahli jaket. Setelah ada tawaran dari seorang pengusaha jaket nasional dengan gaji tersebut, maka hal ini membuat beliau menjadi sadar jika dirinya memang seorang tenaga ahli yang dinilai sangat berharga pada saat itu. Setelah beliau memikirkan lebih dalam, maka pada akhirnya memutuskan dan memberanikan diri untuk berkarya dan memproduksi jaket sendiri dengan brand Respiro. Walaupun pada saat itu dengan kondisi yang tidak memungkinkan, tetapi mau tidak mau hal itu harus dimulai dari nol.

Respiro berdiri sejak tahun 2010, Terinspirasi oleh banyaknya pengguna sepeda motor di Indonesia. Hal ini menjadi latar belakang Respiro untuk menyediakan perlengkapan pengendara sepeda motor dari kepala sampai ujung kaki tanpa mengabaikan keselamatan dan kenyamanan pengendara. *Function Meets Fashion* adalah ide dibalik produk kami.

Respiro harus bisa menjawab tantangan yang diberikan oleh jutaan pengguna motor dan sepeda yang ada di Indonesia dengan menghadirkan produk-produk yang dapat meningkatkan keselamatan dan kenyamanan, bahkan rasa percaya diri penggunanya.

Berikut beberapa cabang Respiro di berbagai provinsi di Indonesia :

1. Respiro Indonesia perpusat di kota Bandung
2. Respiro Bekasi
3. Respiro Semarang
4. Respiro Palembang
5. Respiro Cimahi
6. Respiro Jakarta Barat
7. Respiro Jakarta Selatan
8. Respiro Madiun
9. Respiro Jogjakarta
10. Respiro Surabaya
11. Respiro Madiun
12. Respiro Kediri
13. Respiro Pontianak
14. Respiro Madiun
15. Respiro Solo
16. Respiro Cirebon
17. Respiro Malang
18. Respiro Depok
19. Respiro Manado
20. Respiro Balikpapan

21. Respiro Makassar
22. Respiro Cirebon
23. Respiro Bogor
24. Respiro Jakarta Timur
25. Respiro Bandar Lampung
26. Respiro Pekanbaru
27. Respiro Denpasar

2.2 Visi

Menjadi perusahaan inovasi yang mengedepankan teknologi dalam pengembangan produk perlengkapan bermotor dan bersepeda, fokus pada keselamatan, kenyamanan dan gaya hidup di negara tropis.

2.3 Misi

1. Menjadi perusahaan yang dibangun dengan semangat kekeluargaan dan didasari profesionalisme.
2. Menjadi perusahaan yang terdepan dalam inovasi dan teknologi produk perlengkapan motor dan sepeda.
3. Mengembangkan sistem distribusi produk yang terintegrasi secara offline maupun online
4. Mempersembahkan produk dengan layanan dan kualitas terbaik kepada pelanggan.

5. Perusahaan yang peduli pada keselamatan berkendara serta bermanfaat untuk masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

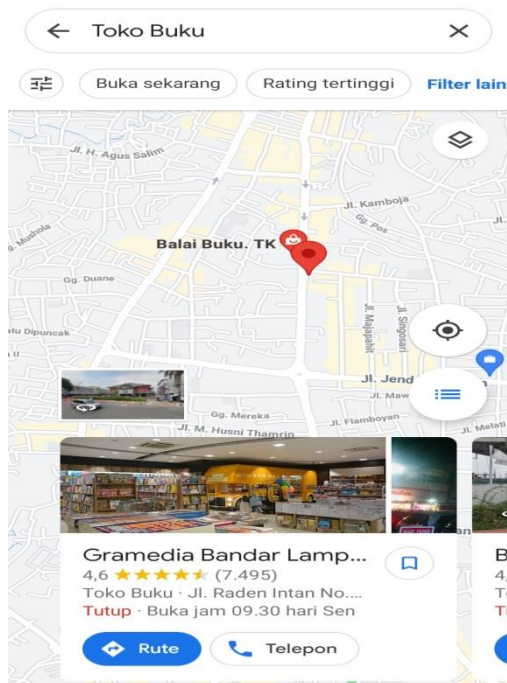
2.4 Kegiatan Utama Perusahaan

PT. Sinergi Mitra Utama adalah produsen perlengkapan pengendara sepeda motor dengan merek Respiro , Kegiatan utama dari PT. Sinergi Mitra Utama :

