

LAPORAN KERJA PRAKTIK
ANALISIS KINERJA KEUANGAN DAN STRATEGI
PEMASARAN PADA PERUSAHAAN
PT. SWABINA GATRA



Disusun Oleh :

- 1. DEA ARIFIANI (1011910022)**
- 2. DIANTI LATIFAH SARI (1011910025)**
- 3. TAZKIYATUR ROHMAH (1011910083)**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2022

LAPORAN KERJA PRAKTIK
ANALISIS KINERJA KEUANGAN DAN STRATEGI
PEMASARAN PADA PERUSAHAAN
PT. SWABINA GATRA



Disusun Oleh :

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| 1. DEA ARIFIANI | (1011910022) |
| 2. DIANTI LATIFAH SARI | (1011910025) |
| 3. TAZKIYATUR ROHMAH | (1011910083) |

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2022

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK
DI PT. SWABINA GATRA
Departemen Keuangan dan Pemasaran
(Periode: 25 Juli 2022 - 28 Agustus 2022)

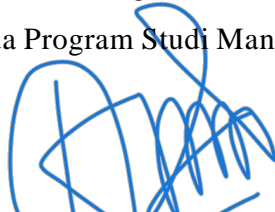
Disusun Oleh :

DEA ARIFIANI (1011910022)

DIANTI LATIFAH SARI (1011910025)

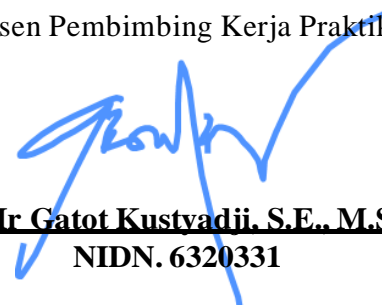
TAZKIYATUR ROHMAH (1011910083)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Kerja Praktik




Dr. Ir. Gatot Kustyadi, S.E., M.Si.
NIDN. 6320331

Gresik, 29 Agustus 2022
PT. SWABINA GATRA


Menyetujui

Pembimbing Lapangan 1



Mohammad Syah Rizal S., S.S., M.Pd., CODP
NOPEG. 80J551

Pembimbing Lapangan 2



Wiwit Setiawan S.Pd., M.Pd., SE
NOPEG. 792128

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir kerja praktik yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran pada Perusahaan PT. Swabina Gatra (Semen Indonesia Group)” untuk memenuhi persyaratan akademis di Departemen Program Studi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia. Tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa bimbingan moral maupun bantuan materil serta kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya, antara lain kepada :

1. Bapak Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia
2. Bapak Dr. Ir Gatot Kustyadji, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing kerja praktik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan dukungan selama berlangsungnya pelaksanaan kerja praktik hingga penyelesaian laporan kerja praktik ini.
3. Bapak Dr. Wahyu Poernomo, S.E. Ak., M.Aks., C.P.A., selaku Direktur Utama PT. Swabina Gatra yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kerja praktik pada perusahaan.
4. Bapak Wiwit Setiyawan, S.PdI., M.Pd., SE serta Bapak M. Syah Rizal S., S.S., M.Pd., CODP selalu pembimbing kerja praktik kami yang telah banyak membantu dan memberikan pengalaman baru yang membangun dalam pelaksanaan kerja praktik hingga penulisan laporan kerja praktik kami di perusahaan PT. Swabina Gatra Gresik.
5. Seluruh team kepala unit dan seluruh karyawan perusahaan PT. Swabina Gatra Gresik yang sudah sangat baik dan sabar mengajari memberikan banyak pengalaman untuk kami.
6. Seluruh keluarga dan teman-teman mahasiswa angkatan 2019 UISI serta pihak yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doanya.

Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam penulisan Laporan Akhir Pelaksanaan Kerja Praktik kami. Oleh sebab itu, kami mengharapkan saran dan kritik yang dapat mendukung penulisan laporan ini. Semoga Laporan Pelaksanaan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Gresik, 29 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat	2
1.3 Metodologi Pengumpulan Data.....	4
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	4
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	4
BAB II PROFIL PT. SWABINA GATRA	5
2.1 Sejarah	5
2.2 Visi dan Misi	6
2.3 Lokasi	6
2.4 Struktur Organisasi PT. Swabina Gatra.....	7
2.5 Produk.....	8
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	9
3.1 Keuangan	9
3.1.1 Manajemen Keuangan.....	11
3.1.2 Laporan Keuangan.....	13
3.1.3 Kinerja Keuangan	12
3.2 Pemasaran	15
3.2.1 Manajemen Pemasaran.....	15
3.2.2 Pemasaran Produk	18
3.2.3 Pemasaran Jasa	20
3.2.2 Strategi Pemasaran Produk dan Jasa	21
3.2.3 Manfaat Strategi Pemasaran	22
BAB IV PEMBAHASAN	23
4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja.....	23
4.1.1 Unit Kerja Keuangan	23
4.1.2 Unit Kerja Pemasaran.....	23
4.2 Tugas Unit Kerja.....	23
4.1.1 Unit Kerja Keuangan	23
4.1.2 Unit Kerja Pemasaran.....	24
4.3 Penjelasan Singkat Tugas Unit Kerja.....	24
4.4 Judul Tugas Khusus	28
4.4.1 Tujuan Penelitian	29
4.4.2 Metodologi Penelitian.....	29
4.4.3 Problem Solving Penelitian	32
4.4.4 Analisa Data dan Pembahasan	33
4.4.5 Kesimpulan Penelitian.....	38
4.5 Kegiatan Kerja Praktik	40
BAB V PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN - LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan.....	5
Gambar 2 Lokasi Perusahaan	7
Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan	7
Gambar 4 Produk	8
Gambar 5 Struktur Organisasi Unit Kerja Keuangan	23
Gambar 6 Struktur Organisasi Unit Kerja Pemasaran.....	23
Gambar 7 Marketing Mix	37
Gambar 8 Surat Permohonan Kerja Praktik.....	44
Gambar 9 Surat Balasan Penerimaan	45
Gambar 10 Surat Keterangan Selesai	46
Gambar 11 Daftar Hadir Kerja Praktik Dea Arifiani	47
Gambar 12 Daftar Hadir Kerja Praktik Dianti Latifah Sari.....	48
Gambar 13 Daftar Hadir Kerja Praktik Tazkiyatur Rohmah	49
Gambar 14 Penilaian Kerja Praktik	50
Gambar 15 Sertifikat Kerja Praktik	52
Gambar 16 Kegiatan Kerja Praktik.....	53
Gambar 17 Kegiatan Kerja Praktik.....	53
Gambar 18 Kegiatan Kerja Praktik.....	53
Gambar 19 Kegiatan Kerja Praktik.....	53
Gambar 20 Kegiatan Kerja Praktik.....	53
Gambar 21 Kegiatan Kerja Praktik	53
Gambar 22 Kegiatan Kerja Praktik.....	54
Gambar 23 Kegiatan Kerja Praktik.....	54
Gambar 24 Kegiatan Kerja Praktik.....	54
Gambar 25 Kegiatan Kerja Praktik.....	54
Gambar 26 Kegiatan Kerja Praktik.....	54
Gambar 27 Kegiatan Kerja Praktik	54
Gambar 28 Kegiatan Kerja Praktik.....	55
Gambar 29 Kegiatan Kerja Praktik.....	55
Gambar 30 Kegiatan Kerja Praktik.....	55
Gambar 31 Kegiatan Kerja Praktik.....	55
Gambar 32 Kegiatan Kerja Praktik.....	56
Gambar 33 Kegiatan Kerja Praktik	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Kerja Praktik di Perusahaan	40
Tabel 2 Jadwal Kegiatan Kerja Praktik	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, ilmu pengetahuan dan teknologi terus berkembang. Terutama pada era globalisasi dan pasar bebas seperti yang saat ini terjadi, manusia tentu perlu mengembangkan diri agar menjadi sumber daya manusia yang berkualitas dan berpotensi untuk dapat bersaing. Sama halnya dengan revolusi industri yang juga turut semakin berkembang dan berbanding lurus dengan adanya kemajuan sebuah teknologi serta sumber daya manusia yang telah dapat bersaing meluas secara global karenanya dalam sebuah proses terjadi perubahan secara besar-besaran pada aspek-aspek yang ditemukan dalam teknologi, manufaktur, transportasi dan tidak menutup kemungkinan mempunyai dampak yang kuat terhadap kondisi sosial maupun ekonomi. Universitas adalah instansi pendidikan yang menciptakan tenaga formal terdidik dan terampil dalam penguasaan berbagai bidang ilmu pengetahuan untuk mengupayakan antisipasi terhadap era globalisasi yang berlangsung saat ini pada lingkungan sekitar yaitu dunia usaha dan dunia kerja. Berkaitan dengan program kerja praktik merupakan suatu alternatif pengaplikasian ilmu yang diterima pada Perusahaan, Lembaga, atau Instansi diketahui sebagai cara yang mempunyai tujuan agar mahasiswa mampu menempatkan diri dalam lingkungan kebutuhan yang berkembang.

Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) merupakan perguruan tinggi yang mendidik mahasiswa untuk inovasi yang mendukung perkembangan bangsa dan negara. Khususnya termasuk bagi PT. Semen Indonesia dengan menjadi sumber daya manusia yang potensial dan professional. Dalam rangka menunjang aspek keahlian, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia telah menyediakan sarana dan prasarana untuk menunjang pendidikan dengan lengkap secara teori. Sesuailah pendidikan dari Program Studi Manajemen UISI, setiap mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan kerja praktik yang telah dipilih berkaitan dengan bidang manajemen untuk mendapatkan tenaga kerja siap pakai, terampil dan cekatan serta tentunya dapat mengerti berbagai persoalan yang ada dalam dunia kerja dan bagaimana menyelesaikan persoalan tersebut secara aktif dalam kegiatan-kegiatan bidang manajemen yang dipilih oleh mahasiswa pada lokasi mahasiswa tersebut dengan keahlian yang dimiliki oleh mahasiswa, yakni dua diantaranya adalah keuangan dan pemasaran. Program kerja praktik, diharapkan setiap mahasiswa Program Studi Manajemen UISI dapat mempersiapkan diri untuk menjadi bagian dari makhluk hidup dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mampu untuk langsung terjun dalam bidangnya, dengan bekal ilmu yang telah dipelajari selama menempuh pendidikan terutama konteks Manajemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran sebagai peserta mendaftar kegiatan magang serta berupaya dalam mengembangkan

Sumber Daya Manusia, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Adanya kerja praktik merupakan salah satu wadah untuk menuangkan gagasan ide para mahasiswa melakukan kegiatan nyata, sehingga proses pemahaman di bangku kuliah lebih baik juga pengenalan pengalaman diluar kuliah. Bertujuan memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan penulis dalam dunia kerja nyata melalui hubungan yang intensif antara peserta program praktik kerja dan perusahaan. Penulis yang akan memasuki dunia kerja harus mempersiapkan diri sebaik-baiknya dan tidak terpaku hanya pada kompetisi disiplin ilmu dari perguruan tinggi saja, tetapi juga harus memiliki pengalaman, pengetahuan dan wawasan dunia kerja.

PT. Swabina Gatra (Semen Indonesia Group) berlokasi di Kabupaten Gresik menjadi tempat penulis pilih untuk melaksanakan kerja praktik ini merupakan sebuah perusahaan nasional yang berfokus pada pengelolaan bidang produk dan bidang jasa pelayanan dengan sistem terintegrasi dibawah pimpinan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk yang merupakan bagian perusahaan BUMN semen terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. Sejak berdiri pada tahun 1988, PT. Swabina Gatra telah memiliki kisah sukses yang terhitung panjang dan selalu terus tumbuh menjadi perusahaan modern, profesional dan bereputasi prima dengan 5 lini bisnis utama yaitu terdapat Penyediaan Tenaga Kerja, Produksi Air Minum Dalam Kemasan, Jasa Agen Perjalanan, Solusi Teknologi Informasi serta Lembaga Diklat dan Sertifikasi. Dalam rangka pengembangan produk dan proses manufaktur hingga pemasaran dan pelayanan purna jual, kami selalu melakukan penyempurnaan dan pemantapan sistem, prosedur dan aplikasi sistem di semua bidang usaha secara terintegrasi. Berdasarkan uraian diatas kami memutuskan dalam kegiatan magang mahasiswa memilih Perusahaan PT. Swabina Gatra dikarenakan merupakan perusahaan paling tepat sebagai tujuan kerja praktik serta mahasiswa tertarik untuk mempelajari mengenai Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran pada Perusahaan PT. Swabina Gatra di Gresik.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Berdasarkan latar belakang pelaksanaan kerja praktik diatas, maka tujuan pelaksanaan kegiatan kerja praktik adalah sebagai berikut :

a. Tujuan Umum

- Untuk dapat dijadikan mahasiswa mempraktikkan ilmu / teori pengetahuan yang didapatkan saat perkuliahan ke dunia kerja sesungguhnya
- Untuk memenuhi syarat akademis dalam mata kuliah kerja praktik beserta bukti bahwa penulis telah selesai menjalankan kegiatan kerja praktik
- Untuk menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan secara luas di lapangan dari dunia kerja mengenai dunia kerja sesuai dengan bidangnya
- Untuk meningkatkan pemahaman mengenai hubungan antara teori dan

penerapannya, sehingga dapat menjadi bekal bagi penulis pada saat terjun langsung ke dunia kerja setelah lulus

b. Tujuan Khusus

- Sebagai sarana untuk mengasah dan mengembangkan potensi diri
- Untuk meningkatkan hubungan baik instansi perusahaan dengan universitas
- Untuk mengenal dan mempelajari berbagai permasalahan yang sering terjadi di lapangan kerja PT. Swabina Gatra terutama mengetahui kinerja keuangan dan strategi pemasaran yang ada di perusahaan
- Sebagai peningkatan belajar dan pengetahuan mendalam bagi penulis terhadap kondisi perusahaan yang sebenarnya

1.2.2 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan kerja praktik sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi

- Tercipta terjalinnya hubungan kerjasama yang baik antara kedua belah pihak yang bersangkutan, yaitu dapat menempatkan mahasiswa potensial untuk mendapatkan pengalaman antara universitas dengan perusahaan
- Sebagai jembatan penghubung antara rumpun Ekonomi dan Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia serta untuk mengenalkan Program Studi Manajemen UISI kepada perusahaan
- Dapat menciptakan SDM yang berkualitas, yang memiliki kemampuan, keahlian dan keterampilan dalam dunia kerja serta dapat menjadi bahan acuan untuk melakukan evaluasi terhadap kurikulum yang diterapkan dengan kebutuhan masyarakat di lapangan
- Sebagai tolak ukur penilaian kesiapan penulis dalam memasuki dunia kerja

2. Bagi Perusahaan

- Menjalin kerjasama dengan pihak lembaga pendidikan perguruan tinggi, khususnya Universitas Internasional Semen Indonesia, termasuk sebagai sarana publikasi akan perusahaan serta profil dalam perusahaan tersebut kepada civitas akademika perguruan tinggi
- Melaksanakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat
- Memperoleh pemikiran atau ide baru dari penulis dalam rangka untuk meningkatkan kinerja perusahaan
- Mendapatkan bantuan dari penulis yang melaksanakan kerja praktik untuk menyelesaikan tugas pekerjaan dari unit kerja masing-masing

3. Bagi Mahasiswa

- Memperoleh pengetahuan dan pengalaman bekerja / terlibat langsung mengenai aktivitas manajemen pemasaran serta keuangan di perusahaan
- Meningkatkan hard skill dan soft skill untuk mengetahui gambaran umum dan lingkungan perusahaan secara langsung dan nyata

-
- Memiliki peluang lebih mudah untuk dapat bekerja di perusahaan tempat kerja praktik setelah lulus kuliah
 - Menjalin relasi dengan kalangan profesional yang ada dalam dunia kerja untuk mendapatkan ilmu praktis

1.3 Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi-informasi pada saat penelitian kemudian diolah menjadi data penelitian. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pada pelaksanaan kegiatan Kerja Praktik di PT. Swabina Gatra terdapat metodologi yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dan informasi, yakni :

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono (2016:317)). Dalam teknik wawancara ini, penulis melakukan tanya jawab kepada unit kerja masing-masing secara tatap muka.

b. Observasi

Menurut Sugiyono (2017,203) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan mengenai kondisi dan kegiatan selama di PT. Swabina Gatra Gresik untuk mendapatkan data.

c. Dokumentasi

Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Studi dokumen pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang telah ada.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Lokasi : PT. Swabina Gatra Jl. RA Kartini No.21A, Injen Timur, Sidomoro, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122

Waktu : tanggal 25 Juli-28 Agustus 2022

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Unit Kerja : Finance and Marketing

BAB II

PROFIL PT. SWABINA GATRA

2.1 Sejarah



Gambar 1. Logo PT. Swabina Gatra

PT. Swabina Gatra didirikan pada tanggal 29 Oktober 1988 yang berlokasi di Jl. RA. Kartini No. 21 A Gresik 61122, Jawa Timur ini turut dikenal meluas dengan nama SWA yang merupakan perusahaan swasta nasional yang tergabung dalam lingkup SEMEN INDONESIA GROUP dengan dedikasi kesempurnaan mutu produk dan pelayanan pada seluruh tingkatan operasional menjadikan PT. Swabina Gatra dapat terus memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap para stakeholders sekaligus menunjang pembangunan ekonomi nasional yang sedang berjalan. Dalam pewujudan rangka pengembangan produk dan proses manufaktur hingga pemasaran dan pelayanan purna jual, perusahaan selalu melakukan penyempurnaan dan pemantapan sistem, prosedur dan aplikasi sistem di semua bidang usaha secara terintegrasi. Dukungan peningkatan kedisiplinan pegawai juga menjadi perhatian utama perusahaan dalam bidang Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) akan tercapainya *zero accident* selama beraktivitas.

