

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA DIVISI EVENT SUPPORT
PT SINAR SOSRO KPW JAKARTA – JAKARTA FAIR
KEMAYORAN 2019**

NI MADE AYU ANGELINE LEONILA PRATIWI

8215160861



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

**INTERNSHIP REPORT
AT DIVISION EVENT SUPPORT
PT SINAR SOSRO KPW JAKARTA – JAKARTA FAIR
KEMAYORAN 2019**

**NI MADE AYU ANGELINE LEONILA PRATIWI
8215160861**



**This Internship Report was written to fulfill one of the requirements to
obtaining a Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economics,
Universitas Negeri Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

ABSTRAK

NI MADE AYU ANGELINE L P, Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada tanggal 20 Mei – 4 Juli 2019 di PT Sinar Sosro Kantor Perwakilan Wilayah (KPW) Jakarta Jalan Raya Sultan Agung KM 28 RT.7/RW.5 Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi, Jawa Barat pada bagian Event Support. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk menyelesaikan studinya sebelum menulis skripsi. Pelaksanaan PKL bertujuan untuk mengetahui kegiatan brand activation yang dilakukan oleh PT Sinar Sosro pada Jakarta Fair Kemayoran 2019, menentukan pembagian kerja pada divisi pemasaran, menyesuaikan data mengenai penjualan harian, mengasosiasikan penggunaan DANA, membandingkan target tahun sekarang dan sebelumnya, analisis kegiatan pesaing dan merancang mekanisme bonus voucher permainan.

Tugas Praktikan terkait dengan kegiatan Mengelompokkan SPO ke beberapa divisi pemasaran, Rekap hasil penjualan harian, Analisis kegiatan pesaing, Analisis target penjualan tahun sekarang dengan sebelumnya, membuat mekanisme promosi dan sosialisasi penggunaan DANA kepada para SPO. Setelah hampir satu setengah bulan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada bagian divisi *Event Support* pada PT Sinar Sosro Kantor Perwakilan Wilayah Jakarta, Praktikan mendapatkan banyak wawasan, keterampilan, serta pengalaman mengenai dunia kerja yang sebenarnya terutama mengenai *Event Marketing*.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan, PT Sinar Sosro, Event Marketing, Penjualan, Promosi.

ABSTRACT

NI MADE AYU ANGELINE L P, the internship held on May 20 - July 5, 2019 at PT Sinar Sosro Regional Representative Office Jakarta, St. Sultan Agung 28 RT.7 / RW.5 Medan Satria District, Bekasi City, West Java which work in the Event Support Division. S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.

The Purpose of internship is one of the requirements to graduate from Jakarta State University as students to complete their studies before writing a thesis. The Implementation of street vendors aims to find out the brand activation activities carried out by PT Sinar Sosro at Jakarta Fair Kemayoran 2019, determine the division of labor in the marketing division, adjust data regarding daily sales, associate the use of FUNDS, compare current and previous year targets, analyze competitor activities and design a game voucher bonus mechanism.

Internship Tasks related to the activities of Grouping SPOs to several marketing divisions, Recap of daily sales results, Analysis of competitor activities, Analysis of current and previous sales targets, creating promotion mechanisms and socializing the use of DANA ro SPOs. After nearly one and a half months of carrying out internship in the Event Support Division of PT Sinar Sosro Regional Representative Office Jakarta, as result gained a lot of insight, skills, and experience in the real world of work especially at Event Marketing.

Keywords: Internship, PT Sinar Sosro, Marketing, Event Marketing, Sales, Promotion.

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada PT Sinar Sosro
KPW Jakarta – Event Marketing Jakarta Fair
Kemayoran 2019

Nama Praktikan : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi

Nomor Registrasi : 8215160861

Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing



Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP 196301191992032001

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Suherman, S.E., M.Si

NIP 19731116 200604 100 1

Seminar Pada Tanggal 23 Januari 2020

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,



Dr. Suherman, S.E., M.Si.

NIP 19731116 200604 100 1

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dr. Mohamad Rizan, M.M.

NIP 197206272006041001



05 - 02 - 2020

Penguji Ahli

Usep Suhud M.Si., P.hD

NIP 197002122008121001



29 - 01 - 2020

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP 196301191992032001



10 - 02 - 2020

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Praktikan pajatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya. Serta kepada semua pihak yang telah mendukung sehingga Praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimana ditempatkan pada bagian Event Support pada PT. Sinar Sosro Kantor Perwakilan Wilayah (KPW) Jakarta dengan baik.

Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan ini Praktikan mendapatkan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah memberikan doa dan bantuan. Selain itu pada kesempatan kali ini Praktikan juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, SE., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing Praktik Kerja Lapangan.
4. Bapak Berska selaku Support Promotion Manager PT Sinar Sosro KPW Jakarta.
5. Bapak Oky Atthobary selaku SPV Promotion Support PT Sinar Sosro KPW

Jakarta.

6. Teman-Teman pegawai di PT Sinar Sosro KPW Jakarta yang telah membantu Praktikan dalam menyelesaikan kegiatan PKL.
7. Orang Tua atas doa dan semangat yang diberikan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
8. Para sahabat dan teman-teman mahasiswa Manajemen 2016, dan khususnya Manajemen C 2016 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan.
9. Della Adheaninda selaku kakak tingkat angkatan 2014 sebagai mentor *sharing* seputar Praktik Kerja Lapangan.
10. Semua pihak yang tidak dapat Praktikan sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran Praktikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan

Praktikan menyadari dalam penulisan laporan ini masih terdapat kekurangan dikarenakan keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu Praktikan sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini bermanfaat bagi Praktikan khususnya dan pembaca pada umumnya

Jakarta, Juli

2019

Praktikan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan	1
B. Tujuan Praktik Kerja Lapangan	3
C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan.....	3
D. Tempat PKL	5
E. Jadwal Waktu PKL.....	6
BAB II TUJUAN UMUM PT SINAR SOSRO	8
A. Sejarah Umum PT. Sinar Sosro.....	8
B. Struktur Organisasi.....	16
C. Kegiatan Umum PT Sinar Sosro	20
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN	33
A. Bidang Kerja	33
B. Pelaksanaan Kerja	34
C. Kendala yang Dihadapi	48
D. Cara Mengatasi Kendala	50
BAB IV KESIMPULAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	: Perubahan Kemasan Teh Botol Sosro.....	10
Gambar II.2	: Logo PT Sinar Sosro.....	13
Gambar II.3	: Struktur Organisasi.....	15
Gambar II.4	: Produk PT Sinar Sosro.....	23
Gambar II.5	: Tiket Masuk JFK 2019.....	28
Gambar II.6	: Promo DANA.....	29
Gambar II.7	: Denah Pameran Jakarta Fair Kemayoran.....	31
Gambar III.1	: Jadwal Masuk SPO.....	33
Gambar III.2	: Flowchart Membuat Daftar Nama SPO.....	34
Gambar III.3	: Rekap Data Sales Harian.....	35
Gambar III.4	: Flowchart Merekap Hasil Sales Harian.....	36
Gambar III.5	: Flowchart Kerjasama Dengan Pihak DANA.....	38
Gambar III.6	: Analisa Penjualan Divisi Sharing Ticket.....	39
Gambar III.7	: Analisa Penjualan Divisi Mobile Selling.....	40
Gambar III.8	: Flowchart Analisa Kinerja Penjualan Sosro JFK 2019.....	42
Gambar III.9	: Analisis Kegiatan Pesaing.....	43
Gambar III.10	: Flowchart Analisis Kegiatan Pesaing.....	44
Gambar III.11	: Penerima Voucher Permainan.....	45
Gambar III.12	: Flowchart Membuat Mekanisme Voucher Permainan.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	: Harga Paket Sosro Pada JFK 2019.....	25
Tabel III.1	: Jumlah Produk Dalam Karton.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	: Surat Lamaran PKL.....	57
Lampiran	2	: Surat Keterangan PKL.....	58
Lampiran	3	: Daftar Hadir PKL.....	59
Lampiran	4	: Penilaian PKL.....	62
Lampiran	5	: Daftar Kegiatan Selama PKL.....	63
Lampiran	6	: Kartu Konsultasi Bimbingan PKL.....	69
Lampiran	7	: Surat Persetujuan Sidang PKL.....	70
Lampiran	8	: Dokumentasi.....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan

PT. Sinar Sosro merupakan pelopor minuman teh kemasan di Indonesia. Bisnis ini dibangun sejak tahun 1940. Perkembangan bisnis yang cukup pesat membuat PT. Sinar Sosro menjadi *market leader* minuman teh dalam kemasan di Indonesia. Kesuksesan ini kemudian membawa pesaing PT. Sinar Sosro menghadirkan produk sejenis sehingga menciptakan persaingan yang ketat baik merek produsen lokal maupun merek asing. Untuk mempertahankan bisnisnya, PT. Sinar Sosro secara kontinu mengembangkan usahanya dengan melakukan diversifikasi produk.

Event sendiri merupakan alat *marketing* yang fokus pada aktivitas untuk menciptakan pengalaman konsumen mendorong terjadinya proses pembelian. Menurut Belch Belch (2012) *Event Marketing* adalah merupakan jenis promosi dimana perusahaan atau merek dikaitkan dengan suatu acara atau kegiatan yang memiliki tema dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen dan promosi sebuah produk atau jasa. Dengan menggunakan *Event Marketing*, perusahaan dapat menjaring banyak konsumen dan bisa mendapatkan atau menciptakan konsumen potensial (*potential customer*) serta menyampaikan pesan (*brand messages*) merek produk dengan baik. *Event Marketing* sudah banyak diterapkan oleh perusahaan dalam kegiatan pemasaran dan dinilai cukup efektif untuk bisa mendongkrak pemasaran merek produk serta meningkatkan *awareness* merek

produk tersebut. Dalam menciptakan penjualan, seringkali dibuatkan program promosi yang sedemikian rupa, yang memberikan benefit lebih banyak ke pelanggan, seperti paket-paket penjualan yang dilengkapi dengan berbagai *gimmick* yang menarik dan tematik.

Praktik Kerja Lapangan memberikan gambaran, pengalaman dan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengetahui bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya. Selama ini mahasiswa hanya diberikan teori-teori mengenai Manajemen Pemasaran tetapi tidak dalam praktiknya. Sehingga Program Praktik Kerja Lapangan ini diharapkan dapat mengimplementasikan teori-teori yang selama ini telah di dapat dari perkuliahan di Universitas Negeri Jakarta.

Pada Praktik Kerja Lapangan kali ini, Praktikan mendapatkan kesempatan melakukan PKL di PT. Sinar Sosro khususnya Kantor Perwakilan Wilayah Jakarta yang terletak di Jl. Raya Sultan Agung Km 28 Bekasi, Jawa Barat. Praktikan memilih PT. Sinar Sosro sebagai tempat melakukan PKL karena PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan pelopor dan juga telah dikenal oleh banyak masyarakat sebagai penghasil produk minuman air dan teh dalam berbagai kemasan. Praktikan juga ingin mengetahui kegiatan perusahaan dalam melakukan *brand activation* dalam suatu *event marketing* yang dilakukan oleh perusahaan.

B. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan dilaksanakan Praktik Kerja Lapangan oleh Praktikan adalah sebagai berikut :

- a. Membuat jadwal dan menentukan pembagian kerja pada divisi pemasaran.
- b. Menyesuaikan data penjualan harian.
- c. Mengasosiasikan kepada *Sales Promotion Officer* mengenai sistem penggunaan DANA.
- d. Membuat dan membandingkan antara target pencapaian pada tahun lalu dan tahun sekarang.
- e. Mengumpulkan informasi serta menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh pesaing.
- f. Merancang mekanisme promosi voucher permainan.

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Dilaksanakannya Praktek Kerja Lapangan selama 40 hari oleh Praktikan dengan harapan agar dapat memberikan kegunaan, antara lain :

1. Kegunaan bagi Praktikan

- a. Mampu membuat jadwal dan menentukan pembagian kerja pada divisi pemasaran.
- b. Mengasah ketelitian dalam menyesuaikan data penjualan harian..
- c. Mampu mensosialisasikan kepada *Sales Promotion Officer* terkait

sistem penggunaan DANA.

- d. Dapat menerapkan konsep dan teori yang diperoleh dari perkuliahan dengan kenyataan di lapangan kerja guna melakukan analisis target pencapaian.
- e. Dapat mengumpulkan informasi serta menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh pesaing.
- f. Mampu merancang mekanisme promosi voucher permainan.

D. Tempat PKL

Praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Sinar Sosro yang bergerak dibidang industri minuman. Berikut adalah data mengenai tempat pelaksanaan PKL :

Nama Perusahaan : PT. Sinar Sosro Tbk

Alamat : Jl. Raya Sultan Agung Km.28 Medan Satria,
RT.7/RW.5 Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi,
Jawa Barat. 17132

Bidang Usaha : Industri Minuman

Telepon : (021) 8840855

Website : www.sinarsosro.com

Praktikan memilih tempat Praktik Kerja Lapangan di PT Sinar Sosro Kantor Perwakilan Wilayah Jakarta didasari dengan harapan dapat menerapkan ilmu yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan yang dimana mencakup mengenai pemasaran. Sebelumnya, Praktikan sudah memiliki sedikit informasi mengenai perusahaan PT Sinar Sosro serta mengenal baik beberapa orang yang bekerja di perusahaan tersebut. Selain itu, Praktikan juga ingin mendapatkan gambaran dan pengetahuan mengenai *brand activation* terutama pada *event marketing* serta bagaimana PT Sinar Sosro bertahan mempertahankan eksistensinya di industri minuman.

