

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA DIVISI
PEMASARAN PT MUSTIKA RATU TBK.**

SHIFA NURUL ANISSA
1702517019



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
2020**

***PRACTICAL WORK REPORT OF MARKETING
DIVISION AT PT MUSTIKA RATU TBK.***

SHIFA NURUL ANISSA
1702517019



*Partical work report arranged to meet one of the requirements to get the
title of the Ahli Madya at Faculty of Economics Universitas Negeri
Jakarta.*

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM
DIII FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA 2020**

LEMBAR EKSEKUTIF

Shifa Nurul Anissa 1702517019. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada PT MUSTIKA RATU TBK, TBK. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini bertujuan untuk menginformasikan kegiatan Praktik Kerja Lapangan selama empat puluh hari terhitung sejak tanggal 22 Juli 2019 sampai 13 September 2019 di PT Mustika Ratu Tbk, Tbk. Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan ditempatkan dibagian Divisi Pemasaran dan Divisi Pembelian. Praktikan ditugaskan membantu Divisi Pemasaran untuk memasarkan produk PT Mustika Ratu dan membantu Divisi Pembelian untuk membeli bahan- bahan baku agar produksi tetap berjalan.

Dengan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan mendapatkan banyak ilmu yang bermanfaat dan memperoleh pengalaman yang luar biasa karena praktikan secara langsung mengerjakan tugas yang diberikan oleh setiap departemen. Praktikan dapat mengambil beberapa kesimpulan dari tugas-tugas yang diberikan yaitu, membeli bahan-bahan baku, membeli kemasan, memasarkan produk, dan mempromosikan produk-produk milik PT Mustika Ratu Tbk,

Kata Kunci: Promosi, Divisi Pemasaran, PT MUSTIKA RATU TBK

EXECUTIVE SUMMARY

Shifa Nurul Anissa 1702517019. Field Work Practice Report at PT Mustika Ratu Tbk, Tbk. Marketing Management DIII Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This field work practice report aiming to inform my activities for forty days from July 22, 2019 until September 13, 2019 at PT Mustika Ratu Tbk, Tbk. During the field work practice, practicant was placed in Marketing Division and Purchasing Division. Practicant had task to helping Marketing Division to selling the products and practicant had another task in Purchasing Division to buying raw materials to make production to keep continue.

Practicant have got a lot of useful knowladge and an amazing experience by doing this field work practice because practicant immediately did the tasks given by each departements to me. Practicant can take some of conclusions from all the task given are buying raw materials, buying packaging, selling the products, and promoting the products that owned by PT Mustika Ratu Tbk,

Keyword: Promotion, Marketing Division, PT MUSTIKA RATU TBK

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan selama empat puluh hari di PT Mustika Ratu Tbk, Tbk. Menyusun laporan PKL ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Ahli Madya.

Selama menyusun laporan ini, praktikan menemui beberapa hambatan untuk menyelesaikan laporan ini, namun berkat doa, usaha, dan bantuan dari semua pihak yang dengan senang hati membantu praktikan ini. Dan juga orang tua atas doa dan semangat yang diberikan sehingga laporan ini dapat selesai

Oleh karena itu, dengan tulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi, semangat serta doa untuk praktikan dalam menyusun laporan PKL, kepada yang terhormat:

1. Dr. Ari Saptono,SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

3. M. Edo Suryawan Siregar ,S.E.,M.B.A selaku dosen pembimbing laporan Praktik Kerja Lapangan.
4. Dini Herliani selaku Brand Manager PT Mustika Ratu Tbk, Tbk.
5. Ingga Gloria selaku General Manager PT Mustika Ratu Tbk, Tbk.
6. Ance Bravoma selaku Mentor Di PT Mustika Ratu Tbk.
7. Serta semua teman-teman Fakultas Ekonomi prodi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan dukungan kepada praktikan.

Praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi praktikan dan para pembaca.

Jakarta, 2020

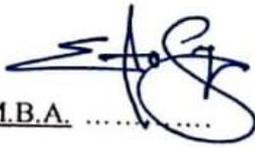
Shifa Nurul Anissa

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DII Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah, M.M
NIP. 1962006231990032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001		11 - Februari - 2020
Penguji Ahli		
<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003		21 - Januari - 2020
Dosen Pembimbing		
<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002		5 - Februari - 2020

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
EXECUTIVE SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	3
C. Kegunaan PKL.....	4
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan	5
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	7
A. Sejarah Perusahaan	7
B. Struktur Organisasi	14
C. Kegiatan Umum Perusahaan	17
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN.....	29
A. Bidang Kerja.....	29
B. Pelaksanaan Kerja.....	29
C. Kendala Yang Dihadapi	40
D. Cara Mengatasi Kendala	40
BAB IV PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	44
DAFTAR LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Jadwal PKL Praktikan	5
Tabel 2.1	List Harga Produk	25

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar II.1	Kantor Mustika Ratu Tbk	11
Gambar II.2	Kantor Mustika Ratu	11
Gambar II.3	Logo PT Mustika Ratu Tbk	13
Gambar II.4	Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk	14
Gambar II.5	<i>Beauty Class</i> Yang Diadakan PT Mustika Ratu	27
Gambar II.6	Program <i>Beauty Class</i>	28
Gambar III.1	<i>Form SPP/SPA</i>	32
Gambar III.2	Contoh Gambar <i>Story Board</i>	33
Gambar III.3	<i>Form Produk Gratis</i>	34
Gambar III.4	<i>Form SPP/SPA</i>	36
Gambar III.5	Gambar <i>Story Board</i>	38
Gambar III.6	<i>Form SPP/SPA</i>	39

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
Lampiran 1	Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan	46
Lampiran 2	Daftar Hadir	47
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL	48
Lampiran 4	Daftar Hadir PKL	49
Lampiran 5	Penilaian Praktik Kerja	50
Lampiran 6	Surat Keterangan Selesai Praktik Kerja	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hasil kekayaan Indonesia yang melimpah di seluruh tanah air menjadikan negara kita kaya akan ramuan-ramuan dari alam. Banyaknya spesies hayati tumbuh di Indonesia membuat perusahaan besar kosmetika dan perawatan kulit (*skin care*) berlomba-lomba untuk meyakinkan konsumennya bahwa produk yang digunakan berdasarkan bahan-bahan yang tidak berbahaya. Kosmetika juga merupakan salah satu kebutuhan yang paling diminati oleh para wanita Indonesia maupun dunia. Perusahaan juga penting harus mengetahui target sasaran yang tepat untuk mempromosikan produknya agar produk kosmetiknya dapat laku di pasaran dan mendapatkan bahan baku yang penting bagi perusahaan.

Saat ini perusahaan-perusahaan kosmetika dan perawatan kulit (*skin care*) sedang mengalihkan bahan-bahan yang akan digunakan untuk membuat kosmetika dengan bahan-bahan yang berasal dari alam selain lebih mudah untuk mendapatkan, harganya pun lebih terjangkau dan efek sampingnya tidak akan separah dengan bahan baku yang digunakan menggunakan bahan-bahan kimia. Meskipun bahan bakunya ada yang terdapat dari bahan kimia namun bahan-bahan yang mendominasi untuk produknya adalah yang berasal dari alam karena untuk mengurangi efek samping dari produk-produk tersebut.

Situasi ini membuat perusahaan kosmetik dan perawatan kulit (*skin care*) mendorong semua perusahaan yang bergerak dibidang *Beauty and*

Personal Care untuk terus berinovasi menciptakan produk berkualitas dan aman saat digunakan. Dalam usaha untuk menghasilkan produk yang aman dan bermutu tinggi, maka pemerintah dan BPOM melakukan upaya-upaya pembinaan, pengawasan obat, dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang meliputi pengawasan atas produk tarapetik, narkotika, psikotropika, zat adiktif, obat tradisional, kosmetika, produk komplemen serta pengawasan atas keamanan pangan dan bahan berbahaya bagi perusahaan kosmetika maupun obat tradisional (BPOM, 2019).

