

LAPORAN HASIL MAGANG
MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA
ACTIVITAS SISTEM MARKETING DALAM BIDANG JASA
PENAWARAN PROMO KEPADA PEDAGANG GOJEK BANDAR
LAMPUNG



Disusun Oleh:

Aan gusnandi (1711010184)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN HASIL MAGANG
MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA
ACTIVITAS SISTEM MARKETING DALAM BIDANG JASA
PENAWARAN PROMO KEPADA PEDAGANG GOJEK BANDAR
LAMPUNG

Oleh: Aan gusnandi 1711010184

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Mentor Lapangan

Dr.Sri Lestari, S.Kom.,m.Cs

Ferlina Sari

NIK.01261005

Mengetahui

Ketua Program Studi Teknik Informatika

Dr. Chairani, S.Kom., M, Eng

NIK. 01170305

RIWAYAT HIDUP

Nama : Aan gusnandi
NPM : 1711010184
Tempat/Tanggal Lahir : Menggala, 26-08-1995
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : jl, cemara lk, gunung sakti rt004/rw002
Kewarganegaraan : Indonesia
Pendidikan : SD 02 Gunung Sakti (berijazah)
: SMP Negeri 2 Menggala (berijazah)
: SMA Pembina Menggala (berijazah)
: S1 IIB DARMAJAYA (Masih di tempuh)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan s ebenar-benarnya

Bandar Lampung, 3 oktober 2021

Aan gusnandi

RINGKASAN PELAKSANAAN MAGANG

RINGKASAN LAPORAN

Kuliah Kerja Magang (KKM) 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 KKM ini, disajikan beberapa kegiatan pelaksanaan kerja, temuan kendala atau masalah yang dihadapi di PT.Go-Jek Bandar Lampung selama 6 bulan yaitu pada tanggal 19 Jmei 2021 sampai dengan 19 Oktober 2021. Penempatan KKM pada perusahaan ini dibagi dalam beberapa bagian dengan bidang kerja yang berbeda. Pelaksanaan kerja pada bidang *marketing* ada beberapa kegiatan yang dilakukan diantaranya entry data konsumen, membuat promosi ,penawaran promo, serta bila terjadi gangguan ada prosedur yang harus dijalankan untuk menyelesaikan gangguan tersebut.

Kata Kunci : PKL, PT Go-Jek Bandar Lampung.

PRAKATA

Kami ucapkan puji syukur serta nikmat pada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang melimpah, atas terselesaikannya kegiatan magang di PT Go-Jek Bandar Lampung

Laporan ini dibuat untuk memenuhi persyaratan tugas mata kuliah praktik kerja bisnis di Fakultas Ilmu Komputer Jurusan Teknik Informatika IIB darmajaya.

Tujuan dibuatnya laporan magang ini yaitu untuk melaporkan segala sesuatu yang ada kaitannya dengan dunia kerja di PT Go-Jek Bandar Lampung.

Dalam penyusunan laporan magang ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait itu di antaranya sebagai berikut:

1. Seluruh dosen penulis di Fakultas Ilmu Komputer yang sudah memberikan banyak informasi.
2. Bapak Muhammad Kurnia Adiputra selaku Branch SA Manager PT. Go-Jek Bandar Lampung
3. Ibu Ferlina Sari Mentor lapangan penulis di PT. Go-Jek Bandar Lampung
4. Karyawan dan karyawan PT. Go-Jek Bandar Lampung yang dengan tulus memberi pengarahan pada penulis selama penulis magang di perusahaan tersebut.
5. Orang tua dan teman-teman penulis, terima kasih banyak atas dukungannya.

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi maka penulis bisa menyelesaikan laporan magang ini dengan sebaik-baiknya. Laporan magang ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Sekali lagi terima kasih. Semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 19 Oktober 2021

Aan gusnandi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
RIWAYAT HIDUP.....	ii
RINGKASAN	iii
PRAKARTA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABLE.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang	2
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaa	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.3 Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan.....	9
2.4 Struktur Organisasi	10
BAB III HASIL KEGIATAN.....	12
3.1 Pelaksanaan Kerja	12
3.2 Kendala yang Dihadapi	14
3.3 Cara Mengatasi Kendala	14
BAB IV PEMBAHASAN	16
4.1 Landasan Teori	16
4.2 Analisi	18
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	21
5.1 Kesimpulan	21
5.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA.....	22
LAMPIRAN	15

DAFTAR GAMBAR

1.4 Lokasi kantor Go-Jek.....	4
2.4 Logo PT Go-Jek	10
2.4 Struktur Organisasi	10
4.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18

DAFTAR TABEL

2.4 Nama-nama karyawan dan jabatan	11
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini persaingan di dunia kerja semakin tinggi. Seperti yang kita ketahui bahwa dunia kerja merupakan dunia yang sarat akan persaingan dan keterampilan. Ijazah saja tidak cukup ampuh untuk menembus pasar kerja yang juga semakin ketat. Fakta di lapangan membuktikan banyaknya para Sarjana muda yang masih belum juga mendapatkan pekerjaan. Hal ini menyiratkan bahwa, untuk dapat menembus pasar kerja saat ini, maka ada banyak hal yang harus diperhatikan. Salah satunya faktor pengalaman dan keterampilan kerja. Kedisiplinan juga menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan bagi seorang pekerja. Sehingga diharapkan bahwa, setidaknya ketiga hal tersebut di atas dapat terbentuk melalui kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini.

Kegiatan dari Kuliah Kerja Magang (KKM) adalah mengikuti kerja magang di instansi atau perusahaan tertentu. Dengan adanya kegiatan magang ini, maka diharapkan mahasiswa, dalam hal ini saya pribadi, dapat mengetahui secara nyata dan gamblang mengenai gambaran dari dunia kerja yang sebenarnya. Kegiatan ini juga diharapkan untuk menambah pengalaman dan ketrampilan bagi mahasiswa sebelum mereka benar-benar terjun dan bersaing di dunia kerja. Dengan demikian maka akan terbentuk secara dini etos kerja, kedisiplinan, keuletan dan kejujuran dalam diri mahasiswa sebelum mereka benar-benar bekerja.

