



0.84%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 7 JUL 2025, 2:07 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL
0.05%

● CHANGED TEXT
0.79%

Report #27365875

1 AKTIVITAS KERJA PROFESI SEBAGAI TIM MARKETING PADA PT FADAGI SEGAR SEJAHTERA 2 Latar Belakang Kerja Profesi Pada dinamika industri pangan dan distribusi produk segar yang semakin kompetitif perusahaan-perusahaan lokal maupun nasional kini dihadapkan pada tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi dan memperluas pangsa pasar. Persaingan tidak lagi hanya bergantung pada harga dan kualitas produk semata, tetapi telah meluas ke aspek kecepatan layanan, efisiensi distribusi, keberlanjutan pasokan, serta kemampuan perusahaan dalam menjalin dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen (Ozbekler & Ozturkoglu, 2020). Selain itu, ekspektasi konsumen terhadap transparansi asal produk, standar keamanan pangan, serta layanan yang personal dan responsif turut memeperketat dinamika pasar yang ada. Perubahan signifikan dalam perilaku konsumen menjadi faktor kunci yang tidak bisa diabaikan dalam industri pangan. Masyarakat kini semakin akrab dengan teknologi digital dan cenderung memilih layanan yang praktis, cepat, serta dapat diakses secara daring. Kenaikan tren belanja online untuk kebutuhan harian, termasuk produk segar dan daging, telah memicu pergeseran dalam cara perusahaan beroperasi dan melayani pelanggan (Droulers & Lacoste-Badie, 2025). Bersamaan dengan itu, munculnya pemain-pemain baru yang agresif dan inovatif, khususnya dari sektor startup berbasis digital, mendorong perusahaan untuk tidak lagi hanya mengandalkan model bisnis tradisional,

tetapi harus mampu berinovasi dan bertransformasi mengikuti arah perubahan zaman. Dalam menghadapi kondisi tersebut, salah satu strategi utama yang banyak diadopsi oleh pelaku usaha adalah diversifikasi. Diversifikasi menjadi Langkah adaptif yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperluas cakupan bisnisnya, memperkenalkan produk atau layanan baru, memasuki segmen pasar yang berbeda, serta menciptakan sumber pendapatan alternatif yang dapat menopang keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. (Suder et al., 2024) Strategi ini tidak hanya penting untuk menghindari risiko pasar yang stagnan, tetapi juga untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan di tengah tantangan dan ketidakpastian ekonomi global maupun domestik. Hal inilah yang juga menjadi arah startegis dari PT Fadagi Segar Sejahtera, perusahaan yang berdiri sejak tahun 2017 terus menunjukkan perkembangan signifikan melalui berbagai lini usaha yang dijalankannya. Dimulai sebagai supplier daging untuk kebutuhan restoran, Fadagi secara bertahap melebarkan sayapnya ke berbagai sektor, termasuk penjualan sapi kurban pada tahun 2018, pasar ritel dan digital pada tahun 2019, hingga menjadi bagian dari jaringan e-grocery bersama mitra seperti Segari dan SayurBox di tahun 2021, tidak berhenti sampai di situ, pada tahun 2023, perusahaan meluncurkan Fadagi Meat House, toko ritel pertama yang memperkuat merek di mata konsumen. Pada tahun 2025, Fadagi mengambil langkah besar dengan membangun peternakan sapi

sendiri yaitu Fadagi Farm, sebuah bentuk diversifikasi vertikal yang untuk saat ini berfokus untuk melakukan penggemukan sapi kurban tetapi nantinya sebagai tempat memproduksi pasokan utama untuk bisnis yang dimiliki, yang memungkinkan perusahaan mengendalikan kualitas dan pasokan produk secara lebih mandiri. Berbagai langkah ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya secara holistic dan berkelanjutan melalui pendekatan diversifikasi yang terukur. 3 Namun, di balik peluang besar yang ditawarkan oleh strategi diversifikasi, terdapat berbagai tantangan signifikan yang harus dihadapi perusahaan. Salah satu tantangan utama adalah kebutuhan akan investasi modal yang besar, baik dalam bentuk infrastruktur, sumber daya manusia, maupun teknologi. Selain itu, diversifikasi juga mengharuskan adanya penyusunan ulang strategi operasional, agar setiap unit bisnis baru tetap sinkron dengan visi dan misi perusahaan secara keseluruhan. Penyesuaian sistem kerja antar divisi menjadi penting, terutama dalam memastikan bahwa proses internal berjalan secara efisien tanpa mengganggu stabilitas lini usaha yang sudah ada (Aliyeva, 2024). Dalam konteks ini, tim marketing memegang peranan krusial, karena mereka harus mampu menyusun narasi yang selaras dengan identitas baru perusahaan, membangun kepercayaan di pasar yang baru, serta menkomunikasikan nilai tambah produk Fadagi kepada berbagai segmen konsumen. Proses adaptasi dengan pasar baru menjadi elemen penting dalam

menyuksesan transformasi bisnis tersebut. Jika sebelumnya pasar utama Fadagi adalah restoran dan pembeli kurban musiman, kini perusahaan juga melayani segmen pasar yang jauh lebih beragam, seperti pelanggan rumah tangga, pengguna e-commerce, hingga konsumen ritel modern. Setiap segmen memiliki karakteristik dan preferensi tersendiri, yang menuntut pendekatan pemasaran yang lebih fleksibel, inovatif dan berbasis data. Ekspetasi terhadap transparansi asal produk, kualitas layanan, serta kecepatan pengiriman menjadi semakin tinggi, terutama dari konsumen digital (Pozelli Sabio & Spers, 2022). Oleh karena itu, strategi pemasaran harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang dinamis, serta mendukung transformasi perusahaan menuju arah yang lebih modern, berkelanjutan, dan customer oriented. Pada proses adaptasi tersebut, peran internet menjadi sangat krusial sebagai media utama, dalam menjangkau konsumen dan memperluas akses pasar (Munro, 2017). Internet tidak hanya mengubah cara konsumen mencari dan membeli produk, tetapi juga membuka ruang interaksi yang lebih luas dan instan antara perusahaan dengan pelanggannya. Melalui internet, informasi tentang produk, testimoni pelanggan, hingga layanan purna jual dapat diakses dengan mudah dan cepat, sehingga membentuk ekspetasi baru dalam pengalaman berbelanja. Selai itu, internet juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan riset pasar baru, memantau tren konsumen, serta mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi secara real

time. Bagi perusahaan seperti PT Fadagi Segar Sejahtera, kehadiran internet menjadi landasan penting dalam membangun ekosistem bisnis yang lebih terhubung, efisien, dan responsif terhadap dinamika pasar yang terus berkembang. 4 Dalam menjawab berbagai tantangan yang muncul akibat ekspansi bisnis dan perubahan perilaku konsumen, digital marketing menjadi salah satu solusi strategi yang diadopsi oleh PT Fadagi Segar Sejahtera. Melalui pemanfaatan media sosial sebagai saluran promosi interaktif, optimalisasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas online serta integritas dengan platform e-commerce seperti Tokopedia, GrabMart dan Segarai, perusahaan mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Kampanye digital yang dirancang secara kreatif dan berbasis data memungkinkan perusahaan berinteraksi secara dua arah dengan konsumen, membangun loyalitas, serta menyesuaikan pesan pemasaran sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen pasar. Hal ini menjadi langkah penting dalam membentuk citra merek yang kuat di era digital, sekaligus mendukung keberhasilan strategi diversifikasi yang dijalankan. Seiring dengan meningkatnya kompleksitas tugas dan kebutuhan akan pendekatan pemasaran yang adaptif PT Fadagi Segar Sejahtera membutuhkan dukungan sumber daya manusia yang kreatif dan responsif salah satunya melalui keterlibatan mahasiswa magang. Kehadiran mahasiswa magang tidak hanya menjadi sarana pembelajaran praktis bagi akademisi, tetapi juga menjadi aset strategis

bagi perusahaan dalam menjawab kebutuhan operasional, khususnya dalam pengelolaan konten digital, interaksi konsumen, serta pelaksanaan strategi pemasaran langsung di lapangan. Melalui laporan kerja profesi ini, akan dikaji secara mendalam bagaimana aktivitas kerja profesi sebagai tim marketing di PT Fadagi Segar Sejahtera berperan sebagai elemen kunci dalam mendukung arah diversifikasi bisnis dan transformasi digital perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai cara tim marketing beradaptasi, menyusun strategi, dan berinovasi dalam menghadapi kompleksitas pasar yang terus berkembang, laporan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam memahami peran fungsional pemasaran dalam konteks bisnis modern yang berbasis digital. Kegiatan kerja profesi yang dilakukan oleh mahasiswa memiliki maksud dan tujuan yang merupakan hasil dari masa pembelajaran yang telah didapatkan selama beberapa semester kebelakang. Berikut ini adalah maksud dan tujuan dari pelaksanaan kerja profesi tersebut. Bentuk pemahaman, informasi, kegiatan secara rinci yang praktikan lakukan dalam kegiatan kerja profesi ini telah diuraikan ke dalam bentuk Laporan Kerja Profesi (LKP) dengan judul, “AKTIVITAS KERJA PROFESI SEBAGAI TIM MARKETING PADA PT FADAGI SEGAR SEJAHTERA

