

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA DIVISI
MARKETING UMKM PEMPEK PAK CIK**

DINI DWI WULANDARY

1705617141



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***INTERNSHIP REPORT AT MARKETING DIVISION OF UMKM
PEMPEK PAK CIK***

DINI DWI WULANDARY

1705617141



***This Internship Report was written to comply one of the requirements to get a
Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economics in Universitas Negeri
Jakarta***

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

LEMBAR EKSEKUTIF

Dini Dwi Wulandary. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Divisi *Marketing* UMKM Pempek Pak Cik, Jl. Putri Tunggal No.17A Harjamukti, Cimanggis, Depok, pada 24 Agustus sampai dengan 23 Oktober 2020, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan ini praktikan diberikan tugas untuk membuat *design* kemasan produk, melakukan foto produk, mengelola konten media sosial, mengunggah foto produk pada *Marketplace*, dan membuat promosi di *Marketplace*. Dengan adanya Praktik Kerja Lapangan ini praktikan dapat menarik kesimpulan yaitu praktikan memperoleh pengetahuan tentang pemasaran dalam perusahaan, keterampilan, dan wawasan mengenai gambaran dunia kerja yang nyata agar praktikan dapat bersaing di masa yang akan datang.

Kata Kunci: Design Kemasan Produk, Foto Produk, Media Sosial, Promosi, Marketplace

EXCECUTIVE SUMMARY

Dini Dwi Wulandary. Internship report at the Marketing Division of UMKM Pempek Pak Cik, Jl. Putri Tunggal No. 17A Harjamukti, Cimanggis, Depok, from 24 August to 23 October 2020, SI Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

In carrying out this Internship Report, the practitioner is given the task of making product packaging designs, taking product photos, managing social media content, uploading product photos on Marketplace, and making promotion on Marketplace. With this Internship Report, the practitioner can draw conclusions, namely the practitioner obtains knowledge about marketing in the company, skills, and insights about the real world work picture so that the practitioner can compete in the future.

Keywords: Product Packaging Design, Product Photos, Social Media, Promotion, Marketplace

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada Divisi Marketing
UMKM Pempek Pak Cik

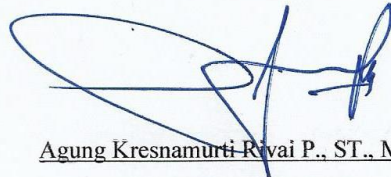
Nama Praktikan : Dini Dwi Wulandary

Nomor Registrasi : 1705617141

Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui,

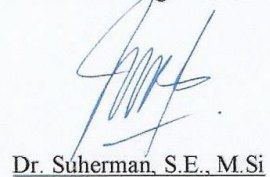
Dosen Pembimbing



Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M.

NIP. 197404162006041001

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



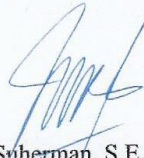
Dr. Suherman, S.E., M.Si

NIP. 197311162006041001

Seminar Pada Tanggal, 28 Desember 2020

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



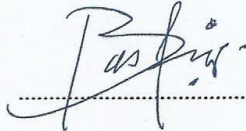
Dr. Suherman, S.E., M.Si.
NIP. 197311162006041001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Basrah Saidani, M.Si.
NIP. 196301191992032001



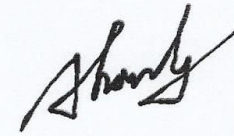
25 Januari 2021

Penguji Ahli

Tanda Tangan

Tanggal

Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP. 198404082019031003



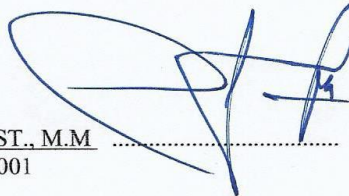
8 Januari 2021

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti P., ST., M.M
NIP. 197404162006041001



27 Januari 2021

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi kita Muhammad SAW, keluarga beserta para sahabatnya, dan pengikutnya hingga akhir zaman, aamiin. Laporan ini praktikan susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan laporan ini, Praktikan menyadari sepenuhnya bahwa selesainya laporan Praktik Kerja Lapangan ini tidak lepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini Praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada praktikan selaku mahasiswi Fakultas Ekonomi untuk mengikuti program Praktik Kerja Lapangan
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu praktikan untuk bisa mengajukan surat permohonan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik.
3. Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M. selaku pembimbing praktikan yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada praktikan selama penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
4. UMKM Pempek Pak Cik selaku perusahaan tempat praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, yang telah memberikan praktikan kesempatan untuk bergabung dan menjadi staf magang di perusahaan tersebut.
5. Orang tua praktikan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada praktikan untuk menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih praktikan atas kebaikan yang telah diberikan dalam menyusun laporan ini

Praktikan menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat praktikan butuhkan. Semoga laporan ini bisa bermanfaat untuk praktikan khususnya dan untuk semua pembaca.

Jakarta, 2 November 2020

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	iii
<i>EXCECUTIVE SUMMARY</i>	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Maksud dan Tujuan.....	3
C. Kegunaan PKL.....	3
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan.....	4
E. Jadwal Waktu PKL	5
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	7
A. Sejarah Perusahaan	7
B. Struktur Organisasi	9
C. Kegiatan Umum Perusahaan	11
BAB III PELAKSANAAN PKL	14
A. Bidang Kerja	14
B. Pelaksanaan Kerja	14
C. Kendala Yang Dihadapi	31
D. Cara Mengatasi Kendala.....	31
BAB IV PENUTUP	33
A. KESIMPULAN.....	33
B. SARAN.....	33
DAFTAR PUSTAKA	35

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Harga Produk UMKM Pempek Pak Cik	11

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Logo UMKM Pempek Pak Cik	9
Gambar II.2	Struktur Organisasi UMKM Pempek Pak Cik	10
Gambar III.1	Menyiapkan <i>Template</i> Informasi Produk	14
Gambar III.2	Mencari Sumber Materi <i>Design</i>	15
Gambar III.3	Pembuatan <i>Design</i> Kemasan Produk	16
Gambar III.4	Diagram Alir <i>Design</i> Kemasan Produk	16
Gambar III.5	Persiapan Pemotretan Produk	17
Gambar III.6	Hasil Foto Kemasan Produk	18
Gambar III.7	Hasil Foto Katalog Produk	18
Gambar III.8	Diagram Alir Melakukan Foto Produk	19
Gambar III.9	Tampilan Laman <i>Instagram</i> UMKM Pempek Pak Cik	20
Gambar III.10	<i>Timeline</i> Konten Media Sosial <i>Instagram</i>	21
Gambar III.11	<i>Design</i> Konten Media Sosial	21
Gambar III.12	Diagram Alir Mengelola Konten Media Sosial	22
Gambar III.13	<i>Login</i> Tokopedia	23
Gambar III.14	<i>Login</i> Shopee	23
Gambar III.15	Menyiapkan Foto untuk diunggah	24
Gambar III.16	Mengunggah Foto Produk di Tokopedia	24
Gambar III.17	Mengunggah Foto Produk di Shopee	25
Gambar III.18	Diagram Alir Mengunggah Foto Produk pada <i>Marketplace</i>	25
Gambar III.19	<i>Login</i> ke <i>seller.tokopedia.com</i>	26
Gambar III.20	<i>Login</i> ke <i>seller.shopee.co.id</i>	27

Gambar III.21	Mengatur Nominal dan Tanggal Promosi di Tokopedia	27
Gambar III.22	Mengatur Nominal dan Tanggal Promosi di Shopee	28
Gambar III.23	Promo sudah terpasang pada Tokopedia	28
Gambar III.24	Promo sudah terpasang pada Shopee	29
Gambar III.25	Diagram Alir Membuat Promosi di <i>Marketplace</i>	29

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 2	Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 3	Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 4	Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 5	Daftar Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 6	Dokumentasi Praktik Kerja Lapangan (PKL)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era saat ini, persaingan dalam dunia kerja semakin ketat, banyaknya jumlah lulusan dari Universitas tidak sebanding dengan jumlah lapangan kerja yang tersedia. Sebagai mahasiswa kita dituntut untuk tidak hanya menguasai materi pembelajaran, tetapi juga harus dapat menerapkannya di dunia kerja. Selain itu, di dunia kerja mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan (*skill*) yang nantinya akan dibutuhkan dalam dunia kerja.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu bentuk kegiatan yang diadakan oleh Universitas untuk melatih mahasiswa menerapkan dan mengimplementasikan pengetahuan yang sudah mereka dapatkan selama masa perkuliahan untuk digunakan secara langsung di dunia kerja. Sehingga ketika mahasiswa sudah lulus, mereka dapat menjadi tenaga ahli dan sudah memiliki bekal, wawasan serta pengalaman yang cukup untuk bersaing dalam dunia kerja.

Universitas Negeri Jakarta sebagai lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menghasilkan tenaga akademik maupun professional di bidang pendidikan maupun non pendidikan.

Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) ikut serta dengan mengadakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dan mewajibkan setiap mahasiswanya untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan. Praktik Kerja Lapangan memiliki 2 sks dengan waktu kerja 80-160 jam efektif dan bersifat wajib untuk dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa S1 Manajemen FE UNJ guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai salah satu hasil implementasi ilmu-ilmu teoritis yang didapat mahasiswa selama perkuliahan (www.feunj.ac.id, 2020)

Praktik Kerja Lapangan kali ini, praktikan mendapat kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pempek Pak Cik sebagai tempat untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Pempek Pak Cik merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Depok, Jawa Barat yang menjual berbagai macam makanan khas dari Kota Palembang, seperti Pempek, Tekwan, dan Model. Dalam pelaksanaan usahanya, saat ini UMKM Pempek Pak Cik telah memiliki dua cabang toko yang beralamat di Jl. Putri Tunggal No.17A Harjamukti, Cimanggis, Depok dan di Jl. Gas Alam No.9E Harjamukti, Cimanggis, Depok. UMKM Pempek Pak Cik juga memasarkan produknya secara digital melalui *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee serta melalui sosial media seperti *Instagram*.

