

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**AKTIVITAS SALURAN PEMASARAN PRODUK SEMEN PADA
PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK**



Disusun Oleh:

Belia Natasyafira Ananta 1011810013

Devi Indiani 1011810016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2021**

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK
DI PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK.
UNIT KERJA OF IND. & CONT. SALES II.
(PERIODE : 01 Oktober 2021 s.d 31 Oktober 2021)

Disusun oleh :

Belia Natasyafira Ananta (1011810013)

Devi Indiani (1011810016)

Mengetahui dan Menyetujui,
Kepala Prodi Manajemen UISI/Dosen Pembimbing



Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.
7913171

Gresik, 31 Oktober 2021

PT. SEMEN INDONESIA (PRSERO) TBK.

Mengetahui,
Ka. Unit of L&D Ops. and Certification



(Achmad Sirritul Atho', ST.)

Menyetujui,
Pembimbing Lapangan



(Mukhtar Asrori)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas izin, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan kuliah praktik ini dengan baik. Laporan Kuliah Praktik dengan judul “AKTIVITAS SALURAN PEMASARAN PRODUK SEMEN PADA PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) Tbk.” ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu akademik dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi Manajemen Rumpun Ekonomi Bisnis di Universitas Internasional Semen Indonesia. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis baik berupa dukungan, do’a, dan bantuan dalam mengerjakan laporan kuliah praktik ini. Dan dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia & Dosen Pembimbing.
2. Bapak Achmad sirrul Atho’, ST., selaku Ka. Unit of L&D Ops. and Certification PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
3. Bapak Mukhtar Asrori selaku Pembimbing Lapangan Kerja Praktik.

Laporan kuliah praktik ini telah disusun dengan sebaik-baiknya oleh penulis. Namun, penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan ini, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Demikian laporan ini dibuat dan penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan acuan di masa mendatang.

Gresik, 31 Oktober 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat	3
1.3 Metodologi Pengumpulan Data	4
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	5
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	5

BAB II PROFIL PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK

2.1 Sejarah	6
2.2 Visi dan Misi.....	7
2.3 Lokasi	7
2.4 Struktur Organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	8
2.5 Produk.....	8
2.5.1 Semen Portland Tipe I	9
2.5.2 Semen Portland Tipe II.....	9
2.5.3 Semen Portland Tipe III.....	9
2.5.4 Semen Portland Tipe IV	9
2.5.5 Special Blanded Cement (SBC).....	9
2.5.6 Super Mansory Cement (SMC).....	9
2.5.7 Portland Pozzolan Cement (PPC).....	10
2.5.8 Potlan Composite Cement (PCC)	10

2.5.9	Oil Well Cement (OWC) Class G HSR.....	10
2.5.10	Semen Thang Long PCB40 / Portland Blender (PCB40).....	10
2.5.11	Semen Thang Long PC50.....	11

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1	Manajemen Pemasaran	12
3.2	Manajemen Hubungan Pelanggan	13
3.3	Perilaku Konsumen.....	13
3.4	Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14
3.5	Sales Promotion.....	15

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Struktur Organisasi Unit Kerja.....	16
4.2	Tugas Unit Kerja	16
4.3	Kegiatan Kerja Praktik.....	17
4.4	Jadwal Kerja Praktik.....	18
4.5	Pembahasan Pelaksanaan Kerja Praktik	18

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	23
5.2	Saran	24

DAFTAR PUSTAKA	26
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	27
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Lokasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	7
Gambar 2 Struktur Organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	8
Gambar 3 Struktur Organisasi Unit Kerja.....	16
Gambar 4 Tugas Unit Visit Manajemen	17
Gambar 5 Tugas Unit Visit Manajemen	17
Gambar 6 Tugas Unit Visit Manajemen	17
Gambar 7 Surat Permohonan Kerja Praktik	27
Gambar 8 Surat Penerimaan Kerja Praktik	28
Gambar 9 Pembukaan Kerja Praktik Online	29
Gambar 10 Pengarahan Kerja Praktik.....	29
Gambar 11 Pertemuan Bersama Pembimbing Lapangan.....	30
Gambar 12 Diskusi Via Aplikasi Teams.....	30
Gambar 13 Absensi Kerja Praktik.....	31
Gambar 14 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing.....	32
Gambar 15 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing.....	33
Gambar 16 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing.....	34
Gambar 17 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing.....	35
Gambar 18 Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik Belia Natasyafira Ananta	36
Gambar 19 Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik Devi Indiani	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka menunjang aspek keahlian profesional Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia telah menyediakan sarana dan prasarana penunjang pendidikan dengan lengkap, namun sarana dan prasarana tersebut hanya menunjang aspek keahlian professional secara teori saja. Dalam dunia kerja nantinya dibutuhkan keterpaduan antara pengetahuan akan teori yang telah didapatkan dari bangku perkuliahan dan pelatihan praktik di lapang guna memberikan gambaran tentang dunia kerja yang sebenarnya. Universitas Internasional Semen Indonesia memiliki sarana dalam upaya memenuhi aspek kebutuhan mahasiswa sebagai bekal untuk terjun ke dunia kerja, yakni Kerja Praktik dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran secara lebih komprehensif mengenai dunia kerja.

Mahasiswa diberi kesempatan untuk mengaplikasikan teori kedalam praktik dilapangan sesuai dengan kebutuhan program studi masing-masing. Program tersebut pun memberi kompetensi pada mahasiswa untuk dapat lebih mengenal, mengetahui, dan berlatih menganalisis kondisi lingkungan dunia kerja. Jelas, ini merupakan upaya yang dilakukan dalam mempersiapkan mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja. Kerja Praktik ini merupakan suatu kegiatan praktik bagi mahasiswa dengan tujuan mendapatkan pengalaman dari kegiatan tersebut, yang nantinya dapat digunakan untuk pengembangan profesi. Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keterampilan dan kecakapan seseorang untuk memasuki dunia kerja. Pendidikan yang dilakukan di perguruan tinggi masih terbatas pada pemberian teori dan praktik dalam skala kecil. Agar mahasiswa dapat memahami dan memecahkan setiap permasalahan yang muncul di dunia kerja, maka mahasiswa perlu melakukan kegiatan pelatihan kerja secara langsung di

perusahaan.

Dalam menjalankan Kerja Praktik sendiri merupakan sebuah kurikulum yang telah menjadi mata kuliah di dalam program S1. Kegiatan ini sendiri merupakan pembelajaran yang dilaksanakan secara langsung di dalam dunia kerja, sehingga mahasiswa dapat mengetahui mengetahui dan menyesuaikan kondisi kerja dan aktivitas yang dilakukan dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Untuk menemukan sebuah kecocokan di dalam kompetensi yang di dapat, Kerja Praktik bertujuan untuk melatih mahasiswa cara bekerja yang baik dan benar dengan adanya Kerja Praktik sangat diharapkan agar mahasiswa dengan mampu memahami cara kerja.

Kegiatan magang kerja ini dilaksanakan di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Merupakan perusahaan BUMN persemenan yang menjadi penopang pembangunan nasional sejak masa kemerdekaan hingga saat ini. Pada tahun 1991, Perseroan mencatatkan diri sebagai perusahaan BUMN pertama yang go public di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten "SMGR". PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. merupakan strategic holding company yang memayungi anak usaha dibidang produsen semen, non-semen, dan jasa di seluruh Indonesia. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), porsi saham PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. saat ini, 51,01% milik Pemerintah RI dan 48,99% milik publik. Menguasai pangsa pasar nasional dan jangkauan pasar regional, Perseroan berupaya menjadi perusahaan penyedia solusi bahan bangunan terdepan di regional dengan menyediakan berbagai produk dan layanan yang lengkap dan berkualitas.