Mustika Ratu menawarkan produk baru yaitu kosmetika Mustika Ratu *Beauty Queen Makeup Series* yang memang ditargetkan untuk remaja. Karena mempunyai kandungan bahan yang terpilih oleh Mustika Ratu untuk produk *Beauty Queen* dan juga bahan bahan alami yang terbuat dari bahan pilihan seperti biji kelor yang sudah sangat terkenal manfaatnya pada masyarakat untuk kecantikan yang dapat membantu melindungi kulit dan dampak buruk radikal bebas agar tetap sehat dan tanpa perlu takut dengan efek sampingnya. Dalam mempromosikan produk kosmetika *Beauty Queen Series* milik Mustika Ratu harus mempunyai strategi yang tepat untuk memasarkan dan mempromosikan produk tersebut agar produk *Beauty Queen Series* dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, karena produk kosmetika *Beauty Queen Series* tergolong produk baru yang harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan di bidang *beauty and personal care* lokal lainnya seperti perusahaan seperti Wardah, Sari ayu, Viva, Elsheskin, Esqa, BLP, Goban, Mineral Botanica, Emina, Make over, ataupun perusahaan luar yang namanya sudah besar seperti Maybelline, NYX,

Anastasia Beverly Hills, Urban Decay, Revlon, Morphe, The Body Shop, Face Shop, E.L.F, ColourPop, Wet n Wild, Tarte, Milani, dan lain-lain.

Promosi sangat penting untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang akan dijual agar konsumen dapat mengenal produk itu dengan baik sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk itu. Alat-alat promosi yang digunakan dalam kegiatan pemasaran produk *Beauty Queen Series* yaitu iklan (*advertising*), *sales promotion*, *personal selling*, *direct marketing*, dan *public relations*. Kegiatan promosi itu benar-benar pengaruh untuk meningkatkan popularitas kosmetika lokal milik perusahaan Mustika Ratu. Karena PT Mustika Ratu Tbk, sudah menjadi perusahaan ternama.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan oleh praktikan adalah sebagai berikut:

1. Agar mendapatkan pengalaman kerja pada Divisi *Marketing* di PT. Mustika Ratu sebelum terjun ke dunia kerja yang sebenarnya.
2. Agar mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dalam perkuliahan

Adapun Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan:

1. Dapat mengetahui tugas yang dilakukan pada Divisi *Marketing* di PT. Mustika Ratu
2. Dapat meningkatkan pemahaman praktikan dalam membuat pekerjaan yang diberikan seperti membuat surat permintaan anggaran, *story board*, dan produk gratis pada PT. Mustika Ratu

C. Kegunaan PKL

Dengan dilakukannya PKL Praktik Kerja Lapangan :

1. Bagi Praktikan : Dapat memberikan wawasan serta pengalaman dan memberi tahu bahwa dunia kerja sebenarnya seperti apa.
2. Bagi Mahasiswa UNJ : Menjadi sarana untuk menjalin kerja sama bagi Fakultas Ekonomi dengan perusahaan dan dijadikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi serta agar dapat menyempurnakan kurikulum yang baik bagi Universitas.
3. Bagi Perusahaan : Perusahaan membutuhkan tenaga kerja dan perusahaan dapat merekrut mahasiswa PKL dari Fakultas Ekonomi DIII Manajemen Pemasaran.

Dan menjalin hubungan baik antara perusahaan dan mahasiswa PKL dapat bekerja di perusahaan tersebut tanpa harus membuka rekrutmen baru

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan PKL pada PT. Mustika Ratu. Selama empat puluh hari terbilang mulai pada tanggal 22 juli-13 september 2019. Adapun waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan jam kerja pada PT Mustika Ratu.

Jadwal kerja Praktikan

Tabel 1.1

HARI KERJA	JAM KERJA	JAM ISTIRAHAT
SENIN – JUMAT	08:30 – 17:30	12:00 – 13:00

Sumber: diolah oleh praktikan

Dalam proses PKL dibagi menjadi 2 tahap, yaitu:

1. Tahap persiapan PKL

- a. Pada tanggal 01 April 2019 praktikan meminta surat pengantar untuk membuat surat permohonan PKL di gedung R yang kemudian praktikan meminta tanda tangan Ibu Dra. Sholikhah, M.M selaku koordinator program studi D3 Manajemen Pemasaran.
- b. Setelah mendapatkan tanda tangan yang dibutuhkan, praktikan mengajukan surat pengantar tersebut pada tanggal 02 April 2019 ke biro *administrasi* akademik kemahasiswaan

- c. Pada tanggal 16 April 2019 praktik mengambil surat permohonan PKL yang telah selesai.
- d. Pada tanggal 18 april 2019 praktikan mengirimkan berkas PKL kepada PT Mustika Ratu Tbk.

2. Tahap Pelaksanaan PKL

Pada tahap persiapan, praktikan mempersiapkan segala kebutuhan untuk mencari tempat Praktik Kerja Lapangan. Kemudian meminta surat permohonan Praktik Kerja Lapangan kepada pihak BAKHUM. Lalu memberikan surat tersebut kepada perusahaan yang akan dituju oleh Praktikan dan Praktik Kerja Lapangan dimulai pada tanggal 22 Juli 2019 dan dilaksanakan di PT. Mustika Ratu Tbk, dan berakhir pada tanggal 22 September 2019.

3. Tahap Penulisan

Setelah praktikan menyelesaikan praktik kerja lapangan, praktikan diwajibkan membuat laporan sesuai dengan data-data yang telah didapatkan di perusahaan tersebut dan menyusun laporan hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Jauh dimasa silam, pada saat keraton menjadi pusat sumber kejayaan ilmu pengetahuan dan budaya dimana seni budaya kecantikan ningrat merupakan pusaka yang sangat berharga dan berbeda dengan budaya tradisional masyarakat di luar keraton. Di keraton budaya mengenai resep kecantikan yang sangat rahasia terbuat dari ramuan- ramuan alam dari leluhur tidak akan di bagikan kepada orang-orang yang tidak semestinya dan walaupun ada itu hanya sebagai resep yang bersifat umum saja.

PT Mustika Ratu Tbk, mengembangkan usahanya dimulai dari bawah oleh Ibu BRA Mooryati Soedibdyo. Beliau adalah seorang putri keraton yang dibesarkan di budaya keratin. PT Mustika Ratu Tbk, di dirikan oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyo yang lahir di Surakarta pada tanggal 5 Januari 1928, beliau adalah cucu dari Sri Susuhunan Pakoe Boewono X Keraton Surakarta. Beliau dibesarkan dengan tradisi keraton yang kental maka beliau mendapatkan pendidikan

secara tradisional yang menekankan pada tata krama, seni tari klasik, membatik, *ngadi saliro ngadi busono*, mengenal tumbuh-tumbuhan berkhasiat, meramu jamu dan kosmetik dari bahan tradisional, bahasa sastra jawa, dan bidang seni lainnya.

Pada tahun 1965, Ibu BRA Mooryati Soedibyو menekuni hobinya yaitu meracik jamu dan kosmetika dari bahan-bahan tradisional yang kemudian beliau bagikan kepada teman-teman sejawatnya. Setelah itu, permintaan jamu racikan yang dibuat oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyو digemari dan banyak dipesan oleh teman-teman sejawatnya. Ibu BRA Mooryati Soedibyو juga bercita-cita untuk melestarikan nilai-nilai budaya tradisional agar tidak luntur begitu saja, maka beliau meracik bahan-bahan produknya dengan bahan-bahan yang tradisional yang dapat ditemukan di alam Indonesia. Akhirnya pada tahun 1973 beliau memiliki bisnis jamu dan kosmetika yang hanya bermodal Rp. 25.000,- dengan memulai bisnis pembuatan jamu dan kosmetika dengan bahan alami tersebut di garasi rumahnya dan dibantu oleh kedua orang temannya untuk membantu beliau dalam menjalankan bisnisnya karena semakin banyak permintaan dan tanggapan yang sangat baik dari produk-produk Ibu BRA Mooryati Soedibyو. Di samping membuat jamu dan kosmetika saat itu, Ibu BRA Mooryati Soedibyو juga memberikan penyuluhan tentang kecantikan kepada ahli kecantikan, salon, dan

lain-lain.

Pada tahun 1975 semakin meningkatnya permintaan atas produk Ibu BRA Mooryati Soediby dengan pesat sehingga kegiatannya harus dipindahkan ke daerah industri. Karena sudah tidak memungkinkan lagi jika usahanya harus di rumah saja, maka harus ada perkembangan dalam fasilitas dengan kapasitas besar untuk tetap memproduksi produknya yang semakin diminati oleh orang. Industri rumah tangga ini lalu dipindahkan ke tanah seluas $\pm 1.000 \text{ m}^2$ untuk pabrik jamu tradisional dan kosmetika dengan berlokasi di Jl. Raya Bogor Km 26,4, Ciracas, Jakarta Timur. Maka pada tahun 1978 Mustika ratu telah resmi menjadi perseroan terbatas dengan memiliki reputasi dan keahlian dalam produk kecantikan dan jamu.