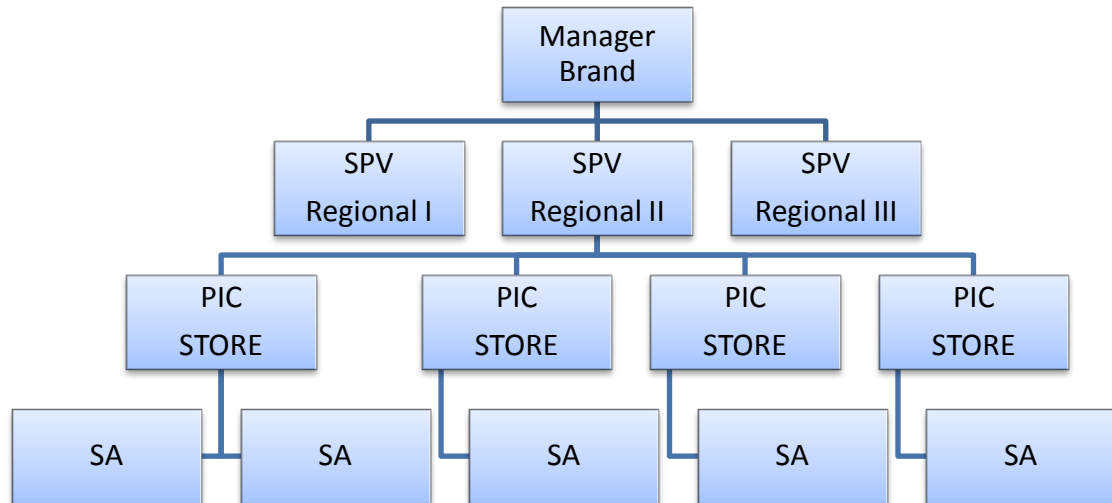
1. Produksi Jaket khusus pengendara motor yang berbahan *waterproof* agar pengendara motor terlindung dari hujan dan merasa nyaman dalam perjalanan meskipun cuaca sedang hujan , dan jaket Respiro memiliki ventilasi udara yang membuat para pengendara tidak merasa panas ketika di perjalanan. Setelah diproduksi jaket dikirimkan ke 27 cabang Respiro yang ada diseluruh Indonesia.
2. Melakukan Promosi menggunakan social media instagram dan landing page untuk meningkatkan penjualan produk Respiro.
3. Melakukan Administrasi daily sales , dan daily report
4. Pelayanan purna jual berupa garansi selama 6 bulan untuk jaket Respiro.

2.5 Lokasi

PT. Sinergi Mitra Utama divisi Respiro Bandar Lampung yang terletak di Gramedia Raden Intan di Jl. Raden Intan No. 63 , Enggal , Kota Bandar Lampung , Lampung.



Gambar 2.1 Lokasi Kerja Praktek



2.6 Struktur Organisasi

Struktur PT.Sinergi Mitra Utama terdiri atas :

A. Manager Brand

Bertugas Mengatur acara peluncuran produk pemotretan dan pameran , mengelola anggaran , mengawasi berbagai macam iklan , desain produk untuk menjaga konsistensi branding , mengembangkan strategi pemasaran dalam berbagai platform seperti media cetak , elektronik , digital , hingga billboard.

B. Supervisor (SPV) Regional

- SPV Regional 1
- SPV Regional II
- SPV Regional III

Bertugas monitoring produksi , pengawasan staf karyawan , melakukan instruksi kerja , bertanggung jawab dalam keamanan , keselamatan , atau kesehatan yang terancam.

C. PIC Store / Team Leader

Bertugas melaksanakan dan mempertimbangkan kegiatan perbaikan untuk mengendalikan kegiatan produksi yang tidak sesuai dengan aturan atau parameter yang ditetapkan dalam proses produksi.

D. SA/SPB (*Sales Promotion Boy*)

Bertugas memasarkan produk , membantu koordinator lapangan beserta supervisor untuk mengelola produk , penataan dan penjualan , mengajak konsumen mampir ke stand penjualan , memberikan penawaran sebuah produk , memperkenalkan sebuah produk dan memberikan informasi produk , melakukan pencatatan penjualan , memberikan informasi mengenai kekurangan dan kelebihan produk , melaksanakan perintah atasan dengan baik

BAB III

Permasalahan Perusahaan

3.1 Analisa Permasalahan Dalam Perusahaan

Dalam dunia bisnis pastinya akan selalu mendapatkan permasalahan yang harus selalu dihadapi. Terlebih dengan perkembangan dunia bisnis sekarang ini, pastinya akan muncul masalah-masalah baru yang melibatkan hampir di setiap aspek bisnis yang dimiliki. Apalagi sekarang sedang pandemi covid 19 yang mempengaruhi penjualan dan penurunan omset yang berdampak buruk bagi perusahaan, Dampak tersebut sangat dirasakan PT. Sinergi Mitra Utama divisi Respiro yang mengalami penurunan omset yang cukup besar dari penjualan jaket dan aksesoris produk Respiro masalah yang dihadapi oleh PT.Sinergi Mitra Utama adalah kurangnya media promosi atau platform untuk memberikan informasi produk Respiro yang harus dikembangkan lagi yang mempengaruhi peningkatan produktivitas perusahaan.

