



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Di dalam bab ini, penulis ingin memberikan penjelasan mengenai kedudukan dan koordinasi, tugas-tugas yang dilaksanakan beserta uraiannya serta kendala yang ditemukan saat melakukan praktik kerja magang.

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1.1. Kedudukan

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di CV. Citra Rasa, penulis ditempatkan sebagai *assistant manager* serta mendapatkan arahan dari Bapak Anthonie selaku *Marketing Supervisor* mengenai *marketing promotion, distribution* dan *evaluation*, dan Bapak Teguh selaku Kepala Bagian Gudang mengenai *product handling & inventory control*, serta Bapak Denny selaku *sales marketing* dalam pelaksanaan tugas di lapangan.



**Gambar 3.1** Struktur Praktik Kerja Magang

##### 3.1.2. Koordinasi

Untuk melaksanakan praktik kerja magang, penulis berkoordinasi dengan Bapak Lim Rusdi selaku Manager CV. Citra Rasa untuk mendapatkan arahan dan

pengenalan umum mengenai CV. Citra Rasa, selanjutnya dengan Ibu Lia Chandra selaku kepala HRD saat memasukkan lamaran kerja magang dan wawancara, berkoordinasi dengan Bapak Teguh selaku Kepala Bagian Gudang dan Bapak Anthonie selaku *Marketing Supervisor* serta Bapak Denny selaku staf *sales marketing* CV. Citra Rasa dalam arahan dan pelaksanaan praktik kerja magang.

### 3.1.3. Tugas Yang Dilakukan

**Tabel 3.1** Aktivitas Tugas Magang

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1.	<i>Product Handling &amp; Inventory control</i>	Bapak Teguh
2.	<i>Marketing Promotion, Distribution dan Evaluation</i>	Bapak Anthonie
3.	<i>Sales Marketing</i>	Bapak Denny

### 3.2. Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam praktik kerja magang di CV. Citra Rasa, penulis awalnya diperkenalkan dengan Visi Misi dan Budaya Kerja perusahaan oleh Bapak Lim Rusdi. Selanjutnya pelaksanaan kerja magang dilakukan sebagai berikut:

#### 1. Product Handling & Inventory control



Penulis dilibatkan dalam aktivitas penanganan produk dan kontrol *inventory* berupa pencatatan dan pengaturan keluar masuk barang di gudang perusahaan serta tata cara penyimpanan barang yang baik untuk mempertahankan kualitas produk.

**Gambar 3.2** Penyusunan Barang di Gudang (dok. Pribadi)

Barang ditata sedemikian rupa untuk memudahkan keluar masuk dengan pengaturan “first in-first out”. Barang diletakkan di atas palet untuk menjaga agar tidak lembab, rusak dan kotor. Jumlah susunan barang dibatasi maksimal boleh

ditumpuk setinggi 4-12 karton sesuai dengan jenis barangnya. Dilakukan pengecekan, pencatatan dan pelabelan yang kemudian diinput ke data *inventory* barang.



**Gambar 3.3** Penyimpanan BS (dok. Pribadi)

Barang yang mengalami kerusakan akibat cacat dari pabrik atau rusak pada saat pengiriman seperti bocor, cacat *seal* dan pengembalian barang sortir (BS) dihitung dan dicatat, selanjutnya bukti *packing*-nya dikumpulkan untuk dikembalikan ke pusat.

## 2. Marketing Promotion, Distribution dan Evaluation



**Gambar 3.4** Pamflet Produk dan Promosi CV. Citra Rasa (dok. Pribadi)

Aktivitas marketing baik pengenalan produk maupun promosi produk CV. Citra Rasa biasanya dilakukan oleh sales dengan cara menyebarkan pamflet ke toko dan kios langganan. Promosi dilakukan hanya di saat tertentu seperti menjelang hari raya atau memasuki bulan puasa mengikuti program PD. SSI bagi seluruh distributornya. Namun sejak memasuki masa Pandemi Covid-19 kegiatan promosi belum dimulai kembali, yang saat ini masih berjalan adalah diskon pengambilan barang dalam jumlah tertentu dengan pembayaran *cash*/tunai.