Menimbang hal tersebut serta berdasarkan himbauan dari IIB Darmajaya maka saya selaku pelaksana, mahasiswi, magang mandiri ini termotivasi untuk mengikuti kegiatan kuliah kerja magang (KKM) tersebut, di Kantor Go-jek Bandar Lampung. Kami beranggapan bahwa dengan memilih dan mengikuti kegiatan ini maka kami dapat menjadi sumber daya manusia yang handal dan berkualitas.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Magang

a. Tujuan Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang ini agar dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, antarlain, mahasiswa selaku subyek pelaksana, institusi atau perusahaan selaku obyek pelaksana, rekomendasi atas peserta magang terhadap pihak institusi maupun perusahaan yang dituju. Dari sekelumit pemaparan di atas, maka tujuan magang secara umum dapat kita rumuskan sebagai berikut:

- i. Sebagai media pembelajaran sekaligus menambah wawasan peserta magang akan dunia kerja yang sesungguhnya yang tidak kami dapatkan melalui proses baku belajar di perkuliahan,
- ii. Menguji kemampuan pribadi dalam tata cara hubungan masyarakat atau bersosialisasi di lingkungan kerja,
- iii. Melatih dan mengeksplorasi lebih dalam keterampilan serta kemampuan kerja peserta magang,
- iv. Mengisi waktu liburan dengan melakukan kegiatan yang positif dan berpotensi untuk meningkatkan kualitas diri, dan
- v. Sebagai bekal untuk mempersiapkan diri para peserta magang sebelum benar-benar terjun di lingkungan kerja khususnya maupun di lingkungan masyarakat pada umumnya.

b. Manfaat Magang

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM), pun memiliki berbagai kegunaan. Seperti yang telah dipaparkan pada poin a, mengenai tujuan magang, maka dapat kita tarik benang merah dari beberapa kegunaan yang diharapkan dapat tercapai melalui program atau kegiatan KKM ini sendiri. Adapun beberapa kegunaan tersebut dapat kita kategorikan berdasarkan masing-masing pihak yang terkait sebagai berikut:

b.i. Bagi Mahasiswa (selaku pelaksana)

- mendapatkan wawasan yang tidak hanya mengenai teori, melainkan berupa pengalaman praktis dan mengenal secara konkret situasi dalam dunia kerja,

melatih diri agar tanggap dan peka dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berbeda antara teori dan praktek di lapangan,

- membuka wawasan dan memperkaya pola pikir mahasiswa yang cenderung masih berorientasi sempit, misalnya adalah pola pikir seorang remaja yang tengah beranjak dewasa (baru meninggalkan bangku sekolah menengahatas),
- menanamkan semangat kerja sejak dini,dan
- meningkatkan kualitas diri, kemampuan, kreatifitas maupun keterampilan yang dimiliki mahasiswa, yang umumnya dibutuhkan dalam dunia kerja utamanya dunia kantoran. Misal, mengerjakan laporan dengan *deadline* yang ditentukan pimpinan.

b.ii. Bagi IIB Darmajaya

- dapat menciptakan relasi serta meningkatkan kerjasama yang baik antara IIB Darmajaya dengan instansi yang bersangkutan,
- membantu Universitas Jember dalam memperluas wawasan dan mengenalkan mahasiswa yang bersangkutan akan dunia kerja, yang tidak didapatkan melalui proses perkuliahan di kampus, dan
- memberikan citra positif bagi IIB Darmajaya terhadap instansi Terkait pada khususnya, maupun masyarakat pada umumnya.

b. iii. Bagi Instansi atau Perusahaan (selaku obyek pelaksana)

- merupakan sarana untuk menjembatani antara instansi dengan lembaga pendidikan IIB Darmajaya untuk bekerja sama lebih lanjut yang bersifat akademis maupun organisasi, dan
- membantu membentuk SDM yang unggul.

1.3 Ruang Lingkup

Sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, agar penulis ini terarah dan tidak menyimpang dari materi yang ada, maka dalam penulisan Laporan Praktek Kerja Lapangan ini perlu dibatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada: Sistem marketing di PT. Go-Jek Bandar Lampung

1.4 Pelaksana dan Waktu Pelaksanaan

a. Pelaksanaan

Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang ini dilaksanakan di PT. Go-Jek Indonesia Jl.

Wolter Monginsidi No. 177, Gulak Galik, Kec. Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung 35224, Indonesia



Kantor GO-JEK Bandar Lampung

Gambar 1.1

b Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) kurang lebih dilaksanakan selama 6 Bulan terhitung dari tanggal 19 Mei 2021 sampai 19 Oktober 2021. Hari kerja dimulai dari hari Senin s/d Jum'at. Jamkerja dimulai pukul 07.30 WIB s/d 16.30 WIB. Praktekkerja penulis disesuaikan dengan jadwal kuliah yang padat.

1.2. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan tercantum antara lain latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, waktu dan tempat dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan.

BAB III HASIL KEGIATAN

Dalam bab ini berisi alat dan bahan, metode pengumpulan data, prosedur penelitian, pengukuran variabel dan metode analisis (metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dipakai dan metode analisis data).

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan hasil, analisis dan pembahasan penelitian. Hasil dan implementasi dapat berupa gambar alat/program dan aplikasinya. Untuk penelitian lapangan hasil dapat berupa data (kualitatif maupun kuantitatif). Analisis dan pembahasan berupa hasil pengolahan data.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan simpulan dan saran dari hasil pembahasan.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. GOJEK INDONESIA

Sub bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan perusahaan Go-Jek sebagai perusahaan transportasi berbasis *online*. Gambaran umum perusahaan digunakan untuk mengetahui berbagai macam hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan, diantaranya adalah sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, struktur perusahaan dan layanan yang ditawarkan perusahaan.

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Gojek Indonesia merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Kala itu seorang pemuda kreatif Nadiem Makarim mempunyai pemikiran untuk membuat bisnis transportasi ojek yang dikarenakan ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim menemukan ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efektif dan efisien. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang.

Awal peluncurannya, Go-Jek hanya melayani lewat *call center* saja dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta saja. Tetapi pada tahun 2015 Go-Jek mulai berkembang dan membuat aplikasi Go-Jek dengan sistem yang tertata

rapi. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan ojek secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan driver yang akan menjemput para pemesan.