Dalam hal ini Universitas Internasional Semen Indonesia menjadikan Program Kerja Praktik sebagai salah satu syarat bagi kelulusan mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya. Program ini telah direncanakan oleh Perguruan Tinggi untuk menghasilkan dan menciptakan hubungan timbal balik antar dunia usaha bagi pencipta kesempatan kerja, dalam Kerja Praktik ini diupayakan agar mahasiswa harus mengerti tentang tanggung jawab dalam bekerja.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

1. Meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai hubungan antara teori dan penerapannya sehingga dapat memberikan bekal bagi mahasiswa untuk terjun ke dalam instansi dan dapat memberikan suatu hubungan baik dengan masyarakat.
2. Menerapkan dan membandingkan antara ilmu yang didapat selama masa perkuliahan dengan kondisi dunia kerja secara nyata. Memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (SI) pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia guna mendapatkan gelar sarjana Pendidikan
3. Memperoleh pengalaman dari pekerjaan nyata yang sesuai dengan teori yang telah diperoleh dari bangku perkuliahan
4. Melatih kedisiplinan dan tanggungjawab praktikan dalam melaksanakan tugas sehingga diharapkan dapat menjadi lulusan yang siap terjun didunia kerja.

1.2.2 Manfaat

Manfaat dari pelaksanaan magang di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perguruan Tinggi :

Universitas akan dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman kerja praktik serta Universitas yang akan dikenal di dunia kerja. Marketing (pemasaran) pada pengenalan dan penerapan ilmu pemasaran di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. serta dapat memasarkan sebuah proyek dari perusahaan tersebut dan akan menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman di bidang Marketing PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dan memberikan suatu tingkatan yang baik, serta bagi mahasiswa setelah mendapatkan ilmu tersebut untuk kedepannya lebih

mendalami pada saat bekerja. Universitas dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman magang dengan mengevaluasi mahasiswa yang telah melaksanakan magang sesuai dengan kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan. Sebagai media untuk menjalin hubungan kerja dengan instansi atau perusahaan yang dijadikan sebagai tempat Kerja Praktik.

2. Bagi Perusahaan :

Merupakan sarana untuk menjembatani antara perusahaan dengan Lembaga Pendidikan untuk bekerjasama lebih lanjut baik bersifat akademis maupun non akademis. Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial di kalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat perusahaan membutuhkan karyawan, bisa merekrut mahasiswa yang sudah berpengalaman di Perusahaan tersebut. Perusahaan akan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa- mahasiswa yang melakukan praktik kerja.

3. Bagi Mahasiswa :

Mahasiswa dapat mengaplikasikan dan meningkatkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dan dapat mempelajari sekaligus menambah wawasan setiap mahasiswa mengenai dunia kerja. Serta dapat menambah dan meningkatkan keterampilan serta keahlian dibidang praktek.

1.3 Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Metodologi pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam pelaksanaan kerja praktik adalah dengan menggunakan metode Wawancara . Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan Melalui tatap muka langsung

dengan narasumber dengan cara tanya jawab Langsung. Wawancara dilakukan dengan bagian pada Unit of Ind. & Cont. Sales II yang berhubungan dengan data yang terkait. Kegiatan wawancara ini dilakukan untuk memproses objek dengan maksud untuk memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan ide-ide yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan melanjutkan ke proses selanjutnya. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mengambil objek penelitian pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang

Lokasi : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Jl. RA Kartini Kav. 8. Jakarta Selatan 12430, Indonesia.

Waktu : 01 Oktober – 31 Oktoberr 2021

1.3 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang

Unit Kerja : Unit of Ind. & Cont. Sales II.

BAB II

PROFIL PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK.

2.1 Sejarah dan Perkembangan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk. diresmikan di Gresik pada tanggal 7 Agustus 1957, merupakan perusahaan BUMN persemenan yang menjadi penopang pembangunan nasional sejak masa kemerdekaan hingga saat ini. Pada tahun 1991, Perseroan mencatatkan diri sebagai perusahaan BUMN pertama yang go public di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten “SMGR”.

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. merupakan strategic holding company yang memayungi anak usaha dibidang produsen semen, non-semen, dan jasa di seluruh Indonesia. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), porsi saham PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. saat ini, 51,01% milik Pemerintah RI dan 48,99% milik publik. Menguasai pangsa pasar nasional dan jangkauan pasar regional, Perseroan berupaya menjadi perusahaan penyedia solusi bahan bangunan terdepan di regional dengan menyediakan berbagai produk dan layanan yang lengkap dan berkualitas.

Perkembangan arah bisnis serta menjawab tantangan yang dihadapi perseroan ke depan, pada tanggal 11 Februari 2020 Perseroan berganti logo menjadi SIG. Perubahan logo dilakukan untuk mengubah brand positioning dan menegaskan kembali visi, misi dan nilai baru agar dapat mewakili layanan atau produk Perseroan yang semakin berkembang.

SIG adalah semangat baru perseroan yang bertindak beda dan selalu melebihi jangkauan (Go Beyond Next), yang hadir menjadi solusi kebutuhan konsumen dan pembangunan nasional. SIG berkomitmen menjadi bagian dari penciptaan sustainable living, yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas kehidupan

di masa mendatang, serta terus menjadi BUMN kebanggaan Bangsa Indonesia.

2.2 Visi dan Misi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk

2.2.1 Visi

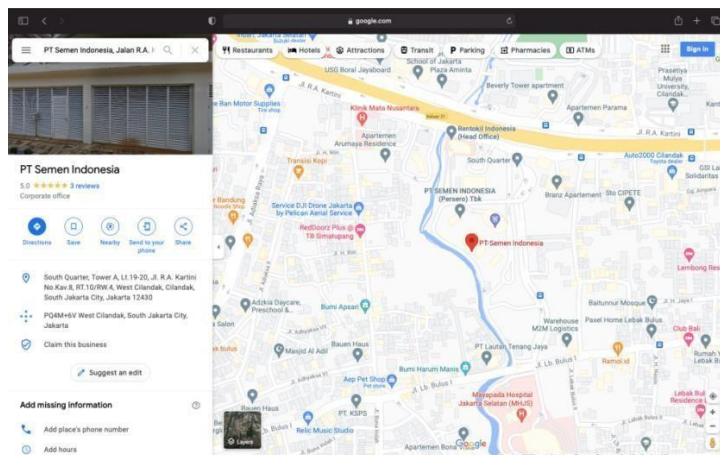
Menjadi perusahaan penyedia solusi bahan bangunan terbesar di regional.

2.2.2 Misi

1. Berorientasi pada kepuasan pelanggan dalam setiap inisiatif bisnis.
2. Menerapkan standard terbaik untuk menjamin kualitas.
3. Fokus menciptakan perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan.
4. Memberikan nilai tambah terbaik untuk seluruh pemangku kepentingan (stakeholders).
5. Menjadikan sumber daya manusia sebagai pusat pengembangan perusahaan.

2.3 Lokasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Jl. RA Kartini Kav. 8. Jakarta Selatan 12430, Indonesia.



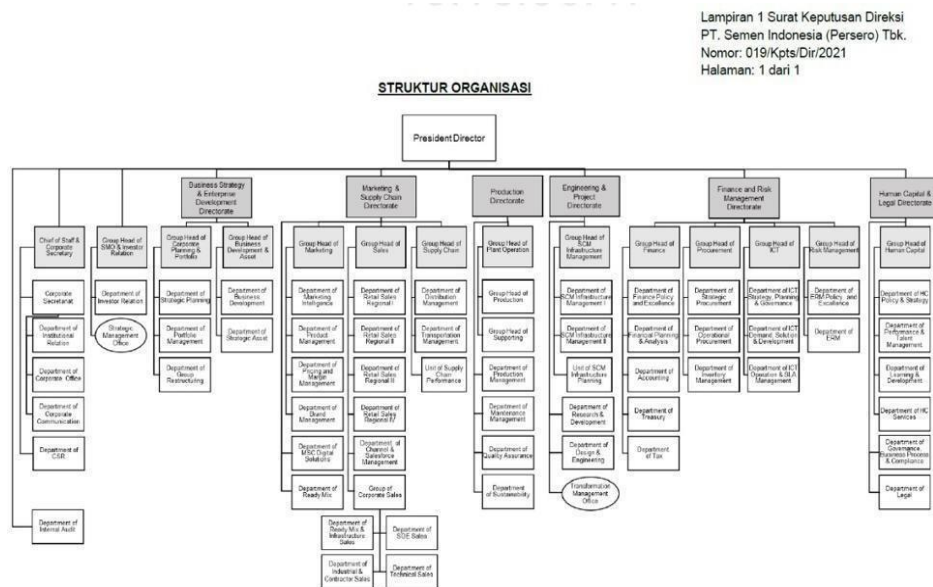
Gambar 1 Lokasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Sumber: Google Maps

2.4 Struktur Organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Organisasi adalah suatu proses penetapan pembagian pekerjaan yang dilakukan, pembagian tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang serta penempatan hubungan antara unsur organisasi sehingga memungkinkan seorang bekerja sama secara efektif dalam pencapaian tujuan.

