

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN BAGIAN
NATIONAL KEY ACCOUNT PT. SINAR SOSRO TBK**

**MAULANA ISHAK
8223145319**



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**FIELD WORK PRACTICE REPORT NATIONAL KEY
ACCOUNT DEPARTEMENT PT. SINAR SOSRO TBK**

**MAULANA ISHAK
8223145319**



**This scientific paper arranged to meet one of the requirements to get the title
of the Experts Associate at Faculty Of Economics University of Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

LEMBAR EKSEKUTIF

MAULANA ISHAK. 8223145319. Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. SINAR SOSRO, Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2014. Laporan ini ditulis untuk menginformasikan kegiatan praktikan selama Praktik Kerja Lapangan pada divisi pemasaran Departemen National Key Account PT. Sinar Sosro. Praktikan melaksanakan PKL di PT. Sinar Sosro selama dua bulan dari tanggal 18 Juli 2016 sampai dengan tanggal 9 September 2016.

Praktikan ditugaskan menjadi Sales Delivery pada divisi pemasaran. Tugas praktikan sebagai Sales Delivery yaitu melayani keluhan pelanggan, merencanakan program promosi, memantau alur distribusi, dan melayani terima pesanan dari pelanggan.

Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman kerja dan menambah wawasan praktikan tentang pemasaran yang belum didapatkan selama perkuliahan.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan, divisi pemasaran, *Sales Delivery*, PT. Sinar Sosro

EXECUTIVE SUMMARY

**Maulana Ishak. 8223145319. Internship report at PT. SINAR SOSRO .
Department of management. Faculty of economics. State University of Jakarta.**
This report was written to inform Praktikan activities for internship in the marketing division of the Department of National Key Account PT. Sinar Sosro. Praktikan carry out street vendors in PT. Sinar Sosro for two months from the date of July 11, 2016 until September 9, 2016.

Praktikan assigned as Sales Delivery in marketing division. Praktikan as Sales Delivery task of serving the customer complaints, planning promotional programs, monitor the distribution channel, and the airport received the order from the customer.

This field work aims to gain work experience and increase knowledge about marketing Praktikan which have not obtained during the lectures.

Keywords : Internship, marketing division, Sales Delivery, PT. Sinar Sosro

LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Program Studi DIII Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985032002

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati
NIP. 195702211985032002



11/01/2017

Penguji Ahli

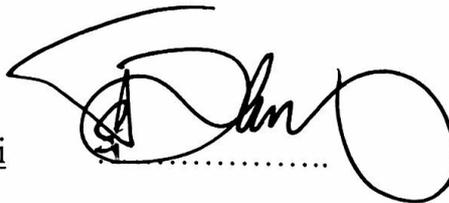
Dra. Sholikhah, MM
NIP. 196206231990032001



10/01/2017

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si
NIP. 197206171999031001



10/01/2017



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



Building
Future
Leaders

SURAT PERSETUJUAN SIDANG PKL

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si
2. NIP : 197206171999031001
3. Tanda tangan

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Maulana Ichak
2. No. Registrasi : 8223145319
3. Program Studi : D3 Pemasaran 2014
4. Tempat PKL : PT. Senar Sosro

Untuk Mengikuti/~~Tidak mengikuti~~* Sidang PKL pada tanggal.....13-12-2016

Mengetahui
Kaprosdi D3 Manajemen Pemasaran FE UNI

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985032002

Jakarta, 07-12-2016
Mahasiswa Ybs,

Maulana Ichak
No.Reg : 8223145319

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah selalu kepada uswah dan qudwah umat islam Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta umatnya, atas selesainya kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dan penulisan laporannya. Adapun penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi praktikan sebagai bukti telah melakukan praktik kerja lapangan. Tentunya dalam penulisan laporan PKL ini banyak kendala yang dihadapi praktikan, namun berkat bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak terutama seluruh anggota keluarga, serta dosen pembimbing, maupun teman-teman, akhirnya praktikan dapat menyelesaikan laporan PKL ini.

Berkaitan dengan hal di atas maka tidaklah berlebihan bila praktikan dalam kesempatan ini mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya atas bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan dari dasar hati yang paling dalam kepada yang terhormat:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing PKL
2. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati M.Si, selaku ketua program studi Manajemen Pemasaran.

4. Ony Setiawan selaku Supervisor Modern Market yang membimbing praktikan dalam menjalankan PKL di PT. Sinar Sosro
5. Imron Prakosa selaku Supervisor Finance yang membimbing praktikan dalam menjalankan PKL di PT. Sinar Sosro Tbk.
6. Seluruh karyawan PT. Sinar Sosro Tbk yang tidak dapat praktikan sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.
7. Bapak, Ibu, dan Adik tercinta terima kasih atas doa dan semangatnya sehingga laporan ini dapat selesai
8. Dan teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.

Tiada manusia yang sempurna. Untuk itu, kritik serta saran yang sifatnya membangun, dan mendorong praktikan untuk lebih baik, sangat praktikan harapkan sebagai acuan dalam pembuatan laporan ini.

Jakarta, 1 September 2016

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERSETUJUAN SIDANG	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	5
C. Kegunaan PKL	6
D. Tempat PKL	7
E. Jadwal Waktu PKL	8

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan	10
B. Struktur Organisasi	15
C. Kegiatan Umum Perusahaan	20

BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja	35
B. Pelaksanaan Kerja	36
C. Kendala Yang Dihadapi	50
D. Cara Mengatasi Kendala	51

BAB IV KESIMPULAN

A. Kesimpulan	52
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel I.1	Market Share Teh Siap Saji Dalam Kemasan	3
Tabel II.1	Jaringan Pasar Internasional PT. Sinar Sosro	13
Tabel II.2	Harga Jual Produk PT. Sinar Sosro	27
Tabel II.3	Modern Outlet PT. Sinar Sosro	29

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar I.1	Grafik Pertumbuhan Siap Saji	1
Gambar II.1	Perubahan Kemasan pada Teh Botol Sosro	12
Gambar II.2	Peta Distribusi PT. Sinar Sosro	13
Gambar II.3	Struktur Organisasi Bagian Net Key Account	15
Gambar II.4	Produk PT. Sinar Sosro	21
Gambar III.1	Flowchart Perencanaan Program Promosi	37
Gambar III.2	Flowchart Surat Konfirmasi Kerjasama	39
Gambar III.3	Surat Konfirmasi Program Sponsorship	40
Gambar III.4	Flowchart Mengunjungi Waralaba	41
Gambar III.5	Flowchat Melayani Keluhan Pelanggan	43
Gambar III.6	Flowchart Promosi Melalui Media Sosial	45
Gambar III.7	Database Pelanggan	46
Gambar III.8	Flowchart Membuat Data Invoice	47
Gambar III.9	Flowchart Menginput Serah Terima Faktur	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan PKL
Lampiran 2	Surat Penerimaan PKL
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL
Lampiran 4	Daftar Hadir PKL
Lampiran 5	Daftar Hadir PKL
Lampiran 6	Penilaian PKL
Lampiran 7	Surat Balasan PKL
Lampiran 8	Tabel Kegiatan PKL
Lampiran 9	Hasi Program Promosi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebiasaan masyarakat Indonesia minum teh sudah ada sejak dahulu kala, hal itu dikarenakan negara Indonesia merupakan salah satu penghasil teh terbaik di dunia, kebiasaan minum teh ini meliputi hampir seluruh kelompok usia, dari usia remaja, dewasa, bahkan para manula. Kebiasaan minum teh juga tidak mengenal waktu, baik pagi, siang, sore, maupun malam hari kebiasaan ini kerap sekali dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut memberikan peluang besar bagi para produsen untuk berlomba – lomba membuat dan menawarkan minuman teh instan dalam kemasan, dengan adanya minuman teh instan dalam kemasan sekarang ini, konsumen tidak bersusah payah membuat minuman teh karena sudah banyak minuman teh instan dalam kemasan yang tersedia dengan berbagai selera keinginan di pasaran.

Minuman teh siap minum dalam kemasan merupakan jenis minuman ringan yang digemari konsumen Indonesia. Minuman yang biasanya disajikan dalam kondisi dingin memberi efek kesegaran dan minuman jenis ini sangat cocok untuk iklim tropis seperti di Indonesia. Selain itu, minuman teh siap dalam kemasan menawarkan kemudahan kepada konsumen yaitu konsumen tidak perlu repot untuk mencuci kemasan minuman, konsumen hanya perlu membuangnya ke tempat sampah. Agar mampu bertahan di dalam persaingan yang kini semakin ketat dan mampu menguasai pasar, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan dibanding pesaingnya melalui penciptaan nilai yang

lebih besar kepada pelanggan dengan proses menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan agar menguntungkan bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya. Pendorong utama bagi pertumbuhan pasar minuman ringan teh adalah populasi remaja dan anak muda di dalam negeri. Remaja dan anak muda adalah populasi yang produktif dan berpotensi mempunyai tingkat pendapatan yang terus meningkat.

PT. Sinar Sosro sebagai salah satu produsen minuman teh siap minum dalam kemasan selalu berusaha untuk menguasai pasar minuman teh siap minum dalam kemasan, salah satunya dengan merek Teh Botol Sosro. Sejak berdiri di tahun 1974, Teh Botol Sosro mampu mencapai keberhasilan menguasai pasar teh siap minum di Indonesia. Kini seiring dengan berkembangnya waktu, terdapat berbagai merek minuman teh siap minum dalam kemasan di pasar. Kemunculan merek – merek baru semakin memperketat persaingan diantara merek yang ada baik merek produsen lokal maupun merek asing. Beragamnya merek minuman teh siap minum dalam kemasan yang ada di pasar menyebabkan konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya.

Dilansir dari situs kementerian perindustrian, tren minuman dalam kemasan terus mengalami peningkatan. Berikut ini merupakan grafik tren pertumbuhan minuman ringan siap saji.



Gambar I.1

Grafik Pertumbuhan Minuman Ringan Siap Saji Tahun 2004 – 2015

Sumber : www.kemenperin.go.id

Dapat disimpulkan dari grafik diatas bahwa Ready To Drink (RTD) Water atau Air Mineral tumbuh dengan sangat cepat dan terus meningkat. Namun diposisi kedua Ready To Drink Tea juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Ini memberikan kesempatan bagi PT. Sinar Sosro untuk dapat menguasai pasar minuman teh dalam kemasan. Berikut ini merupakan tabel data market share minuman teh dalam kemasan.

Tabel I.1

Market Share Teh Siap Saji Dalam Kemasan Tahun 2012 – 2016

Merek Produk	Market Share				
	2012	2013	2014	2015	2016
Teh Botol Sosro	49,6%	59,5%	51%	47,8%	33,8%
Teh Pucuk Harum	-	1,9%	5,1%	4,1%	24,8%
Teh Gelas	4,3%	3,1%	2,9%	3,6%	13,1%
Ultra Teh Kotak	5,9%	4,8%	8,1%	9,1%	8,1%

Sumber : www.topbrand-award.com tahun 2012 -2016

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa market share Teh Botol Sosro mengalami penurunan sejak tahun 2014 hingga tahun 2016. Namun, penurunan

tersebut tidak menjadi permasalahan yang signifikan karena persentase market share Teh Botol Soro yang paling tinggi diantara produk lainnya sehingga PT. Sinar Sosro masih memiliki kesempatan menguasai pangsa pasar dalam kategori minuman teh dalam kemasan. Untuk memperoleh kesempatan menguasai pasar, PT. Sinar Sosro terus meningkatkan sumber daya manusia. Oleh karena itu, salah satu cara dengan mengadakan program Praktik Kerja Lapangan bagi mahasiswa merupakan langkah untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia.

Pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, praktikan memperoleh kesempatan untuk melakukan PKL di PT. Sinar Sosro tepatnya di Kantor Penjualan Wilayah Jakarta. PT. Sinar Sosro merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan minuman dalam kemasan, pasti selalu mempunyai inovasi untuk mengembangkan strategi pemasaran produknya. Praktikan memilih PT. Sinar Sosro karena ingin mengetahui dan mempelajari bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan tersebut. Selain itu, pelaksanaan PKL ini merupakan sarana pembelajaran untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja sesungguhnya. Kegiatan PKL juga merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar AhliMadya (A.md) pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian praktikan tertarik untuk mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang mampu diandalkan di perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan oleh praktikan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran dunia kerja yang sebenarnya kepada praktikan sebagai bekal untuk kemudian hari.
2. Melatih praktikan untuk mengembangkan kemampuan berpikir dan kreatifitas pada bidang pemasaran khususnya mengenai promosi.
3. Praktikan dapat mengetahui bagaimana teknik suatu perusahaan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan.
4. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan serta keterampilan dalam hal pekerjaan khususnya dibidang pemasaran.

Tujuan dilaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) oleh praktikan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam hal pekerjaan khususnya pada bidang pemasaran di perusahaan.
2. Memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan untuk diterapkan dalam lapangan kerja.
3. Meningkatkan keterampilan dalam hal membuat perencanaan program promosi.
4. Membandingkan antara teori yang didapatkan di perkuliahan dengan praktik kerja lapangan.