Pada 8 April 1981, pabrik PT Mustika Ratu Tbk, Tbk dioperasikan secara resmi. Dengan tujuan untuk memperkuat struktur kapitalisasi juga untuk mengimplementasi visinya sebagai perusahaan kosmetik dan jamu alami dengan teknologi tinggi terbaik di Indonesia, perusahaan membuat penawaran publik dan merekam sahamnya di PT. Bursa Efek Jakarta pada tahun 1995. Perusahaan mulai menerapkan standar internasional ISO 9001 dalam sistem manajemen mutu dan ISO 14001 dalam sistem manajemen lingkungan sejak tahun 1996.

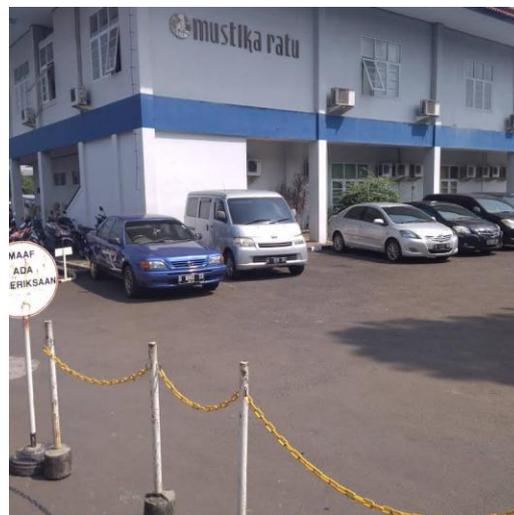
Pada tahun 1992, Yayasan Puteri Indonesia yang diketuai oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyo, mendirikan kontes kecantikan yaitu Puteri Indonesia dengan slogan 3B (*Brain, Beauty, Behavior*). Dalam ajang kontes kecantikan ini juga sekaligus mempromosikan produknya.

Mustika Ratu sebagai perusahaan dengan mempunyai produk yang berkualitas baik karena PT Mustika Ratu Tbk, juga berperan sebagai sponsor untuk ajang Puteri Indonesia ini.



Gambar II.1 Kantor Mustika Ratu Tbk

Sumber : <http://id.near-place.com/> (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)



Gambar II.2 Kantor Mustika Ratu Ciracas

Sumber : <https://pawon-songo.business.site/> (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)

1. Visi

Menjadikan warisan tradisi keluarga leluhur sebagai basis industri perawatan kesehatan atau kebugaran dan kecantikan melalui proses modernisasi teknologi berkelanjutan dan mengandalkan tumbuh-tumbuhan dari alam sebagai sumber bahan baku utama.

2. Misi

Falsafah kesehatan atau kebugaran dan kecantikan atau penampilan yang telah lama di tinggalkan masyarakat luas digali kembali oleh putri keratin sebagai *royal heritage* untuk dibagikan kepada dunia sebagai karunia tuhan dalam bentuk ilmu pengetahuan yang harus dipertahankan dan dilestarikan.

3. Budaya

- a. Mengutamakan peningkatan kepuasan pelanggan.
- b. Bekerja dengan budaya kekeluargaan dan keakraban.
- c. Menghargai integritas dan profesionalisme yang tinggi.
- d. Menunjang kerjasama dan gotong royong dalam mencapai tujuan bersama.

4. Logo dan Filosofi Perusahaan



Gambar II.3 Logo PT Mustika Ratu Tbk, Tbk.

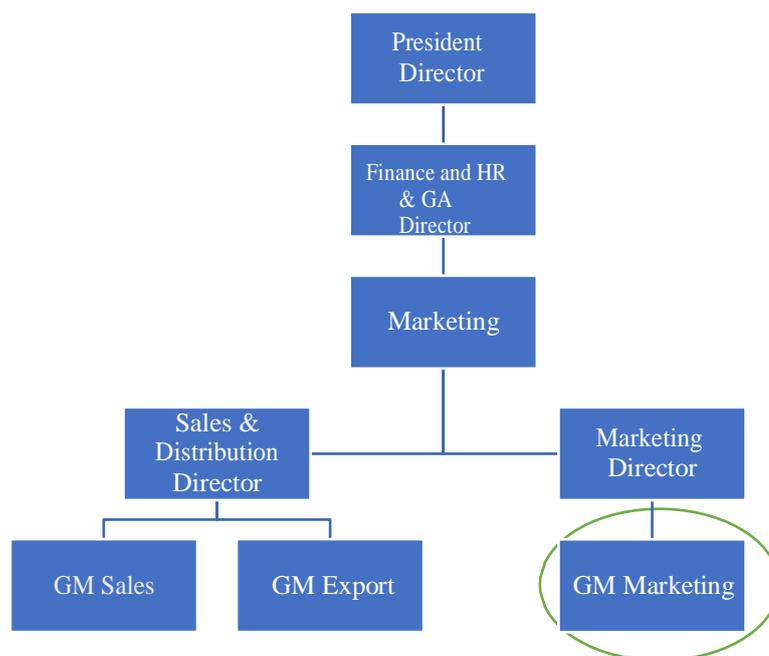
Sumber <http://dianurfuadah.blogspot.com> (diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)

Nama Mustika Ratu memiliki *value* dan filosofi yang sangat mendalam, dalam bahasa Jawa memiliki arti: *Turun ing Sinatryo, Rembesing Madu, Tedak ing wongamorotopo, Mustika ning Ratu*, yang diterjemahkan bebas yaitu dari keturunan kesatria yang tersaring ketat, yang berperilaku penuh prihatin dan kesadaran, terlahirlah peninggalan berharga raja. Filosofi ini dibawa dalam setiap aspek perusahaan, yaitu memberikan buah pikiran dan hasil kerja yang terbaik yang berasal dari peninggalan tradisi leluhur yang berasal dari Keraton Surakarta Hadiningrat. Pergantian logo Mustika Ratu Pusaka Indonesia ini sesuai dengan visi dan misi Mustika Ratu untuk menjaga kesehatan, kebugaran serta kecantikan paripurna (*holistic wellness*) dengan mengandalkan tumbuh-tumbuhan yang berasal dari alam serta rempah-rempah asli Indonesia. Dengan adanya perubahan logo ini, PT Mustika Ratu Tbk, akan terus berjuang untuk

menyediakan produk dengan kualitas terbaik dengan memanfaatkan aset-aset serta Sumber Daya Alam (SDA), budaya serta inovasi modern Indonesia.

Mustika Ratu memiliki slogan “Pusaka Indonesia” dimana Mustika Ratu sebagai *brand* dan produk yang memberikan perawatan kecantikan secara *holistic* yaitu kecantikan luar dan dalam melalui tradisi Indonesia. Dimana kecantikan dari luar dilakukan dengan melakukan perawatan dengan menggunakan produk *personal care* dan dari dalam adalah dengan menggunakan jamu.

B. Struktur Organisasi



Gambar II.4 Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk,

PT Mustika Ratu Tbk, Tbk merupakan perusahaan swasta yang dipimpin oleh *President Director* dan kekuasaan tertinggi yaitu Dewan Komisaris yang tugasnya untuk mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh direksi untuk memastikan bahwa rencana yang ditetapkan akan dapat dijalankan dengan bersungguh-sungguh agar mendapatkan hasil yang optimal. Berikut adalah tugas-tugas utama dari setiap masing-masing jabatan yang diperoleh di PT Mustika Ratu Tbk, Tbk:

a. Marketing Director

Adapun tugas utama *Marketing Director* adalah:

- 1) Membantu pelaksanaan strategi dan kebijaksanaan yang telah ditetapkan
- 2) Merencanakan dan menyelenggarakan semua kegiatan pemasaran dan penjualan hasil produksi perusahaan
- 3) Menyelenggarakan semua kegiatan penelitian dan pengembangan pemasaran

b. General Manager Marketing

Adapun tugas utama dari *General Manager Marketing* adalah:

- 4) Membuat analisa terhadap pangsa pasar dan menentukan strategi penjualan terhadap konsumen atau pelanggan.
- 5) Melakukan strategi pemasaran yang efektif serta

berorientasi pada pencapaian dan peningkatan target *sales*

- 6) Mempertahankan kualitas layanan perusahaan

c. Sales & Distribution Director

Adapun tugas utama dari *Sales & Distribution Director* adalah:

- 7) Merencanakan dan menyelenggarakan semua kegiatan pemasaran dan penjualan hasil produk perusahaan
- 8) Bertanggung jawab atas barang-barang yang disalurkan dan dipasarkan
- 9) Mengusahakan agar *volume* penjualan dapat meningkat serta memperluas pemasaran produk perusahaan ke berbagai daerah di Indonesia

d. General Manager Export

- 1) Bertanggung jawab atas seluruh aktivitas kegiatan *export* perusahaan ke berbagai negara, mulai dari perencanaan, pengkoordinasian dan mengontrol semua aktivitas *export*
- 2) Membuat kebijakan dan strategi untuk target penjualan
- 3) Berkoordinasi dengan instansi terkait yang dibutuhkan untuk kepentingan ekspor seperti beacukai, asuransi, jasa pengangkutan dan lainnya

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Mustika Ratu adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk yang jenisnya bermacam-macam dari perawatan untuk wajah sampai tubuh pun tersedia. Contohnya seperti, *make up*, jamu, *skin care*, *spa*, *parfume* serta minuman segar Mustika Ratu mementingkan kesehatan, kebugaran serta kecantikan "paripurna" untuk masyarakat Indonesia seperti penjelasan dari logonya dengan cara memproduksi produk-produknya dengan mengandalkan tumbuh-tumbuhan yang berasal dari alam serta rempah-rempah asli Indonesia.

Di dalam perusahaan Mustika Ratu disetiap produknya terdapat *brand* tersendiri yang dibuat, tetapi tetap milik satu perusahaan yaitu PT Mustika Ratu Tbk, Tbk. *Brand* yang terdapat di PT Mustika Ratu Tbk, Tbk yaitu: Mustika Ratu, Puteri, Moors, Bask, Taman Sari *Royal Heritage*, *Biocell* dan Ratu Mas. Berikut penjelasan bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk menyusun strategi perusahaan dalam menunjang kegiatan umum perusahaan.

Konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dan 4P yaitu, *Product, Price, Place, Promotion* :

1. *Product*

Product adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian agar suatu produk yang dijual

mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dari konsumen. Macam-macam jenis produk yang di produksi oleh PT Mustika Ratu Tbk, Tbk yaitu:

a. Hair Care

PT Mustika Ratu Tbk, Tbk mengeluarkan banyaknya varian dan kategori dari produknya salah satunya *hair care* atau perawatan rambut untuk menciptakan rambut yang sehat dan terawat yaitu:

- *Hair Oil*- Minyak cem ceman
- *Shampoo* Bayam
- *Shampoo* Merang
- *Shampoo* Daun Waru
- *Shampoo* Daun Landep
- *Shampoo* Teh Hijau
- *Coconut Milk Conditioner*
- Masker Rambut Cem Ceman Akar Wangi
- *Hair Tonic*

b. Facial Care

Facial Care yang diproduksi oleh PT Mustika Ratu Tbk, Tbk memiliki berbagai macam produk dan terdapat *brand* tersendiri untuk masing- masing produknya, yaitu:

- Pembersih Sari Sekar Gambil

- Pembersih Sari Jeruk Nipis
- Pembersih Sari Mawar
- Pembersih *2in1* Bengkoang
- Penyegar Sari Sekar Gambir
- Penyegar Jeruk Nipis
- Penyegar Sari Mawar
- Penyegar Sari Ketimun
- Peeling Mundisari
- Peeling Kulit Kerang
- Kream Zaitun
- Kream Sekar Menur
- Masker Bengkoang
- Masker Jerawat Indah Sari
- Masker Tomat
- Air Sari Mawar Putih
- Pelembab dengan *UV Filter*
- *Night Cream*

c. *Facial and Body Soap*

Produk *Facial and Body Soap* dapat digunakan secara aman di area wajah dan badan yaitu :

- Sabun Madu
- Sabun Mawar
- Sabun Mutiara

- Sabun Badan Cendana
- Herbal *Facial Wipes*

d. *.Body Care*

Perawatan tubuh (*Body Care*) yang dikeluarkan PT Mustika Ratu Tbk, Tbk untuk membuat kulit lebih terawat dan mencegah masalah- masalah kulit.Terdiri dari berbagai macam produk yaitu:

- Bubuk Mangir Ratu Mas
- Lulur Kocok Seruni Ratu Mas
- Lulur Kocok Srigading Ratu Mas
- Lulur Krem Mas Sinangling Ratu Mas
- Bubuk Mangir Ratu Mas
- Lulur Badan Mas Sinangling Ratu Mas
- Sabun Badan Sinangling Ratu Mas
- *Moisturizing & Lightening Shower Gel Ratu Mas*
- *Moisturizing & Lightening Body Lotion Ratu Mas*

e. Kosmetika

Bahan yang dipakai dalam usaha untuk mempercantik diri. bahan-bahan alami yang terdapat di lingkungan sekitar. Dan kosmetik yang di keluarkan adalah produk “*Beauty Queen*” keluarkan terdiri:

- *BQ Found Matte*
- *BQ Found Dewy*

- *BQ CC Cocealer MR*
- *BQ Two Way Cake MR*
- *BQ Loose Powder*
- *BQ Antishine Loose Powder MR*
- *BQ Contour Highlight Powder MR*
- *BQ Contour Highlight Cream MR*
- *BQ Eye Shadow Blush MR*
- *BQ Eye Brow Pen Langes MR*
- *BQ Eye Brow Matic Black MR*
- *BQ Eye Brow Matic Brown MR*
- *BQ Eye Liner Marker Black MR*
- *BQ Mascara Black MR*
- *BQ Matte Lip Cream*
- *BQ Metallic Lip Cream*
- *BQ Lipstick MR*
- *BQ Coating Matte Lip Cream Silver MR*
- *BQ Coating Matte Lip Cream Gold MR*
- *BQ Micellar Water*

f. **Jamu**

Jamu yang dibuat oleh Mustika Ratu sangat bermacam-macam ada yang diproduksi untuk kesehatan, kebugaran, dan untuk perawatan kecantikan dari dalam

tubuh.

Daftar Produk Jamu PT Mustika Ratu Tbk, Tbk

- Kaplet indah warni
- Kaplet slimming
- *Slimming Tea*
- *Slimming tea and lime double strenght*
- Lokol tea
- Pasta gigi sirih
- Kaplet sari ayu
- Kaplet pasak buwono

g. *Parfume*

Parfume yang di produksi terdapat dua *brand* yaitu Puteri ditunjukkan

untuk wanita dan *Brand Bask For Men* untuk pria.

Daftar Produk Parfume PT Mustika Ratu Tbk, Tbk

- *Splash Cologne Mustika Puteri*
- *Splash Cologne Bask For Man*
- *Spray Cologne Mustika Puteri*
- *Deo Spray Cologne Bask*
- *Roll On Deodorant Mustika Puteri*
- *Eau De Parfume Tropical Fruit*
- *Eau De Parfume Tuberose*
- *Eau De Parfume Jasmine*

h. Spa

Produk-produk spa digunakan untuk perawatan tubuh yang banyak sekali manfaatnya dan dibuat dengan bahan-bahan alami.