Organisasi yang baik akan memudahkan koordinasi dan komunikasi serta pengawasan atau semua aktivitas karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan. Organisasi ini merupakan kegiatan kerjasama dua orang atau lebih yang berkoordinasi secara sadar. Adapun struktur organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Struktur Organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Sumber: sig.id

2.5 Produk

Produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk., diantaranya adalah:

2.5.1 Semen Portland Tipe I

Dikenal pula sebagai Ordinary Portland Cement (OPC), merupakan semen hidrolis yang dipergunakan secara luas untuk konstruksi umum, seperti konstruksi bangunan yang tidak memerlukan persyaratan khusus, antara lain : bangunan, perumahan, gedung-gedung bertingkat, jembatan, landasan pacu dan jalan raya.

2.5.2 Semen Portland Tipe II

Dikenal sebagai semen yang mempunyai ketahanan terhadap sulfat dan panas hidrasi sedang. Misalnya untuk bangunan di pinggir laut, tanah rawa, dermaga, saluran irigasi, beton massa dan bendungan.

2.5.3 Semen Portland Tipe III

Semua jenis ini merupakan semen yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan bangunan yang memerlukan kekuatan tekan awal yang tinggi setelah proses pengecoran dilakukan dan memerlukan penyelesaian secepat mungkin. Misalnya digunakan untuk pembuatan jalan raya, bangunan tingkat tinggi dan bandara udara.

2.5.4 Semen Portland Tipe V

Semen jenis ini dipakai untuk konstruksi bangunan-bangunan pada tanah/air yang mengandung sulfat tinggi dan sangat cocok untuk instalasi pengolahan limbah pabrik, konstruksi dalam air, jembatan, terowongan, pelabuhan dan pembangkit tenaga nuklir.

2.5.5 Special Blanded Cement (SBC)

Semen khusus yang diciptakan untuk pembangunan mega proyek jembatan Surabaya-Madura (Suramadu) dan cocok digunakan untuk bangunan di lingkungan air laut. Dikemas dalam bentuk curah.

2.5.6 Super Masonry Cement (SMC)

Semen yang dapat digunakan untuk konstruksi perumahan dan irigasi yang struktur betonnya maksimal K225, dapat juga digunakan untuk bahan baku pembuatan genteng beton hollow brick, paing block dan tegel.

2.5.7 Portland Pozzolan Cement (PPC)

Semen Hidrolis yang dibuat dengan menggiling terak, gypsum dan bahan pozzolan. Digunakan untuk bangunan umum dan bangunan yang memerlukan ketahanan sulfat dan panas hidrasi sedang. Misalnya, jembatan, jalan raya, perumahan, dermaga, beton massa, bendungan, bangunan irigasi dan pondasi pelat penuh.

2.5.8 Potlan Composite Cement (PCC)

Bahan pengikat hidrolis hasil penggilingan bersama-sama terak, gypsum, dan satu atau lebih bahan anorganik. Kegunaan semen jenis ini sesuai untuk konstruksi beton umum, pasangan batu bata, plesetan bangunan khusus seperti beton para-cetak, beton para-tekan dan paving block.

2.5.9 Oil Well Cement (OWC) Class G HSR

Merupakan semen khusus yang digunakan untuk pembuatan sumur minyak bumi dan gas alam dengan konstruksi sumur minyak di bawah permukaan laut dan bumi. OWC yang telah diproduksi adalah Class G, High Sulfat Resistant (HSR) disebut juga sebagai “Basic OWC”. Aditif dapat ditambahkan untuk pemakaian pada berbagai kedalaman dan temperatur tertentu.

2.5.10 Semen Thang Long PCB40 / Portland Blender (PCB40)

Semen Thang Long PCB40 / Portland Cement Blender (PCB40) sesuai dengan TCVN 6260:19979. Semen Thang Long PCB40 dapat meningkatkan daya kerja concrete, meningkatkan daya tahan terhadap penyerapan air, erosi lingkungan dan bertahan lama, dan sangat cocok untuk iklim di Vietnam. Selain sifat-sifat yang unggul tersebut, semen Thang Long memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Sangat Halus.
2. Berwarna abu-abu sesuai selera pelanggan.
3. Setting Time: Initial Time: sekitar 120-170 menit. Final Time: setelah 3 – 4 jam. Cocok untuk pekerjaan konstruksi.
4. Mutu yang stabil. Cement Strength selalu melampaui standar

untuk menghemat jumlah pemakaian semen.

5. Daya tahan tinggi terhadap sulfat untuk konstruksi bawah tanah dan bawa air. Emisi panas yang rendah saat setting time, bermanfaat untuk konstruksi yang luas yang menggunakan bata ringan (concrete blocks).

2.5.11 Semen Thang Long PC50

Semen Thang Long PC50. Semen jenis ini sesuai untuk bangunan berspesifikasi tinggi atau beton khusus yang digunakan untuk proyekproyek besar, sesuai dengan standar negara-negara pengimpor semen di Asia, Eropa dan Amerika. Produk ini cocok diaplikasikan pada jenis proyek konstruksi dengan persyaratan rumit, misalnya: jembatan, jalan, proyek pembangkit listrik tenaga air, konstruksi beton bertulang, maupun konstruksi beton dengan kuat tekan tinggi. Produk ini memiliki toleransi penyimpanan yang lebih panjang, sehingga mendukung proyek yang jauh lokasinya meski dalam bentuk ready mix concrete. PC50 memiliki tingkat resistensi yang tinggi terhadap sulfat sehingga tepat jika diaplikasikan dalam bangunan yang ada di bawah tanah atau air. Kadar kapur dan suhu panas rendah sehingga mampu mengurangi kemungkinan retak atau pecah pada blok beton besar atau konstruksi beton.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012) menyebutkan bahwa marketing management as the art and science of choosing target market and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value. Manajemen pemasaran atau yang sering disebut marketing management merupakan salah satu jenis manajemen yang dibutuhkan untuk semua bisnis. Marketing management ini menyangkut produk atau jasa agar lebih dikenal konsumen.

Menurut Sofyan Assauri (2013) manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen pemasaran juga bertugas mengukur dan menganalisis strategis proses pemasaran suatu perusahaan maupun organisasi. Manajemen pemasaran bertugas sangat penting dalam perusahaan atau organisasi karena dengan adanya manajemen pemasaran perusahaan bisa meraih target pasar yang diinginkan dan mendapat lebih banyak konsumen.

Menurut Philip (2005) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga promosi, serta penyaluran barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi. Manajemen pemasaran melibatkan pengaturan tujuan dan sasaran pemasaran, pengembangan rencana pemasaran, pengaturan fungsi pemasaran, penerapan rencana pemasaran ke dalam tindakan, serta mengontrol program pemasaran.

Adanya manajemen pemasaran ini sendiri dikarenakan pemasaran sebuah brand merupakan suatu hal yang penting dari perusahaan. Oleh sebab itu, segala keputusan yang diambil harus dirancang. Hal ini dapat kamu pelajari pada buku Manajemen Pemasaran yang ada di bawah ini.