1.1 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) yang telah praktikan lakukan memiliki maksud dan tujuan pada pelaksanaannya. Adapun beberapa maksud dan tujuan, sebagai berikut:

1.1.1 Maksud Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi yang dilaksanakan oleh praktikan memiliki maksud, sebagai berikut:

1. Praktikan melaksanakan kerja profesi sebagai salah satu bentuk pemenuhan kewajiban sebagai seorang mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam menuntaskan Mata Kuliah Kerja Profesi.
2. Praktikan melakukan implementasi yang berasal dari pemahaman secara teoritis ke dalam bentuk praktek langsung dengan menerapkan ilmu-ilmu manajemen.
3. Praktikan mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja dengan lebih percaya diri dan kompeten.

1.1.2 Tujuan Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi yang dilaksanakan oleh praktikan memiliki tujuan, sebagai berikut:

1. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam

memahami situasi dunia kerja di bidang 2. Meningkatkan kemampuan praktikan dalam menerapkan teori pemasaran dan secara langsung, sekaligus memperluas pemahaman tentang proses kerja tim, pembagian tugas, serta dinamika sumber daya manusia di lingkungan perusahaan. 3. Melatih mahasiswa untuk menyelesaikan tanggung jawab profesional secara mandiri dan kolaboratif, sehingga meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan adaptasi terhadap lingkungan kerja nyata.

1.2 Manfaat Kerja Profesi

Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) memberikan berbagai manfaat yang signifikan, tidak hanya bagi mahasiswa, tetapi juga bagi perusahaan dan universitas yang mengelola program ini. Beberapa manfaat dari kerja profesi, antara lain:

1.2.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi mahasiswa yaitu praktikan, sebagai berikut:

- Mahasiswa memperoleh pengalaman yang luas dan mendalam selama pelaksanaan kerja profesi melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional perusahaan.
- Mahasiswa dapat menerapkan ilmu dan wawasan yang telah diperoleh selama perkuliahan secara langsung dalam lingkungan kerja nyata, menyesuaikan dengan sistem, budaya, dan kebutuhan perusahaan.
- Mahasiswa mendapatkan pemahaman teoritis dan praktis, mahasiswa juga mengalami pengembangan diri secara menyeluruh, termasuk peningkatan keterampilan komunikasi bisnis, kepemimpinan, kerja sama tim, manajemen waktu, berpikir kritis, serta kemampuan memecahkan masalah di bidang kerja yang dijalankan. Pengalaman ini menjadi bekal penting untuk mempersiapkan diri secara optimal menghadapi tuntutan dan dinamika dunia kerja setelah lulus kuliah.
- Pengalaman selama kerja profesi dapat dijadikan sebagai portofolio kerja yang bernilai, sehingga dapat memperkuat posisi mahasiswa saat melamar pekerjaan dan menunjukkan kompetensi yang dimiliki kepada dunia industri.

1.2.2 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi universitas yaitu Universitas Pembangunan Jaya, sebagai berikut:

- Universitas Pembangunan Jaya dapat meningkatkan kualitas dan kesiapan kerja bagi para mahasiswa melalui Kerja Profesi yang di adakan. Universitas dapat melihat perkembangan dari mahasiswa yang

melakukan kegiatan tersebut dengan melihat hasil berupa output pemahaman mahasiswa yang telah dibekali dengan ilmu teoritis selama di perkuliahan ke ilmu praktik. a. Universitas Pembangunan Jaya dapat memperluas jaringan antar perusahaan- perusahaan yang terkait dengan setiap pelaksanaan Kerja Profesi praktikan atau mahasiswa bekerja. b. Universitas Pembangunan Jaya dapat mengembangkan sistem pengajaran melalui peningkatan kualitas pendidik, pemutakhiran media pembelajaran, serta penyesuaian metode penilaian mahasiswa yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Pengalaman mahasiswa selama menjalani Kerja Profesi dapat dijadikan studi kasus aktual yang menggabungkan aspek teoritis dan praktis, sehingga mampu memperkuat keterkaitan antara dunia akademik dan dunia kerja. 1.2.3 Manfaat Bagi PT. Fadagi Segar Sejahtera Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi perusahaan yaitu, PT. Fadagi Segar Sejahtera, sebagai berikut: a. PT Fadagi Segar Sejahtera memperoleh tambahan tenaga kerja baru yang bersifat fleksibel namun tetap kompeten, untuk mendukung kelancaran dan efektivitas pelaksanaan berbagai kegiatan operasional perusahaan. b. Perusahaan yaitu, PT. Fadagi Segar Sejahtera mendapatkan jaringan atau membangun hubungan dengan pihak-pihak universitas yang menjalankan kegiatan magang atau Kerja Profesi. c. Perusahaan yaitu, PT. Fadagi Segar Sejahtera mendapatkan perspektif baru dari generasi Z yang dikenal sebagai digital native sehingga mampu memberikan kontribusi yang relevan terhadap kebutuhan perusahaan dalam bidang digital marketing, khususnya dalam pemanfaatan media sosial dan platform digital secara kreatif dan adaptif. 1.3 Tempat Kerja Profesi Praktikan melaksanakan kerja profesi pada perusahaan PT. Fadagi Segar Sejahtera yang berlokasi di daerah Pamulang Tangerang Selatan dan untuk lokasi Fadagi farm tempat praktikan melakukan kerja profesi berlokasi di daerah Gunung Sindur Bogor. Selama pelaksanaan durasi kerja profesi yang dilakukan, praktikan bekerja untuk membantu secara langsung di bagian marketing. Adapun rincian tempat kerja profesi, sebagai berikut: a. Nama Perusahaan : PT. Fadagi Segar Sejahtera b. Alamat : Jalan Vila Dago Raya No.7, Blok A no, Banten,

REPORT #27365875

15418 c. No. Telepon : 0856-9319-3140 d. Posisi/Jabatan : Divisi Marketing 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi 7 Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) selama 5 bulan atau kurang lebih 680 jam yang dimulai dengan mempersiapkan Formulir Pengajuan Kerja Pofesi, dan Surat Pernyataan Magang. Selanjutnya, praktikan menjalankan Kegiatan Kerja Profesi dengan mengikuti jadwal yang sudah ditentukan, sebagai berikut: a. Hari Kerja : Senin - Jumat (Hybrid) b. Jam Kerja : Pukul 09.00 – 17.00 WIB c. Periode Kerja : 03 Februari 2024 s/d 05 Juni 2025 d. Tempat : Fadagi Farm, Jalan. Mutiara VIII, Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16340