Indonesia saat ini telah memasuki era revolusi industri 4.0. Di era revolusi industri 4.0, semuanya telah berjalan dengan teknologi sebagai pemeran utamanya. Sehingga pengenalan teknologi bagi UMKM merupakan hal yang wajib. Untuk dapat bersaing di era revolusi industri 4.0, penting bagi UMKM untuk melakukan digitalisasi. UMKM dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi serta dapat memanfaatkan *platform* digital untuk memasarkan produknya.

Sejalan dengan penerapan teknologi digital di era revolusi industri 4.0 pada UMKM, UMKM Pempek Pak Cik menjadi tempat yang tepat untuk belajar dan menambah keahlian praktikan dalam dunia kerja khususnya di bidang *marketing*. Praktikan memilih melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada UMKM Pempek Pak Cik karena UMKM Pempek Pak Cik merupakan salah satu UMKM yang melakukan dan mengembangkan strategi pemasaran dengan menggunakan *platform* digital. Dengan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik, praktikan dapat menerapkan ilmu teoritis yang didapatkan selama perkuliahan karena model bisnis yang dijalankan UMKM Pempek Pak Cik sesuai dengan bidang ilmu yang praktikan pelajari.

Dalam hal ini kemudian praktikan mengajukan permohonan Praktik Kerja Lapangan pada UMKM Pempek Pak Cik dan praktikan ditempatkan di divisi yang relevan dengan konsentrasi praktikan di Program Studi S1 Manajemen, yakni Divisi *Marketing*.

B. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan oleh Praktikan adalah:

1. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama masa studi ke dalam praktik kerja nyata, sehingga mahasiswa mampu menganalisis dan mengatasi berbagai permasalahan yang ada di perusahaan.
2. Melatih mahasiswa dalam bekerja sesuai dengan keahlian yang dipilih mahasiswa ke dalam praktik kerja nyata.
3. Memenuhi salah satu persyaratan kelulusan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan

Tujuan dilaksanakannya praktik kerja lapangan adalah:

1. Dapat mendeskripsikan tugas dan wewenang Divisi *Marketing* pada UMKM Pempek Pak Cik
2. Dapat menjelaskan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan pemasaran seperti membuat *design* kemasan produk, melakukan foto produk, mengelola konten media sosial, mengunggah foto produk, dan membuat promosi di *marketplace*

C. Kegunaan PKL

Dengan dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan, dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Praktikan

- a. Mendapatkan wawasan dan pengalaman sebagai bekal Praktikan untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya
- b. Mengasah keterampilan yang dimiliki oleh Praktikan sesuai dengan ilmu pemasaran yang diperoleh selama masa perkuliahan

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Sebagai acuan dan bahan evaluasi atas kurikulum yang dilaksanakan dengan teori yang diterapkan dalam dunia kerja nyata.
- b. Untuk memperkenalkan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta kepada masyarakat luas

3. Bagi Perusahaan

- a. Menjalin hubungan kerjasama antara universitas dan perusahaan tempat praktikan melaksanakan kerja lapangan
- b. Mencari tenaga ahli yang potensial untuk Sumber Daya Manusia perusahaan di masa yang akan datang.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

1. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, pada;

Perusahaan	: UMKM Pempek Pak Cik
Alamat Perusahaan	: Jalan Putri Tunggal No. 17A Harjamukti, Cimanggis, Depok, Jawa Barat 16454
Nomor Telepon	: +62 812 8985 5093
<i>Email</i>	: pempekpakcik@gmail.com
<i>Facebook</i>	: Pempek Pak Cik
<i>Instagram</i>	: pempekpakcik

2. Alasan Memilih UMKM Pempek Pak Cik

Alasan Praktikan memilih UMKM Pempek Pak Cik menjadikan tempat kerja lapangan karena UMKM Pempek Pak Cik merupakan salah satu UMKM yang sudah menerapkan pemasaran produknya secara *online* sehingga membuat praktikan ingin mengetahui strategi pemasaran yang UMKM Pempek Pak Cik lakukan dan ikut turut andil memberikan inovasi bagi perusahaan.

E. Jadwal Waktu PKL

Jadwal kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan oleh Praktikan adalah selama 40 hari kerja yang dimulai dari tanggal 24 Agustus sampai dengan 23 Oktober 2020. Praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dari hari Senin sampai dengan Jumat yang dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB dan waktu istirahat dari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB. Proses pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dibagi menjadi tiga tahap, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan Praktik Kerja Lapangan

- a. Pada Tanggal 12 Agustus 2020, praktikan menghubungi Bapak Agung Kresna Murti Rivai P., ST., M.M sebagai dosen pembimbing praktikan untuk menanyakan apakah diizinkan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik dan praktikan diberi izin untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik.
- b. Pada Tanggal 14 Agustus 2020, Praktikan bertemu langsung dengan Bapak Syarifuddin selaku pemilik UMKM Pempek Pak Cik untuk meminta izin agar dapat melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik.
- c. Pada tanggal 24 Agustus 2020, Praktikan datang kembali ke UMKM Pempek Pak Cik atas arahan dari Bapak Syarifuddin untuk menandatangani surat kontrak kerja yang dimulai sejak tanggal 24 Agustus sampai dengan 23 Oktober 2020 di Divisi *Marketing* UMKM Pempek Pak Cik.
- d. Pada Tanggal 26 Agustus 2020, Praktikan menghubungi Biro Administrasi dan Kemahasiswaan Universitas Negeri Jakarta untuk pembuatan Surat Izin Praktik Kerja Lapangan yang ditujukan kepada Bapak Syarifuddin selaku pemilik UMKM Pempek Pak Cik.

2. Tahap Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Sesuai dengan keputusan perusahaan, praktikan memulai Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 24 Agustus 2020, Praktikan melaksanakan

Praktik Kerja Lapangan di Divisi *Marketing* UMKM Pempek Pak Cik berakhir pada 23 Oktober 2020. Praktikan melaksanakan PKL setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat.

3. Tahap Penulisan

Setelah praktikan selesai melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan diwajibkan untuk membuat laporan PKL yang digunakan untuk memenuhi persyaratan siding nanti dan untuk pertanggung jawaban perusahaan. Praktikan mulai mengumpulkan data-data dan menyusun laporan PKL dari tanggal 24 Oktober 2020 hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

UMKM Pempek Pak Cik merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang menjual berbagai jenis pempek dan makanan khas dari Kota Palembang, seperti Tekwan dan Model. UMKM Pempek Pak Cik didirikan pada Mei 2015 oleh Pak Syarifuddin selaku pemilik usaha (*Company Profile* UMKM Pempek Pak Cik, 2020).

Latar belakang pendirian UMKM Pempek Pak Cik berawal dari Pak Syarifuddin yang sebelumnya sudah mulai berjualan pempek Palembang sejak tahun 1997 di Kota Palembang. Selanjutnya pada tahun 2000, Pak Syarifuddin sekeluarga pindah ke Kota Depok untuk mencoba membuka usaha di Kota Depok. Namun, pada perjalanannya usaha yang dilakukan oleh Pak Syarifuddin tidak berjalan lancar sehingga Pak Syarifuddin memilih untuk beralih profesi. Kemudian pada Mei 2015, anak dari Pak Syarifuddin memiliki keinginan untuk memulai kembali usaha yang sudah dirintis oleh Pak Syarifuddin yang kemudian melakukan *re-branding* dan diberi nama Pempek Pak Cik (*Company Profile* UMKM Pempek Pak Cik, 2020).

Selama perjalanannya, UMKM Pempek Pak Cik memulai kembali dengan berjualan secara *online*, melalui media sosial seperti *Instagram* serta berjualan melalui *Marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Pada tahun 2016, UMKM Pempek Pak Cik mulai melebarkan sayapnya dengan membuka kedai pertama yang beralamat di Jalan Putri Tunggal No. 17A Harjamukti, Cimanggis, Depok, Jawa Barat 16454, lalu pada tahun 2020 UMKM Pempek Pak Cik kembali membuka kedai kedua mereka yang beralamat di Jalan Gas Alam No.9E Harjamukti, Cimanggis, Depok, Jawa Barat 16454 (*Company Profile* UMKM Pempek Pak Cik, 2020).

Berikut merupakan visi, misi, nilai-nilai perusahaan, dan logo yang dimiliki oleh UMKM Pempek Pak Cik

1. Visi UMKM Pempek Pak Cik

- a. Menjadi Perusahaan Produsen Pempek Palembang yang terkemuka dan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia
- b. Menjadikan kuliner Kota Palembang sebagai salah satu kekayaan kuliner nusantara yang harus dilestarikan

2. Misi UMKM Pempek Pak Cik

- a. Senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan
- b. Menjaga serta meningkatkan kualitas produk
- c. Menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi banyak orang
- d. Membangun kemandirian kuliner Indonesia dalam menghadapi globalisasi

3. Nilai – Nilai UMKM Pempek Pak Cik

Dalam mendukung terwujudnya visi dan misi perusahaan, UMKM Pempek Pak Cik memiliki 4 (empat) Nilai Utama yang menjadi pedoman bagi seluruh anggota tim UMKM Pempek Pak Cik. Adapun Nilai Utama UMKM Pempek Pak Cik sebagai berikut:

a. Integrity

Setiap anggota tim UMKM Pempek Pak Cik harus berperilaku jujur, disiplin, dan memiliki prinsip.

b. Customer Focus

Setiap individu dituntut untuk selalu melayani pelanggan dengan baik, memahami kebutuhan pelanggan, dan harapan pelanggan.

c. Teamwork

Setiap anggota tim dituntut untuk bekerja sama dalam tim dengan baik untuk mencapai visi misi perusahaan.

d. Continuous Improvement

Selalu berupaya untuk memperbaiki dan mengembangkan produk serta layanan yang diberikan kepada pelanggan.