E. Jadwal Waktu PKL

Waktu dan pelaksanaan PKL Praktikan terdiri dari beberapa rangkaian tahapan yaitu, Tahap Persiapan, Pelaksanaan, dan Pelaporan. Rangkaian tersebut antara lain :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, Praktikan mengurus seluruh kebutuhan dan administrasi yang diperlukan. Praktikan mengirim dokumen tersebut kepada PT Sinar Sosro melalui JNE pada tanggal 27 Maret 2019. Seminggu kemudian pada 4 April 2019, pihak perusahaan memberikan izin dan mengkonfirmasi bahwa Praktikan dapat melaksanakan PKL di PT Sinar Sosro KPW Jakarta dalam *supporting* kegiatan perusahaan pada Jakarta Fair Kemayoran Event 2019 yang berlangsung di JIEXPO Kemayoran..

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Sinar Sosro Kantor Perwakilan Wilayah Jakarta yang terletak di Jl. Raya Sultan Agung KM 28 Medan Satria Kota Bekasi selama 40 hari terhitung dari tanggal 20 Mei 2019 sampai dengan tanggal 4 Juli 2019. Praktikan membantu kegiatan perusahaan dalam *event marketing* di Jakarta Fair Kemayoran 2019 yang berlangsung pada tanggal 22 Mei hingga 30 Juni 2019. Pelaksanaan kerja dilaksanakan setiap hari, baik *weekday* maupun *weekend* dikarenakan acara tersebut berlangsung selama 40 hari *nonstop*.

Waktu pelaksanaan di kantor dan acara memiliki perbedaan. Ketika

berada di kantor, jam kerja mulai dari pukul 08.00 hingga 17.00. Pada jam acara, ketika hari biasa (*weekday*) dimulai pukul 14.00 hingga 22.00 dan pada hari libur (*weekend*) serta tanggal merah disesuaikan dengan *shift*. *Shift* pagi mulai pukul 09.00 hingga 16.00 dan *shift* selanjutnya mulai pukul 16.00 hingga 23.00 WIB.

3. Tahap Pelaporan

Pada tahap pelaporan, Praktikan mengumpulkan dan merangkum kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan selama Praktek Kerja Lapangan berlangsung. Laporan ini merupakan hasil pengamatan dan pengalaman praktikan selama masa PKL di PT Sinar Sosro KPW Jakarta pada acara Jakarta Fair Kemayoran 2019. Praktikan mulai mengerjakan laporan setelah masa Praktik Kerja Lapangan usai hingga selesai.

BAB II

TUJUAN UMUM PT SINAR SOSRO

A. Sejarah Umum PT. Sinar Sosro

PT. Sinar Sosro merupakan anak perusahaan dari Rekso Group yang dirintis oleh keluarga Sosrodjojo dengan usaha di bidang minuman teh siap minum. Merek Sosro berasal dari singkatan nama keluarga tersebut. Keluarga Sosrodjojo antara lain Soemarsono Sosrodjojo (alm), Surjanto Sosrodjojo, Soegiharto Sosrodjojo dan Soetjipto Sosrodjojo (alm) memulai usaha teh wangi melati pada tahun 1940 di Slawi, Jawa Tengah. Teh wangi melati yang diperkenalkan pertama kali bermerek Cap Botol.

Sejak generasi pertama keluarga Sosro memiliki satu filosofi mulia dan selalu diterapkan pada setiap aktivitas bisnisnya. Filosofi tersebut adalah “Niat Baik”. “Niat Baik” ini dijabarkan kepada produk-produk yang dihasilkan bahwa produk Sosro tidak membahayakan kesehatan, dengan tidak menggunakan pengawet, pemanis buatan dan pewarna. “Niat baik” ini juga diterapkan pada proses produksi Sosro sehingga proses produksi yang dilakukan aman bagi lingkungan.

Pada tahun 1965, teh wangi melati merek Cap Botol mulai diperkenalkan di Jakarta. Pada saat itu, teknik promosi teh wangi melati merek Cap Botol di Jakarta di namakan strategi promosi “Cicip Rasa”. Secara rutin beberapa staf yang dikoordinir oleh Bapak Soetjipto Sosrodjojo mendatangi tempat-tempat keramaian dengan menggunakan mobil dan alat-alat propaganda seperti memutar lagu-lagu untuk menarik perhatian dan

mengumpulkan penonton. Teknik merebus teh langsung di tempat keramaian itu ternyata membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga menimbulkan kendala, penonton yang sudah berkumpul menjadi tidak sabar dan banyak yang meninggalkan arena demo sebelum sempat mencicipi seduhan teh tersebut.

Strategi promosi kemudian diubah dengan menyeduh teh terlebih dahulu di kantor dan dimasukkan ke dalam panci sebelum di bawa dengan kendaraan menuju tempat-tempat keramaian untuk dipromosikan. Teknik yang kedua ini ternyata mengalami kendala yaitu teh yang dibawa dalam panci banyak yang tumpah saat dalam perjalanan. Kemudian dicari cara lain, yaitu air teh yang telah diseduh di kantor dimasukkan ke dalam botol-botol bekas limun/kecap yang telah dibersihkan dan dibawa ke tempat kegiatan promosi “Cicip rasa” dan hasilnya berjalan baik dan terus dipakai selama beberapa tahun.

Setelah beberapa tahun dilakukan tehnik promosi “Cicip Rasa”, pada generasi ke-2 mulai dirintis teh siap minum dengan pendistribusian secara nasional. Teh siap minum dalam kemasan botol dimulai pada tahun 1969 dengan merek Teh Botol Sosro menggunakan desain botol pertamanya. Model botol untuk kemasan Teh Botol Sosro mengalami tiga kali perubahan. Pertama dikeluarkan pada tahun 1970 dengan merek Teh Cap Botol Soft Drink Sosrodjojo, kedua dikeluarkan pada tahun 1972 dengan merek Teh Cap Botol dengan penulisan cap lebih kecil sehingga orang lebih membaca

teh botol. Penulisan soft drink dihilangkan, dan tulisan teh botol diganti dengan warna

merah putih yang menggambarkan produk asli Indonesia. Penulisan Sosrodjojo juga disingkat menjadi Sosro dalam logo bulat merah.

Pada tahun 1974 bersamaan dengan didirikannya Pabrik PT. Sinar Sosro di kawasan Ujung Menteng (sekarang Cakung) terjadi perubahan desain botol yang ke-III. Desain botolnya tidak seperti botol versi I dan II, dengan bentuk botol yang baru dan perubahan pada penulisan merek Teh Botol Sosro pada kemasannya dan digunakan sampai sekarang.



Gambar II.1 Perubahan Kemasan Teh Botol Sosro.

Sumber : sinarsosro.id

Botol versi I, dikeluarkan pada tahun 1970 dengan merek TEHCAP BOTOL SOFT DRINK SOSRODJOJO. Botol versi II, dikeluarkan pada tahun 1972 dengan merek TEH CAP BOTOL (dengan penulisan “CAP” lebih kecil, sehingga orang lebih membaca TEH BOTOL), selain itu penulisan SOFT DRINK dihilangkan, dan tulisan TEH BOTOL diganti dengan warna merah putih yang menggambarkan produk asli Indonesia. Penulisan Sosrodjojo juga disingkat menjadi SOSRO dalam logo bulat merah. Botol

Versi III ini diperkenalkan seiring dengan didirikannya pabrik PT Sinar Sosro yang pertama di daerah Cakung, Jakarta.

Pada awalnya, proses produksi PT. Sinar Sosro dilakukan secara manual dengan kapasitas produksi sekitar 50 krat per hari. Namun usaha ini mengalami perkembangan sehingga PT. Sinar Sosro mendatangkan peralatan mesin semi otomatis dari Jerman Barat yang kemudian diberi nama mesin lini I dengan kapasitas 6000 botol per jam.

Seiring dengan meningkatnya permintaan produk, PT. Sinar Sosro melakukan pengadaan mesin yang diberi nama mesin lini II dengan kapasitas 30.000 botol per jam. Pada tahun 1980, Grup Sosro mengembangkan usahanya dengan membangun perusahaan baru yaitu PT. Surya Sosro Kencono di Surabaya yang memproduksi teh cair manis.

Selain itu PT Sinar Sosro juga melakukan diversifikasi produk dengan memproduksi teh cair manis dalam kemasan kotak. Produksi teh cair manis dalam kemasan kotak ini dilakukan dengan menggunakan mesin tetra pak berkapasitas 4.500 pak per jam dan mulai dioperasikan tahun 1982. Mulai tahun 1987, produksi teh dalam kemasan kotak ini dilakukan oleh PT. Union Multi Pack (UMP) yang bertempat di Tambun, Bekasi. PT. Union Multi Pack juga memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dengan nama “Air Sosro” dan Fruit Tea (teh dengan rasa buah) dalam kemasan tetra pak. Dalam perkembangannya PT. Union Multi Pack ini kemudian berganti nama menjadi PT. Sinar Sosro Tambun, Bekasi.

Dengan produksi yang semakin meningkat, pada tahun 1982 PT. Sinar Sosro melakukan pengadaan mesin lini III dengan kapasitas 80.000 botol per jam. Mesin yang bekerja secara otomatis ini dioperasikan pada tahun 1983. Mesin lini III ini merupakan instalasi mesin terbesar yang dimiliki perusahaan. Pada tahun 1984 mesin lini I dipindahkan ke Medan karena permintaan di wilayah Medan meningkat. Mesin ini dioperasikan di bawah PT. Toba Sosro Kencono yang memproduksi teh botol dengan kapasitas produksi 35.000 botol per jam.

Pada era tahun 90-an bisnis keluarga sosro telah memasuki generasi ke -3 dengan mengembangkan usaha minuman ke berbagai variasi cita rasa, target, segmen, benefit dan kemasan. Pada tahun 2004, PT. Sinar Sosro mengeluarkan produk baru berupa minuman teh berkarbonasi yang diberi nama Tebs. Untuk itu perusahaan melakukan pengadaan mesin baru yaitu mesin lini IV untuk memproduksi Tebs. Pada tahun 2005 juga dilakukan pengadaan mesin baru berkapasitas 6000 botol per jam untuk memproduksi Fruit Tea dalam kemasan botol pet yang diberi nama mesin lini V. Saat ini cakupan distribusi telah merambah ke kawasan internasional dan menempati kantor usaha di wilayah cakung.



Gambar II.2 Logo PT Sinar Sosro.

Sumber :sinarsosro.id

Logo PT. Sinar Sosro adalah penggalan dari nama keluarga yaitu Sosrodjojo. Sinar Sosro mempunyai arti ribuan sinar, pada warna merah dan putih merefleksikan warna bendera Indonesia.

PT. Sinar Sosro berpedoman pada visi dan misi yang telah digariskan serta tekun dalam meningkatkan efisiensi dan produktifitas serta partisipasi para karyawan dalam meningkatkan kemampuannya, agar laba yang dihasilkan terus meningkat. Berikut ini **visi dan misi** yang dimiliki oleh PT. Sinar Sosro, yaitu :

Visi PT Sinar Sosro

Menjadi perusahaan minuman kelas dunia, yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, kapan saja, dimana saja, serta memberikan nilai tambah untuk semua pihak terkait.

Misi PT Sinar Sosro

- 1) Membangun merek Sosro sebagai merek the yang alami, berkualitas dan unggul
- 2) Melahirkan merek dan produk minuman baru, baik yang berbasis the, maupun non teh dan menjadikannya pemimpin pasar dalam

kategorinya masing-masing.

- 3) Membangun dan memimpin jaringan distribusi.
- 4) Menciptakan dan memelihara komitmen terhadap pertumbuhan jangka panjang, baik dalam volume penjualan maupun dalam penciptaan pelanggan.
- 5) Membangun sumber daya manusia (SDM) dan melahirkan pemimpin yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan.
- 6) Memberikan kepuasan kepada para pelanggan.
- 7) Menyumbang devisa negara.

Sejak generasi pertama, keluarga Sosro memiliki satu filosofi yang selalu diterapkan pada setiap aktivitas bisnisnya. Filosofi tersebut adalah “NIAT BAIK” yang dijabarkan dalam 3K dan RL, yang mempunyai arti :

- 1) Peduli terhadap KUALITAS
- 2) Peduli terhadap KEAMANAN
- 3) Peduli terhadap KESEHATAN Produk
- 4) RAMAH LINGKUNGAN

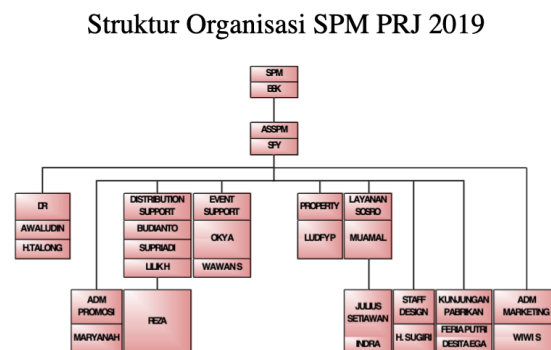
“Apapun makannya, minumannya teh botol sosro”. Slogan ini tidak saja mengguncang sesama produk teh namun juga produk minuman secara keseluruhan. Teh dalam kemasan botol yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat umum. Karena Teh Botol minuman untuk semua orang.