3.2. Manajemen Hubungan Pelanggan

Perubahan lingkungan bisnis yang tidak menentu, menyadarkan para pebisnis untuk melakukan dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain memperoleh laba, perusahaan juga bertujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Berbagai program pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat menciptakan suatu hubungan yang baik dengan para pelanggan bisnis perusahaan, dimana hubungan yang baik dengan para pelanggan bisnis diharapkan akan menciptakan suatu nilai yang akan menumbuhkan tingkat kesetiaan pelanggan (Ahmad, 2012).

Menurut Buttle (2007;4) Manajemen Hubungan Pelanggan atau Customer Relationship Management disingkat CRM pada dasarnya fokus utamanya untuk mengembangkan kultur usaha yang berorientasi pada pelanggan. Kultur ini ditujukan untuk merebut hati konsumen dan menjaga loyalitas mereka dengan menciptakan serta memberi nilai bagi pelanggan yang mengungguli para pesaing. Kultur ini tercermin dari perilaku pucuk pimpinan perusahaan, desain sistem formal dalam lingkungan perusahaan dan berbagai mitos dan cerita yang beredar didalam perusahaan. Didalam kultur yang berorientasi pada pelanggan, semua sumber daya akan dialokasikan untuk mendukung semua langkah meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggan, serta sistem ganjaran yang dapat meningkatkan perilaku positif para karyawan yang bermuara pada kepuasan pelanggan.

Untuk membangun hubungan yang kuat dengan para pelanggan bisnis maka Relationship harus memiliki tiga karakteristik. Pertama, relationship itu adalah suatu proses berkelanjutan yang panjang tidak

mungkin membangun suatu relationship hanya dalam satu mIndotim. Dalam hal ini kita tidak bisa melakukan komunikasi yang sifatnya intim tetapi lebih pada yang sifatnya umum. Kedua adalah komitmen, komitmen akan kuat jika masing-masing pihak rela melakukan investasi, baik investasi dalam uang, waktu, kesetiaan, dan sebagainya. Ketiga, di dalam relationship itu ada ketergantungan, ketergantungan yang baik adalah yang sifatnya volunteer (sukarela) yaitu sebuah kondisi di mana pelanggan merasakan adanya manfaat dan ketergantungan tersebut bukan karena dipaksa oleh pihak lain (Ahmad, 2012).

3.3. Perilaku Konsumen

Menurut Kotker dalam The American Marketing Assosiation, sebagaimana dikutip Nugroho J. Setiadi, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari hal tersebut terdapat tiga ide penting yang dapat disimpulkan yaitu: 1) perilaku konsumen adalah dinamis; 2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; 3) juga melibatkan pertukaran.

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai, apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli (Wigati, 2011).

3.4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler (2019:46), bauran pemasaran adalah alat perusahaan untuk membantu dalam merencanakan apa yang ditawarkan dan bagaimana cara menawarkannya kepada konsumen. Ketika 4P

berhasil dirancang dan diselaraskan secara optimal, tantangan dalam proses pemasaran akan berkurang karena konsumen tertarik dengan proporsi nilai.

Tujuan perusahaan untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen bukan semata-mata tanggung jawab manajemen pemasaran saja, tetapi tanggung jawab semua orang yang terlibat dalam penciptaan produk, mulai dari bagian produksi, personalia, keuangan, hingga bagian pemasaran. Semua bagian atau departemen dalam perusahaan tersebut harus bekerja sama untuk memikirkan, merencanakan, menciptakan produk dan mendistribusikan hingga sampai ke tangan konsumen.

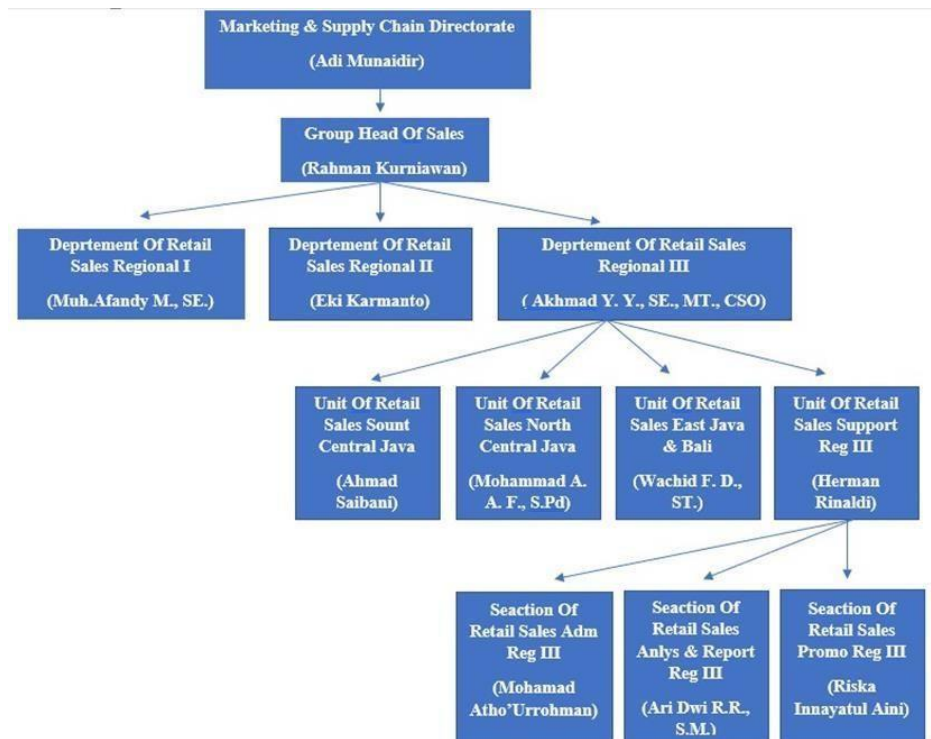
3.5. Sales Promotion

Menurut Kotler dan Keller (2016:622) Sales Promotion (Promosi Penjualan) merupakan kunci utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat atau lebih oleh konsumen atau perdagangan.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Struktur Organisasi Unit Kerja



Gambar 3 Struktur Organisasi Unit Kerja

4.2. Tugas Unit

Adapun langkah-langkah dari tugas unit sales PT. Semen Indonesia Tbk.

Dalam melakukan visit management :

Visit Management Implementation	
Tahapan 1 - Perencanaan & Persiapan	
Peralatan Penjualan 1. Seragam 2. Sepatu 3. Pena 4. APD 5. Prokes Covid 19 Tujuan SMART 1. Spesifik 2. Mampu Diukur 3. Ambisius 4. Realitis 5. Tenggat Waktu	Menggunakan seragam SIG / Kemeja Menggunakan sepatu tertutup bagian depan dan belakang Membawa pena tinta hitam atau biru Membawa Sepatu, Helm, Kacamata, Rompi (safety) Memakai masker, Mencuci tangan pakai sabun dan air mengalir, selalu sedia hand sanitizer Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan, serta Membatasi mobilisasi dan interaksi. Menyebutkan Tujuan Yang Jelas (fokus kunjungan) Menyebutkan Angka Tujuan Tujuan Merupakan Target Salesman Berdasarkan fakta dan Data Menyebutkan Waktu Pelaksanaan
Tahapan 2 - Membuka Kunjunga	
1. Komunikasi Efektif 2. Penampilan diri 3. Salam & Senyum Cek SK 6. Konsumen 7. Kompetitor 8. Kinerja Produk 9. Kondisi Retail 10. Korporasi	Mengetahui tipe pelanggan, mempraktekan teknik penggunaan kata, vocal, dan bahasa Tubuh Berpenampilan bersih, rapih, potongan rambut sopan, badan dan pakaian tidak bau Mempraktekkan salam sopan dan senyum Mengetahui siapa yang belanja, belanja apa saja, kemampuan belanja, kebiasaan pembeli Mengetahui Stok, promosi, harga, TOP Mengetahui kualitas produk, pengiriman, program, layanan Mengetahui perlakuan oleh Pelanggan terhadap produk kita dengan produk kompetitor, prioritas pelanggan Mengetahui target penjualan, segmentasi, iklan & promosi