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA

2.1 Sejarah PT. Fadagi Segar Sejahtera PT. Fadagi Segar Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan dan distribusi produk daging segar khususnya daging sapi. Perusahaan ini didirikan pada bulan November tahun 2017 dan memulai oprasionalnya sebagai supplier daging ke berbagai pihak, dengan fokus utama pada penyediaan produk daging berkualitas untuk kebutuhan pasar kuliner dan konsumen individu. Pada tahun 2018, PT Fadagi Segar Sejahtera mulai mengembangkan lini bisnisnya dengan memasarkan sapi qurban secara konsumen. Langkah ini menjadi awal mula keterlibatan perusahaan dalam pasar hewan qurban yang memiliki potensi besar khususnya menjelang Hari Raya Idul Adha. Melalui pemanfaatan jaringan distribusi yang mulai terbentuk, perusahaan mampu menjangkau lebih banyak pelanggan. Pada tahun 2019, perusahaan ini mulai memasuki pasar ritel dengan menjual produk daging secara eceran melalui platform digital. PT Fadagi Segar Sejahtera memanfaatkan berbagai marketplace besar seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Grabmart untuk menjual produk-produk dagingnya. Selain itu perusahaan juga memperkenalkan program reseller sebagai strategi untuk memperluas jaringan distribusi dan memperkuat jangkauan pasar. Memasuki tahun 2021, perusahaan menunjukkan kemampuannya dalam menjawab tantangan era digital dengan menjadi supplier utama bagi platform e- grocery sepeti Segari dan SayurBox. Juga Fadagi dikenal sebagai spesialis supplier daging untuk berbagai restoran yang

menyajikan menu yang menggunakan daging. Salah satu kilen utamanya adalah restoran Chop Buntut Cak Yo yang memiliki delapan outlet. Kemitraan ini memperkuat posisi perusahaan sebagai supplier yang andal dalam memenuhi kebutuhan daging dalam jumlah besar dan berkualitas. Pada awal tahun 2023, PT Fadagi Segar Sejahtera melakukan ekspansi besar dengan membuka toko ritel pertamanya yang diberi nama Fadagi Meat House berlokasi di Vila Dago Pamulang. Kehadiran Fadagi Meat House meruoakan bentuk transformasi perusahaan dari sekedar supplier menjadi pelaku langsung dalam rantai penjualan ritel daging segar, serta memberikan akses langsung kepada konsumen terhadap produk berkualitas. PT. Fadagi Segar Sejahtera mengambil langkah strategis untuk 8 memperkuat rantai pasok internal dan memastikan kualitas hewan qurban dengan membuka unit usaha baru berupa peternakan penggemukan sapi qurban pada awal tahun 2025. Pembukaan peternakan ini merupakan bentuk konkret dari komitmen perusahaan dalam menghadirkan produk hewan qurban yang sehat, terjamin, dan sesuai dengan standar syariat maupun kesehatan. Dengan adanya fasilitas peternakan sendiri, PT. Fadagi Segar Sejahtera memiliki kendali penuh terhadap proses perawatan, pemberian pakan, dan pemantauan kesehatan sapi sejak awal hingga siap didistribusikan kepada pelanggan. Memasuki tahun 2021, perusahaan menunjukkan kemampuannya dalam menjawab tantangan era digital dengan menjadi supplier utama bagi platform e- grocery seperti Segari dan SayurBox. Juga Fadagi dikenal sebagai spesialis supplier daging untuk berbagai restoran yang menyajikan menu yang menggunakan daging. Salah satu kilen utamanya adalah restoran Chop Buntut Cak Yo yang memiliki delapan outlet. Kemitraan ini memperkuat posisi perusahaan sebagai supplier yang andal dalam memenuhi kebutuhan daging dalam jumlah besar dan berkualitas. Pada awal tahun 2023, PT Fadagi Segar Sejahtera melakukan ekspansi besar dengan membuka toko ritel pertamanya yang diberi nama Fadagi Meat House berlokasi di Vila Dago Pamulang. Kehadiran Fadagi Meat House meruoakan bentuk transformasi perusahaan dari sekedar supplier menjadi pelaku langsung dalam rantai penjualan ritel daging segar, serta

memberikan akses langsung kepada konsumen terhadap produk berkualitas. PT. Fadagi Segar Sejahtera mengambil langkah strategis untuk memperkuat rantai pasok internal dan memastikan kualitas hewan qurban dengan membuka unit usaha baru berupa peternakan penggemukan sapi qurban pada awal tahun 2025. Pembukaan peternakan ini merupakan bentuk konkret dari komitmen perusahaan dalam menghadirkan produk hewan qurban yang sehat, terjamin, dan sesuai dengan standar syariat maupun kesehatan. Dengan adanya fasilitas peternakan sendiri, PT. Fadagi Segar Sejahtera memiliki kendali penuh terhadap proses perawatan, pemberian pakan, dan pemantauan kesehatan sapi sejak awal hingga siap didistribusikan kepada pelanggan. Memasuki tahun 2021, perusahaan menunjukkan kemampuannya dalam menjawab tantangan era digital dengan menjadi supplier utama bagi platform e-grocery seperti Segari dan SayurBox. Juga Fadagi dikenal sebagai spesialis supplier daging untuk berbagai restoran yang menyajikan menu yang menggunakan daging. Salah satu klen utamanya adalah restoran Chop Buntut Cak Yo yang memiliki delapan outlet. Kemitraan ini memperkuat posisi perusahaan sebagai supplier yang andal dalam memenuhi kebutuhan daging dalam jumlah besar dan berkualitas. Pada awal tahun 2023, PT Fadagi Segar Sejahtera melakukan ekspansi besar dengan membuka toko ritel pertamanya yang diberi nama Fadagi Meat House berlokasi di Vila Dago Pamulang. Kehadiran Fadagi Meat House meruoakan bentuk transformasi perusahaan dari sekedar supplier menjadi pelaku langsung dalam rantai penjualan ritel daging segar, serta memberikan akses langsung kepada konsumen terhadap produk berkualitas. PT. Fadagi Segar Sejahtera mengambil langkah strategis untuk memperkuat rantai pasok internal dan memastikan kualitas hewan qurban dengan membuka unit usaha baru berupa peternakan penggemukan sapi qurban pada awal tahun 2025. Pembukaan peternakan ini merupakan bentuk konkret dari komitmen perusahaan dalam menghadirkan produk hewan qurban yang sehat, terjamin, dan sesuai dengan standar syariat maupun kesehatan. Dengan adanya fasilitas peternakan sendiri, PT. Fadagi Segar Sejahtera memiliki kendali penuh terhadap proses perawatan, pemberian pakan, dan

pemantauan kesehatan sapi sejak awal hingga siap didistribusikan kepada pelanggan. 9 Langkah ini menjadikan perusahaan tidak hanya sebagai distributor, tetapi juga sebagai pelaku usaha yang terintegrasi dari hulu ke hilir dalam industri daging sapi nasional. Keberadaan peternakan ini juga mendukung keberlanjutan bisnis, memperkuat reputasi perusahaan di mata konsumen, serta membuka peluang ekspansi lebih luas di sektor peternakan dan agribisnis.

2.2 Logo PT. Fadagi Segar Sejahtera

Bagian penting di sebuah perusahaan merupakan logo dari perusahaan tersebut, dengan adanya logo menjadi simbol untuk perusahaan dapat dikenal secara luas oleh seluruh Masyarakat. Visual yang Ditampilkan oleh logo perusahaan tentunya menjadi wakil dari identitas perusahaan dan dapat menggambarkan perusahaan tersebut secara kilas atau cepat untuk Masyarakat. Adapun logo perusahaan tempat praktikan bekerja, yaitu:

2.3 Struktur Organisasi PT. Fadagi Segar Sejahtera

Struktur organisasi pada suatu perusahaan sangat penting untuk menunjukkan bagaimana peran atau bentuk hierarki jabatan dalam suatu perusahaan itu sendiri. PT Fadagi Segar Sejahtera memiliki struktur organisasi yang membentuk pola atau sistem kerja yang efektif dan ideal bagi perusahaan. Berikut praktikan lampirkan dan jelaskan mengenai peran dan tanggung jawab dibawah berikut ini: Pada struktur organisasi dalam perusahaan PT. Fadagi Segar Sejahtera terdapat beberapa bagian tim atau divisi yang terbagi dan dikelompokkan sesuai dengan fokus pekerjaan masing-masing bagi perusahaan. Adapun detail dari pekerjaan dari masing-masing divisi sebagai berikut:

- Chief Executive Officer (CEO)

Posisi CEO merupakan jabatan tertinggi dalam struktur organisasi PT Fadagi Segar Sejahtera dan memiliki tanggung jawab utama dalam memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan selaras dengan visi, misi, serta tujuan strategis perusahaan. CEO berperan dalam menetapkan arah kebijakan jangka pendek maupun jangka panjang, merumuskan strategi pertumbuhan bisnis, dan memastikan implementasi nilai-nilai inti perusahaan dalam setiap lini kerja. Selain itu, CEO bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan penting yang berdampak pada keberlanjutan bisnis,

melakukan evaluasi terhadap kinerja kepala-kepala divisi, serta menjalin kemitraan strategis dengan pihak eksternal untuk membuka peluang ekspansi dan inovasi usaha. Dalam menjalankan tugasnya, CEO juga menjadi representasi utama perusahaan dalam forum publik, kemitraan bisnis, dan komunikasi dengan investor atau pemangku kepentingan lainnya.