PT Sinar Sosro adalah perusahaan yang mempromosikan minuman ringan dengan ciri khas teh asli dan mengembangkan produk minuman teh rasa asli. Produk teh ini merupakan salah satu produk yang menawarkan

kualitas produknya dalam menarik minat beli konsumen, karena sebagai minuman teh tanpa bahan pengawet.

B. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi menurut Schermerhorn (1996) adalah sistem tugas, alur kerja, hubungan pelaporan dan saluran komunikasi yang dikaitkan secara bersama dalam pekerjaan individual maupun kelompok. Struktur organisasi yang dibentuk oleh PT. Sinar Sosro KPW Jakarta dalam acara Jakarta Fair Kemayoran 2019 berbentuk gabungan lini dan fungsional dimana kebijakan dan wewenang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing.



Gambar II.3 Struktur Organisasi

Sumber : HRD PT. Sinar Sosro

Pembagian pekerjaan pada PT. Sinar Sosro KPW Pekan Raya Jakarta dibagi menurut fungsi yang telah ditetapkan. Setiap personil diberikan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan dasar kualifikasinya. Tugas dan fungsi masing-masing Jabatan sebagai berikut:

a. Support Promotion Manager (SPM)

Mempunyai tanggung jawab kepada General Manager. Memiliki tugas seperti :

1. Mendukung seluruh aktivitas acara yang ada di wilayah cakupan regional perusahaan.
2. Merencanakan dan mengelola kampanye untuk mempromosikan produk dan layanan perusahaan.
3. Bernegosiasi dengan pihak-pihak terkait mengenai promosi dalam suatu *event*.

b. Assistant Support Promotion Manager (ASSPM)

Memiliki tanggung jawab kepada SPM dan tugasnya adalah :

1. Membantu SPM dalam mensukseskan seluruh aktivitas acara yang ada di wilayah cakupan regional perusahaan.
2. Membantu bernegosiasi dengan pihak-pihak terkait promosi dalam suatu *event*.

c. Distribution Research (DR)

Mempunyai tanggung jawab kepada ASSPM dan atas segala hal yang berhubungan dengan kegiatan yang berkaitan dengan distribusi, tugasnya adalah :

1. Melakukan *survey* seluruh kegiatan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan.
2. Mengawasi dan melakukan penilaian terhadap seluruh kegiatan distribusi pada *outlet-outlet* yang memiliki kerjasama dengan perusahaan.

d. Promotion Administrator

Memiliki tanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya adalah :

1. Melakukan input data mengenai data-data *event* dan kegiatan promosi serta melakukan update informasi produk untuk keperluan promosi.
2. Membantu mempersiapkan surat kerjasama dengan vendor.
3. Menjalankan tugas-tugas terkait dalam permasalahan administrasi promosi.

e. Distribution Support

Memiliki tanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya sebagai berikut :

1. Bertanggungjawab atas distribusi barang setiap pemasangan terkait POP/brosur/*promotion material* dari produk-produk.

f. Event Support/Event Promotion

Bertanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya adalah berikut :

1. Memimpin dan mengendalikan kegiatan di acara yang berlangsung.
2. Membantu melaksanakan dan mengatasi masalah-masalah yang terkait di lapangan.
3. Menyusun jadwal dan rotasi kerja bagi pekerja yang dipimpinnya.

g. Property

Memiliki tanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya yaitu :

1. Mengkoordinir dan mengawasi pengelolaan persediaan barang gudang.
2. Membuat laporan penerimaan, persediaan dan pengeluaran produk.

3. Mengontrol persediaan barang.

h. Layanan Sosro

Memiliki tanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya adalah :

1. Membuat kerjasama dengan *cathering*.
2. Mengatasi kegiatan-kegiatan yang terkait dengan pelayanan perusahaan.

i. Staff Design

Memiliki tanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya sebagai berikut :

1. Membantu mempersiapkan konsep desain untuk kebutuhan konten *marketing, product marketing* atau kebutuhan perusahaan.
2. Mengembangkan dan mengatur iklan kampanye.
3. Mengajukan konsep konten dan memperkirakan waktu pengerjaan.

j. Kunjungan Pabrik

Mempunyai tanggung jawab kepada ASSPM. Tugasnya adalah :

1. Menjelaskan proses produksi kepada tamu kunjungan.

k. Marketing Administrator

Mempunyai tanggung jawab kepada ASSP. Tugasnya adalah :

1. Mencatat dan memeriksa status data penjualan dengan teliti, benar dan tepat.
2. Bertanggungjawab terhadap administrasi program promosi, ketepatan laporan, pengadaan hadiah, sampai pengiriman hadiah.
3. Mengelola sosial media.

C. Kegiatan Umum PT Sinar Sosro

1. *Product*

Saat ini PT. Sinar Sosro telah menghasilkan beberapa produk minuman teh yaitu Teh Botol Sosro, S-tee, minuman teh aneka rasa buah Fruit Tea, minuman teh berkarbonasi Tebs, dan minuman teh hijau untuk kesehatan Joy Tea. Selain produk minuman teh, PT Sinar Sosro juga menghasilkan produk jus buah dengan merek Happy Jus dan Country Choice. Bahan baku teh untuk produk-produk PT. Sinar Sosro dipasok oleh PT. Gunung Slamet sedangkan bahan baku teh tersebut dikelola oleh PT. Agro Pangan selaku *sister company*. Bahan baku teh untuk PT. Sinar Sosro berasal dari: Perkebunan teh Gunung Rosa, Gunung Manik dan Gunung Cempaka di Cianjur; perkebunan teh Gunung Satria dan daerah Neglasari di Garut; perkebunan teh daerah Cukul di Pangalengan serta perkebunan teh daerah Sambawa di Tasikmalaya.

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). Teh Botol Sosro kemasan botol beling merupakan produk teh siap minum yang pertama di Indonesia dan di dunia yang sudah diluncurkan sejak tahun 1974. Teh Botol Sosro memiliki varian yaitu Original, Less Sugar, Tawar, dan Greentea. Teh Botol Sosro dengan inovasinya sampai dengan tahun 2019 ini telah memiliki banyak

pilihan kemasan produk yaitu :

- a) Kemasan botol beling dengan volume 220 ml
- b) Kemasan kotak (tetra pak) dengan volume 1 liter, 250 ml, 200 ml
- c) Kemasan pouch dengan volume 150 ml
- d) Kemasan botol plastik (pet) dengan volume 350 ml, 450 ml
- e) Kemasan kaleng (can) dengan volume 318 ml

2) Fruit Tea

Dengan bertujuan untuk pengembangan produk, maka PT. Sinar Sosro pada Tahun 1997 mengeluarkan produk minuman teh berbasis buah-buahan yaitu Fruit Tea yang sukses dipasar sehingga pada tahun 2004 memperoleh Indonesian Best Brand Award sebagai Most Potential Brand In Non-Carbonated Drink Category. Varian rasa yang ditawarkan yaitu Guava, Apple, Strawberry, Blackcurrent, Extreme, Freeze, dan Markisa. Fruit Tea Sosro hadir dalam beberapa jenis kemasan yakni :

- a) Kemasan botol beling dengan ukuran 235 ml
- b) Kemasan genggam (tetra pak) dengan volume 200 ml
- c) Kemasan kaleng (can) dengan volume 318 ml
- d) Kemasan botol plastik (pet) dengan volume 500 ml
- e) Kemasan pouch dengan volume 230 ml

3) S-tee

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 dengan merk S-tee bervolume 318 ml. Hingga kini Sosro membuat kemasan S-tee botol plastik (pet) dengan volume 350 ml.

4) Country Choice

PT. 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 yang dapat dikonsumsi setiap hari dengan praktis dan hemat. Country Choice memiliki berbagai varian rasa, yaitu: guava, orange, apple, apple pulp, mango dan goji berry. Country Choice hadir dalam berbagai macam kemasan, yaitu:

- a) Kemasan kotak (tetra pak) 250 ml
- b) Kemasan keluarga (tetra pak) 1 L
- c) Kemasan pet 300 ml

5) Happy Jus

Untuk kategori minuman Jus, PT. Sinar Sosro menghadirkan produk Happy Jus yang launching pada awal tahun 2005. Produk ini lebih banyak diminati oleh anak-anak. Saat ini Happy Jus hadir dalam beberapa kemasan, yaitu

- a) Happy Jus dalam kemasan genggam (tetra pak) volume 200 ml 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) Tebs

Tebs adalah kategori minuman teh berkarbonasi yang launching pada bulan November tahun 2004 dengan kemasan botol beling dalam volume 230 ml yang kemudian disusul dengan kemasan kaleng (can) dengan volume 318 ml dan juga kemasan pet dengan volume 500 ml.

7) Air Mineral 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 240 ml, botol plastik 330 ml, 600 ml dan 1.5 liter, dan dalam kemasan galon.

8) Creso

PT Sinar Sosro meluncurkan inovasi produk barunya yaitu Creso (Minuman bersoda). Produk tersebut dikeluarkan pada tahun 2014. Varian rasa dalam produk Creso, yaitu Rasa Kopi, Kelapa dan Sarsaparila. Target utama diproduksinya Creso adalah untuk kalangan muda, karena dengan rasa Creso yang unik, menyegarkan, dan memberikan kesegaran dapat memberikan rasa optimis dalam menjalani hidup sehari-hari. (Sudah tidak memproduksi).

9) The Freso

Sinar Sosro mengeluarkan produk minuman teh dalam kemasan gelas dengan merek Teh Freso. Teh Freso dapat dijadikan sebagai pelepas dahaga di momen kebersamaan. Teh Freso merupakan produk terbaru yang dikeluarkan PT. Sinar Sosro pada tahun 2014. Teh Freso merupakan minuman teh dalam kemasan gelas yang memiliki aroma melati dengan bahan dasar teh alami yang menyegarkan. (Sudah tidak memproduksi).



Gambar II.4 Produk PT Sinar Sosro.

Sumber : Industrial-tourism

Pada acara Jakarta Fair Kemayoran 2019, Sosro hanya menawarkan produk-produk tertentu yang dipasarkan dalam *event marketing* tersebut. Varian teh asli yang ditawarkan hanya Teh Botol varian Original saja. Berikut adalah produk-produk Sosro yang ditawarkan pada *event* yaitu :

- 1) Teh Botol Sosro kemasan PET 450 ml dan 350 ml
- 2) Teh Botol Sosro kemasan CAN 318 ml
- 3) Teh Botol Sosro genggang 200 ml
- 4) Fruitea kemasan PET 500 ml dan 350 ml
- 5) Fruitea kemasan CAN 318 ml
- 6) Fruitea genggang 200 ml
- 7) TEBS kemasan CAN 318 ml
- 8) STEE kemasan PET 350 ml

2. Price

Sebuah perusahaan harus pandai dalam memilih harga jual yang paling sesuai. Penetapan harga merupakan tindakan penyeimbangan. Di satu sisi, harga harus mendukung beragam biaya di sisi lain harga tidak dapat terlalu tinggi karena dapat membuat konsumen beralih pada produk pesaing. Penetapan harga yang berhasil harus bisa mencari harga yang menguntungkan di kedua kebutuhan tersebut.

Salah satu trik Sosro dalam memenangkan persaingan dalam hal harga adalah dengan memanjakan para pengecer, di level pengecer, dengan patokan harga dari agen Rp18.000,-/krat, mereka bisa mengambil keuntungan mencapai 100% bahkan lebih, karena bisa menjual Rp 36ribu/krat (Rp1.500,-/botol). Bandingkan dengan Coca-Cola. Modal awalnya saja bisa sekitar Rp24.000,-/krat. Jika harga jualnya sekitar Rp1.500,-/botol, keuntungan yang bisa diperoleh hanya Rp12ribu/krat. Selisih Rp6ribu/krat dari Teh Botol Sosro.

Hal di atas menjadi penyebab mengapa produk Sosro banyak digandrungi oleh para pengecer, karena memang keuntungan yang ditawarkan Sosro lebih menggiurkan daripada produk sejenis lainnya. Suatu teknik yang cerdas, dengan menawarkan harga yang kompetitif kepada pengecer, Sosro berhasil menggaet para pengecer sehingga lebih senang memilih Sosro sebagai teh siap minum dalam kemasan untuk mereka jual.