C. Kegunaan PKL

Dilaksanakannya PKL selama 40 hari kerja ini, praktikan mempunyai harapan agar dapat memberikan kegunaan kepada pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Praktikan
 - a. Praktikan dapat menerapkan antara konsep dan teori yang diperoleh dari perkuliahan dengan kenyataan di lapangan kerja sesungguhnya sehingga makna belajar lebih tinggi.
 - b. Meningkatkan rasa tanggung jawab dan kedisiplinan dalam melakukan setiap pekerjaan, serta bersosialisasi dengan dunia kerja.
 - c. Praktikan dapat mempersiapkan sikap profesional dalam usaha pembekalan untuk terjun ke lapangan pekerjaan yang sebenarnya.
2. Bagi Fakultas Ekonomi UNJ
 - a. Menjalani kerjasama dengan perusahaan.
 - b. Mengetahui keefektifan dari kurikulum yang sudah diterapkan di perkuliahan dengan dunia kerja sesungguhnya, sehingga dapat membuat suatu kurikulum yang akan setara dengan dunia kerja.
3. Bagi Perusahaan
 - a. Merupakan sarana untuk mengembangkan hubungan kerjasama antara perusahaan dengan perguruan tinggi negeri khususnya Universitas Negeri Jakarta di masa yang akan datang.
 - b. Praktikan dapat membantu pekerjaan di Divisi atau perusahaan tempat praktikan melakukan kegiatan praktik kerja lapangan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

1. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada :

Nama Perusahaan : PT. Sinar Sosro Tbk

Tempat : Jl. Raya Sultan Agung KM 28, Bekasi 17123

Nomor Telepon : 021 – 8894777

2. Alasan Pemilihan PT. Sinar Sosro Tbk.

Adapun beberapa alasan praktikan memilih PT. Sinar Sosro sebagai tempat untuk melaksanakan PKL ialah sebagai berikut :

- a. PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan yang memproduksi minuman kemasan atau *Ready To Drink* yang dalam perkembangannya semakin meningkat.
- b. PT. Sinar Sosro mampu mengubah masyarakat yang mempunyai persepsi bahwa teh yang diminum dalam kemasan tidaklah nikmat untuk itu perusahaan menawarkan kepada masyarakat mencoba teh dalam kemasan botol yang diproduksi perusahaan.
- c. Praktikan juga telah mendapatkan sedikit informasi tentang strategi pemasaran dari sejarah PT. Sinar Sosro dimana perusahaan ini selalu memiliki inovasi untuk memasarkan produk hingga mampu berkembang sampai saat ini. Oleh karena itu, praktikan ingin memperdalam wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan.

- d. Praktikan juga ingin mengetahui bagaimana PT. Sinar Sosro menumbuhkan kerjasama dengan beberapa perusahaan.

E. Jadwal Pelaksanaan PKL

Jadwal waktu praktika nmelaksanakan PKL di PT. Sinar Sosro selama dua bulan terhitung dari tanggal 18Juli 2016 sampai dengantanggal 9 September 2016. Praktikan melaksanakan PKL dari hari Senin sampai dengan hari Jumat dan waktu kerja dimulai dari pukul 08.30 WIB hingga pukul 17.30 WIB. Dalam proses persiapanpelaksanaan PKL dibagi tiga tahap yaitu :

1. **TahapPersiapan PKL**
 - a. Pada tanggal 13Juni 2016 praktikanmeminta surat pengantar untuk membuat surat izin permohonan PKL yang sudah ditandatangani oleh IbuUmiMardiyatiM.Si selaku KaJur Prodi D3. Setelah praktikan mendapatkan tanda tangan yang dibutuhkan, praktikan mengajukan surat pengantar tersebut ke Biro Administrasi dan Kemahasiswaan.
 - b. Pada tanggal 16Juni 2016, praktikan mengambil surat izin yang telah jadi dan langsung menuju PT. Sinar Sosro untuk mengajukan permohonan izin PKL.
 - c. Pada tanggal15Juli 2016, praktikan mendapat kabar dari PT. Sinar Sosro bahwa praktikan diterima untuk PKL di perusahaan tersebut dan diminta untuk datang pada tanggal 18 Juli 2016 untuk melaksanakan Peraktik Kerja Lapangan di PT. Sinar Sosro ditempatkan di Divisi Pemasaran.
 - d. Pada tanggal 18 Agustus 2016, praktikan diperintahkan untuk berpindah dari divisi pemasaran ke divisi keuangan. Alasan

perpindahan tersebut karena adanya kekurangan karyawan pada divisi keuangan sehingga praktikan diarahkan untuk membantu kinerja pada divisi keuangan.

2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat panggilan untuk datang pada tanggal 18 Juli 2016, praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT.SinarSosroTbk Jl. Raya Sultan Agung KM 28, kecamatan Medan Satria, Bekasi 17123. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dimulai pada tanggal 18 Juli 2016 dan berakhir pada tanggal 9 September 2016 dan waktu kerja dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan hari Jumat. Pelaksanaan kerja yang dilakukan di PT Sinar Sosro dimulai pada jam 08.30 WIB sampai dengan 17.30 WIB.

3. Tahap penulisan Laporan PKL

Setelah praktikan menyelesaikan praktik kerja di perusahaan yang bersangkutan, praktikan diberikan tugas membuat laporan PKL. Praktikan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan memulai menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 9 September 2016 hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

PT. Sinar Sosro didirikan pada tanggal 17 Juli 1974 yang berpusat di Cakung, Bekasi, Jawa Barat yang dulu dikenal dengan Wilayah Ujung Menteng dan secara bersamaan mendirikan pabrik – pabriknya yang berdiri di setiap provinsi - provinsi di Indonesia. Pendiri awal PT. Sinar Sosro adalah Bapak Sosrodjojo yang disebut sebagai generasi ke-1. Berikut ini merupakan pendiri PT Sinar Sosro dari generasi ke generasi :

1. Soemarsono Sosrodjojo (generasi ke – 1)
2. Soegiharto Sosrodjojo (generasi ke – 2)
3. Soejipto Sosrodjojo (generasi ke – 3)
4. Surjanto Sosrodjojo (generasi ke – 4)

Beberapa merek sosro yang sudah dikenal masyarakat, sebenarnya merupakan singkatan nama keluarga yaitu Sosrodjojo yang mulai merintis usaha Teh Wangi Melati pada tahun 1940 di sebuah kota kecil di Jawa Tengah bernama Slawi. Teh Wangi Melati yang diperkenalkan pertama kali itu bermerek Cap Botol. Pada tahun 1965, Teh Wangi Melati merek Cap Botol yang sudah terkenal di daerah Jawa mulai diperkenalkan di Jakarta. Keluarga Sosrodjojo melakukan promosi terhadap produknya pada tahun 1965 dengan produk teh melati cap botol mulai diperkenalkan di Jakarta dengan strategi promosi “CICIP RASA” dengan beberapa tahap, yaitu:

Tahap I:

1. Mendatangi tempat-tempat keramaian.
2. Memutar lagu untuk menarik perhatian.
3. Membagikan kepada penonton Teh Melati secara cuma – cuma.
4. Mendemonstrasikan cara seduh Teh Melati.
5. Hasilnya dicicipi langsung oleh penonton.

Tahap II:

1. Teh diseduh dahulu di kantor dan dimasukkan ke panci.
2. Produk dibawa dengan kendaraan menuju ke tempat keramaian

Tahap III:

1. Teh yang telah diseduh dimasukkan ke dalam botol – botol limun atau kecap yang sudah dibersihkan.
2. Produk dibawa ke tempat keramaian untuk kegiatan “Cicip Rasa”. Pada tahap ke pertama mengalami beberapa kendala seperti membutuhkan waktu lama, penonton tidak sabar dan meninggalkan arena demo dan tahap kedua juga mengalami kendala selama perjalanan, air teh dalam panci banyak yang tumpah karena kondisi jalan rusak. Setelah bertahun-tahun melakukan strategi promosi “Cicip Rasa”. Pada tahun 1969 timbul gagasan untuk menjual teh dalam botol yang sudah dibersihkan. Pada tahun tersebut, seiring dengan semakin diminatnya Teh Botol Sosro oleh masyarakat Jakarta, Teh Botol Sosro kemudian diproduksi dengan lebih massal tetapi masih dalam skala industri rumahan dan menggunakan botol dengan desain umum / generic (image Botol Pertama tahun 1969). Pada

tahun 1972, Logo Teh Botol Sosro berganti design dan mulai mencantumkan Logo Sosro di leher botol (image Botol Kedua tahun 1972). Tahun 1974, Logo Teh Botol Sosro kembali mengalami perubahan design dan pada saat yang bersamaan botol Tehbotol Sosro dirubah bentuknya menjadi lebih unik & menonjol – logo dan bentuk botol tersebut masih digunakan sampai saat ini. Berikut ini merupakan perubahan desain dan bentuk botol dari tahun 1969 hingga sampai sekarang.



Gambar II.1
Perubahan Kemasan Pada Teh Botol Sosro

Sumber : www2.sosro.com

Saat ini PT. Sinar Sosro sudah memiliki beberapa aneka jenis produk dan kemasan dari Teh Seduh, Teh Celup, Teh Siap Minum, Teh Siap Minum bercita rasa buah sampai Teh Siap Minum bercampur soda. Karena mendapat dukungan dari sistem distribusi yang canggih, maka produk – produk sosro berhasil menjangkau konsumen diseluruh pelosok propinsi di Indonesia. Produk PT. Sinar Sosro telah di distribusikan

keseluruh penjuru Nusantara dengan lebih dari 150 Kantor cabang penjualan. Berikut ini merupakan peta distribusi nasional PT. Sinar Sosro.



Gambar II.2

Peta Distribusi PT. Sinar Sosro

Sumber : www2.sosro.com

Menghadapi era globalisasi, sosro sudah siap berekspansi ke pasar internasional karena produk – produknya memenuhi kualitas internasional. Untuk mempersiapkan jaringan Internasional seperti negara-negara ASEAN, Australia dan Wilayah Timur Tengah sebagai tujuan ekspor produk sosro. Berikut ini merupakan daftar negara dimana produk PT. Sinar Sosro sudah merambah pasar Internasional :

Tabel II.1

Negara – Negara Pengekspor Produk PT. Sinar Sosro

Benua	Negara
Asia	: Saudi Arabia, Yaman, Dubai, Abu Dhabi, Qatar, Somalia, Palestina, Singapura, Cambodia, East Malaysia, West

		Malaysia, Brunei Darussalam, Filipina, Hong Kong, Taiwan, China, Jepang, Korea, Maldives, East Timor, Mongolia dan China.
Amerika	:	Amerika Serikat, Mexico dan Kanada.
Eropa	:	UK, Jerman dan Belanda.
Afrika	:	Uganda, Nigeria dan Mauritania
Australia dan Kepulauan Pasifik	:	Sydney, Perth, Melbourne, American Samoa, Kiribati Island, Solomon Island, Fiji, Tonga dan Papua New Guinea.

Sumber : Diambil dari data internal perusahaan

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar mendapatkan produk terbaik dengan mutu tetap terjaga, maka PT. Sinar Sosro melakukan langkah sertifikasi produk. Saat ini, setiap produk sosro dijamin HALAL oleh Departemen Agama RI dan dengan standar higienis yang dijamin oleh Departemen Kesehatan. Adapun kualitas pengolahan dan produknya terjaga melalui sertifikasi ISO 9002. PT. Sinar Sosro juga menyadari bahwa kualitas setiap produknya bisa terjaga apabila dihasilkan dari lingkungan yang baik tidak bertempatan dengan lingkungan yang banyak polusi. Tanggung jawab PT. Sinar Sosro terhadap lingkungan, dilakukan dengan melalui Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang selalu dilakukan pada saat membangun pabrik baru atau menambah kapasitas yang ada. System "Waste Water Treatment" yang canggih juga dibangun, sehingga air yang dibuang aman untuk lingkungan.

Adapun visi dan misi PT. Sinar Sosro :

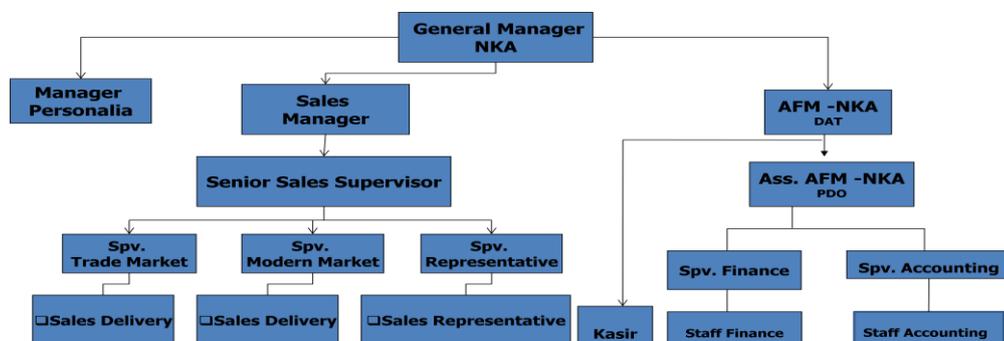
Visi :

Sebuah cita-cita menjadi perusahaan minuman yang dapat melepaskan rasa dahaga konsumen kapan saja dimana saja, serta memberikan nilai tambah kepada semua pihak yang terkait.

Misi :

- a. Membangun merek sosro sebagai merek teh yang alami, berkualitas, dan unggul.
- b. Mengembangkan merek dan produk minuman baru, baik yang berbasis teh maupun non teh, dan menjadikannya pemimpin pasar dalam kategorinya.
- c. Membangun dan memimpin jaringan distribusi.
- d. Menciptakan dan memelihara komitmen terhadap pertumbuhan jangka panjang baik dalam volume penjualan maupun penciptaan pelanggan.
- e. Membangun sumber daya manusia dan melahirkan pemimpin yang sesuai dengan nilai-nilai utama perusahaan.
- f. Memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

B. Struktur Organisasi



Gambar II. 3

Struktur Organisasi Bagian National Key Account

Sumber : Diambil dari data internal perusahaan

Struktur organisasi PT. Sinar Sosro berbentuk gabungan lini dan fungsional dimana kebijakan dan wewenang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Pimpinan setiap departemen dapat memberikan perintah kepada semua staf dan anggota yang ada sesuai dengan bidang kerjanya.