Awal mula didirikan PT. Swabina Gatra bergerak dibidang Jasa Cleaning Service yang khusus melayani kebutuhan PT. Semen Gresik (Persero) Tbk sebagai holding company yang kemudian berkembang seiring waktu hingga pada tahun 1995 telah melakukan ekspansi keluar PT. Semen Gresik dan melayani kebutuhan pengelolaan jasa tenaga kerja dan borongan. Menyikapi perkembangan pasar domestik kebutuhan pokok masyarakat dan konsumen lainnya, pada tahun 2000 PT. Swabina Gatra membuat terobosan dengan mendirikan bidang usaha manufaktur "Air Minum Dalam Kemasan" dengan merk "SWA", produk bermutu dan telah terakreditasi oleh Lembaga Sertifikasi Sistem Mutu melalui ISO 9002.

Dalam berkembangnya perusahaan PT. Swabina Gatra telah menjadi perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha kompetitif, professional dan selalu berkeinginan untuk maju dalam memberikan pelayanan terbaik para Stakeholders. SWA kini memiliki 5 lini bisnis utama yaitu Penyediaan Tenaga Kerja, produksi Air Minum Dalam Kemasan, Jasa Agen Perjalanan, Solusi Teknologi Informasi serta Lembaga Diklat & Sertifikasi. Dengan pengalaman selama lebih dari 3 dekade, SWA telah dipercaya oleh pelanggan dari berbagai segmen yang tersebar di berbagai kota Indonesia, mulai dari Aceh hingga Papua. Keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari komitmen akan kualitas. SWA senantiasa berkomitmen untuk menjaga standar tertinggi dalam menjalankan bisnisnya.

Selama PT. Swabina Gatra berdiri ini melayani semua kebutuhan pelanggan terkait penyediaan jasa tenaga kerja dan bidang usaha lainnya untuk ditempatkan diwilayah yang ditentukan pelanggan. Hingga tahun 2018 telah menempatkan karyawan sebanyak 6.327 di berbagai kota belahan Pulau Jawa yang meliputi: Jawa Timur (Gresik, Surabaya, Sidoarjo, Tretes, Tuban, Bojonegoro, Bangkala, Jombang, Mojokerto, Tulungagung, Banyuwangi, Ponorogo, Malang). Daerah Jawa Tengah (Pati, Rembang, Semarang, Solo, Klaten, Magelang, Tegal, Purwokerto) DIY Yogyakarta. Lalu, daerah Jawa Barat (Bandung, Bekasi). Jakarta (Cilandak). Banten (Ciwandan, Serang). NTT (Kupang). Sulsel (Makassar). Papua (Sorong). Aceh (Aceh) dan daerah Kalsel (Banjarmasin).

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

Menjadi Perusahaan yang dapat tumbuh dan berkembang dengan sehat dan selalu unggul di bidangnya

2.2.2 Misi

1. Meningkatkan dan mengembangkan bidang usaha atau bidang bisnis utama
2. Meningkatkan dan mengembangkan bidang usaha penunjang sebagai usaha untuk mendukung pendapatan dari kegiatan bidang usaha utama
3. Meningkatkan kualitas pengelolaan sumber daya manusia yang berdaya saing tinggi guna mendukung penyediaan tenaga kerja yang profesional
4. Menghasilkan laba yang wajar dan memberikan deviden yang memuaskan bagi pemegang saham

2.3 Lokasi

PT. Swabina Gatra memiliki kantor pusat dan kantor perwakilan yang berada di kota Gresik dan Tuban, berikut Alamat dari Kantor PT Swabina Gatra.

- Kantor Pusat dan Pabrik :
Alamat: Jl. RA Kartini No.21A, Injen Timur, Sidomoro, Kec. Kebomas,
Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122

Telp: +62313984719

Fax: +62313985794

Email: kontak@swabinagatra.co.id

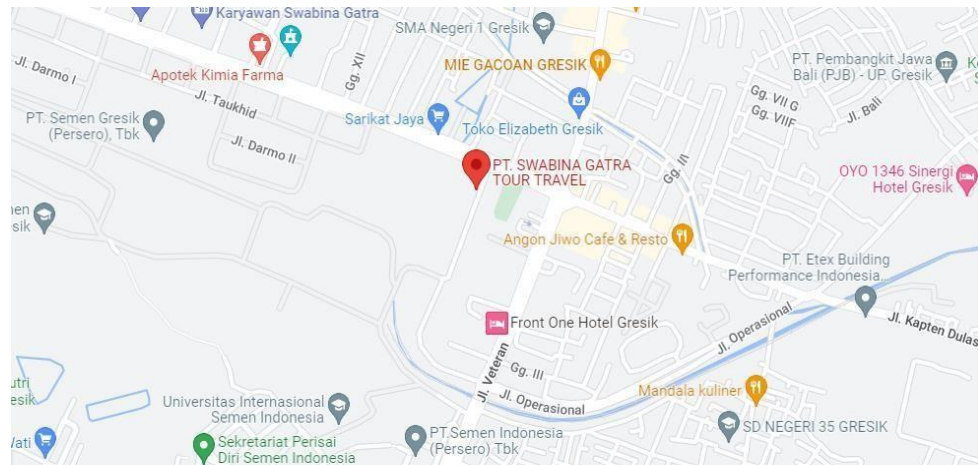
- Kantor Perwakilan :

Alamat: Desa Sumber Arum Kec. Kerek, Tuban, 62356, Indonesia

Telp: +62356711992

Fax: +62 356 711966

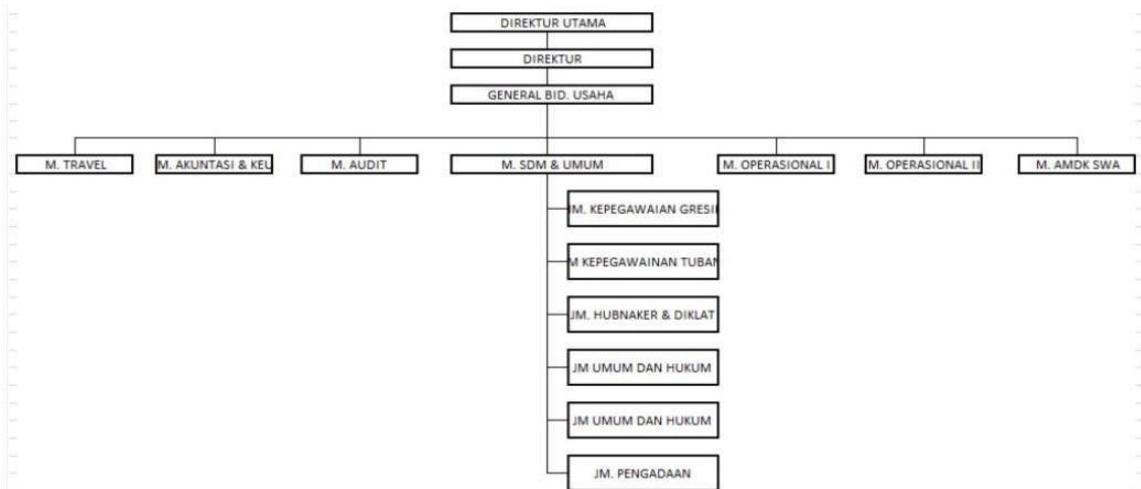
Email Pemasaran: kontak@swabinagatra.co.id



Gambar 2. Lokasi PT. Swabina Gatra

2.4 Struktur Organisasi PT. Swabina Gatra

Suatu tingkatan atau susunan yang berisi pembagian tugas dan peran perorangan berdasarkan jabatannya yang sangat penting dan diperlukan bagi suatu perusahaan, karena struktur organisasi ini dibentuk untuk dapat meningkatkan ke arah tercapainya tujuan perusahaan melalui pengelompokan aktivitas yang sering berhubungan antara yang satu dengan yang lain. Lebih jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut struktur organisasi pada PT. Swabina Gatra.



Gambar 3. Struktur Organisasi PT. Swabina Gatra

2.5 Produk

PT. Swabina Gatra telah dapat memberikan layanan produk dan jasa, yang meliputi:



Gambar 4. Produk SWA

- Produk Industri: Air Minum Dalam Kemasan
Produk Air Minum Dalam Kemasan "SWA" disajikan dalam bentuk praktis dalam kemasan berbagai ukuran dan harga terjangkau oleh masyarakat menengah kebawah dengan bahan baku dan proses yang memadai sehingga menjamin mutu dan kualitas produk. Dengan tagline "Air Sehat Wal Afiat" kami menawarkan produk air minum yang higienis dan terstandarisasi melalui sertifikat SNI 2006, ISO 9001: 2008, Halal dan BPOM RI. Spesifikasi untuk setiap kemasan Air Minum Dalam Kemasan "SWA" : Gelas 250ml, Botol 330ml, 600ml, 1500ml, dan juga menyediakan Galon 19 liter.
- Jasa Outsourcing: Tenaga Kerja Keamanan, Tenaga Pemeliharaan, Tenaga Pengendalian (Driver), Tenaga Supporting, Cleaning Service, Pengantongan, Pengelolaan Gudang, Tenaga Skill.
- General Service: Pengelolaan Gudang, Pos Pantau Pemeriksaan Semen, Perdagangan & General Trading, Pemeliharaan Peralatan, Persewaan Gedung dan Pergudangan, Persewaan Dispenser Dan Mesin Ink Jet Printer, Persewaan Forklift, Persewaan Kendaraan.
- Produk jasa Travel : Pembelian Tiket Bus, Kereta Api dan Pesawat Udara, Pengurusan Visa dan Paspor, Reservasi Hotel

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Keuangan

3.1.1 Manajemen Keuangan

a. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan yang ada pada suatu organisasi. Keegiatannya didalamnya terdiri dari perencanaan, analisis, dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan yang biasanya dilakukan oleh manajer keuangan.

Menurut Musthafa (2017:3) Manajemen keuangan diartikan juga sebagai seluruh aktivitas kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan upaya untuk mendapatkan dana perusahaan dengan meminimalkan biaya dan upaya penggunaan serta pengalokasian dana tersebut secara efisien dalam memaksimalkan nilai perusahaan yaitu harga dimana calon pembeli siap atau bersedia membayarnya jika suatu perusahaan menjualnya.

b. Tujuan Manajemen Keuangan

Tujuan manajemen keuangan tentunya sangat banyak dan mendalam, terutama untuk perusahaan. Beberapa diantaranya dari tujuan manajemen keuangan yang utama adalah :

1. Memaksimalkan nilai kekayaan perusahaan termasuk para pemegang saham yang merupakan ukuran objektif oleh publik dan orientasi pada keberlangsungan hidup di dalam perusahaan.
2. Menjaga arus kas perusahaan dengan menghindari pengeluaran yang lebih besar dari pemasukan yaitu dengan menjaga serta mengawasi arus kas perusahaan.
3. Mengurangi risiko operasional perusahaan. Manajer keuangan akan mampu mengurangi risiko yang mungkin terjadi dengan strategi dan pengelolaan yang baik. Karena keputusan finansial yang diambil akan mempengaruhi risiko usaha yang dihadapi perusahaan.

c. Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan adalah menjaga pengelolaan dana perusahaan dengan baik. Berkaitan dengan mengalokasikan dana yang akan tercermin dalam rekening-rekening aktiva, juga dengan mendapatkan dana akan tercermin pada rekening-rekening pasiva. Seluruh akibat dari keputusan-keputusan yang diambil manajer keuangan dalam menjalankan fungsinya tersebut, akan tercermin dalam neraca keuangan. 5 fungsi yang telah dikenal secara umum, yaitu :

1. Perencanaan (Planning). Fungsi planning ini meliputi perencanaan arus keluar masuk kas perusahaan dan juga laporan laba rugi.
2. Alokasi dana (Budgeting). Budgeting adalah fungsi yang berhubungan dengan proses alokasi dana untuk kebutuhan perusahaan. Dengan begitu, perusahaan akan bisa memperoleh hasil yang maksimal dengan alokasi dana seefisien mungkin.
3. Kontrol (Controlling). Controlling dalam fungsi manajemen keuangan adalah proses kontrol dan evaluasi dari alur dana yang berjalan dalam perusahaan. Sehingga seorang manajer keuangan bisa memperbaiki dan meningkatkan keuangan perusahaan.
4. Pemeriksaan (Auditing). Dalam fungsi auditing terjadi proses pemeriksaan keuangan perusahaan. Bahkan, manajer keuangan dapat melihat apakah ada penyimpangan yang terjadi atau tidak terjadi.
5. Laporan (Reporting). Reporting adalah fungsi yang berhubungan dengan laporan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan.

Sedangkan dalam fungsi manajemen keuangan juga dapat dirinci ke dalam tiga bentuk kebijakan perusahaan, yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan, serta kebijakan dividen. Setiap keputusan harus mempertimbangkan tujuan perusahaan dan mengoptimalkan kombinasi tiga kebijakan keuangan yang mampu meningkatkan nilai kekayaan bagi para pemegang saham.

d. Jenis Manajemen Keuangan

Jenis-jenis manajemen keuangan tentu mengacu pada perusahaan, Terdapat tiga jenis manajemen keuangan perusahaan yang dikenal yaitu :

1. Financial leverage adalah penggunaan pinjaman untuk membiayai pembelian aset yang ekspektasinya pendapatan atau capital gain dari aset baru tersebut bisa melebihi biaya pinjaman.
2. Operating leverage adalah formula akuntansi biaya yang digunakan untuk mengukur apakah perusahaan atau proyek bisa meningkatkan *operating income* dengan meningkatkan penghasilan. Positif berarti perusahaan menghasilkan penjualan lebih tinggi dibandingkan total biaya, sedangkan negatif maka penjualan tidak cukup menutup biaya. Maka dari itu, operating leverage dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan biaya tetap untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi dengan mengoptimalkan prosesnya tersebut.
3. Combination leverage adalah pinjaman modal yang memiliki nilai keuntungannya dikatakan tinggi karena terdapat biaya tetap. Modal atau dana yang tercakup di dalamnya adalah biaya keuangan yang sifatnya pasif dan biaya operasional tetap.

3.1.2 Laporan Keuangan

a. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi tertentu yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut. Menurut (Hery, 2016) “laporan keuangan adalah produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis”. Secara umum laporan finansial atau laporan keuangan adalah laporan yang berisi pencatatan uang dan transaksi yang terjadi dalam bisnis, baik transaksi pembelian maupun penjualan dan transaksi lainnya yang memiliki nilai ekonomi dan moneter. Laporan keuangan dibuat mengetahui kondisi finansial perusahaan secara keseluruhan. Sehingga para stakeholder dan pengguna informasi akuntansi bisa melakukan evaluasi dan cara pencegahan dengan tepat dan cepat jika kondisi keuangan usaha mengalami masalah atau memerlukan perubahan.

b. Jenis-jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi laporan laba rugi yang komprehensif, neraca, laporan perubahan ekuitas atau perubahan modal, laporan arus kas, catatan atas laporan keuangan. Jenis-jenis laporan keuangan menurut (Resti, 2017) dan pembuatan laporan keuangan mengikuti Pedoman Standar Akuntansi Keuangan yang menentukan lima jenis laporan keuangan adalah sebagai berikut :

1. Laporan laba rugi merupakan suatu ikhtisar yang menggambarkan total pendapatan dan total biaya, serta laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode akuntansi tertentu. Para stakeholder bisa mengetahui kondisi finansial perusahaan terkini, sehingga laporan dapat dijadikan dasar evaluasi untuk langkah kebijakan selanjutnya.
2. Neraca merupakan suatu laporan yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada suatu saat tertentu yang terdiri dari aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Termasuk, untuk memperkirakan keadaan aliran kas di masa depan serta sebagai alat menganalisa likuiditas dan fleksibilitas keuangan perusahaan. Pada laporan neraca bisa memperoleh keseimbangan karena terdiri dari pendapatan dan biaya yang tercantum pada laporan laba rugi.
3. Laporan perubahan modal merupakan salah satu jenis laporan keuangan penting terutama untuk perusahaan publik. Ikhtisar yang menunjukkan perubahan modal dari awal periode akuntansi menjadi saldo modal akhir tahun setelah ditambah dengan laba tahun berjalan dan dikurangi dengan pembagian laba seperti dalam perusahaan perorangan atau dividen perusahaan berbentuk perseroan terbatas.