Gambar 4 Tugas Unit Visit Manajemen

Tahapan 3 - Menentukan Kebutuhan	
1. Mendengar aktif 2. Tentukan keadaan 3. Pertanyaan terbuka netral 4. Pertanyaan terbuka mengarahkan 5. Pertanyaan tertutup 6. Merangkum 7. Saran Order	Melakukan teknik mendengar dengan "dengar apa yang didengar saja, hindari berasumsi" Melihat keadaan owner (Senang, sedih, marah, kecewa) Mengajukan Pertanyaan umum, gunakan kata tanya apa, dimana, siapa, mengapa, dan bagaimana Mengajukan pertanyaan khusus dan spesifik, gunakan kata tanya apa, dimana, siapa, mengapa, dan bagaimana Mengajukan pertanyaan yang bisa dijawab dengan singkat seperti dimana, siapa, kapan, yang mana dan bisa dijawab dengan Ya atau Tidak Menyimpulkan kebutuhan pribadi dan kebutuhan bisnis pelanggan
Tahapan 4 - Presentasi	
1. Rangkum situasi 2. Ajukan solusi 3. Jelaskan cara kerjanya 4. Tekankan keuntungan utama 5. Tutup	Merangkum diskusi sesuai dengan kondisi pelanggan Mengajukan solusi dengan SMART/Selling Story Menjelaskan dengan rinci tentang bagaimana cara kerjanya dan apa yang diperlukan Memperkuat kembali keuntungan utama kepada pelanggan Mengajukan rencana tindakan selanjutnya

Gambar 5 Tugas Unit Visit Manajemen

Tahapan 5 - Tutup Penjualan	
Teknik Menutup Penjualan (Minimal menggunakan satu Teknik) 1. Naratif 2. Konsekuensi 3. Pilihan/Alternatif 4. Langsung 5. Perumpamaan 6. Langkah demi langkah Penanganan Penolakan 7. Konfirmasi 8. Berbagi Pemikiran 9. Klarifikasi 10. Ulangi Klarifikasi	Menceritakan pengalaman pelanggan lainnya yang pernah memiliki situasi yang sama Memotivasi calon Pelanggan untuk mengambil keputusan segera karena adanya resiko kehilangan keuntungan Meminta calon Pelanggan memilih sesuatu hal yang relevan dengan keputusan pembeliannya Mengajukan pertanyaan kepada calon Pelanggan untuk mendapatkan komitmen Mengasumsikan calon Pelanggan menyetujui pembelian apabila keinginannya dipenuhi Melakukan penawaran penjualan setahap demi setahap secara persuasif Penanganan Penolakan Melakukan penyamaan pemahaman dan persepsi Berempati saat berbagi pikiran Melakukan klarifikasi ulang alasan penolakan Melakukan klarifikasi ulang untuk menghindari kesalahpahaman dengan mengklarifikasi rangkuman isi pembicaraan
Tahapan 6 - Laporan	
1. Laporan Administrasi 2. Evaluasi Diri 3. Persiapan Esok Hari	Disiplin dan akurat saat membuat rekap market visit Mengevaluasi tahapan visit mana saja yang sudah berjalan dengan baik, dan mana saja yang perlu diperbaiki Mengevaluasi hasil kunjungan hari ini dan mempersiapkan rencana kunjungan esok hari

Gambar 6 Tugas Unit Visit Manajemen

4.3. Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan kerja praktik memberikan pengalaman praktis dalam menggunakan aplikasi di teori dan praktik yang ada di lapangan. Kegiatan

kerja praktik yang penulis lakukan selama di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, antara lain:

1. Pengenalan terhadap perusahaan meliputi sejarah dan manajemen pabrik.
2. Proses bisnis dan sistem manajemen perusahaan.
3. Analisis dan observasi hasil manajemen pemasaran.
4. Sales promotion perusahaan.

4.4. Jadwal Kerja Praktik

Penempatan pelaksanaan kegiatan kerja praktik ini dilakukan selama satu bulan tepatnya di bagian pemasaran dan administrasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Adapun jadwal pelaksanaan kerja praktik dapat dilihat di tabel berikut :

No	Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
1	Senin – Jum'at	08.00	16.00
2	Sabtu – Minggu	Libur	Libur

4.5. Pembahasan Pelaksanaan Kerja Praktik

1. Pengenalan terhadap perusahaan meliputi sejarah dan manajemen pabrik.

Dalam proses Kerja Praktik pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pada Minggu pertama kami selaku mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia yang sedang melakukan kerja praktik mendapatkan bekal serta pengalaman dari perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Yakni pengetahuan secara umum mengenai sejarah Perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dan Unit of Ind. & Cont. Sales 2.

Dimana sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk. diresmikan di Gresik pada tanggal 7 Agustus 1957, merupakan perusahaan BUMN persemenan yang menjadi penopang pembangunan nasional sejak masa kemerdekaan hingga saat ini. Pada

tahun 1991, Perseroan mencatatkan diri sebagai perusahaan BUMN pertama yang go public di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten “SMGR”. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. merupakan strategic holding company yang memayungi anak usaha dibidang produsen semen, non-semen, dan jasa di seluruh Indonesia. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), porsi saham PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. SIG adalah semangat baru perseroan yang bertindak beda dan selalu melebihi jangkauan (Go Beyond Next), yang hadir menjadi solusi kebutuhan konsumen dan pembangunan nasional. SIG berkomitmen menjadi bagian dari penciptaan sustainable living, yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas kehidupan di masa mendatang, serta terus menjadi BUMN kebanggaan Bangsa Indonesia. Unit of Ind. & Cont. Sales 2 dimana bidang kerja yang menjualkan produk yang ada pada perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dan disalurkan kepada distributor-distributor lainnya untuk dilakukannya transaksi.

Tidak hanya itu selama kerja praktik di bagian Unit of Ind. & Cont Sales 2 kami selaku mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia juga mendapatkan pengalaman saat berdiskusi atau rapat online melalui aplikasi Teems dengan team lainnya dan dipersilahkan untuk ikut serta dalam berdiskusi dengan distributor saat rapat berlangsung.

2. Proses bisnis dan sistem manajemen perusahaan.

Pengalaman saat kerja praktik di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. pada bagian Unit of Ind. & Cont Sales 2 kami juga mendapatkan ilmu mengenai proses bisnis pada perusahaan tersebut. Mulai dari Pengiriman produk yang ada pada perusahaan ke luar kota , Lalu ada juga tahap pengeringan produk atau longset yang terjadi karena material atau bagan baku, serta menemui dan menerima komplain dari customer dan dari Unit of Ind. & Cont Sale 2 juga memiliki penanganan permasalahan yang timbul seperti mengatasi komplain

dari pihak customer yang pesanan tidak sesuai dikarenakan dari material atau bahan baku perusahaan belum ready sehingga terjadinya keterlambatan proses pengiriman tidak sesuai permintaan customer hal ini pihak perusahaan mendatangi langsung kepada customer sebagai bentuk menyelesaikan sebuah permasalahan.

Sistem Manajemen PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Sejalan dengan strategi dan target bisnisnya untuk menjadi Perusahaan Kelas Dunia di tengah-tengah iklim bisnis yang berubah secara dinamis dan industri yang semakin kompetitif, semua lini Perusahaan harus gesit dalam merespons dan menangani peluang bisnis dalam pekerjaan. untuk meningkatkan daya sing Perusahaan. Perubahan iklim bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan kebijakan oleh kepemilikan, orientasi bisnis Perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan memerlukan prosedur yang efektif dan efisien untuk memastikan:

- a. Memenuhi kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan
- b. Respons yang cepat oleh Perusahaan terhadap strategi bisnis yang berubah secara dinamis.
- c. Pengambilan keputusan strategis yang cepat.

Dalam menciptakan tata kelola yang efektif dan efisien ini, Perusahaan telah menerapkan sistem manajemen terintegrasi yang mengacu pada prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, Sistem Manajemen Semen Indonesia, yang meliputi:

- Sistem Manajemen Mutu (ISO 9001).
- Sistem Manajemen Lingkungan (ISO 14001)
- Sistem Manajemen HSE (SMK3-OHSAS 18001).
- Menguji Sistem Manajemen Laboratorium (ISO / IEC 17025)
- Sistem Manajemen Risiko (ISO 31000), dan
- Sistem Manajemen Lainnya, dan juga
- Peningkatan program melalui penerapan Manajemen Inovasi

Penerapan Sistem Manajemen Semen Indonesia (SMSI) diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi pemegang saham khususnya, dan para pemangku kepentingan dan masyarakat pada umumnya.