- Chief Financial Officer (CFO) CFO memegang peranan sentral dalam memastikan stabilitas dan kesehatan finansial perusahaan. Tanggung jawab utamanya mencakup perencanaan dan penyusunan anggaran tahunan, pengawasan arus kas, pengelolaan biaya operasional, serta penyusunan laporan keuangan yang akurat dan transparan sesuai standar akuntansi. CFO juga berperan aktif dalam melakukan analisis finansial untuk menilai kinerja perusahaan, mengevaluasi risiko keuangan, serta mengembangkan strategi pembiayaan yang efisien dan berkelanjutan. Dalam peran strategisnya, CFO memberikan masukan penting kepada CEO dalam pengambilan keputusan bisnis berdasarkan data dan proyeksi keuangan. Selain itu, CFO menjadi penghubung antara aspek operasional dan strategi jangka panjang, memastikan bahwa setiap inisiatif bisnis didukung oleh perencanaan keuangan yang matang. CFO juga memiliki peran dalam menjalin hubungan profesional dengan auditor eksternal, investor, dan institusi keuangan, guna menjaga kredibilitas serta kepercayaan pemangku kepentingan terhadap kondisi keuangan perusahaan.

- Marketing & Sales Posisi ini memiliki peran dan tanggung jawab dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Adapun pembagian tugas di dalamnya sebagai berikut:

1. Digital Marketing dan Tim Konten Bertugas membuat konten promosi, mengelola media sosial, dan kampanye digital.
2. Salesman HOREKA Bertugas memasarkan produk ke hotel, restoran, dan catering (HOREKA).
3. Manager Toko Bertugas mendukung operasional harian toko seperti, penataan produk dan pelayanan pelanggan.
4. Staff Toko Bertugas mendukung operasional harian toko seperti, penataan produk dan pelayanan pelanggan.

- Kepala Produksi Posisi ini memiliki peran krusial dalam menjamin kelancaran proses produksi dan pengemasan produk daging di PT Fadagi Segar Sejahtera. Tanggung jawab

utamanya meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan seluruh tahapan produksi mulai dari penerimaan bahan baku, pemotongan, pengolahan, hingga pengemasan akhir produk daging. Kepala produksi memastikan bahwa setiap proses dilakukan sesuai standar operasional prosedur (SOP), memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan, serta menjaga efisiensi operasional guna meminimalkan limbah dan biaya produksi. Ia juga bertanggung jawab dalam mengelola tim produksi, melakukan evaluasi terhadap kualitas produk secara berkala, serta mengimplementasikan perbaikan berkelanjutan berdasarkan hasil monitoring dan feedback dari tim quality control maupun pelanggan. Selain itu, posisi ini berperan dalam memastikan keterpaduan proses produksi dengan jadwal distribusi dan permintaan pasar, sehingga mendukung kelangsungan pasokan produk yang segar dan berkualitas tinggi kepada konsumen akhir. - Kepala Logistik dan Distribusi Posisi ini memiliki peran dan tanggung jawab strategis dalam mengelola seluruh aktivitas logistik dan distribusi produk PT Fadagi Segar Sejahtera, mulai dari pengaturan penyimpanan, pengemasan, hingga pengiriman produk ke konsumen akhir maupun mitra usaha. Kepala Logistik dan Distribusi memastikan bahwa setiap proses berjalan sesuai dengan standar operasional perusahaan dan ketentuan keamanan pangan yang berlaku, termasuk pengawasan terhadap suhu penyimpanan, kebersihan kendaraan, serta waktu pengiriman agar produk tetap segar dan aman dikonsumsi. Selain itu, posisi ini bertanggung jawab dalam perencanaan rute distribusi yang efisien, pemantauan ketersediaan stok untuk pengiriman, pengelolaan armada logistik, dan koordinasi dengan tim gudang serta pihak ekspedisi. Kepala Logistik juga harus mampu mengidentifikasi dan menyelesaikan kendala operasional di lapangan secara cepat, serta menjaga kepuasan pelanggan melalui ketepatan waktu dan kualitas layanan distribusi. Peran ini sangat penting dalam mendukung rantai pasok yang andal, efisien, dan berkelanjutan demi mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan. - Staff Keuangan dan Administrasi Posisi ini memiliki peran dan tanggung jawab dalam pencatatan keuangan harian, penggajian, pengelolaan dokumen, serta mendukung kebutuhan

administratif perusahaan agar kegiatan operasional berjalan lancar Struktur organisasi ini mencerminkan bagaimana PT. Fadagi Segar Sejahtera menjalankan operasional bisnisnya secara efisien dan terstruktur, dari segi keuangan, produksi, pemasaran, hingga distribusi yang bertujuan dalam menjamin kualitas produk dan kepuasan pelanggan. 2.4 Kegiatan Umum Perusahaan PT Fadagi Sumber Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi daging, penggemukan hewan kurban, serta mengembangkan lini usaha ritel dan e-commerce yang terintegrasi. Sejak berdiri pada tahun 2017 perusahaan ini terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan melalui berbagai kegiatan operasional yang mendukung ekosistem distribusi protein hewani, baik dalam skala B2B (business-to-business) maupun B2C (business-to- consumer). Secara umum kegiatan utama perusahaan mencakup pengadaan, pengolahan, dan distribusi daging sapi ke berbagai mitra bisnis seperti restoran, katering, dan hotel. Proses ini dijalankan dengan menjaga standar kualitas, sanitasi, dan ketertelusuran produk untuk memastikan kepuasan pelanggan. Kegiatan perusahaan selain melakukan distribusi daging segar, PT. Fadagi Segar Sejahtera juga memperluas layanannya melalui kanal penjualan ritel yang dikenal dengan nama Fadagi Meat House. Toko fisik ini dirancang untuk melayani kebutuhan konsumen rumah tangga dengan menyediakan berbagai pilihan produk daging sapi, seperti daging potong sesuai permintaan, olahan beku, serta produk kemasan higienis yang sesuai dengan standar mutu dan keamanan pangan. Toko ini tidak hanya menjadi pusat transaksi langsung tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi pelanggan mengenai kualitas dan jenis potongan daging yang tersedia. Dengan menghadirkan pengalaman berbelanja yang nyaman dan informatif, Fadagi Meat House menjadi salah satu ujung tombak perusahaan dalam memperkuat loyalitas konsumen ritel. Dinamika pada perilaku konsumen modern yang kian mengandalkan teknologi dalam aktivitas belanja menjadikan acuan bagi PT. Fadagi Segar Sejahtera dalam mengembangkan distribusi digital dengan menggandeng sejumlah platform e-commerce ternama seperti Tokopedia, GrabMart, Segari, dan SayurBox.

Kolaborasi ini memungkinkan pelanggan memesan produk daging secara daring dengan proses yang cepat, mudah, dan transparan. Produk yang tersedia di platform tersebut dilengkapi informasi lengkap seperti jenis, berat, harga, dan estimasi pengiriman, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian dengan lebih percaya diri. Keberadaan kanal daring ini turut meningkatkan jangkauan pasar Fadagi ke konsumen urban yang mengutamakan efisiensi waktu dan kenyamanan berbelanja. PT Fadagi Segar Sejahtera juga mengembangkan kegiatan usaha di sisi hulu melalui unit Fadagi Farm yang 12 fokus pada proses penggemukan dan perawatan sapi kurban. Unit Fadagi Farm menjadi sangat strategis terutama saat mendekati momen Hari Raya Idul Adha yang di mana permintaan terhadap hewan kurban meningkat secara drastis. Fadagi Farm menawarkan berbagai layanan terpadu mulai dari penyediaan sapi kurban berkualitas, layanan konsultasi mengenai jenis dan ukuran hewan, hingga dokumentasi dan pengantaran ke lokasi pelanggan. Semua proses dilakukan dengan memperhatikan standar kesehatan hewan dan kenyamanan pelanggan sehingga Fadagi Farm dipercaya sebagai mitra penyedia hewan kurban yang profesional dan terpercaya. Hal tersebut membuat integrasi antara kanal ritel, digital, dan peternakan menjadikan PT Fadagi Segar Sejahtera sebagai perusahaan yang memiliki rantai nilai menyeluruh dan mampu menjawab kebutuhan pasar secara holistik. Pada sisi pemasaran, perusahaan secara aktif melakukan kampanye digital melalui media sosial terutama Instagram, untuk membangun merek, menjangkau konsumen baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pembuatan konten visual, edukatif, serta promosi berkala menjadi bagian dari strategi pemasaran modern yang diadopsi oleh perusahaan. Tidak hanya itu aktivitas pemasaran juga dilengkapi dengan layanan pelanggan yang responsif guna menjawab pertanyaan, menangani keluhan, dan memberikan informasi produk secara akurat dan cepat. Bentuk dukungan ke seluruh operasional tersebut, PT Fadagi Segar Sejahtera juga menjalankan fungsi manajemen sumber daya manusia yang meliputi penyusunan dan implementasi SOP, pengelolaan jadwal kerja, pelatihan karyawan, serta pengawasan kegiatan operasional di toko