4. Arti Logo UMKM Pempek Pak Cik



Gambar II.1

Logo UMKM Pempek Pak Cik

Sumber : Company Profile UMKM Pempek Pak Cik Tahun 2020

Dalam suatu perusahaan memiliki logo yang mempunyai filosofi tersendiri yang berupa tujuan perusahaan dan makna dari perusahaan itu sendiri. Filosofi logo UMKM Pempek Pak Cik adalah sebagai berikut:

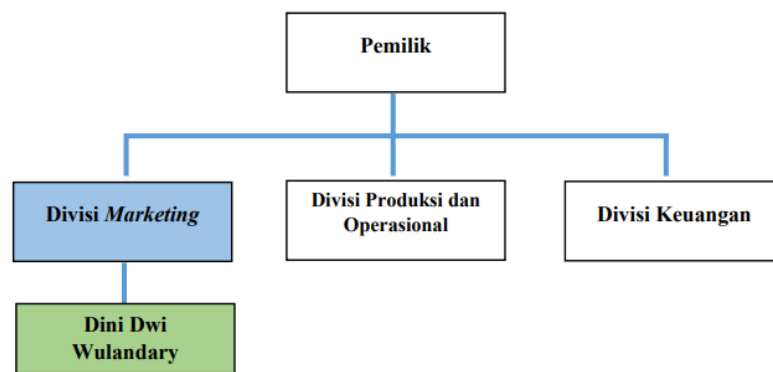
- a. Warna merah marun dan kuning keemasan melambangkan corak warna khas yang ada pada kain songket khas Palembang.
- b. Bentuk logo yang terdiri dari dua ikan yang saling berhadapan melambangkan bahan baku yang digunakan UMKM Pempek Pak Cik adalah ikan.
- c. Huruf “A” pada kata Pempek Pak Cik melambangkan bentuk Jembatan Ampera yang merupakan ciri khas dari Kota Palembang

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi, perusahaan, maupun instansi pasti memiliki sebuah susunan struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan yang saling berhubungan satu sama lain di setiap bagian suatu organisasi,

perusahaan, maupun instansi dalam menjalankan operasional agar mencapai tujuan bersama yang mempunyai satu koordinasi. Struktur organisasi dapat menjadi acuan perusahaan dalam menjalankan perhitungan sumber daya yang ditempatkan pada suatu posisi tertentu.

Struktur organisasi menggambarkan pembagian kinerja untuk suatu kegiatan dan fungsi yang berbeda pada setiap divisi. Hal ini bertujuan untuk pembagian kerja secara adil dan merata. Dalam hal penyusunan organisasi, UMKM Pempek Pak Cik memiliki struktur organisasi yang terbagi atas beberapa divisi.



Gambar II.2

Struktur Organisasi UMKM Pempek Pak Cik

Sumber : Company Profile UMKM Pempek Pak Cik Tahun 2020

Berikut adalah tugas dari Divisi *Marketing* UMKM Pempek Pak Cik (*Company Profile* UMKM Pempek Pak Cik, 2020) :

1. Menentukan strategi terkait pengembangan pasar, produk, dan peningkatan penjualan
2. Menganalisa pergerakan pasar atau kompetitor sehingga mampu menentukan antisipasi untuk kemajuan perusahaan
3. Mengelola dan mengembangkan akun media sosial
4. Merencanakan dan mengelola aktivitas kampanye promosi di *Marketplace*

C. Kegiatan Umum Perusahaan

UMKM Pempek Pak Cik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang melakukan penjualan produk makanan khas Kota Palembang seperti berbagai jenis pempek, tekwan, dan model. Karena UMKM Pempek Pak Cik merupakan salah satu perusahaan yang menjual produk, maka dalam penggunaan bauran pemasaran UMKM Pempek Pak Cik menggunakan analisis 4P untuk menunjang kegiatan umum pemasaran. Berikut merupakan penjelasan bauran pemasaran yang praktikan pelajari dari buku Manajemen Pemasaran karangan Kotler dan Keller (2016; h.47) yang mencakup *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Berikut ini merupakan bauran pemasaran yang ada pada UMKM Pempek Pak Cik :

1. *Product*

UMKM Pempek Pak Cik menawarkan berbagai jenis pempek, yaitu pempek lenjer, pempek kapal selam, pempek adaan, pempek kulit, pempek tahu, pempek ebi, pempek keriting, dan pempek telur. Selain itu, UMKM Pempek Pak Cik juga menjual tekwan, dan model.

2. *Price*

UMKM Pempek Pak Cik menjual produk kepada pelanggan dengan harga yang beragam

Tabel II.1
Harga Produk UMKM Pempek Pak Cik

Nama Produk	Harga
Pempek Telur Kecil	Rp 5.000
Pempek Lenjer Kecil	Rp 5.000
Pempek Adaan	Rp 5.000

Pempek Kulit	Rp 5.000
Pempek Keriting	Rp 5.000
Pempek Ebi	Rp 5.000
Pempek Tahu	Rp 5.000
Pempek Kapal Selam	Rp 20.000
Pempek Lenjer Besar	Rp 20.000
Tekwan	Rp 20.000
Model	Rp 20.000

Sumber: Daftar Harga Produk UMKM Pempek Pak Cik tahun 2020

3. Place

UMKM Pempek Pak Cik telah memiliki dua cabang kedai yang berada di Kota Depok. Cabang pertama beralamat di Jalan Putri Tunggal No.17A Harjamukti, Cimanggis, Depok, Jawa Barat 16454 dan cabang kedua beralamat di Jalan Gas Alam No.9E Harjamukti, Cimanggis, Depok, Jawa Barat 16454.

4. Promotion

Promosi adalah salah satu kegiatan yang penting dalam memperkenalkan, memberitahu, dan mengingatkan konsumen akan suatu produk. Oleh karena itu tanpa adanya promosi, penjualan suatu produk tidak akan berjalan. UMKM Pempek Pak Cik menggunakan kegiatan promosi penjualan dengan:

a. Advertising

UMKM Pempek Pak Cik menggunakan media periklanan dengan menggunakan Instagram Ads dan Facebook Ads dalam memasarkan produk mereka.

b. *Personal Selling*

Menurut Hermawan (dalam Suherman Kurniaji, 2018), *Personal Selling* merupakan interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, menerima pesanan. *Personal Selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

Hal yang dilakukan oleh UMKM Pempek Pak Cik dalam penjualan tatap muka untuk menarik minat pembeli adalah dengan komunikasi dua arah, para staf dari UMKM Pempek Pak Cik akan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon konsumen.

c. *Sales Promotion*

Promosi penjualan yang dilakukan oleh UMKM Pempek Pak Cik yaitu dengan cara memberikan potongan harga pada produk serta memberikan gratis ongkos kirim dengan minimum pembelian tertentu dan dalam jangka waktu tertentu.

d. *Publishing*

Untuk membangun citra perusahaan yang baik, UMKM Pempek Pak Cik juga menggunakan publisitas sebagai upaya promosinya, salah satunya yaitu dengan mengikuti acara bazar dan pelatihan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Depok.

e. *Direct Marketing*

UMKM Pempek Pak Cik menggunakan beberapa media untuk melakukan *direct marketing* seperti membuat katalog elektronik (*E-Catalog*) produk kepada konsumen mereka.

BAB III

PELAKSANAAN PKL

A. Bidang Kerja

Dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik, praktikan ditempatkan pada Divisi *Marketing*. Fokus Kerja divisi tersebut adalah mengelola strategi pemasaran dan konten pada media sosial, melakukan foto produk serta mengunggah dan membuat promosi di *Marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee.

Selama masa Praktik Kerja Lapangan berlangsung, praktikan berada di bawah bimbingan Pak Syarifuddin selaku pemilik dari UMKM Pempek Pak Cik. Adapun tugas praktikan di UMKM Pempek Pak Cik di Divisi *Marketing* yang bertugas sebagai berikut :

1. Membuat *design* kemasan produk
2. Melakukan pemotretan produk
3. Membuat konten media sosial
4. Mengunggah foto produk pada *Marketplace*
5. Membuat promosi di *Marketplace*

B. Pelaksanaan Kerja

Berikut penjelasan mengenai pelaksanaan kerja praktikan selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik.