Keikutsertaan PT. Sinar Sosro dalam ajang Jakarta Fair Kemayoran tentu saja memberikan tawaran harga yang spesial bagi para

konsumennya. Tidak hanya pengunjung biasa yang dapat membeli produk minuman Sosro, para pedagang yang memiliki usaha warung atau toko diluar sana pun terkadang datang ke Jakarta Fair tidak hanya sekedar untuk mencari hiburan namun juga untuk memborong produk-produk Sosro yang ditawarkan. Berikut adalah daftar harga paket yang ditawarkan selama *event* berlangsung.

Tabel II.1
Harga Paket Sosro Pada JFK 2019

No	Paket	Harga	Keterangan
1	5 Produk (2 TBK 200 + 3 FTG 200)	Rp. 10.000	Dijual oleh <i>Sharing Ticket</i>
2	3 Produk (3 TBE / 3 FTE / 3 CAN)	Rp. 10.000	Dijual oleh <i>Mobile Selling</i>
3	4 Produk (TBE + FTG + 2 STEE)	Rp. 10.000	Dijual oleh <i>Mobile Trolley</i>
4	5 Produk (5 STEE 350)	Rp. 10.000	Dijual di Ring Luar

Sumber: Diolah oleh Praktikan

3. *Promotion*

Promosi merupakan bauran *marketing* yang paling terlihat nyata, dimana mengacu pada teknik mengomunikasikan informasi mengenai suatu produk. Adapun penerapan *promotion mix* pada Teh Botol Sosro sebagai berikut :

1) **Periklanan (*Advertising*)**

Advertising merupakan setiap bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas. Bisa melalui iklan media massa yang

ada, atau iklan luar ruangan seperti pemasangan billboard, brosur, surat kabar, *pamphlet*, spanduk dan poster.

PT. Sinar Sosro dalam hal *advertising* dilakukan melalui media cetak maupun media ruang (media elektronik, penawaran lewat surat, dan titik-titik pembelian).

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Sales Promotion adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.

- a. **Promosi Konsumen** : Dalam promosi ini dapat dirasakan langsung oleh konsumen (seperti undian berhadiah, isi teh kemasan yang lebih banyak dengan harga tetap, dan lain-lain).
- b. **Promosi Bisnis** : Dalam menjalin kerjasama bisnis pada distributor/agen Sosro menjalin kerjasama kemitraan yang saling menguntungkan (seperti pendistribusian produk langsung ke tempat, penyediaan lemari pendingin, retur produk, dan lain-lain).
- c. **Promosi Dagang** : Menjalinkan kerjasama saling menguntungkan dan memudahkan pedagang dalam mencari/membeli produk Sosro yang distributor/agennya tersebar luas.

3) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal Selling adalah interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan. Pada penjualan *personal selling* Sosro menitik

beratkan pada peranan sales marketing, SPG dan kurir.

4) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Direct Marketing adalah sistem marketing dimana organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target *customer* untuk menghasilkan *respons* atau transaksi. Sering dilakukan dengan membuka stand di acara yang disponsori oleh produk Sosro. Biasanya ditawarkan dengan harga lebih murah, atau dengan penawaran menarik lainnya seperti mendapatkan merchandise atau hadiah.

5) Hubungan Masyarakat & Publikasi (*Public Relation*)

Public Relations adalah berbagai program untuk mempromosikan dan untuk melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. *Public Relation* yang dilakukan adalah menyelenggarakan seminar, menjadi sponsor, dan lain lain.

6) Kunjungan Pabrik

Langkah promosi seperti ini tidak banyak dilakukan oleh para pesaing minuman siap minum dalam kemasan. Sosro menyadari bahwa ini merupakan hal penting dalam eksistensinya sebagai produsen minuman siap minum dalam kemasan. Dengan menerima kunjungan, Sosro dapat memperlihatkan kepada publik bahwa produk mereka diolah dengan benar, higienis, dan terjamin kualitasnya. Sehingga nantinya masyarakat tidak ragu lagi untuk membeli produk Sosro.

Kegiatan **Promosi** yang dilakukan oleh PT. Sinar Sosro pada Jakarta Fair Kemayoran 2019 dalam melakukan *advertising* adalah dengan cara menjadi sponsor dalam acara Jakarta Fair Kemayoran 2019 sehingga mendapatkan *benefit* dalam bentuk *branding* media cetak *ticketing*. Sosro menempatkan posisi *brand*-nya pada tiket masuk Jakarta Fair di bagian kanan atas yang menginformasikan bahwa pengunjung dapat membeli produk Sosro dimana tertera “Dapatkan 5 Produk Hanya Rp. 10.000”.



Gambar II.5 Tiket Masuk JFK 2019

Sumber : di scan oleh Praktikan

Selain itu, tidak hanya memberikan harga yang lebih murah pada acara tersebut, namun juga Sosro bekerjasama dengan pihak DANA yang memberikan *cashback* 50% bagi konsumen yang membeli produk Sosro

di tempat selama *event* berlangsung dengan S&K yang berlaku. Syarat & Ketentuan tersebut maksimal *cashback* yang bisa didapatkan oleh konsumen pada *merchant* Sosro adalah 1 akun sebanyak 3x sebesar Rp. 5.000,- per transaksi selama *event* berlangsung. Pada pembelian keempat, maka konsumen tidak mendapatkan *cashback* karena sudah melebihi dari ketentuan yang berlaku.



Gambar II.6 Promo DANA Jakarta Fair 2019

Sumber : dana.id

Menjelang 1 minggu berakhirnya Jakarta Fair 2019, Sosro menawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan voucher permainan area anak-anak Snow Park gratis di area Jakarta Fair Gambir Expo yang setara dengan Rp. 100.000,- dengan S&K membeli produk Sosro senilai Rp. 50.000,-. Promosi ini dilakukan sebagai salah satu bentuk memberikan kepuasan kepada konsumen karena telah mempercayai dan memilih produk-produk Sosro daripada produk pesaing lainnya. Voucher tersebut didapat oleh pihak Sosro sebagai bentuk mitra kerjasama dengan pihak area permainan, yang mana pihak tersebut mendapatkan produk-produk Sosro dengan harga yang lebih murah.

4. Place

Dapat diartikan sebagai penempatan produk atau penyebaran

produk. Saluran distribusi sangat menentukan keberhasilan pemasaran. Meskipun suatu produk memiliki harga yang kompetitif, berkualitas tinggi, dan dipromosikan dengan baik namun konsumen sulit mencari produk tersebut, maka kegiatan pemasaran tidak akan berhasil dengan baik. Jika saluran distribusi dikelola dengan baik, konsumen akan mudah memperoleh produk. Dengan banyaknya produk substitusi, maka distribusi yang direncanakan dengan baik dapat membantu produk tersebut tersebar dengan cepat.

Distribusi Sosro mencakup hampir seluruh wilayah nasional mulai dari Batam, Jabotabek, Jabar, Jatim, hingga Kalimantan dan Sulawesi. Bahkan teh dalam kemasan botol Sosro diekspor ke Malaysia, Singapura, Vietnam, Brunei Darussalam, sebagian Timur Tengah, Afrika, Australia, dan Amerika. Strategi penjualan yang dilakukan Sosro adalah dengan mengembangkan saluran distribusi secara luas dan terus menerus. Mengutamakan ketersediaan produk sehingga berbuah pada kesetiaan pelanggan. Pengembangan proses yang dilakukan oleh Sosro adalah dengan mengintegrasikan supply chain. Bahan baku teh yang diperoleh berasal dari :

- a. Perkebunan Teh Gunung Rosa di Cianjur
- b. Perkebunan Teh Gunung Manik di Cianjur
- c. Perkebunan Teh Gunung Cempaka di Cianjur
- d. Perkebunan Teh Gunung Satria di Garut
- e. Perkebunan Teh Daerah Neglasari di Cianjur

f. Perkebunan Teh Daerah Cukul di Pangalengan

g. Perkebunan Teh Daerah Sumbawa di Tasikmalaya

• Dan sampai dengan tahun 2008, PT. Sinar Sosro telah memiliki 10 pabrik yang tersebar di beberapa wilayah, yaitu: pabrik Cakung, pabrik Tambun, pabrik Pandeglang, pabrik Cibitung, pabrik Bali, pabrik Ungaran, pabrik Serdang, pabrik Gresik, pabrik Mojokerto, pabrik Palembang.

Dalam ajang Jakarta Fair Kemayoran, Sosro memiliki 10 titik counter tempat penjualan produk yang tersebar di Open Space. Dua (2) diantaranya terletak pada ring luar berdekatan dengan loket pembelian tiket masuk Jakarta Fair. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan *awareness* konsumen selain *advertising* yang terdapat pada *ticketing* namun juga sebagai bentuk “Oh Sosro ikutserta pada Jakarta Fair” pada saat melakukan antrean pembelian tiket.

Delapan (8) diantaranya terletak pada Open Space bagian dalam PRJ yang tersebar di selasar depan hall A, B, C, depan panggung utama dan area Gambir. Untuk penempatan gudang produk, Sosro memiliki dua (2) gudang yang terletak di Gudang Gambir dan Gudang belakang Hall A.



Gambar II.7 Denah Pameran Jakarta Fair Kemayoran

Sumber : blogotive.com

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Selama menjalankan kegiatan PKL di PT Sinar Sosro KPW Jakarta, Praktikan ditempatkan pada divisi *Event Support* dan ditugaskan untuk membantu dalam pelaksanaan kegiatan Jakarta Fair Kemayoran 2019. Adapun cakupan tugas yang diberikan kepada Praktikan selama PKL adalah sebagai berikut :

1. Mengelompokkan *Sales Promotion Officer* ke Divisi Pemasaran.
2. Merekap Data Hasil Penjualan Harian.

3. Sosialisasi penggunaan DANA.
4. Analisa Target Sales dan Garis Besar Operasional pada JFK 2019.
5. Melakukan Analisis Kegiatan yang Dilakukan oleh Pesaing.
6. Membuat Mekanisme Bonus Voucher Permainan.

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai pada hari Senin, 20 Mei 2019 di PT Sinar Sosro KPW Jakarta. Pada saat PKL Praktikan di bimbing dan diarahkan oleh Bapak Oky Athobary selaku mentor PKL. Selama kurang lebih hampir satu bulan setengah melaksanakan PKL, seluruh tugas yang Praktikan kerjakan tertera secara rinci di lampiran.

Berikut ini adalah klasifikasi dan uraian tugas-tugas serta penjelasan yang dikerjakan Praktikan selama melakukan kegiatan PKL di PT Sinar Sosro KPW Jakarta dalam rangka Jakarta Fair kemayoran 2019 :

1. Mengelompokkan Sales Promotion Officer ke Divisi Pemasaran.

Praktikan membantu pekerjaan Team Leader untuk membuat daftar nama-nama SPO yang sudah terpilih bekerja dalam acara Jakarta Fair Kemayoran 2019 dan dimasukkan ke dalam beberapa divisi serta menempatkan mereka ke penempatan *counter* masing-masing. Terdapat 3 (tiga) macam divisi yang akan dibagi kepada para SPO yaitu Sharing Ticket, Mobile Selling, dan Mobile Trolley. **Sharing Ticket** adalah divisi yang berada di *counter* dengan menjual produk Sosro kemasan genggam. **Mobile Selling** adalah divisi yang berada di *counter* dengan menjual produk Sosro kemasan Botol, sedangkan **Mobile Trolley** adalah divisi

yang menjual produk Sosro dalam kemasan botol dengan menggunakan Trolley berkeliling area *Open Space*. Data yang dibuat, disertai dengan jadwal hari kerja kapan mereka harus masuk dan kapan mereka mendapatkan hari libur.

ABSEN SHARING 2019		MEI														
Counter 01		22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	
Nama																
ABEGAIL OLIVIA P		1		1		1	1	1		1		1		1	1	
JESSICA CORNELLA		1		1	1		1		1	1		1		1	1	
JODI		1	1	1		1		1		1	1	1		1	1	
BAGAS SAUM F			1	1	1	1		1	1	1		1		1	1	
YAYAN PRIATNA			1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	
Total		3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2

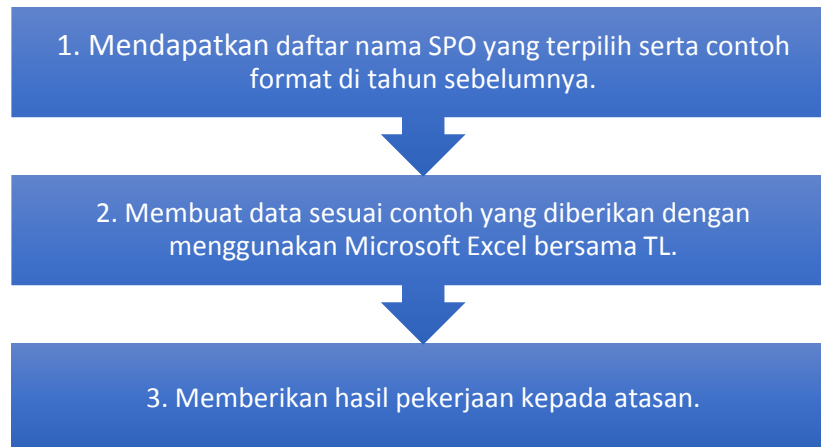
Gambar III.1 Jadwal Masuk SPO

Sumber: Team Leader

Pengalaman pribadi yang di dapatkan Praktikan pada saat mengerjakan data ini adalah Praktikan mendapatkan gambaran mengenai pembagian kerja dan harus mengetahui terlebih dahulu nama-nama SPO yang sudah pernah berpartisipasi dalam acara Jakarta Fair Kemayoran dengan Sosro di tahun-tahun sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk mengelompokkan SPO ke dalam beberapa kelompok dan divisi yang mana di setiap kelompok akan terdiri dari beberapa SPO lama dan SPO baru guna membantu SPO baru dalam membuat laporan *sales* dan *stock* barang di *counter* masing-masing.