Daftar Produk Spa PT Mustika Ratu Tbk, Tbk

- *Relaxing Neck & Shoulder Spray*
- *Green Coconut Hair Nourishment*
- *Coconut Milk Conditioner*
- *Balinese "Murut" Body Scrub*
- *Cocoa Butter Body Scrub*
- Pandan Wangi Body Scrub
- Cinnamon Body Scrub
- Herbal Body Scrub
- Soyaben Oil
- Primrose Water
- Merapi Vulcano Mud Body Wrap
- Bengkoang Mask Mangir Powder
- Foaming Milk Bath
- Organic Body Wash
- Mangir Soap
- Curcuma Soap
- Seaweed Soap
- Ratu Dedes
- Foot Scrub Gel
- Foot Lotion
- Bust Massage Gel
- Bust Mask Gel

- *Cinnamon Essential Oil Concentrate*
- *Champaca Essential Oil Concentrate*
- *Indonesian Rose Essential Oil*
- *Papermint Essential Oil Concentrate*
- *Jasmine Essential Oil Concentrate*
- *Lemongrass Essential Oil Concentrate*

2. *Price*

Price (Harga) suatu penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan dengan penuh pertimbangan yang matang agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli dan juga perusahaan mendapat keuntungan dari harga yang akan ditawarkan. PT Mustika Ratu menetapkan harga-harganya bervariasi sesuai dengan kesulitan membuat barang tersebut seperti membuat *packaging*, *sticker* label dan bahan baku yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut

Tabel II.1
Harga Produk PT. Mustika Ratu, Tbk Tahun 2019

<i>Descriptions</i>	Harga (Rp)
MINYAK ZAITUN (N.PACK) 175 ML	28.850
MINYAK ZAITUN 75 ML	16.300
MASKER BENGKOANG BT N.PACK 125 GR	26.900
BODY S MAWAR KB 135 ML	14.500
SLIMMING TEA 30'S N.PACK DOOS	38.500
MASKER BENGKOANG BT N.PACK 15GR	8.600
MINYAK CEMCEMAN NEW 175 ML	23.400
RAMUAN P.RAMPUT NEW175 ML	18.800
SHAMPO BAYAM NEW175 ML	18.500
BASK BODY C.FREEZY COOL NP 100ML	15.400
ZAITUN BODY LOTION 150 ML	19.300
EDT GARUDA GREEN TEA 60 ML	25.630
BODY S MAWAR KB 245 ML	19.250
BODY SPRAY LOVELY MOOD DREAMY 100ML	24.200
BODY S LIME JASMINE 135 ML	14.500
MASKER BENGKOANG BT N.PACK 60 GR	16.100
BQ ANTISHINE POWDER 5 GR	99.000
MR MATTE LIP CREAM CHEERS COLUMBINES 4,7ML	75.000
BQ BOLD&NOUR LIP COLUMBINES	59.000
BQ COLOR CORRECT CONCELEAR	59.000
PEEL OFF MASK OLIVE ZAITUN MR 60ML	26.000
FACE WASH OLIVE ZAITUN MR 100ML	24.000
BQ MICELLAR WATER	21.000
BASK FASH WASH OIL CONTROL+ACNE CARE 100GR	20.000
BASK HAIR POMADE COOL & STYLISH 80GR	24.000
PENSIL ALIS LANGES	25.000
JASMINE HAND AND BODY LOTION 150ML	23.350
JASMINE SHOWER GEL	28.550
ROLL ON P. ORCHID NP 40ML	16.500
SHAMPO MERANG 175ML	20.800

Sumber: Data Internal Perusahaan

Tabel di atas adalah rincian sebagian dari harga-harga produk Mustika Ratu yang ditetapkan oleh perusahaan. Karena banyaknya produk-produk Mustika Ratu sehingga praktikan tidak dapat menampilkan semua rincian produk dan harga dari produk lainnya. Harga yang ditetapkan oleh PT Mustika Ratu Tbk, Tbk dapat dijangkau oleh semua kalangan karena harganya yang termasuk kategori yang murah dibandingkan perusahaan *beauty and personal care* lainnya.

3. *Place*

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditunjukkan untuk mencapai target konsumen. dalam memasarkan produknya harus memperhatikan aspek tempat yang strategis. Sehingga dengan tempat yang strategis itu bisa menghasilkan penjualan yang maksimal dan sesuai dengan target. Saluran distribusi PT Mustika Ratu Tbk, Tbk yaitu Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen. Perusahaan hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

Produk dari Mustika Ratu telah di pasarkan di gerai-gerai yang cukup terkenal yaitu Carrefour, Transmart, Giant Mart, Superindo, Alfamart, Alfamidi, Indomaret. Tetapi untuk produk *beauty and personal care* lebih banyak menempatkan di Watsons, Guardian, Century.

4. *Promotion*

Promosi adalah bagian terpenting untuk memasarkan produk yang akan dijual suatu perusahaan tersebut untuk meningkatkan penjualan dari produk yang akan dipasarkan. PT Mustika Ratu Tbk, mempromosikan produk-produknya agar konsumen mengetahui tentang produk-produk apa saja yang akan dijual oleh perusahaan.

Dan PT. Mustika Ratu menawarkan produknya melalui :

a) Iklan

Menurut Kotler dan Keller (2009:202) dalam (Agus Rianto, 2017) mendefinisikan iklan sebagai semua bentuk terbayar atas presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas .untuk Mustika Ratu tidak menggunakan Iklan sebagai komunikasi pemasaran.

b) Penjualan Personal

Menurut Hasan (2013) dalam (Jeffrey 2019) penjualan personal adalah bentuk persentasi secara lisan

dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan pembelian dengan cara tatap muka antara penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan. Untuk Mustika Ratu tidak menggunakan penjualan personal sebagai komunikasi pemasaran.

c) Hubungan Masyarakat

Menurut Ardianto (2013:8) dalam (Rissa, 2018) mengatakan hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan. Untuk PT. Mustika Ratu tidak menggunakan penjualan personal sebagai komunikasi pemasaran.

d) Promosi penjualan

Menurut Hasan (2016) dalam (Alfin Karim, 2019) Promosi penjualan adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target untuk mendorong terciptanya transaksi antara perusahaan dengan pembeli. yang diselenggarakan oleh PT Mustika Ratu Tbk. Dan promosi selanjutnya dengan :

membuat *trip* gratis ke Bali, Phuket dan Korea Selatan untuk para pecinta *make up* dengan cara membeli produk *Beauty Queen Series* di *official store online* PT Mustika atau membeli produk mustika ratu melalui toko toko di mall.



Gambar II.6 Program Beauty Class
 Sumber: Data Internal Perusahaan, 2019

e) Pemasaran Interaktif

Menurut Kotler dan Keller (2012:478) dalam (Sumirat,2012) mengatakan bahwa pemasaran interaktif adalah kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prsopek dan secara langsung atau tidak langsung mengingatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa. untuk Mustika Ratu tidak menggunakan penjualan personal sebagai komunikasi pemasaran.

f) Pemasaran Langsung

Menurut Morrisan (2010) dalam (Krussell, 2016) mengatakan bahwa pemasaran langsung adalah upaya perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud menimbulkan tanggapan dan interaksi penjualan.

Dengan situasi yang mempunyai fokus utama untuk menangkap perhatian *customer*. dan melibatkan *costumer* dalam *event* tersebut. Dan pemasaran yang dilakukan oleh Mustika Ratu adalah program *Beauty Class*



**Gambar II.5 Beauty Class Yang Diadakan PT
Mustika Ratu**

Sumber: Data Internal Perusahaan 2019

Untuk mempromosikan produknya agar lebih terkenal di masyarakat luas PT Mustika Ratu menggelar acara *beauty class* atau untuk belajar *make up* dengan *Make Up Artist (MUA) Beauty Class* sangat cocok untuk ajang mempromosikan produk *make up* yang dikeluarkan suatu perusahaan karena tidak hanya wanita dewasa saja yang menyukai *make up* tetapi anak muda zaman sekarang sudah mulai menyukai *make up* untuk kecantikan mereka.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan selama empat puluh hari di PT Mustika Ratu Tbk, praktikan ditempatkan di Divisi Pemasaran dan Divisi Pembelian yang bertugas:

1. Membuat SPP (Surat Permintaan Pembelian) dan SPA (Surat Permintaan Anggaran)
2. Membuat PG (Produk Gratis) yang dimana akan di berikan kepada event-event tertentu yang membutuhkan adanya produk-produk Mustika Ratu atau ke toko-toko yang menggunakan program tukar cangkang jadi yang dimaksudkan dengan tukar cangkang disini yaitu *me-replace* wadah yang isinya sudah habis dan menggantikannya dengan yang baru (Produk Tester).
3. Membuat dan *mereview storyboard, storyboard* yang dimaksud adalah sebuah panduan untuk membuat konten dalam peluncuran produk baru atau produk yang sudah ada dan di kemas dalam bentuk sebuah *video*

B. Pelaksaaan Kerja

Program Pelaksaaan Kerja Lapangan dilakukan selama empat puluh hari, dimulai dari tanggal 16 Juli 2019 sampai

dengan tanggal 22 juli 2019. Praktikan melakukan kegiatan PKL selama lima hari dalam seminggu dengan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan yaitu, pada hari

Senin sampai dengan hari Jum'at, dari pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB.