Adapun tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan pada PT. Sinar Sosro Kantor Penjualan Wilayah Jakarta yang berkaitan dengan saluran distribusi dalam penjualan adalah sebagai berikut :

1. General Manager

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Merencanakan program-program distribusi dan penjualan.
- b. Menentukan pola operasi distribusi penjualan KP NKA.
- c. Melakukan kontrol pasar dan kunjungan ke pelanggan.
- d. Melaksanakan serta menjamin terlaksananya sisdur operasi.
- e. Bertanggung jawab dan menjamin terselenggaranya kegiatan distribusi dan penjualan.
- f. Bertanggung jawab atas asset perusahaan di area yang menjadi tanggung jawabnya.

2. Manager Personalia dan Umum, bertanggung jawab kepada General Manager dan atas segala hal yang berhubungan dengan kegiatan yang bersifat umum baik yang berhubungan ke luar maupun ke dalam perusahaan. Tugasnya sebagai berikut:

- a. Membantu direktur dalam hal kegiatan administrasi.

- b. Mengawasi penggunaan data, barang dan peralatan pada masing-masing departemen.
 - c. Merekrut dan melatih pegawai baru yang dibutuhkan perusahaan.
 - d. Mengkoordinir dan mengawasi pelaksanaan tugas dari kepala-kepala bagian.
 - e. Mengerjakan administrasi kepegawaian.
3. **Manager Accounting dan Finance**, bertanggung jawab kepada General Manager. Tugasnya sebagai berikut:
- a. Membuat laporan keuangan kepada atasan secara berkala tentang penggunaan uang.
 - b. Mengendalikan budget pendapatan dari belanja perusahaan sesuai dengan hasil yang diharapkan.
 - c. Bertanggung jawab atas penentuan biaya perusahaan seperti biaya administrasi.
 - d. Bertanggung jawab atas laporan keuangan beserta analisisnya.
 - e. Menyusun perencanaan pelaporan perpajakan sesuai peraturan pemerintah.
 - f. Melakukan evaluasi kondisi unit dan menindaklanjutinya.
 - g. Melaksanakan kontrol terhadap pendistribusian produk.
 - h. Bertanggung jawab atas pelaksanaan Sisdur.
4. **Assisten Acoounting dan Finance Manager**
- Tugasnya adalah sebagai berikut:
- a. Mewakili Acccounting dan Finance Manager apabila berhalangan.
 - b. Melaksanakan dan mengawasi berjalannya sisdur administrasi.

- c. Melakukan evaluasi kondisi unit dan menindaklanjutinya.
- d. Memberikan training dan briefing di internal departemen.

5. Supervisor Finance dan Accounting

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dalam membantu mengatasi masalah Staf Key Account.
- b. Menganalisa efektifitas penagihan piutang.
- c. Melakukan kontrol atas piutang sales dan piutang potongan program.
- d. Mensupport data piutang MO/SO yang dapat membantu masalah di KP/KPW.
- e. Senantiasa meningkatkan kemampuan diri dan teamnya.
- f. Melakukan tugas-tugas lain yang berhubungan dengan aktifitas kerjanya.
- g. Peduli atas lingkungan kerjanya.

6. Kasir, bertanggung jawab kepada Supervisor Accounting dan Finance

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Membayar gaji karyawan perusahaan, baik berjalan waktu produksi maupun tidak.
- b. Membantu atasan dalam hal penerimaan maupun pembayaran perusahaan yang berhubungan dengan keuangan.
- c. Mencatat dan melaporkan uang masuk dan keluar kepada atasannya.

7. Sales Manager

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Membuat target penjualan dan strategi penjualanya.

- b. Membuat perencanaan aktifitas bulanan dan tahunan untuk mencapai target penjualan dan identifikasi pembeli di dalam cakupan area serta aktifitas yang akan dilakukan.
- c. Mengarahkan dan menggerakkan masing-masing tim supervisor sesuai rencana aktifitas disesuaikan dengan segmentasi dan target market.

8. Senior Sales Supervisor

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Setiap hari memonitor aktifitas masing-masing tim supervisor terhadap target penjualan dan tindakan perbaikan serta pengembangan personal supervisor.
- b. Melakukan perencanaan, mengevaluasi, dan menindaklanjuti hasil laporan administrasi yang dibuat oleh supervisor.
- c. Mengadakan kerjasama dengan supervisor untuk memperoleh informasi data dan analisa potensi pasar.
- d. Mengatur dan mengontrol sumber daya manusia yang menjadi tanggung jawabnya.

9. Supervisor Trade Market

Diperintahkan langsung dan diberi tugas oleh Senior Sales Supervisor untuk memasarkan produk perusahaan ke pasar tradisional dan rumah makan seperti pasar Tanah Abang, cafe, warung, dan agen.

10. Supervisor Modern Market

Diperintahkan langsung dan tugas untuk memasarkan produk ke pasar-pasar modern seperti Transmart, Lotte Mart, Alfamart, dan lain-lain.

11. Supervisor Representative

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengembangan pasar dengan membuka outlet-outlet baru.
- b. Melakukan penjualan produk sosro sesuai wilayahnya.
- c. Membuat aktifitas salesman.

12. Sales Delivery

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan penjualan produk sosro ke modern outlet maupun ke trade market sesuai bidangnya dan wilayahnya.
- b. Melakukan pelayanan pengiriman tepat waktu.
- c. Melakukan penagihan piutang ke pelanggan.
- d. Membuat laporan aktivitas sales.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan yang memproduksi dan mengembangkan minuman dalam kemasan berbahan dasar dari teh. Adapun praktikan dapat mengetahui kegiatan umum perusahaan dilihat dari bauran pemasaran (marketing mix) ialah sebagai berikut:

a. Produk

Pada perkembangannya kegiatan produksi yang ada di PT. Sinar Sosro dilakukan oleh dua perusahaan. Dimana masing - masing perusahaan menghasilkan produk - produk sebagai berikut:

1. PT. Sinar Sosro, perusahaan yang memproduksi the siap minum dalam kemasan. Produk – produknya adalah Teh botol Sosro, Fruit Tea Sosro, Joy Tea Green Sosro, Tebs, Happy Jus, dan Air Minum Prim-A.

2. PT. Gunung Slamet, perusahaan yang memproduksi Teh Kering Siap Saji. Produk – produknya adalah Teh Celup Sosro, Teh Cap Botol, Teh Poci, Teh Terompet, Teh Sadel, Teh Sepatu dan Teh Berko. PT. Gunung Slamet mendapatkan penghargaan sebagai Top Brand Award 2008 untuk kategori Teh Celup.

Bahan baku teh untuk produk-produk PT. Sinar Sosro disuplai oleh PT. Gunung Slamet, sedangkan bahan baku teh tersebut dikelola oleh PT. Agro Pangan. Bahan baku teh untuk PT. Sinar Sosro berasal dari:

1. Perkebunan Teh Gunung Rosa di Cianjur
2. Perkebunan Teh Gunung Manik di Cianjur
3. Perkebunan Teh Gunung Cempaka di Cianjur
4. Perkebunan Teh Gunung Satria di Garut
5. Perkebunan Teh Daerah Neglasari di Garut
6. Perkebunan Teh Daerah Cukul di Pangalengan
7. Perkebunan Teh Daerah Sambawa di Tasikmalaya

Berikut ini praktikan akan menjelaskan kembali mengenai produk – produk yang dihasilkan oleh PT. Sinar Sosro :



Gambar II.2

Produk – Produk PT. Sinar Sosro

Sumber : www2.sosro.com

1. Teh Botol Sosro

Salah satu produk unggulan PT. Sinar Sosro adalah Teh Botol Sosro kemasan botol beling atau sering disebut RGB (Returnable Glass Bottle). Tehbotol Sosro kemasan botol beling merupakan produk teh siap minum yang pertama di Indonesia dan dunia yang sudah diluncurkan sejak Tahun 1974. Untuk memenuhi kebutuhan pencintanya dimana pun berada, Teh Botol Sosro dengan inovasinya sampai dengan saat ini telah memiliki banyak pilihan kemasan produk yaitu :

- a. Kemasan botol beling (*Returnable Glass Bottle*) dengan volume 220ml.
- b. Kemasan kotak (Tetra Pak) dengan volume 1 Liter,250 ml,200ml.
- c. Kemasan pouch dengan volume 150ml.
- d. Kemasan PET dengan volume 500ml.

Inovasi terbaru dari produk Teh Botol Sosro adalah Teh Botol Sosro Less Sugar yang telah diluncurkan pada tanggal 20 Agustus 2008. Produk ini tersedia dalam kemasan PET volume 500ml dan kemasan kotak (Tetra Pak) volume 250ml. Dan untuk Teh Botol Sosro regular kini hadir dalam kemasan baru yaitu kemasan PET 500ml.

2. Fruit Tea Sosro

Dengan bertujuan untuk pengembangan produk, maka PT. Sinar Sosro pada tahun 1997 mengeluarkan produk minuman teh berbasis buah-buahan yaitu Fruit Tea Sosro dengan target segmen remaja. Produk ini cukup sukses dipasar sehingga pada tahun 2004 memperoleh

Indonesia Best Brand Award sebagai Most Potential Brand In Non-Carbonated Drink Category.

3. Sosro Joy Green Tea

Sosro Joy Green Tea adalah produk terbaru dari PT. Sinar Sosro yang diluncurkan pada tanggal 26 Oktober 2007. Salah satu bahan dasar produk ini adalah Teh Hijau atau Green Tea, dimana Teh Hijau juga mengandung Antioksidan yang berguna untuk kesehatan. Saat ini Sosro Joy Green Tea hadir dalam kemasan yaitu :

- a. Joy Green Tea kemasan botol beling (*Returnable Glass Bottle*) dengan volume 234 ml.
- b. Joy Green Tea kemasan PET 300 ml rasa Jasmine dan Jasmine Less Sugar.
- c. Joy Green Tea kemasan PET 500 ml Rasa Jasmine, Honey Lemon dan Jasmine Less Sugar.

4. Teh Celup Sosro

Teh Celup Sosro merupakan produk teh siap saji yang dihasilkan oleh PT. Gunung Slamet (*sister company* dari PT. Sinar Sosro) dengan varian produknya antara lain adalah:

- a. Teh Celup Sosro isi 5, 10, 15, 30, 50 dan 100 sachet
- b. Teh Celup Sosro kemasan Batik isi 25 sachet dengan pilihan Teh Hitam (Black Tea), Teh Hijau (Green Tea), dan Teh Melati (Jasmine Tea)

5. Happy Jus

Untuk kategori minuman Jus, PT. Sinar Sosro menghadirkan produk Happy Jus yang *launching* pada awal tahun 2005.

Saat ini Happy Jus hadir dalam kemasan yaitu :

- a. Happy Jus dalam kemasan genggam (*Tetra Pack*) volume 200ml dengan varian rasa: Apel, Cherry-B, Apel berry, Jeruk dan Anggur.
- b. Happy Jus kemasan PET 300 ml dengan varian rasa Apel Berry dan Anggur.

6. Country Choice

Sinar Sosro juga menghadirkan produk Country Choice dalam kategori jus pada akhir tahun 2008. Country Choice merupakan real juice kaya manfaat untuk kecukupan gizi dan nutrisi setiap hari dengan cara praktis dan hemat. Beberapa varian rasa dari Country Choice yaitu:

a. Favorit Flavor

Guava : High Antioksidan

Orange : High vit C & Calcium

Apple : High Fiber,

Apple pulp : High folat,

Mango : High Vit A,C,E

b. Gold Fruit

Goji berry : Rich Antioxidant (Jus Goji pertama di Indonesia)

7. TEBS

TEBS adalah kategori Minuman Teh berkarbonasi yang *launching* pada bulan November tahun 2004 dengan kemasan botol beling

(*Returnable Glass Bottle*) dalam volume 230 ml yang kemudian disusul dengan kemasan kaleng (*Can*) dengan volume 318 ml. PT. SINAR SOSRO telah mendapatkan penghargaan The Best Client dari JC&K Advertising sebagai hasil kerjasamanya yang telah terjalin dengan baik dengan pihak agen.

8. STEE

Pada tahun 90-an, untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk teh dengan harga lebih terjangkau dan volume yang lebih banyak, maka PT. Sinar Sosro meluncurkan produk teh dalam kemasan botol beling (*Returnable Glass Bottle*) dengan merk S-TEE bervolume 318 ml.

9. Air Minum PRIM-A

Pada tahun 90-an, PT. Sinar Sosro juga memproduksi air minum dalam kemasan. Merknnya pada saat pertama kali dikeluarkan adalah Air Sosro. Pada Tahun 1999, Air Sosro berganti nama dengan Prim-A. Air minum Prim-A hadir dalam kemasan cup 240ml, botol plastik 330ml, 600ml dan 1.5 liter, dan dalam kemasan galon.