1. Membuat *design* kemasan produk

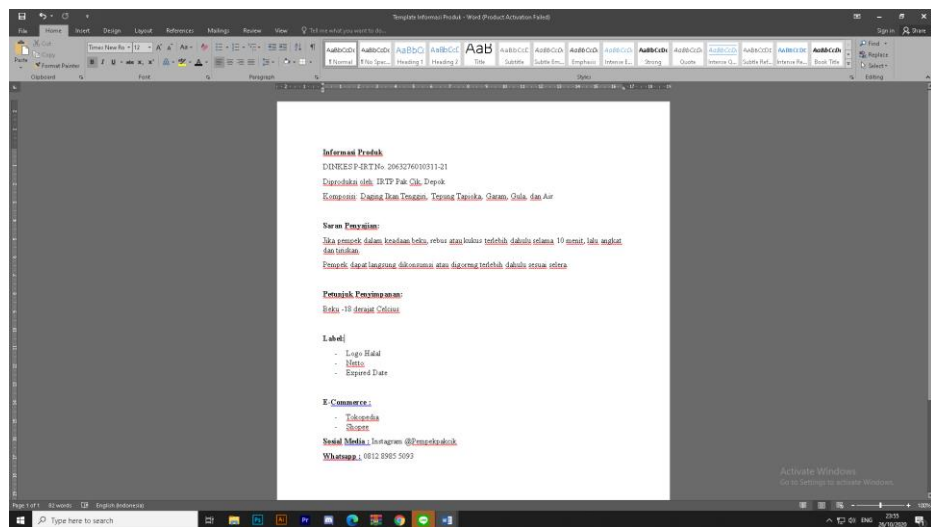
Pengemasan mencakup semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk suatu produk. Kemasan adalah pertemuan pertama pembeli dengan produk tersebut. Kemasan yang baik menarik konsumen dan mendorong pilihan produk. Akibatnya, kemasan dapat bertindak sebagai "iklan lima detik" untuk produk tersebut. Pengemasan juga memengaruhi pengalaman lebih lanjut konsumen terhadap produk

saat mereka membuka kemasan dan menggunakan produk di rumah. (Marketing Management Kotler Keller, edisi 14e, 2012; h.346)

Salah satu tugas Divisi *Marketing* adalah membuat *design* kemasan produk UMKM Pempek Pak Cik. Adapun kemasan yang ditugaskan kepada praktikan ialah kemasan plastik produk paket pempek.

Setelah praktikan mendapat tugas untuk membuat kemasan produk, praktikan menyiapkan *template* informasi apa saja yang akan ditampilkan pada kemasan produk. Informasi yang ditampilkan pada kemasan produk diantaranya, komposisi, saran penyajian, izin edar, petunjuk penyimpanan, label, serta kontak pemesanan.

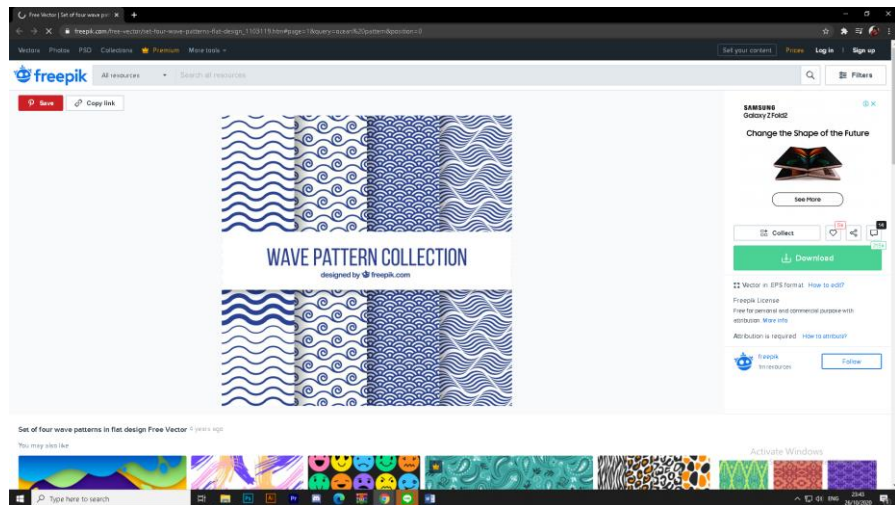
Setelah menyelesaikan *template* informasi produk, selanjutnya praktikan mencari sumber materi untuk membuat *design* kemasan produk pada *website freepik.com*.



Gambar III.1

Menyiapkan *Template* Informasi Produk

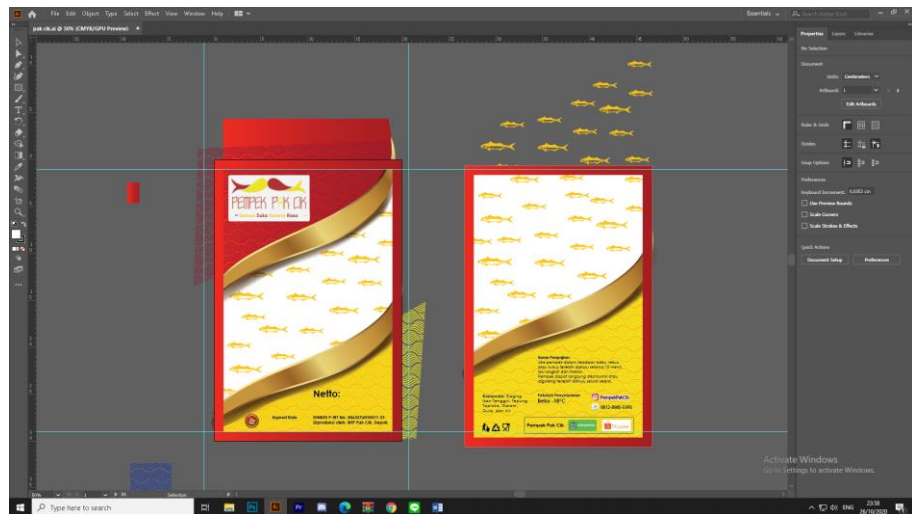
Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar III.2
Mencari Sumber Materi *Design*

Sumber : diolah oleh praktikan

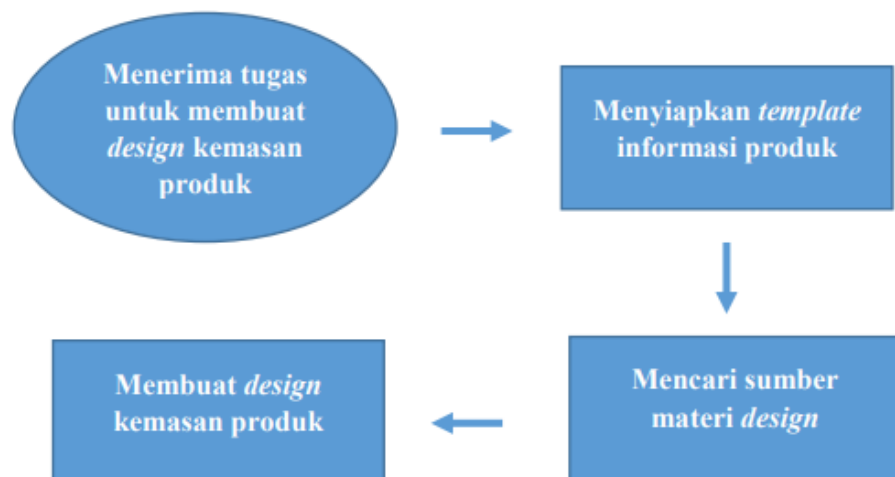
Setelah semua informasi dan materi *design* terkumpul, praktikan mulai membuat *design* kemasan produk dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Setelah *design* kemasan produk telah selesai dibuat, praktikan menyerahkan *design* tersebut kepada Pak Syarifuddin selaku pemilik UMKM Pempek Pak Cik untuk dilakukan revisi. Setelah *design* direvisi, praktikan kembali membuat *design* sesuai revisi yang diberikan. Setelah tidak ada lagi revisi, selanjutnya *design* tersebut diserahkan kepada Pak Syarifuddin untuk dilakukan proses cetak.



Gambar III.3
Pembuatan *Design* Kemasan Produk

Sumber : diolah oleh praktikan

Berikut merupakan diagram alir proses pembuatan *design* kemasan produk



Gambar III.4
Diagram Alir *Design* Kemasan Produk

Sumber : diolah oleh praktikan

2. Melakukan Pemotretan Produk

Setelah *design* kemasan produk disetujui, maka *design* tersebut selanjutnya dicetak. Selanjutnya setelah kemasan produk dicetak, praktikan ditugaskan untuk melakukan pemotretan produk dengan kemasan yang telah dicetak dan pemotretan untuk foto katalog produk.

Sebelum melakukan pemotretan produk, praktikan terlebih dahulu melakukan persiapan, diantaranya menyiapkan produk yang akan dipotret, kamera, *background* foto, *lighting*, dan konsep foto bagaimana yang ingin dihasilkan. Setelah persiapan sudah lengkap, selanjutnya praktikan melakukan pemotretan produk.



Gambar III.5
Persiapan Pemotretan Produk

Sumber : dokumentasi praktikan



Gambar III.6
Hasil Foto Kemasan Produk

Sumber : dokumentasi praktikan



Gambar III.7
Hasil Foto Katalog Produk

Sumber : dokumentasi praktikan

Berikut diagram alir dalam proses melakukan pemotretan produk.



Gambar III.8
Diagram Alir Melakukan Foto Produk

Sumber : diolah oleh praktikan

3. Membuat Konten Media Sosial

UMKM Pempek Pak Cik menjual produknya melalui beberapa *platform*, salah satunya melalui media sosial seperti *Instagram*. Oleh karena itu, perlu dilakukannya pengelolaan konten media sosial untuk meningkatkan penjualan, membuat konsumen merasa lebih dekat dengan perusahaan, dan meningkatkan *brand awareness*. Praktikan bertanggung untuk membuat konten yang akan dipublikasikan dan melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan yang menjangkau UMKM Pempek Pak Cik melalui media sosial, seperti melakukan *live chat*, dan membalas pesan di *Instagram*.

Dalam membuat konten untuk media sosial, praktikan harus mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh pemilik UMKM Pempek Pak Cik, seperti *branding colour* dan jenis huruf yang digunakan.



Gambar III.9

Tampilan Laman Instagram UMKM Pempek Pak Cik

Sumber: <https://www.instagram.com/pempepkacik/>

Sebelum mengelola konten media sosial, penting bagi perusahaan untuk membuat rencana konten pada media sosial. Begitu pula yang dilakukan oleh UMKM Pempek Pak Cik, praktikan membuat *timeline* konten untuk media sosial *Instagram* dengan menggunakan *Microsoft Excel*.