Berikut ini adalah penjelasan kegiatan praktikan selama melaksanakan kegiatan PKL di Divisi Pemasaran dan Divisi Pembelian PT Mustika Ratu Tbk, Tbk:

1. Membuat *SPP/SPA*

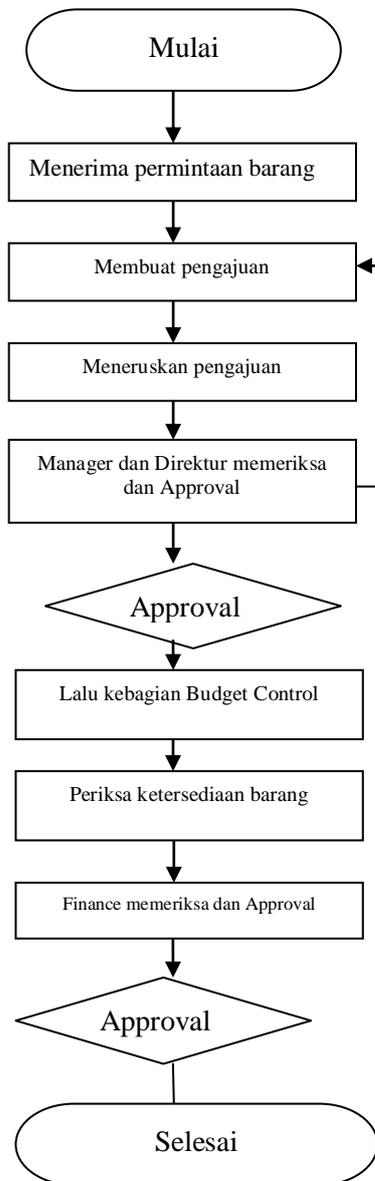
- Menerima permintaan *list* barang yang akan nanti di proses oleh kita
- Membuat pengajuan barang untuk mencatat barang apa saja yang dibutuhkan
- Meneruskan pengajuan barang
- Manager dan para direksi lainnya memeriksa barang apa saja dalam list permintaan dan *approval* barang tersebut
- Setelah itu ke bagian *budget control* untuk memeriksa harga barang
- Lalu memeriksa ketersediaan barang di gudang apakah tersedia atau tidak. jika tidak akan digantikan dengan barang lain dengan ijin peminta
- Setelah itu bagian *Finance* memeriksa dan *approval*

pengajuan barang tersebut bahwa barang telah disetujui untuk dikeluarkan dari gudang

- Menyerahkan kepada *admin finance* dan memberikan data tersebut kepada bagian *purchasing* atau bagian pembelian
- Setelah ada *approval* dari bagian pembelian data pengajuan ini sudah berubah menjadi *Purchasing order*
- Dan membuat barang apa saja yang diinginkan untuk dikeluarkan dari gudang

Yang pertama di lakukan adalah membuat pengajuan sesuai dengan permintaan lalu meminta *approval* ke *manager brand* dan direktur Mustika Ratu, lalu setelah mendapat *approval* tersebut yang selanjunya kita lakukan adalah ke bagian *budget control* marketing lalu setelah itu ke ke bagian *finance* untuk minta kelanjutan proses selanjutnya.

Lalu setelah meminta *approval* ke bagian *finance* lalu meminta *approve* kembali kepada direktur *finance*, lalu kembali lagi kepada *finance* dan berikan kepada *admin finance* lalu memberikan data tersebut kepada bagian *purchasing* atau bagian pembelian lalu, lalu meminta *approval* dibagian *purchasing* sampai data tersebut berubah mejadi PO (*Purchasing Order*) lalu setelah itu bagian *Purchasing* membuat apa saja barang yang kita inginkan.



Gambar III.2 Flow Chart Spp/Spa

Sumber: Diolah sendiri oleh praktikan

2. Membuat Produk Gratis

- Yang pertama adalah menerima permintaan barang produk gratis untuk di *list*
- Membuat *list* permintaan produk secara lengkap
- Meminta persetujuan dari atasan seperti *Brand Manajer, General Manajer Marketing, Director Marketing dan Director Finance*
- Mendapat persetujuan dari para direksi
- Dan mengambil barang apa saja yang diinginkan dalam *list* tersebut.

NO.	NAMA BARANG	SATUAN	JUMLAH
1	BEROLY BUNYAN 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
2	ZUTU BUNYAN 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
3	JANTUNG BUNYAN 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
4	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
5	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
6	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
7	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
8	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
9	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
10	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
11	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
12	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
13	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50
14	FRISKI WADAH 100 GR. Rp. 1.000	kg	50

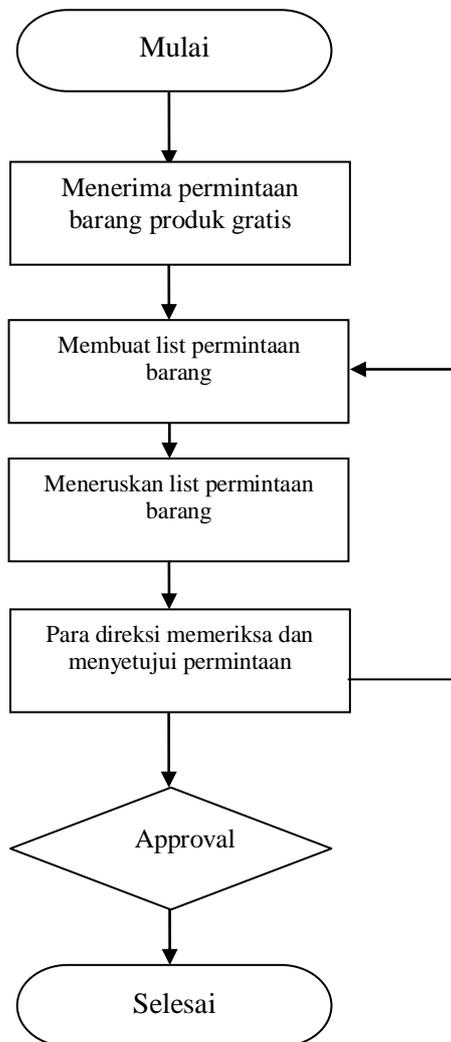
Disetujui Oleh: *[Signature]* T.T. Dep. Mktg Tanggal: 10/5
 E.E. Dep. Keuangan Tanggal:

Gambar III.3 Form Produk Gratis

Sumber: Diolah sendiri oleh praktikan

Produk gratis adalah permintaan produk yang diberikan kepada *event-event* tertentu yang membutuhkan adanya produk- produk Mustika Ratu atau ke toko-toko. Jadi yang dimaksudkan dengan tukar cangkang disini yaitu *me-replace* wadah yang isinya sudah habis dan menggantikannya dengan

yang baru. Dan yang pertama yang harus dilakukan adalah membuat *list* produk yang diminta kedalam *form* produk gratis lalu meminta persetujuan dari para direksi setelah itu meminta persetujuan seperti *Brand Manajer, General Manajer Marketing, Director Marketing dan Director Finance* lalu setelah mendapatkan semua persetujuan dari jajaran direksi lalu *list* produk gratis segera di *approval* dan gudang segera mengeluarkan barang yang diminta



Gambar III.4 Flow Chart Produk Gratis

Sumber: Diolah sendiri oleh praktikan

3 Membuat *Story Board*

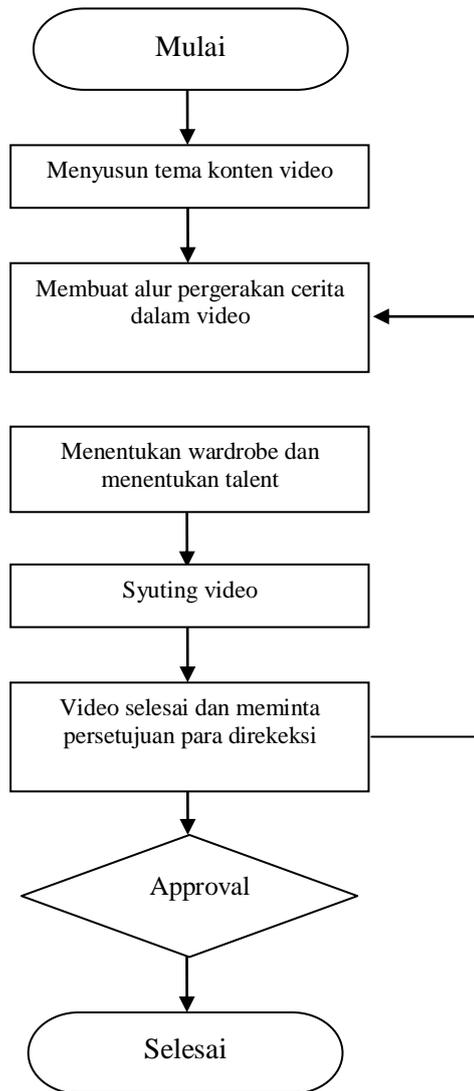
- Menyusun tema apa yang sesuai dengan produk yang akan diiklankan
- Membuat alur cerita secara lengkap dan jelas
- Menentukan siapa *talent* yang akan ada dalam video tersebut
- Menentukan *wardrobe* seperti apa yang sesuai dengan tema pilihan
- Syuting dimulai
- Meminta persetujuan pada direksi atas video yang sudah selesai di buat
- Video siap untuk diterbitkan di *social media*