3.1.1 Temuan Masalah

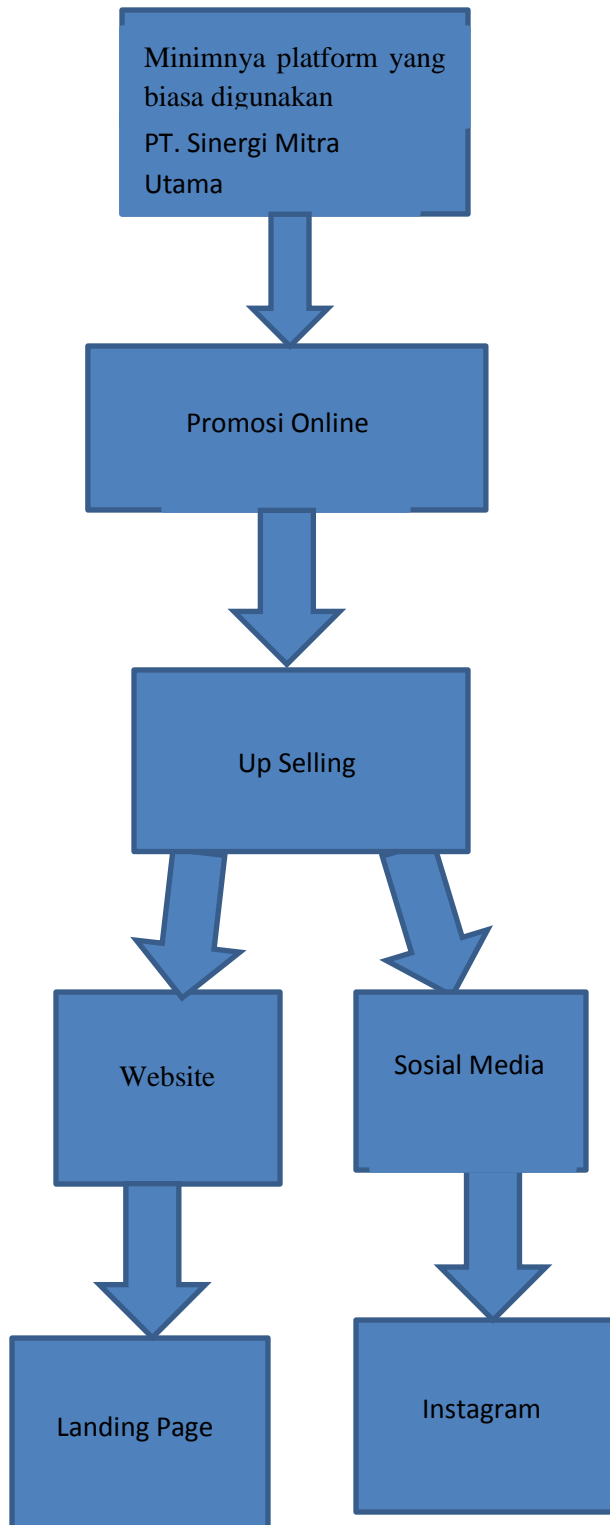
Peningkatan kualitas produk Respiro hal yang perlu dilakukan secara terencana, terarah, dan berkesinambungan dalam rangka meningkatkan pemasaran dan memberikan informasi mengenai produk Respiro.

Sasaran dari implementasi *Landing Page* ini adalah untuk meningkatkan kinerja pemasaran dan menarik pelanggan untuk bisa mengunjungi dan membeli produk Respiro.

Masalah yang dihadapi oleh PT.Sinergi Mitra Utama adalah kurangnya media atau platform untuk memberikan informasi produk Respiro yang harus dikembangkan lagi agar bisa mempengaruhi peningkatan penjualan.

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mempermudah dalam proses pemecahan masalah di atas maka sangat penting untuk memahami alurnya. Berikut adalah kerangka pemecahan masalah yang penulis susun untuk memudahkan dalam memahami.



3.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah yang terjadi, maka mahasiswa merumuskan masalah dalam Praktek kerja sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan produktivitas penjualan dengan strategi *up selling*?
2. Bagaimana menarik konsumen untuk membeli produk Respiro dengan strategi *Up Selling*?
3. Bagaimana PT. Sinergi Mitra Utama divisi Respiro promosikan produk respiro dengan strategi *up selling*?

3.3 Landasan Teori

3.3.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memasarkan atau mempromosikan produk atau layanannya. Pemasaran mencakup berbagai hal mulai dari pengiklanan, penjualan hingga pengiriman produk baik ke konsumen langsung atau ke perusahaan lain.