Pada *timeline* konten, praktikan menuliskan beberapa ide atau informasi yang akan disajikan pada media sosial *Instagram* UMKM Pempek Pak Cik yang telah disesuaikan dengan tanggal unggah konten tersebut.

Setelah membuat *timeline* konten, selanjutnya praktikan membuat *design* sesuai dengan isi informasi pada *timeline* konten

tersebut. Dalam pembuatan *design*, praktikan menggunakan *Microsoft Power Point*.

Timeline Konten Oktober 2020						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kemis	Jumet	Sabtu
				1	2	3
				Quotes: The First Wealth is Health		Testimonial Pelanggan: Tokopedia
4	5	6	7	8	9	10
Quiz: Tebak Kata		4 Kandungan Gizi dalam Ikan		Mitos : Memasak sayuran bikin nutrisi hilang Fakta : asal tidak berlebihan, justru baik membunuh kuman		Showcase Produk
11	12	13	14	15	16	17
Temukan Kami di GoFood		Temukan kami di Grab Food		Quiz: Tebak Gambar		Quotes: Masa depan itu seperti sekumpulan tempo. Tidak ada yang 'tabu'
18	19	20	21	22	23	24
	Testimonial Pelanggan		Showcase Produk		Tips Hemat Jajan di Alhijr Bulan: Seuaikan budget, sesuaikan kebutuhan, jangan mudah kepancing trend	
25	26	27	28	29	30	31
Quiz: Tebak Menu		Promo Akhir Bulan		Maulid Nabi Muhammad SAW		Testimonial Pelanggan

Gambar III.10

Timeline Konten Media Sosial Instagram

Sumber : diolah oleh praktikan

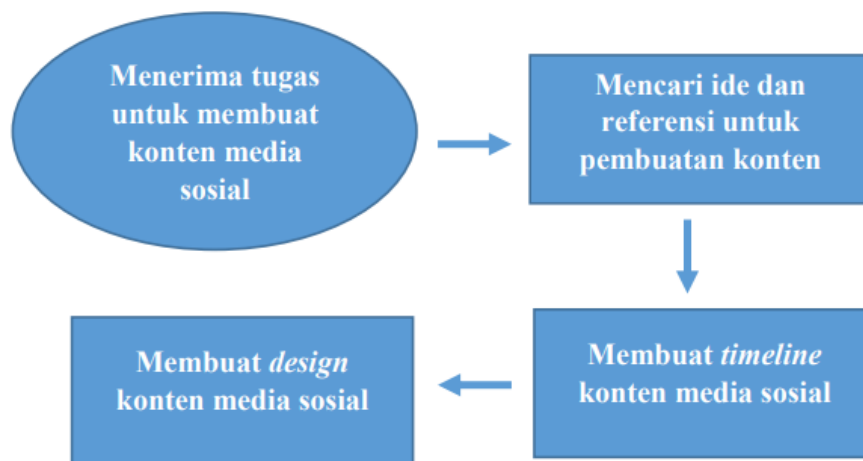


Gambar III.11

Design Konten Media Sosial

Sumber : diolah oleh praktikan

Berikut ini diagram alir dalam proses mengelola konten media sosial.



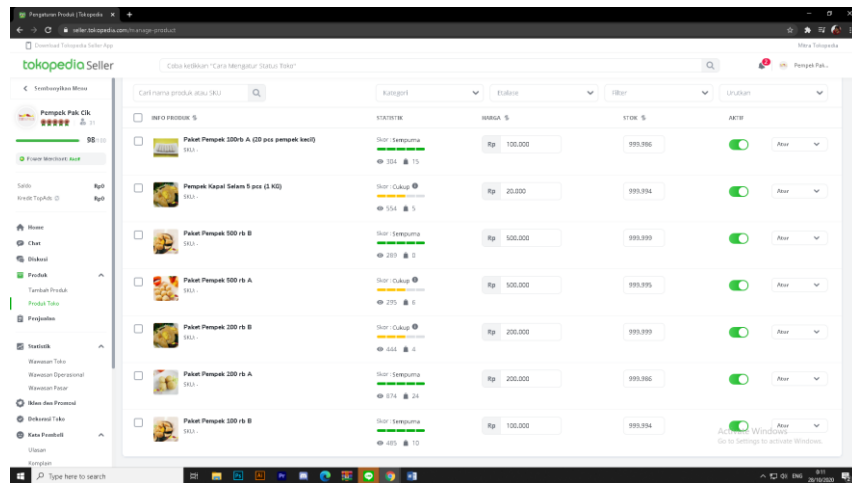
Gambar III.12
Diagram Alir Mengelola Konten Media Sosial

Sumber : diolah oleh praktikan

4. Mengunggah Foto Produk pada Marketplace

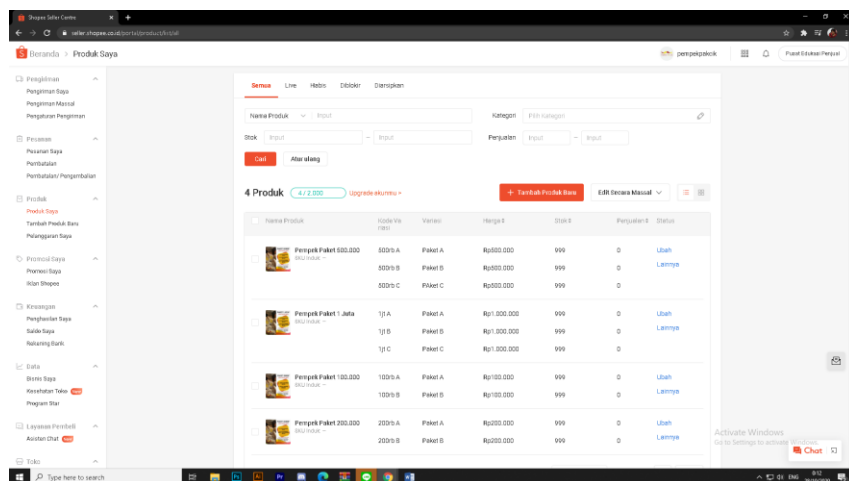
Selain melalui media sosial, UMKM Pempek Pak Cik juga menjual produknya melalui *platform Marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Praktikan diberikan tugas oleh pemilik UMKM Pempek Pak Cik untuk mengunggah foto produk di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee.

Langkah pertama yang harus praktikan lakukan ialah *login* ke *website seller.tokopedia.com* pada Tokopedia dan *website seller.shopee.co.id* pada Shopee. Selanjutnya praktikan menyiapkan foto produk untuk diunggah ke Tokopedia dan Shopee. Praktikan membuat satu folder khusus untuk menyimpan foto-foto produk dari UMKM Pempek Pak Cik untuk memudahkan praktikan dalam mengunggah foto produk ke Tokopedia dan Shopee. Selanjutnya praktikan mengunggah foto produk melalui *website seller.tokopedia.com* pada Tokopedia dan *website seller.shopee.co.id* pada Shopee.



