



3.66%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 4 JUL 2025, 2:18 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL
0.11%

CHANGED TEXT
3.55%

Report #27329571

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Program magang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja dan menciptakan kesempatan kerja baru dengan memberikan pengalaman praktis dan keterlibatan langsung dalam industri. Semua peserta mendapatkan berbagai pelajaran, baik melalui pengalaman yang bersifat non-akademik seperti magang maupun kegiatan profesional lainnya. Dalam program ini, mahasiswa berkesempatan untuk mengikuti aktivitas yang tidak mereka peroleh di kelas, seperti pelatihan langsung yang diselenggarakan oleh instansi atau perusahaan. Kegiatan magang ini juga bermanfaat sebagai proses pembelajaran, di mana mahasiswa menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh selama magang sebagai modal untuk menghadapi tantangan di dunia kerja yang sesungguhnya. Melihat peluang tersebut, program magang yang dilakukan di industri makanan ringan menjadi sangat relevan dan strategis bagi mahasiswa, khususnya dalam mengasah keterampilan praktis dan memahami dinamika pasar secara langsung. Melalui keterlibatan dalam proses pemasaran makanan ringan, mahasiswa dapat memperoleh wawasan mendalam mengenai bagaimana industri ini beroperasi dan beradaptasi terhadap perubahan selera konsumen. Dengan demikian, pengalaman magang ini tidak hanya memperkuat kompetensi kerja, tetapi juga membuka peluang bagi mahasiswa untuk berkontribusi dalam pelestarian makanan ringan tradisional serta inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar. Industri makanan



REPORT #27329571

ringan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan permintaan pasar yang konsisten. Perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih menyukai makanan praktis, mudah dibawa, dan memiliki cita rasa khas menjadi pendorong utama bagi perkembangan industri ini. Sari & Wijaya (2019) Makanan ringan tradisional tetap memiliki daya tarik yang kuat di pasar Indonesia karena keunikan rasa yang khas dan nilai budaya yang melekat pada setiap produk. Keaslian rasa ini menjadi faktor utama yang membedakan produk tradisional dari makanan ringan modern yang cenderung seragam. Selain itu, pelaku usaha di sektor ini tidak hanya mempertahankan resep asli, tetapi juga melakukan inovasi pada kemasan dan pengembangan varian produk baru yang sesuai dengan selera konsumen masa kini, terutama generasi muda. Strategi ini terbukti efektif dalam memperluas pangsa pasar dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. 2 Putra & Dewi (2020) Keaslian rasa menjadi nilai jual utama bagi produk makanan ringan tradisional yang tidak dapat digantikan oleh produk makanan modern. Pelaku usaha yang bergerak di bidang ini menyadari pentingnya menjaga resep dan cita rasa asli sebagai identitas produk. Namun demikian, mereka juga menyadari perlunya beradaptasi dengan perkembangan zaman melalui inovasi kemasan yang lebih menarik dan praktis serta pemanfaatan teknologi pemasaran digital seperti media sosial dan platform e-



commerce. Dengan demikian, produk makanan ringan tradisional tidak hanya mampu mempertahankan loyalitas pelanggan lama, tetapi juga berhasil menjangkau konsumen baru yang lebih luas, sehingga meningkatkan daya saing di pasar modern. Hal ini juga tercermin dalam strategi CV.

Aneka Citra Snack yang terus menjaga keaslian rasa dan kualitas produk, serta melakukan inovasi untuk tetap relevan dengan pasar yang berkembang. Di tengah perkembangan industri makanan ringan ini, CV. Aneka Citra telah aktif berkontribusi dalam sektor makanan ringan.

Berdiri sejak 1996, perusahaan ini bergerak di bidang produksi, pengemasan, dan distribusi makanan ringan tradisional khas Indonesia.

Aneka Citra Snack telah dikenal luas di tingkat lokal maupun nasional sebagai produsen yang selalu mengedepankan kualitas dan cita rasa autentik. Perusahaan ini tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga terus berinovasi dengan menawarkan variasi rasa baru dan kemasan yang lebih menarik, sesuai dengan tren dan selera konsumen. Upaya-upaya yang sudah dilaksanakan pada tempat praktikan melakukan kegiatan kerja profesi. Praktikan melaksanakan kerja profesi pada CV. Aneka Citra. CV.

Aneka Citra merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan ringan tradisional yang memiliki kantor yang berlokasi di Komplek Ruko Duta Gardenia. Praktikan melaksanakan kerja profesi pada Divisi Marketing yang memiliki fokus kerja sebagai salesman. Dalam kegiatan ini, praktikan



bertugas untuk memasarkan produk dan mengenalkan produk kepada calon pelanggan, serta membina hubungan baik dengan pelanggan yang sudah bekerja sama. Pada posisi Divisi Marketing yang berfokus pada salesman, praktikan bekerja secara tim bersama rekan satu divisi serta menjalin komunikasi yang baik dengan pemilik toko dan pelanggan dalam melaksanakan serangkaian pekerjaan praktikan. Adapun tahapan dalam pelaksanaan kerja praktikan meliputi kegiatan mengenalkan produk kepada pelanggan, menawarkan produk ke pelanggan, serta melakukan koordinasi dengan tim pemasaran internal dan bagian distribusi. Setiap tahapan pelaksanaan kerja yang dilakukan praktikan merupakan bentuk upaya dari CV. Aneka Citra dalam meningkatkan 3 distribusi produk makanan ringan tradisional ke pasar yang lebih luas, mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah melalui kerja sama kemitraan, serta menjaga eksistensi produk lokal agar tetap dikenal oleh masyarakat. Melalui peran praktikan dan CV. Aneka Citra, produk makanan ringan tradisional diharapkan dapat terus bersaing di tengah maraknya produk makanan modern, dengan mengedepankan kualitas, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang baik. Dalam melaksanakan pekerjaannya, praktikan mampu menerapkan pengetahuan manajemen yang diperoleh selama perkuliahan, seperti komunikasi pemasaran dan pemahaman perilaku konsumen, ke dalam pekerjaan sehari-hari sebagai salesman. Universitas Pembangunan Jaya memberlakukan kegiatan magang atau



Kerja Profesi sebagai kegiatan yang wajib dilakukan oleh seluruh mahasiswa karena kegiatan Kerja Profesi termasuk kedalam salah satu mata kuliah wajib dengan bobot 3 sks yang digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya. Selain itu, mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya melakukan Kerja Profesi dengan beberapa ketentuan seperti melakukan Kerja Profesi dengan jangka waktu minimal 400 jam kerja atau setara dengan 3 bulan di dalam institusi atau perusahaan yang terdaftar. Dengan adanya kegiatan ini, Universitas Pembangunan Jaya berharap, mahasiswa dapat melakukan kegiatan Kerja Profesi dengan baik sehingga mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman serta pembelajaran baru yang dapat mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Selain itu Universitas Pembangunan Jaya juga berharap dengan adanya kegiatan Kerja Profesi dapat menghasilkan mahasiswa yang berkualitas untuk bersaing di dunia kerja nantinya. Melalui kegiatan kerja profesi ini, diharapkan praktikan memiliki pengalaman yang cukup untuk dapat beradaptasi dalam dunia kerja secara nyata, khususnya di bidang pemasaran. Praktikan mendapatkan wawasan baru mengenai proses teknik pemasaran langsung, serta cara menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan mitra usaha. Praktikan juga berkesempatan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh CV. Aneka Citra dengan sebaik-baiknya serta memberikan kontribusi positif bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat menjalankan implementasi

tanggung jawab sosial (corporate social responsibility) melalui pemberdayaan mahasiswa untuk belajar dan terlibat langsung dalam kegiatan bisnis.

Dengan kesempatan yang telah diberikan, praktikan berharap dapat mengimplementasikan dan mempraktikkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, seperti manajemen pemasaran, komunikasi bisnis, dan pengelolaan hubungan pelanggan, guna membantu memperlancar proses kerja perusahaan dan mendukung pertumbuhan bisnis CV. Aneka Citra. 1 4 7 21 4 1.2 Maksud dan Tujuan

Kerja Profesi 1.2 1 12 1 Maksud Kerja Profesi Pelaksanaan kerja profesi

yang dilaksanakan oleh praktikan memiliki maksud, sebagai berikut: 1. Mengetahui

serta mempelajari secara langsung mengenai proses kerja pada Perusahaan

CV. Aneka Citra. 2. Mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki selama menjadi mahasiswa manajemen ke dalam Perusahaan CV. Aneka Citra.