Dalam promosi ada target yang harus disesuaikan dengan produk yang dipasarkan. Tidak heran banyak suatu usaha yang melibatkan selebriti, selebgram dan lain sebagainya yang memiliki kepopuleran guna mendongkrak penjualan. Tidak hanya itu saja, dalam pemasaran ada bagian yang bertugas membuat desain atau kemasan semenarik mungkin dengan tujuan membuat konsumen tertarik melihatnya.

Dengan adanya pemasaran akan membantu para konsumen untuk memudahkan menemukan produk sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Bahkan ketika pemasaran sudah sesuai dengan target yang diharapkan maka keuntungan yang didapat perusahaan adalah perusahaan akan mendapat banyak pembeli dan mendapat banyak keuntungan.

Definisi pemasaran menurut William J Stanton, Pemasaran yakni adalah sistem secara keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis atau usaha yakni yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, mempromosikan barang dan jasa, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen. Pemasaran merupakan kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia serta dalam arti bisnis. Pemasaran adalah sistem dari sebuah sistem kegiatan bisnis yang direncanakan, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan besar.

Definisi pemasaran Swastha & Irawan , 2008:5 Menurut mereka, pemasaran yakni salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar.

Definisi pemasaran menurut Basu & Hani 2004:4 mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian pemasaran yang meliputi beberapa proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan juga jasa, penetapan harga barang dan

jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusian yang semuanya memiliki tujuan yakni untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan dari proses pemasaran yang mereka lakukan..

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen , konsep pemasaran dapat dicapai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijaksanaan produk , harga , promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen sarannya.

3.3.2 Tujuan Pemasaran

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya (H. Indriyo Gitosudarmo M.Com, 2000:237).

3.3.3 Pengertian Up selling

Upselling adalah strategi penjualan di mana penjual mendorong pelanggan untuk membelanjakan lebih banyak dengan merekomendasikan alternatif yang mahal, ditingkatkan, atau premium dari pertimbangan saat ini untuk memaksimalkan nilai pembelian dan meningkatkan keuntungan dalam bisnis.

Idenya adalah membuat pelanggan membelanjakan lebih dari yang semula mereka pikirkan dengan penawaran menarik yang perusahaan berikan.

3.3.4 Bentuk Dan Jenis Bauran Promosi

Alat promosi pemasaran yang sering digunakan dalam mengkomunikasikan produk menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran alih bahasa Hendra Teguh (2002:643) adalah :

a. Periklanan (*Advertising*)

Semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu. Karena banyaknya bentuk dan penggunaan periklanan, sangat sulit untuk membuat generalisasi yang merangkum semuanya. Namun sifat-sifat berikut dapat diperhatikan :

1. Generalisasi umum, periklanan yang bersifat umum memberikan semacam keabsahan pada produk dan menyarankan tawaran yang

terstandarisasi. Karena banyak orang menerima pesan yang sama, pembeli mengetahui bahwa motif mereka untuk membeli produk tersebut akan dimaklumi oleh umum.

2. Tersebar luas. Periklanan adalah medium yang berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang pesan berkali-kali. Iklan juga memungkinkan pembeli menerima dan membandingkan pesan dari berbagai pesaing.
3. Ekspresi yang lebih kuat. Periklanan memberikan peluang untuk mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara, dan warna yang penuh seni.
4. Tidak bersifat pribadi. Audiens tidak merasa wajib untuk memperhatikan atau menanggapi. Iklan hanya mampu melakukan monolog, bukan dialog, dengan audiens.

Ada beberapa jenis iklan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai (Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran, Alih bahasa Hendra Teguh (2002:658)) :

1. Periklanan persuasif yaitu periklanan yang digunakan untuk membangun permintaan selektif akan suatu merek dengan cara meyakinkan konsumen bahwa merek tersebut adalah merek terbaik dikelasnya.

2. Iklan informatif yaitu periklanan yang digunakan untuk memberi informasi kepada konsumen mengenai suatu produk atau kelengkapan baru atau membangun permintaan awal.
3. Iklan perbandingan yaitu iklan yang secara langsung atau tidak langsung membandingkan satu merek dengan merek satu atau sejumlah merek yang lain.
4. Iklan pengingat yaitu iklan yang digunakan untuk menjaga agar konsumen tetap berfikir mengenai suatu produk.

Periklanan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang bagi suatu produk, dan sisi lain, mempercepat penjualan. Periklanan dapat secara efisien menjangkau berbagai pembeli yang tersebar secara geografis.

b. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih, guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan. Tahap yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengelola tenaga penjual adalah :

1. Merancang strategi dan struktur armada penjualan.
2. Merekrut dan menyeleksi tenaga penjual.
3. Melatih tenaga penjual.
4. Memberi kompensasi tenaga penjualan.