4. Laporan arus kas menunjukkan saldo kas akhir perusahaan yang dirinci atas arus kas bersih dari aktivitas operasi, arus kas berasal dari aktivitas investasi, sedangkan arus kas bersih dari aktivitas pendanaan. Biasa juga dikenal cashflow sebagai catatan keuangan yang berisi informasi tentang pemasukan dan pengeluaran selama satu periode akan mengevaluasi struktur keuangan (likuiditas dan solvabilitas), serta aktiva bersih perusahaan.
5. Catatan atas laporan keuangan yang lengkap biasanya memuat catatan atas laporan keuangan yang menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, serta penjelasan atas kolom-kolom signifikan dari laporan keuangan perusahaan tersebut.

c. Tujuan Laporan Keuangan

Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. Beberapa tujuan laporan keuangan menurut Prinsip Akuntansi Indonesia (1984) menyatakan bahwa tujuan laporan keuangan itu adalah sebagai berikut :

1. Untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai aktiva dan kewajiban serta modal suatu perusahaan
2. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan dalam aktiva neto (aktiva - kewajiban) suatu perusahaan yang timbul dari kegiatan usaha dalam rangka memperoleh laba
3. Untuk memberikan informasi keuangan membantu pemakai laporan dalam menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba
4. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan dalam aktiva dan kewajiban suatu perusahaan, seperti informasi mengenai aktivitas pembiayaan dan investasi
5. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain berhubungan dengan laporan keuangan relevan untuk kebutuhan pemakai laporan

d. Manfaat Laporan Keuangan

Manfaat dari adanya laporan keuangan adalah dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam proses pengambilan keputusan demi kemajuan perusahaan nanti di masa yang akan datang. Menurut Martonod an Agus (2010:52): laporan keuangan yang baik dan akurat memiliki beberapa manfaat antara lain :

1. Pengambilan keputusan investasi
2. Keputusan pemberian kredit
3. Penilaian aliran kas
4. Penilaian sumber ekonomi

5. Melakukan klaim terhadap sumber dana
6. Menganalisis perubahan yang terjadi terhadap sumber dana
7. Menganalisis penggunaan dana

Dari beberapa manfaat yang ada dapat diketahui bahwa dengan adanya analisis laporan keuangan perusahaan maka sangat membantu pihak pemegang saham dalam proses pengambilan keputusan, dan dapat berjalan dengan baik serta tentunya sangat berguna dalam melihat kondisi pada saat ini maupun dijadikan sebagai alat untuk memprediksi kondisi masa yang akan datang. Apabila analisis terhadap laporan keuangan tidak dilakukan, mungkin perusahaan akan mengalami beberapa masalah dalam menentukan langkah kedepannya.

3.1.3 Kinerja Keuangan

a. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dalam konteks dunia usaha mengandung pengertian yang sangat luas yaitu berkaitan dengan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Menurut Rudianto (2013:189) kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai dimana tingkat keberhasilan. Dari pengertian kinerja keuangan diatas, dapat diambil kesimpulan sederhana bahwa kinerja keuangan merupakan pencapaian prestasi perusahaan suatu periode yang menggambarkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dengan indikator kecukupan modal, likuiditas dan profitabilitas. Kinerja keuangan perusahaan berkaitan erat dengan pengukuran dan penilaian kinerja. Pengukuran kinerja adalah kualifikasi dan efisiensi serta efektivitas perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Laporan kinerja keuangan merupakan bagian dari dokumen perusahaan yang penting, dokumen ini menyatakan bagaimana kondisi perusahaan tersebut dalam hal pengumpulan dana dan penyaluran dana.

b. Tujuan Kinerja Keuangan

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan kinerja keuangan sebagai berikut :

1. Mengetahui Tingkat Likuiditas
Likuiditas memberikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan yang harus diselesaikan ketika waktunya ditagih.

2. Mengetahui Tingkat Solvabilitas
Solvabilitas memberitahukan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.
3. Mengetahui Tingkat Rentabilitas
Rentabilitas atau profitabilitas memberitahukan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba selama periode tertentu.
4. Mengetahui Tingkat Stabilitas
Stabilitas memberitahukan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan usaha dengan stabil diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya serta membayar beban bunga atas hutang tepat pada waktunya.

c. Manfaat Kinerja Keuangan

Adapun manfaat dari melakukan kinerja keuangan bagi perusahaan :

1. Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan yang sudah dicapai dalam setiap periode tertentu.
2. Dapat melihat kinerja perusahaan secara keseluruhan.
3. Digunakan pada dasar perencanaan untuk perusahaan dimasa depan
4. Dapat digunakan untuk menilai kontribusi suatu bagian dalam mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan.
5. Sebagai penentuan penanaman modal agar dapat meningkatkan daya produksi suatu perusahaan.
6. Memberi arahan dalam membuat keputusan dan kegiatan perusahaan pada umumnya dan divisi perusahaan pada khususnya.

d. Analisis Kinerja Keuangan

Untuk dapat menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan, selain harus memahami betul kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan, juga harus mampu mengaplikasikan berbagai teknik analisis laporan keuangan. Termasuk, analisis laporan keuangan juga tidak dapat terlepas dari penggunaan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Analisis keuangan dapat dibedakan menjadi 8 macam, yaitu menurut Jumingan (2006:242) :

1. Analisis Perbandingan Laporan Keuangan, merupakan teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik dalam jumlah (absolut) maupun dalam persentase (relatif) untuk diperhitungkan.
2. Analisis Tren (tendensi posisi), merupakan teknik analisis untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan dalam beberapa situasi yang ada.

3. Analisis Persentase per Komponen, merupakan teknik analisis untuk mengetahui sejumlah persentase investasi masing-masing aktiva terhadap keseluruhan total aktiva maupun utang.
4. Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja, merupakan teknik analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.
5. Analisis Sumber dan Penggunaan Kas, merupakan teknik analisis untuk mengetahui kondisi kas disertai sebab terjadinya perubahan kas pada suatu periode waktu tertentu dalam perusahaan.
6. Analisis Rasio Keuangan, merupakan teknik analisis keuangan untuk mengetahui hubungan di antara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba rugi baik secara individu maupun secara simultan.
7. Analisis Perubahan Laba Kotor, merupakan teknik analisis untuk mengetahui posisi laba dan sebab-sebab terjadinya perubahan laba.
8. Analisis Break Even, merupakan teknik analisis mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan tidak mengalami kerugian.

3.2 Pemasaran

3.2.1 Manajemen Pemasaran

a. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi serta pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran. Tentunya yang menguntungkan dengan sasaran pembeli guna mencapai tujuan suatu organisasi atau sebuah perusahaan. Konsep untuk pemasaran merupakan aktivitas perencanaan pemasaran agar tujuan perusahaan yang berupa kepuasan para konsumen akan beberapa unsur terpenuhi. Unsur-unsur tersebut antara lain seperti, produk, harga placement dan promosi. Manajemen pemasaran mempunyai tugas untuk mempengaruhi komposisi permintaan yang sedemikian rupa sehingga akan membantu organisasi mencapai sasarannya. Suatu perusahaan tentunya mempunyai gagasan mengenai tingkat transaksi yang diinginkan dengan pasar target.

b. Tujuan Manajemen Pemasaran

Ada beberapa tujuan manajemen pemasaran diantaranya adalah :

1. Kepuasan Pelanggan
Untuk mencapai kepuasan pelanggan sebuah perusahaan perlu strategi khusus untuk mewujudkannya.
2. Menciptakan Permintaan
Satu hal penting yang perlu diketahui dari manajemen ini adalah bagaimana mengelola bisnis agar nantinya muncul permintaan produk

dari konsumen serta turut memikirkan berjalan dengan lancar dengan melakukan strategi pemasaran yang terukur dan efektif.

3. Target Pasar

Memahami mana yang akan menjadi target pasar. Jika produk Anda sama dengan kompetitor, hal yang dibutuhkan adalah menciptakan promosi yang efektif dan tepat sasaran. Iklan di media sosial dapat menjadi sarana ampuh untuk mengambil target pasar.

4. Pencitraan Produk

Untuk mengenalkan sebuah produk kepada konsumen, tentunya harus melalui promosi dengan iklan yang inovatif. Namun, kualitas produk perlu diperhatikan dengan saksama. Jika kualitas produk baik, mudah bagi divisi pemasaran untuk mengenalkan produk.

5. Target Pasar Baru

Jika perusahaan telah memiliki pelanggan tetap, sudah waktunya untuk melebarkan sayap bisnis. tim pemasar perlu mencari pelanggan baru sebagai cara untuk melipatgandakan keuntungan. Hadirnya target pasar baru akan menambah variasi produk. Ini menjadi peluang sekaligus tantangan untuk meraih keuntungan yang lebih besar.

6. Menaikkan Keuntungan

Bagian dari manajemen pemasaran yang paling penting adalah bagaimana meningkatkan keuntungan. Seberapa banyak strategi yang dilakukan, jika tidak dikerjakan secara konsisten, akan membuat bisnis tidak berkembang. Maka dari itu, konsisten adalah kata penting di dalam bisnis. Jika terlihat sudah rapi, detail, dan konsisten, hal-hal untuk keuntungan bisnis akan hadir secara sistematis.

c. Jenis-Jenis Pemasaran

Jenis-jenis dari pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Word of Mouth Marketing (WoMM)

Word of mouth marketing adalah informasi produk yang didapatkan oleh konsumen dari konsumen lain secara verbal dan langsung. Dikenal juga dengan promosi dari mulut ke mulut secara langsung.

2. Public Relation Marketing (PR Marketing)

Public Relations merupakan salah satu dari jenis-jenis pemasaran yang penting. Banyak perusahaan yang bekerjasama dengan media untuk meningkatkan *brand awareness* (kesadaran produk) produk dan benefit yang bisa didapat oleh konsumen saat produk ini dimiliki.

3. Relationship Marketing

Membangun hubungan (*relationship*) dengan konsumen adalah cara yang efektif untuk memasarkan produk. Analoginya saat loyalitas dari konsumen telah terbangun hingga percaya akan hubungan yang terjadi,

suatu ketika apabila perusahaan meluncurkan produk baru bisa diprediksi konsumen dengan sukarela akan membeli produk tersebut.

4. Digital Marketing

Digital marketing memanfaatkan semua sumber daya melalui *online*. *Digital marketing* / pemasaran digital memaksimalkan segala potensi yang ada di internet agar bisa mencapai target perusahaan. Selain itu *digital marketing* juga cara yang efektif untuk membangun brand dengan biaya yang rendah dan Target pasarnya juga bisa ditentukan.

5. Branding

Sebuah produk selayaknya memiliki target pasar, serta nama atau dikatakan “merek,” untuk dikenal. Branding adalah salah satu dari jenis-jenis pemasaran yang memiliki fungsi sebagai promosi jangka panjang. Branding sering kali menyertakan nama, slogan, dan logo.

6. Iklan Siaran

Radio sebagai media pemasaran adalah salah satu bentuk iklan berbayar yang umum digunakan oleh perusahaan atau pemilik bisnis. Sedangkan untuk menjangkau pelanggan secara luas, bisa digunakan media iklan di televisi maupun stasiun radio pada umumnya.

d. Fungsi Pemasaran

Terdapat fungsi dari pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Pengenalan Produk

Pengenalan produk oleh perusahaan menjadi fungsi pemasaran yang paling utama. Dengan pemasaran, produk menjadi lebih dikenal oleh konsumen. Dengan syarat, pihak perusahaan mampu menonjolkan keunggulan dari produk tersebut sehingga bisa menarik perhatian dibanding produk pesaing.

2. Fungsi Pertukaran

Pemasaran memungkinkan konsumen untuk mendapatkan informasi dan membeli produk yang dijual dengan menukar produk dengan uang atau produk dengan produk. Produk ini dapat digunakan untuk keperluan kamu sendiri atau dijual kembali untuk mendapatkan laba.

3. Riset

Pemasaran bisa menjadi lahan tepat untuk melakukan riset, baik secara langsung atau online. Riset memungkinkan pemilik bisnis atau perusahaan untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai target pasar sebuah produk.

4. Distribusi Fisik

Memastikan bahwa produk dapat mudah didistribusikan dengan baik dari tempat produksi ke pasar luas menggunakan jalur darat, air dan laut adalah fungsi pemasaran yang berikutnya. Dengan begitu dapat

dipastikan produk akan mudah didapatkan oleh konsumen.

5. Layanan Purna Jual

Layanan setelah penjualan terkadang dibutuhkan oleh konsumen. Pemilik bisnis atau perusahaan semestinya membantu konsumen dalam hal ini. Di sini, fungsi pemasaran dalam hal memberikan rasa aman pada konsumen di masa purnajual.

e. **Variabel Strategi Pemasaran 4P**

Dikenal juga istilah strategi pemasaran 4P atau yang dikenal dengan bauran pemasaran *marketing mix*. Terdapat 4 hal yang menjadi penting dalam variabel strategi pemasaran, yaitu product, price, place dan promotion. Berikut ini adalah penjelasan lebih lengkapnya:

1. Product (Produk)

Hal penting dalam variabel 4 strategi pemasaran adalah produk. Produk adalah hal pertama yang dipertimbangkan saat berbisnis. Terdapat beberapa elemen produk yang menjadi pertimbangan penting untuk diperhatikan, yaitu fitur, kualitas, merek atau logo, keunikan dan perbedaan dengan produk kompetitor, variasi produk dan pengemasan.

2. Price (Harga)

Harga dan produk harus selaras, karena bagian ini pelanggan akan membandingkan dengan kompetitor. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan adalah nilai dari produk atau jasa, perbandingan harga dengan kompetitor, dan harga diskon yang sering diberikan.

3. Place (Tempat)

Selanjutnya adalah tempat, ini merupakan faktor penentu dalam kesuksesan sebuah bisnis. Dalam pemasaran, variabel tempat yang harus diperhatikan adalah jenis tempatnya, saluran dan jaringan distribusi, penanganan produk, dan bagian logistik.

4. Promotion (Promosi)

Yang terakhir adalah promosi, ini akan meningkatkan brand awareness terkait produk dan bisnis yang kita jalankan. Sebelum menjalankan promosi, kita harus memperhatikan waktu pelaksanaan promosi, media yang digunakan untuk melakukan promosi dan pelajari bagaimana kompetitor melakukan promosi. Riset dan kesimpulan memberikan keputusan kapan promosi dapat dilakukan.

3.2.2 Pemasaran Produk

a. **Pengertian Pemasaran Produk**

Strategi pemasaran produk adalah rencana secara rinci yang berisikan tentang bagaimana cara menjual sebuah produk atau jasa (layanan). Strategi ini hadir untuk memastikan bagaimana sebuah produk dan jasa

dapat dipasarkan secara efektif kepada satu target pasar tertentu. Hal tersebut menjadikan strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam berbisnis. jika menggunakan strategi yang tepat, dapat meningkatkan penjualan dan brand awareness.

b. Jenis Pemasaran Produk

Terdapat beberapa jenis strategi pemasaran yang dapat kita lakukan untuk meningkatkan penjualan produk bisnis. Setiap jenis dari strategi yang ada diciptakan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, menjangking pelanggan baru dan melakukan promosi. Berikut ini beberapa jenis strategi pemasaran produk.

1. Internet Marketing

Jenis pemasaran produk yang dilakukan secara online melalui internet.

2. Social Media Marketing

Social media marketing biasanya banyak digunakan para pebisnis menjual produk kuliner menggunakan sosial media sangat ampuh dan efektif. Seperti, banyak pengusaha mengandalkan facebook dan instagram untuk menawarkan produk yang dimiliki.