3. Mengetahui cara menyikapi dan mengatasi kendala yang ada pada

aktivitas kerja suatu Perusahaan CV. Aneka Citra. 1.2.2 Tujuan Kerja

Profesi Pelaksanaan kerja profesi yang dilaksanakan oleh praktikan

memiliki tujuan, sebagai berikut: 1. Praktikan dapat memperdalam ilmu manajemen, khususnya dalam aspek pemasaran dan hubungan pelanggan, dalam

konteks distribusi produk makanan ringan tradisional. Praktikan terlibat

langsung dalam kegiatan penjualan dan pemasaran lapangan, seperti

mengenalkan produk kepada para pelanggan, mencatat permintaan dan

preferensi pasar, serta memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan

kebutuhan konsumen. Seluruh hasil kunjungan dan penjualan dicatat dan

dilaporkan kepada tim marketing sebagai bahan evaluasi harian. Selain

itu, praktikan juga membantu mendata pelanggan potensial, mendukung

penyusunan rencana promosi, serta menginformasikan kebutuhan dan masukan

dari lapangan kepada bagian manajerial untuk ditindaklanjuti. 2. Praktikan

mendapatkan kesempatan sekaligus pengalaman dalam mendukung aktivitas

pemasaran langsung yang menjadi bagian penting dari strategi distribusi

CV. Aneka Citra. Praktikan turut aktif dalam pengenalan produk ke

berbagai toko, Praktikan juga berkoordinasi dengan tim internal untuk

penyesuaian strategi promosi. Semua kegiatan ini dilakukan dengan

menyesuaikan kebutuhan perusahaan dan mendukung pencapaian target penjualan divisi marketing secara keseluruhan. 5 3. Praktikan belajar dan turut mengimplementasikan kemampuan komunikasi bisnis dengan berbagai pihak seperti pemilik toko, pelanggan, dan tim internal CV. Aneka Citra.

Praktikan membangun hubungan Kerjasama yang baik guna memastikan kelancaran proses promosi dan distribusi produk. Kemampuan komunikasi ini menjadi aspek penting dalam menciptakan interaksi yang profesional, menjaga loyalitas pelanggan, serta mendukung keberhasilan strategi pemasaran di lapangan yang dijalankan oleh perusahaan. 1.3 Manfaat Kerja Profesi

Pelaksanaan kegiatan Magang atau Kerja Profesi (KP) yang telah dijalani oleh praktikan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik di Universitas Pembangunan Jaya, tetapi juga memberikan berbagai keuntungan yang berarti, khususnya dalam memberikan gambaran nyata dan pengalaman langsung di lingkungan kerja. Manfaat dari kegiatan ini tidak hanya dirasakan oleh praktikan sebagai peserta, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pihak universitas sebagai penyelenggara program, yaitu Universitas Pembangunan Jaya, serta bagi perusahaan tempat magang berlangsung, yaitu CV. Aneka Citra. Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi mahasiswa yaitu praktikan, sebagai berikut:

a. Mahasiswa, dalam hal ini praktikan, memperoleh manfaat berupa pengembangan diri melalui berbagai aktivitas dan tugas yang dijalankan selama berada di divisi marketing. Dalam menjalankan tugasnya, praktikan dihadapkan dengan berbagai tantangan yang mengasah kemampuan berpikir kritis, menyelesaikan masalah, serta membangun kerja sama tim. Pengalaman ini secara tidak langsung melatih praktikan dalam mengatur waktu dengan efektif, terutama dalam menyesuaikan berbagai proses kerja agar tidak mengalami keterlambatan. Kemampuan manajemen waktu menjadi hal penting yang mendukung kelancaran aktivitas di lapangan maupun pelaporan. Selain itu, praktikan juga belajar menyeimbangkan perannya sebagai mahasiswa dengan tanggung jawab sebagai bagian dari tim perusahaan selama masa magang berlangsung. b. Praktikan, sebagai mahasiswa, memperoleh kesempatan untuk



memperdalam dan memperluas pemahaman mereka terhadap materi yang telah dipelajari selama kuliah, khususnya dalam bidang seperti 6 manajemen pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, dan keuangan. 10 Melalui aktivitas magang di lapangan, praktikan dapat menghubungkan teori yang didapatkan di kelas dengan praktik langsung di dunia kerja. Hal ini menjadi pengalaman berharga karena selama perkuliahan, sebagian besar pembelajaran bersifat teoritis, sedangkan melalui magang, praktikan dapat menguji dan menerapkan langsung konsep-konsep yang telah dipelajari secara nyata di lingkungan industri. c. Praktikan juga memperoleh gambaran nyata mengenai dunia kerja yang akan mereka hadapi setelah lulus. Selama proses magang, praktikan dapat mengamati bagaimana sistem kerja dalam suatu perusahaan berjalan, termasuk bagaimana kolaborasi antara divisi berlangsung dan bagaimana proses bisnis dijalankan secara keseluruhan. Pengalaman ini membantu praktikan memahami suasana kerja, ritme pekerjaan harian, serta membuka wawasan mengenai jalur karir atau bidang pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kemampuan yang dimiliki. Melalui interaksi langsung dan pengalaman sehari-hari di tempat kerja, praktikan dapat menilai dan merencanakan arah kariernya secara lebih matang. 1.3.1 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi universitas yaitu Universitas Pembangunan Jaya, sebagai berikut: a. Universitas Pembangunan Jaya memperoleh manfaat dalam peningkatan mutu lulusan serta kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. Melalui program kerja profesi, universitas mendapatkan data dan masukan terbaru dari kegiatan di lapangan yang dapat digunakan untuk menyesuaikan kurikulum agar lebih relevan dengan kebutuhan industri. Pengalaman yang diperoleh mahasiswa selama magang menjadi dasar penting untuk menggabungkan teori dengan praktik dalam proses pembelajaran. Hal ini membantu universitas dalam menunjukkan perkembangan kualitas pendidikan dan mencetak lulusan yang lebih kompeten dan siap kerja. b. 9 Universitas Pembangunan Jaya juga dapat memperluas relasi dan kerja sama dengan berbagai perusahaan tempat mahasiswa melaksanakan magang, termasuk CV. Aneka Citra. Dengan adanya



jaringan ini, terbuka peluang kolaborasi antara pihak kampus dan dunia usaha untuk saling mendukung kebutuhan dan tujuan masing-masing. Perusahaan dapat menjadi mitra dalam menyediakan tempat praktik, sementara universitas dapat memberikan kontribusi dalam hal ilmu dan teori. Kerja sama ini memungkinkan adanya pertukaran informasi dan pengalaman, serta membuka ruang bagi pelaku industri untuk memberikan pembekalan dan wawasan langsung kepada mahasiswa sebelum mereka benar-benar terjun ke dunia kerja.

c. Universitas Pembangunan Jaya juga mendapatkan manfaat dalam bentuk pengembangan sistem pembelajaran, baik dari sisi dosen pengajar, metode pengajaran, maupun cara penilaian mahasiswa yang dapat disesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan dunia industri, berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan kerja profesi praktikan. Pengalaman nyata yang dibawa oleh praktikan dari tempat magang CV. Aneka Citra dapat menjadi bahan evaluasi dan inovasi dalam proses pendidikan di kampus. Hal ini mendorong Universitas untuk terus meningkatkan kualitas lulusannya agar sejalan dengan nilai-nilai JAYA yang menjadi dasar dan arah tujuan pendidikan di Universitas Pembangunan Jaya. Selain itu, pengembangan ini juga berkontribusi dalam memperkuat reputasi kampus agar semakin unggul dan kompetitif di dunia pendidikan tinggi.

1.3.2 Manfaat Bagi CV. Aneka

Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi perusahaan yaitu, CV. Aneka Citra, sebagai berikut:

a. CV. Aneka Citra memperoleh peluang untuk menjalin hubungan Kerjasama dengan perguruan tinggi yang menyelenggarakan program magang atau kerja profesi. Melalui hubungan ini, perusahaan dapat turut berkontribusi dalam pengembangan dunia pendidikan, terutama dalam menyelaraskan kurikulum pembelajaran dengan kebutuhan di dunia kerja nyata. Hal ini menjadi langkah positif agar lulusan yang dihasilkan memiliki kesiapan kerja yang lebih baik. Selain itu, perusahaan juga bisa memperkenalkan cara kerja serta produknya kepada mahasiswa, sehingga perusahaan ikut terlibat dalam proses pendidikan berbasis praktik sesuai dengan perkembangan dunia industri saat ini.

8

b. CV. Aneka Citra juga mendapat tambahan sumber daya manusia dari

kalangan mahasiswa yang sedang menjalani kerja profesi. Praktikan yang ikut dalam kegiatan perusahaan dapat memberikan bantuan dalam menjalankan aktivitas pemasaran langsung di lapangan. Selain membantu pekerjaan, praktikan juga membawa sudut pandang yang baru serta ide-ide kreatif karena mereka masih aktif belajar dan mengikuti perkembangan ilmu dari kampus. Pengetahuan yang mereka miliki dapat menjadi masukan positif bagi perusahaan dalam mengembangkan metode kerja dan menyesuaikan strategi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Hal ini memberi manfaat jangka pendek maupun jangka panjang bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi kerja dan daya saing. c. CV. Aneka Citra juga memperoleh manfaat dalam bentuk akses langsung kepada calon tenaga kerja yang sudah dibekali pengetahuan oleh lembaga pendidikan, sekaligus memberikan ruang bagi mahasiswa untuk belajar langsung melalui kegiatan magang. Kehadiran praktikan di perusahaan dapat membantu mempercepat proses dalam mencari dan menyiapkan karyawan baru di masa depan. Dengan adanya mahasiswa magang, perusahaan memiliki kesempatan untuk mengamati, melatih, dan membimbing mereka sesuai dengan kebutuhan kerja yang ada di perusahaan. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan karena bisa mendapatkan tenaga kerja yang sudah memahami sistem kerja dan budaya perusahaan sebelum nantinya direkrut secara resmi. 7 17 1.4 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melaksanakan kerja profesi pada perusahaan CV. Aneka Citra yang merupakan perusahaan bergerak di bidang makanan ringan tradisional yang memiliki store yang terletak di pusat berbelanja atau mall dikawasan Jabodetabek Adapun detail dari tempat kerja profesi yang praktikan telah laksanakan, sebagai berikut:

9 Sumber : Google maps

a. Nama Perusahaan : CV. Aneka Citra

b. Alamat : Komplek Ruko Duta Gardenia Blok B No. 10 – 11 Jl. Jurumudi – Tangerang 15124 (Kantor dan Gudang)

c. No. Telepon : 21 5409505

d. Posisi/Jabatan : Marketing, Salesman

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Praktikan memulai kerja profesi di CV. Aneka Citra dari tanggal 20 Januari sampai 20 April 2025, dilakukan dalam waktu 3 (tiga) bulan. Praktikan melakukan Kerja Profesi selama 5

(lima) hari dalam 1 (satu) minggu. Selama periode tersebut, praktikan menjalankan berbagai aktivitas kerja sesuai dengan bidang yang ditempatkan, yaitu pada Divisi Marketing sebagai salesman. 1 5 Jadwal kerja praktikan mengikuti jam operasional perusahaan, yaitu setiap hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 09.00 hingga 17.00 WIB, dengan istirahat makan siang dari pukul 12.00 hingga 13.00 WIB. Dalam jadwal ini, praktikan terlibat dalam kegiatan rutin seperti kegiatan lapangan seperti kunjungan ke store, gudang dan pelaksanaan promosi. Gambar 1.1 Lokasi Kantor CV. Aneka Citra 10 Adapun jadwal harian bersifat fleksibel tergantung pada agenda yang ditentukan oleh pembimbing di perusahaan, terutama ketika terdapat event atau kegiatan khusus seperti promosi produk di pusat perbelanjaan. 4 Kerja Profesi merupakan salah satu syarat kelulusan di Universitas Pembangunan Jaya dan Praktikan wajib membuat laporan Kerja Profesi setelah mengikuti Kerja Profesi. Isi dari laporan Kerja Profesi ini adalah latar belakang, maksud dan tujuan mengenai Kerja Profesi dan pada perusahaan tempat Praktikan melakukan Kerja Profesi yaitu di CV. Aneka Citra dan juga kegiatan - kegiatan selama Kerja Profesi berlangsung. 3 Praktikan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing kerja profesi dengan tujuan dosen pembimbing praktik dapat melihat perkembangan laporan Kerja Profesi yang telah dibuat oleh Praktik dan agar dosen pembimbing kerja profesi dapat memberikan saran dan masukan dalam menyusun laporan Kerja Profesi. Selain itu juga, dosen pembimbing diharapkan dapat memberi masukan atau solusi dari penyelesaian masalah yang dihadapi oleh Praktikan. 19 11 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA 2.1 Sejarah CV. Aneka Citra Gambar 2.1 Logo Aneka Citra Sumber: Google CV. 2 Aneka Citra merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi makanan ringan tradisional khas Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1996 di Tangerang, Banten, oleh Bapak Effendy Setiawan yang hingga kini menjabat sebagai direktur. Visi perusahaan adalah menghadirkan makanan ringan tradisional yang tidak hanya lezat, tetapi juga higienis, praktis, dan mampu menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas. Sejak awal berdirinya, CV. Aneka Citra berkomitmen menghadirkan makanan



ringan dengan mengedepankan cita rasa autentik dan kualitas bahan baku yang terjaga, serta memperhatikan aspek kebersihan dan kemasan yang praktis. Hal ini dilakukan guna memenuhi kebutuhan pasar yang semakin sadar akan pentingnya produk yang aman dikonsumsi dan mudah diakses dalam berbagai situasi, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai oleh-oleh. Pada awal perjalanan usahanya, cabang pertama CV. Aneka Citra didirikan di Gajah Mada Plaza, sebuah pusat perbelanjaan populer di kawasan Jakarta Pusat. Pemilihan lokasi ini sangat strategis karena Gajah Mada Plaza merupakan pusat aktivitas belanja 12 dan kuliner yang ramai dikunjungi masyarakat dari berbagai kalangan. Keberadaan cabang pertama ini menjadi tonggak awal bagi CV. Aneka Citra dalam memperkenalkan produk makanan ringan tradisional khas Indonesia kepada konsumen yang lebih luas, terutama di wilayah perkotaan yang menjadi pusat pertumbuhan dan gaya hidup modern. Melalui cabang ini, CV. Aneka Citra mulai membangun citra merek sebagai produsen dan distributor makanan ringan tradisional yang mengutamakan rasa, kebersihan, dan kepraktisan dalam penyajiannya. Keberhasilan di Gajah Mada Plaza menjadi dasar penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan jaringan distribusinya ke wilayah lain dan memperluas pasar secara bertahap. Seiring berjalannya waktu, permintaan pasar yang semakin meningkat mendorong perusahaan untuk memperbesar kapasitas distribusinya. Pada tahun 2000, perusahaan resmi berbadan usaha sebagai CV (Commanditaire Vennootschap) dengan nama CV. Aneka Citra. Dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk jajanan tradisional berkualitas, CV. Aneka Citra mulai memperluas jangkauan usahanya dengan membuka cabang-cabang baru di beberapa pusat perbelanjaan di Jakarta dan sekitarnya. Perusahaan juga menjalin kerja sama dengan berbagai mitra distribusi untuk memperkuat jaringan pemasaran. Strategi ini bertujuan agar produk Aneka Citra dapat lebih mudah diakses oleh konsumen dari berbagai wilayah. Selain memperluas jaringan distribusi, CV. Aneka Citra juga berinovasi dalam pengemasan dan diversifikasi produk. Perusahaan memperkenalkan varian-varian

baru jajanan tradisional dengan kemasan modern dan higienis, sehingga produk cocok dipasarkan tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk pasar nasional bahkan ekspor. Upaya ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas dan keaslian cita rasa Indonesia, namun tetap relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan konsumsi. Didukung oleh pengalaman lebih dari tiga dekade dan semangat melestarikan budaya kuliner Indonesia, CV. Aneka Citra terus tumbuh sebagai salah satu pelaku usaha makanan ringan tradisional terpercaya yang mampu bersaing di tengah dinamika industri makanan modern. Di bawah kepemimpinan Bapak Effendy Setiawan sebagai direktur, perusahaan terus berinovasi dan beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang.

13 2.2 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan elemen penting dalam mendukung kelancaran operasional sebuah perusahaan. Struktur organisasi CV. Aneka Citra ditetapkan dan disesuaikan guna memastikan bahwa seluruh proses bisnis, mulai dari produksi hingga distribusi makanan ringan, dapat berjalan secara efektif dan efisien. Tujuan dari struktur organisasi ini adalah untuk menjamin kelancaran jalannya kegiatan perusahaan serta memastikan penempatan personel yang kompeten sesuai dengan bidang tugas masing-masing. Struktur organisasi CV. Aneka Citra tidak hanya berfungsi sebagai pembagian tanggung jawab kerja, tetapi juga sebagai alat koordinasi yang penting. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, setiap divisi seperti marketing, keuangan, sumber daya manusia, logistik dan operasional dapat menjalankan fungsinya secara optimal sesuai dengan peran dan tanggung jawab yang telah ditentukan. Hal ini juga membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan efisiensi kerja, serta membentuk komunikasi yang terstruktur antara seluruh bagian dalam organisasi. Adapun uraian pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi pada CV. Aneka Citra adalah sebagai berikut:

1. Direktur Adapun tugas-tugas Direktur adalah sebagai berikut:
 - a. Memimpin dan mengawasi seluruh aktivitas operasional

perusahaan. b. Menentukan visi, misi, serta arah strategis perusahaan.
c. Mengambil keputusan penting dalam manajemen, keuangan, dan ekspansi bisnis. d. Mewakili perusahaan dalam hubungan eksternal dan internal.

Tabel 2. 1 BAGAN STRUKTUR ORGANISASI CV. Aneka Citra 14 2. Komisaris

Adapun tugas-tugas Komisaris adalah sebagai berikut: a. Mengawasi kinerja direksi dan operasional perusahaan secara umum. b. Memberikan nasihat dan masukan kepada direktur dalam pengambilan keputusan yang strategis.

c. Memastikan perusahaan berjalan sesuai regulasi dan prinsip tata

kelola yang baik. 3. Finance Manager Adapun tugas-tugas Finance manager

dan Staff Keuangan adalah sebagai berikut: a. Menyusun rencana keuangan dan anggaran perusahaan. b. Memastikan kelancaran arus kas serta

pengelolaan dana yang efisien. c. Menganalisis laporan keuangan Staff

Keuangan d. Melakukan pencatatan transaksi keuangan harian. e. Membantu

penyusunan laporan keuangan dan dokumen pendukung. 4. Marketing Adapun

tugas-tugas Marketing dan Staff Marketing adalah sebagai berikut: a.