Praktikan diberi contoh data format di tahun sebelumnya yang

sudah ada, kemudian mulai membuat dengan menggunakan Microsoft Excel mengikuti contoh yang sudah diberikan. Hasilnya diberikan kembali kepada *Team Leader* dan Mentor. Berikut *flowchart* membuat daftar nama SPO per divisi disertai jadwal masuk.



Gambar III.2 Flowchart Membuat Daftar Nama SPO

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

2. Merekap Data Hasil Penjualan Harian.

Praktikan bertanggungjawab dalam merekap hasil laporan penjualan dari tiap counter per harinya untuk menghitung total penjualan khususnya Sharing Ticket. Tugas ini dilakukan setiap hari dimana Praktikan diberi kertas-kertas laporan penjualan yang telah diisi oleh SPO kemudian diinput ke dalam Excel sebagai data.

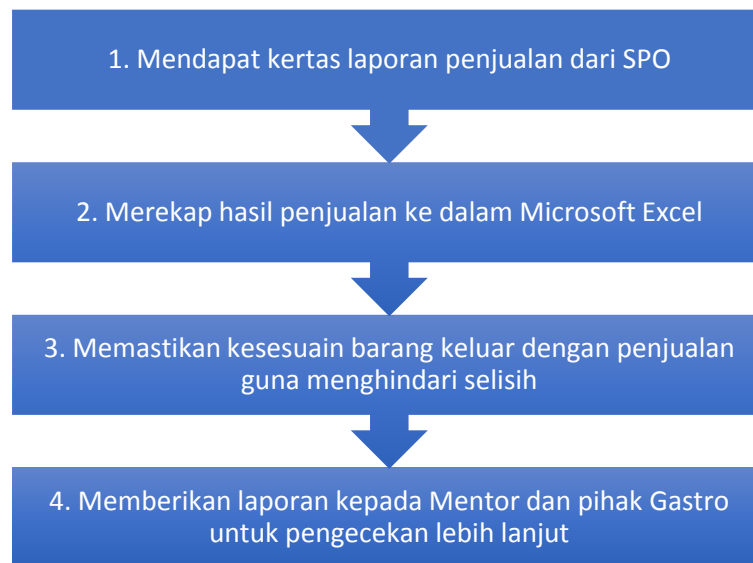
Tgl	Produk	Stock Awal	DO	Stock Akhir	Penjualan	Nominal
Saturday, 25 June 2019	TBK	14	20	8	26	1,040.000
	FTG	21	30	12	39	1,560.000
	TOTAL				65	3,120.000
Sunday, 30 June 2019	TBK	14	14	14	14	560.000
	FTG	21	21	21	21	840.000
	TOTAL				35	1,400.000
TOTAL PENJUALAN	TBK	14	40	18	36	1,728.000
	FTG	21	60	27	54	2,592.000
	TOTAL				90	4,320.000

Tgl	Produk	Stock Awal	DO	Stock Akhir	Penjualan	Nominal
Saturday, 25 May 2019	TBK	18		14	4	192.000
	FTG	27		21	6	288.000
	TOTAL				10	480.000
	TBK	14	40	18	36	1,728.000
	FTG	21	60	27	54	2,592.000
	TOTAL				90	4,320.000

Gambar III.3 Rekap Data Sales Harian

Sumber: Diolah oleh Praktikan

Dari laporan penjualan harian tersebut nantinya akan berpengaruh kepada insentif yang didapatkan oleh masing-masing SPO. Insentif di dapat dari hasil penjualan per divisi di counter masing-masing dengan ketentuan Sharing Ticket mendapat Rp. 4.000 dari tiap karton yang terjual, Mobile Selling mendapat Rp. 900 dari tiap banded yang terjual, dan Mobile Trolley juga mendapat Rp. 900 dari tiap banded yang terjual. Berikut flowchart dalam merekap data hasil penjualan harian per *counter* maupun keseluruhan.



Gambar III.4 Flowchart Merekap Hasil Sales Harian

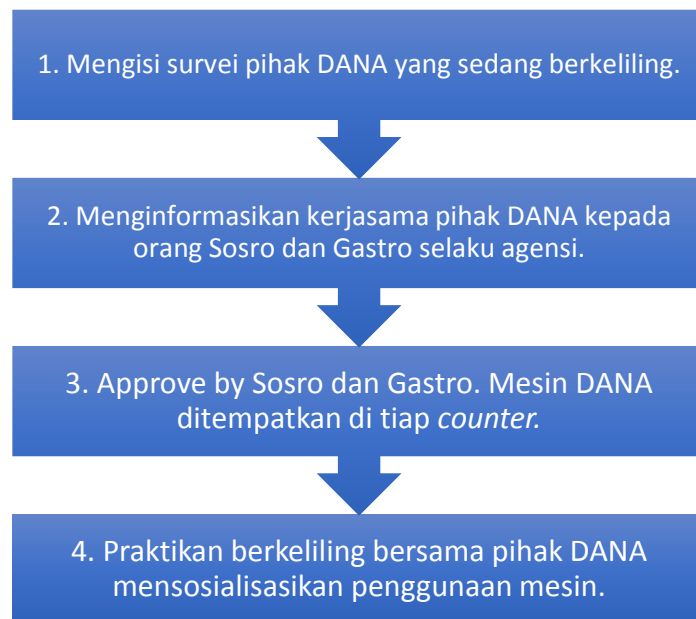
Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

Manfaat yang didapat dari tugas tersebut adalah mengasah ketelitian serta kesabaran. Jika terdapat kesalahan dalam input data penjualan maka akan muncul kesalahan-kesalahan berikutnya pada data *stock* produk. Laporan ini sangat beresiko jika terjadi perbedaan stock keluar dengan penjualan, yang mana selisih tersebut harus ditanggung oleh pihak SPO. Kesabaran yang di maksud adalah ketika terdapat laporan yang salah atau tidak sesuai dengan data yang ada, maka diperlukan pengecekan ulang produk di *counter* yang bermasalah sehingga membutuhkan energi lebih. Pengecekan perlu dilakukan pada hari itu juga dikarenakan agar tidak timbul ketidaksesuaian data di hari selanjutnya. Praktikan juga perlu melakukan penyesesuaian data stock dengan penjualan seminggu sebelum acara usai demi mencari solusi jika terjadi selisih antara dua komponen tersebut.

3. Sosialisasi penggunaan DANA.

Praktikan diberikan tugas untuk memberikan arahan kepada para SPO mengenai mekanisme serta promosi penggunaan DANA pada *counter* Sosro. Misi ini dilaksanakan tepatnya pada hari ketiga setelah Jakarta Fair Kemayoran 2019 dimulai yang mana di awal opening sebelumnya Sosro belum bekerjasama dengan pihak DANA. Hari pertama pihak DANA mengelilingi area dan melakukan observasi sekiranya mana saja *merchant* yang sudah bekerjasama dengan menggunakan pembayaran melalui aplikasi DANA, mengingat acara Jakarta Fair Kemayoran tahun 2019 ini di sponsori oleh DANA mengusung tema *cashless* sehingga hampir keseluruhan pembayaran menggunakan aplikasi DANA. Sosro menjadi salah satu target kerjasama pihak DANA, kemudian pada hari ketiga selanjutnya di tiap *counter* Sosro sudah di fasilitasi dengan mesin DANA dari pihak tersebut.

Dengan adanya kerjasama dengan DANA, maka produk Sosro menjadi *cashback* 50% dengan maksimal *cashback* Rp. 5.000 yang mana hanya berlaku 3x *cashback* selama *event* berlangsung. Dengan begitu melalui pembayaran dengan aplikasi DANA, konsumen bisa mendapatkan 5 produk Sosro kemasan genggam atau 3 produk Sosro dalam bentuk kemasan botol seharga Rp. 5.000 saja. Berikut adalah flowchart dalam melakukan sosialisasi kepada para SPO mengenai penggunaan DANA.



Gambar III.5 Flowchart Kerjasama Dengan Pihak DANA

Sumber : Diolah oleh Praktikan

4. Analisa Target Sales dan Garis Besar Operasional pada JFK 2019.

Praktikan diberikan tugas untuk membuat analisa perbandingan target penjualan di tahun 2019 dengan tahun sebelumnya yaitu 2018. Kegunaan laporan tersebut untuk mengetahui berapa *achievement* dan *growth* dari penjualan Sosro yang dilaksanakan pada event Jakarta Fair Kemayoran di tahun 2019 apakah mengalami peningkatan atau penurunan. Berikut adalah data yang sudah diolah oleh Praktikan mengenai target serta realisasi penjualan di tahun 2018 dan 2019 sebagai bentuk perbandingan.

AKTIVITAS	PRODUK	TARGET SALES 2019	MEKANISME	CATATAN
SHARING TIKET	FTG 200	25.800	Tukar Tiket PRJ + Rp. 10.000,- mendapat 5 pcs produk SOSRO (3 FTG200 & 2 TBK200)	
	TBK 200	17.200		
	TOTAL (KTN)	43.000		
MOBILE SELLING RING 1 + 2	TBE REG	6.000	- Penjualan paket banded produk Sosro seharga Rp. 10.000,- mendapat 3 pcs produk dengan komposisi 2 TBE 450ml + 1 TBE 350ml - untuk kemasan can atau kaleng di jual dengan komposisi 1 TBN + 1 FTC + 1 TSC dengan harga Rp. 10.000,- - Produk Stee include dengan R2 - komposisi produk yang akan di jual SPO Mobile ID Berupa 2 TBE 350 ml + 1 FTE 350 ml + STEE 350ml seharga Rp.10.000	naik 5% jadi 5922
	FTE 500	3.200		naik 5% jadi 3229
	TBN 330 ml	650		
	FTN 330 ml	650		
	TSC 330 ml	650		
	STE 350	6.000		Target MT Stee 3500 Karton
	TBE 350 ml (K12)	19.000		6000 Karton untuk paketan tbe 450ml
	FTE 350 ml (K12)	6.700		3200 Karton untuk paketan fte 500 ml
	TOTAL (KRTN)	36.850		
	COUNTER Ri dan R2	TOTAL (KTN)		79.850

TAHUN	TARGET 2018	REAL 2018	TARGET 2019	REAL 2019
SALES (KARTON)	43000	32213	43000	39355
GROWTH (%)		-13%		18%

Gambar III.6 Analisa Penjualan Divisi Sharing Ticket

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 dan 2019 Sharing Ticket Sosro masih memiliki target yang sama yaitu 43.000 karton. Target Counter di tahun 2018 dan 2019 adalah 43.000 dengan total *counter* yang dimiliki adalah 10 dan total *event* berjalan adalah 40 hari. Maka dapat dihitung mengenai target karton harian untuk *sharing ticket* dengan cara $43.000/10/40hr$ yang mana mendapatkan hasil 107,5karton/counter/hari yang harus dijual demi mencapai target. Namun dapat terlihat pula selama kedua tahun tersebut belum mencapai target yang sudah ditetapkan oleh pihak perusahaan.

Perhitungan *growth* di tahun 2019 mengenai sales secara *real* dengan cara $39.355/10/40hr$ yang mana mendapatkan hasil rata-rata penjualan sebanyak 98,3karton/counter/hari. Sharing ticket mengalami kenaikan *sales* 18% dibanding dengan tahun 2018, dengan real penjualan tahun 2018 sebanyak 32.213 karton (TBK 200 = 19.405 karton dan FTG = 12.808 karton) sedangkan real penjualan tahun 2019 sebanyak 39.355 karton (TBK 200 = 16.120 karton dan FTG = 23.235 karton). Perhitungan

growth dilakukan dengan menggunakan rumus (current year – previous year)/current year.

Produk	Target 2019		Real 2019		Real 2018		Ach 2019		Grw 2019	
	in KARTON	in BANDED	in KARTON	in BANDED	in KARTON	in BANDED	in KARTON	in BANDED	in KARTON	in BANDED
TBE 450ml & 350ml (2+1)	6.000	72.000	4.910	58920	5.650	67800	82%	82%	-15%	-15%
	6.000		4.910		5.650		82%		-15%	
FTE 500ml & 350ml (2+1)	3.200	38.400	4.476		2.891	34692	140%	140%	35%	35%
	3.200		4.476	53712	2.891		140%		35%	
FTC, TBN & FTN 330ml (1+1+1)	650	15.600	1.022		561	13464	157%	157%	45%	45%
	650		1.022	24528	1.123		157%		-10%	
STEE 350ml (5pcs)	1.200	6.000	278	1390	686	3430	23%	23%	-147%	-147%
TOTAL	20.900	132000	21.094	138550	19.452	119386	101%	105%	8%	14%

Gambar III.7 Analisa Penjualan Divisi Mobile Selling

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 Mobile Selling Sosro memiliki target sebanyak 20.900 karton atau setara dengan 132.000 banded. Terlihat adanya selisih sebanyak 1.642 karton dimana penjualan di tahun 2018 hanya mencapai 19.542 karton dan penjualan di tahun 2019 mencapai 21.094 karton yang artinya lebih tinggi dibandingkan penjualan tahun sebelumnya sehingga menghasilkan angka *growth* sebesar 8%. *Achievement* yang di dapat di tahun 2019 Mobile Selling Sosro menunjukkan angka 101% yang mana angka tersebut menandakan melebihi target yang sudah ditetapkan.