**Gambar 3.5** Proses Muat dan Persiapan Distribusi Barang (dok. Pribadi)

Untuk aktivitas *marketing distribution*, produk CV. Citra Rasa didistribusikan langsung oleh para sales ke *retailer* berupa toko/*outlet* baik di pasar maupun area lainnya agar dapat menjangkau pembeli sebanyak-banyaknya. Terdapat 15 area distribusi di wilayah kota dan kabupaten Sukabumi hingga Cianjur yang sudah memiliki jadwal tetap untuk dikunjungi.



Penulis kemudian ditugaskan untuk mengikuti kunjungan ke pasar Cisaat di Kabupaten Sukabumi yang merupakan area penjualan Bapak Denny. Dalam melaksanakan tugas lapangan ini, penulis mengikuti proses mulai dari bongkar-muat barang, memeriksa kesesuaian muatan barang dengan surat jalan yang diberikan, menawarkan serta mendistribusikan barang ke toko/*outlet* di pasar Cisaat.

**Gambar 3.6** Proses Penjualan dan Distribusi Barang (dok. Pribadi)

Selanjutnya penulis mempelajari cara melakukan pengisian surat jalan (barang terjual dan tersisa, pengembalian barang BS karena pecah/rusak akibat cacat *seal*

dari pabrik) yang kemudian diserahkan ke bagian administrasi Gudang untuk diinput ke komputer. Setelah selesai dengan bagian Gudang maka dilakukan juga pembuatan laporan penjualan harian mengenai produk-produk apa saja yang terjual, ongkos yang dikeluarkan, jumlah dan nilai giro, bon kredit, bon penjualan kontan serta diskon pengembalian barang BS. Terakhir dilakukan penyetoran uang/giro/bon penjualan yang diterima hari itu ke bagian kasir perusahaan.

Rapat evaluasi penjualan dilakukan setiap minggu oleh marketing supervisor Bapak Anthonie, sedangkan evaluasi penjualan bulanan dilakukan bersama pimpinan yaitu Bapak Lim Rusdi. Hal-hal yang dinilai dalam evaluasi diantaranya ketercapaian omset penjualan sales per *item* barang dan nilai AR (*account receivable*) yaitu piutang perusahaan yang belum tertagih/penagihan kepada konsumen yang telah berhutang. Ketercapaian yang diharapkan oleh perusahaan adalah penjualan langsung mencapai setidaknya 90% *cash* dan maksimal kisaran AR 6,5-6,7 %.

### **3.3. Kendala dan Solusi Saat Magang**

#### **A. Product Handling & Inventory control**

Penulis mengalami kendala dalam *product handling* saat barang datang dari pusat dan diturunkan di gudang. Hal ini karena jumlah barang yang beragam serta proses yang cepat karena mobil pengantar (tronton) harus segera kembali ke pusat. Proses yang dilakukan berupa pengecekan jumlah, jenis dan tanggal kadaluwarsa barang yang harus dicocokkan dengan surat jalan.

Solusi: penulis menghafal posisi setiap jenis barang di Gudang, mengecek jumlah barang berdasarkan panjang dan jumlah barisan barang yang dikalikan tinggi tumpukan barang. Pengecekan tanggal produksi & kadaluwarsa dilakukan secara random per kelompok jenis barang.

## **B. Marketing (Tugas Lapangan)**

Ada beberapa kendala yang penulis temui saat melaksanakan tugas di lapangan yaitu:

1. Kendala di lapangan berkaitan dengan protokol kesehatan (ProKes) adalah sulitnya menjaga jarak aman baik di dalam mobil maupun di beberapa tempat di toko/pasar yang cukup ramai.

Sebagai solusinya penulis selalu menggunakan masker di dalam mobil dan di area umum/pasar, menggunakan desinfektan setiap kembali ke mobil setelah turun barang/kunjungan toko dan mengganti masker baru setibanya di kantor.