ritel dan unit usaha lainnya. Kegiatan ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh proses bisnis berjalan efisien, terstandar, dan sesuai dengan nilai-nilai profesionalisme yang dijunjung perusahaan. Melalui integrasi kegiatan bisnis hulu-hilir yang strategis dan adaptif terhadap perkembangan pasar, PT Fadagi Segar Sejahtera terus berupaya menjadi penyedia produk hewani terpercaya dan unggul di pasar lokal maupun digital. BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja PT Fadagi Segar Sejahtera memiliki Divisi Marketing sebagai salah satu bagian strategis dalam struktur organisasi perusahaan. Divisi ini memainkan peranan penting dalam memperkuat daya saing dan meningkatkan visibilitas merek Fadagi khususnya dalam industri penyediaan daging sapi dan penjualan hewan qurban di Indonesia. Divisi Marketing bertanggung jawab atas perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran yang terintegrasi baik melalui platform digital maupun aktivitas pemasaran langsung, dengan tujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pada operasionalnya, Divisi Marketing fokus pada promosi produk utama perusahaan seperti daging sapi, sapi qurban, serta layanan pengiriman langsung kepada konsumen. Strategi yang dijalankan mencakup pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan kerja sama dengan mitra online (e-grocery) serta promosi offline melalui event dan kunjungan ke lokasi peternakan (Fadagi Farm). Divisi ini juga melakukan riset pasar secara rutin untuk memahami kebutuhan 13 konsumen, tren permintaan, dan preferensi dalam konsumsi daging serta hewan qurban. Melalui pendekatan berbasis data ini tim marketing dapat menyesuaikan pesan komunikasi, menentukan harga yang kompetitif, serta memilih saluran distribusi yang tepat. Pada Divisi Marketing, divisi bekerja sama erat dengan tim operasional, dan keuangan untuk memastikan bahwa strategi pemasaran dapat diimplementasikan secara efektif, menyeluruh dan berdampak langsung terhadap peningkatan penjualan. Divisi ini juga aktif menjalin kemitraan dengan pelaku usaha kuliner, peternakan, serta institusi keagamaan dalam rangka memperluas jaringan distribusi dan edukasi masyarakat terkait pentingnya konsumsi daging

berkualitas dan qurban yang sesuai syariat. Melalui peranannya Divisi Marketing tidak hanya menjadi penggerak utama dalam meningkatkan penjualan tetapi juga berkontribusi dalam membangun citra perusahaan sebagai penyedia daging sapi terpercaya yang mengedepankan kualitas, integritas, dan pelayanan pelanggan. Inovasi dalam strategi pemasaran dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar menjadikan divisi ini sebagai ujung tombak pertumbuhan bisnis PT Fadagi Segar Sejahtera dari waktu ke waktu.

3.2 Pelaksanaan Kerja Pada pelaksanaan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan di PT Fadagi Segar Sejahtera

praktikan pada awal masa magang sempat ditempatkan di toko ritel Fadagi Meat House dan membantu kegiatan operasional yang berkaitan dengan pengelolaan SDM, seperti membuat SOP kebersihan di toko, membuat jadwal kebersihan, dan melakukan pengecekan barang (stock opname). Meskipun hanya berlangsung selama bulan pertama, pengalaman ini memberikan gambaran praktis mengenai manajemen sumber daya manusia di lingkungan ritel. Praktikan mendapat kesempatan untuk bergabung dalam divisi Marketing. Pada divisi ini praktikan berfokus pada kegiatan pemasaran sapi qurban di salah satu lini usaha strategis PT Fadagi Segar Sejahtera yaitu Fadagi Farm, khususnya menjelang periode Hari Raya Idul Adha. Tugas utama praktikan terbagi ke dalam dua kegiatan utama yaitu pemasaran digital melalui media sosial Instagram dan aktivitas pemasaran langsung di lapangan dengan menjemput konsumen ke tempatnya langsung. Pada aspek digital, praktikan terlibat dalam pembuatan konten, penjadwalan unggahan, dan pengelolaan interaksi dengan calon pelanggan melalui akun Instagram resmi Fadagi Farm. Praktikan juga memantau efektivitas konten melalui insight media sosial serta turut memberikan rekomendasi strategi peningkatan jangkauan dan engagement . Praktikan turut terlibat dalam aktivitas di lapangan seperti, menyambut calon pembeli yang datang langsung ke Fadagi Farm, membantu menjelaskan produk, dan mendokumentasikan kondisi sapi qurban yang akan dipasarkan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap kualitas dan kesehatan hewan yang

ditawarkan. Melalui interaksi langsung ini, praktikan belajar bagaimana membangun kepercayaan dan komunikasi efektif dengan calon pembeli. Pada proses pelaksanaan tugas-tugas tersebut, praktikan secara langsung implementasikan secara langsung ilmu yang telah diperoleh selama menempuh studi di program studi Manajemen, terutama dalam tiga peminatan utama, yaitu Pemasaran (Marketing), Sumber Daya Manusia (Human Resources), dan Keuangan (Finance). Misalnya dalam menyusun strategi pemasaran digital dan promosi konten, praktikan menerapkan konsep segmentasi pasar dan analisis 14 perilaku konsumen dalam pengelolaan komunikasi dengan tim lapangan dan pelanggan, praktikan menggunakan pendekatan interpersonal yang mendukung koordinasi efektif; sedangkan dari sisi keuangan, praktikan memperoleh pemahaman mengenai perhitungan harga jual dan efisiensi biaya promosi. Selama pelaksanaan kerja profesi praktikan tidak bekerja secara individu, melainkan menjadi bagian dari sebuah tim yang terdiri dari 2 orang. Pembagian tugas dilakukan secara bergilir (rolling) setiap harinya, sehingga praktikan dapat merasakan pengalaman yang menyeluruh dalam berbagai aspek kegiatan pemasaran, baik online maupun offline . Pola kerja tim yang kolaboratif ini mendorong praktikan untuk meningkatkan kemampuan adaptasi, komunikasi, serta memperkuat pemahaman praktis terhadap dinamika kerja di industri distribusi dan peternakan sapi. 3.2.1

Melakukan Manajemen Operasional Pada bulan pertama pelaksanaan kerja profesi di PT Fadagi Segar Sejahtera, praktikan ditempatkan di toko ritel Fadagi Meat House dan berperan aktif dalam mendukung kegiatan operasional toko, khususnya dalam aspek pengelolaan sumber daya manusia. Penempatan ini memberikan pengalaman langsung kepada praktikan dalam memahami proses manajemen operasional harian dan fungsi SDM dalam skala ritel. Adapun beberapa tugas yang dijalankan secara berkesinambungan oleh praktikan meliputi: 1.Penyusunan SOP Kebersihan Toko Praktikan bertanggung jawab dalam Menyusun dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP) kebersihan untuk memastikan standar higienitas toko tetap terjaga. Penyusunan SOP ini menjadi hal utama karena SOP berfungsi sebagai acuan bagi seluruh

staff dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan kerja secara konsisten sesuai dengan aturan yang berlaku di perusahaan. Adapun SOP ini mencakup: a. Rincian Tugas Kebersihan masing-masing staff per shift b. Frekuensi Pembersihan (untuk area basah dan kering) c. Ketentuan Penggunaan Alat Kebersihan (sesuai dengan prosedur keamanan pangan)

2. Pembuatan Jadwal Kebersihan Karyawan Dalam mendukung implementasi SOP yang telah disusun praktikan juga menyusun jadwal kebersihan karyawan yang disesuaikan dengan sistem shift kerja di toko ritel Fadagi Meat House. Jadwal ini dirancang agar setiap karyawan memiliki tanggung jawab yang jelas terhadap area dan waktu pelaksanaan kebersihan sesuai pembagian tugas harian. Dalam proses penyusunannya praktikan mempertimbangkan beberapa aspek, seperti jumlah staf yang bertugas di masing-masing shift, tingkat kesibukan toko di waktu tertentu, serta rotasi tugas agar setiap karyawan memiliki tanggung jawab yang seimbang. Jadwal ini dibagi dalam bentuk tabel harian, mingguan dan bulanan. Juga mencakup tugas kebersihan dasar seperti menyapu, mengepel, membersihkan freezer, dan memastikan area display tetap higienis. Dengan penyusunan jadwal ini, diharapkan pelaksanaan kebersihan tidak hanya berjalan rutin tetapi juga konsisten, efektif, dan 15 dapat meningkatkan kedisiplinan serta rasa tanggung jawab karyawan terhadap lingkungan kerja.