Dari semua produk yang diproduksi oleh PT. Sinar Sosro tersebut yang mendapat tantangan persaingan terbesar ialah produk Teh Botol Sosro. Kini pesaing *head-to-head* dari produk Teh Botol Sosro yaitu Teh Pucuk Harum yang diproduksi oleh PT. Mayora Indah. Hingga kini Teh Pucuk Harum terus mengalami peningkatan persentase market share pada kategori minuman teh dalam kemasan. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang menjadi Teh Pucuk Harum mampu meningkatkan pangsa pasar ialah melakukan diferensiasi terhadap produk. Ternyata Teh Pucuk

Harum itu, dibuat dari pucuk daun teh pilihan dan dipadukan dengan aroma jasmine untuk menciptakan teh dengan rasa terbaik. Teh Pucuk Harum memiliki dua kemasan botol yaitu 500 ml yang menyelesaikan masalah kita saat haus dan kemasan paling kecil yaitu 350 ml yang mudah dibawa kemana-mana. Teh Pucuk Harum ini sangat aman dikonsumsi karena tanpa bahan pengawet, tanpa pemanis buatan, dan tanpa bahan pengawet. Dikarenakan Teh Pucuk Harum menggunakan teknologi canggih untuk sistem produksinya yaitu *Advanced Sterilizing Technology*, teknologi yang memungkinkan Teh Pucuk Harum tidak menggunakan tambahan bahan pengawet namun tahan selama 1 tahun. Walaupun pada tahun 2015 PT. Sinar Sosro telah mengeluarkan S-tee sebagai kemasan paling kecil dan praktis namun produk Teh Pucuk Harum telah lebih dahulu diproduksi pada tahun 2011. Oleh karena itu, PT. Mayora Indah dengan cepat merebut pangsa pasar teh dalam kemasan yang berukuran kecil dan praktis. Inilah yang menjadi tantangan untuk PT. Sinar Sosro untuk terus memberikan inovasi terhadap produk yang dikeluarkan.

b. Price

Harga yang ditetapkan oleh PT. Sinar Sosro untuk menjual produk – produknya yaitu dengan menjumlahkan biaya produksi atau modal ditambah keuntungan yang ingin diperoleh. Selain itu, perusahaan juga melihat harga kompetitor sebagai referensi untuk menentukan harga jual agar dapat bersaing di pasar. Tabel berikut merupakan harga jual yang ditetapkan oleh PT. Sinar Sosro.

Tabel II.2
Harga Produk - Produk PT. Sinar Sosro

Produk	Volume	Kemasan	Isi	Variant	Harga
					Satuan
FRUITTEA	200 ML	TETRA	24 PCS	Semua Rasa	2.800
FRUITTEA	500ML	PET	24 PCS	Semua Rasa	6.300
FRUITTEA	350ML	PET	12 PCS	Black Currant	5.100
FRUITTEA	318ML	CAN	24 PCS	Apple Blackcurrant	4.400
FRUITTEA	230ML	POUCH	24 PCS	Apple Blackcurrant	2.100
TEH BOTOL	200ML	TETRA	24 PCS	Jasmine	3.700
TEH BOTOL	1 LTR	TETRA	24 PCS	Jasmine	3.600
TEH BOTOL	450ML	PET	24 PCS	Jasmine Green Tea Less Sugar	6.300
TEH BOTOL	330ML	Tetra	24 PCS	Jasmine	3.900
TEH BOTOL	250ML	TETRA	24 PCS	Less Sugar	3.500
TEH BOTOL	200ML	TETRA	4 Banded		15.900
TEBS	330ML	CAN	24 PCS	Reguler	4.600
TEBS	500ML	PET	24 PCS	Reguler Maroon	7.300
COUNTRY	1LTR	TETRA	12 PCS	Semua Rasa	13.900
COUNTRY	250ML	TETRA	24 PCS	Semua Rasa	4.100
PRIMA	1.5LTR	PET	12 PCS		6.000
PRIMA	240ML	PET	48 PCS		2.400
HAPPY JUS	200ML	TETRA		Semua Rasa	2.800
S-TEE	330ML	TETRA			2.900
S-TEE	500ML	PET	24 PCS		4.700

Sumber : Diambil dari data internal perusahaan

Dapat dilihat dari Tabel II.2 bahwa harga jual untuk produk Teh Botol Sosro berkisar antara Rp. 3.500 hingga Rp. 6.300. Harga tersebut masih bisa diasumsikan tergolong cukup mahal dibanding dengan merek – merek teh dalam kemasan yang lainnya. Berbeda Teh Pucuk Harum dengan kemasan 350 ml yang dianggap lebih kecil ini membuka kesempatan bagi PT. Mayora

Indah untuk menekan harga eceran tertinggi yang ditawarkan ke pasar. Teh Pucuk Harum dijual di pasaran dengan harga eceran tertinggi Rp 3.500. Harganya tergolong terjangkau dibandingkan merek-merek lain yang mematok harga antara Rp 3.000 – Rp. 6.000. Pada akhirnya, kemasan ekonomis ini menciptakan pricing point yang cocok untuk target market *Ready To Drink Tea* yang memiliki posisi tawar tinggi, sensitif terhadap harga, dan switching cost yang rendah. Harga yang rendah akan menciptakan keinginan konsumen untuk mencoba.

c. Place

PT. Sinar Sosro terletak di Jalan Sultan Agung KM 28, Medan Satria, Bekasi. Di dalam satu alamat tersebut terdapat 2 jenis kantor yaitu Kantor Pusat dan Kantor Penjualan Wilayah Jakarta PT. Sinar Sosro. Selama PKL, praktikan ditempatkan pada Kantor Penjualan Wilayah Jakarta. Di kantor tersebut merupakan tempat untuk distribusi produk perusahaan di wilayah Jakarta. Selain itu, untuk membantu distribusi produk, PT. Sinar Sosro juga membangun Kantor Penjualan Jakarta di daerah Lenteng Agung, Jakarta. Semua distribusi penjualan produk untuk wilayah Jakarta terpusat dimana praktikan melakukan PKL. Dalam hal ini, praktikan ditugaskan untuk membantu penjualan dan saluran distribusi ke modern outlet yang bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro. Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Menurut pengetahuan praktikan yang didapatkan dari perkuliahan bahwa PT. Sinar Sosro menjual produknya ke

modern market termasuk ke dalam saluran distribusi 3 tingkat. Saluran distribusi 3 tingkat, yaitu ada dua perantara pemasaran di antara produsen dan konsumen. Jadi produsen menjual produknya ke pedagang besar, yang pada gilirannya menjualnya ke berbagai pengecer, sebelum sampai ke konsumen akhir. Adapun *modern outlet* yang berkerja sama dengan perusahaan diantaranya :

Tabel II.2
Daftar Modern Outlet Kerjasama Dengan PT. Sinar Sosro

Minimarket	Supermarket	Hypermarket
Alfamart	Tip Top	Carrefour
Indomaret	Superindo	Hypermart
Alfamidi	Naga Swalayan	Giant
Circle K	Toserba Yogya	Lotte Mart
Sevel	Foodmart	Indogrosir
Family Mart	Lion Superindo	Hero

Sumber : Data diolah oleh praktikan

Dari daftar tabel diatas, bisa praktikan simpulkan bahwa hampir semua *modern outlet* ternama di Indonesia sudah bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro. Dengan adanya kerjasama tersebut perusahaan mengharapkan dapat mencapai pangsa pasar yang ingin dituju. Berbeda dengan Teh Botol Sosro, Teh Pucuk Harum mempunyai kantor tempat penjualan resmi di Indonesia yang baru mencapai 18 tempat di beberapa wilayah nusantara. Ini mengakibatkan pendistribusian Teh Pucuk Harum sering mengalami masalah. Dari beberapa kasus yang praktikan temui bahwa pernah terjadi produk Teh Pucuk Harum sulit ditemukan atau langka. Masalah ini

menjadi penting untuk dicermati oleh PT. Mayora Indah dalam mengatasi permasalahan yang menghambat distribusi. Namun, situasi seperti ini dapat dimanfaatkan oleh PT. Sinar Sosro untuk tetap terus memperluas wilayah distribusi.

d. Promotion

Untuk meningkatkan penjualan, maka diperlukan sistem marketing yang baik, salah satunya adalah promosi. Dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh PT. Sinar Sosro yang bergerak di bidang industri minuman, promosi penjualan merupakan hal yang sangat penting guna menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan lainnya yang bergerak di bidang yang sejenis, sehingga untuk menghadapi persaingan tersebut dan untuk meningkatkan volume penjualan PT. Sinar Sosro berusaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan melaksanakan suatu kegiatan promosi. PT. Sinar Sosro telah melaksanakan kegiatan promosinya dengan sangat baik, dapat dilihat dari banyaknya produk yang dikenal, diminati, dipesan, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen. Metode yang digunakan oleh PT. Sinar Sosro adalah promosi konsumen, promosi dagang dan promosi bisnis. Promosi konsumen, yaitu penjualan yang bertujuan untuk mendorong pelanggan untuk membeli produk PT. Sinar Sosro. Kemudian promosi dagang, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk mendorong pedagang grosir, pengecer, eksportir, dan importir untuk memperdagangkan barang dan jasa dari PT. Sinar Sosro. Sedangkan yang dimaksud dengan promosi bisnis yaitu promosi penjualan untuk memperoleh pelanggan baru, mempertahankan

kontak hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan produk baru, menjual lebih banyak kepada pelanggan lama dan mendidik pelanggan. Ketiga metode tersebut dapat meningkatkan penjualan produk serta dapat memberikan keuntungan.

Tidak mau kalah dari PT. Sinar Sosro, pesaing *head-to-head* produk Teh Botol Sosro yaitu Teh Pucuk Harum juga terus mengencangkan promosi. Teh Pucuk Harum sampai saat ini masih memperluas jaringan promosi diantaranya dengan iklan, membangun kerjasama dengan perusahaan lain, mengadakan event, menjadi sponsor, dan masih banyak lagi. Pada awal muncul produk, Teh Pucuk Harum memberikan tagline pada iklan yang berbunyi “Rasa Teh Terbaik Ada di Pucuknya”. Tagline iklan tersebut dimaksudkan bahwa Teh Pucuk Harum ingin mengedukasi masyarakat bahwa rasa teh terbaik hanya diperoleh dari pucuk daun. Strategi diferensiasi ini efektif menarik perhatian pendengar atau calon konsumen, terutama bagi pendatang baru, dalam menciptakan kesadaran merek. Sementara itu PT. Sinar Sosro tetap mempertahankan tagline yang berbunyi “Apapun Makanannya, Minumnya Teh Botol Sosro”. Tagline yang dibuat oleh PT. Sinar Sosro ini termasuk mudah dipahami oleh masyarakat karena mengajak orang setelah makan untuk minum Teh Botol Sosro. Apapun strategi promosi yang diterapkan oleh PT. Sinar Sosro maupun PT. Mayora Indah bertujuan baik yaitu untuk terus membangun citra positif di benak konsumen.

Untuk dapat meningkatkan penjualan produk dengan sebaiknya kegiatan promosi dilakukan secara berkelanjutan, menonjolkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen dan untuk

mendapatkan persaingan maka perlu adanya kerjasama baik dengan para pelanggan atau perusahaan-perusahaan lainnya baik swasta atau pemerintah. Dengan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan kegiatan promosi sangat memiliki pengaruh yang kuat untuk mencapai tujuan, pengembangan maupun untuk kelanjutan hidup perusahaan.

Dari adanya bauran pemasaran atau marketing mix yang telah diterapkan PT. Sinar Sosro, perusahaan ini juga tidak terlepas dari adanya pesaing. PT. Sinar Sosro pada saat ini dihadapkan pada berbagai persaingan produk minuman ringan yang tidak hanya dari pesaing lokal, namun juga pesaing asing. Persaingan berbagai merek teh dalam kemasan botol membuat perusahaan lebih berhati – hati dalam merancang strategi pemasarannya.

Persaingan produk teh dalam kemasan yang tajam, dan selama ini pangsa pasar oleh Teh Botol Sosro disikapi oleh Teh Pucuk Harum dengan memproduksi teh tidak dalam kemasan botol kaca melainkan kemasan botol plastik sekali pakai sehingga tidak memerlukan proses penarikan botol kosong kembali. Teh Pucuk Harum memfokuskan pada persepsi keunggulan produk dengan memposisikan diri memiliki rasa teh terbaik karena hanya menggunakan pucuk daun teh, bukan daun teh biasa dengan rasa yang lebih menyegarkan dan juga menawarkan harga yang sangat terjangkau di kalangan masyarakat. Strategi Teh Pucuk Harum yang diproduksi oleh PT. Mayora dengan dapat menyerang langsung *head-to-head* PT. Sinar Sosro di segmen HOREKA (Hotel-Restoran-Kantin) dinilai cukup berani. Bahkan PT. Mayora melakukan pendekatan ke warung makan dan restoran dengan menjual produknya tanpa harus memiliki toko atau yang biasa disebut dengan sistem

konsiyasi, dan warungnya cukup membayar apabila produk sudah terjual. Hal tersebut mengakibatkan peningkatan penjualan produk Teh Pucuk Harum yang stabil setiap tahunnya dibandingkan dengan Teh Botol Sosro, Frestea, Fruit Tea, dan Teh Kotak.

Menurut praktikan yang masih kurang dari Teh Botol Sosro adalah upaya-upaya mempertahankan image secara *above the line*. Upaya iklan di media massa, event, maupun promosi yang akan terus membuat teh botol tertancap di kepala konsumen masih jarang dilakukan. Terkesan Teh Botol Sosro merasa sudah besar dan yakin dengan penetrasi produk yang telah dilakukannya sehingga tidak perlu lagi melakukan promosi *above the line* secara intensif.