2. Penulis mengalami kendala koordinasi di lapangan karena sebagai karyawan magang belum dikenal oleh pihak toko maupun oleh preman di pasar tradisional.

Solusinya penulis selalu berkoordinasi dengan Bapak Denny selaku pendamping di lapangan.

3. Kendala dalam promosi dan penjualan barang selama melaksanakan praktik kerja magang. Disini penulis mencoba menawarkan produk ke outlet penjual sate, mie ayam dan nasi goreng dengan memberikan *sample* produk untuk kemudian diarahkan agar selanjutnya dapat membeli produk di toko/kios terdekat. Namun usaha penulis masih menemui kendala karena umumnya penjual sudah terbiasa menggunakan produk sejenis dari brand kompetitor atau bahkan menggunakan produk alternatif seperti gula merah sebagai pengganti kecap manis.

Solusi yang dapat dilakukan adalah melakukan uji coba *blind label* dengan meminta pedagang mencicipi rasa produk yang ditawarkan dibandingkan produk kompetitor sehingga dapat dilakukan penilaian yang jujur tentang rasa produk bukan berdasarkan mereknya.

### 3.4. Analisa Strategi Pemasaran dan Distribusi CV. Citra Rasa

Selama melakukan kerja magang, penulis melihat bahwa CV. Citra Rasa menerapkan strategi pemasaran tradisional berupa *outbound* marketing dalam menjalankan usahanya. Hal ini nampak pada praktik pemasaran dan distribusi yang dilakukan secara langsung oleh tim *sales marketing* dengan cara menawarkan serta memberikan contoh produk yang dimiliki/ dijual ke toko-toko dan calon pengguna produk. Mendistribusikan produk ke setiap toko/outlet khususnya yang berada di area pasar dan kemudian menerima pembayaran langsung dari pembeli. Penetrasi pasar dilakukan dengan memberikan diskon/potongan harga kepada toko/retailer berdasarkan jumlah pengambilan produknya dan cara pembayarannya khususnya yang membayar kontan/*cash* keras.

Pada waktu-waktu tertentu, seperti menjelang hari raya, dilakukan promosi berupa hadiah target penjualan yang disampaikan menggunakan selebaran secara langsung oleh tim sales marketing ke toko-toko di pasar/ outlet lainnya yang menjual produk CV. Citra Rasa. Perusahaan juga melakukan pengembangan produk pendukung berupa penambahan jenis produk yang dijual, maupun produk sejenis dengan kemasan yang berbeda. Sebagai contoh awalnya CV. Citra Rasa hanya menjual produk dalam bentuk botol besar/ botol beling, namun kini sudah ada kemasan botol plastik kecil, *sachet*, gembol dan jerigen.

Diversifikasi produk nampak dari adanya produk sejenis dengan merek berbeda untuk pangsa pasar yang berbeda. Merek Nasional lebih ditujukan ke kelas menengah sedangkan untuk kelas yang lebih bawah CV. Citra Rasa memasarkan juga merek Cabe Gunung yang harganya lebih murah. Selanjutnya, semua bukti transaksi dibuat dalam bentuk bukti fisik yaitu bon penjualan serta laporan penjualan *sales* yang dibuat setiap kali pulang dari pasar.

Dengan melakukan strategi pemasaran tradisional yang sesuai dengan strategi pertumbuhan Matriks Anshoff dan Bauran Pemasaran, CV. Citra Rasa telah mampu meraih kepercayaan pelanggan sehingga dapat megembangkan dirinya menjadi distributor tunggal di area Kota dan Kotamadya Sukabumi-Cianjur. Akan tetapi,

dengan terjadinya dinamika pasar dimana kedepannya kaum muda yang terbiasa dengan teknologi digital akan menjadi mayoritas konsumen, maka strategi pemasaran sebaiknya diperluas dengan menyertakan strategi pemasaran modern/*inbound marketing*.