Go-Jek bermitra dengan para tukang ojek menggunakan sistem bagi hasil dengan ketentuan 20/80, yang artinya 20% pendapatan yang diterima untuk perusahaan dan 80%

untuk *driver* Go-Jek. Go-Jek juga melakukan pelatihan kepada mitra *driver* mereka untuk memberikan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.

Go-Jek telah menuai prestasi sebagai Juara 1 dalam kompetisi bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali dalam perkembangannya yang pesat ini. Selain itu, Go-Jek telah memperoleh berbagai penghargaan dari komunitas bisnis maupun sosial.

Go-Jek dapat dipesan melalui Go-Jek App yang bisa diunduh melalui Play Store maupun App Store. Pada awal peluncuran aplikasi dalam waktu satu bulan aplikasi ini sudah berhasil mencapai 150.000 download, dengan rating 4,4 dari 5 bintang. Untuk pembayarannya pun memiliki dua cara yaitu secara *cash* atau menggunakan Go-Jek *Credit* atau Go-Pay. Go-Pay adalah metode pembayaran Go-Jek yang dibuat cashless dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.

Awal pendiriannya, Go-Jek melayani hanya 4 jenis layanan antara lain: layanan jasa kurir (90 minute delivery anywhere in the city), jasa transportasi (transparent pricing, free masker and shower cap), jasa delivery makanan (delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek) dan jasa belanja dengan nominal dibawah satu juta rupiah (shop for food, ticket, medicine, anything under Rp. 1.000.000, we'll pay for it first). Go-Jek terus berkembang dengan meluncurkan inovasi-inovasi baru dengan produk layanan jasa yang lain. Hingga saat ini sudah ada enam belas layanan jasa yang dapat dipesan melalui aplikasi Go-Jek, diantaranya : Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, Go-Glam, Go-Bills, Go-Pulsa, Go-Pay dan Go-Point. Selain itu Aplikasi Go-Jek juga dilengkapi dengan fasilitas Go-Pay, Go-Bills, Go-Point, dan Go-Pulsa.

Hingga Maret 2018 ini, Go-Jek telah bermitra dengan lebih dari 250.000 driver ojek yang telah tersebar di 50 kota di seluruh Indonesia, di antaranya Bali, Balikpapan, Banda Aceh, Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Banyuwangi, Batam, Belitung, Bukittinggi, Cilacap, Cirebon, Garut, Gresik, Jakarta, Jambi, Jember, Karawang, Kediri, Madiun, Madura, Magelang, Makassar, Malang, Manado, Mataram, Medan, Mojokerto, Padang, Palembang, Pasuruan, Pekalongan, Pekanbaru, Pematang Siantar, Pontianak, Probolinggo, Purwakarta, Purwokerto, Salatiga, Samarinda, Semarang, Serang, Sidoarjo, Solo, Sukabumi, Sumedang, Surabaya, Tasikmalaya, Tegal, dan Yogyakarta. Aplikasi Go-Jek telah diunduh lebih dari 11.000.000 kali di Play Store di sistem Android dan App Store di perangkat iOS.

2.2 Visi dan Misi PT. Gojek

1. Visi PT. Gojek

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia. Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia ke depannya.

2 Misi PT. Gojek

PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan *startup* asli Indonesia dengan misi sosial. PT. Gojek Indonesia ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Untuk dapat mewujudkannya, PT. Gojek Indonesia memiliki misi:

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada

pelanggan.

3. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online.

2.3 Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan

usaha layanan jasa transportasi online yang mampu memadukan antara kreativitas dan teknologi. Go-Jek hadir sebagai pemberi solusi dan kemudahan dengan adanya aplikasi Go Jek. Sehingga dengan menggunakan layanan jasa transportasi ini, konsumen bisa dengan mudah memesan layanan ojek tanpa perlu repot-repot lagi mendatangi pangkalan ojek. Serta dengan adanya aplikasi tersebut penumpang merasa lebih efisien karena adanya harga yang sudah tertera sehingga tidak perlu repot melakukan tawar-menawar.

PT Go-jek memiliki logo sebagai identitas *brand* dan sebagai media untuk menyampaikan informasi *brand* kepada publik, logo PT Go-jek juga tertera pada atribut (jaket dan helm) yang digunakan oleh para *driver Go-Ride*. Logo dari Go- Jek memiliki makna seperti gambar motor dengan simbol sinyal yang memiliki arti bahwa gojek adalah transportasi berbasis aplikasi internet yang memberikan layanan ojek dimana saja untuk siapa saja yang membutuhkan secara *online*, dengan warna hijau yang menyimbolkan pertumbuhan dan kebangkitan, hijau menandakan stabilitas dan ketahanan, tetapi juga diartikan sebagai kemakmuran dan sesuatu yang berlimpah, makna dari tulisan Go-Jek pada logo yaitu kemudahan dan kecepatan secara instan dalam melakukan pemesanan ojek *online*. Adapun logo dari PT Go-Jek dapat dilihat pada Gambar 1.1