Sebuah panduan untuk membuat konten dalam peluncuran produk baru atau produk yang sudah ada dan di kemas dalam bentuk sebuah *video*, dan yang dilakukan dalam membuat *Story Board* ini langkah pertama ialah dengan menyusun tema yang kemudian membuat alur setiap pergerakan *talent* yang akan masuk kedalam konten tersebut. Pada saat *opening* konten, *wardrobe*, serta siapa saja *talent* yang diatur di dalamnya. Setelah di buat kita meminta persetujuan para direksi dan *supervisory board*.



Gambar III.5 Gambar Story Board

Sumber: Diolah sendiri oleh praktikan



Gambar III.6 Flow Chart Story Board

Sumber: Diolah sendiri oleh praktikan

C. Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan PKL di PT Mustika Ratu Tbk, praktikan menemui beberapa kendala yang dihadapi diantaranya adalah:

1. Praktikan kesulitan untuk mendapatkan *approval* dari para direksi apabila surat permintaan anggaran dan produk gratis tersebut *urgent* dan para direksi sedang tidak ada di tempat.
2. Praktikan kesulitan memenuhi permintaan produk gratis yang dimana beberapa produk telah kosong.
3. Sulit mencari *talent chef* yang pas untuk konten *story board* yang dikerjakan praktikan.

D. Cara Mengatasi Kendala

Adapun cara-cara yang dilakukan praktikan dalam mengatasi kendala kegiatan PKL, antara lain :

1. Lebih aktif berkoordinasi kepada sekretaris terhadap jadwal para direksi.

Menurut Husaini (2009:439) dalam (Muhammad Isa, 2016) mengatakan pengertian koordinasi adalah bagian penting di antara anggota-anggota yang pekerjaannya saling bergantung.

2. Lebih banyak mempunyai *stock* barang agar setiap ada permintaan selalu tersedia barang tersebut.

Menurut Handoko (2013) dalam (Arif Rahman, 2017) mengatakan koordinasi sebagai proses pengintegrasian tujuan-tujuan dan kegiatan-kegiatan pada satuan yang terpisah untuk mencapai tujuan yang efisien.

3. Lebih banyak berkoordinasi dengan gudang agar mengetahui *stock* barang yang tersedia.

Menurut Ginting (2015) dalam (Retno Ariyanti, 2017) mengatakan Networking adalah proses dua arah yang dimiliki seseorang yang membentuk hubungan atau ikatan antara dua orang atau lebih untuk melakukan pertukaran informasi dan sumber daya untuk saling mendukung kegiatan masing-masing.

BAB IV KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah praktikan melaksanakan PKL selama empat puluh hari di PT Mustika Ratu Tbk, Tbk, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

1. Praktikan mengetahui tugas yang dilakukan oleh *Marketing* pada PT. Mustika Ratu yaitu pembuatan surat permintaan anggaran, Produk Gratis dan Pembuatan *Story Board*.
2. Pratikan mengetahui semua proses bagaimana *marketing* mengerjakan Surat permintaan anggaran, Produk Gratis, dan Pembuatan *Story Board*

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama melakukan PKL, praktikan melalui laporan PKL ini bermaksud memberikan saran, dimasa yang akan datang dapat menjadi bahan pemebelajarkan, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Untuk Perusahaan

PT Mustika Ratu Tbk, Tbk sebaiknya menambahkan inovasi produk produk terbaru dan melihat peluang untuk mempromosikan produknya di *social media* supaya produknya makin banyak terjual

dan dikenal banyak masyarakat luas.

2. Untuk Fakultas Ekonomi

Pihak Fakultas menyediakan informasi tentang daftar perusahaan yang menerima Pra ktik Kerja Lapangan dan memudahkan para mahasiwa untuk mencari tempat Lapangan Praktik, khususnya untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. Profil Perusahaan PT. Mustika Ratu Tbk.
https://www.academia.edu/9066297/PROFIL_USAHA_PT_MUSTIKA_RATU_Tbk (diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)
- Admin. Foto Kantor PT. Mustika Ratu Tbk <http://id.near-place.com/> (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)
- Admin. Logo PT. Mustika Ratu Tbk <http://dianurfuadah.blogspot.com> (diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)
- Admin. Foto Kantor PT. Mustika Ratu Tbk <https://pawon-songo.business.site/>
 (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2019)
- Admin. Pengertian Koordinasi
<http://repository.uin-suska.ac.id/6814/4/BAB%20III%20Tinjauan%20Teoritis%20Tentang%20Koordinasi%20dan%20Pelayanan.pdf> (diakses pada tanggal 20 januari 2020)
- Indrawan, M. I. *analisis pelimpahan wewenang dan koordinasi kerja dalam pengambilan keputusan di lapas anak klas iia medan*. JEpa, 1(2), 48-57. (2019)
- Jeffrey, J., & Wijaya, M. *Pengaruh kualitas produk dan personal selling terhadap keputusan pembelian mobil agya pada PT.Astra International tbk-tso medan gatsu branch*. jurnal manajemen, 5(2), 153-160. (2019).
- Karim, A., Putra, E., Wiselee, C., & Wijaya, V. F. *pengaruh promosi penjualan dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian mobil merek toyota pada pt deltamamas surya indah mulia*. aksara public, 3(1), 102-113. (2019).
- Kotler, P. & Keller, K.L., *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga. (2012)

- Krussell, J. G. H., & Paramita, E. L.. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Alfamart*. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 27-42 (2016)
- Khoerunnisa, R., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A *Aktivitas Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman*. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 3(4), 59-77. (2018)
- Lestari, R. A. P., & Yulianto, A. *pengaruh efikasi diri, lingkungan sosial, akses kepada modal, dan kepemilikan jaringan sosial terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa program studi pendidikan akuntansi angkatan 2013 universitas negeri semarang*. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 752-762.(2017).
- Putra, A. R. (2017). *pengawasan dan koordinasi kerja serta pengaruhnya terhadap produktivitas kerja karyawan*. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 10(2), 12-24.
- Rianto, A., & SE, M. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Modern (Studi Kasus Carrefour Solo Baru)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). (2017)



Lampiran 1: Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
 Kampus Universitas Negeri Jakarta
 Jl. Rawamangun Muka RT.11/RW.14, Rawamangun,
 Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Hal : Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan Mandiri

Kepada Yth.
 GM.Marketing
 PT.Mustika Ratu
 Jln.Raya Bogor KM.26.4 Ciracas Jakarta Timur

Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Shifa Nurul Anissa
 Nomor Registrasi : 1702517019
 Program Studi : Manajemen Pemasaran
 Fakultas : Ekonomi
 Jenjang : D3
 No.Tlp/Hp : 085888492674

Untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah “Praktik Kerja Lapangan” pada tanggal 22 Juli 2019 sampai dengan tanggal 13 September 2019. Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Koordinator Program Studi
 Manajemen Pemasaran