3. Pelaksanaan Stock Opname Barang Praktikan turut melakukan pengecekan persediaan barang (stock opname) sebagai bagian dari kegiatan pengendalian operasional. Proses ini melibatkan:

1. Pencatatan jumlah stock actual produk di toko
2. Perbandingan data fisik dengan data administrasi yang tersedia
3. Pelaporan hasil perbedaan stock kepada penanggung jawab toko

Melalui serangkaian aktivitas ini, praktikan mendapatkan pemahaman praktis tentang peran manajemen SDM dan operasional dalam memastikan efektivitas kerja tim, penerapan standar kerja, dan pengelolaan lingkungan kerja yang produktif. Pengalaman ini juga melatih kemampuan praktikan dalam menyusun dokumen teknis, melakukan koordinasi dengan staf toko, serta berpikir sistematis dalam menyelesaikan masalah operasional.

3.2.2 Melakukan Pemasaran

melalui Media Sosial Selama menjalani kerja profesi di PT Fadagi Segar Sejahtera praktikan ditempatkan di Divisi Marketing dan secara khusus berperan aktif dalam aspek digital marketing, dengan fokus utama pada pengelolaan dan optimalisasi akun media sosial Instagram resmi perusahaan khususnya pada Fadagi Farm. Media sosial merupakan salah satu kanal komunikasi yang krusial bagi Fadagi, terutama dalam memasarkan produk hewan qurban menjelang Hari Raya Idul Adha, karena memberikan ruang interaksi langsung dengan konsumen dan calon pelanggan. Pada aktivitas digital ini, terdapat beberapa tugas dan tanggung jawab yang diemban oleh praktikan secara berkesinambungan, yaitu:

1. Pembuatan Konten Praktikan berperan dalam merancang dan memproduksi konten visual dan naratif yang akan diunggah di media sosial yaitu, Instagram. Konten ini mencakup berbagai jenis, seperti:
 2. Pembuatan Konten Praktikan berperan dalam merancang dan memproduksi konten visual dan naratif yang akan diunggah di media sosial yaitu, Instagram. Konten ini mencakup berbagai jenis, seperti:
 1. Foto dan video dokumentasi Sapi Qurban di Fadagi Farm
 2. Edukonten, seputar tips dalam memilih sapi qurban, bagaimana perawatan hewan, dan informasi syariat qurban
 3. Informasi promosi dan harga sapi qurban
 3. Pembuatan Timeplan Konten Praktikan membuat penjadwalan posting konten yang dibentuk dalam timeplan content. Penjadwalan yang teratur bertujuan untuk menjaga konsistensi kehadiran brand di media sosial serta memaksimalkan interaksi dengan 16 pengguna. Timeplan ini mencakup:
 1. Penentuan waktu unggah berdasarkan jam aktif followers
 2. Penentuan frekuensi unggahan (contoh, 1-2 posting/minggu)
 3. Penentuan variasi format konten (feeds , story , dan reels)
 4. Pengelolaan Interaksi (Engagement Handling) Praktikan bertanggung jawab dalam proses:
 1. Membalas komentar dan pesan langsung (DM) dari calon pelanggan
 2. Menjawab pertanyaan seputar harga, lokasi Fadagi Farm, dan prosedur pemesanan
 3. Meneruskan pertanyaan teknis ke owner (apabila diperlukan)

Aktivitas ini tidak hanya bersifat responsif, tetapi juga proaktif dalam membangun relasi dengan followers, meningkatkan kepercayaan, dan menciptakan pengalaman

pelanggan yang positif. Melalui keterlibatan dalam aspek digital ini, praktikan tidak hanya mengasah kemampuan teknis di bidang media sosial, tetapi juga menerapkan konsep-konsep pemasaran yang diperoleh selama kuliah, seperti perilaku konsumen digital, komunikasi merek, dan segmentasi pasar. Selain itu, praktikan juga belajar bekerja dalam tim, mengelola waktu secara efektif, dan berpikir kreatif dalam menghadapi dinamika serta tren di media sosial.

3.2.3 Melakukan Pelaksanaan Kegiatan Lapangan

Praktikan turut serta dalam berbagai aktivitas lapangan secara langsung yang dilakukan di Fadagi Farm yaitu, peternakan penggemukan sapi qurban milik PT. Fadagi Segar Sejahtera. Kegiatan ini memberikan pengalaman praktis dalam berinteraksi langsung dengan calon pembeli serta memperdalam pemahaman praktikan mengenai proses bisnis yang terjadi secara fisik, khususnya pada sektor perdagangan hewan qurban. Pada pelaksanaan kegiatan di lapangan, praktikan memiliki peran sebagai pendamping tim marketing dalam menjalin komunikasi dengan calon pelanggan yang datang langsung ke lokasi peternakan. Adapun bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan praktikan meliputi:

1. Penyambutan Calon Pembeli Praktikan terlibat langsung dalam proses penyambutan dan pelayanan awal kepada pengunjung yang datang ke Fadagi Farm untuk melihat secara langsung hewan qurban yang ditawarkan. Penyambutan ini tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga menjadi langkah awal dalam menciptakan customer experience yang baik. Praktikan belajar bagaimana menjaga sikap profesional, ramah, dan informatif dalam memberikan kesan positif terhadap perusahaan.
2. Penjelasan Produk secara langsung Praktikan berdampingan dengan mentor atau staff senior melakukan penjelasan informasi, sebagai berikut:
 1. Jenis dan Bobot Sapi
 2. Riwayat Kesehatan dan Perawatan
 3. Kategori Harga dan Paket Qurban
 4. Prosedur Pembelian serta Layanan Pengantaran

17 Kegiatan ini memberikan pengalaman bagi praktikan dalam melakukan presentasi produk secara lisan, memahami kebutuhan pelanggan secara langsung, serta melatih kemampuan komunikasi persuasif secara tatap muka.

3. Dokumentasi Sapi Qurban Praktikan berperan dalam kegiatan dokumentasi yaitu mengambil foto dan

video sapi-sapi yang telah siap jual, baik untuk keperluan pemasaran digital maupun administrasi internal. Dokumentasi dilakukan dengan memperhatikan sudut pengambilan, pencahayaan, dan penekanan pada keunggulan fisik sapi seperti postur, kebersihan, dan kondisi kesehatan. Dokumentasi ini kemudian dikurasi dan digunakan sebagai bagian dari konten promosi yang akan diunggah di media sosial atau dikirim langsung ke calon pembeli melalui pesan digital.

4. Peningkatan Kepercayaan Konsumen Tujuan utama dari kegiatan lapangan ini adalah memberikan rasa percaya dan jaminan kualitas kepada calon pembeli. Melalui keterlibatan langsung ini, praktikan mempelajari pentingnya transparansi dalam pemasaran produk hewan hidup serta memahami bagaimana membangun hubungan interpersonal dan kepercayaan dengan pelanggan. Aktivitas di lapangan ini memberikan nilai tambah yang signifikan dalam proses pembelajaran praktikan sebagai mahasiswa Manajemen, khususnya dalam konteks pemasaran langsung (direct marketing) dan layanan pelanggan (customer service). Praktikan tidak hanya memahami teori, tetapi juga mengalami sendiri bagaimana proses menjual produk dilakukan secara personal dengan pendekatan yang humanis dan berorientasi pada kualitas.