Gambar 1.1 Logo PT Go-Jek

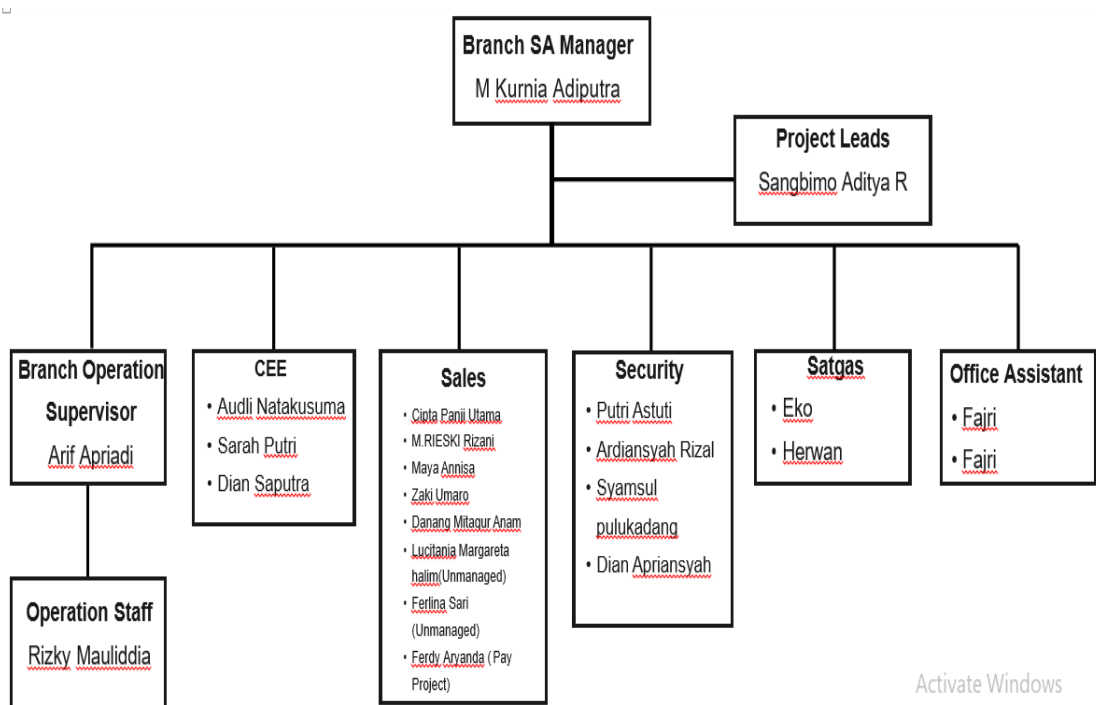


Sumber : PT Go-Jek, 2017

2.4 Struktur Organisasi PT. Gojek

Pada setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing perusahaan. Struktur organisasi pada PT go jek supaya kegiatan di perusahaan ini dapat terlaksana dengan baik. Struktur organisasi dapat di lihat pada gambar 1.2

Struktur Organisasi di PT Go-Jek di Wilayah Bandar Lampung



Gambaran Umum Ketenagakerjaan

Kantor PT Go-Jek di Wilayah Bandar Lampung berikut adalah gambaran umum ketenagakerjaan di kantor PT Go-Jek Wilayah Bandar Lampung:

Tabel 1.1 Nama Karyawan Dan Jabatan

No	Nama	Jabatan
1	M Kurnia Adiputra	Branch SA Manager
2	Sangbimo Aditya R	Project Leads
3	Arif Apriadi	Branch Opration Supervisor
4	Rizki Mauliddia	Opration Staff
5	Audli Natakusuma	CEE
6	Sarah Putri	CEE
7	Dian Saputra	CEE
8	Cipta panji utama	Sales
9	M Rieski Rizani	Sales
10	Maya Annisa	Sales
11	Zaki Umoro	Sales
12	Danang Mitaqur Anam	Sales
13	Lucitania Margareta	Sales
14	Halim(Unmanaged)	Sales
15	Ferlina Sari (Unmanaged)	Sales
16	Ferdy Aryanda (Pay Project)	Sales
17	Putri Astuti	Security
18	Ardiansyah Rizal	Security
19	Samsul Pulukadang	Security
20	Dian Apriansyah	Security
21	Eko	Satgas
22	Herwan	Satgas

Sumber : Dikelola oleh penulis

BAB III

HASIL KEGIATAN

3.1 Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan Ditempat Magang

3.1.1 Bidang Kerja

Selama kegiatan Kuliah Kerja Magang di PT. Go-Jek di Wilayah Kota Bandar Lampung yang berlangsung selama enam bulan, penulis di tempatkan pada bagian marketing yaitu *merchant fudeed* (ME). Pada bagian *merchant fudeed* (ME), penulis bertugas untuk Mempromosikan promo melakukan penawaran oleh pelanggan.

Selama berlangsung Kuliah Kerja Magang, penulis di tempatkan pada bagian *merchant fudeed* (ME) yang bertugas sebagai berikut :

1. Mengerjakan project yang di berikan dari go-jek
2. Menjalin kerja sama dengan mitra yang tergabung di gofood
3. Melakukan penawaran produk yang ada di gofood kepada mitra kerja
4. Mengelola data data pedagang (*merchant*) yang ada di go-jek
5. Melakukan visit ke lapangan mengunjungi pedagang yang tergabung di go-jek
6. Memberikan informasi serta pelayanan promo kepada pedagang

Selama kegiatan Kuliah Kerja Magang ini semua kegiatan dan laporan yang di kerjakan selalu, di awasi oleh pihak terkait. Apabila ada kendala dengan yang dihadapi mengenai masalah atau yang lain, maka dapat bertanya langsung kepada mentor lapangan yang sudah banyak mengerti beberapa bidang bidang.

3.1.2 Pelaksanaan Kerja

Kegiatan Kuliah Kerja Magang ini di PT.Go-Jek wilayah Bandar Lampung dan dilaksanakan selama enam bulan yaitu mulai tanggal 19 Mei 2021 sampai dengan 19 Oktober 2021. Kegiatan Kuliah Kerja Magang dilakukan sesuai hari dan jam kerja yang berlaku di PT. Go-Jek wilayah Bandar Lampung yaitu setiap hari senin sampai minggu kecuali hari kamis diambil untuk libur kerja dan jam kerja yaitu pagi mulai jam 08.00 WIB sampai dengan jam 16.00 WIB , Selama Kuliah Kerja Magang disini tugas yang dikerjakan antara lain :

1. Mengerjakan project yang di berikan dari go-jek.

Menyediakan peralatan dan dokumen untuk mengerjakan project seperti leptop dan smarphone untuk mengerjakan tugas–tugas yang di berikan dalam mengrjakan project. Project tersebut dalam bentuk penawaran promo.

2. Menjalin kerja sama dengan mitra yang tergabung di gofood.

Tugas ini merupakan salah satu tugas yang tidak boleh tertinggal, karena Menjalin kerja sama sangatlah penting dalam pemasaran dan melancarkan kerja sama yang baik..

3. Melakukan penawaran produk yang ada di gofood kepada mitra kerja

Dalam tugas ini penulis harus tau apa yang harus di tawarkan dan memahami serta mengerti isi produk yang mau di tawarkan. Dalam melakukan penawaran promo di lakukan dengan cara menghubungi para pedagang (merchant) yang tergabung di gofood dengan media digital, seperti power coll,Wa blast, Email dan aplikasi gofood.