PT. Sinar Sosro melakukan *positioning* dengan mengedukasi masyarakat agar tidak merasa aneh untuk meminum teh dalam kemasan botol dan dengan disajikan dingin. Karena pada awal kemunculan produk, masyarakat Indonesia masih terbiasa untuk minum teh yang disajikan panas. Ternyata proses diferensiasi yang dilakukan PT. Sinar Sosro membuahkan hasil baik, sehingga Sosro dikenal sebagai minuman teh dalam kemasan botol yang dapat memberikan kesegaran. Dalam perkembangannya, untuk bersaing dengan kompetitor mulai melakukan kampanye bahwa dengan mengkonsumsi teh akan membuat tubuh menjadi sehat, karena teh mengandung antioksidan. Hal ini menambah keunggulan kompetitif dari Sosro. Keberhasilan Sosro tidak lepas dari brand “Teh Botol Sosro” yang didapatkannya, dan semakin kuat karena jaringan distribusi Teh Botol Sosro yang sangat kuat sampai di titik akhir pelosok.

Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai memiliki citra baik dalam benak konsumen. Terciptanya citra baik dalam benak konsumen akan menumbuhkan kepuasan pelanggan yang dapat memberikan beberapa manfaat.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Selama 40 hari melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Sinar Sosro, praktikan ditempatkan pada Divisi Pemasaran dan dibawah bimbingan Supervisor Modern Market yang kemudian dialih tugaskan ke Divisi Keuangan dibawah bimbingan Supervisor Finance. Praktikan mempunyai tugas pada setiap divisi diantaranya sebagai berikut.

1. Divisi Pemasaran :

- a. Membuat suatu perencanaan program promosi salah satu produk PT. Sinar Sosro dan dipresentasikan
- b. Membuat surat konfirmasi kerjasama antara perusahaan dengan salah satu waralaba yaitu Family Mart
- c. Mengunjungi beberapa supermarket besar di Indonesia yang bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro
- d. Melayani keluhan pelanggan mengenai retur barang maupun pemesanan barang secara berulang
- e. Mempromosikan produk baru yang dikeluarkan PT. Sinar Sosro melalui sosial media

2. Divisi Finance :

- a. Membuat invoice pada website sifusion
- b. Menginput data surat serah terima faktur pada website

- c. Melakukan penagihan ke pelanggan yang berkerja sama dengan PT. Sinar Sosro

B. Pelaksanaan Kerja

1. Divisi Pemasaran

- a. **Membuat suatu perencanaan program promosi salah satu produk PT. Sinar Sosro dan dipresentasikan**

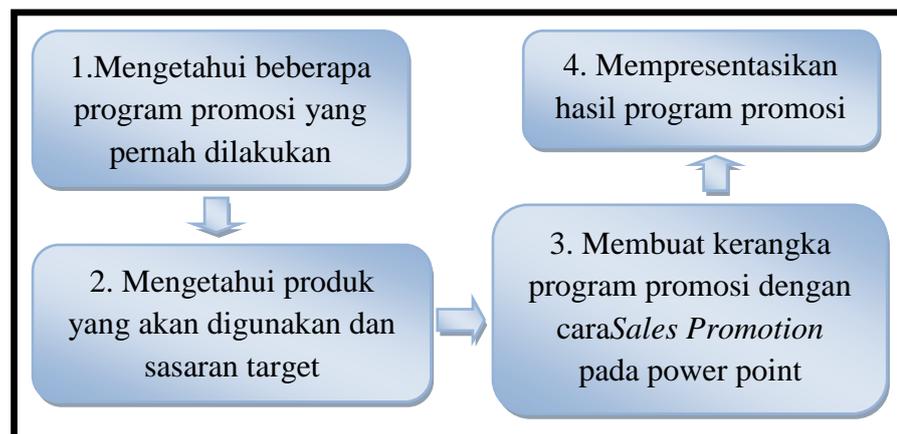
Supervisor Modern Market memberikan tugas untuk membuat suatu perencanaan program promosi salah satu produk PT. SinarSosro. Produk yang digunakan adalah Country Choice dan akan ditunjukan kepada salah satu modern outlet yaitu Lotte Mart. Hasil dari pembuatan program promosi kemudian dipresentasikan di depan Supervisor Modern Market. Berikut adalah rencana program promosi yang telahpraktikanbuat.

- 1) Memberikan tantangan ke setiap outlet Lotte Mart untuk mendesain stand Country Choice yang kreatif agar pengunjung tertarik untuk membeli produk. Setiap stand akan dinilai oleh juri dimana yang menjadi juri tersebut ialah Supervisor Modern Market serta bagi yang mendapat nilai paling tertinggi akan mendapat *reward* dan hadiah berupa uang tunai dan *merchandise* dari PT. SinarSosro.
- 2) Memberikan kompetisi bagi para Sales yang menjual produk Country Choice pada masing – masing stand. Sales yang mampu menjual produk Country Choice terbanyak

akan diberikan *reward* dan hadiah baik dalam bentuk uang tunai maupun *merchandise*.

- 3) Memberikan produk Sampling kepada pengunjung stand secara gratis. Namun untuk mendapatkan produk Free Sampling tersebut, pengunjung diharuskan mampu menjawab pertanyaan yang diberikan oleh Sales. Adapun pertanyaan itu melingkupi tentang pengetahuan pengunjung mengenai produk maupun tentang perusahaan PT. Sinar Sosro.
- 4) Mengadakan promosi Buy 1 Get 1 bagi pengunjung stand dimana setiap pembelian satu produk Country Choice volume 1 liter maka akan mendapatkan 1 produk Country Choice volume 250 ml secara gratis.

Berikut adalah flowchart membuat suatu perencanaan program promosi.



Gambar III. 1

Flowchart perencanaan program promosi

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Hasil dari tugas ini dinilai cukup baik oleh Supervisor Modern Market walaupun masih ada program yang sama seperti sebelum-sebelumnya, misalnya mengadakan program promosi buy 1 get 1.

Pengalaman pribadi yang didapatkan praktikan pada saat diberikan tugas oleh Supervisor Modern Market adalah praktikan dapat membuat perencanaan program promosi salah satu produk PT. Sinar Sosro yaitu Country Choice. Bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan meningkatkan kinerja karyawan dengan adanya *reward* agar mencapai target penjualan. Hal ini sangat bermanfaat bagi praktikan yang ditempatkan di bagian pemasaran sebagai *marketer*, karena bias merencanakan program promosi agar penyampaian strategi sesuai dengan pelanggan yang ditargetkan serta produk yang ditawarkan bias diminati oleh masyarakat. Akan tetapi saat program dimulai, tidak sepenuhnya berjalan lancar. Hal ini disebabkan karena perusahaan kekurangan ketersediaan produk saat ada pembelian dan pemesanan barang dalam varian rasa jambu. Perusahaan juga tidak menggunakan teori *personal selling*.

b. Membuat surat konfirmasi kerjasama antara perusahaan dengan waralaba

Dari kerjasama yang dibangun antara PT. Sinar Sosro dengan beberapa waralaba, maka dibutuhkan surat kesepakatan antara kedua belah pihak. Surat kesepakatan ini dibuat dengan tujuan untuk kedua belah pihak atau pihak lain bisa menyepakati

program dan perjanjian diantara pihak yang bersangkutan serta untuk menjalin kerjasama yang baik. Membuat surat kesepakatan tidaklah asal dibuat namun mengikuti aturan yang bisa disepakati berbagai pihak. Aturan dibuat secara sistematis dan terperinci agar mudah dipahami.

Dalam hal ini, praktikan ditugaskan untuk membantu pekerjaan Supervisor Modern Market membuat surat konfirmasi program sponshorship. Salah satu waralaba yang bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro yaitu Family MartdanAlfamidi. Ketika diberi tugas membuat surat konfirmasi kerjasama, praktikan diberi contoh surat konfirmasi yang sudah ada, kemudian mulai membuat dengan menggunakan *Microsoft Word* mengikuti format yang sudah diberi sebelumnya. Hasilnya diberikan kembali kepada Supervisor Modern Market. Berikut flowchart membuat surat konfirmasi kerjasama.



Gambar III. 2

Flowchart membuat surat konfirmasi kerjasama

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Tugas ini menjadi *personal experience* bagi praktikan karena bias membuat surat konfirmasi kerjasama PT. Sinar Sosro dengan Family Mart dan Alfamidi. Hal ini juga memberikan manfaat bagi praktikan bahwa suatu kesepakatan maupun perjanjian harus bisa menguntungkan pihak yang bersangkutan. Berikut ini merupakan contoh surat konfirmasi program sponsorship antara PT. Sinar Sosro dengan Family Mart.

NO: 1000102618

FAMILYMART INDONESIA 3rd ANNIVERSARY

SURAT KONFIRMASI PROGRAM SPONSORSHIP

DATA SPONSOR

- 1 Nama Perusahaan : PT Sinar Sosro
- 2 Penanggung Jawab Perusahaan : _____
- 3 Program Sponsorship yg dipilih*
*beri tanda (v) pada Sponsorship yang dipilih
 - PLATINUM
 - GOLD
 - SILVER

BENEFIT SPONSORSHIP

PROGRAM SPONSORSHIP	SPONSORSHIP SUPPORT (IDR)	LOGO EXPOSURE				PROMO PRODUCT EXPOSURE		
		Billboard	Flyer	In Store TVC	POS Screen	Social Media	Promo Gondol	Shelftalker
1 PLATINUM	200,000,000	12.5x 10cm	5 x 5cm	√	√	√	1 End Gondol	20pcs
2 GOLD D <u>40.000.000</u>	60.000.000	10 x 10cm	2.5 x 5 cm	√	√	√	1 Shelving	10pcs
3 SILVER	20,000,000	No Billboard	2.5 x 5 cm	√	√	√	Regular	6pcs

KELENGKAPAN PROGRAM SPONSORSHIP

Sesuai dengan benefit Program Sponsorship, maka setiap perusahaan partisipan, wajib mengumpulkan :

- 1 LOGO EXPOSURE : Logo Perusahaan, size 300 dpi dengan background putih
- 2 PROMO PRODUCT EXPOSURE : Program promosi product untuk diepose di shelftalker

Kirim ke Marketing dept FamilyMart Indonesia via email : adistia.anggraeni@familymartindonesia.com paling lambat **07 September 2015**

SYARAT & KETENTUAN

- 1 Setiap sponsor yang bersedia bekerjasama wajib menandatangani Surat Konfirmasi Program Sponsorship FamilyMart 3rd Anniversary.
- 2 Pembayaran support Sponsorship dilakukan pada tanggal yang telah disepakati bersama.
- 3 Logo perusahaan dengan ukuran 300 dpi dan background putih harus sudah dikirim ke FamilyMart via email sesuai dengan tanggal yang disepakati bersama.
- 4 Program promosi produk sudah harus didaftarkan ke FamilyMart sesuai tanggal yang disepakati bersama
- 5 Pembatalan Kelukutsertaan pada Program Sponsorship FamilyMart 3rd Anniversary
 - a. Oleh pihak sponsor, maka 50% dari biaya yang sudah dibayarkan akan dikembalikan.
 - b. Oleh pihak panitia, maka 100% dari biaya yang sudah dibayarkan akan dikembalikan.
- 6 Persetujuan dan konfirmasi keikutsertaan dalam Program Sponsorship FamilyMart 3rd Anniversary dapat dilakukan oleh pembawa proposal dengan penanggungjawab pihak sponsor.
- 7 Ketentuan-ketentuan lainnya dapat ditentukan atas dasar kesepakatan bersama.

Menyetujui,

Tanda tangai dan cap perusahaan

Nama : MANDY

Tanggal : 12-10-15

Mengetahui,

Nama :

Tanggal :

Kwitanst a/n. Sinar SOSRO .PT. ↓

Gambar III. 3

Surat Konfirmasi Program Sponsorship

Sumber : Diambil dari data internal perusahaan

c. Mengunjungi beberapa perusahaan waralaba yang bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro

Adanya kerjasama antara PT. Sinar Sosro dengan perusahaan waralaba di Indonesia menjadikan konsumen bisa mendapatkan produk lebih mudah. Selain itu, kerjasama dibuat dengan tujuan agar tercapainya hubungan yang bekesinambungan dan saling menguntungkan. Dalam hal ini, praktikan diberikan tugas untuk mengunjungi beberapa perusahaan waralaba yang bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro.

Tujuan dari mengunjungi ini adalah untuk memastikan bahwa program promosi berjalan sesuai kerjasama. Beberapa program tersebut diantaranya potongan harga pembelian suatu produk, buy 1 get 1, dan lain sebagainya. Selain itu, praktikan juga memantau stand untuk produk PT. Sinar Sosro dimana sedang diadakan promosi. Berikut adalah flowchart mengunjungi perusahaan waralaba yang bekerja sama dengan PT. Sinar Sosro.



Gambar III. 4

Flowchart mengunjungi perusahaan waralaba

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Mengunjungi supermarket besar untuk memantau apakah program berjalan atau tidak menjadi *personal experience* bagi praktikan. Praktikan mendatangi 7 waralaba di kecamatan yang berbeda dalam sehari. Semua itu dilakukan untuk benar-benar memastikan tidak ada waralaba yang tidak mengikuti program kerjasama dengan PT. Sinar Sosro. Adapun waralaba yang praktikan kunjungi ialah Alfamart, Alfamidi, dan Family Mart. Semua waralaba yang dikunjungi oleh praktikan sudah mengikuti program kerjasama yang sesuai.