3.3 Kendala yang Dihadapi

3.3.1 Adanya Kesulitan saat Melakukan Manajemen Operasional Dalam proses penyusunan SOP kebersihan toko, praktikan menghadapi kendala berupa kurangnya referensi prosedur kebersihan yang sudah terdokumentasi sebelumnya di lingkungan kerja. Hal ini membuat praktikan harus memulai penyusunan dari awal tanpa acuan standar yang berlaku. Selain itu, terdapat perbedaan persepsi antar staf mengenai tugas kebersihan yang seharusnya dilakukan, baik dari segi frekuensi maupun pembagian tanggung jawab. Kendala lainnya adalah waktu pelaksanaan yang terbatas karena kegiatan operasional toko berlangsung setiap hari, sehingga menyulitkan praktikan untuk melakukan observasi kebersihan secara menyeluruh di semua area toko pada waktu yang sama. Dalam penyusunan jadwal kebersihan harian bagi karyawan, praktikan mengalami kendala berupa kesulitan menyesuaikan waktu tugas kebersihan dengan jadwal kerja utama masing-masing staf. Beberapa karyawan

memiliki beban kerja yang berbeda tergantung shift dan volume pelanggan, sehingga tidak semua staf dapat menjalankan tugas kebersihan di waktu yang sama. Selain itu, minimnya komunikasi awal mengenai rotasi tugas membuat sebagian staf kurang kooperatif atau belum memahami pentingnya pembagian tugas kebersihan yang adil. Praktikan juga perlu memastikan bahwa jadwal yang 18 disusun tidak mengganggu alur operasional toko yang cukup padat, terutama di jam-jam sibuk. Praktikan mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi Olsera untuk melakukan proses stock opname. Kesulitan ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman awal terkait fitur dan alur kerja aplikasi yang bersifat cukup spesifik serta ditujukan untuk kebutuhan operasional ritel. Karena aplikasi ini memiliki sistem dan interface yang berbeda dari aplikasi manajemen stok pada umumnya, praktikan memerlukan waktu adaptasi lebih lama untuk memahami cara penggunaannya secara menyeluruh.

3.3.2 Kesulitan dalam Memproses Konten di Media Sosial

Dalam proses mengelola media sosial perusahaan, praktikan menghadapi tantangan utama dalam mencari ide konten yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik PT Fadagi Segar Sejahtera. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengalaman praktis, di mana pengetahuan yang dimiliki praktikan sebelumnya masih bersifat teoritis dan belum sepenuhnya teruji dalam konteks dunia kerja nyata. 1 Praktikan juga belum memahami secara menyeluruh alur kerja produksi konten, mulai dari tahap perencanaan, pengambilan gambar atau video, proses editing, hingga publikasi di platform yang tepat. Kondisi ini menjadi hambatan dalam menghasilkan konten yang efektif dan sesuai dengan standar perusahaan, sekaligus memberikan pelajaran penting mengenai kompleksitas kerja di bidang pemasaran digital yang tidak hanya mengandalkan kreativitas, tetapi juga pemahaman strategi komunikasi dan operasional media sosial secara profesional.

3.3.3 Adanya Kesulitan Saat Melakukan Pemasaran Secara Langsung

Dalam proses penyambutan calon pembeli yang datang langsung ke Fadagi Farm, praktikan mengalami kendala dalam membangun komunikasi awal yang efektif. Minimnya pengalaman praktikan dalam melayani konsumen secara

langsung membuat interaksi awal terasa canggung. Praktikan juga belum sepenuhnya memahami alur layanan yang biasa dilakukan staf tetap, sehingga kurang sigap dalam menyesuaikan ritme kerja di lapangan, terutama ketika jumlah pelanggan meningkat di akhir pekan. Kendala yang dihadapi praktikan saat memberikan penjelasan produk secara langsung adalah kurangnya penguasaan terhadap detail teknis tentang sapi qurban, seperti usia, bobot, jenis, serta perbedaan kualitas antara satu ekor dengan yang lain. Hal ini menyebabkan informasi yang disampaikan kurang meyakinkan dan tidak menjawab seluruh pertanyaan pelanggan. Selain itu, praktikan juga sempat merasa kurang percaya diri karena khawatir memberikan informasi yang tidak akurat. Saat melakukan dokumentasi sapi qurban, praktikan menghadapi tantangan teknis, seperti hewan yang terus bergerak, pencahayaan kandang yang kurang memadai, serta keterbatasan peralatan dokumentasi seperti tripod atau kamera profesional. Hal ini menyebabkan hasil dokumentasi awal tidak optimal, baik dari segi visual maupun informatif. Beberapa dokumentasi tidak menunjukkan secara jelas ukuran tubuh dan kondisi fisik sapi, sehingga kurang bisa digunakan sebagai bahan promosi yang meyakinkan bagi calon pembeli online.

3 3.4 Cara Mengatasi Kendala 19 3.4 1 Mengatasi Kendala Pada Saat Melakukan Manajemen Operasional Untuk mengatasi kendala dalam penyusunan SOP, praktikan melakukan riset mandiri dengan membaca referensi dari perusahaan sejenis melalui internet dan video pelatihan yang relevan. Praktikan juga berdiskusi langsung dengan manajer operasional untuk menggali praktik kebersihan yang sudah berjalan meskipun belum terdokumentasi, lalu merumuskannya ke dalam format SOP yang sistematis. Observasi lapangan dilakukan secara bertahap dengan mencatat area-area krusial dalam toko kemudian menyusun urutan prosedur kebersihan yang realistis dan mudah dijalankan staf. Untuk mengatasi perbedaan jadwal dan beban kerja antar staf praktikan menyusun jadwal kebersihan yang fleksibel dengan sistem rotasi agar tugas terbagi secara adil. Praktikan juga melibatkan masukan dari staf toko melalui diskusi informal untuk memastikan bahwa jadwal

yang dibuat tidak mengganggu tugas utama mereka. Jadwal disusun dalam format tabel sederhana dan dipasang di area kerja sebagai pengingat bersama. Selain itu, praktik pengawasan ringan dilakukan agar seluruh staf terbiasa menjalankan kebersihan sebagai bagian dari tanggung jawab bersama. Cara mengatasi kendala tersebut dilakukan dengan berdiskusi aktif bersama mentor untuk memahami tugas secara lebih mendalam, termasuk mempelajari penggunaan aplikasi Olsera dalam stock opname. Selain itu, praktikan juga berinisiatif mencari referensi tambahan melalui video tutorial di YouTube. Kombinasi antara bimbingan langsung dan pembelajaran mandiri ini membantu praktikan lebih cepat beradaptasi serta menyelesaikan tugas secara efektif dan mandiri.

3.4.2 Belajar secara Mandiri dan Bersama Staff Digital Marketing

Cara mengatasi kendala tersebut, yang dilakukan oleh praktikan adalah mengambil inisiatif untuk belajar secara mandiri, seperti membaca referensi, menonton tutorial, dan mencari inspirasi konten dari media sosial bisnis serupa. Selain itu, praktikan juga aktif berdiskusi dengan staf digital marketing untuk memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Praktikan diajarkan cara mengidentifikasi kebutuhan audiens, memilih waktu posting yang tepat, serta mengembangkan konten yang menarik secara visual dan informatif agar sesuai dengan identitas merek usaha tempat magang.

3.4.3 Meningkatkan Kemampuan Berinteraksi dengan Pembeli dan Product Knowledge

Untuk mengatasi kendala menghadapi konsumen secara langsung, praktikan secara aktif mengamati cara staf senior dalam menyambut pelanggan dan mencatat pola komunikasi yang mereka gunakan, mulai dari gaya bahasa, gestur tubuh, hingga pendekatan interpersonal. Praktikan juga berlatih menyusun kalimat sapaan dan pertanyaan pembuka yang sopan, serta memperbaiki intonasi suara agar lebih percaya diri. Selain itu, praktikan berdiskusi dengan mentor mengenai alur pelayanan dan mendapatkan arahan agar dapat menyambut pelanggan secara profesional dan ramah. Praktikan mengatasi kendala menjelaskan produk secara langsung dengan mempelajari secara langsung data dan catatan teknis dari petugas farm mengenai kondisi

sapi, serta melakukan tanya jawab dengan tim peternakan 20 untuk memahami terminologi dasar seputar hewan qurban. Praktikan juga membuat ringkasan informasi produk dalam bentuk catatan kecil yang dapat dijadikan panduan saat berdiskusi dengan pelanggan. Secara bertahap, kepercayaan diri meningkat seiring pengalaman berbicara langsung dan berhasil menjawab pertanyaan dengan lebih tepat dan meyakinkan. Untuk mengatasi kendala dalam mendokumentasikan sapi, praktikan mencari waktu dokumentasi terbaik dengan pencahayaan alami di pagi atau sore hari dan memilih latar yang lebih bersih serta stabil. Praktikan juga berkoordinasi dengan staf kandang agar sapi dapat diarahkan ke posisi yang ideal untuk difoto atau direkam. Selain itu, praktikan melakukan beberapa kali pengambilan gambar dan video dari berbagai sudut dan mempelajari teknik pengambilan gambar menggunakan smartphone agar hasilnya tetap menarik meski dengan alat sederhana. Dokumentasi yang telah diperbaiki kemudian diedit seperlunya sebelum diunggah ke media sosial perusahaan.