3. Search Engine Marketing (SEM)

SEM yaitu menjalankan strategi bisnis berdasarkan Search Engine Optimization (SEO) untuk memperoleh *traffic* dari mesin pencarian.

4. Content Marketing

Merupakan salah satu jenis strategi pemasaran produk baru berkaitan dengan SEO. Ada dua jenis konten yang digunakan, teks dan visual.

5. Email Marketing

Untuk melancarkan strategi pemasaran produk kerajinan atau produk lainnya, bisa melakukan email marketing. Email marketing merupakan serangkaian mencapai tujuan pemasaran dengan mengirimkan email advertising kepada pelanggan dan target bisnis.

6. Call To Action Marketing

Strategi pemasaran produk pdf ini berkaitan dengan content marketing. CTA dengan kalimat persuasif kepada setiap orang yang melihat konten yang disimpan dibagian akhir konten dalam bentuk ajakan.

7. Iklan Berbayar

Berhubungan dengan perusahaan penyedia ruang iklan agar dapat menampilkan produk andalan bisnis tetapi perlu mengeluarkan biaya.

8. Earned Media

Merupakan bagian dari publikasi dalam bentuk testimoni media sosial. Dalam jenis ini juga bisa menggunakan marketing mulut ke mulut untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk yang dijual.

9. Direct Selling

Merupakan kegiatan penjualan produk secara langsung yang dilakukan pebisnis kepada konsumen, tapi dalam konteks non-retail.

10. Point of Purchase

Point of purchase merupakan istilah yang merujuk pada kegiatan display produk yang ditempatkan di pusat perbelanjaan atau ritel, tujuan dari contoh strategi pemasaran produk ini adalah untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang kita jual.

11. Time Limit

Strategi ini berdasarkan kepada perilaku para pembeli belanja online. Para pembeli seringkali memutuskan belanja impulsif, ketika melihat batas waktu dengan harga diskon, pembeli bergairah untuk belanja.

12. Free Shipping

Fitur bebas biaya atau subsidi ongkos kirim. Sebagai pelaku bisnis harus menentukan anggaran sendiri, batas maksimum subsidi ongkos kirim, produk yang mendapatkan free shipping. Keuntungan strategi ini dapat menarik pelanggan untuk membeli produk kita secara online.

3.2.3 Pemasaran Jasa

a. Pengertian Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen berupa jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba namun dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Jasa merupakan tindakan atau kegiatan yang mencakup semua aktivitas yang output nya berupa hasil dari kinerja yang diterima oleh pelanggan atau konsumen, karena itu pemasaran jasa merupakan penghubung antara perusahaan dengan para konsumen Menurut Lupiyoadi (2006:5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

b. Jenis-Jenis Pemasaran Jasa

Ada beberapa jenis dari pemasaran jasa, berikut adalah jenis-jenisnya :

1. Segmen pasar

Berdasarkan pada segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya asuransi jiwa dan pendidikan) dan jasa kepada organisasi misalnya (jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultan hukum)

2. Tingkat Keberwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria tersebut jasa dapat dibedakan

tiga macam yang ada yaitu pertama *Rented goods service*, lalu kedua *Owned goods service* dan ketiga *non goods service*.

3. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan tingkatnya jasa profesional (konsultan manajemen, konsultan pajak, konsultan hukum, dokter, arsitek) memiliki pelanggan yang selektif dan jasa non-profesional (misalnya supir taksi).

4. Tujuan Organisasi Jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, perusahaan jasa terdiri dari beberapa jenis seperti transportasi, asuransi, komunikasi, perawatan kesehatan.

5. Regulasi

Dari aspek ini jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (misalnya pialang, angkutan umum, dan perbaikan) dan *non regulated service*.

6. Tingkat Intensitas Karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan atau keterlibatan tenaga kerja, jasa dapat dikembangkan menjadi dua macam, yaitu ada *equipment based service* dan *people based service*

7. Tingkat Kontak Penyedia Jasa dan Pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dibagi menjadi *high contact service* serta *low contact service*

c. Tujuan

Terdapat dua tujuan pemasaran jasa, yaitu *commercial services* dan *non profit services*, penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. *Commercial Services (profit services)*. Jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba, yaitu cuci mobil yang berjalan untuk mendapatkan laba dengan cara mencuci mobil konsumen.
2. *Non Profit Services*. Jasa yang bertujuan untuk kepentingan sosial, yaitu museum yang berjalan untuk memberikan informasi seputar pengetahuan kepada konsumen museum tanpa mengincar laba.

3.2.4 Strategi Pemasaran Barang dan Jasa

Memperoleh keuntungan adalah tujuan semua pebisnis dan perlu adanya usaha maksimal lalu strategi yang tepat dan pemikiran yang matang. Berikut strategi pemasaran produk dan jasa yang dapat meningkatkan penjualan :

1. Melakukan Segmentasi Pasar

Diperlukan untuk mengklasifikasikan pasar, setiap orang pasti memiliki kebutuhan dan kemampuan yang berbeda. Contohnya dengan apakah bisnis ini termasuk untuk kelas menengah atas atau menengah bawah.

2. Melakukan Positioning

Dilakukan agar target market bisnis tidak terlalu melebar termasuk bagaimana strategi untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor.

3. *Know the Customer*

Sebelum menjual produk atau jasa kepada konsumen, perlu mengetahui dan membaca profil atau info dasar siapa dan apa yang sebenarnya mereka inginkan sehingga dapat memberi pelayanan terbaik untuk mereka.

4. Memilih Lokasi yang Strategis

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan pemasaran produk atau jasa adalah pemilihan lokasi yang tepat untuk membuat konsumen mudah menjangkau tempat usaha. Dengan matang perlu memperhatikan dimana target market berada dan kapan mereka melewati tempat usaha.

5. Membuat Promosi yang Menarik

Untuk mengenalkan produk kepada konsumen dan menjadi ingin membeli. Memberikan promosi menarik seperti potongan harga, cashback / bonus konsumen akan lebih tertarik untuk mencoba bahkan membeli produk.

6. Menjalin Hubungan dengan Konsumen

Bisnis tidak hanya memikirkan tentang keuntungan saja, salah satu yang terpenting adalah menjalin hubungan baik terhadap konsumen. Saat ini berhubungan bukan hanya penjual dan pembeli saja, namun sesama pembeli pun bisa saling bertukar informasi lewat sosial media.

3.2.5 Manfaat Strategi Pemasaran

Pembuatan produk atau jasa yang diinginkan oleh konsumen harus menjadi fokus kegiatan operasional maupun perencanaan suatu perusahaan. Dalam sebuah perusahaan, pembentukan strategi pemasaran memiliki manfaat atau fungsi yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan Motivasi

Dalam upaya melihat masa depan ini juga bertujuan untuk menjaga dan memastikan keberlangsungan perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Mengkoordinasi Pemasaran

Bermanfaat untuk mengkoordinir jalannya pemasaran dalam perusahaan sehingga lebih efektif dan efisien. Jadi pemasaran dalam perusahaan hanya menjalankan sesuai dengan strategi perusahaan yang sudah dibuat.

3. Merumuskan Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan juga dapat ditentukan disini, terlebih lagi bagi perusahaan yang sektor utamanya adalah penjualan. Adanya strategi perusahaan maka pelaku usaha akan didorong untuk membuat detail tujuan yang hendak dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

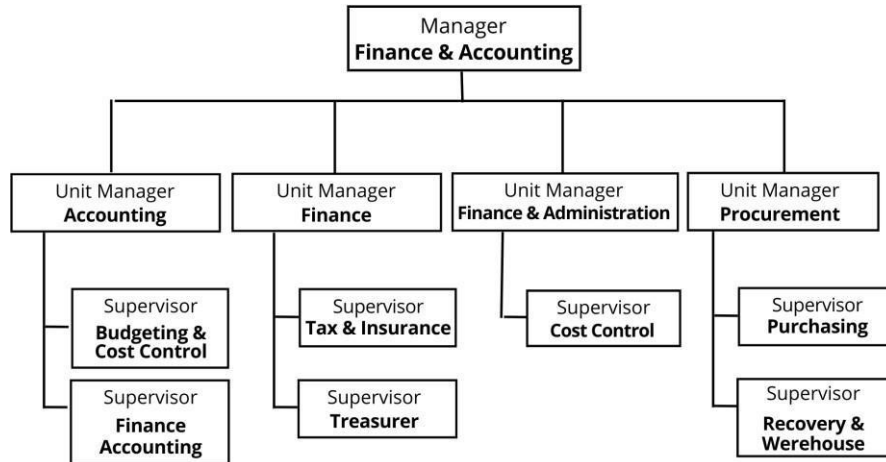
4. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

Bukan hanya mengkoordinir, akan tetapi juga berfungsi sebagai pengawas jalannya kegiatan pemasaran perusahaan. Sehingga pelaku pemasaran dapat lebih mudah dan bekerja sesuai kualitas yang efektif.

BAB IV PEMBAHASAN

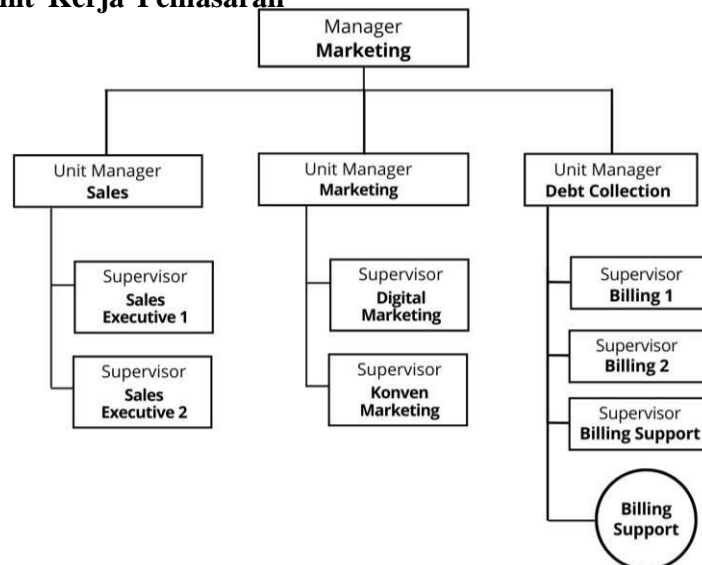
4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja

4.1.1 Unit Kerja Keuangan



Gambar 5. Struktur Organisasi Unit Keuangan

4.1.2 Unit Kerja Pemasaran



Gambar 6. Struktur Organisasi Unit Pemasaran

4.2 Tugas Unit Kerja

4.2.1 Unit Kerja Keuangan

- Membuat dan mengajukan RKAP Departemen Finance & Accounting
- Mengesahkan draft laporan pengelolaan perusahaan bulanan, semesteran dan tahunan

-
- Mengevaluasi dan menyusun draft laporan Prognose, RKAP dan Akuntan Publik
 - Melakukan pengelolaan cash flow perusahaan
 - Memeriksa dan mengesahkan SSP dan SPT
 - Memastikan kompetensi sumber daya manusia di Departemen Finance and Accounting

4.2.2 Unit Kerja Pemasaran

Dalam pemasaran di PT. Swabina Gatra dibagi menjadi 3 bagian yaitu Marketing, Sales dan Debt Collection (Penagihan) :

- a. Marketing
 - Menciptakan Pengembangan strategi perusahaan
 - Membuat dan Melakukan promosi dan penjualan
 - Pelaksana Tender
 - Membuat Penawaran & negosiasi harga
 - Menetapkan harga
- b. Sales
 - Menganalisa segmentasi pasar
 - Mengelola aktivitas penjualan jasa dan produk
 - Mengembangkan omzet perusahaan
 - Penghubung komunikasi antara pemberi kerja dengan manajemen
 - Merekap Data Penjualan
- c. Debt Collection (Penagihan)
 - Membuat dan mengajukan RKAP Unit Debt Collection
 - Membuat laporan & program kerja untuk dipertanggungjawabkan ke Manager Marketing & Sales
 - Memonitoring dan mengevaluasi tagihan sesuai dengan perjanjian
 - Melakukan tagihan kepada user dengan tepat dan benar sesuai ketentuan yang ada
 - Merencanakan target invoice / tagihan
 - Melaksanakan rekonsiliasi terkait data tagihan

4.3 Penjelasan Singkat Tugas Unit Kerja

4.3.1 Unit Kerja Keuangan

- Membuat dan mengajukan RKAP departemen diberikan dan disetujui Direktur RKAP merupakan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan yang menjelaskan terkait penjabaran tahunan dari rencana jangka panjang. Perusahaan PT. Swabina Gatra menerapkan RKAP sebagai tugas utama yang diprioritaskan guna membantu pengendalian manajemen dalam memenuhi prinsip akuntabilitas dan transparansi.

-
- Mengesahkan draft laporan pengelolaan perusahaan
Draft laporan pengelolaan perusahaan yang disahkan oleh departemen Finance & Accounting dibuat menjadi 3 jenis yakni bulanan untuk memfokuskan kondisi yang menjelaskan laporan secara padat tetapi aktual, lalu semesteran untuk mengevaluasi dari penerbitan dua periode laporan keuangan tahunan sedangkan tahunan untuk menegaskan bagaimana rangkuman dari penyesuaian laporan setiap bulannya yang dijelaskan dengan mendetail. Dengan disahkannya draft laporan pengelolaan ini perusahaan menjadi lebih terstruktur.
 - Membuat evaluasi & menyusun draft laporan prognose, RKAP, akuntan publik
Evaluasi merupakan tahap yang penting, dan perusahaan menerapkan kepada penyusunan draft laporan mulai dari Prognose, RKAP, serta akuntan publik. Sehingga mulai dari ramalan terkait peristiwa yang akan terjadi mendatang dengan penyesuaian realisasi tahun sebelumnya untuk mempengaruhi kinerja keuangan hingga menentukan laporan kepemilikan terhadap aset perusahaan dan laporan perpajakan.
 - Memeriksa cashflow masuk dan cashflow keluar serta membuat pengelolaan cashflow perusahaan
Cash flow disini tentunya berguna memberikan informasi serta revisi bagaimana kas diperoleh perusahaan dan bagaimana perusahaan membelanjakannya. Pengelolaannya yang dibuat departemen Finance & Accounting juga merupakan komponen paling penting bagi PT. Swabina Gatra karena akan mempengaruhi nanti yang didapatkan keuntungan atau sebaliknya. Cashflow harus selalu diperiksa untuk mengetahui penerimaan dan pengeluaran kas sehingga membantu perusahaan dalam kemampuannya menganalisa arus kas bersih di masa mendatang.
 - Memeriksa dan mengesahkan SSP dan SPT
Dari laporan pembayaran pajak yang dilakukan dalam periode satu tahun ini perlu melewati adanya pemeriksaan untuk memastikan keberadaannya yang valid dan sebenar-benarnya dengan laporan yang ada sebagai bukti pembayaran pajak yang akan disahkan untuk jika sudah divalidasi pembayarannya oleh pihak berwenang yang perusahaan PT. Swabina gunakan untuk memenuhi kewajiban terhadap negara.
 - Membuat kepastian kompetensi sumber daya manusia di departemen Sumber Daya Manusia sebagai faktor penentu perusahaan maka kompetensi menjadi aspek menentukan keberhasilan atau perusahaan untuk mencapai kinerja tentu kompetensi pegawai menjadi salah satu tolak ukur. Kompetensi ini mengandung kombinasi dari beberapa aspek yang diperlukan oleh departemen Finance & Accounting yakni mulai dari pendidikan, pengalaman, keterampilan, dan pelatihan.
-

4.3.2 Unit Kerja Pemasaran

Sales dan marketing sama merupakan bagian strategi perusahaan mencapai target keuntungan meskipun keduanya memiliki tugas berbeda. Marketing sendiri menurut Philip Kotler adalah sistem kegiatan yang dirancang untuk menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan target pelanggan atau pasar untuk mencapai tujuan bisnis. Menggambarkan sales sebagai proses membujuk pelanggan untuk membeli produk atau layanan perusahaan. Berikut penjelasan singkat mengenai tugas unit kerja pemasaran.

a. Marketing

- Menciptakan strategi pengembangan perusahaan
Strategi pengembangan bisnis yang efektif yang diterapkan oleh perusahaan yaitu membangun brand/merek, menambah modal dan kapasitas produksi juga memaksimalkan penjualan produk dan jasa, melakukan inovasi secara berkala, memanfaatkan digital marketing, mengenali kompetitor bisnis, melakukan riset pasar dan evaluasi.
- Membuat dan Melakukan promosi dan penjualan
Dengan menerapkan strategi yang telah direncanakan sebelumnya untuk meningkatkan penjualan mereka.
- Pelaksana tender
PT. Swabina Gatra melakukan tender untuk saling bersaing dalam penawaran harga satu sama lain melibatkan perusahaan penyelenggara dan beberapa perusahaan penawar (vendor) perusahaan akan berusaha menawarkan harga dan kualitas terbaik agar dapat memenangkan tender.
- Membuat penawaran & negosiasi harga
Unit marketing melakukan atau membuat sebuah penawaran dan negosiasi harga atas suatu produk atau layanan untuk dapat diterima oleh user atau pelanggan dengan persetujuan harga yang telah ditetapkan dimana harga tersebut menguntungkan untuk kedua pihak.
- Menetapkan Harga
Bertugas untuk menetapkan harga produk yang akan dipasarkan. Penentuan harga inipun harus dengan beberapa pertimbangan. Harga pokok produksi, kualitas/kuantitas produk, target pasar, dan juga faktor pesaing adalah hal-hal yang bisa mempengaruhi harga.

b. Sales

- Menganalisa segmentasi pasar
Salah satu alasan sales pemasaran PT. Swabina Gatra mengadakan segmentasi pasar karena pasar bersifat dinamis atau berubah-ubah.

