

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

Praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi di CV. 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

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.



**Gambar 3.1** Praktikan Melakukan Kunjungan Ke Gudang Aneka Citra *Snack*  
**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 3.2 Praktikan Memahami Proses Logistik**

**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.

### 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*.

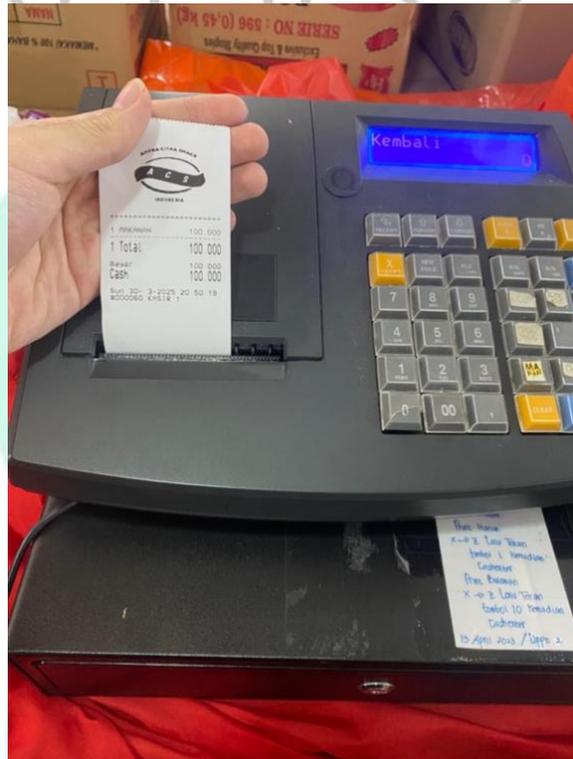


**Gambar 3.3** Praktikan Melakukan Kunjungan Ke Store Aneka Citra Snack

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.

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.



Gambar 3.4 Praktikan Saat Menggunakan Mesin Cash Register

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

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.



**Gambar 3.5 Praktikan Melakukan Sales Pada *Event* Imlek Di *Mall* Summarecon Serpong**

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

**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.

### 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.



**Gambar 3.7** Praktikan Membantu Membuat Konten Di Tiktok Aneka Citra Snack  
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*.

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*.



Gambar 3.8 Praktikan membuat konten di *mall* summarecon serpong

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.

### 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 tingedanan *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

### 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.

### 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*. Dalam praktiknya, hal ini tidak semudah yang dibayangkan.

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.

### **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.

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. 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,

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. Praktikkan 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, praktikkan juga mendapatkan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pengenalan produk. Praktikkan 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, praktikkan tidak hanya memperoleh pengetahuan yang lebih utuh mengenai produk, tetapi juga mulai mengembangkan kepercayaan diri dalam menjelaskan produk kepada konsumen. Praktikkan 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, praktikkan mulai belajar dari pengalaman rekan kerja yang telah terbiasa menangani konsumen. Praktikkan memperhatikan bagaimana mereka menyapa, menawarkan produk, menyampaikan informasi, serta menangani pertanyaan atau penolakan dengan tenang dan sopan.

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.

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. 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.

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.