Merancang dan menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

b. Mengelola promosi dan hubungan dengan pelanggan. c. Menganalisis

pasar dan tren konsumen. Staff Marketing d. Membantu pelaksanaan

kegiatan promosi dan kampanye pemasaran. e. Mengelola konten media

sosial dan data pelanggan. 5. HRD Manager Adapun tugas-tugas HRD

Manager adalah sebagai berikut: a. Menyusun kebijakan sumber daya

manusia (SDM) dan pelatihan karyawan. b. Mengelola proses rekrutmen,

evaluasi kinerja, serta administrasi kepegawaian. c. Menjaga hubungan

kerja yang harmonis dan memastikan kepatuhan terhadap hukum

ketenagakerjaan. 15 6. Kepala Gudang Adapun tugas-tugas Kepala Gudang

dan Asisten adalah sebagai berikut: a. Mengatur penerimaan, penyimpanan,

dan pengeluaran barang. b. Menjaga stok barang tetap akurat dan

terorganisir. c. Bertanggung jawab atas kebersihan dan keamanan gudang.

Asisten Gudang d. Membantu pencatatan, pengecekan, dan penataan barang.

e. Mendukung kegiatan operasional harian di gudang. 7. Kepala Logistik

Adapun tugas-tugas Kepala Logistik adalah sebagai berikut: a. Merencanakan

dan mengatur pengiriman barang secara efisien dan tepat waktu. b. Menyusun jadwal serta rute distribusi. c. Berkoordinasi dengan gudang dan bagian lain untuk memastikan kelancaran proses logistic 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan CV.

2 Aneka Citra merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi makanan ringan tradisional khas Indonesia. Kegiatan utama perusahaan ini adalah menyalurkan berbagai jenis produk camilan yang diperoleh dari mitra produsen ke berbagai titik penjualan, terutama di pusat-pusat perbelanjaan modern, seperti mall, minimarket, dan toko oleh-oleh. Fokus utama dari kegiatan distribusi ini adalah memastikan bahwa produk-produk yang dipasarkan dapat menjangkau konsumen secara luas dengan kualitas yang tetap terjaga. Beberapa kegiatan umum yang dilakukan oleh CV. Aneka Citra antara lain: 1. Pengadaan Produk CV. Aneka Citra menjalin kerjasama dengan sejumlah produsen makanan ringan lokal yang telah terseleksi secara ketat berdasarkan standar mutu dan reputasi usaha. Proses seleksi mitra produsen ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti konsistensi kualitas produk, kapasitas produksi serta kepatuhan terhadap standar kesehatan dan keamanan pangan. Kemitraan ini bersifat jangka panjang dan saling menguntungkan, di mana produsen mendapat kepastian pasar, sementara CV. Aneka Citra memperoleh produk dengan kualitas yang terjaga dan harga yang kompetitif. 16 Produk-produk makanan ringan yang dipasok meliputi berbagai jenis camilan tradisional seperti keripik singkong, keripik tempe, kacang-kacangan, dan camilan khas daerah lainnya. Setiap produk yang masuk ke dalam gudang CV. Aneka Citra melalui proses pengecekan kualitas secara rutin, baik dari segi rasa, kemasan, maupun tanggal kedaluwarsa, untuk memastikan bahwa hanya produk terbaik yang akan dipasarkan kepada konsumen. Jumlah produk yang dipesan disesuaikan dengan permintaan pasar berdasarkan analisis tren penjualan dan proyeksi kebutuhan di setiap titik distribusi. 2. Penyimpanan dan Manajemen Stok Produk yang diperoleh dari mitra produsen disimpan terlebih dahulu di gudang distribusi milik CV. Aneka Citra sebelum didistribusikan ke berbagai outlet penjualan dan titik promosi.

Gudang ini berfungsi sebagai pusat logistik yang memastikan ketersediaan barang selalu dalam jumlah yang cukup dan dalam kondisi optimal. Tim logistik bertanggung jawab penuh atas pengelolaan stok, mulai dari pencatatan jumlah produk masuk dan keluar, pengawasan tanggal kedaluwarsa, hingga penataan fisik barang di gudang agar memudahkan proses pengambilan. Salah satu prinsip yang diterapkan dalam manajemen stok adalah sistem rotasi first in, first out (FIFO), guna memastikan produk yang lebih lama disimpan akan didistribusikan terlebih dahulu. **16 Hal ini penting untuk menjaga kualitas produk tetap terjaga saat sampai di tangan konsumen.**

Selain itu, tim logistik juga secara berkala melakukan pengecekan terhadap kondisi fisik produk, terutama untuk mendeteksi kerusakan kemasan atau penurunan kualitas akibat penyimpanan yang terlalu lama. Semua aktivitas penyimpanan dan pengelolaan stok ini dilakukan secara tertib dan terorganisir agar mendukung kelancaran proses distribusi dan meminimalisasi risiko kerugian akibat produk rusak atau kedaluwarsa. 3. Distribusi ke berbagai Store Aneka Citra Setelah proses pengelolaan stok dan penyimpanan selesai, produk-produk siap jual kemudian didistribusikan ke berbagai store Aneka Citra yang tersebar di beberapa pusat perbelanjaan strategis. Proses distribusi ini dilakukan secara rutin dan terjadwal, biasanya beberapa kali dalam seminggu, agar ketersediaan produk di masing-masing toko tetap terjaga dan tidak terjadi kekosongan stok. Tim distribusi memastikan setiap outlet menerima produk sesuai permintaan dan kebutuhan toko, berdasarkan data penjualan sebelumnya maupun proyeksi permintaan yang sedang meningkat, misalnya menjelang hari libur atau saat ada event promosi. Selain itu, produk yang dikirim juga diperhatikan dari segi kualitas dan kelayakan, 17 termasuk dalam pengepakan agar tidak rusak selama pengiriman. Koordinasi antara gudang, tim distribusi, dan penanggung jawab toko sangat penting agar proses distribusi berjalan lancar, efisien, dan tepat waktu. 4. Promosi dan Pemasaran Produk CV. Aneka Citra secara aktif melakukan berbagai kegiatan promosi dan pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk serta

menarik minat konsumen. Promosi dilakukan baik secara langsung, seperti melalui partisipasi dalam event, pameran, dan kegiatan sampling di pusat perbelanjaan maupun area publik lainnya. Melalui kegiatan ini, perusahaan dapat memperkenalkan produk secara langsung kepada calon konsumen, memberikan pengalaman mencicipi produk, serta membangun interaksi yang positif dan lebih personal. Selain itu, kegiatan promosi ini juga digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan feedback dari konsumen, mengenali pasar, serta mengamati perilaku konsumen secara langsung. Hal ini menjadi masukan penting bagi tim marketing dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif ke depannya.

5. Layanan Konsumen dan Evaluasi Pasar Perusahaan juga rutin melakukan evaluasi terhadap kinerja penjualan dan tren konsumen melalui masukan dari laporan penjualan, serta hasil observasi di lapangan. Informasi ini menjadi dasar untuk melakukan perbaikan strategi distribusi dan pemilihan produk ke depannya. Dengan kegiatan umum tersebut, CV. Aneka Citra memainkan peran penting dalam menghubungkan produsen camilan lokal dengan pasar ritel modern, serta ikut melestarikan dan mempopulerkan jajanan tradisional di tengah masyarakat urban yang semakin dinamis.

8 13 18 BAB III PELAKSANAAN KERJA

PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi di CV. 2 Aneka

Citra, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan

distributor makanan ringan tradisional khas Indonesia. Perusahaan ini telah dikenal luas sebagai penyedia jajanan khas nusantara yang dikemas secara higienis dan modern agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat, baik secara lokal maupun nasional. Dalam pelaksanaan kegiatan kerja profesi, praktikan ditempatkan pada Divisi Marketing, khususnya di bagian Salesman. Divisi ini memiliki tanggung jawab utama dalam menjalin hubungan dengan konsumen dan memperkenalkan serta memasarkan produk ke berbagai titik penjualan, serta mengumpulkan informasi pasar sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi penjualan perusahaan. Bidang kerja ini memberikan kesempatan bagi praktikan untuk memahami secara langsung dinamika pemasaran, strategi komunikasi bisnis, serta aktivitas penjualan

di lapangan yang melibatkan interaksi dengan berbagai pihak seperti toko- toko ritel, konsumen langsung, hingga agen distributor. Praktikan juga diperkenalkan dengan proses pengelolaan distribusi dan stok barang, pencatatan hasil penjualan, hingga pelaporan kegiatan harian. 3.2 Pelaksanaan Kerja Kerja Profesi di CV. Aneka Citra dilaksanakan secara Work From Office (WFO) selama periode 20 Januari 2025 hingga April 2025, dengan jadwal kerja dari hari Senin sampai Jumat. Selama pelaksanaan magang, praktikan ditempatkan di divisi Marketing, serta diberikan kesempatan untuk memahami berbagai aspek operasional di perusahaan, mulai dari kegiatan promosi, penjualan, pengelolaan stok, hingga distribusi produk. Praktikan dibimbing dari divisi marketing dan mendapatkan pengalaman langsung dalam kegiatan pemasaran produk makanan ringan tradisional, baik secara langsung di lapangan maupun secara digital melalui pembuatan konten promosi. Selain itu, praktikan juga diajak untuk ikut serta dalam diskusi strategi pemasaran, evaluasi penjualan, dan pengembangan ide promosi. Melalui kegiatan ini, praktikan 19 memperoleh gambaran nyata tentang dinamika kerja di perusahaan retail dan pentingnya koordinasi tim dalam mencapai target pemasaran. 3.2.1 Pengenalan Produk dan Orientasi Lapangan Pada awal pelaksanaan kegiatan kerja profesi, praktikan mengikuti tahap pengenalan produk sebagai langkah awal sebelum terjun langsung ke lapangan. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali praktikan dengan pemahaman yang komprehensif mengenai berbagai jenis produk yang diproduksi dan didistribusikan oleh CV. Aneka Citra. Produk-produk tersebut merupakan makanan ringan tradisional khas Indonesia yang telah dikemas secara modern dan higienis, dengan sasaran konsumen dari berbagai kalangan usia. Sumber: Dokumen Pribadi Selain memahami karakteristik produk, praktikan juga diberikan informasi mengenai ukuran dan jenis kemasan, baik yang diperuntukkan bagi penjualan eceran maupun kemasan grosir untuk kebutuhan distribusi dalam skala besar. Informasi ini sangat penting agar praktikan dapat memahami strategi harga yang diterapkan oleh Perusahaan, Setelah memahami seluruh aspek produk,