-
- Membuat perusahaan sulit menentukan target konsumen. Oleh karena itu sales pemasaran pada perusahaan membuat segmentasi pasar agar mempermudah dalam mencapai tujuan penjualan serta bertransaksi.
- Mengelola aktivitas penjualan jasa dan produk
Aktivitas manajemen penjualan merupakan hal yang cukup penting bagi perusahaan karena yang efisien dan tepat akan dapat mempengaruhi perusahaan menjadi berkembang. Pengelolaannya menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen. Penjualan jasa di PT. Swabina Gatra terdiri dari segala bentuk aktivitas hasil atau output berupa kinerja yang akan diterima oleh konsumen dan bermanfaat untuk pihak penjualan serta perusahaan. Sedangkan penjualan produk di PT. Swabina Gatra ini melekat pada upaya menyampaikan produk ke pasar dan tentunya kepada konsumen yang juga dilakukan dengan strategi yang dapat mempermudah pencapaian target penjualannya.
 - Mengembangkan omset perusahaan
Meningkatkan omset penjualan menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Cara terbaik dan tercepat yang dilakukan sales pemasaran adalah dengan fokus pada pelanggan serta bagaimana mereka merespon strategi penjualan dan pemasaran sehingga dapat membantu perusahaan memutuskan cara meningkatkan omset penjualan terbaik. Supaya perusahaan tetap berjalan, perusahaan juga perlu meningkatkan pendapatan. Agar berhasil membuat pelanggan terus melakukan pembelian pada perusahaan, sales akan meningkatkan layanan pelanggan dan memberikan customer experience terbaik. Customer experience yang baik bisa menjadi salah satu pembeda kompetitif yang paling kuat dalam meningkatkan omset penjualan.
 - Penghubung komunikasi antara pemberi kerja dengan manajemen Marketing berusaha menjaga komunikasi & hubungan baik kepada user dan pemberi kerja agar mereka selalu percaya dengan kualitas perusahaan dan agar pemberi kerja merasa puas sehingga minim komplain pelanggan/user dan dapat memperpanjang kontrak kerja.
 - Merekap data penjualan
Mencatat semua data transaksi penjualan yang berguna sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui apakah strategi yang dijalankan sales Perusahaan PT. Swabina Gatra sudah berhasil atau tidak. Dari sinilah pihak sales manager bisa membuat keputusan atau strategi lanjutan.
- c. Debt Collection
- Membuat dan mengajukan RKAP Unit Debt Collection
Pada bagian ini pihak billing PT. Swabina berkewajiban untuk

bertanggungjawab dalam pengajuan material dan investasi RKAP unit debt collection dan memastikan untuk disetujui oleh pihak manager marketing & sales sesuai rencana yang sudah dibuat dan ditentukan

- Membuat laporan & program kerja untuk dipertanggungjawabkan ke Manager Marketing & Sales

Pada bagian ini pihak debt collection PT. Swabina Gatra akan membuat laporan dan program kerja yang akan dipertanggungjawabkan oleh pihak manager marketing&sales. Fungsinya sebagai bahan evaluasi untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya dan sebagai dasar pengambilan keputusan atau kebijakan tertentu

- Melaksanakan rekonsiliasi terkait data tagihan
Untuk memastikan laporan arus kas sudah akurat, perusahaan wajib melakukan rekonsiliasi pembayaran invoice atau tagihan setiap bulan. Memastikan rekonsiliasi tagihan/invoice karena proses ini sangat perlu dilakukan untuk menjamin bahwa uang diterima dan dikeluarkan perusahaan sesuai dengan nilai transaksi dalam invoice
- Memonitoring dan mengevaluasi tagihan sesuai dengan perjanjian
Bertanggung jawab atas pencapaian target dari tagihan yang sesuai dengan strategi pengelolaan perusahaan. Biasanya monitor ini juga dilakukan dengan penagihan kepada konsumen berdasarkan kontak yang berjalan dan telah disesuaikan karenanya manajemen untuk mengevaluasi efektivitas pengendalian.
- Melakukan tagihan kepada user dengan tepat dan benar sesuai ketentuan User untuk perusahaan merupakan sesuatu yang paling penting diatas segalanya, termasuk untuk PT. Swabina Gatra. Dengan sejalannya relasi tersebut, pihak debt collection melakukan penagihan kepada user juga turut memperhatikan proses dan seluruh hal mengenai tagihan tersebut agar berjalan dengan baik sesuai dari ketentuan yang ada pada semestinya.
- Merencanakan target invoice/tagihan
Invoice sebagai alat pembayaran atas transaksi penjualan serta menagih pembayaran kepada pelanggan. Karena invoice ini merupakan dasar dari departemen dept collection dalam penyusunan laporan keuangan yang ada di PT. Swabina Gatra maka tentunya memiliki target yang selalu direncanakan dengan melihat dari riwayat tagihan terdahulu untuk dijadikan acuan.

4.4 Judul Tugas Khusus

(Analisis Kinerja Keuangan Dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra)

4.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis pada kegiatan kerja praktik dengan judul Analisis Kinerja Keuangan Dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra yaitu :

- a. Tujuan penulis untuk menganalisa kinerja keuangan Perusahaan
 - Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan yang sudah dicapai dalam setiap periode tertentu
 - Digunakan perusahaan sebagai dasar perencanaan dimasa depan
 - Sebagai arahan membuat keputusan dan kegiatan perusahaan
 - Untuk menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera diselesaikan saat ditagih
 - Menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu
- b. Tujuan penulis untuk menganalisa strategi pemasaran Perusahaan
 - Dengan menganalisa strategi pemasaran bisa digunakan untuk pengambilan keputusan pemasaran guna mencapai tujuan tepat
 - Untuk mengetahui strategi pemasaran yang terjadi di PT Swabina Gatra yang mana perusahaan ini bergerak bidang produk dan jasa
 - Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan
 - Untuk mempelajari daya tarik pasar khusus dalam industri tertentu
 - Untuk meningkatkan penjualan agar mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal dan bisa menjualkan produk atau jasa dalam jumlah lebih banyak lagi

4.4.2 Metodologi Penelitian

4.4.2.1 Jenis Penelitian

Dalam penulisan laporan magang ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang juga turut dilakukan sedalam-dalamnya, yang dimana untuk menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail dari suatu data yang diteliti.

4.4.2.2 Sumber Data

a. Data Primer

Diperoleh secara langsung terjun ke lapangan. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Penulis memperoleh data primer yaitu proses wawancara dan observasi, Adapun penulis memperoleh data berdasarkan kegiatan pekerjaan yang penulis lakukan selama kerja praktik.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan secara tidak langsung dan memiliki sifat yang sebagai pelengkap. Sedangkan, menurut Wardiyanta dalam Sugiarto (2017:87) merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Dalam proses magang rises ini peserta kerja praktik ini diharapkan mendapatkan data berupa data fisik mulai dari yang berupa, tabel, grafik, dan gambar.

4.4.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2010:265), instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Jenis sumber data berisi dari data diperoleh dari sumber langsung (data primer) atau tidak langsung (data sekunder). Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk cara dapat turut diperlihatkan penggunaannya melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penulis menggunakan metode tersebut untuk mengumpulkan informasi dan data mengenai analisis pada Perusahaan PT. Swabina Gatra. Berikut adalah penjelasan yang kami dapatkan :

a. Observasi

Metode observasi yaitu merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Nawawi & Samsu, 2017). Pada metode observasi, penulis mengadakan pengamatan secara langsung di tempat kerja praktik untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Adapun yang menjadi pengamatan langsung adalah mengenai kinerja keuangan juga strategi pemasaran di perusahaan.

b. Wawancara

Percakapan dua orang/lebih antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan mengumpulkan data-data berupa informasi. Pada metode ini penulis dan responden berhadapan langsung tatap muka untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Dalam hal wawancara yang dilakukan yaitu dengan tanya jawab langsung kepada kepala unit kerja pemasaran yaitu Ibu Suhartin dan Bapak M. Nur Savrizal. Untuk unit keuangan penulis melakukan wawancara kepada Manager Accounting and Finance yaitu Bapak Mahendra Bahroin di PT. Swabina Gatra.

c. Dokumentasi

Pada dasarnya, dokumentasi diambil dari bahasa Inggris, yaitu *documentation*. Terdapat dua pengertian dokumentasi. Pertama, yaitu menyuguhkan informasi atau bukti resmi yang berguna untuk catatan. Kedua yaitu sebagai upaya mencatat dan mengkategorikan suatu informasi antarlain dalam bentuk tulisan, foto, video. Kesimpulannya pengertian dokumentasi adalah bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, pemakaian, penyelidikan, penghimpunan, serta penyediaan dokumen-dokumen untuk memperoleh penerangan pengetahuan, keterangan, bukti dan juga menyebarkannya kepada pihak yang berkepentingan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Berdasarkan pengertian teknik dokumentasi tersebut, maka dalam penulisan Kerja Praktik dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen berupa gambaran umum lokasi Kerja Praktik (Profil) PT. Swabina Gatra, Struktur Organisasi, Tugas Unit Kerja, produk dan layanan-layanan pada PT. Swabina Gatra, Sistem Pemasaran produk dan jasa dan juga mengenai sistem keuangan.

4.4.3 Problem-Solving Penelitian

4.4.3.1 Keuangan

- a. Kondisi keuangan memburuk saat pandemi

Problem Solving : Ketergangguan itu dari adanya pandemi yang menyebabkan kondisi keuangan di perusahaan memburuk hingga 80%. Tetapi saat ini kondisi keuangan sudah kembali pulih. Untuk menjaga kondisi agar keuangan stabil maka perusahaan perlu mencoba untuk lebih memfokuskan kepada jangka pendek terlebih dahulu demi mengamankan modal serta di biaya tetapnya supaya tidak terjadi penurunan kemampuan menghasilkan laba.

- b. Kesalahan pencatatan keuangan

Problem Solving : Bagian keuangan harus mengecek lebih teliti dan melakukan pengecekan berulang kali untuk mengetahui letak kesalahannya, selain itu bisa berkonsultasi dengan ahlinya, dan jika banyak melakukan kesalahan saat pencatatan sebaiknya menggunakan software yang dapat mempermudah pencatatan.

- c. Keterlambatan pembayaran tagihan

Problem Solving : Memastikan alamat secara lengkap dari penerima atau konsumen yang sudah sesuai termasuk memastikan untuk melakukan follow up penerimaan invoice. Lalu dalam invoice secara fisik, perlu adanya kelengkapan tanda terima dengan pencantuman nama, tanggal dan tanda tangan. Supaya untuk berjaga-jaga klien mengaku belum menerima invoice ketika tanggal jatuh tempo telah tiba.

4.4.3.2 Pemasaran

- a. Kondisi Pemasaran memburuk saat pandemi

Problem Solving : Saat ini kendala tersebut sudah pulih kembali dan untuk menjaga keadaan agar terus stabil dan berkembang unit pemasaran di perusahaan harus tetap melakukan inovasi & lebih memfokuskan digital marketing untuk bersaing dengan perusahaan sejenis juga lebih cepat dalam bertindak memenuhi permintaan client atau customer

- b. Ketidakpastian klien atau konsumen

Problem Solving : Selalu bergerak untuk meng-follow-up mulai dengan menghubungi atau menawarkan tawaran yang berbeda dengan yang lebih baik daripada sebelumnya.

- c. Berfluktuasinya harga dalam promosi

Problem Solving : Dalam perusahaan harga dalam sistem di

pemasaran ditentukan oleh bagaimana sistem promosi dilakukan, maka dengan adanya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan untuk dapat dimanfaatkan sebisa dan semaksimal mungkin tanpa menggunakan tenaga influencer.

4.4.4 Analisa Data dan Pembahasan

Menurut Taylor (1995) menjelaskan bahwa analisis data didefinisikan sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis atau ide yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Dalam analisis data, tidak dapat dilakukan begitu saja tanpa menggunakan alat analisis data yang menentukan bagaimana peneliti menganalisis, menyimpulkan atau menjelaskan data yang diperoleh, sehingga data tersebut dapat dipahami.

Pada mata kuliah Manajemen Keuangan terdapat pembahasan mengenai kinerja keuangan, teori dalam perkuliahan tersebut menyebutkan bahwa kinerja keuangan merupakan bagian hal yang penting dilakukan dalam perusahaan karena dengan mengetahui kinerja keuangan perusahaan akan mampu mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Evaluasi kinerja keuangan dapat dilakukan menggunakan analisis laporan keuangan. Berdasarkan kenyataan yang sering terjadi di dalam perusahaan, maka menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan penilaian secara komprehensif atas kinerja keuangan. Implementasi manajemen keuangan pada perusahaan. Biasanya peran manajer keuangan dalam perusahaan berkaitan dengan tugas pokok manajemen keuangan, seperti: Peran mendapatkan dana, Peran menggunakan dana, mengelola arus kas perusahaan, mengoptimalkan pengeluaran dan mengatur perencanaan pajak.

Sedangkan pada mata kuliah Manajemen Pemasaran terdapat teori mengenai strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran dalam perusahaan juga merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan nilai ekonomi perusahaan. Harga barang dan jasa menjadi bertambah nilainya akibat pemasaran yang tepat sasaran. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (marketing mix), yang menetapkan komposisi terbaik dari ketujuh komponen atau variabel pemasaran. Implementasi manajemen pemasaran pada perusahaan biasanya tugas manajer pemasaran secara umum yaitu : Mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen, Mengembangkan konsep barang dan jasa yang diarahkan untuk memuaskan/melayani kebutuhan konsumen, Mengadakan pengujian terhadap berlakunya konsep produk tersebut, Membuat desain produk, Mengembangkan pengemasan dan branding merk, Menetapkan harga sedemikian rupa untuk menghasilkan *return on investment (ROI)*

layak, Mengatur distribusi, Menciptakan Komunikasi Pemasaran yang efektif dengan melalui media atau cara lain yang tepat, Memeriksa penjualan, Memperhatikan kepuasan konsumen, Memperbaiki dan mengembangkan rencana pemasaran berdasarkan pada hasil.

Untuk perusahaan PT. Swabina Gatra analisa data yang dimiliki berkaitan dengan judul penelitian kami “Analisis kinerja keuangan dan strategi pemasaran pada perusahaan PT. Swabina Gatra” menurut penulis telah cukup berjalan dengan lancar, hal ini selaras dengan hasil observasi serta wawancara terhadap narasumber yang berkenan untuk diwawancarai oleh penulis. Dari analisa hasil observasi dan wawancara yang dilakukan selama periode kerja praktik di PT Swabina Gatra Gresik berikut pembahasan yang penulis dapatkan :

4.4.4.1 Unit Kerja Keuangan

PT Swabina Gatra memiliki beberapa unit kerja, salah satunya adalah Accounting & Finance. Unit ini memiliki peran yang penting dalam pengembangan perusahaan, tentu hal ini menjadikan tim yang tergabung di dalam bagian keuangan juga menjadi tim yang penting dalam unit kerja perusahaan. Karena peran bagian keuangan adalah mengatur segala urusan keuangan yang menyangkut perusahaan. Urusan keuangan yang dipegang tim keuangan antara lain pencatatan, mengelola pemasukan dan alur kas serta melakukan kegiatan akuntansi termasuk pembayaran. Seorang bagian keuangan harus bertanggung jawab penuh dalam arus informasi keuangan. Besarnya tanggung jawab tergantung dari area kerja perusahaan dan kompleksitas perusahaan.