5. Mensuervisi tenaga penjual.

6. Mengevaluasi tenaga penjual.

Penjualan personil memiliki tiga ciri khusus (Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran, alih bahasa Hendra Teguh (2002:644) yaitu :

1. Konfrontasi personal. Penjualan personal mencakup hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak dapat mengobservasi reaksi dari pihak lain yang lebih dekat.
2. Mempererat. Penjualan personal memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan mulai dari hubungan penjualan sampai hubungan persahabatan. Wiraniaga biasanya sudah benar-benar mengetahui minat pelanggan yang terbaik.
3. Tanggapan. Penjualan personal membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan wiraniaga.

c. Pemasaran Langsung (*Dirrect Selling*)

Penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail, dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu. niaga. Meskipun beragam bentuknya, karakter umum dari

pemasaran langsung adalah sebagai berikut (Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran, alih bahasa Hendra Teguh (2002:645) Nonpublik, pesan biasanya ditujukan kepada orang tertentu.

1. Disesuaikan, pesan dapat disiapkan untuk menarik orang yang dituju.
2. Terbaru, pesan dapat disiapkan dengan sangat cepat dan sesuai kondisi.
3. Interaktif, pesan dapat diubah tergantung pada tanggapan orang tersebut

d. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Jenis-jenis alat promosi penjualan menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam buku Manajemen Pemasaran alih bahasa Hendra Teguh (2002:684) yaitu :

1. Kupon yaitu sertifikat yang memberi pembeli potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
2. Kontes, undian, permainan yaitu kegiatan promosi yang memberi konsumen peluang untuk memenangkan sesuatu seperti uang atau barang, entah dengan keberuntungan atau dengan usaha ekstra.

3. Sampel yaitu sejumlah kecil produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk dicoba.
4. Tawaran pengembalian uang (rabat)
5. Paket harga yaitu pengurangan harga yang dicantumkan oleh produsen langsung pada label atau kemasan
6. Hadiah yaitu barang yang ditawarkan secara cuma-cuma atau dengan harga sangat miring sebagai insentif untuk membeli suatu produk.
7. Penghargaan atas kesetiaan
8. Barang promosi memberikan barang secara cuma – cuma yang berkaitan dengan produk yang dijual
9. Promotion point of purchase yaitu menyediakan titik/pusat pembelian yang tidak permanen untuk produk yang sedang dipromosikan.

Semua jenis alat promosi penjualan memberikan tiga manfaat yang berbeda (Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran, alih bahasa Hendra Teguh (2002:644) yaitu :

1. Komunikasi. Promosi penjualan menarik perhatian dan biasanya memberikan informasi yang dapat mengarahkan konsumen keproduk bersangkutan.

2. Insentif. Promosi penjualan menggabungkan sejumlah kebebasan, dorongan, atau kontribusi yang memberi nilai bagi pelanggan.

3. Ajakan. Promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.

e. Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relation and Publicity*)

Berbagai program untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau masing-masing produknya. Departemen hubungan masyarakat biasanya melakukan fungsi-fungsi dibawah ini (Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran, alih bahasa Hendra Teguh (2002:644) :

1. Hubungan pers dan aktivitas pers. Menciptakan dan menempatkan informasi bernilai berita dalam media untuk menarik perhatian terhadap orang, produk, atau jasa.
2. Publisitas produk, yaitu mempublikasikan produk tertentu (terutama produk baru) kepada masyarakat.
3. Kegiatan masyarakat., memupuk dan mempertahankan hubungan komunitas nasional atau lokal.
4. Melobi, yaitu membangun dan mempertahankan hubungan dengan anggota birokrasi/pemerintahan.

5. Hubungan investor yaitu mempertahankan hubungan dengan pemegang saham dan relasi bisnis lainnya.

3.3.5 Metode yang di gunakan untuk peningkatan penjualan

1. Personal selling

Tahap ini merupakan langkah awal dengan melakukan personal selling yang dapat dikatakan sebagai penyampaian informasi lisan secara langsung agar merangsang niat membeli calon konsumen terhadap jaket dan aksesoris Respiro.

Manfaat personal selling adalah sebagai berikut:

- A. Prospecting yaitu mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka.
- B. Targeting yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjual demi pembeli.
- C. Communicating yaitu memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan.
- D. Selling yaitu mendekati, mempresentasikan dan mendemonstrasikan produk kepada pelanggan.
- E. Servicing yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.
- F. Information gathering yakni melakukan riset dan intelijen pasar
- G. Allocation yaitu menentukan pelanggan yang dituju.