3.5 Pembelajaran yang diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalani kegiatan kerja profesi, praktikan memperoleh berbagai pembelajaran yang sangat bermanfaat, baik dari segi teknis operasional maupun keterampilan non-teknis yang mendukung profesionalitas di dunia kerja.

Pertama, praktikan mendapatkan pemahaman langsung mengenai manajemen operasional, khususnya dalam aktivitas harian perusahaan. Praktikan terlibat secara langsung dalam kegiatan seperti pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP), stock opname, serta pengelolaan arus keluar dan masuk barang. Hal ini memberikan gambaran nyata kepada praktikan tentang bagaimana sebuah sistem kerja dibentuk untuk menjaga efisiensi dan ketertiban operasional dalam lingkungan usaha. Praktikan juga mendapatkan wawasan tentang pemasaran digital, terutama bagaimana strategi pemasaran menjadi elemen penting dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial. Praktikan belajar bahwa pemasaran bukan hanya soal promosi, tetapi juga bagaimana menyampaikan pesan yang tepat sasaran, menarik, dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Dalam proses tersebut, praktikan mempelajari



keterampilan baru dalam mendesain konten media sosial, mulai dari memilih tema visual, menulis caption yang komunikatif, hingga menyusun jadwal unggahan agar konten dapat menjangkau lebih banyak audiens. Kemampuan ini sangat penting untuk membangun brand awareness serta meningkatkan engagement dengan pelanggan secara digital. Penerapan strategi ini juga diselaraskan dengan pemahaman mengenai customer journey, di mana tahap awareness menjadi langkah awal penting agar audiens mulai mengenal produk atau brand. Oleh karena itu, kemampuan membangun brand awareness serta meningkatkan engagement secara digital menjadi kompetensi yang sangat bernilai dan relevan dalam dunia kerja saat ini. Selain itu, praktikan juga mempelajari cara menarik perhatian konsumen, baik secara langsung maupun melalui media. Praktikan memahami bahwa untuk menarik minat terhadap suatu produk, dibutuhkan pendekatan yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif. Di sinilah pentingnya memahami karakteristik konsumen, agar pesan pemasaran bisa disampaikan secara lebih personal dan efektif. Terakhir, praktikan mengasah kemampuan dalam menjalin komunikasi bisnis yang baik. Praktikan belajar untuk menyampaikan informasi secara profesional, menjawab pertanyaan konsumen dengan sopan, serta menyesuaikan cara berbicara berdasarkan latar belakang dan kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda. Kemampuan komunikasi ini menjadi bekal yang penting untuk menciptakan interaksi yang positif antara perusahaan dan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

BAB IV PENUTUP 4.1
Kesimpulan Kegiatan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan sebagai bagian dari pemenuhan kurikulum Universitas Pembangunan Jaya telah dilaksanakan di PT Fadagi Segar Sejahtera memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam memahami dunia kerja secara langsung, khususnya di bidang pemasaran. Praktikan tidak hanya mempelajari aspek teknis seperti manajemen operasional, pemasaran digital, dan pelayanan konsumen, tetapi juga keterampilan non-teknis seperti komunikasi bisnis, kerja tim, serta adaptasi terhadap lingkungan kerja yang dinamis. Selama melaksanakan kerja profesi, praktikan mendapatkan kepercayaan untuk terlibat langsung dalam

berbagai kegiatan pemasaran, baik melalui media sosial maupun aktivitas promosi langsung di lapangan. Praktikan terlibat dalam pembuatan konten, menyusun jadwal unggahan, mengelola interaksi digital, serta memberikan pelayanan langsung kepada konsumen di Fadagi Farm. **2** Melalui kegiatan tersebut, praktikan mampu menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di perusahaan. Adapun berbagai kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja profesi, seperti kesulitan dalam penggunaan aplikasi, pembuatan konten, serta komunikasi dengan pelanggan, berhasil diatasi melalui bimbingan mentor, pembelajaran mandiri, serta kerja sama tim. Pengalaman ini membentuk pemahaman praktikan bahwa keberhasilan dalam dunia kerja sangat ditentukan oleh kemampuan untuk belajar secara terus-menerus, bersikap profesional, dan terbuka terhadap perubahan. Dengan demikian, kegiatan kerja profesi ini tidak hanya menjadi bagian dari kewajiban akademik, tetapi juga sebagai sarana pengembangan diri untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi lulusan yang siap pakai, kompeten, dan relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

4.2 Saran 4.2.1 Bagi Mahasiswa

Adapun beberapa saran dari praktikan kepada mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, yaitu:

1. Mahasiswa disarankan untuk mempersiapkan diri dengan memahami lebih dahulu profil dan bidang usaha perusahaan tempat magang agar dapat beradaptasi lebih cepat.
2. Mahasiswa disarankan untuk proaktif dalam meminta tugas, berdiskusi, serta mengevaluasi hasil kerja agar pengalaman magang menjadi lebih optimal.
3. Mahasiswa disarankan untuk tidak hanya fokus pada tugas inti, tetapi juga membuka diri terhadap pengalaman lintas divisi agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

4.2.2 Bagi Perusahaan (PT. Fadagi Segar Sejahtera)

Adapun beberapa saran dari praktikan kepada perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, yaitu:

1. Perusahaan disarankan untuk terus memberikan ruang belajar yang luas kepada mahasiswa magang agar dapat mengembangkan keterampilan praktis sesuai dengan kebutuhan industri.
2. Perusahaan disarankan untuk dapat mempertimbangkan penyusunan program kerja magang yang lebih terstruktur,

agar proses pembelajaran mahasiswa dapat berjalan lebih terarah dan terukur. 3. Perusahaan disarankan untuk memperkuat sinergi antara mentor dan mahasiswa magang dalam bentuk evaluasi berkala dan umpan balik yang membangun. Perusahaan disarankan untuk memberikan pelatihan dasar atau pembekalan teknis di awal masa magang, seperti pelatihan penggunaan aplikasi operasional, prosedur pelayanan pelanggan, atau pengenalan produk. Hal ini dapat mempercepat proses adaptasi mahasiswa serta meningkatkan efektivitas kinerja selama magang berlangsung.

4.2.3 Bagi Universitas (Universitas Pembangunan Jaya)

Adapun beberapa saran dari praktikan kepada universitas dalam pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, yaitu:

1. Universitas disarankan untuk terus memperluas kerja sama dengan perusahaan yang relevan dengan program studi untuk memperkaya pilihan tempat kerja profesi bagi mahasiswa.
2. Universitas disarankan untuk dapat Menyusun modul pembekalan pra-magang agar mahasiswa memiliki kesiapan awal sebelum terjun ke dunia kerja.
3. Universitas disarankan untuk secara rutin mengevaluasi hasil kerja profesi mahasiswa dan menjadikannya sebagai dasar perbaikan kurikulum yang lebih aplikatif. Universitas disarankan untuk menambahkan mata kuliah atau praktik terapan yang berfokus pada digital marketing, mencakup strategi konten, penggunaan media sosial, analisis insight, serta implementasi promosi digital, mengingat kebutuhan industri yang semakin berbasis digital dan tingginya permintaan terhadap tenaga kerja dengan keahlian tersebut.



REPORT #27365875

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

| | | |
|-----------------|---|---|
| INTERNET SOURCE | | |
| 1. | 0.28% journal1.moestopo.ac.id https://journal1.moestopo.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/5331 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 2. | 0.21% rcsdevelopment.org https://rcsdevelopment.org/index.php/rcsd/article/download/472/236 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 3. | 0.05% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1491/8/DAFTAR%20ISI%202.pdf | ● |