Keadaan kinerja keuangan pada PT. Swabina Gatra saat ini mulai kembali stabil, karena pada 2019 kinerja keuangannya mengalami penurunan yang signifikan dengan nilai hampir 60%. tetapi pada saat ini keadaan keuangan perusahaan sudah kembali pulih atau stabil dengan nilai 80%. kemudian langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk kembali memulihkan keadaan kinerja keuangan yaitu dengan cara memberikan dan memperbarui semangat, motivasi dan juga merubah mindset kepada semua staf karyawan terutama pada unit keuangan dan akuntansi. selain itu langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan omset atau pencapaian yang diinginkan yaitu dengan mencari pangsa pasar yang lebih luas diluar ruang lingkup PT Semen Indonesia.

Kegiatan kinerja keuangan di PT Swabina Gatra yaitu meliputi kegiatan evaluasi suatu perusahaan mengenai aset, kewajiban, ekuitas, biaya, pendapatan, dan profitabilitas secara

keseluruhan. Kinerja keuangan dapat diukur melalui berbagai rumus dan formula memungkinkan perusahaan untuk mengetahui efektivitas perusahaan. mengukurnya bisa diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Secara internal, kinerja keuangan perusahaan diperiksa untuk menentukan tolak ukur atau pencapaian perusahaan saat ini. Eksternal, kinerja keuangan dianalisis untuk menentukan peluang investasi potensial dan untuk menentukan apakah suatu perusahaan layak bagi pihak eksternal tersebut. Unit keuangan dan akuntansi memiliki beberapa tugas diantaranya Membuat dan mengajukan RKAP Finance & Accounting, Mengesahkan draft laporan pengelolaan perusahaan bulanan, semesteran dan tahunan, Mengevaluasi dan menyusun draft laporan Prognose, RKAP dan Akuntan Publik, Melakukan pengelolaan cash flow perusahaan, Memeriksa dan mengesahkan SSP dan SPT, Memastikan kompetensi sumber daya manusia di Departemen Finance & Accounting.

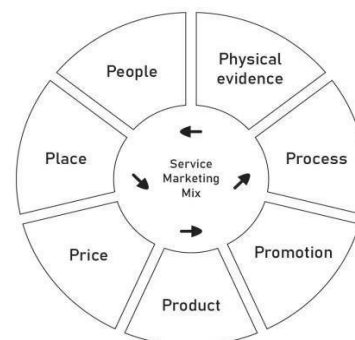
Kinerja Keuangan juga berhubungan erat dengan laporan keuangan karena untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kinerja perusahaan. Laporan keuangan perusahaan dibuat secara otomatis, penyusunannya terdiri dari neraca perusahaan, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan tahunan. Pada laporan keuangan perusahaan tidak selalu berjalan mulus, pastinya ada kendala baik itu dari pihak internal maupun eksternal. Strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengatasi kendala tersebut yaitu pihak accounting akan melakukan konfirmasi kepada pihak yang bersangkutan baik itu dari unit pemasaran maupun lainnya. Lalu strategi lainnya adalah melakukan inovasi baru, mengorganisir SOP Terkait Pembayaran dan Pengeluaran Transaksi Bisnis, selalu mengecek pengeluaran dan pemasukan, mengefisiensi Pengeluaran dan mempersiapkan dana darurat dan tabungan untuk perusahaan.

4.4.3.1 Unit Kerja Pemasaran

PT. Swabina Gatra selain memiliki unit kerja keuangan juga memiliki unit pemasaran, dimana unit pemasaran ini merupakan bagian unit yang termasuk paling penting, karena semua proses yang dilakukan maupun yang didapatkan oleh perusahaan harus melewati unit tersebut terlebih dahulu dan unit pemasaran harus diperhatikan khusus oleh perusahaan karena pemasaran berkontribusi banyak dalam hal kelancaran proses pemasaran

produk dan jasa perusahaan, kemudian di dalam unit kerja pemasaran PT. Swabina Gatra juga memiliki beberapa bagian diantaranya marketing, marketing sales dan debt collection.

Strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan. Meskipun beberapa perusahaan mempunyai tujuan yang sama tetapi dengan strategi yang digunakan dapat berbeda-beda. Berlaku juga untuk PT Swabina Gatra yang menerapkan sistem Marketing Mix atau dikenal bauran pemasaran yang merupakan variabel dimana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tujuh variabel penting untuk mempengaruhi konsumen pada pasar yang dituju, yakni products, price, promotions, place, people, physical evidence, dan process.



Gambar 7. Marketing Mix

Dikarenakan dalam aplikasi pemasaran akan lebih terarah dan berkualitas, selain itu dapat membantu dalam menjalankan pemasaran yang akan dilaksanakan sehingga dapat menghasilkan segmen pasar yang lebih banyak, sasaran pasar yang tepat dan menetapkan produk yang dapat berkesan dan dapat diingat oleh konsumen. Akan tetapi pada pemasaran jasa, produsen dan pelanggan berinteraksi langsung pada saat terjadi pemberian jasa dan adanya proses produksi dan konsumsi yang dilakukan pada saat bersamaan, maka pemasaran lebih berfungsi sebagai fasilitator atau media yang mempermudah terjadinya transaksi.

PT. Swabina Gatra juga menggunakan sistem *triangle model of marketing service* dimana itu untuk mengembangkan unit pemasarannya. Berhubung PT. Swabina Gatra memiliki bagian yang terbagi menjadi 3 unit dengan masing-masing tugasnya yang berbeda, yakni untuk Marketing adalah dengan menciptakan pengembangan strategi perusahaan, membuat dan melakukan

promosi penjualan, sebagai pelaksana tender, membuat penawaran & negosiasi harga, serta menetapkan harga. Lalu, untuk unit Sales yang kerap hampir ditemukan sama sebenarnya sangat berbeda didalam PT. Swabina Gatra, yakni menganalisa segmentasi pasar, mengelola aktivitas penjualan jasa dan produk, mengembangkan omzet perusahaan, penghubung komunikasi antara pemberi kerja dengan manajemen, merekap data penjualan. Sedangkan untuk unit Debt Collection adalah dengan membuat dan mengajukan RKAP Unit Debt Collection, membuat laporan & program kerja untuk dipertanggung jawabkan ke Manager Marketing & Sales, melaksanakan rekonsiliasi terkait data tagihan, memonitoring dan mengevaluasi tagihan sesuai dengan perjanjian, melakukan tagihan kepada user dengan tepat dan benar sesuai ketentuan, merencanakan target invoice/tagihan yang dalam unit Debt Collection berhubungan pada unit keuangan, karena nantinya dari unit pemasaran akan diserahkan kepada unit keuangan untuk proses *verification* & penyetujuan.

Tentu strategi pemasaran ini menyesuaikan dengan layanan dari produk dan jasanya yang telah diterapkan oleh PT. Swabina Gatra dimulai dari produk industri yaitu air minum dalam kemasan yakni SWA, lalu berbagai jenis jasa outsourcing, ada *general service* seperti penyewaan, hingga produk jasa travel. Masih sama terkait strategi pemasaran lainnya yang dimiliki perusahaan adalah dengan menerapkan strategi *digital marketing*. Salah satu tujuan utama dari digital marketing adalah menjangkau target pelanggan dengan lebih efisien dan efektif melalui media digital yang ada. Dengan begitu, digital marketing diharapkan dapat merangkul konsumen secara lebih cepat, tepat dan luas. PT. Swabina Gatra menggunakan digital marketing untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan secara online selain lebih konsisten meluas juga karena berpengaruh terhadap proses pemasaran yang berlangsung dan untuk bersaing dengan perusahaan yang sejenis.

4.4.5 Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan analisis tugas khusus penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

4.4.5.1 Kinerja Keuangan dalam PT. Swabina Gatra

Unit keuangan dan akuntansi pada PT. Swabina Gatra ini memiliki peran yang penting dalam pengembangan perusahaan karena bagian keuangan adalah mengatur segala urusan keuangan

yang menyangkut perusahaan. Pada kinerja keuangan dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kinerja keuangan perusahaan PT. Swabina Gatra berjalan dengan baik meskipun sempat menurun pada tahun 2019 karena adanya Covid-19, tetapi saat ini sudah mulai kembali pulih. Pengukuran kinerja keuangan juga bisa diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Peran dalam keuangan perusahaan juga tentunya turut memilih yang menghasilkan keuntungan yang paling maksimal diantara opsi pilihan yang ada dan memilih yang memberikan keuntungan paling cepat dengan risiko seminimal mungkin serta biaya yang serendah mungkin. Kinerja Keuangan juga berhubungan erat dengan laporan keuangan karena untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kinerja perusahaan. Laporan keuangan perusahaan dibuat secara otomatis, penyusunannya terdiri dari neraca perusahaan, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan tahunan. Dalam melakukan kinerja keuangan dan laporan keuangan tidak selamanya berjalan mulus pasti ada hambatannya, tetapi unit keuangan pada PT. Swabina Gatra memiliki strategi-strategi tersendiri untuk menangani hal tersebut.

4.4.5.2 Strategi Pemasaran dalam PT. Swabina Gatra

Pemasaran dalam suatu usaha memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka mengenalkan produk dan meningkatkan penjualan. Dapat dikatakan bahwa kunci suatu produk dapat cepat laku di pasaran adalah terletak pada segi pemasarannya. Untuk perusahaan PT. Swabina Gatra menggunakan konsep pemasaran yang modern dengan mengacu pada bauran pemasaran dalam rancangan program pemasarannya. Melakukan perencanaan terhadap bauran pemasaran PT. Swabina Gatra berharap dapat merumuskan program pemasaran yang tepat bagi produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Aspek penjualan yang mengarah pada tugas manajemen pemasaran ini perlu memperhatikan kepuasan konsumen, dikarenakan merupakan aset berharga yang diharapkan untuk terus loyal pada perusahaan yang dipilih baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. PT. Swabina Gatra berupaya memberikan produk dengan kualitas yang terbaik, seperti pemberian harga yang relatif mudah untuk dijangkau oleh pelanggan, serta memberikan pelayanan sesuai kebutuhan dari pelanggan. Sejauh ini strategi pemasaran yang

dilakukan oleh PT. Swabina Gatra yaitu menggunakan promosi secara langsung kepada calon customer melalui *door to door* dan *word of mouth* untuk meningkatkan penjualan. kemudian PT. Swabina Gatra saat ini juga menggunakan digital marketing untuk meningkatkan penjualan dan bersaing dengan perusahaan sejenis.

4.5 Kegiatan Kerja Praktik

Penempatan pelaksanaan kegiatan kerja praktik ini dilakukan selama satu bulan. Adapun jadwal pelaksanaan kerja praktik yaitu berdasarkan jadwal kerja di PT. Swabina Gatra yaitu berikut jadwal kerjanya :

No.	Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
1.	Senin - Jumat	07.30	16.30
2.	Sabtu - Minggu	OFF	OFF

Tabel 1. Jadwal kerja praktik di perusahaan

Sedangkan berdasarkan sesuai rencana yang ada di proposal, kegiatan untuk Jadwal kegiatan yang dilakukan penulis selama kegiatan kerja praktik yakni sebagai berikut :

Kegiatan	Minggu ke-				
	1	2	3	4	5
1. Pengenalan secara umum terkait PT. Swabina Gatra					
2. Pengenalan secara langsung pada bidang terkait kerja praktek					
3. Observasi dan pengumpulan data					
4. Asistensi / Bimbingan					
5. Penyusunan Laporan					

Tabel 2. Kegiatan kerja praktik

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melaksanakan Kerja Praktik selama sebulan berlangsung yakni dengan periode tanggal 25 Juli hingga 28 Agustus 2022 di PT. Swabina Gatra Gresik, ditemukan banyak hal yang penulis dapatkan sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya seperti banyak pengetahuan secara nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah, sehingga dapat dipraktikkan secara maksimal serta optimal ketika berlangsungnya kerja praktik. Selain itu, merupakan sarana bagi mahasiswa untuk mengenal dunia kerja nyata sekaligus mengenal lingkungan dan kondisi kerja yang nantinya akan dihadapi mahasiswa setelah lulus kuliah.

Berdasarkan uraian dalam laporan kerja praktik, maka dapat disimpulkan bahwa dalam dunia kerja diperlukan tanggung jawab, ketelitian, kesabaran yang tinggi atas semua pekerjaan yang dikerjakan dan sangat diperlukan disiplin dalam mengikuti peraturan bekerja serta termasuk disiplin waktu menjadi tanggung jawab kita supaya tugas-tugas yang diberikan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Hasil pembahasan yang sesuai dengan judul yang penulis ajukan, dengan ini penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Kerja praktik ini memberikan gambaran yang jelas mengenai dunia kerja yang sesungguhnya kepada penulis sehingga penulis menjadi dapat memiliki bekal untuk memasuki dunia kerja nantinya.
2. Mendapatkan ilmu dan pengalaman baru yang sebelumnya belum pernah penulis dapatkan dalam perkuliahan tatap muka, seperti cara melayani pelanggan dengan 3S yakni senyum, sapa dan salam serta menerapkan 3R dalam aktivitas bekerja sehari-hari yakni ringkas, rapi, dan resik.
3. Dunia usaha yang ada di perusahaan tak lepas dengan sifatnya yang dinamis, sama halnya dengan PT. Swabina Gatra yang selalu mengalami perubahan ketika terjadi setiap saat dan ada keterkaitan antara satu dengan yang lain. Oleh karena itu, dengan adanya kinerja keuangan dan strategi pemasaran menjadi mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan perusahaan pada umumnya dan tentu pada kedua bidang tersebut khususnya. Apalagi untuk menjalankan kegiatan-kegiatan yang ada dengan baik, dan sesuai dengan sasaran yang diharapkan, perusahaan harus menerapkan suatu proses serta hasil yang tepat sesuai dengan lingkungan pemasaran perusahaan.
4. Hasil penelitian dilakukan penulis untuk menganalisis dari Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran yang ada didalam PT. Swabina Gatra Gresik didukung dengan secara simultan terkait bagaimana prosesnya berjalan dengan kemampuan memasarkan produk dan jasa. Mempunyai pengaruh tidak terlalu signifikan diantara keduanya terhadap situasi setelah adanya Covid-19 dengan

sebelum maupun saat pandemi, segala upaya dan hasil yang didapatkan perusahaan berhubung dengan kinerja keuangan dan strategi pemasaran berjalan dengan baik dan sekarang ini juga sedang pemulihan yang dapat dikatakan sekitar 80% profitabilitas stabil secara keseluruhan.

5. Melihat bagaimana perusahaan melakukan kinerja keuangan yang selalu transparan dan seharusnya, strategi pemasaran juga dilakukan dengan lebih meluas terbukti dengan adanya digital marketing. Karenanya bahwa dengan pemberlakuan yang konsisten dan tetap selalu berusaha lebih akan memberikan keuntungan yang bagus karena jangkauan menjadi lebih baik dan meluas, dari yang masih sekitar lingkup perusahaan maupun diluar.
6. Pengendalian yang berlangsung dalam PT. Swabina Gatra terhadap kinerja keuangan dan strategi pemasaran dilakukan untuk menetapkan serta tentunya menentukan hubungan akan terjadinya proses yang berjalan dengan efisien dan efektif, apa saja yang akan mengukur signifikansi penyimpangan tersebut dan tindakan apa yang akan diperlukan untuk menjamin semua dari sumber daya perusahaan dapat berjalan lebih efisien dan efektif guna mencapai sasaran perusahaan secara keseluruhan.