### **3.5. Analisa Dampak Lingkungan**

Menurut UU No. 23/1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup dan PP No. 27/1999, Analisis mengenai dampak lingkungan hidup (AMDAL) adalah kajian mengenai dampak besar dari suatu usaha/kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan suatu usaha (Ofiza, 2019).

Yang dikaji dalam proses analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) adalah aspek fisik-kimia, ekologi, sosial-ekonomi, sosial-budaya, dan kesehatan masyarakat sebagai pelengkap studi kelayakan suatu rencana usaha yang tercakup dalam lima dokumen yaitu:

#### **1. Penyajian Informasi Lingkungan (PIL)**

Merupakan proses studi pada hal-hal penting yang berkaitan dengan dampak terhadap lingkungan. Dampak lingkungan dari keberadaan CV. Citra Rasa lebih ditekankan ke pengelolaan limbah agar tidak memiliki dampak buruk bagi kesehatan masyarakat dan lingkungan.

#### **2. Kerangka Acuan Kerja (KAK)**

Kerangka Acuan Kerja berisi kajian analisis mengenai dampak lingkungan hidup yang merupakan hasil dari penyajian informasi lingkungan.

Karena CV. Citra Rasa hanya melakukan proses marketing dan distribusi serta tidak melakukan proses produksi, maka analisis disini lebih diarahkan kepada:

##### **A. Analisis Protokol Kesehatan**

Mencegah penularan penyakit khususnya di masa pandemi COVID-19 ini. Dengan melakukan protokol kesehatan dengan disiplin yaitu berupa penyemprotan

desinfektan di seluruh area perusahaan serta kepada seluruh kendaraan yang keluar-masuk, mewajibkan penggunaan masker dan cuci tangan serta menjaga jarak maka CV. Citra Rasa telah menjalankan upaya pencegahan terjadinya penularan COVID-19 di lingkungannya.

#### B. Analisis Pengelolaan Limbah:

Penanganan Limbah disini berupa barang-barang sortir (BS) yang sudah dikelola dengan tertib serta dikembalikan/ditukar ke pusat dan tidak dibuang di sekitar lingkungan CV. Citra Rasa.

#### 3. Analisis Dampak Lingkungan (ANDAL)

Dokumen ini berisi analisis yang cermat dan mendalam tentang dampak besar dan penting dari suatu rencana usaha.

Dampak besar dan penting dari usaha CV. Citra Rasa bagi lingkungan meliputi:

Pelaksanaan Protokol kesehatan yang benar untuk mencegah terjadinya kluster penularan COVID-19.

#### 4. Rencana Pemantauan Lingkungan (RPL)

Dokumen RPL berisi program-program pemantauan untuk melihat perubahan lingkungan yang disebabkan oleh dampak yang berasal dari suatu rencana kegiatan. Hasil pemantauan ini selanjutnya digunakan untuk mengevaluasi efektifitas upaya-upaya pengelolaan lingkungan yang telah dilakukan.

Sejak terjadinya pandemi COVID-19 yang telah berlangsung lebih dari 2 tahun, CV. Citra Rasa tidak pernah menjadi kluster penyebaran COVID-19 walaupun aktivitas perusahaan tetap berjalan di masa pandemi. Hal ini menunjukkan proses yang dijalankan perusahaan berlangsung efektif sehingga seluruh aktivitas perusahaan tidak membawa dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya.

## 5. RKL (Rencana Kelola Lingkungan)

Rencana Kelola Lingkungan meliputi pengendalian dan penanggulangan dampak penting yang bersifat negatif terhadap lingkungan hidup serta memaksimalkan dampak positifnya.

Dampak positif dari keberadaan CV. Citra Rasa bagi lingkungannya adalah terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar serta tetap berjalannya aktivitas perusahaan di masa pandemi sehingga dapat menunjang kondisi sosial ekonomi dari masyarakat sekitar tempat perusahaan berada.