2. Advertising (Periklanan)

Tahap berikutnya adalah Advertising itu penting karena advertising yang tepat dapat menciptakan kesadaran dan pengetahuan tentang produk atau fitur-fitur baru dari produk Respiro yang sudah ada.

Melalui periklanan, perusahaan berharap dapat memberikan informasi yang akurat tentang kegunaan, kualitas serta manfaat-manfaat yang relevan dengan produk yang ditawarkan.

3. Sales Promotion

Tahap ini merupakan promosi peningkatan penjualan dengan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk Respiro.

Promosi penjualan bisa termasuk berbagai jenis peralatan yang mempunyai sifat unik seperti kupon, perlombaan, pemotongan harga, hadiah dan lain-lain.

Tujuan – tujuan promosi penjualan tersebut dapat digeneralisasikan sebagai berikut :

- A. Meningkatkan permintaan dari para pemakai industrial dan konsumen akhir
- B. Meningkatkan kinerja pemasaran jika menggunakan perantara
- C. Mendukung dan mengkoordinasikan kegiatan personal selling dan iklan.

3.3.6 Rancangan Program yang akan dibuat

Dari permasalahan yang terjadi melihat ada beberapa cara untuk menerapkan manajemen pemasaran dalam peningkatan penjualan pemasaran di PT. Sinergi Mitra Utama divisi Respiro sebagai berikut :

Program ini memiliki peran yang sangat berdampak bagi perusahaan untuk mempertahankan perusahaannya dan meningkatkan pemasaran melalui E-marketing berbasis Sosial media , web atau platform atau biasa disebut Landing page . Dalam hal ini membutuhkan pemilihan strategi yang tepat, kreatifitas dan keterampilan komunikasi.

Landing Page merupakan sebuah bentuk halaman web yang sering digunakan untuk kepentingan marketing dan promosi, Dikutip dari jurnalweb.Com Landing Page adalah sebuah halaman web yang muncul saat pengguna meng-klik iklan PPC (Pay-Per Click) atau hasil link tujuan yang muncul dari mesin pencari.

Mengadakan promo harga diskon dan harga special untuk jaket dan aksesoris dari Respiro , menarik minat para konsumen untuk membeli produk Respiro yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan. Diskon menarik lebih banyak orang, maka Respiro akan memiliki lebih banyak pembeli potensial sebab orang akan melihat-lihat produk Respiro sebelum melakukan pembelian , mempengaruhi reputasi perusahaan yang dapat memberikan diskon kepada orang-orang yang berada dalam situasi sulit atau yang mungkin memiliki kesulitan keuangan karena kurangnya pendapatan , dengan memberikan diskon pada kalangan masyarakat tersebut

menunjukkan bahwa bisnis itu berupaya membantu orang dan Menawarkan diskon dapat membantu bisnis dalam mencapai bahkan melampaui target angka penjualan yang direncanakan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL

Landing Page atau Website dibuat untuk mempermudah konsumen mencari dan membeli produk Respiro yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan (*up Selling*) dan dengan Mempunyai akun media social seperti instagram mempermudah untuk mempromosikan dan memberikan informasi terkait produk Respiro yang mempengaruhi minat konsumen terhadap produk Respiro.

Dibawah ini merupakan hasil program 1 yang telah diimplementasikan di PT.Sinergi Mitra Utama divisi Respiro



Gambar 4.1
Landing Page atau Website Respiro



Gambar 4.2

Akun Instagram Respiro Bandar Lampung

Strategi ini merupakan Bagian *Up Selling* dengan memasang diskon atau special price dapat membuat konsumen baru tertarik untuk mencoba produk Respiro. Alasannya, harga yang lebih murah berarti risikonya lebih sedikit bagi mereka. Dari pada membeli jaket di toko online lain yang lebih mahal, mereka akan memutuskan untuk membeli produk Respiro yang memberikan harga miring. Apalagi jika masa promosi diskon memiliki batas waktu, maka mereka jadi punya pertimbangan untuk mencoba produk Respiro sekarang dari pada terlewatkan, selain itu Penawaran diskon akan menarik perhatian calon konsumen potensial. Konsumen baru akan melirik dan konsumen lama akan tertarik untuk kembali berbelanja, Penjualan dapat meningkat pesat, Banyak konsumen baru maupun lama yang akan memborong

produk Respiro dan menghabiskan stok lama yang tidak laku, maka dengan memberikan diskon dan special price bisa menghabiskan stok lama dalam waktu cepat dengan cara menjualnya lebih murah. Dengan memberikan potongan harga besar-besaran, produk tersebut kemungkinan besar bisa segera terjual, Makanya, banyak pebisnis yang suka memberikan diskon saat akan melakukan cuci gudang.