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman yang telah diperoleh oleh penulis selama melaksanakan kegiatan kerja praktik pada PT. Swabina Gatra maka disini penulis memberikan saran yang bersifat membangun dan bisa bermanfaat bagi semua pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi penulis sendiri. Saran yang bisa kami berikan kepada pihak perusahaan PT. Swabina Gatra Gresik yaitu antara lain:

1. Selalu mengutamakan mutu pelayanan yang terbaik untuk dapat membantu dalam mengembangkan dan meningkatkan kemajuan pada setiap bidang atau unitnya dengan jauh lebih baik di masa mendatang untuk memaksimalkan kinerja dan strategi perusahaan dalam keuangan dan pemasarannya.
2. Selalu memperhatikan sinergi perusahaan, sehingga dapat terciptanya hasil kinerja yang lebih baik dan memberikan nilai tambah bagi stakeholder sehingga tercapainya target-target yang telah ditetapkan.
3. Selalu meningkatkan dan lebih memperhatikan pengarahan yang dilakukan perusahaan terhadap karyawan agar tetap menjalankan visi, misi dan strategi.
4. Selalu dapat memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar lebih dalam lagi mengenai kegiatan perusahaan, agar mahasiswa mempunyai pengalaman dan ilmu yang lebih luas.
5. Selalu memberikan koordinasi mengenai bidang dan jadwal kerja serta bimbingan kepada mahasiswa kerja praktik dengan lebih baik dan jelas.
6. Selalu terus saling bekerja sama dengan universitas - universitas agar pelaksanaan program kerja praktik dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung.*
- Assauri, Sofjan. 2009. Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama. Jakarta: Raja Grafindo.*
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran. BPFE. Yogyakarta.*
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. BPFE. Yogyakarta.*
- Denison, D. R., & Mishra, A. K. (1993). Toward a Theory of Organization and Effectiveness. Organization Science, Vol. 6, pp. 204–223..*
- Gitosudarmo, Indriyo .2008. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. BPFE. Yogyakarta.*
- Harahap, Sofian Safri. 2015. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta. Rajawali Persada.*
- Hendra Teguh. Edisi 13:Jilid 1 dan 2. Prenhalindo Jakarta.*
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.*
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2016. Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen. Edisi 1. BPFE. Yogyakarta.*
- Jumingan. 2006. Analisis Laporan Keuangan, PT Bumi Aksara, Jakarta.*
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Dasar - Dasar Pemasaran. Edisi 12:Jilid 1. Erlangga. Jakarta.*
- Sumarni, Murni dan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar – Dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.*
- Widyastuti, R. 2006. Analisis Kinerja Keuangan Pendekatan Altman dan Pengaruhnya terhadap harga saham pada perusahaan jasa go public di Bursa Efek Jakarta. Semarang: Universitas Diponegoro.*

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gresik, 22 Juni 2022

Nomor : 0084/KI.05/03-01.01.01/06.22
Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
Perihal : Permohonan Kerja Praktik

Kepada Yth.
Wiwit Setiyawan S.Pd.I.,S.E.,M.Pd (Kepala Unit Manager Learning & Development)
PT. Swabina Gatra (Semen Indonesia Group)
Jl. RA Kartini Kel No.21 A, Injen Timur, Sidomoro, 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.	1011910022	Dea Arifiani
2.	1011910025	Dianti Latifah Sari
3.	1011910083	Tazkiyatur Rohmah

untuk dapat melaksanakan Kerja Praktik di PT. Swabina Gatra (Semen Indonesia Group) pada tanggal **25 Juli 2022 - 28 Agustus 2022**. 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 Dea Arifiani di nomor HP. 085812509050 atau alamat e-mail dea.arifiani19@student.uisi.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

Hesti Mersilia Wanessti, 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 8. Surat Permohonan Kerja Praktik



pt. Swabina Gatra

Kantor Pusat : Jalan R. A. Kartini No. 21 A Gresik - 61122, Jawa Timur
Telp. (031) 3984719, 3981732 Psw. 3642 - 3644, Fax. (031) 3985794
Telp. AMDK (031) 3985830, Website : <http://www.swabinagatra.co.id>
Kantor Perwakilan : Desa Sumberarum Kecamatan Kerek, Tuban - 62356
Telp. (0356) 711992, 325001-3 Psw. 7820 - 7822, Fax. (0356) 711966

Nomor : 1682/KH.00/2350/06.2022
Lamp. : -
Perihal : **Pemberitahuan**

Kepada Yth. :
Koordinator Kerja Praktik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia
Jl. Veteran, 61122 Kompleks PT. Semen Indonesia
G R E S I K

Dengan hormat,
Menunjuk surat Ibu Nomor : 0084/KI.05/03-01.01.01.01/06.22 tanggal 22 Juni 2022 perihal Permohonan Ijin Kegiatan Kerja Praktik.

Menindaklanjuti proposal ijin kerja praktik, maka kami beritahukan bahwa Perusahaan memberi kesempatan **3 (tiga) orang mahasiswa manajemen dalam periode waktu pada tanggal 25 Juli 2022 s.d. 28 Agustus 2022** guna melaksanakan kerja praktik di PT. Swabina Gatra, yakni :

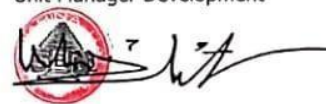
No.	PRODI	NIM	NAMA
1.	Manajemen	1011910022	Dea Arifiani
2.	Manajemen	1011910025	Dianti Latifah Sari
3.	Manajemen	1011910083	Tazkiyatur Rohmah

Adapun hal – hal teknis lainnya diatur kemudian oleh pegawai kami di jajaran unit kerja Learning Development.

Demikian pemberitahuan dari kami, atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Gresik, 23 Juni 2022


PT. SWABINA GATRA
An. Manager HRGA
Unit Manager Development



WIWIT SETIYAWAN S.PdI.,MPd.,SE

Bidang Usaha : Jasa Tenaga Kerja, Jasa Pengamanan, Jasa Pembersihan, Pengelolaan Gudang, Pemeliharaan Peralatan, Perdagangan Umum, Persewaan Kendaraan, Produsen Air Minum Dalam Kemasan "SWA"


Gambar 9. Surat Balasan Penerimaan Kerja Praktik



pt. Swabina Gatra

Kantor Pusat : Jalan R.A. Kartini No. 21 A Gresik - 61122, Jawa Timur
Telp. (031) 3985718, 3981733 Psw. 3042 - 3044, Fax. (031) 3985794
Telp. AMDK (031) 3985830, Website : <http://www.swabinagatra.co.id>

Kantor Perwakilan : Desa Sumberasem Kecamatan Kerek, Tuban - 62356
Telp. (0356) 711992, 325001-3 Psw. 7820 - 7822, Fax. (0356) 711966



pt. Swabina Gatra

Kantor Pusat : Jalan R.A. Kartini No. 21 A Gresik - 61122, Jawa Timur
Telp. (031) 3985718, 3981733 Psw. 3042 - 3044, Fax. (031) 3985794
Telp. AMDK (031) 3985830, Website : <http://www.swabinagatra.co.id>

Kantor Perwakilan : Desa Sumberasem Kecamatan Kerek, Tuban - 62356
Telp. (0356) 711992, 325001-3 Psw. 7820 - 7822, Fax. (0356) 711966

SURAT KETERANGAN
Nomor : 0003/KITL.00/2350/08.2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : WIWIT SETIYAWAN,S.PdL,SE.,M.Pd.
Jabatan : UNIT MANAGER
Alamat : PT. SWABINA GATRA
Jalan R.A. Kartini No. 21 A - Gresik

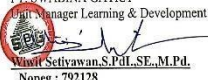
Dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : DEA ARIFIANI
NIM : 1011910022
Universitas : UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN
INDONESIA

Adalah benar-benar telah melaksanakan magang di PT. Swabina Gatra Gresik mulai 25 Juli s/d 28 Agustus 2022.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 29 Agustus 2022

PT. SWABINA GATRA
Unit Manager Learning & Development

Wiwit Setiyawan,S.PdL,SE.,M.Pd.
Nopeg : 792128

Bidang Usaha : Jasa Tenaga Kerja, Jasa Pengamanan, Jasa Pembersihan, Pengelolaan Gudang, Pemeliharaan Peralatan, Perdagangan Umum, Persewaan Kendaraan, Produksi Air Minum Dalam Kemasan "SWA"

SURAT KETERANGAN
Nomor : 0002/TIM.00/2350/06.2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : WIWIT SETIYAWAN,S.PdL,SE.,M.Pd.
Jabatan : UNIT MANAGER
Alamat : PT. SWABINA GATRA
Jalan R.A. Kartini No. 21 A - Gresik


Dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : DIANTI LATIFAH SARI
NIM : 1011910025
Universitas : UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN
INDONESIA


Adalah benar-benar telah melaksanakan magang di PT. Swabina Gatra Gresik mulai 25 Juli s/d 28 Agustus 2022.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 29 Agustus 2022

PT. SWABINA GATRA
Unit Manager Learning & Development

Wiwit Setiyawan,S.PdL,SE.,M.Pd.
Nopeg : 792128

Bidang Usaha : Jasa Tenaga Kerja, Jasa Pengamanan, Jasa Pembersihan, Pengelolaan Gudang, Pemeliharaan Peralatan, Perdagangan Umum, Persewaan Kendaraan, Produksi Air Minum Dalam Kemasan "SWA"



pt. Swabina Gatra

Kantor Pusat : Jalan R.A. Kartini No. 21 A Gresik - 61122, Jawa Timur
Telp. (031) 3985718, 3981733 Psw. 3042 - 3044, Fax. (031) 3985794
Telp. AMDK (031) 3985830, Website : <http://www.swabinagatra.co.id>

Kantor Perwakilan : Desa Sumberasem Kecamatan Kerek, Tuban - 62356
Telp. (0356) 711992, 325001-3 Psw. 7820 - 7822, Fax. (0356) 711966

SURAT KETERANGAN
Nomor : 0001/TIM.00/2350/12.2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : WIWIT SETIYAWAN,S.PdL,SE.,M.Pd.
Jabatan : UNIT MANAGER
Alamat : PT. SWABINA GATRA
Jalan R.A. Kartini No. 21 A - Gresik


Dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : TAZKIYATUR ROHMAH
NIM : 1011910083
Universitas : UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN
INDONESIA

Adalah benar-benar telah melaksanakan magang di PT. Swabina Gatra Gresik mulai 25 Juli s/d 28 Agustus 2022.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 29 Agustus 2022

PT. SWABINA GATRA
Manager Organization Development

Wiwit Setiyawan,S.PdL,SE.,M.Pd.
Nopeg : 792128

Bidang Usaha : Jasa Tenaga Kerja, Jasa Pengamanan, Jasa Pembersihan, Pengelolaan Gudang, Pemeliharaan Peralatan, Perdagangan Umum, Persewaan Kendaraan, Produksi Air Minum Dalam Kemasan "SWA"

Gambar 10. Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik

**DAFTAR HADIR TENAGA MAGANG
PT. SWABINA GATRA**

Bulan : JULI 2022

DATA PESERTA	HARI	TANGGAL	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MASUK	PULANG	
NAMA : Dea Arifiani TEMPAT TGL LAHIR : Jombang, 4 Januari 2001 NO. INDUK : 1011910022 ASAL SEKOLAH/UNIV : UI SI JURUSAN : Manajemen NO HP : 081812109070 PERIODE MAGANG : 25 Juli 2022 - 28 Agustus 2022	Jumat	1-Jul-22			
	Sabtu	2-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	3-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	4-Jul-22			
	Selasa	5-Jul-22			
	Rabu	6-Jul-22			
	Kamis	7-Jul-22			
	Jumat	8-Jul-22			
	Sabtu	9-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	10-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	11-Jul-22			
	Selasa	12-Jul-22			
	Rabu	13-Jul-22			
	Kamis	14-Jul-22			
	Jumat	15-Jul-22			
	Sabtu	16-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	17-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	18-Jul-22			
	Selasa	19-Jul-22			
	Rabu	20-Jul-22			
	Kamis	21-Jul-22			
	Jumat	22-Jul-22			
	Sabtu	23-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	24-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	25-Jul-22	Belajar	Belajar	MAGANG
	Selasa	26-Jul-22	Belajar	Belajar	MAGANG
	Rabu	27-Jul-22	Belajar	Belajar	MAGANG
	Kamis	28-Jul-22	Belajar	Belajar	MAGANG
	Jumat	29-Jul-22	Belajar	Belajar	MAGANG
	Sabtu	30-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	31-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR

**DAFTAR HADIR PESERTA MAGANG
PT. SWABINA GATRA**

Bulan : Agustus 2022

DATA PESERTA	HARI	TANGGAL	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MASUK	PULANG	
NAMA LENGKAP : Dea Arifiani TEMPAT TGL LAHIR : Jombang, 4 Januari 2001 NO INDUK SISWA : 1011910022 SEKOLAH / UNIV : UI SI JURUSAN : Manajemen NO HP : 085812109070 PERIODE MAGANG : 25 Juli - 28 Agustus 2022	Senin	01/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Selasa	02/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Rabu	03/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Kamis	04/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Jumat	05/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Sabtu	06/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	07/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	08/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Selasa	09/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Rabu	10/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Kamis	11/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Jumat	12/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Sabtu	13/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	14/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	15/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Selasa	16/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Rabu	17/08/2022	Belajar	Belajar	Libur 17 Agustus
	Kamis	18/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Jumat	19/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Sabtu	20/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	21/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	22/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Selasa	23/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Rabu	24/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Kamis	25/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Jumat	26/08/2022	Belajar	Belajar	MAGANG
	Sabtu	27/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	28/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	29/08/2022	-	-	-
	Selasa	30/08/2022	-	-	-
	Rabu	31/08/2022	-	-	-

LEMBAR KEHADIRAN KERJA PRAKTIK

Nama : Dea Arifiani
NIM : 1011910022
Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	25 - 07 - 22	• Pengenalan peserta kerja praktik • Safety Induction • Pengenalan di semua unit kerja perusahaan oleh pembimbing lapangan	Belajar	Wahid L
2.	26 - 07 - 22	• Pembagian tugas dan bimbingan materi • Mengamati dan mempelajari proses cara kerja unit	Belajar	Wahid L
3.	27 - 07 - 22	• Menginput data lembar tenaga kerja • Mengelola dan mengecek data absensi	Belajar	Wahid L
4.	28 - 07 - 22	• Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tabacu • Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi	Belajar	Wahid L
5.	29 - 07 - 22	• Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tabacu • Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi	Belajar	Wahid L
6.	30 - 07 - 22	LIBUR		
7.	31 - 07 - 22	LIBUR		
8.	01 - 07 - 22	• Membuat dokumen teknis pekerjaan jasa pengelolaan • Membuat surat pemberitahuan	Belajar	Wahid L
9.	02 - 07 - 22	• Membuat dan mencetak daftar hadir pekerja magang • Membuat PJK • Membuat laporan kegiatan pelatihan bulan juli	Belajar	Wahid L
10.	03 - 08 - 22	• Merekap invoice / tagihan kantor swabina tuban • Membantu fotocopy dan mengantar dokumen	Belajar	Wahid L
11.	04 - 08 - 22	• Membantu input daftar peserta pelatihan service excellence • Menjaga absensi pelatihan • Mengikuti kegiatan istighosah di mushola swabina	Belajar	Wahid L
12.	05 - 08 - 22	• Membuat dokumen TOR proyek jasa event organizer • Membuat excel tagihan kuantitas	Belajar	Wahid L
13.	06 - 08 - 22	LIBUR		
14.	07 - 08 - 22	LIBUR		
15.	08 - 08 - 22	• Menyortir berkas dokumen tagihan • Mengecek PPL • Melakukan observasi ke unit pemasaran	Belajar	Wahid L

16.	09 - 08 - 22	• Merekap dan mengecek gaji karyawan • Menginput data lembar tenaga pengaman	Belajar	Wahid L
17.	10 - 08 - 22	• Membantu membuat TOR jasa pengelolaan hadiah kemerdekaan • Membuat PPT mengenai Pengiriman hadiah ke pelanggan • Melakukan observasi ke unit keuangan	Belajar	Wahid L
18.	11 - 08 - 22	• Membuat excel invoice jasa pembuatan video • Mengecek dan merkap tagihan invoice	Belajar	Wahid L
19.	12 - 08 - 22	• Membuat PUM (Pencarian Uang Muka) • Fotocopy dokumen proposal kemerdekaan • Membantu panitia mempersiapkan lomba 17 agustus	Belajar	Wahid L
20.	13 - 08 - 22	LIBUR		
21.	14 - 08 - 22	LIBUR		
22.	15 - 08 - 22	• Membantu dan mengecek SOP perusahaan • Memeriksa data riwayat karyawan untuk audit	Belajar	Wahid L
23.	16 - 08 - 22	• Mengidentifikasi dokumen SOP • Membuat flowchart SOP • Menyusun laporan	Belajar	Wahid L
24.	17 - 08 - 22	LIBUR		
25.	18 - 08 - 22	• Menyusun laporan • Membuat notulen negosiasi paket Biro Pengadaan • Membantu panitia mempersiapkan hadiah lomba 17 agustus • Membantu mengecek PPL	Belajar	Wahid L
26.	19 - 08 - 22	• Lomba • Merekap dan mengecek tagihan	Belajar	Wahid L
27.	20 - 08 - 22	LIBUR		
28.	21 - 08 - 22	LIBUR		
29.	22 - 08 - 22	• Membuat surat berita acara • Memeriksa data riwayat karyawan untuk audit	Belajar	Wahid L
30.	23 - 08 - 22	• Wawancara ke pihak pemasaran • Menyusun laporan	Belajar	Wahid L
31.	24 - 08 - 22	• Membuat laporan pelatihan Advance DDT • Rekapitulasi lembar tenaga pengamanan dan karyawan Menyusun	Belajar	Wahid L
32.	25 - 08 - 22	• Wawancara ke pihak keuangan • Menyusun laporan • Menyiapkan berkas dokumen untuk audit ISO	Belajar	Wahid L
33.	26 - 07 - 22	• Membuat surat tugas dinas • Membantu pelaksanaan audit ISO	Belajar	Wahid L
34.	27 - 07 - 22	LIBUR		
35.	28 - 08 - 22	LIBUR		