Perhitungan untuk mendapatkan satuan banded, Praktikan akan menjabarkan satu dari sekian banded yang ada dalam paket tersebut. TBE 450ml & 350 ml (2+1) artinya dalam 1 banded terdapat 3 botol minuman yang mana TBE 450ml ada 2 botol dan TBE 350ml ada 1 botol. 1 karton TBE 450ml berisi 24 botol sedangkan 1 karton TBE 350ml berisi 12 botol. Untuk TBE 450ml artinya 6000 karton dikali 24 dibagi 2 sehingga menghasilkan 72.000 banded. Untuk TBE 350ml artinya 6000 karton

dikali dengan 12 dibagi 1 sehingga menghasilkan 72.000 banded. Begitu dengan seterusnya untuk mendapatkan angka berupa satuan banded yang diperlukan, dimana harus mengetahui terlebih dahulu isi dari setiap karton produk. Berikut Praktikan memberikan informasi mengenai isi dari setiap karton;

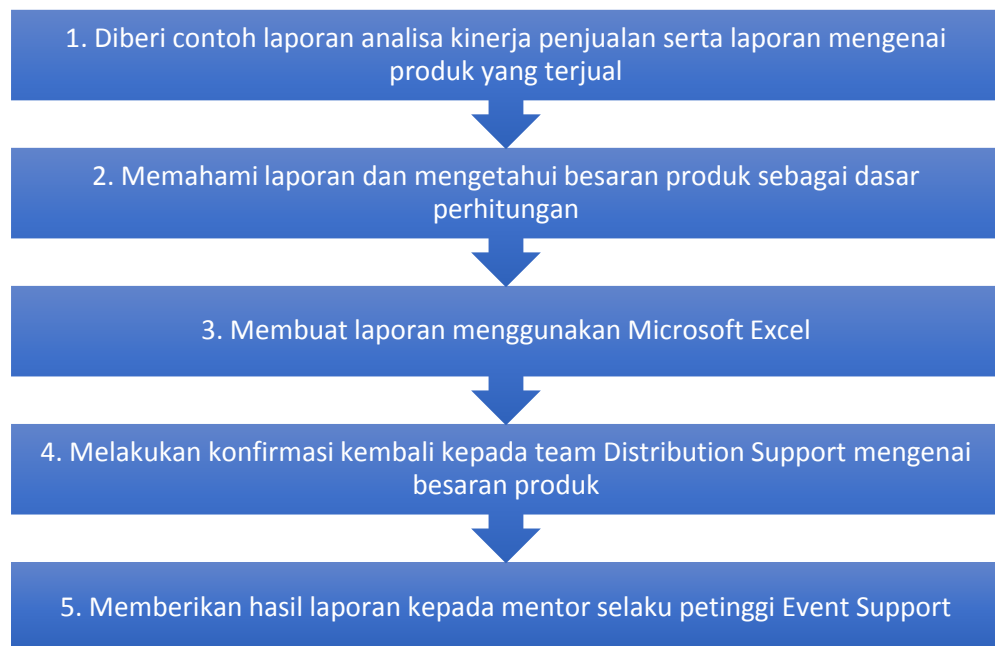
Tabel III.1 Jumlah Produk Dalam Karton

Produk	Isi per 1 Karton
TBE 450ml	24 pcs
TBE 350ml	12 pcs
FTG 500ml	24 pcs
FTG 350ml	12 pcs
FTC 330ml	24 pcs
TBN 330ml	24pcs
FTN 330ml	24pcs
STEE 350ml	12 pcs

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

Dengan diberikan tugas ini, Praktikan merasa tertantang untuk lebih fokus dan mengasah ketelitian serta sangat berhati-hati agar tidak terjadi kesalahan dalam perhitungan. Setelah laporan ini selesai, akan diperiksa terlebih dahulu oleh Pak Lilikh selaku Distribution Support mengenai konfirmasi besaran angka karton yang terjual. Jika sudah sesuai dan di approve maka nantinya akan menjadi bahan di meeting evaluasi bersama petinggi Sosro.

Berikut flowchart dalam membuat analisa kinerja penjualan pada event JFK 2019.





Gambar III.8 Flowchart Analisa Kinerja Penjualan Sosro JFK 2019

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

5. Melakukan Analisis Kegiatan yang Dilakukan oleh Pesaing.

Praktikan melakukan tugas analisis kegiatan yang dilakukan oleh pesaing khususnya industri *beverages* yang ikutserta dalam ajang Jakarta Fair Kemayoran 2019. Dalam menjalankan tugas, Praktikan mengelilingi area Jakarta Fair dan memperhatikan berbagai promosi yang ditawarkan oleh pesaing layaknya menjadi *Mystery Shopper*. MS adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan ritel atau mengumpulkan informasi spesifik tentang produk dan layanan. Kegiatan MS ini bisa meliputi membeli produk, mengajukan pertanyaan, memberikan keluhan, dan berperilaku sealamiah mungkin dan kemudian memberikan laporan secara rinci atau umpan balik tentang pengalaman mereka.

AKTIVITAS PESAING MAYORA	Aktivitas Pesaing
 <p>Mayora → Produk RTD yang dijual adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teh Pucuk Harum. 2. Le Minerale 3. Kopiko 78 4. Q-guava <p>Non RTD (Sehuan) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Drink Beng-beng 2. Jora Cafe <p>Harga jual produk : Teh Pucuk Harum → 10rb /4pcs Le Minerale → 10rb /4pcs Kopiko 78 → 10rb /3pcs Q-Guava → 10rb /3pcs</p> <p>Promo yang dilakukan adalah : "paket segar" → pembelian bisa di mix antara thepucuk harum & q-guava serta mendapatkan kupon undian bernilai 1 Unit motor</p>	
<p>AKTIVITAS PESAING</p> <p>Selama Event Jakarta Fair 2019 Kompetitor Minuman (Teh, Kopi, Cokelat dan AMDK) juga melakukan penjualan menggunakan metode "Tukar Tiket" menggunakan tiket masuk Jakarta Fair:</p> <p>Promo Harga</p> <p>TPH Rp. 10.000 untuk 4 botol isi 350 ml.</p> <p>Ich Ocha /Club Rp. 10.000 untuk 4 botol atau Rp. 15.000 utk 6 botol isi 350 ml.</p> <p>Beng-beng (Drink Beng-beng) Rp. 5.000 per Cup (Panas/Dingin) plus 2 pcs beng-beng 85 gram</p> <p>Coffee Delizio CAFFINO Free Icip Rasa dengan menukarkan kupon tiket masuk.</p> <p>Kopi ABC Minum Sampai Puas (Panas) atau Rp. 2.000 /cup (Dingin).</p>	

Gambar III.9 Analisis Kegiatan Pesaing

Sumber: Diolah sendiri oleh Praktikan

Tujuan dari analisis kegiatan pesaing adalah untuk mengetahui lebih jauh mengenai siapa saja pesaing kita dan apa saja promosi-promosi yang dilakukan oleh pesaing dalam memasarkan produknya. Selain itu, analisis ini juga berguna untuk mengembangkan strategi-strategi yang sudah ada untuk mempertahankan eksistensi Sosro dalam industri minuman di masa mendatang. Berikut adalah flowchart dalam melakukan analisis kegiatan yang dilakukan oleh pesaing.



Gambar III.10 Flowchart Analisis Kegiatan Pesaing

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

Manfaat yang didapatkan Praktikan yaitu ketika sedang melakukan aksi layaknya Mystery Shopper, Praktikan harus benar-benar teliti mengenai strategi apa saja yang ditawarkan oleh pesaing dan melihat situasi bersaing industri minuman serta bersikap sealamiah mungkin seperti konsumen pada umumnya.

6. Membuat Mekanisme Bonus Voucher Permainan.

Praktikan mendapatkan tugas untuk membuat mekanisme penggunaan terkait voucher Permainan yang di dapatkan oleh pihak Sosro. Melihat dari analisis kegiatan yang dilakukan oleh pesaing berupa *merchandise* yang mereka tawarkan sedangkan Sosro tidak menawarkan *merchandise* apapun, maka Sosro membuat suatu *reward* dengan memberikan bonus kepada konsumennya yaitu membagikan voucher permainan Snow Park yang terletak di area pasar malam Gambir Expo. Snow Park tersebut merupakan tempat bermain anak-anak yang bertemakan salju dimana si anak bebas bermain.

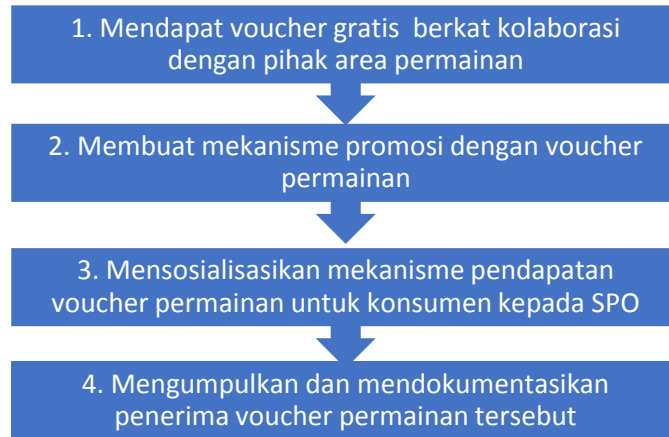


Gambar III.11 Penerima Voucher Permainan

Sumber : Dokumentasi oleh SPO yang bertugas

Hal ini dilakukan untuk menambah perhatian konsumen yang mana para SPO dituntut untuk berdemo mempromosikan mengenai voucher permainan tersebut. Sistemnya adalah ketika konsumen datang untuk membeli produk Sosro, maka SPO akan menawarkan voucher permainan senilai Rp.100.000 yang bisa di dapat secara free dengan syarat konsumen harus membeli produk Sosro sebanyak 5 paket atau setara dengan Rp.50.000. Bonus yang kami tawarkan tersebut sebagai bentuk apresiasi bagi konsumen yang terbilang percaya dengan produk Minuman Sosro. Tentu saja pemberian bonus sebaiknya dibatasi waktu, sehingga kami hanya membagikan voucher tersebut selama seminggu sebelum *event* selesai.

Berikut adalah flowchart dalam membuat mekanisme bonus voucher permainan.



Gambar III.12 Flowchart Membuat Mekanisme Voucher Permainan

Sumber : Diolah sendiri oleh Praktikan

C. Kendala yang Dihadapi

Dalam menyelesaikan pekerjaan, Praktikan berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik dan memuaskan bagi perusahaan maupun konsumen. Dalam melaksanakan pekerjaan, Praktikan tidak banyak mengalami kendala, namun terdapat dua kendala seperti :

1. Mesin DANA yang mengalami susah sinyal akibat *crowd* pengunjung serta *complaint customer* mengenai *cashback* yang belum masuk ke dalam akun DANA pribadi mereka. Jakarta Fair Kemayoran di tahun 2019 adalah acara tahunan yang pertama kali digelar dengan mengusung tema *cashless*. *Cashless* merupakan satu teknologi yang ada pada bidang keuangan yang kini sering dimanfaatkan sebagai metode pembayaran. Mesin pembayaran yang difasilitasi oleh pihak DANA sering mengalami gangguan susah sinyal. Hal ini sering terjadi ketika pengunjung Jakarta Fair sedang ramai-ramainya pada saat *weekend*. Akibat dari gangguan sinyal tersebut membuat konsumen menunggu lama dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi.
2. Jam terbang yang terlalu tinggi yang mana Praktikan dapat bekerja melebihi dari jam kerja yang sudah ditentukan tergantung dari kondisi yang ada di lapangan. Sebagai contoh yang akan Praktikan jelaskan disini adalah mengenai jam kerja. Praktikan dapat bekerja melebihi dari waktu yang sudah disepakati di awal yang mana bisa *overtime* dengan rentang 1 sampai 3 jam tergantung kondisi di lapangan. Hal ini dapat terjadi seperti lamanya perhitungan yang dilakukan oleh SPO mengenai

laporan stock barang dan penjualan pada hari itu yang harus diberikan dan diinput oleh Praktikan.