praktikan mengikuti sesi orientasi lapangan yang dipandu langsung oleh pembimbing. Gambar 3.1 Praktikan Melakukan Kunjungan Ke Gudang Aneka Citra Snack 20 Sumber: Dokumen Pribadi Orientasi ini mencakup pemetaan wilayah distribusi, titik-titik penjualan aktif, serta strategi penempatan produk di lokasi-lokasi strategis. Praktikan juga diperkenalkan dengan sistem rotasi wilayah dan cara mengelola hubungan baik dengan mitra toko serta pelanggan tetap. Dalam sesi ini, praktikan turut mempelajari alur logistik mulai dari penyimpanan produk di gudang hingga proses pengantaran ke berbagai titik distribusi. Tidak hanya itu, praktikan juga diajarkan mengenai standar pelayanan kepada konsumen seperti cara melakukan penawaran produk, menjelaskan promosi yang sedang berlangsung, hingga teknik menjawab keberatan konsumen. Seluruh proses orientasi ini merupakan bagian penting dari pembentukan kesiapan praktikan dalam menjalankan tugas pemasaran secara langsung di lapangan, sekaligus membangun pemahaman awal terhadap sistem kerja yang diterapkan oleh perusahaan. Dengan mengikuti tahapan pengenalan produk dan orientasi lapangan ini, praktikan dapat mengembangkan wawasan dasar yang kuat mengenai produk dan strategi distribusi CV. Aneka Citra. Pengetahuan ini menjadi fondasi penting dalam pelaksanaan kegiatan magang selanjutnya, di mana praktikan mulai dilibatkan dalam kegiatan penjualan, promosi, dan distribusi secara langsung di lapangan. Gambar 3.2 Praktikan Memahami Proses Logistik 21 3.2.2 Kunjungan Ke Store Aneka Citra Snack Sebagai bagian dari kegiatan kerja profesi di Divisi Marketing CV. Aneka Citra, praktikan secara aktif terlibat dalam kegiatan kunjungan lapangan bersama tim Sales. Kegiatan ini merupakan salah satu aktivitas inti dalam proses distribusi dan pemasaran produk-produk makanan ringan tradisional yang diproduksi oleh perusahaan. Praktikan mendampingi tim Sales dalam melakukan kunjungan ke berbagai store yang tersebar di wilayah pemasaran strategis. Lokasi-lokasi yang dikunjungi meliputi store yang berada dipusat perbelanjaan seperti mall. Sumber: Dokumen Pribadi Kunjungan ini memiliki beberapa tujuan utama. Pertama, untuk menawarkan

produk-produk baru maupun varian yang sedang dipromosikan kepada pemilik atau pengelola toko. Dalam kegiatan ini, praktikan belajar bagaimana menyampaikan keunggulan produk secara persuasif, menjelaskan kelebihan rasa, kepraktisan kemasan, harga jual, serta potensi keuntungan bagi mitra usaha. Praktikan juga ikut mengamati dan mempelajari cara melakukan pendekatan yang efektif, termasuk membangun komunikasi yang ramah namun tetap profesional agar terjalin hubungan bisnis jangka panjang. Gambar 3.3 Praktikan Melakukan Kunjungan Ke Store Aneka Citra Snack 22 Kedua, kunjungan dilakukan untuk melakukan pengisian ulang stok (restocking). Praktikan turut memantau jumlah produk yang tersisa di rak atau etalase toko dan mencocokkan dengan data penjualan sebelumnya. Jika ditemukan kekurangan atau stok kosong, tim sales akan langsung melakukan penawaran untuk pemesanan kembali. Dalam proses ini, praktikan dilibatkan dalam pencatatan jumlah produk yang dibutuhkan, serta ikut memproses transaksi ringan di lapangan. Sumber: Dokumen Pribadi Ketiga, kunjungan ini menjadi sarana untuk menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan para konsumen. Praktikan belajar pentingnya menjaga komunikasi dua arah yang saling menguntungkan, di mana tidak hanya menjual produk, tetapi juga mendengarkan masukan, kritik, maupun kendala yang dihadapi oleh konsumen dalam membeli produk CV. Aneka Citra. Selain itu, praktikan juga ikut mengamati strategi display produk yang digunakan di berbagai jenis outlet. Penempatan produk yang menarik, pemanfaatan rak promosi, serta penggunaan label harga yang informatif menjadi bagian dari pembelajaran dalam memahami pentingnya visual Gambar 3.4 Praktikan Saat Menggunakan Mesin Cash Register 23 merchandising dalam proses penjualan. Praktikan mencatat strategi-strategi tersebut untuk kemudian dibahas dalam evaluasi internal tim pemasaran. Melalui kegiatan kunjungan ini, praktikan tidak hanya memperoleh pengalaman langsung dalam proses distribusi, namun juga memahami dinamika dunia pemasaran di lapangan, interaksi bisnis dengan berbagai mitra, dan tantangan nyata yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengelola jalur distribusinya. Pengalaman

ini menjadi bekal berharga bagi praktikan dalam mengembangkan keterampilan komunikasi, negosiasi, serta pemahaman terhadap strategi penjualan yang efektif di dunia nyata. 3.2.3 Menjadi Salesman Pada Event Bazaar

Selama pelaksanaan kerja profesi, praktikan juga dilibatkan dalam kegiatan promosi langsung sebagai bagian dari tim sales pada dua event besar, yaitu event Imlek 2025 yang diselenggarakan di Summarecon Mall Serpong dan event Lebaran 2025 di Bintaro Plaza. Kedua kegiatan ini merupakan bagian dari strategi pemasaran CV. Aneka Citra dalam memperkenalkan produk secara lebih luas kepada konsumen melalui pendekatan event-based promotion yang bersifat langsung dan interaktif. Pada event Imlek 2025 di

Summarecon Mall Serpong, praktikan turut membantu tim sales dalam mendekorasi booth dengan nuansa khas Imlek, seperti penggunaan ornamen merah dan emas, serta banner promosi bertema Tahun Baru Cina. Praktikan juga terlibat dalam penawaran spesial, seperti diskon paket bundling. Praktikan aktif dalam menyambut pengunjung, menawarkan produk unggulan seperti keripik tempe, rengginang, dan kue-kue khas Aneka Citra, serta membagikan sampling produk agar calon konsumen bisa langsung mencicipi rasa dan kualitas produk yang ditawarkan. Strategi ini berhasil menarik minat banyak pengunjung, terutama keluarga yang sedang mencari oleh-oleh atau camilan untuk perayaan Imlek. 24 Sumber: Dokumen Pribadi Pada event Imlek 2025 di Summarecon Mall Serpong, praktikan turut membantu tim sales dalam mendekorasi booth dengan nuansa khas Imlek, seperti penggunaan ornamen merah dan emas, serta banner promosi bertema Tahun Baru Cina. Praktikan juga terlibat dalam penawaran spesial, seperti diskon paket bundling. Praktikan aktif dalam menyambut pengunjung, menawarkan produk unggulan seperti keripik tempe, rengginang, dan kue-kue khas Aneka Citra, serta membagikan sampling produk agar calon konsumen bisa langsung mencicipi rasa dan kualitas produk yang ditawarkan.

Strategi ini berhasil menarik minat banyak pengunjung, terutama keluarga yang sedang mencari oleh-oleh atau camilan untuk perayaan Imlek. Gambar 3.5 Praktikan Melakukan Sales Pada Event Imlek Di Mall Summarecon

Serpong 25 Sumber: Dokumen Pribadi Selanjutnya, pada event Lebaran 2025 di Bintaro Plaza, praktikan kembali bergabung dengan tim sales untuk mengelola stand promosi yang mengusung tema Idul Fitri. Menampilkan berbagai hampers atau paket lebaran berisi produk Aneka Citra. Dalam kegiatan ini, praktikan bertugas menjelaskan isi dan harga setiap paket kepada pengunjung, menawarkan diskon spesial menjelang hari raya, serta membantu sistem transaksi langsung di tempat. Praktikan juga membagikan sampling produk seperti kue kering dan kacang khas Aneka Citra, serta memberikan informasi mengenai ketersediaan produk untuk pemesanan dalam jumlah besar. Melalui keikutsertaan dalam kedua event tersebut, praktikan memperoleh pemahaman langsung mengenai strategi promosi berbasis event, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-event. Praktikan juga belajar bagaimana menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen secara langsung, membaca respon pasar, serta menyesuaikan pendekatan promosi sesuai dengan karakteristik pengunjung di masing-masing lokasi. Pengalaman ini menjadi bekal penting dalam memahami pentingnya kreativitas, pelayanan, serta strategi pemasaran yang adaptif dalam menarik minat dan meningkatkan penjualan produk di pasar yang kompetitif.