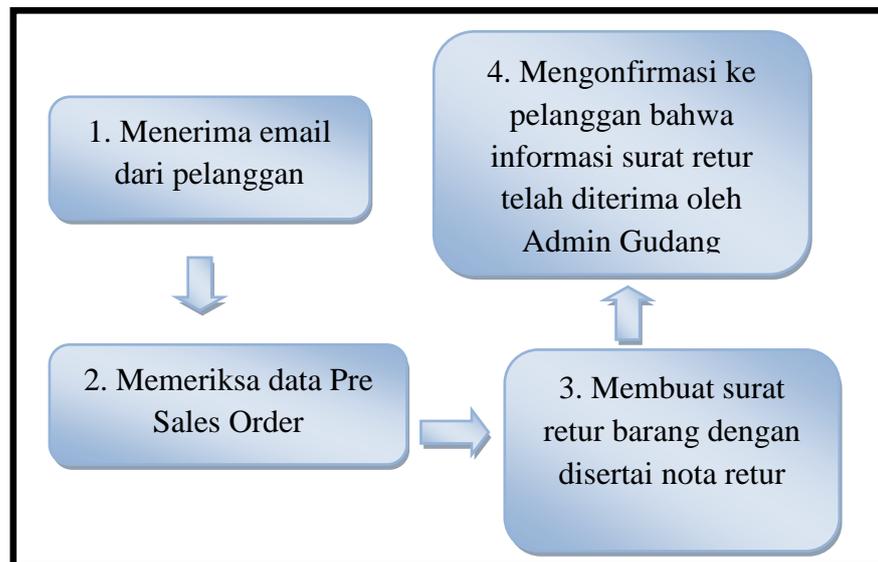
Manfaat yang didapatkan praktikan yaitu bahwa ketika sedang memantau, praktikan harus benar-benar teliti dan cermati bahwa produk dijual dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan tidak ada produk yang rusak.

d. Melayani keluhan pelanggan mengenai retur barang maupun pemesanan barang secara berulang

Melayani keluhan pelanggan adalah salah satu cara perusahaan untuk mengembalikan loyalitas pelanggan terhadap produk. Dalam hal ini dibutuhkan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. Praktikan diberikan tugas oleh Supervisor Modern Market untuk menanggapi keluhan pelanggan mengenai retur barang maupun pemesanan barang secara berulang melalui email. Dalam sehari rata-rata praktikan menerima 30 hingga 50 email selama jam kerja.

Praktikan membuka e-mail yang telah diberikan oleh Supervisor Modern Market, setelah itu mencari data *pre order* dengan nomer dan tanggal yang telah tercantum. Jika ada pelanggan yang ingin meretur barang maka praktikan membuat surat retur barang sesuai dengan data *pre order*. Hasil dari itu adalah nota retur yang akan diberikan kepada admin gudang untuk mengganti barang yang akan di retur. Kemudian menginformasikan ke pelanggan bahwa nota retur telah di proses oleh admin gudang.

Adapun langkah dalam melayani keluhan pelanggan dapat dilihat dalam flowchart sebagai berikut.



Gambar III. 5

Flowchart melayani keluhan pelanggan

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Tugas ini menjadi *personal experience* bagi praktikan karena bisa menanggapi keluhan pelanggan agar tidak kecewa, terutama melalui email. Praktikan juga mengetahui bahwa

menanggapi keluhan pelanggan tidaklah mudah namun harus mengkonfirmasi dengan beberapa divisi yaitu divisi finance dan divisi gudang. Tugas ini juga sekaligus memberikan manfaat pengalaman bagi praktikan bahwa kinerja dalam perusahaan akan berjalan dengan baik jika berbagai divisi bisa saling bekerja sama.

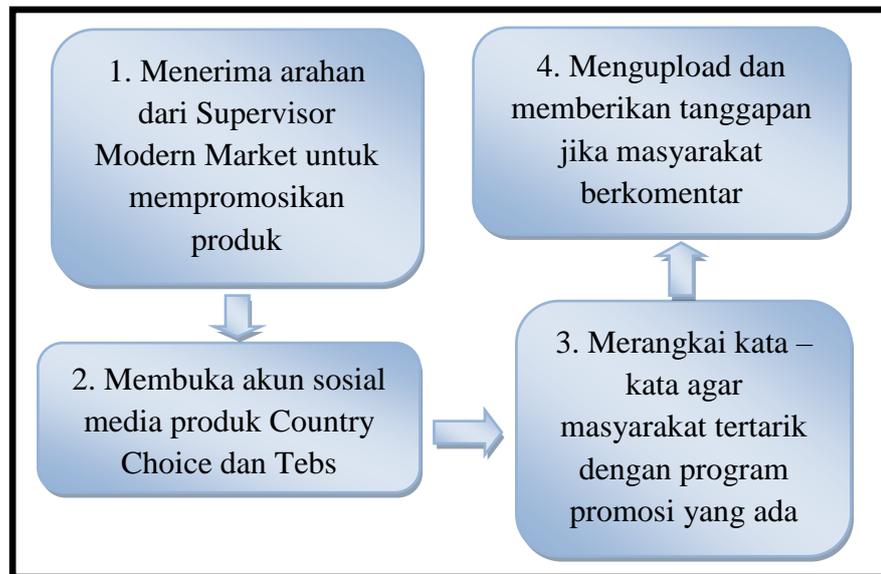
e. Mempromosikan produk baru yang dikeluarkan PT. Sinar Sosro melalui sosial media

Program promosi yang telah dibuat oleh perusahaan sebaiknya lebih didekatkan kembali ke masyarakat luas agar mengetahui program yang akan dan sedang dilaksanakan. Dalam rangka mengadakan acara program promosi maka wajib bagi perusahaan untuk menyebarluaskan program tersebut. Saat ini, banyak masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi lebih sering menggunakan sosial media. Untuk itu, praktikan ditugaskan oleh Supervisor Modern Market untuk memperbaharui sosial media yang menjadi akun resmi beberapa produk PT. Sinar Sosro.

Praktikan diberi arahan oleh Supervisor Modern Market untuk mempromosikan salah satu produk. Kemudian diberi ID dan *password* akun media social untuk melakukan kegiatan promosi. Dalam hal ini sosial media yang praktikan gunakan ialah Facebook. Adapun akun yang digunakan ialah akun produk Country Choice dan Tebs. Setelah login, praktikan mulai merangkai kata – kata untuk mempromosikan produk ini agar

pelanggan tertarik. Praktikan langsung mengupload dan memberikan tanggapan jika ada masyarakat yang berkomentar.

Berikut ini merupakan flowchart yang dapat praktikan buat untuk mempromosikan barang ke sosial media.



Gambar III. 6

Flowchart mempromosikan melalui media sosial

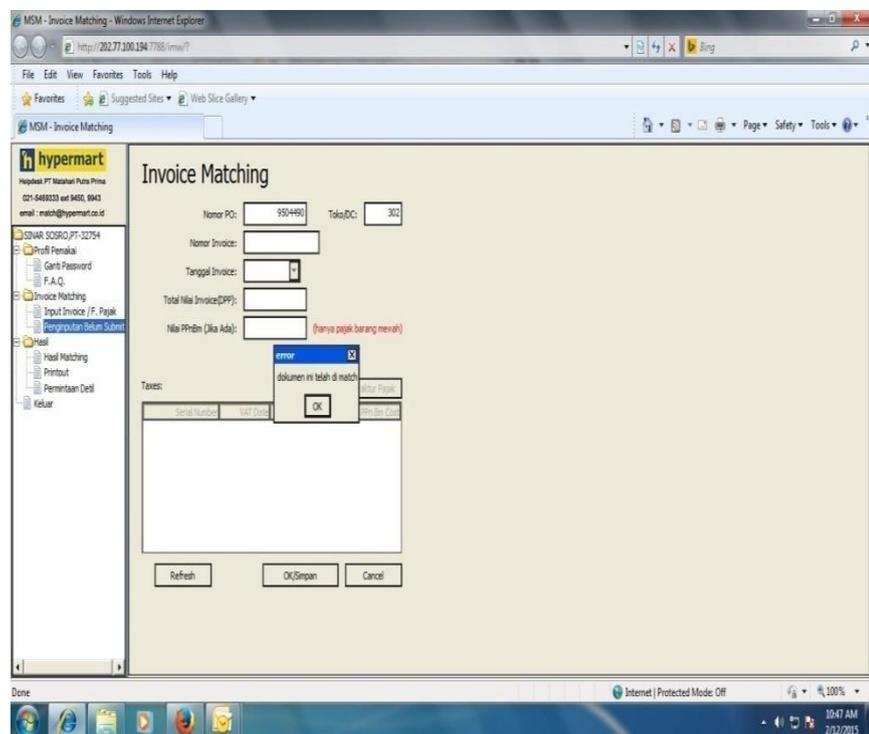
Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Tugas ini memberikan *personal experience* bagi praktikan dimana praktikan harus menanggapi berbagai tanggapan masyarakat dari beberapa program yang sedang terupdate. Tugas ini juga memberikan manfaat bagi praktikan bahwa hubungan antara perusahaan dengan masyarakat harus terjalin dengan baik.

2. Divisi Finance

- a) **Membuat data invoice pelanggan yang bekerjasama dengan PT. SinarSosro**

Praktikan ditugaskan oleh Supervisor Finance untuk membuat data invoice pelanggan. Dalam hal ini, praktikan menerima faktur dari pelanggan PT. Sinar Sosro. Kemudian diberikan ID dan password salah satu karyawan untuk mengisi data invoice dalam sebuah database. Berikut ini merupakan database yang digunakan praktikan untuk menginput data invoice dapat dilihat dalam gambar berikut.



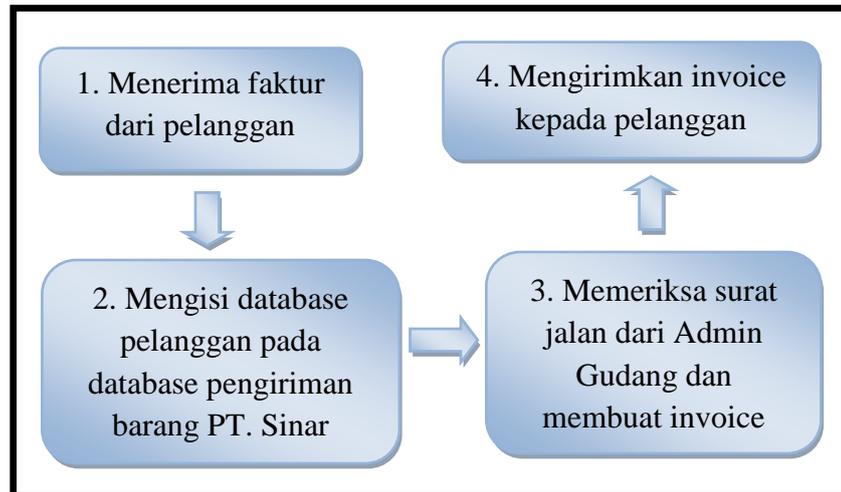
Gambar III. 7

Database Pelanggan

Sumber : Diambil dari data internal perusahaan

Setelah login, praktikan mengisi database pelanggan pada database pengiriman barang PT. Sinar Sosro. Kemudian praktikan memeriksa surat jaland ari Admin Gudang untuk melengkapi database pelanggan. Praktikan membuat invoice setelah database invoice terlengkapi yang kemudian akan dikirimkan ke pelanggan.

Dalam membuat data invoice pelanggan ada beberapa tahap yang harus dilakukan. Adapun beberapa tahap untuk membuat data invoice pelanggan dapat dilihat dalam flowchart berikut ini.



Gambar III. 8

Flowchart membuat data invoice

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Mengerjakan data invoice memberikan pengalaman bagi praktikan dimana praktikan harus lebih teliti dan hati – hati ketika mengisi data. Manfaat yang didapatkan oleh praktikan sebagai pengetahuan bahwa penting bagi sebuah perusahaan untuk memiliki database untuk mengetahui data pelanggan.

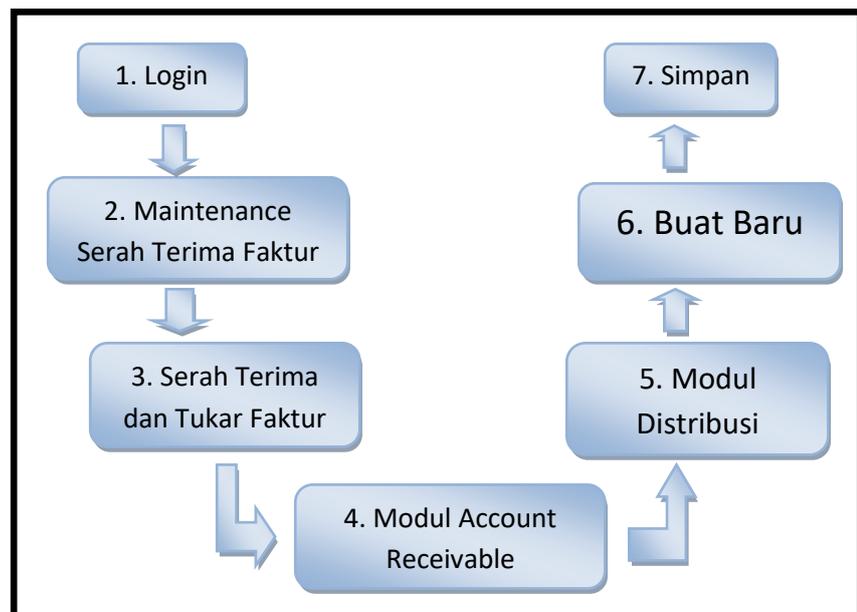
b) Menginput data serah terima faktur pada website

Dalam bidang ini praktikan diberi tugas untuk menginput data serah terima faktur pada website perusahaan yaitu *sifusion*. Sifusion merupakan sistem informasi terintegrasi yang dikembangkan oleh Divisi IT PT. Sinar Sosro untuk memenuhi kebutuhan komputerasi Sistem Informasi di PT. Sinar Sosro. Hal

ini bertujuan untuk menyimpan data serah terima faktur yang aman sampai penagihan dilakukan.