3. Analisis dan observasi hasil manajemen pemasaran.

Dari kerja praktik yang kami lakukan berdasarkan diskusi melalui via whatsapp dan teams, bahwa karena tingginya persaingan dunia bisnis maka persaingan industri pun ikut berkompetisi, khususnya perusahaan industri semen. Pada saat ini pun perkembangan di dunia industri sangatlah berkembang, khususnya produk semen di Indonesia. Banyaknya produk-produk semen baru yang digunakan dalam bidang pembangunan, serta fungsi dan manfaat tersendiri. Dalam hal ini menimbulkan adanya persaingan pada dunia industri khususnya semen di Indonesia. Persaingan yang ditimbulkan saat ini adalah cara untuk memasarkan dan mendistribusikan pada wilayah-wilayah tertentu. Begitu halnya dengan persaingan di industri semen semakin meningkat, dijelaskan bahwa untuk mendapatkan image yang baik dan loyalitas konsumen yaitu dengan mempertahankan market leader position. Adanya persaingan dari industri semen di Indonesia ini menunjukkan bahwa harus ada suatu strategi agar dapat membentuk citra baik pada konsumen. Maka dari itu strategi yang sangat dibutuhkan pada perusahaan semen ini adalah suatu reset pasar dan siapa kompetitornya. Strategi itulah yang paling utama dilakukan oleh perusahaan semen tentang bagaimana membentuk citra perusahaan dan merek/produk.

Perusahaan semen adalah suatu perusahaan yang menerapkan system bisnis to bisnis (B2B). Business to business ini adalah transaksi antara institusi bisnis (perusahaan) dengan instusi bisnis lainnya. Pada perusahaan semen ini pasar utamanya adalah para distributor besar ataupun kecil. Jadi perusahaan semen ini harus memberikan stimuli-stimuli agar para distributor berkenan untuk

menjualkan produk tersebut pada agen-agen yang dimiliki distributor. Tentunya perusahaan semen mempunyai program-program tersendiri dalam pemasaran yang dilakukan.

Dari penjelasan diatas, bahwa strategi yang di terapkan PT. Semen Indonesia (persero) Tbk. Sudah sesuai dalam manajemen pemasaran.

4. Sales promotion perusahaan.

Sales promotion yang dilakukan oleh perusahaan semen yaitu aktifitas area manager dan distributor untuk melakukan survey lapangan, memberikan program reward ke distributor dan toko bangunan salah satunya program end customer reward. Dan juga melakukan penjualan perseorangan dimana merupakan interaksi antar individu, saling bertemu muka, yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain atau dapat disebut juga sebagai calon konsumen ataupun konsumen. Komunikasi yang dilakukan orang secara individu dapat lebih fleksibel dibandingkan alat-alat promosi lainnya. Dengan cara seperti ini, tenaga penjual dapat mengetahui keinginan, motif, dan perilaku dari konsumen sekaligus dapat melihat reaksi konsumen mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Program sales yang dilakukan perusahaan semen pada Unit of Ind. & Cont Sale 2 salah satunya adalah support program untuk customer, ada juga program namanya tim planning untuk marketing dan tim SPC bagian marketing, ada pula program secara rutin yaitu kontrak volum dimana program ini mengajukan kalau customer spesifik yang urgent.

Untuk aktivitas salesnya tidak berdiri sendiri akan tetapi lebih pada apa yang dibutuhkan customer yang perusahaan semen akan jalankan, agar penjualan semakin kuat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam dunia kerja nantinya dibutuhkan keterpaduan antara pengetahuan akan teori yang telah didapatkan dari bangku perkuliahan dan pelatihan praktik di lapang guna memberikan gambaran tentang dunia kerja yang sebenarnya. Universitas Internasional Semen Indonesia memiliki sarana dalam upaya memenuhi aspek kebutuhan mahasiswa sebagai bekal untuk terjun ke dunia kerja, yakni kerja praktik dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran secara lebih komprehensif mengenai dunia kerja.

Kerja Praktik ini merupakan suatu kegiatan praktik bagi mahasiswa dengan tujuan mendapatkan pengalaman dari kegiatan tersebut, yang nantinya dapat digunakan untuk pengembangan profesi. Agar mahasiswa dapat memahami dan memecahkan setiap permasalahan yang muncul di dunia kerja, maka mahasiswa perlu melakukan kegiatan pelatihan kerja secara langsung di perusahaan. Kegiatan ini sendiri merupakan pembelajaran yang dilaksanakan secara langsung di dalam dunia kerja, sehingga mahasiswa dapat mengetahui dan menyesuaikan kondisi kerja dan aktivitas yang dilakukan dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Untuk menemukan sebuah kecocokan di dalam kompetensi yang di dapat, kerja praktik bertujuan untuk melatih mahasiswa cara bekerja yang baik dan benar dengan adanya kerja praktik sangat diharapkan agar mahasiswa dengan mampu memahami cara kerja. Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial di kalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat perusahaan membutuhkan karyawan, bisa merekrut mahasiswa yang sudah berpengalaman di Perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian dalam laporan kerja praktik di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk tentang pemasaran untuk itu dapat disimpulkan

bahwa kenyataan yang terjadi di lapangan merupakan penerapan dari mata kuliah yang diajarkan selama ini. Dalam melaksanakan tugas yang diberikan dalam dunia kerja sangat diperlukan ketelitian dan rasa tanggung jawab yang besar agar semua dapat dilakukan secara maksimal.

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman yang telah didapatkan oleh penulis selama pelaksanaan kerja praktik online berlangsung pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk maka disini penulis memberikan saran berdasarkan beberapa pengalaman yang terjadi dilapangan. Semoga dengan beberapa saran yang diberikan dapat bermanfaat bagi semua pihak baik penulis, mahasiswa, perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk agar pelaksanaan kerja praktik berikutnya dapat berjalan lancar dan lebih baik sesuai yang diharapkan. Adapun saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang akan melaksanakan kerja praktik diharapkan mempersiapkan segala keperluan yang dibutuhkan atau segala hal yang bersangkutan dengan kerja praktik semaksimal mungkin untuk menghindari segala risiko yang terjadi selama kerja praktik berlangsung agar semua dapat berjalan lancar.
2. Selama pelaksanaan kerja praktik berlangsung diharapkan agar semua mahasiswa untuk menjaga perilaku dan menjaga nama baik Universitas. Dan bertanggung jawab atas semua yang terjadi selama kerja praktik berlangsung.
3. Dengan melakukan kinerja semaksimal mungkin selama pelaksanaan kerja praktik online diharapkan dapat memberikan peluang untuk mahasiswa selanjutnya.
4. Mahasiswa diharapkan untuk memanfaatkan waktu selama kerja praktik dengan sebaik – baiknya seperti halnya untuk mengamati kondisi lapangan, penerapan ilmu, dan juga dalam mengerjakan laporan.

5. Bagi perusahaan selama pelaksanaan kerja praktik online diharapkan untuk selalu mengontrol para peserta kerja praktik untuk memaksimalkan kinerja peserta. Dengan melakukan pendampingan melalui media online diharapkan dapat meningkatkan kinerja peserta.
6. Bagi perusahaan selama pelaksanaan kerja praktik online diharapkan untuk membimbing mahasiswa kerja praktik dengan baik dan terstruktur.
7. Bagi Universitas Internasional Semen Indonesia diharapkan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan beberapa perusahaan agar memudahkan para mahasiswa dalam mencari lokasi kerja praktik yang sesuai.

Dengan beberapa saran yang telah diberikan diatas diharapkan dapat menjadi acuan dan bermanfaat dalam kegiatan kerja praktik selanjutnya. Dan dapat memaksimalkan kegiatan kerja praktik baik dilakukan secara offline maupun online. Penulis juga berharap untuk perusahaan dapat meningkatkan kinerja dalam pendampingan kerja praktik online

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, M. (2012). Analisis Manajemen Hubungan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 66, 37–39.