4. Mengelola data data pedagang (merchant) yang ada di go-jek

Pada tugas ini penulis di berikan data data pedangang yang tergabung di gofood sebanyak 651 pedagang.yang harus di selesaikan, dalam penawaran promo serta menanyakan kendala atau masalah yang ada.

5. Melakukan visit-Go-Pay ke lapangan mengunjungi pedangan yang tergabung di go-jek.

Tugas ini di lakukan di lapangan langsung untuk untuk mengecek kondisi di lapangan apakah para pedangang(merchant) sudah banyak atau belum yang menggunakan transaksi melalui digital seperti preduk yang di tawarkan seperti Go-Pay. Serta untuk mengetahui kendala dan masalah yang terjadi di tempat

usahanya dan kondisi di lapangan. penulis juga mendapatkan pelajaran bagaimana system kerja di lapangan.

6. Membantu kegiatan vaksin yang di selenggarakan oleh kantor gojek Bandar lampung

Tugas ini dilakukan bersamaan dengan pihak Go-Jek untuk memberikan pelayanan kesehatan terhadap mitra drever Go-Jek. supaya terhindar dari virus covid 19. dan membantuk pihak Go-Jek untuk menyukseskan kegiatan vaksin yang di adakan di puskesmas way halim..

7. Memberikan informasi serta pelayanan promo kepada pedagang

Tugas ini memberikan informasi dan pelayanan yang diberikan kepada para pedagang supaya mereka tau informasi tentang promo dan bagaimana cara mekakai promo terdebut

3.1.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas, penulis selalu berusaha untuk melakukan yang terbaik untuk setiap pekerjaan, namun tentu saja tidak semua rencana pekerjaan dapat terlaksana dengan lancar. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi penulis baik faktor internal maupun faktor eksternal dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas Praktik, di antaranya:

1. Saat memulai praktik kerja lapangan penulis merasa kurang dapat beradaptasi secara baik dengan para karyawan di PT. Go-Jek di Wilayah Bandar Lampung mengingat pada saat yang penulis melakukan praktik..
2. Masih kurangnya fasilitas yang disediakan PT. Go-Jek Bandar lampung menjadi salah satu penghambat Praktikan dalam menyelesaikan tugas misalnya penyediaan perlengkapan yang di butuhkan.
3. Tenggang waktu yang diberikan dalam menyelesaikan peker terkadang membuat Praktikan panik dan akhirnya menimbulkan stress kerja.

3.1.4 Cara Mengatasi Kendala

Menurut penulis dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Magang terdapat beberapa cara untuk mengatasi kendala yang Praktikan hadapi adalah sebagai berikut:

1. Praktikan mencoba beradaptasi dengan para pegawai di dalam PT.

Go-Jek wilayah Bandar lampung dengan cara bertanya maupun berbincangbincang, dan Praktikan menganggap mereka adalah orang yang berpengalaman yang dapat membimbing praktikan dalam pelaksanaan Praktik Kerja

Lapangan di PT. Go-Jek wilayah Bandar Lampung.

2. Untuk mengatasi minimnya fasilitas yang disediakan PT. Go-Jek dalam mengerjakan tugasnya, Praktikan mencoba koneksi lain. Bentuk keterbatasan tersebut seperti keterbatasan penyediaan pralatan untuk praktik yang disiapkan oleh PT. Go-Jek wilayah Bandar Lampung yang tidak memadai dan keterbatasan fasilitas lainnya yang dibutuhkan saat pengerjaan tugas mengakibatkan seringkali tersendatnya pengerjaan tugas yang dibebankan pada Praktikan. Hal ini menyebabkan praktikan menjadi tersendat dan terkesan mengulur waktu dalam menyelesaikan tugasnya. Menurut Suad Husnan, Fasilitas kerja merupakan suatu bentuk pelayanan perusahaan terhadap karyawan agar menunjang kinerja dalam memenuhi kebutuhan karyawan, sehingga dapat meningkatkan produktifitas kerja karyawan.

Adanya fasilitas kerja yang disediakan oleh perusahaan sangat mendukung karyawan dalam bekerja. Fasilitas kerja tersebut sebagai alat atau sarana dan prasarana untuk membantu karyawan agar lebih mudah menyelesaikan pekerjaannya dan karyawan akan bekerja lebih produktif.

Menurut jurnal dengan adanya fasilitas kerja karyawan akan merasa nyaman dalam bekerja dan menimbulkan semangat kerja untuk mendapatkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan.

1. Selain itu Menurut Flippo dia berpendapat mengenai kualitas kerja yaitu: Meskipun setiap organisasi berbeda pandangan tentang standar dari kualitas kerja pegawai, tetapi pada intinya efektifitas dan efisiensi menjadi ukuran yang umum.
- 2 Bertitik tolak pada pendapat Flippo tersebut maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa inti dari kualitas kerja adalah suatu hasil yang dapat diukur dengan efektivitas dan efisiensi suatu pekerjaan yang dilakukan oleh sumber daya manusia atau sumber daya lainnya dalam pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan dengan baik dan berdaya guna.

Dengan adanya fasilitas yang memadai akan menjadi salah satu faktor pendukung tercapainya efisiensi dan efektifitas suatu pekerjaan yang dilakukan sumber daya manusia tersebut. Dengan mengetahui hal tersebut dan kemungkinan yang kecil untuk dilengkapinya fasilitas pendukung tersebut mengingat disini Praktikan bukan orang

BAB IV

Landasan Teori

4.1. Landasa Teori

Seles Promotion

Menurut Kotler dan Keller dalam Simamora 2018, promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (topersuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga.

Menurut Harman (2017:104) sales promotion memiliki sifat-sifat yang terkandung didalamnya diantaranya komunikasi, insentif, dan undangan (invention). Sifat komunikasi mengandung arti bahwa promosi penjualan mampu menarik perhatian dan memberikan informasi yang memperkenalkan pelanggan pada produk. Sifat insentif yaitu memberikan keistimewaan dan rangsangan khalayak untuk membeli saat itu juga. Promosi penjualan yang dilakukan oleh penjual dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan yang akan dicapai. Pengelompokkan tersebut sebagai berikut : 1. Customer Promotion, yaitu promosi yang memiliki tujuan merangsang/mendorong pelanggan untuk membeli biasanya alat yang digunakan adalah kupon, penawaran, premi, kontes, undian, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, potongan harga, dan penempatan produk. 2. Trade Promotion, yaitu promosi yang bertujuan untuk mendorong/ merangsang pedagang grosir, pengecer, eksportir, dan importer untuk memperdagangkan barang/jasa dari sponsor. Promosi ini menggunakan tiga pendekatan yakni Tunjangan dan diskon, Kerjasama Periklanan, Pelatihan pasukan distributor penjualan. Kompetensi, Vol 11, No 2, Oktober 2017 131 3. Sales-force Promotion, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk memotivasi armada penjualan. 4. Bussines Promotion, yaitu bertujuan untuk memperoleh pelanggan baru, mempertahankan kontak hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan produk baru, menjual lebih banyak kepada pelanggan lama, dan “mendidik” pelanggan.