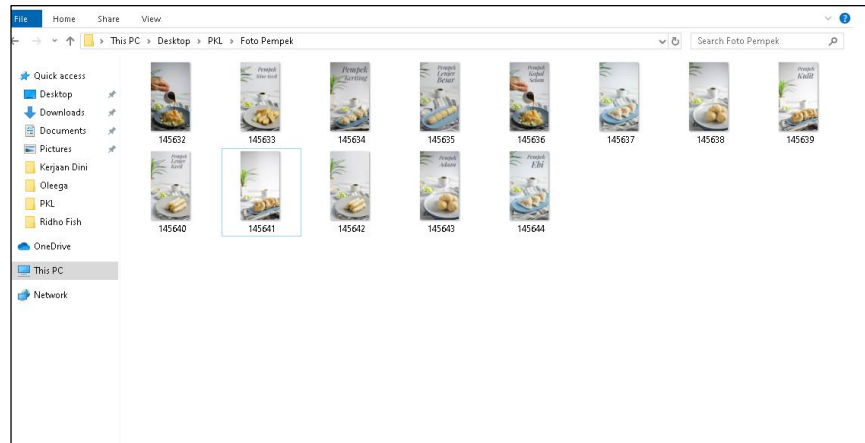
Gambar III.13
Login Tokopedia

Sumber : diolah oleh praktikan



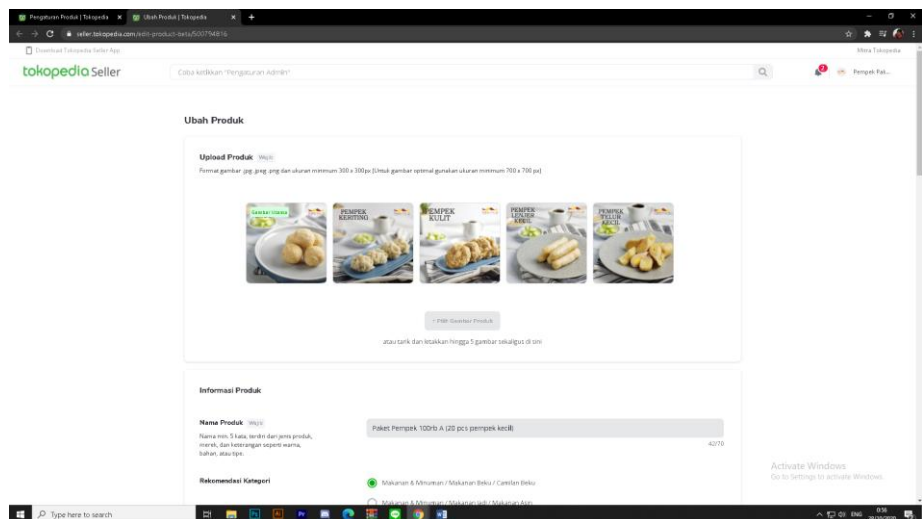
Gambar III.14
Login Shopee

Sumber : diolah oleh praktikan



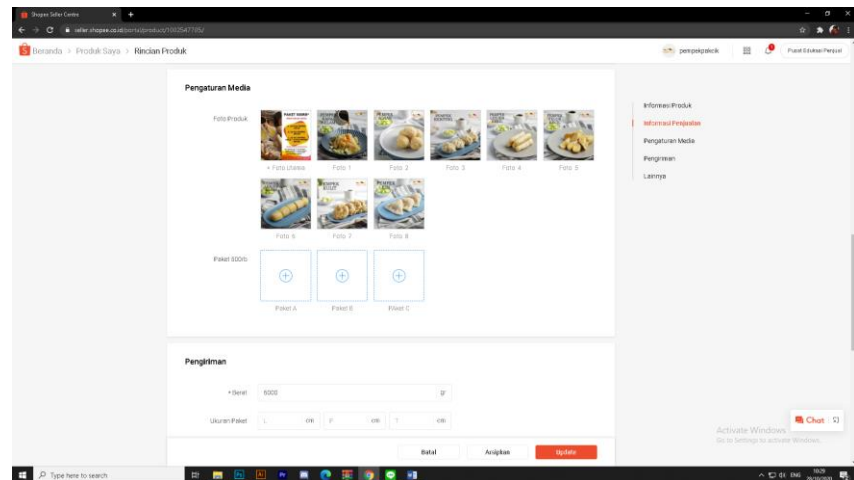
Gambar III.15
Menyiapkan Foto untuk diunggah

Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar III.16
Mengunggah Foto Produk di Tokopedia

Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar III.17
Mengunggah Foto Produk di Shopee

Sumber : diolah oleh praktikan

Berikut ini diagram alir proses update foto produk pada *Marketplace*.



Gambar III.18
Diagram Alir Mengunggah Foto Produk pada Marketplace

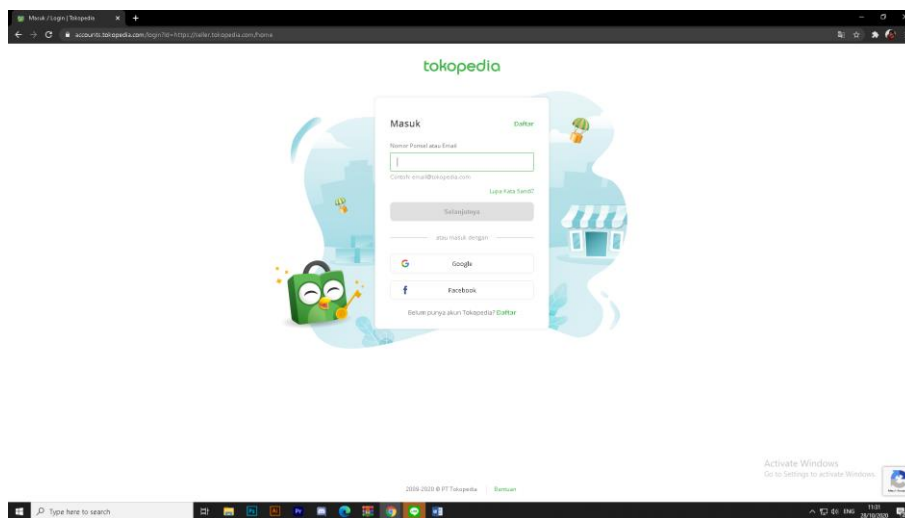
Sumber : diolah oleh praktikan

5. Membuat Promosi di Marketplace

Salah satu fungsi promosi adalah sebagai penawaran, konsumen tidak hanya diajak untuk mengetahui informasi mengenai produk yang

ditawarkan, tetapi juga menawarkan kepada konsumen agar dapat membuat keputusan untuk membeli.

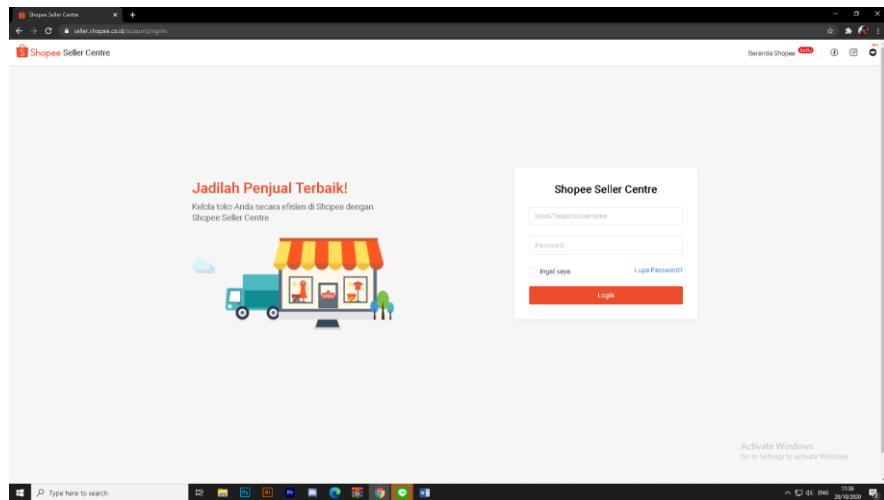
Praktikan mendapat tugas dari pemilik UMKM Pempek Pak Cik untuk membuat promosi di *Marketplace* Tokopedia dan Shopee. Sebelum membuat promosi, praktikan berdiskusi dengan Pak Syarifuddin mengenai bentuk promosi yang akan ditawarkan kepada konsumen. Setelah mendapatkan bentuk promosi yang akan ditawarkan, selanjutnya praktikan *login* ke *seller.tokopedia.com* dan *seller.shopee.co.id* untuk membuat promo. Selanjutnya praktikan mengatur seberapa besar promo yang diberikan serta mengatur tanggal promo di *Marketplace*. Setelah semua proses telah dilakukan, praktikan memastikan kembali apakah promo yang sudah dibuat sudah terpasang atau belum.



Gambar III.19

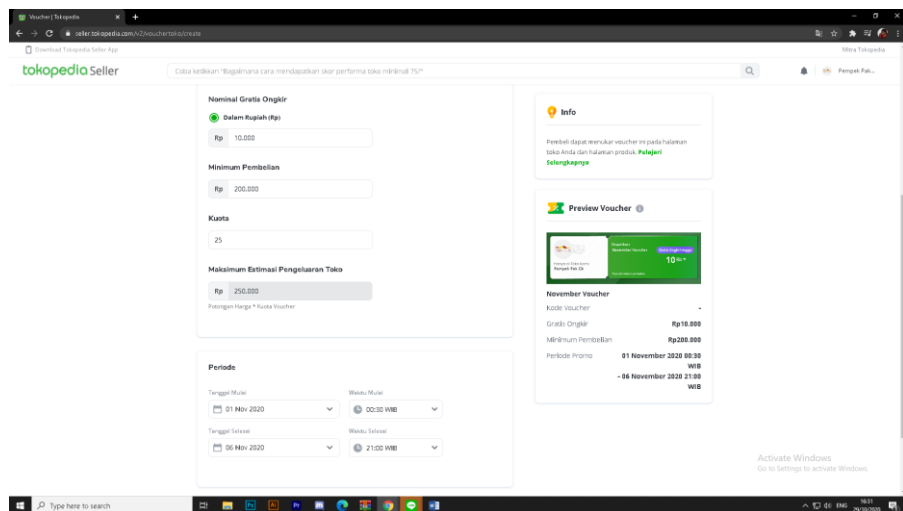
Login ke seller.tokopedia.com

Sumber : diolah oleh praktikan



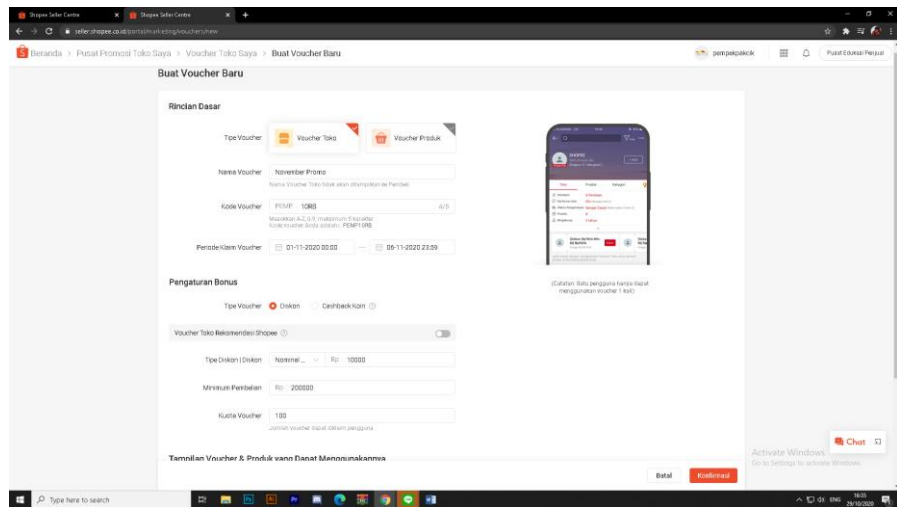
Gambar III.20
Login ke seller.shopee.co.id