Wigati, S. (2011). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). *PrilakuKonsumen*, 01(01), 22–39.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gresik, 31 Agustus 2021

Nomor : 0213/KI.05/03-01.01.01.01/08.21
Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
Perihal : Permohonan Kerja Praktik

Kepada Yth.
Bpk. Joni Gunawan
PT Semen Indonesia Tbk
Jl. Veteran No.93, Kb. Dalem, Gapurosukolilo, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik
Jawa Timur 61122

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi kurikulum Program Studi **Manajemen** Universitas Internasional Semen Indonesia, maka setiap mahasiswa diharuskan melaksanakan Kerja Praktik untuk memberikan gambaran kerja nyata kepada mahasiswa, menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh di Perguruan Tinggi sekaligus memperoleh pengalaman kerja.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima mahasiswa berikut :

No.	NIM	NAMA
1.	101181003	Belia Natasyafira Ananta
2.	101180016	Devi Indiani

untuk dapat melaksanakan Kerja Praktik di PT Semen Indonesia Tbk pada tanggal **01 Oktober - 31 Oktober 2021**. Kami berharap mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan pekerjaan yang sesuai dengan program studinya dan sebagai bahan pertimbangan, kami lampirkan 1 (satu) berkas proposal.

Selanjutnya kami akan menunggu konfirmasi dan kabar baik dari Bapak/Ibu. Adapun contact person yang dapat dihubungi untuk Kerja Praktik mahasiswa tersebut adalah Belia Natasyafira Ananta di nomor HP.081329377359 dan alamat e-mail belia.ananta18@student.uisi.ac.id. Besar harapan kami agar Bapak/Ibu dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa kami.

Demikian atas perhatian dan terpenuhinya permohonan ini kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Koordinator Kerja Praktik

UISI
Eisi Mersilia Hanesti, S.EI., M.SEI
NIP. 9319317

Kompleks PT. Semen Indonesia, Jl. Veteran, Gresik 61122.
Telp : (031) 3985482; (031) 3981732 ext.3661,3662; Fax : (031) 3985481
Website : www.uisi.ac.id; email : info@uisi.ac.id

Gambar 7 Surat Permohonan Kerja Praktik



PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20
Jl. RA Kartini Kav. 8. Jakarta Selatan 12430. Indonesia

p. +62 21 5261174-5
f. +62 21 5261176
R/74203200/002-3

Nomor : 7908/SM.15/SUP/50032582/2000/09.2021
Lamp. : -
Perihal : **Panggilan Kerja Praktek**

Kepada Yth.
Elsi Mersilia Hanesti, S.El., M.SEI
Kordinator Kerja Praktik
Universitas Internasional Semen Indonesia

Menunjuk Surat Saudara No: 0213/KI.05/03-01.01.01.01/08.21 tanggal 31 August 2021, Perihal: Permohonan Ijin Kerja Praktek, dengan ini kami beritahukan bahwa kami dapat menerima mahasiswa/siswa saudara atas nama:

No.	NAMA	NIM	JURUSAN
1.	Belia Natasyafira Ananta	1011810013	Manajemen
2.	Devi Indiani	1011810016	Manajemen

Untuk melakukan Kerja Praktek di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, Penempatan Pabrik Jakarta di unit kerja Unit of Ind. & Cont. Sales 2 dengan ketentuan sbb :

1. Setiap mahasiswa/siswa yang melakukan Kerja Praktek harus diikutsertakan dalam Asuransi Kecelakaan kerja oleh Institusi ybs .
2. Kerja Praktek dilaksanakan mulai tanggal 01 October 2021 s.d. 31 October 2021
3. Perusahaan tidak menyediakan sarana akomodasi (penginapan) & transportasi.
4. Mahasiswa/siswa tersebut di atas diharapkan kehadirannya pada :

- Hari/Tanggal : Jum'at, 01 October 2021
- Pukul : 07.30 WIB sd. Selesai
- Tempat : Teams Meeting
(informasi link dan ID Teams menyusul)
- Acara : Pengarahan online dari Perusahaan
- Mengirimkan email dengan melampirkan :
 1. Kartu Tanda Pelajar/Mahasiswa (KTP) sebanyak 1 (satu) lembar.
 2. Polis Asuransi Kecelakaan Kerja/Kesehatan sebanyak 1 (satu) lembar.
 3. Surat Keterangan Sehat dari Rumah Sakit dan menyatakan bebas COVID-19.
 4. Pas foto berwarna ukuran 2x3 sebanyak 2 (dua) lembar.
 5. Surat Panggilan dan Dokumen Pendukung.

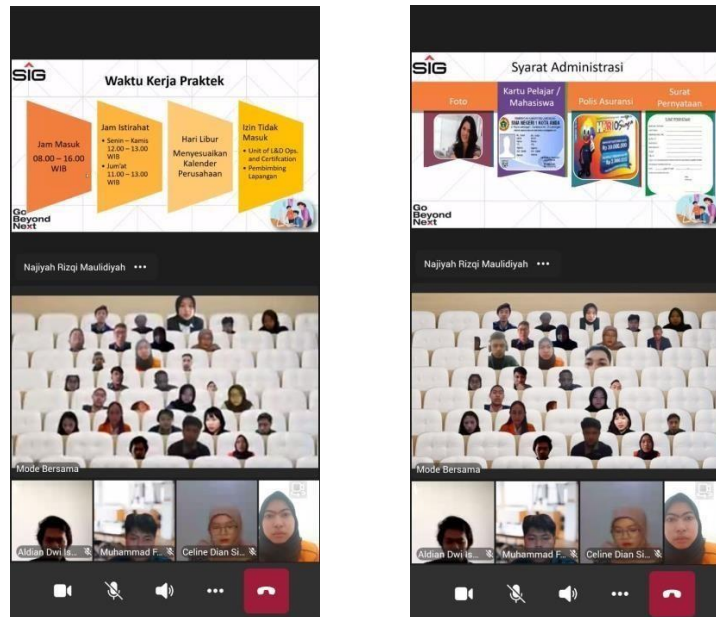
Demikian atas perhatian Saudara kami sampaikan terima kasih.

Gresik, 14 September 2021
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
An. Direksi,
SM of L&D Operational & Certifica

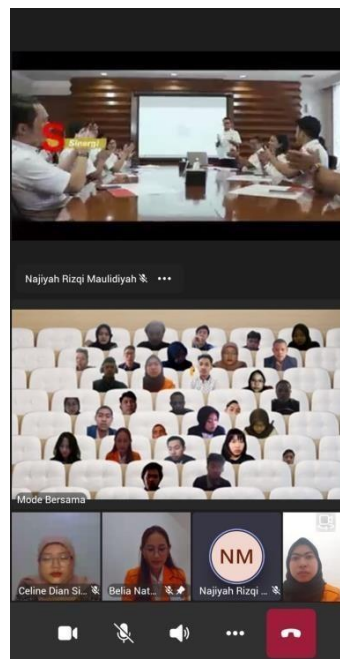

ACHMAD SIRRUL ATHO', ST.