Data yang di input merupakan serah terima faktur dari pelanggan - pelanggan PT. Sinar Sosro. Praktikan diberi ID beserta password akun dari salah satu karyawan untuk login ke website. Kemudian membuat format baru untuk mengisi kolom yang sudah tercantum.

Untuk menginput data serah terima faktur ada beberapa tahapan yang harus dilakukan. Berikut flowchart menginput data serah terima faktur.



Gambar III. 9

Flowchart menginput data serah terimafaktur

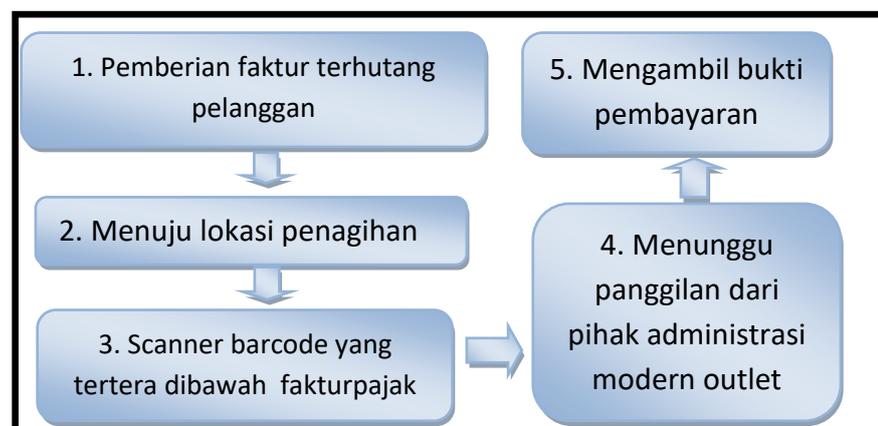
Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Pengalaman pribadi yang didapatkan dari bidang ini, praktikan memahami cara menginput data serah terima faktur PT. Sinar Sosro. Hampir setiap harinya menginput lebih dari 40 serah terima faktur. Sehingga bermanfaat bagi praktikan dalam

menggunakan sistem computer penyimpanan data keuangan yang baik dan efektif.

c) Melakukan penagihan ke pelanggan yang berkerja sama dengan PT. Sinar Sosro

Praktikan ditugaskan oleh Supervisor Finance untuk melakukan penagihan ke pelanggan yang memiliki faktor terhutang dengan PT. Sinar Sosro dengan cara amengunjungi beberapa pelanggan untuk menyampaikan faktor yang terhutang. Penagihan ini bertujuan agar pembayaran yang terhutang dibayar dengan tepat waktu. Pelanggan yang menjadi tujuan praktikan untuk melakukan penagihan menukar faktor yaitu satunya adalah PT. Hero Supermarket. Praktikan diberi faktor untuk melakukan penagihan dengan cara *scanner barcode* satu per satu yang tertera dibawah lembaran faktor pajak. Alat yang digunakan adalah alat *scanner barcode*. Setelah selesai praktikan menunggu panggilan dari pihak administrasi modern outlet untuk mengambil bukti pembayaran. Berikut flowchart penagihan penukaran faktor.



Gambar III. 10

Flowchart penagihan menukar faktor

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Tugas ini memberikan personal experience bagi praktikan karena dalam melakukan penukaran faktur harus sesuai dengan faktur penagihan yang ada di perusahaan. Praktikan diberi kesempatan satu kali untuk melakukan penagihan ke PT. Hero Supermarket. Tugas ini sekaligus memberikan manfaat bagi praktikan bahwa dokumen faktur yang akan digunakan untuk penukaran oleh pelanggan harus sesuai tertata dan teratur dengan rapi.

C. Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan PKL, praktikan mengalami berbagai kendala pada beberapa kegiatan. Berikut ini merupakan kendala yang bisa praktikan uraikan.

1. Praktikan mengalami kendala saat mengontrol distribusi barang melalui surat jalan. Setiap hari jumlah surat jalan mencapai sekitar 50 hingga 100 surat. Permasalahan yang terjadi bahwa penerimaan surat jalan dari divisi Sales Terima Order banyak kejadian lembar Pre Order tidak sesuai dengan surat jalan. Selain itu, tidak tersusunnya surat secara beraturan membuat praktikan kesulitan untuk mengerjakan. Permasalahan ini menjadi menghambat karyawan Sales Delivery untuk mengirimkan barang pesanan pelanggan.
2. Praktikan juga mengalami kesulitan saat memeriksa data pelanggan pada database. Database yang cukup rumit membuat praktikan tidak dapat memahami apa yang ada di dalam database tersebut. Selain

itu, komputer yang praktikan gunakan untuk melihat database masih menggunakan Windows 95 dan Intel Pentium generasi pertama membuat pekerjaan menjadi lamban karena sering terjadinya error serta tiba – tiba mati.

D. Cara Mengatasi Kendala

Dari adanya kendala yang telah diuraikan diatas, praktikan mencoba mensiasati bagaimana meminimalisir dari kendala yang ada. Berikut ini beberapa cara yang praktikan lakukan untuk mengatasi kendala:

1. Praktikan meminta saran dan pendapat dari Supervisor Modern Market mengenai surat jalan yang tidak sesuai dengan lembar Pre Order. Kemudian Supervisor Modern Market menyarankan kepada praktikan untuk mendiskusikan dengan divisi Sales Representative selaku pembuat surat jalan dan mengonfirmasi kepada Admin Gudang untuk memproses pesanan. Setelah itu, praktikan dapat memberikan surat jalan kepada Sales Delivery yang sesuai dengan pemesanan pelanggan saat Pre Order.
2. Untuk mengatasi permasalahan pada database, praktikan mensiasati dengan menggunakan komputer karyawan yang sedang tidak hadir. Kemudian untuk memahami mengenai database, praktikan mencoba mempelajari kembali mata kuliah Aplikasi Komputer yang didapat dari perkuliahan. Di dalam buku Sistem Informasi Komputer terdapat pembahasan mengenai database yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala ini.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah praktikan melaksanakan PKL selama dua bulan di PT. Sinar Sosro, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

1. Setelah melakukan PKL, praktikan mampu meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam hal pekerjaan khususnya pada bidang pemasaran di perusahaan. Program promosi yang dilakukan oleh PT. Sinar Sosro adalah membuat kerjasama terlebih dahulu dengan modern outlet melalui surat konfirmasi kerjasama. Setelah kedua belah pihak setuju, program mulai dirancang dan dilaksanakan.
2. Praktikan memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan untuk diterapkan dalam lapangan kerja. Praktikan dapat membuat rancangan perencanaan program promosi agar produk yang ditawarkan semakin diminati oleh masyarakat dengan membuat *stand* yang menarik dan memberikan potongan harga di setiap produknya. Selain itu di setiap pembelian satu produk konsumen mendapatkan satu produk gratis. Praktikan juga menerapkan alat komunikasi pemasaran untuk melakukan sebuah promosi dengan menggunakan sosial media facebook.

3. Selama melakukan PKL, praktikan meningkatkan keterampilan dalam hal membuat perencanaan program promosi. Dengan adanya arahan dari Supervisor Modern Market dengan diberitahu program-program promosi PT. Sinar Sosro sebelumnya, praktikan dapat membuat sebuah program dengan cara strategi promosi penjualan. Selain itu praktikan juga mampu meningkatkan keterampilan berkomunikasi, karena hasil dari pembuatan perencanaan program promosi dipresentasikan di hadapan Supervisor Modern Market.
4. Praktikan mampu membandingkan antara teori yang didapatkan di perkuliahan dengan praktik kerja lapangan. Teori yang selama ini di dapat oleh praktikan di perkuliahan sama dengan praktik yang di dapat selama melakukan PKL yaitu menggunakan teori *promotion mix*. Akan tetapi PT. Sinar Sosro tidak sepenuhnya menggunakan teori *promotion mix*, yang digunakan hanya *Advertising*, *Sales Promotion*, dan *Direct Marketing*. Perusahaan tidak menerapkan teori *personal selling*.

Dengan demikian, ilmu dan pengetahuan serta pengalaman yang dapat di tempat PKL bermanfaat bagi praktikan untuk memasuki dunia kerja.

B. Saran

Saran – saran yang hendak praktikan sampaikan kepada perusahaan tempat praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan yaitu PT. Sinar Sosro dan Universitas Negeri Jakarta, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun beberapa saran yang dapat praktikan berikan pada perusahaan antara lain:

1. Praktikan ingin memberikan saran khususnya pada divisi pemasaran untuk lebih teratur dalam menyimpan dokumen seperti lembar *Pre Order* dan Surat Jalan agar tertata rapi, sehingga proses distribusi berjalan dengan lancar.
2. PT. Sinar Sosro seharusnya bisa lebih tanggap dalam menyiasati masalah kehabisan barang yang dipesan oleh pelanggan. Ketersediaan barang akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk itu, PT. Sinar Sosro harus lebih cepat menanggapi dalam memenuhi permintaan barang pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Dedi Purwana, Umi Mardiaty, et. al. Pedoman Praktik Kerja Lapangan, Jakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2012.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sejarah, Visi, dan Misi PT. Sinar Sosro. Buku company profile PT. Sinar Sosro (diakses pada 30 Juli 2016)

PT. Sinar Sosro. Produk PT. Sinar Sosro. Diperoleh 1 September 2016, dari <http://www2.sosro.com/in/product>

Tim Top Brand Award Indonesia. *Strategi "Pucuk" Mencuri Pasar RTD Tea*. 2016. Diperoleh pada 3 September 2016 http://www.topbrandaward.com/article/strategi_undefinedpucukundefined_mencuri_pasar_rtd_tea.html.

Lampiran 1 : Surat Permohonan PKL



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180
Bagian UHTP : Telepon. 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian HUMAS : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 3591/UN39.12/KM/2016
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

4 Juli 2016

Yth. Manager Sumber Daya Manusia
PT. Sinar Sosro
Jl. Sultan Agung KM 28 Kel. Medan Satria
Bekasi 17132

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta:

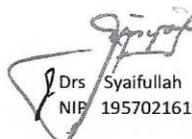
Nama : **Maulana Ishak**
Nomor Registrasi : 8223145319
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 081223007133

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada tanggal 11 Juli s.d. 11 September 2016 atau bisa disesuaikan permintaan perusahaan.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan

Tembusan:
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog Manajemen Pemasaran (D3)


Drs. Syaifullah
NIP. 195702161984031001

Lampiran 2 : Surat Penerimaan PKL

SINAR SOSRO

a REKSO Company
PT. SINAR SOSRO
Kantor Pusat
Jl. Raya Sultan Agung Km.28
Kelurahan Medan Satria
Bekasi 17132, Jawa Barat - Indonesia
T (62-21) 884 0855 F (62-21) 885 5784



Nomor : 59/NKA/II-PKL/VIII/2016
Lampiran : -
Perihal : Izin Praktek Kerja Lapangan

Kepada Yth.
Bp. Drs Syaifullah
Kepala Biro Administrasi .

Dengan hormat,

Sehubungan dengan Surat Bapak No.3591/UN39.12/KM/2016, tanggal 04 Juli 2016 perihal Permohonan Praktek Kerja Industri Periode 18 Juli s/d 10 September 2016 , dengan ini kami memberikan izin praktek kerja lapangan kepada :

No.	Nama Mahasiswa	Nomer Registrasi
1.	Maulana Ishak	8223145319

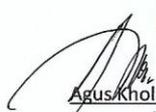
Untuk melakukan Praktek Kerja lapangan di PT. Sinar Sosro – Bisnit Unit National Key Account dibawah bimbingan :

Nama : Imron Prakosa
Jabatan : Finance Supervisor

Selama melakukan Praktek Kerja lapangan tersebut siswa harus mentaati semua ketentuan dan peraturan yang berlaku di PT. Sinar Sosro.