Dibawah ini gambar promo terbaru yang merupakan hasil program 2 yang telah di pasang di Counter Respiro

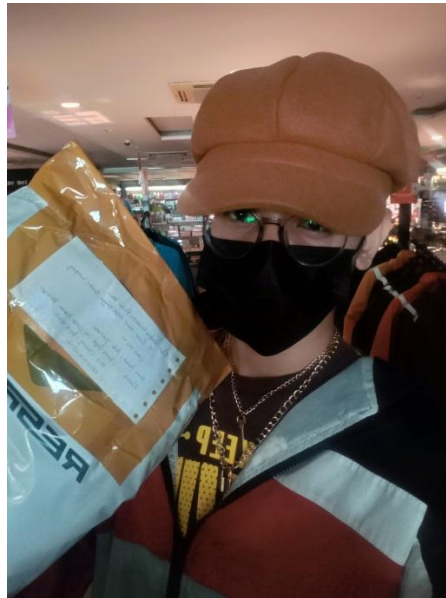


Gambar 4.3

Pemasangan promo Diskon up to 50% dan Special price untuk jaket dan aksesoris Respiro hingga 10 oktober 2021.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan program 1 Landing Page dan media sosial digunakan sebagai strategi marketing dan Peningkatan penjualan , Hal ini dilakukan agar membuat konsumen yang membuka website maupun akun instagram Respiro tersebut tertarik untuk mengetahui produk Respiro yang dijual , dan dampak dari program ini sangat mempengaruhi peningkatan penjualan dan banyak dari luar Lampung yang membeli produk Respiro lewat Media social maupun Website.



Gambar 4.4

Pengiriman paket jaket untuk orderan konsumen di jawa barat , berkat Landing Page dan social media.

Dari gambar dibawah ini dapat disimpulkan bahwa dengan mempromosikan produk lewat media social maupun Landing page dapat mempengaruhi minat konsumen , peningkatan penjualan dan respon positif dari para konsumen yang mempengaruhi reputasi perusahaan.

Menggunakan strategi *Up Selling* dengan memasang Diskon atau special Price dapat membuat konsumen baru tertarik untuk mencoba produk Respiro. Alasannya, harga yang lebih murah berarti resikonya lebih sedikit bagi mereka, Dari pada membeli jaket di toko online lain yang lebih mahal, mereka akan memutuskan untuk membeli produk Respiro yang memberikan harga miring.



Gambar 4.5

Konsumen yang bertanya seputar produk Respiro dan Konsumen yang membeli produk Respiro lewat Instagram.

Dari gambar dibawah ini dapat disimpulkan bahwa dengan memasang harga diskon dan special price sangat mempengaruhi peningkatan penjualan berkat *up selling* yang menarik para konsumen untuk membeli produk Respiro dengan harga miring dan Banyak konsumen baru maupun lama yang akan memborong produk Respiro dan menghabiskan stok lama yang tidak laku, maka dengan memberikan diskon dan special price bisa menghabiskan stok lama dalam waktu cepat dengan cara menjualnya lebih murah.



Gambar 4.6

Konsumen yang membeli jaket Respiro – Astro

dengan diskon 40%

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Selama menjalani Kerja Praktek (KP) mahasiswa mendapatkan ilmu yang berharga khususnya dalam hal pemasaran , selain itu juga dapat menarik beberapa kesimpulan dari program yang dijalankan selama menjalani KP di PT.Sinergi Mitra Utama divisi Respiro yaitu:

1. Up Selling melalui social media dan website memberikan dampak positif untuk marketing PT. Sinergi Mitra Utama, karena informasi yang disampaikan lebih spesifik dan lebih menarik sehingga pelanggan mempunyai minat lebih kepada Respiro.
2. Memaksimalkan media social instagram untuk media promosi fasilitas sangat membantu untuk menarik minat pengunjung.
3. Dengan Up selling lewat diskon dan special price mempengaruhi peningkatan penjualan dan omset memberikan dampak positif bagi PT. Sinergi Mitra Utama.

1.2 Saran

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan KP, melalui laporan ini bermaksud memberikan saran. Agar dimasa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan positif, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait.

Adapun beberapa saran yang dapat praktikan berikan antara lain :

1. Pengoptimalan Media social Instagram bisa terus berdampak positif apabila promo-promo bisa di tampilkan secara berkala dengan tampilan yang menarik.
2. Sering sering mengadakan program Diskon dapat meningkatkan laba perusahaan dan produk Respiro lebih cepat meluas dan lebih terkenal berkat banyak konsumen yang membeli dan memakai produk Respiro yang bisa memberikan informasi bagi yang belum tau produk Respiro.