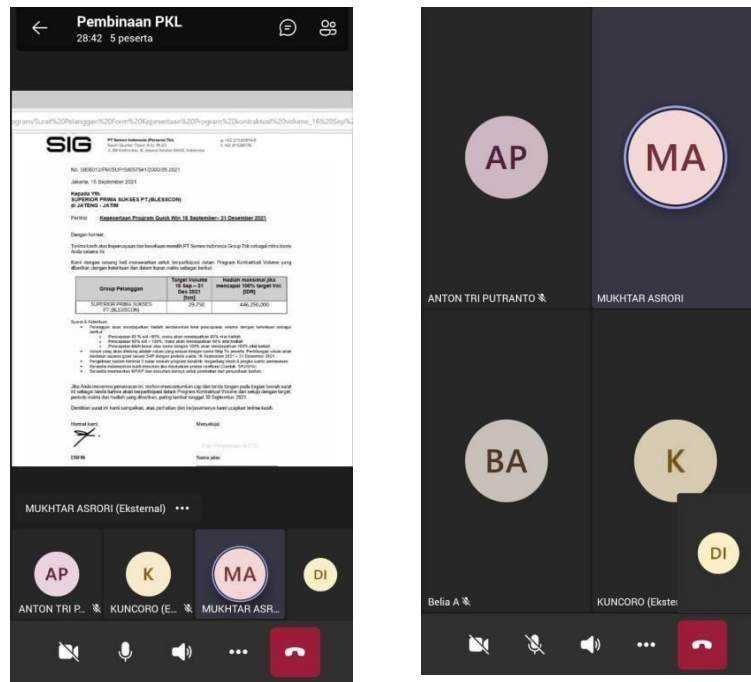
Gambar 8 Surat Penerimaan Kerja Praktik



Gambar 9 Pembukaan Kerja Praktik Online



Gambar 10 Pengarahan Kerja Praktik



Gambar 11 Pertemuan Bersama Pembimbing Lapangan



Gambar 12 Diskusi Via Aplikasi Teams



PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20
Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan 12430, Indonesia

p. +62 21 5261174-5
f. +62 21 5261176

R/74203200/002-7

**DAFTAR HADIR MAHASISWA KERJA PRAKTEK
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA**

NO.	NAMA MAHASISWA	KET	OKTOBER 2021																										
			1	4	5	6	7	8	11	12	13	14	15	18	20	21	22	25	26	27	28	29							
1	Bella Natasyaira Ananta	IN	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>		
		OUT	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>		
2	Devi Indiani	IN	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>		
		OUT	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>		

Keterangan :
Pagi : 08.00 WIB
Sore : 16.00 WIB
*) Copy untuk Lampiran Laporan
*) Mohon diserahkan kembali ke Unit of L&D Cps. and Certification

Unit Kerja : Unit of Ind. & Cont. Sales 2
Nama Pembimbing : MUKHTAR ASRORI -- (7791)
Tanda Tangan
















Gambar 13 Absensi Kerja Praktik



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Belia Nataysafira Ananta, Devi Indiani
NIM : 1011810013, 1011810016
Judul Magang : Aktivitas Saluran Pemasaran Produk Semen pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

No	Tanggal	Kegiatan	Departemen	TTD	
				Pelaksana	Pembimbing Lapangan
1	01 Oktober 2021	Pembukaan Kerja Praktek dan Company Profile	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
2	02 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
3	03 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
4	04 Oktober 2021	(Materi Quality Assurance - Material & Product, Mining SHF & Reclamation) dan Sharing Mengenai Sejarah PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
5	05 Oktober 2021	(Materi Section of Mining Operation, Section of Crusher Operation) dan Pengenalan Struktur Organisasi	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
6	06 Oktober 2021	(Materi Section of RKC 3 Operation, Section of FM 3-4 Operation) dan Pengarahan Job Desk Sales PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
7	07 Oktober 2021	(Materi Unit of Production Planning & Eval , Unit of Section of Packer Operation) dan Pengarahan Job Desk Sales PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
8	08 Oktober 2021	(Materi Section of AF & 3rd Material , Section of Utility Operation) dan Proses Kerja Sales PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
9	09 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
10	10 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		






















Gresik, 11 Oktober 2021
Dosen Pembimbing Kerja Praktek


Aditya Narendra Wardhana, S.T. M.S.M.
NIDN. 7913171


Gambar 14 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Belia Nataysafira Ananta, Devi Indiani
NIM : 1011810013, 1011810016
Judul Magang : Aktivitas Saluran Pemasaran Produk Semen pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

No	Tanggal	Kegiatan	Departemen	TTD		TTD Pembimbing Lapangan
				Pelaksana		
1	11 Oktober 2021	(Materi Unit of Quality Control) dan Proses Kerja Sales PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			
2	12 Oktober 2021	(Materi Unit of Process Evaluation , Section WHRPG) dan Proses Kerja Sales PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			
3	13 Oktober 2021	(Materi Section of EPDC Maintenance) dan Sesi Tanya Jawab Terkait Penjelasan Sebelumnya	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			
4	14 Oktober 2021	Pengarahan Visit ke Customer	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			
5	15 Oktober 2021	Pengarahan Visit ke Customer	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			
6	16 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			
7	17 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2			

Gresik, 18 Oktober 2021
Dosen Pembimbing Kerja Praktek


Aditya Narendra Wardhana, S.T.,M.SM.
NIDN. 7913171

Gambar 15 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA















Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122

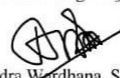
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Belia Nataysafira Ananta, Devi Indiani
 NIM : 1011810013, 1011810016
 Judul Magang : Aktivitas Saluran Pemasaran Produk Semen pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

No	Tanggal	Kegiatan	Departemen	TTD	
				Pelaksana	Pembimbing Lapangan
1	18 Oktober 2021	Reminder Visit Offline/Online	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
2	19 Oktober 2021	Reminder Visit Offline/Online	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
3	20 Oktober 2021	Reminder Visit Offline/Online	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
4	21 Oktober 2021	Berdiskusi Bersama Dengan Pembimbing	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
5	22 Oktober 2021	Berdiskusi Bersama Dengan Pembimbing	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
6	23 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
7	24 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		

Gresik, 25 Oktober 2021
 Dosen Pembimbing Kerja Praktek


 Aditya Narendra Wardhana, S.T.,M.SM.
 NIDN. 7913171

Gambar 16 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing

















UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Belia Nataysafira Ananta, Devi Indiani
NIM : 1011810013, 1011810016
Judul Magang : Aktivitas Saluran Pemasaran Produk Semen pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

No	Tanggal	Kegiatan	Departemen	TTD	
				Pelaksana	Pembimbing Lapangan
1	25 Oktober 2021	Rapat Online Dengan Distributor Semen Antar Kota	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
2	26 Oktober 2021	Rapat Online Dengan Distributor Semen Antar Kota	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
3	27 Oktober 2021	Rapat Online Dengan Distributor Semen Antar Kota	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
4	28 Oktober 2021	Penutupan Dengan Pembimbing	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
5	29 Oktober 2021	Penutupan Dengan Sales PT. Semen	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
6	30 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		
7	31 Oktober 2021	Libur	Unit of Ind. & Cont. Sales 2		

Gresik, 01 November 2021
Dosen Pembimbing Kerja Praktek



Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.
NIDN. 7913171

Gambar 17 Lembar Asistensi Kerja Praktik ke Dosen Pembimbing

F/26203200/004-15.3

SURAT KETERANGAN

0000781/SM.15/KET/50056664/2000/12.2021

Direksi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Belia Natasyafira Ananta
No. Induk Mahasiswa : 1011810013
Jurusan : Manajemen
Universitas : Universitas Internasional Semen Indonesia

Telah melaksanakan Kerja Praktek di unit kerja *Unit of Ind. & Cont. Sales 2*, selama 1 bulan, mulai tanggal : 01 Oktober 2021 s.d 31 Oktober 2021.

Demikian Surat Keterangan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tuban, 27 Desember 2021
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
A.n. Direksi
SM of L&D Operational & Certification



SIG
ACHMAD SIRRUL ATHO, ST.

Gambar 18 Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik Belia Natasyafira Ananta

SURAT KETERANGAN

0000781/SM.15/KET/50056664/2000/12.2021

Direksi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Devi Indiani
No. Induk Mahasiswa : 1011810016
Jurusan : Manajemen
Universitas : Universitas Internasional Semen Indonesia

Telah melaksanakan Kerja Praktek di unit kerja *Unit of Ind. & Cont. Sales 2*, selama 1 bulan, mulai tanggal : 01 Oktober 2021 s.d 31 Oktober 2021.

Demikian Surat Keterangan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tuban, 27 Desember 2021
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
A.n. Direksi
SM of L&D Operational & Certification



SIG
ACHMAD SIRRUL ATHO', ST.

Gambar 19 Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik Devi Indiani