Demikian Surat Izin Praktek Kerja lapangan ini disampaikan, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Bekasi, 12 Agustus 2016
PT. Sinar Sosro - BU NKA


Agus Kholik
Personnel & General Affair manager



Lampiran 3 : Daftar Hadir PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.unj.ac.id/fe



DAFTAR HADIR
 PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Nama : Maulana Ishak
 No. Registrasi : B222145319
 Program Studi : D3 Pemasaran 2016
 Tempat Praktik : PT. Sinar Sosro
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Sultan Agung KM 2B, Medan Satria, Bekasi / 021 - 8894771

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 18 Juli 2016	[Signature]	
2.	Selasa, 19 Juli 2016	[Signature]	
3.	Rabu, 20 Juli 2016	[Signature]	
4.	Kamis, 21 Juli 2016	[Signature]	
5.	Jumat, 22 Juli 2016	[Signature]	
6.	Senin, 25 Juli 2016	[Signature]	
7.	Selasa, 26 Juli 2016	[Signature]	
8.	Rabu, 27 Juli 2016	[Signature]	
9.	Kamis, 28 Juli 2016	[Signature]	
10.	Jumat, 29 Juli 2016	[Signature]	
11.	Senin, 01 Agustus 2016	[Signature]	
12.	Selasa, 02 Agustus 2016	[Signature]	
13.	Rabu, 03 Agustus 2016	[Signature]	
14.	Kamis, 04 Agustus 2016	[Signature]	
15.	Jumat, 05 Agustus 2016	[Signature]	

Catatan :
 Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Jakarta, 09 September 2016
 Penilai :
 (Bpk. Immanuel Prakosa)
 Spu Key Account

Lampiran 4 : Daftar Hadir PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Madana Ishak
No. Registrasi : 8223145319
Program Studi : DS Pemasaan 2014
Tempat Praktik : PT. Sinar Sosro
Alamat Praktik/Telp : Jl. Sultan Agung KM 28, Medan Satria, Bekasi
1021-8894711

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 08 Agustus 2016		
2.	Selasa, 09 Agustus 2016		
3.	Rabu, 10 Agustus 2016		
4.	Kamis, 11 Agustus 2016		
5.	Jumat, 12 Agustus 2016		
6.	Sabtu, 13 Agustus 2016		
7.	Senin, 15 Agustus 2016		
8.	Selasa, 16 Agustus 2016		
9.	Kamis, 18 Agustus 2016		
10.	Jumat, 19 Agustus 2016		
11.	Sabtu, 20 Agustus 2016		
12.	Senin, 22 Agustus 2016		
13.	Selasa, 23 Agustus 2016		
14.	Rabu, 24 Agustus 2016		
15.	Kamis, 25 Agustus 2016		

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Jakarta, 09 September 2016
Penilitis

(Bpk. Immanuel Pratikosa)
Sp. Pj. Account

Lampiran 5 : Daftar Hadir PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Maulana Ishak
No. Registrasi : B223145319
Program Studi : D3 Pemasaran 2014
Tempat Praktik : PT. Sinar Socro
Alamat Praktik/Telp : Jl. Sultan Agung KM 2B, Medan Satria, Bekasi
/021-8894771

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Jum'at, 26 Agustus 2016	<i>[Signature]</i>	
2.	Sabtu, 27 Agustus 2016	<i>[Signature]</i>	
3.	Senin, 29 Agustus 2016	<i>[Signature]</i>	
4.	Selasa, 30 Agustus 2016	<i>[Signature]</i>	
5.	Rabu, 31 Agustus 2016	<i>[Signature]</i>	
6.	Kamis, 01 September 2016	<i>[Signature]</i>	
7.	Jum'at, 02 September 2016	<i>[Signature]</i>	
8.	Sabtu, 03 September 2016	<i>[Signature]</i>	
9.	Senin, 05 September 2016	<i>[Signature]</i>	
10.	Selasa, 06 September 2016	<i>[Signature]</i>	
11.	Rabu, 07 September 2016	<i>[Signature]</i>	
12.	Kamis, 08 September 2016	<i>[Signature]</i>	
13.	Jum'at, 09 September 2016	<i>[Signature]</i>	
14.	14.....	
15.	15.....	

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Jakarta, 09 September 2016
Penilai :
[Signature]
(Bek. Imen Prabosa)
SPV. Key Account

Lampiran 6 : Penilaian PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
..... SKS

Nama : Maulana Ishak
No.Registrasi : 0223145319
Program Studi : D3 Pemaccaran 2014
Tempat Praktik : PT. Sinar Sosro
Alamat Praktik/Telp : Jl. Sultan Agung KM 28, Medan Satria, Bekasi

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN		
1	Kehadiran	85	1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Predikat 80-100 A Sangat baik 70-79 B Baik 60-69 C Cukup 55-59 D Kurang 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan) Nilai Rata-rata : $\frac{\dots\dots\dots}{10 \text{ (sepuluh)}}$ Nilai Akhir : <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	Angka bulat	huruf
Angka bulat	huruf				
2	Kedisiplinan	85			
3	Sikap dan Kepribadian	85			
4	Kemampuan Dasar	84			
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85			
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	80			
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	80			
8	Aktivitas dan Kreativitas	82			
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	82			
10	Hasil Pekerjaan	85			
Jumlah		823			

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Jakarta, 09 September 2016
Penilai:

BPE Imhen Prakosa
Spv. Pay Account

Lampiran 7 : Surat Balasan PKL

SINAR SOSRO

a REKSO Company
PT. SINAR SOSRO
Kantor Pusat
Jl. Raya Sultan Agung Km.28
Kelurahan Medan Satria
Bekasi 17132, Jawa Barat - Indonesia
T (62-21) 884 0855 F (62-21) 885 5784



SURAT KETERANGAN

No : 027/PGA-NKA/PKL/IX/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Kholik
Jabatan : Personnel and General Affair Manager

Menerangkan bahwa siswa/i dengan identitas di bawah ini :

Nama : Maulana Ishak .
Jurusan : Manajemen Pemasaran .
Nama Sekolah : Universitas Negeri Jakarta .
: Jalan Rawamangun Muka Jakarta Timur .

Telah melakukan Praktek Kerja Lapangan / magang di PT. SINAR SOSRO Bisnis Unit National Key Account mulai 18 Juli s/d 10 September 2016 dengan hasil Baik.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 September 2016

Hormat kami,

Agus Kholik.
Personnel and general Affair Manager

CC: file

Lampiran 8 : Tabel Kegiatan PKL

No	Tanggal	Aktivitas
1	18/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membaca pelatihan dasar umum mengenai PKL ❖ Memahami aturan dan prosedur yang dibuat perusahaan untuk mahasiswa yang PKL ❖ Supervisor Modern Market memperkenalkan praktikan kepada karyawan divisi pemasaran ❖ Mendatangi beberapa Alfamart untuk memastikan mailer berjalan sesuai dengan kerjasama
2	19/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan diberikan pengetahuan tentang produk yang terdapat di perusahaan ❖ Praktikan diberikan tugas harian selama PKL berlangsung ❖ Praktikan diberikan tantangan oleh Supervisor Modern Market untuk membuat perencanaan program promosi produk bermerek Fruit Tea ❖ Mendatangi beberapa Alfamidi untuk memastikan di dalam katalog terdapat harga promo untuk S-Tee
3	20/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan memulai merencanakan program promosi ❖ Praktikan ditugaskan mengisi database daftar pesanan barang dari pelanggan
4	21/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melanjutkan membuat perencanaan program promosi ❖ Praktikan ditugaskan mengisi database daftar pesanan barang dari pelanggan
5	22/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melanjutkan membuat perencanaan program promosi ❖ Praktikan ditugaskan mengisi database daftar pesanan barang dari pelanggan
6	25/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melanjutkan membuat perencanaan program promosi ❖ Praktikan membuat surat konfirmasi

		kerjasama untuk Carrefour
7	26/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melanjutkan membuat perencanaan program promosi ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database
8	27/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan menyelesaikan dan mempresentasikan hasil membuat program promosi di depan Supervisor Modern Market ❖ Praktikan mengunjungi Hero Supermarket untuk mengetahui proses promosi produk perusahaan yang sedang berjalan
9	28/07/2016	❖ Sakit
10	29/07/2016	❖ Sakit
11	01/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan membuat surat konfirmasi kerjasama untuk Indogrosir ❖ Praktikan mengunjungi Giant supermarket untuk ikut memberikan mekanisme program promosi
12	02/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melayani beberapa keluhan pelanggan melalui surat nota retur yang datang ❖ Mendatangi beberapa Family Mart untuk memastikan program sponsorship berjalan ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan
13	03/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan membuat surat konfirmasi kerjasama untuk Family Mart ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Tebs di sosial media yaitu facebook
14	04/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melayani beberapa keluhan pelanggan melalui surat nota retur yang datang ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan
15	05/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol

		<p>distribusi sesuai surat jalan</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mempromosikan produk Tebs di sosial media yaitu facebook
16	08/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Tebs di sosial media yaitu facebook
17	09/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Tebs di sosial media yaitu facebook
18	10/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Tebs di sosial media yaitu facebook
19	11/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melayani beberapa keluhan pelanggan melalui surat nota retur yang datang ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan
20	12/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Country Choice di sosial media yaitu facebook
21	13/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mendatangi Giant untuk memastikan di dalam katalog terdapat harga promo untuk Teh Botol Sosro ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Country Choice di sosial media yaitu facebook
22	15/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan melayani beberapa keluhan pelanggan melalui surat nota retur yang datang

		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan
23	16/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Praktikan mengumpulkan data pelanggan pada database ❖ Praktikan ditugaskan mengontrol distribusi sesuai surat jalan ❖ Praktikan mempromosikan produk Country Choice di sosial media yaitu facebook
24	17/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Libur
25	18/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat serah terima faktur ❖ Menomorkan invoice sesuai data excel ❖ Menyusun invoice sesuai nomor ❖ Membuat invoice ❖ Membuat tanda terima faktur
26	19/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data ❖ Menomorkan invoice sesuai data excel ❖ Menyusun invoice sesuai nomor ❖ Membuat serah terima faktur
27	20/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat serah terima faktur ❖ Menomorkan faktur sesuai data excel ❖ Menyusun faktur sesuai nomor
28	22/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menyusun invoice sesuai data excel ❖ Menginput data ❖ Membuat serah terima faktur
29	23/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pergi membantu collector untuk menscan barcode di Carrefour dan Hero ❖ Fotocopy
30	24/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mengecek faktur yang baru datang ❖ Menyusun faktur sesuai outlet ❖ Menginput data ❖ Menscanner faktur pajak ❖ Menginput data barang produksi quick chicken ❖ Foto copy
31	25/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat invoice ❖ Foto copy ❖ Membuat serah terima faktur ❖ Merapihkan data di dalam ms. Excel ❖ Membuat serah terima faktur
32	26/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data

		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat GRN ❖ Membuat invoice ❖ Membuat serah terima faktur
33	27/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data Carrefour ❖ Fotocopy
34	29/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data ❖ Membuat invoice ❖ Foto copy ❖ Menscanner ❖ Membuat serah terima faktur
35	30/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data ❖ Menyusun invoice sesuai outlet (Carrefour) ❖ Fotocopy ❖ Menyusun invoice sesuai outlet (Lotte Mart) ❖ Menginput data
36	31/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pengarsipan faktur penjualan PT. Sinar Sosro ❖ Mengurutkan invoice sesuai nomor ❖ Melanjutkan mengurutkan invoice sesuai nomor
37	01/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data ❖ Foto copy ❖ Membuat serah terima faktur ❖ Foto copy ❖ Menyusun invoice sesuai nomor
38	02/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat invoice ❖ Foto copy ❖ Membuat serah terima faktur ❖ Merapihkan data di dalam ms. Excel ❖ Membuat serah terima faktur
39	03/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat serah terima faktur ❖ Menomorkan faktur sesuai data excel ❖ Foto copy ❖ Mescan data ❖ Menyusun faktur sesuai nomor urut
40	05/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Izin
41	06/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mengecek faktur yang baru datang ❖ Mereceived data ❖ Menginput data ❖ Membuat invoice ❖ Membuat tanda terima faktur ❖ Membuat invoice melanjutkan yang tadi
42	07/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menvalidasi serah terima faktur

		❖ Mengecap invoice
43	08/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menginput data ❖ Menyusun invoice sesuai outlet (Carrefour) ❖ Fotocopy ❖ Menyusun invoice sesuai outlet (Lotte Mart)
44	09/09/2016	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mendownload rincian lotte mart ❖ Menyimpan rincian tersebut ke sebuah folder ❖ Merapihkan lampiran penjualan ❖ Membuat tanda terima faktur

Lampiran 9 : Hasil Program Promosi

REKSO **SOSRO**
Ahlinya Teh

**Store Competition
Lotte Mart
Country Choice**



**PT. SINAR SOSRO - NKA
PROMOTION
2016**

PT.Anggada Putra Reko Mulia – Central HRD (Training & Development) For Internal use only

REKSO **SOSRO**
Ahlinya Teh

Mechanism

- Every store will be given 1000K to Decorate and make the Country Choice display outstanding
- Target : The highest Growth Selling Out Store in selling Country Choice products and The Best Store Display Competition
- 8 Store to Compete : Kelapa Gading, Gandaria, Taman Surya, Bintaro, Ratu Plasa, Fatmawati, Bekasi Junction, Kuningan City

**PT. SINAR SOSRO - NKA
PROMOTION
2016**

PT.Anggada Putra Reko Mulia – Central HRD (Training & Development) For Internal use only

REKSO **SOSRO**
Ahlinya Teh

Reward

- For The Winners :
 - > 1 st position : Cash 5 Million
 - > 2 nd position : Cash 3 Million
 - > 3 rd position : Cash 1,5 Million
 - > 4 th position : Free Goods 1000K
- For the Sales :
 - > 1 st position : Cash 3 Million
 - > 2 nd position : Free Goods 1000K

**PT. SINAR SOSRO - NKA
PROMOTION
2016**

PT.Anggada Putra Reko Mulia – Central HRD (Training & Development) For Internal use only

REKSO **SOSRO**
Ahlinya Teh

Promotion Support

- Free Sampling
- Promo buy 1 get 1 (buy Country Choice 1 Liter get 1 Country Choice 250 ml all variant)
- Sales Agent

**PT. SINAR SOSRO - NKA
PROMOTION
2016**

PT.Anggada Putra Reko Mulia – Central HRD (Training & Development) For Internal use only