Dra. Solikhah, M.M
 NIP. 196206231990032001

Lampiran 3: Daftar hadir Praktik Kerja Lapangan



Building
Future
Leaders

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.fe.unj.ac.id



**DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS**

Nama : Shita Nuzul Anis
 No. Registrasi : 170517019
 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik : PT. Mushika Ratu
 Alamat Praktik/Telp : Jalan Paya Besar km 20,4 Ciracas
Jakarta Timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin 12 Ags 2019	1. <u>Sh</u>	
2.	Selasa 13 Ags 2019	2. <u>Sh</u>	
3.	Rabu 14 Ags 2019	3. <u>Sh</u>	
4.	Kamis 15 Ags 2019	4. <u>Sh</u>	
5.	Jumat 16 Ags 2019	5. <u>Sh</u>	
6.	Senin 19 Ags 2019	6. <u>Sh</u>	
7.	Selasa 20 Ags 2019	7. <u>Sh</u>	
8.	Rabu 21 Ags 2019	8. <u>Sh</u>	
9.	Kamis 22 Ags 2019	9. <u>Sh</u>	
10.	Jumat 23 Ags 2019	10. <u>Sh</u>	
11.	Senin 26 Ags 2019	11. <u>Sh</u>	
12.	Selasa 27 Ags 2019	12. <u>Sh</u>	
13.	Rabu 28 Ags 2019	13. <u>Sh</u>	
14.	Kamis 29 Ags 2019	14. <u>Sh</u>	
15.	Jumat 30 Ags 2019	15. <u>Sh</u>	

Jakarta, 16 Sept 2019
 Penilai,


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

Lampiran 4: Daftar hadir Praktik Kerja Lapangan



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.fe.unj.ac.id



**DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS**

Nama : Shifa Nurul Anissa
 No. Registrasi : 1702517019
 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik : Pt. Musihka Ratu
 Alamat Praktik/Telp : Jalan Raya Bogor Km. 26,1
Ciracas Jakarta Timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	<u>Senin 2nd Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
2.	<u>Selasa 3rd Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
3.	<u>Rabu 4th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
4.	<u>Kamis 5th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
5.	<u>Jumat 6th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
6.	<u>Senin 9th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
7.	<u>Selasa 10th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
8.	<u>Rabu 11th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
9.	<u>Kamis 12th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
10.	<u>Jumat 13th Sep 2019</u>	<u>SH</u>	
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Jakarta, 16 Sept 2019
 Penilai, 

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

Lampiran 5: Penilaian Praktik Kerja Lapangan



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.fe.unj.ac.id



PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
 SKS

Nama : Shifa Nukul Anisa
 No.Registrasi : 1702517019
 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran A
 Tempat Praktik : Pt. Musica Ratu
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Bogor Km 26.4
Cikras - Jakarta Timur

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN		
		46-100			
1	Kehadiran	89	1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Bobot 86-100 A 4 81-85 A- 3,7 76-80 B+ 3,3 71-75 B 3,0 66-70 B- 2,7 61-65 C+ 2,3 56-60 C 2,0 51-55 C- 1,7 46-50 D 1		
2	Kedisiplinan	89			
3	Sikap dan Kepribadian	81			
4	Kemampuan Dasar	75			
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	80			
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	75			
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	80			
8	Aktivitas dan Kreativitas	70			
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	76			
10	Hasil Pekerjaan	75			
Jumlah		2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan) Nilai Rata-rata : <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;"> = 10 (sepuluh) </div> Nilai Akhir : <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="width: 50px;">Angka bulat</td> <td style="width: 50px;">huruf</td> </tr> </table>	Angka bulat	huruf
Angka bulat	huruf				

Jakarta, 16 Sept 2019
 Penilai, 

Catatan :
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 6 : Surat Keterangan Selesai Praktik Kerja Lapangan dari Perusahaan


pt mustika ratubuana international
 Trading & Distribution Company

SURAT KETERANGAN
 No : 143/MRBI/HRD/P/Ext/PKL/IX /2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Wisnu Wardana**
 Jabatan : **Sr. Manager HR & GA**
 Alamat : **Jl. Raya Bogor Km. 26,4 Ciracas
Jakarta Timur**

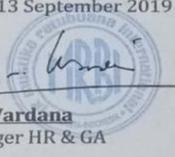
Menerangkan :

Nama : **Shifa Nurul Anissa**
 NIM : **1702517019**
 Jurusan : **Manajemen Pemasaran**
 Universitas : **Negeri Jakarta**

Nama tersebut diatas telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan sejak tanggal 22 Juli 2019 s/d 13 September 2019 di Departemen Marketing PT. Mustika Ratubuana International.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 September 2019

Wisnu Wardana
Sr. Manager HR & GA

Cc : - File

Traditional Herbal Beauty Treatment & Training Centre :
 Jl. K.H. Wahid Hasyim 133, Jakarta Pusat,
 Telp. : 3143385.

Head Office :
 Giraha Mustika Ratu
 Jl. Gatot Subroto Kav. 74 - 75 Jakarta 12870
 Telp. : 8306754 - 8306759, Fax. : 8306760.

Factory / Sales Centre :
 Jl. Raya Bogor Km. 26,4 Ciracas. Pasar Rebo Jakarta Timur - 13740
 Telp. : 8711291 (10 saluran), Fax. : 8710735.

Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
Senin, 22 Juli 2019	Perkenalan dengan Manajer, Asisten Manajer dan Karyawan
Selasa, 23 Juli 2019	Menjelaskan struktur organisasi
Rabu, 24 Juli 2019	Diperkenalkan dengan pekerjaan-pekerjaan yang akan kita lakukan
Kamis, 25 Juli 2019	Membuat PG
Jum'at, 26 Juli 2019	Membuat SPP/SPA
Senin, 29 Juli 2019	Memuat PG dan meminta tanda tangan kepada para direksi
Selasa, 30 Juli 2019	Mempromosikan produk Beauty Queen di <i>social media</i>
Rabu, 31 Juli 2019	Membuat PG
Kamis, 1 Agustus 2019	Menyusun list produk yang masuk dari gudang
Jum'at, 2 Agustus 2019	Memposting produk-produk Mustika Ratu di <i>social media</i>
Senin, 5 Agustus 2019	Memasarkan produk di <i>social media</i>
Selasa, 6 Agustus 2019	Di ajarkan bagaimana membuat Storyboard
Rabu, 7 Agustus 2019	Membuat PG untuk acara 17 agustus di Istana Negara
Kamis, 8 Agustus 2019	Membuat PG untuk pengajuan Paperbag Untuk acara 17 Agustus di Istana Negara
Jum'at, 9 Agustus 2019	Mengambil Produk Gratis untuk keperluan acara acara
Senin, 12 Agustus 2019	Mendata file file
Selasa, 13 Agustus 2019	Membuat Produk Gratis
Rabu, 14 Agustus 2019	Menulis data data yang masuk
Kamis, 15 Agustus 2019	Membuat SPP/SPA
Jum'at, 16 Agustus 2019	Membuat Produk Gratis untuk Para MUA
Senin, 19 Agustus 2019	Menulis data Bross untuk keperluan Hadiah pembelian Produk Beauty Queen
Selasa, 20 Agustus 2019	Mengikuti <i>meeting</i> dengan Manajer Pemasaran
Rabu, 21 Agustus 2019	Memasarkan produk Beauty Queen di instagram
Kamis, 22 Agustus 2019	Memposting fakta-fakta kandungan yang terdapat pada produk Beauty Queen di <i>social media</i>
Jum'at, 23 Agustus 2019	Membuat Produk gratis
Senin, 26 Agustus 2019	Mengalokasi semua bross kepada seluruh toko di kota kota

Selasa, 27 Agustus 2019	Membuat list produk bazar
Rabu, 28 Agustus 2019	Menginput data yang akan di bawa untuk GM Marketing ke Newzaeland
Kamis, 29 Agustus 2019	Memposting di <i>social media</i> produk baru mustika ratu
Jum'at, 30 Agustus 2019	Membuat produk gratis untuk shooting produk MR Beauty Queen
Senin, 2 September 2019	Membuat nama nama liptint baru yang akan keluar pada produk mustika ratu
Selasa, 3 September 2019	Membuat Produk Gratis
Rabu, 4 September 2019	Memasarkan produk Mustuka Ratu di Sosial Media
Kamis, 5 September 2019	Memasarkan produk Mustika Ratu di Sosial Media
Jum'at, 6 September 2019	Foto Copy File File
Senin, 9 September 2019	Membuat Produk Gratis Shooting
Selasa, 10 September 2019	Membuat produk yang akan di bazarkan
Rabu, 11 September 2019	Foto Copy File File
Kamis, 12 September 2019	Memasarkan produk Mustika Ratu di <i>social media</i>
Jum'at, 13 September 2019	Meminta tandatangan untuk surat absen PKL, memberikan surat penilaian PKL untuk di nilai, mendapatkan surat tanda selesai PKL, perpisahan dengan Manajer dan karyawan.