Sumber : diolah oleh praktikan



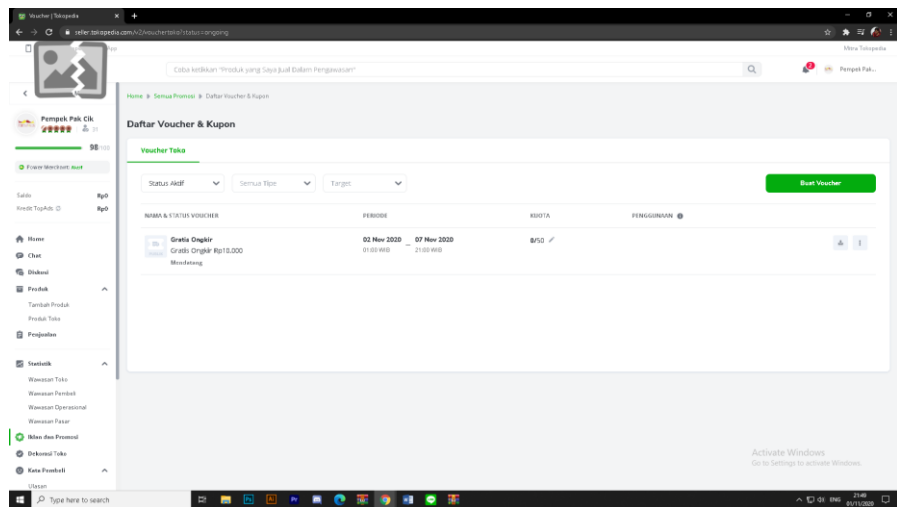
Gambar III.21
Mengatur Nominal dan Tanggal Promosi di Tokopedia

Sumber : diolah oleh praktikan



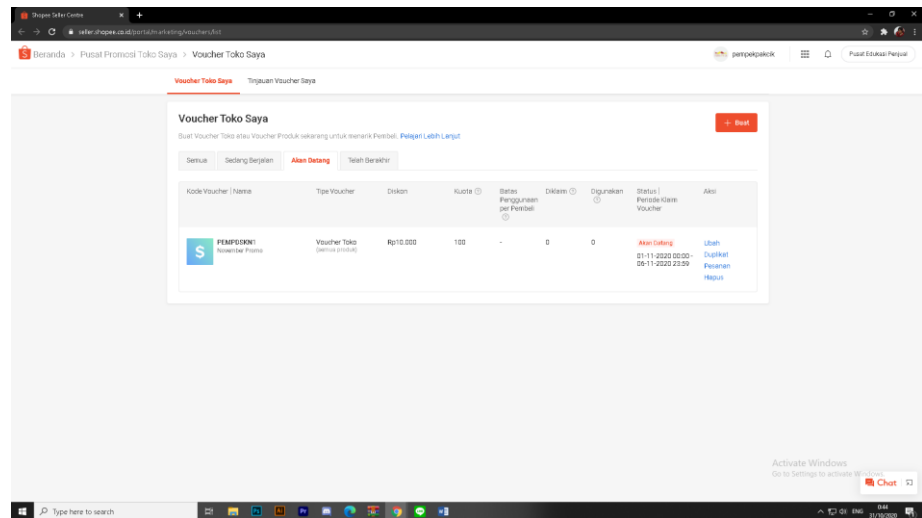
Gambar III.22
Mengatur Nominal dan Tanggal Promosi di Shopee

Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar III.23
Promosi sudah terpasang pada Tokopedia

Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar III.24
Promosi sudah terpasang pada Shopee

Sumber : diolah oleh praktikan

Berikut ini diagram alir proses membuat promosi di *marketplace*.



Gambar III.25
Diagram Alir Membuat Promosi di Marketplace

Sumber : diolah oleh praktikan

C. Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan mengalami kendala pada beberapa kegiatan. Berikut kendala yang praktikan alami selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan

1. UMKM Pempek Pak Cik tidak memiliki tim *design*

UMKM Pempek Pak Cik sebagai perusahaan yang tidak memiliki banyak karyawan menuntut karyawannya untuk dapat melakukan berbagai hal, termasuk pada divisi *marketing*. Hal tersebut juga diterapkan kepada praktikan yang tugasnya membuat konten media sosial. Praktikan diharuskan untuk dapat membuat konten media sosial tanpa adanya bimbingan dari Pemilik UMKM Pempek Pak Cik.

2. Sulitnya mendapatkan ide dalam mengelola konten media sosial

Dalam melaksanakan tugas mengelola konten media sosial, praktikan sering kali mengalami kesulitan dalam menemukan ide konten untuk ditampilkan.

D. Cara Mengatasi Kendala

Adapun cara praktikan mengatasi kendala saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan adalah:

1. Dalam membuat *design* konten media sosial, praktikan banyak belajar secara mandiri melalui *Youtube* tentang penggunaan *tools* yang ada pada *Adobe Illustrator* sehingga dapat memudahkan praktikan untuk menyelesaikan tugas yang diberikan serta menambah kemampuan praktikan dalam membuat *design*. Menurut Thursan Hakim belajar adalah suatu proses perubahan di dalam kepribadian manusia dan perubahan tersebut ditampakkan dalam bentuk peningkatan kecakapan pengetahuan, sikap, kebiasaan, pemahaman, keterampilan, daya fikir, dan lain-lain kemampuannya.¹

¹ Hakim, Thursan, "**Belajar Secara Efektif**", 2005, Jakarta : Puspa Swara.

2. Saat mengerjakan tugas mengelola konten media sosial, praktikan terlebih dahulu membuat timeline pada Microsoft Excel untuk membuat rancangan konten di media sosial, setelah itu praktikan melakukan riset tentang informasi produk, hal yang sedang hangat dibahas di media sosial, serta hari-hari besar apa saja yang ada pada bulan tersebut untuk dijadikan konten media sosial UMKM Pempek Pak Cik.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan;

1. Divisi *Marketing* UMKM Pempek Pak Cik melakukan pengelolaan konten dan strategi pemasaran secara digital pada media sosial dan *marketplace* untuk dapat memasarkan produknya
2. Dari pekerjaan yang dilakukan praktikan, praktikan telah mengetahui kinerja yang dilakukan oleh Divisi *Marketing* dalam bidang pembuatan *design* kemasan, foto produk serta pengelolaan konten media sosial dan *marketplace* yang berkaitan dengan strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran

B. SARAN

Berdasarkan pengalaman praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Pempek Pak Cik, praktikan bermaksud memberikan saran. Agar di masa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan yang positif, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan untuk pihak-pihak terkait. Berikut saran yang dapat praktikan berikan:

1. Untuk Perusahaan

UMKM Pempek Pak Cik diharapkan kedepannya dapat memperluas penggunaan *platform* media sosial seperti *Facebook*, dimana *platform* media sosial yang digunakan baru terbatas pada Instagram dan *Marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Untuk pengembangan perusahaan, UMKM Pempek Pak Cik diharapkan dapat membuat tim *design* yang baik di divisi *marketing* yang tujuannya agar dapat

menciptakan konten media sosial yang berkelanjutan untuk memaksimalkan seluruh saluran pemasaran yang digunakan UMKM Pempek Pak Cik.

2. Untuk Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diharapkan untuk dapat membangun jaringan tidak hanya dengan perusahaan-perusahaan besar, melainkan UMKM yang ada di daerah Jabodetabek sehingga mahasiswa akan lebih mudah dalam proses pencarian tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chan, Winda. 2014. 4 Fungsi Promosi Bagi Bisnis Anda.
<https://yea-indonesia.com/2014/01/10/4-fungsi-promosi-bagi-bisnis-anda/>
(Diakses pada tanggal 6 November 2020)
- Hajat, Nurahma, et al. Pedoman Praktik Kerja Lapangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 2012
http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PRAKTIK-KERJA-LAPANGAN_0.pdf (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2020)
- Hakim, Thursan. (2005). *Belajar Secara Efektif*. Jakarta : Puspa Swara.
- Kasmirudin. 2019. Perlunya Digitalisasi UMKM di Era Revolusi Industri 4.0.
<https://babelreview.co.id/perlunya-digitalisasi-umkm-di-era-revolusi-industri-40> (Diakses pada tanggal 3 November 2020)
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management 14th edition*. Pearson Education, 2016.
- Syarifuddin. (2020). *Company Profile of Pempek Pak Cik*. Pandawa.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)



*Mewerdahkan &
Memantabatkan Bangsa*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon: Rektor : 4893854, WR.I : 4895130, WR.II : 4893918, WR.III : 4892926, WR.IV : 4893982
BUK : 4750930, Bag. Kepegawaian : 4890536, Bag. UHT : 4893726, Bag. BMN : 4891838
BAKHUM : 4759081, Bag. Akademik dan kerjasama / Humas : 4898486 Bag. Kemahasiswaan
Biro Keuangan : 4755118, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Akuntansi dan Pelaporan : 4755118, Bag. Perencanaan : 4755118
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : **5628/UN39.12/KM/2020**
Lamp. : **1 lembar**
Hal : **Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan**

27 Agustus 2020

Yth. Pemilik UMKM Pempek Pak Cik
Jl. Putri Tunggal no.17A Harjamukti, Cimanggis,
Depok 16454

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

Nama : **Dini Dwi Wulandary**
Nomor Registrasi : **1705617141**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**
No. Telp/HP : **081289855093**

Untuk dapat mengadakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 24 Agustus s.d. 23 Oktober 2020 guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmoyo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Manajemen

Lampiran 2 : Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Pempek Pak Cik

Jl. Putri Tunggal no.17A
Kel.Harjamukti Kec.Cimanggis
Kota Depok 16454
+62 81289855093



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifuddin
Jabatan : Pemilik UMKM Pempek Pak Cik

Menerangkan bahwa:

Nama : Dini Dwi Wulandary
Jabatan : Divisi Marketing

Akan magang di UMKM Pempek Pak Cik terhitung sejak tanggal 24 Agustus 2020 sampai dengan 23 Oktober 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 24 Agustus 2020

UMKM Pempek Pak Cik

Syarifuddin

Pemilik UMKM Pempek Pak Cik

Lampiran 3 : Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 FAKULTAS EKONOMI
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
 Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
 PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 ...2... SKS

Nama : Dini Dwi Wulandary.....
 No. Registrasi : 17056.FE.191.....
 Program Studi : S1 Manajemen.....
 Tempat Praktik : UNIKEM, Pempek Pak Cik.....
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Putri Tanjung No. 11A
 Harjamukti, Cimanggis, Depok

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 24 Agustus 2020	1.	
2.	Selasa / 25 Agustus 2020	2.	
3.	Rabu / 26 Agustus 2020	3.	
4.	Kamis / 27 Agustus 2020	4.	
5.	Jumat / 28 Agustus 2020	5.	
6.	Senin / 31 Agustus 2020	6.	
7.	Selasa / 1 September 2020	7.	
8.	Rabu / 2 September 2020	8.	
9.	Kamis / 3 September 2020	9.	
10.	Jumat / 4 September 2020	10.	
11.	Senin / 7 September 2020	11.	
12.	Selasa / 8 September 2020	12.	
13.	Rabu / 9 September 2020	13.	
14.	Kamis / 10 September 2020	14.	
15.	Jumat / 11 September 2020	15.	