DAFTAR PUSTAKA

Rachmawati, R., 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. Jurnal Kompetensi Teknik, Vol. 2, No. 2

Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi. Edisi Pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Respiro, ridingware. [sekilas-profil-perjalanan-sang-pemilik-respiro
reseller.respiro.co.id/page/tentang-kami](https://reseller.respiro.co.id/page/tentang-kami)

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

khairini, f., wahyudi, i., & limbongan, k. (2019). Outlook perekonomian Indonesia. Jakarta: Kementerian Koordinator bidang Perekonomian.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Counter Respiro , Gramedia Raden Intan , Bandar Lampung



Lampiran 2 Stock Opname Produk Respiro



Lampiran 3 Melayani Konsumen pembeliat Jaket Respiro



CATATAN KEGIATAN KERJA PRAKEK MAHASISWA

Nama : Dading Depati Alam

Npm : 1812110185

Dpl : Ibu Besti Lilyana, S. H., M.M

Hari	Tanggal	Jam Datang	Jam Pulang	Jumlah Jam	Kegiatan
1	17 Agustus 2021	08:30	10.30	2 jam	<ul style="list-style-type: none">➤ Di karenakan sedang PPKM Gramedia tutup sementara dari 11 juli – 23 Agustus , kami melakukan penjualan lewat online seperti website, media social, maupun shopee.➤ Pada tanggal 17 Agustus saya menerima orderan jaket Respiro barang customer di pulau jawa dan saya paketin untuk di kirimkan ke alamat yang di tuju
2	18 Agustus 2021	10:00	14:00	4 jam	<ul style="list-style-type: none">➤ Melakukan stock opname produk Respiro

3	20 Agustus 2021	14:00	16:00	2 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengecekan dan Pengumpulan absensi kantor dan daily sales dari tanggal 1-20 agustus 2021 ➤ Melakukan pengiriman paket jaket respiro ke luar kota, selama PPKM berlangsung SPB/SPG Memakai pakaian bebas (Tidak berseragam) ➤ Selama Gramedia tutup kami membersihkan counter agar produk kami tidak berdebu
4	23 Agustus 2021	08:30	12:30	5 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kerja bakti bersih bersih counter di karenakan besok tanggal 24 agustus store sudah kembali buka dan melakukan kegiatan berjualan seperti biasa tetap mematuhi protokol kesehatan
5	24 Agustus 2021	08:30	15:30	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Hari pertama Respiro – Gramedia Raden Intan kembali beroperasi seperti normal setelah PPKM sebulan lebih ➤ Melakukan display counter
6	25 Agustus 2021	08:30	15:30	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Melayani customer pembelian jaket respire ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ mencatat buku laporan daily sales
7	26 Agustus 2021	12:30	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Brifing ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro

					<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengubah display ➤ Mencatat buku laporan daily sales
8	27 Agustus 2021	-	-	-	OFF DAY
9	28 Agustus 2021	12:30	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Brifing ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Membantu jualan produk counter lain yang sedang off ➤ Mencatat buku laporan daily sales
10	29 Agustus 2021	12:30	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Brifing ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Melayani customer pembelian jaket Respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
11	30 Agustus 2021	08:30	15:30	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Melayani customer pembelian balaclava ➤ Mencatat buku laporan daily sales
12	31 Agustus 2021	12:30	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Absensi ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ mencatat buku laporan daily sales ➤ Laporan daily sales book, daily sales report, LPC dari tanggal 1 – 31 Agustus 2021
13	01 September 2021	12:30	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brifing ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian sepatu respiro

					<ul style="list-style-type: none"> ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Melayani customer pembelian masker respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
14	02 September 2021	08:30	15:30	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rapat bulanan ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
15	03 September 2021	-	-	-	OFF DAY
16	04 September 2021	08:30	15:30	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
17	05 September 2021	13:00	20:00	7 Jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brifing ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
18	06 September 2021	13:00	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brifing ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
19	07 September 2021	08:30	15:30	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kedatangan & pengecekan barang baru ➤ SO

					<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengatur susunan display ➤ Pemasangan harga diskon ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
20	08 September 2021	-	-	-	OFF DAY
21	09 September 2021	13:00	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Brifing ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
22	10 September 2021	13:00	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Brifing ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian jaket respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
23	11 September 2021	13:00	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian produk respiro ➤ Mengubah susunan display ➤ Mencatat buku laporan daily sales
24	12 September 2021	13:00	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian produk respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales
25	13 September 2021	-	-	-	OFF DAY

26	14 September 2021	08:30	15:30	7 Jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian produk respiro ➤ Mengubah susunan display ➤ Memasukan barang ke shopee ➤ Mencatat buku laporan daily sales
27	15 September 2021	13:00	20:00	7 jam	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absensi ➤ Bersih bersih counter respiro ➤ Up selling ➤ Melayani customer pembelian produk respiro ➤ Mencatat buku laporan daily sales