Gambar 3.6 Praktikan Melakukan Sales Pada Event Hari Raya Idul Fitri Di Bintaro Plaza

26 3.2.4 Kunjungan Ke Store Aneka Citra

Snack Selain terlibat dalam aktivitas penjualan, praktikan juga berkontribusi dalam pembuatan konten promosi digital selama berlangsungnya event. Praktikan membantu mengambil foto dan video produk saat event berlangsung, mendokumentasikan untuk kemudian diolah menjadi konten media sosial perusahaan. Konten-konten tersebut disesuaikan dengan kebutuhan platform digital TikTok milik perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas merek dan menjangkau audiens yang lebih luas di ranah digital. Sumber: Dokumen Pribadi Pembuatan konten ini juga melibatkan proses editing sederhana yang dilakukan menggunakan aplikasi ponsel yang umum digunakan dalam aktivitas pemasaran digital, seperti CapCut,. Praktikan belajar menggunakan fitur-fitur dasar dari aplikasi tersebut

untuk menambahkan elemen-elemen penting ke dalam konten, efek visual ringan yang dapat menarik perhatian audiens, hingga memasukan musik latar yang sesuai dengan nuansa produk atau event yang sedang berlangsung. Selain itu, praktikan juga dilatih untuk memilih dan menambahkan hashtag yang relevan dan sedang tren, guna meningkatkan jangkauan konten di platform media sosial seperti TikTok. Gambar 3.7

Praktikan Membantu Membuat Konten Di Tiktok Aneka Citra Snack 27 Dalam proses ini, praktikan bekerja sama secara langsung dengan tim pemasaran CV. Aneka Citra untuk menyusun skenario konten yang kuat dan konsisten dengan pesan merek. Bersama-sama, tim dan praktikan mendiskusikan pesan utama yang ingin disampaikan dalam setiap konten, mulai dari pengenalan produk baru, promosi musiman, hingga momen khusus seperti event diskon atau program loyalitas pelanggan. Salah satu hal yang dipelajari praktikan adalah pentingnya menonjolkan momen-momen menarik dan eksklusif, seperti promo, sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan pembelian dan keterlibatan konsumen. Praktikan juga ikut menentukan elemen visual mana yang paling efektif untuk menarik minat target audiens berdasarkan karakteristik konsumen CV. Aneka Citra. Kegiatan ini tidak hanya menjadi bagian penting dalam mendukung strategi digital marketing perusahaan secara keseluruhan, tetapi juga memberikan pengalaman belajar yang nyata bagi praktikan dalam memahami pentingnya visual branding dalam dunia pemasaran modern. Praktikan menyadari bahwa desain visual yang menarik, konsistensi pesan, serta pendekatan storytelling dalam konten digital sangat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas suatu produk atau merek. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat keahlian teknis praktikan dalam mengelola konten media sosial, tetapi juga menanamkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana membangun hubungan yang lebih kuat dan emosional dengan konsumen melalui media digital. 28

Sumber: Dokumen Pribadi Melalui keterlibatan aktif dalam kedua event promosi yang dilakukan, baik secara langsung di lokasi maupun melalui platform digital, praktikan memperoleh pemahaman yang lebih



menyeluruh tentang strategi promosi yang efektif. Praktikan belajar bahwa strategi pemasaran tidak bisa hanya bergantung pada interaksi langsung di lapangan, namun harus didukung oleh konten digital yang informatif, menarik, dan relevan agar pesan promosi dapat menjangkau konsumen lebih luas. Pengalaman ini juga memperkuat kemampuan praktikan dalam membaca dinamika pasar, menyesuaikan strategi komunikasi, serta merancang kampanye promosi yang tidak hanya meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, tetapi juga membangun citra merek Aneka Citra secara berkelanjutan di mata konsumen. . Gambar 3.8 Praktikan membuat konten di mall

summarecon serpong 29

3.3 Kendala yang Dihadapi

3.3.1 Adaptasi Lingkungan Kerja

Pada tahap awal pelaksanaan kegiatan kerja profesi di CV. Aneka Citra, praktikan menghadapi sejumlah tantangan yang cukup berarti, terutama dalam hal menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang baru dan berbeda dari kebiasaan di lingkungan akademik. Salah satu kendala utama yang paling dirasakan adalah adanya perbedaan ritme dan intensitas kerja yang cukup signifikan antara dunia perkuliahan dengan dunia kerja profesional. Di lingkungan perkuliahan, kegiatan umumnya berlangsung dalam jadwal yang lebih fleksibel, terstruktur, serta memungkinkan mahasiswa untuk mengatur waktu belajar dengan lebih santai. Sebaliknya, di dunia kerja, khususnya pada divisi tinged sales yang bergerak cepat dan dinamis, alur kerja menuntut respons yang sigap, kemampuan untuk berpikir dan bertindak cepat, serta kesiapan untuk menghadapi perubahan dan tantangan secara langsung di lapangan. Selain ritme kerja yang berbeda, praktikan juga memerlukan waktu untuk mempelajari dan memahami struktur organisasi perusahaan, termasuk mengenali fungsi dan tanggung jawab dari masing-masing divisi yang ada. Hal ini penting agar praktikan dapat menempatkan diri dengan tepat dalam alur kerja dan tidak salah dalam berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait. Pada awal masa magang, praktikan masih mengalami kesulitan dalam menjalin komunikasi yang efektif, baik dengan atasan maupun dengan rekan kerja. Praktikan perlu mempelajari gaya komunikasi profesional yang



digunakan di lingkungan kerja, termasuk etika berbicara, tata cara menyampaikan pendapat, serta teknik bertanya atau meminta bantuan kepada rekan kerja tanpa mengganggu alur kerja yang sedang berlangsung 30

3.3.2 Kesulitan Dalam Memahami Produk secara Menyeluruh Pada tahap awal pelaksanaan kerja profesi, praktikan mengalami kesulitan dalam memahami secara menyeluruh seluruh produk yang dimiliki oleh CV. Aneka Citra.

Produk-produk makanan ringan tradisional yang dipasarkan memiliki beragam jenis, nama, varian rasa, bentuk kemasan, serta keunikan masing-masing yang menjadi nilai jual utama. Tidak hanya itu, setiap produk juga memiliki target pasar yang berbeda, baik berdasarkan selera konsumen, lokasi penjualan, maupun strategi distribusi. Kurangnya pengetahuan mendalam mengenai detail setiap produk membuat praktikan merasa kurang percaya diri saat harus menjelaskan atau menawarkan produk kepada konsumen. Hal ini menjadi kendala tersendiri, terutama karena posisi praktikan berada di divisi marketing yang menuntut kemampuan untuk mempresentasikan produk dengan jelas, menarik, dan meyakinkan. Dalam beberapa kesempatan, praktikan mengalami kebingungan ketika ditanya oleh konsumen mengenai kandungan produk, perbedaan antar varian, atau keunggulan dari produk tertentu dibandingkan produk sejenis di pasaran. Selain itu, setiap produk memiliki strategi promosi dan penanganan berbeda, termasuk dalam hal penempatan di rak, harga jual yang disesuaikan serta masa penyimpanan. Praktikan perlu mempelajari semua informasi tersebut secara bertahap agar dapat mengikuti alur kerja tim sales dengan baik.

Ketidaksiapan awal ini sempat menghambat kecepatan kerja di lapangan karena praktikan perlu bertanya atau memastikan kembali informasi sebelum menyampaikan kepada pihak toko. 31 3.3.3 Interaksi Dengan Konsumen Salah satu tantangan yang dihadapi praktikan selama menjalani kerja profesi di CV. Aneka Citra adalah dalam hal berinteraksi langsung dengan konsumen. Sebagai bagian dari tim marketing dan sales, praktikan memiliki tanggung jawab untuk menjelaskan produk kepada calon pembeli, menawarkan promosi yang sedang berjalan, dan menjawab berbagai pertanyaan terkait produk.

Namun, pada awal pelaksanaan magang, praktikan merasa belum terbiasa untuk berbicara langsung dengan konsumen, terutama saat harus menyampaikan informasi dengan percaya diri di tempat umum seperti mall atau stand event. Praktikan sempat gugup, bingung menyusun kata-kata, dan takut memberikan informasi yang kurang tepat. Hal ini menjadi kendala karena komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Selain itu, tidak semua konsumen bersikap ramah. Ada pula yang cuek, menolak, atau tidak tertarik mendengarkan penjelasan. Situasi seperti ini cukup menantang bagi praktikan, karena membutuhkan mental yang kuat serta keterampilan untuk tetap tenang dan profesional dalam menghadapi berbagai macam karakter pelanggan.