Iklan

AMA (*American Marketing Association*) mendefinisikan iklan sebagai semua bentuk bayaran untuk mempresentasikan dan mempromosikan ide barang atau jasa secara non personal oleh sponsor yang jelas. , yaitu :

1. Menginformasikan khalayak mengenai seluk beluk produk (Informative).
2. Mempengaruhi khalayak untuk membeli (Persuading).
3. Menyegarkan informasi yang telah diterima khalayak (Reminding).
4. Menciptakan suasana yang menyenangkan sewaktu khalayak menerima dan mencerna informasi (entertainment).

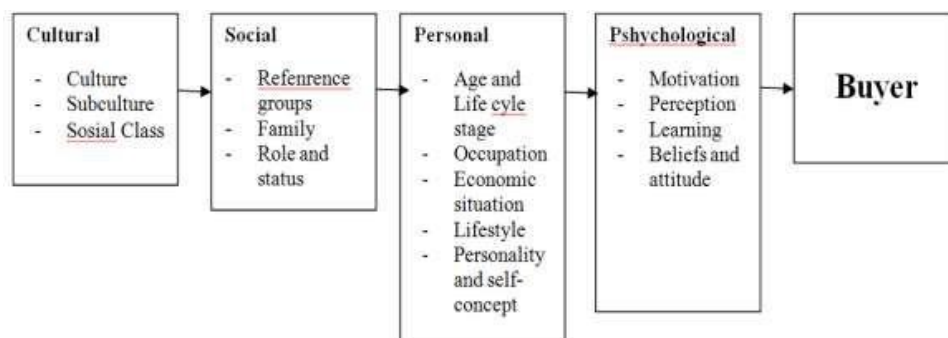
Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen merupakan tingkah laku yang berkenaan dengan individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan dalam memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk/jasa, pengalaman atau ide untuk kepuasan. Untuk mengetahui tentang perilaku konsumen harus mengetahui tentang empat aspek kunci tentang perilaku pesaran. Pertama, keputusan pemasaran yang sukses diperlukan informasi yang lengkap tentang perilaku konsumen setiap harinya. Pengetahuan tentang konsumen ini sangat penting untuk mempengaruhi keputusan tidak hanya produk mana yang akan dibeli , tetapi tentang tempat mana yang akan dimasuki, badan/lembaga mana yang akan dibantu, berapa banyak daur ulang yang harus dilakukan dan sebagainya. Kedua, memahami dengan benar dan menafsirkan keinginan konsumen adalah jauh lebih mudah diucapkan daripada dilakukan. Dalam hal ini pemasar harus memahami dan mengetahui keinginan konsumen melalui hal berikut :

- a. Apa yang dipikirkan konsumen tentang produk kita dan produk pesaing.
- b. Apa yang dipikirkan konsumen tentang kemungkinan perbaikan dalam produk kita.

- c. Bagaimana konsumen menggunakan produk kita.
- d. Bagaimana konsumen terhadap iklan kita.
- e. Bagaimana penilaian mereka terhadap harga produk/jasa kita. Ketiga, mengungkapkan bahwa perilaku konsumen adalah proses multidimensional yang kompleks. Keempat, praktek pemasaran dirancang untuk mempengaruhi perilaku konsumen melibatkan isu-isu etis yang mempengaruhi perusahaan, individu dan masyarakat. Dalam Hal ini perilaku konsumen juga dapat dipegaruhi oleh :

Budaya, Sosial, kepribadian dan karakteristik psikologi (Hammar, 2017) sehingga seorang pemasar harus memperhatikan hal tersebut dlam melaksanakan strategi pemasaran produk/jasanya.



Gambar 1.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

4.2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data metode sekunder yaknistudi literalur atau studi pustaka.Dimana peneliti mengumpulkan beberapa refensi-refensi yang berkaitan dengan pembahasan yang peneliti kaji. Variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi X1=*sales promotion*, X2=*iklan* dan Y=*perilaku konsumen*.Kemudian semua data yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut akan dikorelasikan guna menghasilkan gagasan baru. Gagasan baru yang dihasilkan akan dipaparkan secara jelas dan dideskripsikan secara rinci sesuai dengan kebutuhan dan topikmasalah yang dibahas.

Hubungan *Sales Promotion* melalui *Iklan* di Media Sosial

Sales Promotion dan juga *iklan* merupakan bagian dari bauran promosi. Seperti yang dijelaskan di teori bahwasannya kedua bauran ini dapat dijadikan strategi dalam pemasaran. Ditinjau dari pustaka kedua bauran ini memiliki hubungan yang sangat positif apabila kedua bauran ini dijalankan/ diintegrasikan secara bersamaan dalam proses pemasaran. Dengan demikian, suatu produk yang menggunakan kedua bauran ini akan lebih menarik konsumen dan pelanggan untuk melakukan pembelian.