Jakarta, 23 Oktober 2020
 Penilai.

PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 (...S. p. h. d. m.)

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
...2... SKS

Nama : Dini Dwi Wulandary
No. Registrasi : 17056.171.41
Program Studi : ST. Manajemen
Tempat Praktik : UMKM Pempek Pak Cik
Alamat Praktik/Telp : Jl. Ruti Tunggal No. 17A
Marjaluksi Cimanggis Depok

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 14 September 2020	1.	
2.	Selasa / 15 September 2020	2.	
3.	Rabu / 16 September 2020	3.	
4.	Kamis / 17 September 2020	4.	
5.	Jumat / 18 September 2020	5.	
6.	Senin / 21 September 2020	6.	
7.	Selasa / 22 September 2020	7.	
8.	Rabu / 23 September 2020	8.	
9.	Kamis / 24 September 2020	9.	
10.	Jumat / 25 September 2020	10.	
11.	Senin / 28 September 2020	11.	
12.	Selasa / 29 September 2020	12.	
13.	Rabu / 30 September 2020	13.	
14.	Kamis / 1 Oktober 2020	14.	
15.	Jumat / 2 Oktober 2020	15.	

Jakarta, 23 Oktober 2020
Penilai,

Syarifuddin
PAK CIK PAK CIK

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
...2... SKS

Nama : Dini Dwi Wulandary
No. Registrasi : 1705617141
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : UMKM Pempex Pak Cik
Alamat Praktik/Telp : Jl. Putri Turbagal No. 17A
Harjamukti, Cimanggis, Depok

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 5 Oktober 2020	1.	
2.	Selasa / 6 Oktober 2020	2.	
3.	Rabu / 7 Oktober 2020	3.	
4.	Kamis / 8 Oktober 2020	4.	
5.	Jumat / 9 Oktober 2020	5.	
6.	Senin / 12 Oktober 2020	6.	
7.	Selasa / 13 Oktober 2020	7.	
8.	Rabu / 14 Oktober 2020	8.	
9.	Kamis / 15 Oktober 2020	9.	
10.	Jumat / 16 Oktober 2020	10.	
11.	Senin / 19 Oktober 2020	11.	
12.	Selasa / 20 Oktober 2020	12.	
13.	Rabu / 21 Oktober 2020	13.	
14.	Kamis / 22 Oktober 2020	14.	
15.	Jumat / 23 Oktober 2020	15.	

Jakarta, 23 Oktober 2020
Penitia

S. Yanifadim
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
PAK CIK

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

Lampiran 4 : Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 FAKULTAS EKONOMI
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
 Laman www.fe.unj.ac.id

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

Nama : Dini Dwi Wulandary
 No.Registrasi : 1705617191
 Program Studi : S1. Manajemen
 Tempat Praktik : UMKM Penges Pak Cik
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Putri Tunggal No. 17A
 Harjamukti .. Cimanggis .. Depok

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN								
		46-100	Skor	Nilai	Bobot						
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian :								
2	Kedisiplinan	88	86-100	A	4						
3	Sikap dan Kepribadian	90	81-85	A-	3,7						
4	Kemampuan Dasar	85	76-80	B+	3,3						
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	90	71-75	B	3,0						
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	85	66-70	B-	2,7						
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90	61-65	C+	2,3						
8	Aktivitas dan Kreativitas	90	56-60	C	2,0						
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	88	51-55	C-	1,7						
10	Hasil Pekerjaan	91	46-50	D	1						
			2. Alokasi Waktu Praktik :								
			2 sks : 90-120 jam kerja efektif								
			3 sks : 135-175 jam kerja efektif								
			Nilai Rata-rata :								
			<table border="1"> <tr> <td>88</td> <td>7</td> <td>88.7</td> </tr> <tr> <td colspan="3">10 (sepuluh)</td> </tr> </table>			88	7	88.7	10 (sepuluh)		
88	7	88.7									
10 (sepuluh)											
			Nilai Akhir :								
			<table border="1"> <tr> <td>88</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>			88	A	Angka bulat	huruf		
88	A										
Angka bulat	huruf										
Jumlah		887									

Jakarta, 23 Oktober 2020
 Penilai,

(Signature)
 S. J. W. D. M.
 (.....)

Catatan :
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5 : Daftar Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

No.	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
1.	Senin, 24 Agustus 2020	Masa pengenalan dengan seluruh lingkungan kerja UMKM Pempek Pak Cik
2.	Selasa, 25 Agustus 2020	Menyiapkan informasi kemasan produk dan mencari referensi <i>design</i> kemasan pada situs <i>freepik.com</i>
3.	Rabu, 26 Agustus 2020	Mencari referensi <i>design</i> kemasan pada situs <i>freepik.com</i> Membuat <i>design</i> kemasan dengan menggunakan <i>Adobe Illustrator</i>
4.	Kamis, 27 Agustus 2020	Melanjutkan pembuatan <i>design</i> kemasan dengan menggunakan <i>Adobe Illustrator</i>
5.	Jumat, 28 Agustus 2020	Melakukan revisi pada <i>design</i> kemasan produk
6.	Senin, 31 Agustus 2020	Membuat <i>timeline</i> konten media sosial untuk bulan September dan mencari referensi ide konten
7.	Selasa, 1 September 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
8.	Rabu, 2 September 2020	Melanjutkan pembuatan <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
9.	Kamis, 3 September 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
10.	Jumat, 4 September 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
11.	Senin, 7 September 2020	Membuat <i>design</i> untuk <i>Instagram Highlight</i>
12.	Selasa, 8 September 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
13.	Rabu, 9 September 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
14.	Kamis, 10 September 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
15.	Jumat, 11 September 2020	Melanjutkan pembuatan <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
16.	Senin, 14 September 2020	Melakukan pembelian <i>background dan lighting</i> foto pada situs <i>tokopedia.com</i> Mencari referensi ide foto pada situs <i>pinterest.com</i>
17.	Selasa, 15 September 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
18.	Rabu, 16 September 2020	Mencari referensi ide foto pada situs <i>pinterest.com</i>

19.	Kamis, 17 September 2020	Melakukan pemotretan kemasan produk
20.	Jumat, 18 September 2020	Melakukan pemotretan produk untuk katalog
21.	Senin, 21 September 2020	Melakukan <i>editing</i> semua hasil pemotretan dengan menggunakan aplikasi <i>Snapseed</i>
22.	Selasa, 22 September 2020	Menjadikan foto produk untuk <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
23.	Rabu, 23 September 2020	Membuat foto produk untuk <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
24.	Kamis, 24 September 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
25.	Jumat, 25 September 2020	Membuat <i>timeline</i> konten media sosial untuk bulan Oktober dan mencari referensi ide konten
26.	Senin, 28 September 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
27.	Selasa, 29 September 2020	Mengirimkan <i>email</i> kepada tim <i>Go Food</i> dan <i>Grab Food</i> untuk perubahan foto menu
28.	Rabu, 30 September 2020	Mencari referensi ide konten media sosial untuk bulan Oktober
29.	Kamis, 1 Oktober 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
30.	Jumat, 2 Oktober 2020	Mengunggah foto produk pada <i>marketplace</i> Tokopedia dan Shopee
31.	Senin, 5 Oktober 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
32.	Selasa, 6 Oktober 2020	Rapat dengan Pak Syarifuddin mengenai promosi yang akan diberikan pada bulan Oktober
33.	Rabu, 7 Oktober 2020	Membuat promosi pada <i>marketplace</i> Tokopedia
34.	Kamis, 8 Oktober 2020	Membuat promosi pada <i>marketplace</i> Shopee
35.	Jumat, 9 Oktober 2020	Membuat <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>
36.	Senin, 12 Oktober 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
37.	Selasa, 13 Oktober 2020	Melakukan pemotretan produk terbaru dari UMKM Pempek Pak Cik
38.	Rabu, 14 Oktober 2020	Melakukan <i>editing</i> hasil pemotretan dengan menggunakan aplikasi <i>Snapseed</i>
39.	Kamis, 15 Oktober 2020	Menjadikan foto produk untuk <i>design</i> konten media sosial menggunakan <i>Microsoft Power Point</i>

40.	Jumat, 16 Oktober 2020	Mengunggah konten di <i>Instagram</i> melalui situs <i>Facebook Creator Business</i>
-----	------------------------	--

Lampiran 6 : Dokumentasi Praktik Kerja Lapangan (PKL)