3.3.4 Tantangan Saat Event Ramai

Pengunjung Salah satu kendala yang dihadapi praktikan selama pelaksanaan kerja profesi adalah ketika turut serta dalam kegiatan promosi produk Aneka Citra pada event besar yang berlangsung di pusat perbelanjaan. Dua event utama yang diikuti adalah perayaan Imlek 2025 di Summarecon Mall Serpong dan perayaan Lebaran 2025 di Bintaro Plaza. Kedua event ini merupakan momen penting bagi perusahaan untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik minat konsumen melalui booth promosi langsung di area mall yang ramai. Namun, tingginya antusiasme pengunjung dan padatnya arus lalu lintas orang di sekitar booth menjadi tantangan tersendiri bagi praktikan. Dalam kondisi seperti ini, praktikan dituntut untuk dapat melayani banyak pengunjung secara bersamaan, menjelaskan produk secara singkat namun tetap informatif, membagikan sampel, serta tetap menjaga kebersihan dan kerapian area display.

18 Dalam praktiknya, hal ini tidak semudah yang dibayangkan. 32 Praktikan merasa cukup kewalahan ketika harus menghadapi kerumunan pengunjung yang datang dalam waktu bersamaan, masing-masing dengan pertanyaan, ketertarikan, dan ekspektasi yang berbeda-beda terhadap produk. Ada pula situasi di mana beberapa pengunjung ingin mencoba sampel sekaligus bertanya tentang harga, promo, dan varian rasa, sementara di saat yang sama, pengunjung lain sudah menunggu giliran untuk dilayani. Situasi ini membuat praktikan merasa

bingung dalam mengatur prioritas dan pembagian waktu, apalagi dengan keterbatasan pengalaman dalam menghadapi konsumen secara langsung dalam skala besar. Terkadang, dalam suasana yang sangat padat, suara bising dari lingkungan sekitar juga menyulitkan komunikasi antara praktikan dan calon konsumen. Di sisi lain, tekanan untuk tetap sigap, ramah, dan profesional di tengah kepadatan pengunjung menjadi beban mental tersendiri.

7 8 3.4

Cara Mengatasi Kendala 3.4 1 Adaptasi Lingkungan Kerja Untuk mengatasi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja baru di CV. Aneka Citra, praktikan mulai melakukan pendekatan secara perlahan namun konsisten terhadap budaya kerja yang berlaku di perusahaan. Salah satu langkah pertama yang dilakukan adalah dengan mengamati ritme kerja rekan-rekan di divisi marketing dan sales, serta memahami tugas-tugas rutin harian yang menjadi tanggung jawab masing-masing karyawan. Praktikan juga mulai mencatat hal-hal penting, seperti pola komunikasi, cara menyampaikan laporan, hingga etika bekerja dalam tim. Hal ini bertujuan agar praktikan tidak hanya mengerjakan tugas, tetapi juga dapat menyesuaikan diri dengan norma dan kebiasaan yang ada di lingkungan kerja. Dengan dukungan dari supervisor lapangan dan rekan kerja yang kooperatif, praktikan diberikan arahan mengenai alur kerja, struktur organisasi, serta peran dari setiap posisi yang ada dalam perusahaan. 33 Proses adaptasi ini juga mencakup kemampuan mengatur waktu secara mandiri dan profesional. Dunia kerja menuntut kedisiplinan dan kecepatan dalam menyelesaikan tugas. Praktikan berusaha meningkatkan kemampuan manajemen waktu, termasuk datang tepat waktu, dan memastikan tugas diselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. 11 Seiring berjalannya waktu, praktikan menjadi lebih terbiasa dengan lingkungan kerja dan mampu menyesuaikan diri secara lebih efektif. Budaya kerja di CV. Aneka Citra yang mengedepankan kerja sama tim, kedisiplinan dalam ketepatan waktu, serta dorongan untuk mengambil inisiatif dalam menyelesaikan tugas-tugas juga merupakan bagian penting dari proses adaptasi yang harus dilalui praktikan. Praktikan dituntut untuk bisa

bekerja secara mandiri tanpa selalu menunggu arahan, menunjukkan rasa tanggung jawab atas setiap tugas yang diberikan, serta menjaga sikap profesional dalam berinteraksi dengan berbagai pihak, termasuk karyawan, mitra usaha, dan konsumen. Semua proses ini menjadi pengalaman berharga yang tidak hanya memperkaya wawasan praktikan, tetapi juga membantu dalam pembentukan karakter kerja yang tangguh, adaptif, dan siap menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

3.4.2 Kesulitan Dalam Memahami Produk Secara Menyeluruh

Kendala dalam memahami produk CV. Aneka Citra secara menyeluruh menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh praktikan selama menjalani kerja profesi, terutama karena praktikan ditempatkan di divisi marketing, tepatnya sebagai bagian dari tim sales. Dalam posisi ini, pemahaman yang mendalam terhadap setiap jenis produk yang dipasarkan menjadi keharusan yang mutlak. Hal ini penting tidak hanya untuk kepentingan internal, seperti penyusunan strategi pemasaran, tetapi juga untuk membangun komunikasi yang meyakinkan dan informatif kepada konsumen maupun mitra toko. Tanpa pengetahuan produk yang baik, proses penawaran produk dapat berjalan kurang efektif dan kepercayaan pelanggan pun sulit dibangun. Untuk mengatasi kendala tersebut, praktikan segera mengambil langkah inisiatif dengan menerapkan pendekatan pembelajaran yang lebih sistematis dan terstruktur. Praktikan memulai proses pembelajaran ini dengan mempelajari berbagai jenis produk yang diproduksi oleh CV. Aneka Citra, 34 termasuk mengenali nama-nama produk secara lengkap, memahami bahan baku utama yang digunakan dalam masing-masing produk, membedakan varian rasa yang tersedia, hingga mencatat keunggulan kompetitif setiap produk dibandingkan dengan produk sejenis di pasar. Praktikan juga mencoba memahami bagaimana selera pasar terhadap masing-masing produk, termasuk produk mana yang paling laris di momen tertentu seperti bulan puasa atau libur nasional. Selain belajar secara teori, praktikan juga mendapatkan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pengenalan produk. Praktikan dilibatkan dalam proses pengemasan produk untuk memahami

bagaimana standar kualitas diterapkan, membantu menyusun display produk di toko agar lebih menarik secara visual, serta mendampingi tim marketing saat berinteraksi dengan pelanggan secara langsung di toko atau di event promosi. Keterlibatan ini memberikan pengalaman nyata yang sangat membantu dalam memperkuat pemahaman terhadap karakteristik dan keunggulan produk. Melalui pengalaman-pengalaman tersebut, praktikan tidak hanya memperoleh pengetahuan yang lebih utuh mengenai produk, tetapi juga mulai mengembangkan kepercayaan diri dalam menjelaskan produk kepada konsumen. Praktikan mulai mampu menjelaskan informasi produk dengan lancar, menggunakan bahasa yang menarik dan mudah dipahami oleh konsumen, serta mampu menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan dengan lebih yakin. Kemampuan ini tentu sangat penting bagi seorang tenaga pemasaran, karena dapat meningkatkan citra produk sekaligus membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

3.4.3 Interaksi Dengan Konsumen Menghadapi konsumen secara langsung adalah tantangan tersendiri yang membutuhkan keterampilan interpersonal dan komunikasi yang baik. Untuk mengatasi rasa gugup dan ketidaksiapan dalam berinteraksi, praktikan mulai belajar dari pengalaman rekan kerja yang telah terbiasa menangani konsumen. Praktikan memperhatikan bagaimana mereka menyapa, menawarkan produk, menyampaikan informasi, serta menangani pertanyaan atau penolakan dengan tenang dan sopan.

35

Selanjutnya, praktikan mulai mencoba secara perlahan melakukan interaksi dengan konsumen, dimulai dari peran-peran sederhana seperti memberikan sampel, hingga menjawab pertanyaan dasar seputar produk. Dengan melakukan pendekatan bertahap ini, praktikan mendapatkan kepercayaan diri untuk berbicara lebih banyak kepada konsumen, termasuk menjelaskan promosi yang sedang berlangsung dan menyampaikan keunggulan produk secara ringkas namun informatif. Dalam proses ini, praktikan juga belajar untuk menghadapi beragam karakter konsumen, dari yang ramah hingga yang acuh. Praktikan mulai memahami bahwa tidak semua interaksi akan berjalan lancar, namun setiap pengalaman merupakan bagian dari pembelajaran. Dengan semakin banyak berlatih, kemampuan komunikasi praktikan meningkat dan membuatnya

lebih siap dalam menghadapi situasi di lapangan. 3.4.4 Tantangan Saat Event Ramai Pengunjung Pelaksanaan kegiatan promosi di event besar seperti perayaan Imlek dan Lebaran di mall menghadirkan tantangan tersendiri karena tingginya antusiasme dan volume pengunjung. Untuk mengatasi hal ini, praktikan melakukan berbagai persiapan sejak sebelum hari pelaksanaan, seperti mempelajari ulang produk-produk yang akan ditampilkan, mengenali lokasi booth, dan memahami alur kerja selama event berlangsung. Praktikan juga mendiskusikan strategi pelayanan bersama tim, termasuk membagi peran di lapangan agar masing-masing anggota bisa fokus pada tanggung jawabnya. Selama event berlangsung, praktikan berusaha untuk tetap tenang dan fokus meskipun banyak pengunjung datang bersamaan. Praktikan menyadari pentingnya mengatur tempo berbicara, menyampaikan informasi dengan cepat dan jelas, serta menghindari penjelasan yang terlalu panjang agar lebih efisien. 36 Selain itu, praktikan juga menjaga sikap profesional dan ramah dalam situasi yang penuh tekanan. Ketika suara bising menyulitkan komunikasi, praktikan menggunakan bahasa tubuh seperti senyum dan isyarat untuk membantu menyampaikan pesan. Semakin sering menghadapi kondisi ini, praktikan menjadi lebih terlatih dalam menangani keramaian, multitasking, dan tetap memberikan pelayanan yang baik kepada setiap konsumen yang datang. 3.5 Pembelajaran yang diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalani kegiatan kerja profesi di CV. Aneka Citra, praktikan memperoleh banyak pembelajaran berharga yang tidak hanya mendukung pengembangan keterampilan profesional, tetapi juga membentuk sikap kerja yang lebih matang dan bertanggung jawab.