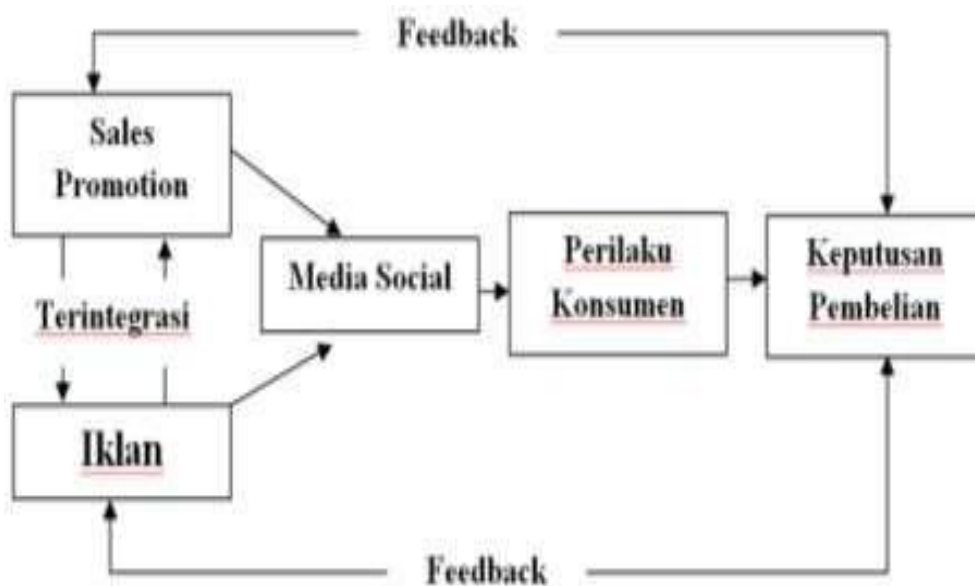
Hal itu disebabkan karena alat-alat promosi yang sering dipakai dalam strategi *sales promotion* meliputi kupon, kontes, transaksi banting harga, bingkisan/premium, penawaran, premi, undian, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, potongan harga, dan penempatan produk dapat terinformasikan secara langsung kepada konsumen lewat iklan yang digunakan.

penyampaian informasi iklan yang digunakan menggunakan media social yang saat ini semakin marak digunakan oleh masyarakat. Hal demikian sangat memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap keberlangsungan proses komunikasi dalam pemasaran. Dengan pemanfaatan media social yang meliputi whatsapp, twitter, instagram, massanger, dan website akan lebih mempermudah konsumen mendapatkan informasi tentang produk/jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan. Selain itu biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan menjadi sangat minim dalam hal ini sangat efisien dikarenakan biaya yang dikeluarkan tidak sebesar biaya yang dikeluarkan dengan menggunakan saluran media iklan lewat televisi, media cetak dan sebagainya.

Pengaruh *Sales Promotion* melalui *Iklan* di Media Sosial terhadap Perilaku Konsume

Dengan pemanfaatan kedua bauran (*sales promotion* dan *iklan*) yang diintegrasikan dan di salurkan melalui media iklan akan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini disebabkan karena segala jenis informasi terkait produk/jasa tersebut lebih mudah didapatkan oleh konsumen sehingga proses keputusan pembelian akan semakin cepat terjadi.

Terlebih konsumen akan terus diberikan stimulus-stimulus terkait produk melalui media social yang sering digunakan oleh konsumen dengan didukung program dari *sales promotion* yang dilakukan maka hal ini akan semakin banyak menarik konsumen bahkan menarik konsumen yang baru dengan adanya penawaran-penawaran dari strategi *sales promotion* yang dijalankan. Dengan strategi ini perilaku konsumen akan dapat dengan mudah diketahui dengan melihat bagaimana keputusan pembelian yang terjadi melalui feedback yang diberikan konsumen terhadap produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal demikian akan lebih dipahami dalam gambar 3. Berikut :



Gambar 3. Hubungan *Sales promotion* melalui *Iklan* di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya Peran *sales promotion* melalui *iklan* di media social terhadap perilaku konsumen sangat berpengaruh positif dan signifikan. Dalam kegiatan promosi pemasaran hal ini akan memberikan stimulus-stimulus yang mampu menarik pelanggan bahkan konsumen baru untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini didukung dengan pemanfaatan teknologi dan informasi yang semakin maju melalui media social yang kerap kali sering digunakan oleh masyarakat. Sehingga informasi yang disampaikan akan langsung diterima oleh masyarakat serta strategi dari *sales promotion* akan lebih mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan pemanfaatan kedua bauran ini melalui media

5.2 Saran

5. Peneliti menyarankan agar pelaksanaan strategi bauran promosi ini lebih di spesifikkan dan target pasar serta segmentasinya harus ditentukan agar tercipta proses pemasaran yang lebih efektif lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Irfaanumilah, A. (2017). PERAN SALES PROMOTION MELALUI IKLAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).

Menurut Hammar (85, 2017) iklan adalah bentuk komunikasi yang diatur sedemikian rupa melalui diseminasi informasi tentang kegunaan, keunggulan atau keuntungan suatu produk untuk menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian

Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.

LAMPIRAN KEGIATAM

6.1 Gambar di bawah adalah promo Gofood yang sudah di kerjakan dan di tawarkan pada pedagang dan promo lainnya.



A detailed promotional banner for Gofood. The background is red with yellow and white text and icons. At the top, it says "PASTI ADA PROMO" in large yellow letters, followed by "MEGA PROMO GOFOOD" in white. Below that, a yellow banner reads "Nikmati Subsidi Hingga 100%" and "23 Juni - 3 Agustus 2021". A yellow box labeled "KEUNTUNGAN" contains four icons and descriptions: a money bag for "Kemudahan transaksi hingga 70%", a smartphone for "Kemudahan omzet hingga 75%", a document for "Kemudahan jumlah kunjungan ke halaman resto hingga 120%", and a smartphone with a card for "Ditampilkan di smartphone card & banner utama GoFood". Below this are two white boxes: "PILIHAN PROGRAM PROMO" with bullet points for "Diskon Total Belanja*", "Subsidi Gajek hingga 75%ki", "Diskon Menu 20%", and "Pilih menu tanpa batasan jumlah"; and "CATAT TANGGAL PERIODE PROMO" with three periods: "Periode 1: 23 Juni - 6 Juli 2021", "Periode 2: 7 Juli - 20 Juli 2021", and "Periode 3: 21 Juli - 3 Agustus 2021". At the bottom, a yellow box labeled "SPECIAL: SUBSIDI 100% DARI GOFOOD" contains two items: "Diskon hingga Rp. 60.000 selama periode Waktu Indonesia Belajar (24 - 30 Juni)" and "Promo Ongkir Rabu (Rp. Rabu)*". Small text at the bottom explains the terms and provides a call to action: "Segera daftarkan restomu" and "Daftar sekarang lewat :".