3. Lahan parkir kendaraan bermotor untuk pegawai *event* luas namun jauh dengan pintu masuk kedalam area acara Jakarta Fair Kemayoran. Serta mahalnya biaya parkir acara Jakarta Fair 2019 jika dihitung selama 40 hari dengan perhitungan $40 \text{ hari} \times \text{Rp.15.000}$ mendapatkan hasil Rp.600.000 bagi yang tidak mendaftar sebagai member. Bagi pengguna kendaraan bermotor dikenakan biaya Rp.300.000 sebagai member untuk bisa bebas parkir setiap harinya selama Jakarta Fair berlangsung.
4. Perlunya pengetahuan mengenai berbagai macam produk yang dimiliki oleh suatu Brand guna melakukan analisis aktivitas pesaing. Disini Praktikan sangat perlu untuk mengetahui jajaran produk-produk yang dimiliki oleh suatu Brand khususnya pada bidang *beverages* yang mana memiliki arti minuman atau campuran minuman yang dapat dikonsumsi, yang memiliki sifat penghilang rasa haus, menyegarkan, menstimulasi, serta menyehatkan. Dalam melakukan analisis kegiatan pesaing ini Praktikan perlu mengelilingi area Jakarta Fair untuk mencari tahu siapa-siapa saja pesaing Sosro di Industri minuman. Hal ini akan sedikit sulit dan melelahkan ketika area acara sedang ramai-ramainya pengunjung karena dimana dimana jalan pasti macet dan udara di sekitar terasa panas karena banyaknya pengunjung.

D. Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi Praktikan tersebut, maka cara yang digunakan Praktikan untuk mengatasinya adalah sebagai berikut :

1. Aktif bertanya dan berkomunikasi baik kepada *crew* DANA mengenai *problem* yang sering dihadapi dilapangan, sehingga dapat menghadapi *customer* yang bertanya dan bisa lebih bertanggungjawab. Arti kata bertanya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah meminta keterangan, penjelasan, atau meminta agar diberitahu tentang sesuatu. Sedangkan komunikasi menurut BF. Skinner dapat didefinisikan sebagai perilaku verbal atau simbolik dimana pengirimnya berusaha mendapatkan efek yang dikehendaknya dari penerima. Aplikasi DANA merupakan layanan yang diperkenalkan pada 21 Maret 2018 ini dibuat oleh Vincent Henry Iswaratioso. Ketika mesin mengalami gangguan sinyal maka yang perlu dilakukan adalah me-restart ulang mesin DANA tersebut atau menunggu hingga berfungsi dengan benar. Jika mesin masih tidak berfungsi dengan jangka waktu lama, maka pihak kami hanya menerima pembayaran menggunakan tunai dan memberitahukan kepada konsumen untuk penggunaan DANA sedang mengalami *trouble*. Perihal mengenai permasalahan seperti konsumen yang belum mendapatkan *cashback* akan kami arahkan langsung ke counter DANA untuk mengisi informasi pribadi dan meminta untuk menunggu 1x24 jam terhadap *cashback* tersebut. Counter DANA tersebut tersebar di beberapa area guna mudah di jangkau oleh berbagai pihak. Dengan menggunakan aplikasi tersebut konsumen bisa mendapatkan *cashback* 50% dalam sekali transaksi dengan maksimal *cashback* sebanyak 3x. Dengan adanya mesin pembayaran ini sangat membantu dalam penjualan produk-produk Sosro.

2. Selekas sampai dirumah atau ketika memiliki hari libur, Praktikan menggunakan waktu istirahat sebisa mungkin untuk menjaga kondisi badan agar tidak terlalu lelah serta menjaga pola makan dan rutin minum madu setiap hari. Praktikan merasa kurangnya istirahat yang cukup, mengingat jadwal Praktik Kerja Lapangan tersebut bersamaan dengan jadwal-jadwal akhir UAS semester perkuliahan. Pernah terjadi Praktikan hanya tidur 3 jam dimana pagi harus pergi ke kampus untuk mengikuti perkuliahan kemudian siang hari langsung berangkat ke lokasi acara Jakarta Fair bekerja hingga larut malam. Menurut Hidayat (2008), istirahat merupakan keadaan relaks tanpa adanya tekanan emosional, bukan hanya dalam keadaan tidak beraktivitas tetapi juga kondisi yang membutuhkan ketenangan. Kata istirahat berarti berhenti sebentar untuk melepaskan lelah. Bersantai untuk menyegarkan diri atau melepaskan diri dari segala hal yang membosankan, menyulitkan bahkan menjengkelkan. Dalam mengatasi masalah SPO yang lama dalam mengumpulkan laporan, Praktikan biasanya berkeliling area Jakarta Fair 2 jam sebelum waktu kerja selesai untuk mengingatkan para SPO ketika waktu senggang atau ketika sedang tidak banyak pembeli untuk mulai menyicil laporan memastikan mengenai hitungan produk serta merapikan keuangan agar lebih efisien waktu. Mengenai ketidaksesuaian data mengenai *real stock* dengan data, maka diperlukan pengecekan pada hari tersebut guna menghindari kesalahan perhitungan di hari selanjutnya. Ketidaksesuaian tersebut harus dicari pada hari itu hingga menemukan titik terang.

3. Untuk mengatasi masalah parkir yang jauh dengan pintu masuk area acara adalah, Praktikan mau tidak mau untuk berangkat lebih awal untuk mendapatkan *spot* parkir yang dekat dengan pintu masuk area acara Jakarta Fair Kemayoran. Dengan begitu Praktikan juga akan merasa tenang tidak jalan terburu-buru untuk melakukan absen di gudang Sosro yang terletak di belakang hall D. Namun jika pada akhirnya Praktikan tetap mendapatkan *spot* parkir yang jauh dengan pintu masuk, maka Praktikan sudah menyiapkan sedia *sunblock* dan juga payung untuk menghindari teriknya matahari di siang hari. Mengenai hal ini memang terbilang ada enak dan tidak enakya, datang lebih awal maka tempat untuk absensi belum dibuka. Sedangkan jika datang tepat waktu atau di jam-jam mepet dengan jam masuk maka dapat lahan parkir yang lumayan jauh. Selama *event* berjalan, Praktikan dan seluruh anggota Sosro yang sudah ditugaskan untuk membantu dalam *event* Jakarta Fair Kemayoran tersebut telah membuat member parkir guna menghindari pembayaran tiket harian. Bagi pengendara motor yang tidak mendaftar sebagai member akan dikenakan tarif *flat* Rp.15.000 selama 1 hari. Keuntungan mendaftar sebagai member adalah dapat menghemat biaya yang terbilang lumayan dengan perhitungan 40 hari dikali Rp.15.000 mendapatkan hasil Rp.600.000 bagi yang tidak mendaftar sebagai member. Dengan begitu Praktikan tidak perlu mengeluarkan uang banyak untuk membayar biaya parkir harian.

4. Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya. Sedangkan analisis pesaing merupakan sebuah usaha untuk mengidentifikasiki ancaman, kesempatan, atau permasalahan strategis (*strategy question*) yang terjadi sebagai akibat dari perubahan persaingan potensial, serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Untuk mengetahui jajaran produk-produk yang dimiliki oleh suatu Brand, maka Praktikan melakukan *searching by google* mengenai produk-produk apa saja yang dimiliki oleh suatu Brand tertentu. Untuk mengelompokkan produk-produk tersebut, Praktikan perlu berkeliling mengitari area Jakarta Fair Kemayoran demi melihat produk apa saja yang menjadi pesaing Sosro di industri minuman yang ikut berpartisipasi. Setelah mengumpulkan beberapa nama produk, Praktikan langsung *searching* dan mencari berbagai informasi yang diperlukan. Setelah mengidentifikasi dan mengelompokkan produk-produk tersebut, Praktikan menggali informasi lebih dalam lagi secara langsung dengan cara layaknya Mystery Shopper yang mana merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan informasi spesifik tentang produk dan layanan. Biasanya Praktikan untuk mengumpulkan informasi di lapangan berkeliling Jakarta Fair disaat jam-jam sedang tidak ramainya pengunjung agar mempermudah dalam melakukan pengamatan dan tidak tertutup oleh

banyaknya pengunjung untuk mengambil dokumentasi berupa foto.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Praktikan telah menyelesaikan kewajiban menjalankan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan kurang lebih satu setengah bulan terhitung sejak 20 Mei 2019 sampai 4 Juli 2019 di PT Sinar Sosro KPW Jakarta pada acara Jakarta Fair Kemayoran 2019. Berdasarkan pekerjaan yang sudah dikerjakan selama PKL, Praktikan mendapatkan pengetahuan mengenai *brand activation* yang dilakukan oleh PT Sinar Sosro selama Jakarta Fair Kemayoran 2019. Pelaksanaan kerja yang dilakukan meliputi Membagi SPO ke beberapa divisi pemasaran, Merekap data hasil penjualan, Sosialisasi terkait mesin DANA, Membuat laporan sejauh mana target telah tercapai, Melakukan analisis pesaing, dan Membuat mekanisme mengenai voucher permainan.

Pada divisi Event Support ini memiliki kecocokan dengan jurusan dan konsentrasi yang Praktikan tempuh di jurusan Manajemen konsentrasi *Marketing* pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Salah satunya adalah mengenai teori-teori yang pernah di pelajari pada Mata Kuliah Pengantar Manajemen dan Public Relations. Namun dengan PKL ini masih banyak beberapa pengetahuan atau hal-hal yang tidak Praktikan dapatkan di bangku perkuliahan seperti *banner placement*, cara *marketing communication* yang tepat, hingga penempatan lokasi yang strategis untuk melakukan pemasaran.

Praktikan sangat berterima kasih atas kesempatan yang telah diberikan.

Terutama pembelajaran mengenai *brand activation* yang dilakukan oleh perusahaan pada saat *event marketing* berlangsung. Pada kesempatan ini Praktikan mengamati bagaimana cara-cara pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen sehingga mereka ingin membeli produk-produk yang ditawarkan.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan di PT Sinar Sosro KPW Jakarta pada acara Jakarta Fair Kemayoran 2019, Praktikan mendapatkan beberapa pengalaman positif dan menyenangkan. Positifnya adalah kita harus terus belajar mempelajari segala hal yang berguna untuk masa yang akan datang, dan menyenangkannya adalah mendapatkan koneksi baru meskipun pekerjaan ini terbilang melelahkan. Berikut adalah beberapa saran dan masukan dari Praktikan :

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Mempersiapkan segala hal yang dibutuhkan dari jauh-jauh hari sebelum dilaksanakannya PKL.
 - b. Memperbanyak koneksi untuk mempermudah dalam mendapatkan tempat PKL.
 - c. Mengembangkan kemampuan dan keterampilan dalam pribadi masing-masing baik kemampuan komunikasi, manajemen, dan *problem solving* maupun *skills* lainnya karena sangat diperlukan dalam dunia kerja.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Diharapkan dapat memberikan pembekalan dan arahan kepada mahasiswa sebelum melaksanakan kegiatan PKL berlangsung agar mahasiswa dapat mengetahui bagaimana alur untuk melaksanakan kegiatan PKL.
 - b. Senantiasa menjalin kerja sama yang baik kepada perusahaan dan instansi pemerintahan, agar memudahkan mahasiswa dalam mencari perusahaan untuk menjalankan kegiatan PKL.
 - c. Mengadakan tambahan mata kuliah Manajemen Event yang mana mahasiswa belajar untuk mengelola dan mengorganisir sebuah *event* yang berkaitan dengan kegiatan *Public Relation* serta kegiatan *Marketing Communication*.
3. Bagi PT Sinar Sosro
- a. Diharapkan dapat terus menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan Universitas negeri Jakarta untuk mempermudah rekomendasi mahasiswa dalam melaksanakan PKL selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- FE-UNJ. (2012). Pedoman Praktik Kerja Lapangan. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- Rita. *Event Marketing*. 2017. <http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/11/event-marketing/> (Diakses tanggal 10 Juli 2019).
- Wikipedia. Sinar Sosro. 2017. https://id.wikipedia.org/wiki/Sinar_Sosro (Diakses tanggal 10 Juli 2019)
- Rizka Amaliah. Makalah Kunjungan Industri ke PT Sinar Sosro. 2016. <https://rizkaamaliah.wordpress.com/2016/04/14/makalah-kunjungan-industri-ke-pt-sinar-sosro/> (Diakses tanggal 18 Juli 2019).
- Dini Dewanti. Promotion Mix. 2019. https://www.academia.edu/13422986/Promotion_Mix_Makalah_Kelompok (Diakses tanggal 18 Juli 2019).
- Best Leader Nababan. PT SOSRO. 2019. https://www.academia.edu/29518646/PT_SOSRO (Diakses tanggal 3 Agustus 2019).
- KBBI. Bertanya. <https://jagokata.com/arti-kata/bertanya.html> (Diakses tanggal 6 Januari 2019).
- Zakky. Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli dan Secara Umum Lengkap. 2019. <https://www.zonareferensi.com/pengertian-komunikasi/> (Diakses tanggal 6 Januari 2019).
- Dr. Suparyanto, M. Kes. Konsep Dasar Istirahat Tidur. 2011. <http://dr-suparyanto.blogspot.com/2011/10/konsep-dasar-istirahat-tidur.html> (Diakses tanggal 6 Januari 2019).