6 Proses magang ini menjadi jembatan antara teori yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik nyata di dunia kerja, khususnya dalam bidang marketing dan sales.

Salah satu pembelajaran utama yang diperoleh adalah pemahaman langsung mengenai alur kerja sebuah perusahaan, termasuk struktur organisasi, pembagian tugas antar divisi, serta pentingnya koordinasi tim. Praktikan menyadari bahwa dalam dunia kerja, kolaborasi dan komunikasi yang efektif menjadi kunci utama untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

Selain itu, praktikan juga mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang strategi pemasaran produk secara langsung di lapangan, mulai dari cara mengenalkan produk kepada konsumen, menyusun display produk, menangani event promosi, hingga menghadapi berbagai jenis karakter pelanggan. Interaksi langsung ini menjadi latihan nyata dalam meningkatkan keterampilan komunikasi, kepercayaan diri, serta kemampuan menyampaikan informasi secara tepat dan menarik. Di sisi lain, praktikan juga belajar menghadapi tekanan kerja, mengelola waktu secara efisien, dan menyelesaikan tugas sesuai dengan target. Situasi seperti padatnya event promosi, banyaknya permintaan dari konsumen, serta tuntutan untuk cepat beradaptasi menjadikan pengalaman ini sebagai pembelajaran dalam membentuk sikap kerja yang profesional, cekatan, dan solutif. Tidak kalah penting, praktikan memahami bahwa dunia kerja menuntut tanggung jawab yang lebih besar dibandingkan lingkungan akademik. Ketepatan waktu, inisiatif, dan etika kerja menjadi aspek penting yang harus diterapkan setiap hari.

37 Secara keseluruhan, kegiatan kerja profesi ini memberikan gambaran nyata mengenai dunia kerja serta membekali praktikan dengan pengalaman yang tidak dapat diperoleh hanya dari ruang kelas. Pembelajaran ini diharapkan dapat menjadi bekal penting dalam mempersiapkan diri untuk menghadapi dunia kerja setelah lulus kuliah, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap profesional.

38 BAB IV PENUTUP 4.1 Kesimpulan Berdasarkan kegiatan kerja profesi yang telah dilaksanakan di CV. Aneka Citra, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan magang ini memberikan pengalaman berharga bagi praktikan dalam memahami secara langsung dunia kerja, khususnya di bidang pemasaran dan penjualan produk makanan ringan tradisional. Melalui kegiatan ini, praktikan memperoleh wawasan mengenai alur kerja di perusahaan, peran dan tanggung jawab masing-masing divisi, serta pentingnya kerja sama tim dalam mencapai tujuan perusahaan. Praktikan juga belajar untuk beradaptasi dengan budaya kerja yang menuntut kedisiplinan, kecepatan, dan ketepatan dalam bertindak. Selama berada di divisi marketing dan sales, praktikan terlibat langsung dalam

kegiatan pemasaran seperti menawarkan produk kepada konsumen, menangani event promosi, serta menjalin komunikasi dengan mitra toko. Kegiatan tersebut telah meningkatkan keterampilan komunikasi, rasa percaya diri, dan kemampuan problem solving di lapangan. Selain itu, praktikan juga menghadapi berbagai kendala, seperti adaptasi dengan lingkungan kerja, kesulitan memahami produk secara menyeluruh, tantangan saat berinteraksi dengan konsumen, dan tekanan saat mengikuti event yang ramai pengunjung. Namun, melalui bimbingan dari pembimbing lapangan dan pengalaman secara langsung, praktikan mampu belajar dari setiap tantangan tersebut dan berkembang secara pribadi maupun profesional. Secara keseluruhan, kerja profesi di CV.

15 Aneka Citra memberikan manfaat besar dalam menyiapkan praktikan untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. 14 Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal penting dalam mengembangkan karier di masa depan. 39 4.2 Saran

Setelah selesai melakukan kerja profesi di CV. Aneka Citra, Praktikan ingin menyampaikan beberapa saran demi kebaikan kerja profesi selanjutnya yaitu bagi praktikan, bagi perusahaan dan bagi universitas. 20 Berikut ini merupakan beberapa saran dari Praktikan : 4.2 1 Bagi Mahasiswa (Praktikan) a.

Praktikan diharapkan lebih cermat dan hati-hati dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan oleh pihak perusahaan. b. Praktikan sebaiknya lebih proaktif dalam bertanya dan mengungkapkan pendapat jika ada hal-hal yang belum dipahami. c. Praktikan diharapkan mampu menunjukkan inisiatif dalam mencari solusi terhadap permasalahan yang muncul selama pelaksanaan kerja profesi. 4.2.2 Bagi Perusahaan (CV. Aneka Citra) a. Perusahaan

diharapkan dapat membuka kesempatan lebih luas bagi mahasiswa untuk melaksanakan program kerja profesi. b. Perusahaan diharapkan menyediakan fasilitas koneksi internet yang lebih stabil guna mendukung kelancaran pekerjaan karyawan maupun praktikan. c. Perusahaan dapat mempertimbangkan pemberian tanggung jawab kerja yang lebih beragam agar mahasiswa memperoleh pengalaman kerja yang lebih komprehensif. 4.2.3 Bagi Universitas (Universitas Pembangunan Jaya) a. Universitas diharapkan dapat memberikan informasi terkait program kerja profesi secara lebih cepat dan

REPORT #27329571

jelas agar mahasiswa dapat mempersiapkan diri tanpa hambatan. b. Universitas diharapkan memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai perusahaan agar pilihan tempat kerja profesi semakin banyak. c. Universitas sebaiknya menyediakan daftar rekomendasi perusahaan bagi mahasiswa sebelum masa pelaksanaan kerja profesi dimulai. d. Universitas diharapkan memberikan pelayanan administrasi yang lebih cepat dan efisien, terutama dalam hal pengurusan surat-surat pengantar untuk keperluan kerja profesi mahasiswa.



REPORT #27329571

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.54% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10122/11/Bab%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	0.5% cogito.unklab.ac.id https://cogito.unklab.ac.id/index.php/cogito/article/download/64/61/197	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.45% eprints.uad.ac.id https://eprints.uad.ac.id/43422/1/61.%20REVISI%20LAPORAN%20KERJA%20PRA..	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.32% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8987/11/BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
5.	0.3% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/4665/3/Chapter1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.24% universitasindonesia.com https://universitasindonesia.com/berita-kampus/masoem-university-program-m..	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.23% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/3970/1/LAPORAN%20PKL%20SALSABILA%20%288...	● ●
INTERNET SOURCE		
8.	0.22% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3672/13/Bab%203.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
9.	0.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7365/15/BAB%20I.pdf	●



REPORT #27329571

INTERNET SOURCE	
10. 0.2% bimus.ac.id	●
https://bimus.ac.id/berita/pentingnya-magang-bagi-mahasiswa-menghubunga..	
INTERNET SOURCE	
11. 0.19% core.ac.uk	●
https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf	
INTERNET SOURCE	
12. 0.17% repository.fe.unj.ac.id	●
http://repository.fe.unj.ac.id/7496/1/INGE%20PANGESTY-8143163738.pdf	
INTERNET SOURCE	
13. 0.17% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3834/13/BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE	
14. 0.16% www.febiiid.online	●
https://www.febiiid.online/2024/06/pelaksanaan-praktikum-mahasiswa-dan.h...	
INTERNET SOURCE	
15. 0.15% repository.stsrdvisi.ac.id	●
http://repository.stsrdvisi.ac.id/1347/1/Laporan%20Kerja%20Profesi_Adelia%20..	
INTERNET SOURCE	
16. 0.12% www.hashmicro.com	●
https://www.hashmicro.com/id/blog/pengemasan-produk-yang-efektif/	
INTERNET SOURCE	
17. 0.11% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9787/11/BAB%20I.pdf	
INTERNET SOURCE	
18. 0.08% www.academia.edu	●
https://www.academia.edu/55597117/Peran_E_commerce_dalam_Meningkatka..	
INTERNET SOURCE	
19. 0.08% core.ac.uk	●
https://core.ac.uk/download/pdf/159372001.pdf	
INTERNET SOURCE	
20. 0.08% repo.palcomtech.ac.id	●
http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/928/2/PKL_D3SI_2022_ENDANG%20TRIA...	



REPORT #27329571

INTERNET SOURCE

21. **0.06%** repository.uisi.ac.id

<https://repository.uisi.ac.id/5821/1/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28AZIZAH%20..>