6.2 menawarkan produk GoPay dari Go-Jek ke para pedagang yang tergabung di Gofood.



6.3 Data-Data pedagang yang tergabung di Gofood, yang sudah di kerjakan dalam penawaran produk seperti promo-promo dan Go-Pay.

docs.google.com/spreadsheets/d/1r2zygmpo0vovl8tpUfQxjEjWxSnQcc1zD_0acmOA/edit#gid=0

Leads Internship Gojek Lampung H1 2021

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Add-on Bantuan Terakhir diedit tanggal 20 Agustus

1	Email	kecamatan	GMV 11 July	CO 11 July	MFUNDEED 11 July	QRIS GTV 11 July	QRIS Trx 11 July	PIC	Date	Stat
2	ahmadfauzan0397@gmail.com	6285788145388 Tanjung Senang	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	WA Ble
3	sumarmosimpur12@gmail.com	6282282349595 Tanjungkarang E	173500	4	0	0	0	Aan	2021-07-27	Call
4	nazcatering313@gmail.com	621540044731 Rajabasa	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	WA Ble
5	cholidaeddy@gmail.com	6289612317752 Tanjung Senang	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	Call
6	abituyel23@gmail.com	6281272308856 Labuhan Ratu	364000	10	0	0	0	Aan	2021-07-27	WA Ble
7	sarohma2505@gmail.com	6289761779614 Telukbetung Seki	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	
8	asjayaluri@gmail.com	62895360622355 Kemiling	20000	1	0	0	0	Aan	2021-07-27	No Res
9	ruangindugmcoffee@gmail.com	6281379183888 Rajabasa	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	No Res
10	hestinara@gmail.com	6281278802711 Tanjungkarang F	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	Call
11	riskasepdiana85@gmail.com	6285647223391 Kedamaian	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	WA Ble
12	sovarianenny@gmail.com	6287899335999 Sukarame	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	WA Ble
13	suparwantoo.iss@gmail.com	6282175622614 Kemiling	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-27	Call
14	tehtarkiryilampung@gmail.com	6282182226330 Way Halim	7000	1	0	0	0	Aan	2021-07-28	WA Ble
15	tokobesimajaya@gmail.com	6282160080009 Telukbetung Seki	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-28	Call
16	aldisaputras14@gmail.com	6281271324640 Telukbetung Uta	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-28	Call
17	hendychodox12345@gmail.com	6282269468789 Kemiling	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-28	WA Ble
18	derryfello367@gmail.com	628127906308 Sukabumi	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-28	No Res
19	lsband465@gmail.com	6282177310016 Rajabasa	99000	4	8000	0	0	Aan	2021-07-28	No Res
20	winarini2706@gmail.com	6285273525351 Sukabumi	75500	1	13000	0	0	Aan	2021-07-28	WA Ble
21	mamasds44@gmail.com	6281377801372 Fnnnal	0	0	0	0	0	Aan	2021-07-28	WA Ble

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

docs.google.com/spreadsheets/d/14iO2xOIGqA-65BiapNCV-1HPfM_Tq5NwbJSLR1EckAs/edit#gid=2056622087

[RESPONSES] Form Perubahan Data Merchant GOFOOD

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Formulir Add-on Bantuan Terakhir diedit 6 jam lalu oleh Ferlina Sari

100% \$ % .0 123 Calibri 11 B I A

A1	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
	saudagar_id	merchant_name	Kecamatan	SALES	Date	Action	Status	Gopay	EMAIL	No handphone
2	G926384287	Coffe Legend Oma 1950,sukarame	Sukarame	Aan					ahmadkurniawan55.ak84	6281325555528
3	G088694850	Ayam Geprek Dan Seblak Arunda	Sukarame	Aan						
4	G760745079	Nasi Goreng & Nasi Uduk Hang Dahi Labuhan	Labuhan Ratu	Aan					gadis_yulandari@yahoo	6282182126688
5	G438742934	Mei Ayam Bakso Maryono	Natar	Aan					mar13041977yo@gmail.c	6285609205608
6	G856289406	Mie Ayam Cak Warsa, Tanjung Senang	Tanjung Senang	Aan					llucky205@gmail.com	6285758301520
7	G336487826	Bebek Bingkas D'OBONG & FANS D'MIE	Way Halim	Aan	2021-09-01	Call	Join Promo	Tidak	slamet_blor@yahoo.com	6285279202377
8	G348483863	Kopi Kasta, Kedamaian	Kedamaian	Aan	2021-09-01	Reject			femyindriya17@gmail.co	6285840369669
9	G113456128	Seblak Teteh, Pembangunan	Sukarame	Aan	2021-09-01	Reject			hidayatsutsina3@gmail.c	6281321324013
10	G821286356	Thai Tea Teh Bet, Flamboyan	Enggal	Aan	2021-09-01	Reject			majinayif@gmail.com	6283176532207
11	G336487826	Bebek Bingkas D'OBONG & FANS D'MIE	Way Halim	Aan	2021-09-01	Call	Join Promo	Tidak	slamet_blor@yahoo.com	6285279202377
12	G153999095	Coffee Talk, ZA Pagar Alam	Labuhan Ratu	Aan	2021-09-01	Reject			danisayuti@gmail.com	628994122225
13	G348483863	Kopi Kasta, Kedamaian	Kedamaian	Aan						
14	G113456128	Seblak Teteh, Pembangunan	Sukarame	Aan	2021-09-01	Reject			hidayatsutsina3@gmail.c	6281321324013
15	G821286356	Thai Tea Teh Bet, Flamboyan	Enggal	Aan	2021-09-01	Reject			Thai Tea Teh Bet, Flamboyan	
16	G153999095	Coffee Talk, ZA Pagar Alam	Labuhan Ratu	Aan	2021-09-01	Reject			danisayuti@gmail.com	628994122225
17	G402386604	Cemilan Mpok Nur	Labuhan Ratu	Aan	2021-09-01	Call		Tidak	itasari1303@gmail.com	6282119050006
18	G053805252	NETIZEN ANTASARI	Kedamaian	Aan						
19	G053805252	NETIZEN ANTASARI	Kedamaian	Aan						

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

[TERBARU] - Update Data Merchant - Tracker Aan - [YANG LAMA] - Update Data Merchant - Pelajari