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Lamaran PKL



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

BIRO AKADEMIK KEMAHASISWAAN DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

Kampus Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun Muka, Gedung Administrasi Lt. 1, Jakarta 13220
Telp: (021) 4759081, (021) 4893668, email: bakhum.akademik@unj.ac.id



Nomor : 10281/UN39.12/KM/2019

18 Juli 2019

Lamp. :-

Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan Mandiri

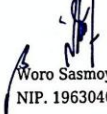
Kepada Yth.
Personnel and General Affair Manager PT. Sinar Sosro
Jl. Raya Sultan Agung Km.28 Kelurahan Medan Satria Bekasi
17132, Jawa Barat, Indonesia

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

Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi
Nomor Registrasi : 8215160861
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenjang : S1
No. Telp/Hp : 0812 9468 3009

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah
"Praktek Kerja Lapangan" pada tanggal 20 Mei 2019 sampai dengan tanggal 04 Juli 2019.
Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan
dan Hubungan Masyarakat


Woro Sasmoyo, SH.
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
 2. Koordinator Program Studi Manajemen
-

Lampiran 2
Surat Keterangan PKL

SINAR SOSRO

a REKSO Company

PT. SINAR SOSRO

KPW Jakarta

Jl. Raya Sultan Agung Km 28

Bekasi 17132, Jawa Barat - Indonesia

T (62-21) 889 4777 F (62-21) 889 4751



Lamp : 1 Lembar

SURAT KETERANGAN

No : 141/KPW-JKT/INT/VII-19

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syukur Ginting

Jabatan : Personnel and General Affair Manager

Menerangkan bahwa siswa/i dengan identitas di bawah ini :

Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Nama Sekolah : Universitas Negeri Jakarta.

: Jalan Rawamangun Muka Jakarta Timur.

Telah melakukan Praktek Kerja Lapangan / magang di **PT. SINAR SOSRO – Event Support** pada Jakarta Fair Kemayoran Event 2019 Mulai 20 Mei s/d 4 Juli 2019 dengan hasil **Baik**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 Juli 2019

Hormat kami,



Syukur Ginting
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.fe.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pehiwi
No. Registrasi : 0215160061
Program Studi : Si Manajemen
Tempat Praktik : PT. Sinar Sostro - KPU Jakarta
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Sultan Agung, km 20
Bekasi 17132, Jawa Barat, Indonesia
(021) 809 4777

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 20 Mei 2019	1.	
2.	Selasa, 21 Mei 2019	2.	
3.	Rabu, 22 Mei 2019	3.	
4.	Kamis, 23 Mei 2019	4.	
5.	Jumat, 24 Mei 2019	5.	
6.	Sabtu, 25 Mei 2019	6.	
7.	Minggu, 26 Mei 2019	7.	
8.	Senin, 27 Mei 2019	8.	
9.	Rabu, 29 Mei 2019	9.	
10.	Kamis, 30 Mei 2019	10.	
11.	Jumat, 31 Mei 2019	11.	
12.	Sabtu, 1 Juni 2019	12.	
13.	Minggu, 2 Juni 2019	13.	
14.	Selasa, 4 Juni 2019	14.	
15.	Rabu, 5 Juni 2019	15.	

Jakarta, 29
Penilai,



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



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.fc.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi
No. Registrasi : 8215160861
Program Studi : Si Manajemen
Tempat Praktik : PT. Sinar Sosro - KPW Jakarta
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Sultan Agung Km 28
Bekasi 17132, Jawa Barat, Indonesia
(021) 889 4777

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 6 Juni 2019	1.	
2.	Jumat, 7 Juni 2019	2.	
3.	Sabtu, 8 Juni 2019	3.	
4.	Minggu, 9 Juni 2019	4.	
5.	Senin, 10 Juni 2019	5.	
6.	Selasa, 11 Juni 2019	6.	
7.	Rabu, 12 Juni 2019	7.	
8.	Jumat, 14 Juni 2019	8.	
9.	Sabtu, 15 Juni 2019	9.	
10.	Minggu, 16 Juni 2019	10.	
11.	Senin, 17 Juni 2019	11.	
12.	Selasa, 18 Juni 2019	12.	
13.	Kamis, 20 Juni 2019	13.	
14.	Jumat, 21 Juni 2019	14.	
15.	Sabtu, 22 Juni 2019	15.	

Jakarta, 23 2019
Penilai,

PT. SINAR SOSRO
SOSRO
(... Athya N.K.A ...)

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



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 : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi
No. Registrasi : 8215160861
Program Studi : SI Manajemen
Tempat Praktik : PT. Sinar Sosro - KPW Jakarta
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Suhan Agung Km 28
Bekasi 17132, Jawa Barat, Indonesia
(021) 809 4777

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Minggu, 23 Juni 2019	1.	
2.	Senin, 24 Juni 2019	2.	
3.	Selasa, 25 Juni 2019	3.	
4.	Rabu, 26 Juni 2019	4.	
5.	Jumat, 28 Juni 2019	5.	
6.	Sabtu, 29 Juni 2019	6.	
7.	Minggu, 30 Juni 2019	7.	
8.	Senin, 1 Juli 2019	8.	
9.	Rabu, 3 Juli 2019	9.	
10.	Kamis, 4 Juli 2019	10.	
11.	11.....	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	

Jakarta, 29 Juli 2019
Penilai,



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

Lampiran 4
Penilaian PKL



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

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



PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM SARJANA (S1)
...2... SKS

Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi
No.Registrasi : 8215160861
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : PT Sinar Sosro - KPW Jakarta
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Sultan Agung Km 28
Bekasi 17132, Jawa Barat, Indonesia. (021) 889 4777

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN																																		
		46-100																																			
1	Kehadiran	86	1. Keterangan Penilaian : <table border="1"> <tr> <td>Skor</td> <td>Nilai</td> <td>Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table> 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : $\frac{852}{10 \text{ (sepuluh)}} = 85,2$ Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>85</td> <td>A-</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	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	85	A-	Angka bulat	huruf
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																																			
85	A-																																				
Angka bulat	huruf																																				
2	Kedisiplinan	87																																			
3	Sikap dan Kepribadian	83																																			
4	Kemampuan Dasar	85																																			
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	86																																			
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	84																																			
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85																																			
8	Aktivitas dan Kreativitas	85																																			
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	87																																			
10	Hasil Pekerjaan	84																																			
Jumlah		85,2																																			

Jakarta, 20 Juli 2019
Penilai,



Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5
Daftar Kegiatan Selama PKL

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan
1	Senin, 20 Mei 2019	08.00 WIB – 17.00 WIB	Pengenalan dengan Pegawai KPW PT Sinar Sosro
			Mendapat penjelasan dan pengarahan mengenai <i>marketing event</i> yang akan berlangsung
2	Selasa, 21 Mei 2019	08.00 WIB – 17.00 WIB	Mendapat penjelasan cara menganalisis data penjualan 2018 dan membuat estimasi penjualan 2019
3	Rabu, 22 Mei 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memantau kondisi lapangan
			Melihat aktivitas pesaing pada bagian industri F&B di awal opening PRJ
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
4	Kamis, 23 Mei 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Menghubungi pihak DANA untuk mengadakan mesin <i>payment</i> di merchant SOSRO
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
5	Jumat, 24 Mei 2019	14.00 WIB – 23.00 WIB	Menerapkan pelatihan kepada SPO mengenai pembayaran menggunakan aplikasi DANA
			Melihat aktivitas pesaing pada <i>weekend</i> pertama
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
6	Sabtu, 25 Mei 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Melihat aktivitas pesaing pada <i>weekend</i> pertama
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai

7	Minggu, 26 Mei 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Melihat aktivitas pesaing pada <i>weekend</i> pertama
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
8	Senin, 27 Mei 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	<i>Fotocopy</i> buku harian penjualan
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
9	Rabu, 29 Mei 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
10	Kamis, 30 Mei 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
11	Jumat, 31 Mei 2019	14.00 WIB – 23.00 WIB	Melihat aktivitas pesaing pada <i>weekend</i> kedua
			Memonitor kendala di lapangan
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
12	Sabtu, 1 Juni 2019	09.00 WIB - 16.00 WIB	Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
13	Minggu, 2 Juni 2019	09.00 WIB - 16.00 WIB	Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
14	Selasa, 4 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
15	Rabu, 5 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai

			tercapai
16	Kamis, 6 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Mengatasi kendala di lapangan mengenai DANA
			Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
17	Jumat, 7 Juni 2019	14.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
18	Sabtu, 8 Juni 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
19	Minggu, 9 Juni 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
20	Senin, 10 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Melakukan <i>stock opname</i>
			Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
21	Selasa, 11 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
22	Rabu, 12 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing

			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
23	Jumat, 14 Juni 2019	14.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
24	Sabtu, 15 Juni 2019	09.00 WIB - 16.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
25	Minggu, 16 Juni 2019	09.00 WIB - 16.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
26	Senin, 17 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
27	Selasa, 18 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
28	Kamis, 20 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
29	Jumat, 21 Juni 2019	14.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian

			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
30	Sabtu, 22 Juni 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
31	Minggu, 23 Juni 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
32	Senin, 24 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	Melakukan <i>stock opname</i>
			<i>Report</i> dokumentasi penerima <i>voucher</i>
			Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing serta memberikan arahan kepada SPO mengenai promo <i>voucher</i> permainan.
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
33	Selasa, 25 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	<i>Report</i> dokumentasi penerima <i>voucher</i>
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
34	Rabu, 26 Juni 2019	14.00 WIB – 22.00 WIB	<i>Report</i> dokumentasi penerima <i>voucher</i>
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
35	Jumat 28 Juni 2019	14.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			<i>Report</i> dokumentasi penerima <i>voucher</i>
			Merekap <i>sales</i> harian

			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
36	Sabtu, 29 Juni 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	<i>Report</i> dokumentasi penerima <i>voucher</i>
			Memonitoring lapangan dan melihat aktivitas pesaing
			Merekap <i>sales</i> harian
			Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
37	Minggu, 30 Juni 2019	16.00 WIB – 23.00 WIB	Memonitoring lapangan
			<i>Report</i> dokumentasi penerima <i>voucher</i>
			Menghubungi pihak DANA mengenai pengembalian mesin
			Merekap <i>sales</i> harian
38	Senin, 1 Juli 2019	08.00 WIB – 17.00 WIB	Menganalisis data penjualan 2018 dan 2019 sejauh mana target tercapai
			Melakukan pengecekan ulang mengenai data-data <i>sales</i>
39	Rabu, 3 Juli 2019	08.00 WIB – 17.00 WIB	Membuat laporan secara keseluruhan
			Melakukan pengecekan ulang mengenai data-data <i>sales</i>
40	Kamis, 4 Juli 2019	08.00 WIB – 17.00 WIB	Membuat laporan secara keseluruhan
			Melakukan pengecekan ulang mengenai data-data <i>sales</i>

Lampiran 6

Kartu Konsultasi Bimbingan PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Raya Taman Sari, Jakarta 13220
Telp: (021) 4721227-4706285, Fax: (021) 4706285



KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN PKL

. Nama Mahasiswa : Ni Made Ayu Angelina Leonila Poesiwi . No.Registrasi : 2415162061 . Program Studi : S1 Manajemen 2016 . Dosen Pembimbing : Dra. Bustak Sa'idani, M.Si NIP. 19630119930312001	5. Judul PKL : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada PT Sinar Soto KFU Jakarta - Event Marketing Jakarta Fair Kemayoran 2019
---	---

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	18 / 12 / 2019	Laporan PKL BAB I , II , III , IV	Revisi BAB I , II , III , IV (Tujuan, kendala, dan cara mengatasi, serta kesimpulan harus selaras).	<i>Pf.</i>
2				<i>Pf.</i>
3				
4				
5	06 / 01 / 2020	BAB III	Revisi Kendala yg dihadapi dan cara mengatasi kendala tersebut	<i>Pf.</i>
6				<i>Pf.</i>
7				
8				
9	07 / 01 / 2020	Laporan PKL Keseluruhan	Konsultasi kembali mengenai keseluruhan dan format.	<i>Pf.</i>
10				<i>Pf.</i>
11				
12				<i>Pf.</i>

SETUJU UNTUK UJIAN PKL

catatan :

- . Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
- . Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL. apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan

Lampiran 7 Surat Persetujuan Sidang 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.fe.unj.ac.id



SURAT PERSETUJUAN SIDANG PKL

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Dra. Bastah Saidani, M.Si
2. NIP : 196301191992032001
3. Tanda tangan :

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratwi
2. No. Registrasi : 8215160061
3. Program Studi : SI Manajemen
4. Judul PKL : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada PT. Sinar Sosto KPW Jakarta
- Event Marketing Jakarta Fair Kemayoran 2019

Untuk Mengikuti/Tidak mengikuti* Sidang PKL pada tanggal.....

Mengetahui,
Koorprodi SI Manajemen

Dr. Saherman, M.Si.
NIP. 19731116 200604 100 1

Jakarta, 07 Januari 2019

Mahasiswa Ybs,

NI MADE A. ANGELINE L.P.
No.Reg : 8215160061

Cat : coret yang tidak perlu *)

Dokumentasi