Gambar 11. Daftar Hadir Kerja Praktik Dea Arifiani

**DAFTAR HADIR TENAGA MAGANG
PT. SWABINA GATRA**

Bulan : JULI 2022

DATA PESERTA	HARI	TANGGAL	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MASUK	PULANG	
NAMA : Dianti Latifah Sari TEMPAT TGL LAHIR : Pamekasan, 25 Juli 2001 NO. INDUK : 1011910025 ASAL SEKOLAH/UNIV : UI SI JURUSAN : Manajemen NO HP : 089687728085 PERIODE MAGANG : 25 Juli 2022 - 26 Agustus 2022 (1 bulan)	Jumat	1-Jul-22			
	Sabtu	2-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	3-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	4-Jul-22			
	Selasa	5-Jul-22			
	Rabu	6-Jul-22			
	Kamis	7-Jul-22			
	Jumat	8-Jul-22			
	Sabtu	9-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	10-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	11-Jul-22			
	Selasa	12-Jul-22			
	Rabu	13-Jul-22			
	Kamis	14-Jul-22			
	Jumat	15-Jul-22			
	Sabtu	16-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	17-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	18-Jul-22			
	Selasa	19-Jul-22			
	Rabu	20-Jul-22			
	Kamis	21-Jul-22			
	Jumat	22-Jul-22			
	Sabtu	23-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	24-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	25-Jul-22			MASUK
	Selasa	26-Jul-22			MASUK
	Rabu	27-Jul-22			MASUK
	Kamis	28-Jul-22			MASUK
	Jumat	29-Jul-22			MASUK
	Sabtu	30-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	31-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR

**DAFTAR HADIR PESERTA MAGANG
PT. SWABINA GATRA**

Bulan : Agustus 2022

DATA PESERTA	HARI	TANGGAL	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MASUK	PULANG	
NAMA LENGKAP : Dianti Latifah Sari TEMPAT TGL LAHIR : Pamekasan, 25 Juli 2001 NO. INDUK SISWA : 1011910025 SEKOLAH / UNIV : UI SI JURUSAN : Manajemen NO HP : 089687728085 PERIODE MAGANG : 25 Juli - 26 Agustus (1 bulan)	Senin	8/1/2022			MASUK
	Selasa	8/2/2022			MASUK
	Rabu	8/3/2022			MASUK
	Kamis	8/4/2022			MASUK
	Jumat	8/5/2022			MASUK
	Sabtu	8/6/2022	OFF	OFF	---
	Minggu	8/7/2022	OFF	OFF	---
	Senin	8/8/2022			MASUK
	Selasa	8/9/2022			MASUK
	Rabu	8/10/2022			MASUK
	Kamis	8/11/2022			MASUK
	Jumat	8/12/2022			MASUK
	Sabtu	8/13/2022	OFF	OFF	---
	Minggu	8/14/2022	OFF	OFF	---
	Senin	8/15/2022			MASUK
	Selasa	8/16/2022			MASUK
	Rabu	8/17/2022	OFF	OFF	---
	Kamis	8/18/2022			MASUK
	Jumat	8/19/2022			MASUK
	Sabtu	8/20/2022	OFF	OFF	---
	Minggu	8/21/2022	OFF	OFF	---
	Senin	8/22/2022			MASUK
	Selasa	8/23/2022			MASUK
	Rabu	8/24/2022			MASUK
	Kamis	8/25/2022			MASUK
	Jumat	8/26/2022			MASUK
	Sabtu	8/27/2022	OFF	OFF	---
	Minggu	8/28/2022	OFF	OFF	---
	Senin	8/29/2022			
	Selasa	8/30/2022			
	Rabu	8/31/2022			



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



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 KERJA PRAKTIK

Nama : Dianti Latifah Sari
 NIM : 1011910025
 Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	25 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Pengertian peserta kerja praktik Safety Induction Pengertian di semua unit kerja perusahaan oleh pembimbing lapangan 		
2.	26 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Pembagian tugas dan bimbingan materi Mengamati dan mempelajari proses cara kerja unit Menginput data lembar tenaga kerja Mengelola dan mengecek data absensi 		
3.	27 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tableu Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi 		
4.	28 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tableu Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi 		
5.	29 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tableu Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi 		
6.	30 - 07 - 22	LIBUR		
7.	31 - 07 - 22	LIBUR		
8.	01 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dokumen teknis pekerjaan jasa pengelolaan Membuat surat pemberitahuan 		
9.	02 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dan mencetak daftar hadir pekerja magang Membuat PJK Membuat laporan kegiatan pelatihan bulan juli 		
10.	03 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Merecap invoice / tagihan kantor swabina tuban Membantu fotocopy dan mengantar dokumen 		
11.	04 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membantu input daftar peserta pelatihan service excellence Menjaga absensi pelatihan Mengikuti kegiatan istighosah di mushola swabina 		
12.	05 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dokumen TOR proyek jasa event organizer Membuat excel tagihan kuantitas 		
13.	06 - 08 - 22	LIBUR		
14.	07 - 08 - 22	LIBUR		
15.	08 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menyortir berkas dokumen tagihan Mengecek PPL Melakukan observasi ke unit pemasaran 		

16.	09 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Merecap dan mengecek gaji karyawan Menginput data lembar tenaga pengaman Membantu membuat TOR jasa pengelolaan hadiah kemerdekaan 		
17.	10 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat PPT mengenai Pengiriman hadiah ke pelanggan Melakukan observasi ke unit keuangan 		
18.	11 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat excel invoice jasa pembuatan video Mengecek dan merecap tagihan/ invoice 		
19.	12 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat PUM (Penerimaan Uang Muka) Fotocopy dokumen proposal kemerdekaan Membantu panitia mempersiapkan lomba 17 agustus 		
20.	13 - 08 - 22	LIBUR		
21.	14 - 08 - 22	LIBUR		
22.	15 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dan mengecek SOP perusahaan Memeriksa data riwayat karyawan untuk audit 		
23.	16 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi dokumen SOP Membuat flowchart SOP Menyusun laporan 		
24.	17 - 08 - 22	LIBUR		
25.	18 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menyusun laporan Membuat notulen negosiasi paket Biro Pengadnan Membantu panitia mempersiapkan hadiah lomba 17 agustus 		
26.	19 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membantu mengecek PPL Lomba Merecap dan mengecek tagihan 		
27.	20 - 08 - 22	LIBUR		
28.	21 - 08 - 22	LIBUR		
29.	22 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat surat berita acara Memeriksa data riwayat karyawan untuk audit 		
30.	23 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Wawancara ke pihak pemasaran Menyusun laporan 		
31.	24 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat laporan pelatihan Advance DDT Rckapulasi lembar tenaga pengamanan dan karyawan Menyusun 		
32.	25 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Wawancara ke pihak keuangan Menyusun laporan 		
33.	26 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menyiapkan berkas dokumen untuk audit ISO Membuat surat tugas dinas Membantu pelaksanaan audit ISO 		
34.	27 - 07 - 22	LIBUR		
35.	28 - 08 - 22	LIBUR		

Gambar 12. Daftar Hadir Kerja Praktik Dianti Latifah Sari

**DAFTAR HADIR TENAGA MAGANG
PT. SWABINA GATRA**

Bulan : JULI 2022

DATA PESERTA	HARI	TANGGAL	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MASUK	PULANG	
NAMA : TAZKIYATUR ROHMAH TEMPAT TGL LAHIR : GRESIK 19 DESEMBER 2000 NO. INDIK : 1011910083 ASAL SEKOLAH/UNIV : UI SI JURUSAN : MANAJEMEN NO HP : 082-5398941 PERIODE MAGANG : 1 Bulan	Jumat	1-Jul-22			
	Sabtu	2-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	3-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	4-Jul-22			
	Selasa	5-Jul-22			
	Rabu	6-Jul-22			
	Kamis	7-Jul-22			
	Jumat	8-Jul-22			
	Sabtu	9-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	10-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	11-Jul-22			
	Selasa	12-Jul-22			
	Rabu	13-Jul-22			
	Kamis	14-Jul-22			
	Jumat	15-Jul-22			
	Sabtu	16-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	17-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	18-Jul-22			
	Selasa	19-Jul-22			
	Rabu	20-Jul-22			
	Kamis	21-Jul-22			
	Jumat	22-Jul-22			
	Sabtu	23-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	24-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	25-Jul-22			
	Selasa	26-Jul-22			
	Rabu	27-Jul-22			
	Kamis	28-Jul-22			
	Jumat	29-Jul-22			
	Sabtu	30-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	31-Jul-22	OFF	OFF	LIBUR

**DAFTAR HADIR PESERTA MAGANG
PT. SWABINA GATRA**

Bulan : Agustus 2022

DATA PESERTA	HARI	TANGGAL	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MASUK	PULANG	
NAMA LENGKAP : TAZKIYATUR ROHMAH TEMPAT TGL LAHIR : GRESIK 19 DESEMBER 2000 NO. INDIK SISWA : 1011910083 SEKOLAH / UNIV : UI SI JURUSAN : MANAJEMEN NO HP : 082-5398941 PERIODE MAGANG : 1 Bulan	Senin	01/08/2022			
	Selasa	02/08/2022			
	Rabu	03/08/2022			
	Kamis	04/08/2022			
	Jumat	05/08/2022			
	Sabtu	06/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	07/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	08/08/2022			
	Selasa	09/08/2022			
	Rabu	10/08/2022			
	Kamis	11/08/2022			
	Jumat	12/08/2022			
	Sabtu	13/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	14/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	15/08/2022			
	Selasa	16/08/2022			
	Rabu	17/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Kamis	18/08/2022			
	Jumat	19/08/2022			
	Sabtu	20/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	21/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	22/08/2022			
	Selasa	23/08/2022			
	Rabu	24/08/2022			
	Kamis	25/08/2022			
	Jumat	26/08/2022			
	Sabtu	27/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Minggu	28/08/2022	OFF	OFF	LIBUR
	Senin	29/08/2022			
	Selasa	30/08/2022			
	Rabu	31/08/2022			



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



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 KERJA PRAKTIK

Nama : Tazkiyatur Rohmah
 NIM : 1011910083
 Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	25 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan peserta kerja praktik Safety Induction Pengenalan di semua unit kerja perusahaan oleh pembimbing lapangan 		
2.	26 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Pembagian tugas dan bimbingan materi Mengamati dan mempelajari proses cara kerja unit 		
3.	27 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menginput data lembar tenaga kerja Mengelola dan mengecek data absensi 		
4.	28 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tableu Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi 		
5.	29 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengkoordinir pelaksanaan pelatihan tableu Membantu pengambilan dokumentasi dan absensi 		
6.	30 - 07 - 22	LIBUR		
7.	31 - 07 - 22	LIBUR		
8.	01 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dokumen teknis pekerjaan jasa pengelolaan Membuat surat pemberitahuan 		
9.	02 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dan mencetak daftar hadir pekerja magang Membuat PKJ Membuat laporan kegiatan pelatihan bulan juli 		
10.	03 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Merekap invoice / tagihan kantor swabina tuban Membantu fotocopy dan mengantar dokumen 		
11.	04 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membantu input daftar peserta pelatihan service excellence Menjaga absensi pelatihan Mengikuti kegiatan istighosah di mushola swabina 		
12.	05 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dokumen TOR proyek jasa event organizer Membuat excel tagihan kuantitas 		
13.	06 - 08 - 22	LIBUR		
14.	07 - 08 - 22	LIBUR		
15.	08 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menyortir berkas dokumen tagihan Mengecek PPL Melakukan observasi ke unit pemasaran 		

16.	09 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Merekap dan mengecek gaji karyawan Menginput data lembar tenaga pengaman 		
17.	10 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membantu membuat TOR jasa pengelolaan hadiah kemerdekaan Membuat PPT mengenai Pengiriman bahan ke pelanggan Melakukan observasi ke unit keuangan 		
18.	11 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat excel invoice jasa pembuatan video Mengecek dan merekap tagihan / invoice 		
19.	12 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat PUM (Penerimaan Uang Muka) Fotocopy dokumen proposal kemerdekaan Membantu panitia mempersiapkan lomba 17 agustus 		
20.	13 - 08 - 22	LIBUR		
21.	14 - 08 - 22	LIBUR		
22.	15 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dan mengecek SOP perusahaan Memeriksa data riwayat karyawan untuk audit 		
23.	16 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi dokumen SOP Membuat flowchart SOP Menyusun laporan 		
24.	17 - 08 - 22	LIBUR		
25.	18 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menyusun laporan Membuat notulen negosiasi paket Biro Pengadaan Membantu panitia mempersiapkan hadiah lomba 17 agustus 		
26.	19 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membantu mengecek PPL Lomba Merekap dan mengecek tagihan 		
27.	20 - 08 - 22	LIBUR		
28.	21 - 08 - 22	LIBUR		
29.	22 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat surat berita acara Memeriksa data riwayat karyawan untuk audit 		
30.	23 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Wawancara ke pihak pemasaran Menyusun laporan 		
31.	24 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Membuat laporan pelatihan Advance DDT Rekapitulasi lembar tenaga pengamanan dan karyawan Menyusun 		
32.	25 - 08 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Wawancara ke pihak keuangan Menyusun laporan 		
33.	26 - 07 - 22	<ul style="list-style-type: none"> Menyiapkan berkas dokumen untuk audit ISO Membuat surat tugas dinas Membantu pelaksanaan audit ISO 		
34.	27 - 07 - 22	LIBUR		
35.	28 - 08 - 22	LIBUR		

Gambar 13. Daftar Hadir Kerja Praktik Tazkiyatur Rohmah



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



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

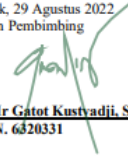
LEMBAR EVALUASI MAGANG

Dosen Pembimbing

Nama : Dea Arifiani
NIM : 1011910022
Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	82	8,2
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	84	21
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	85	42,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	83	12,45
JUMLAH	100%	JUMLAH	84,15

Gresik, 29 Agustus 2022
Dosen Pembimbing


(Dr. Ir Gatot Kustvadij, S.E., M.Si.)
NIDN. 6320331

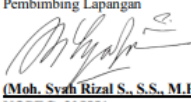
LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Dea Arifiani
NIM : 1011910022
Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	90	9
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	94	23,5
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	95	47,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	100	15
JUMLAH	100%	JUMLAH	95

Gresik, 29 Agustus 2022
Pembimbing Lapangan


(Moh. Syah Rizal S., S.S., M.Pd., CODP)
NOPEG. 80J551



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



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 EVALUASI MAGANG

Dosen Pembimbing

Nama : Dianti Latifah Sari
NIM : 1011910025
Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	82	8,2
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	84	21
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	85	42,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	83	12,45
JUMLAH	100%	JUMLAH	84,15

Gresik, 29 Agustus 2022
Dosen Pembimbing


(Dr. Ir Gatot Kustvadij, S.E., M.Si.)
NIDN. 6320331

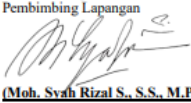
LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Dianti Latifah Sari
NIM : 1011910025
Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	90	9
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	94	23,5
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	95	47,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	100	15
JUMLAH	100%	JUMLAH	95

Gresik, 29 Agustus 2022
Pembimbing Lapangan


(Moh. Syah Rizal S., S.S., M.Pd., CODP)
NOPEG. 80J551



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



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 EVALUASI MAGANG

Dosen Pembimbing

Nama : Tazkiyatur Rohmah
 NIM : 101910083
 Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	82	8,2
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	84	21
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	85	42,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	83	12,45
JUMLAH	100%	JUMLAH	84,15

Gresik, 29 Agustus 2022
 Dosen Pembimbing

(Signature)
(Dr. Ir Gatot Kustvadij, S.E., M.Si.)
 NIDN. 6320331

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Tazkiyatur Rohmah
 NIM : 101910083
 Judul Magang : Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan PT. Swabina Gatra

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	90	9
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	94	23,5
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	95	47,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	100	15
JUMLAH	100%	JUMLAH	95

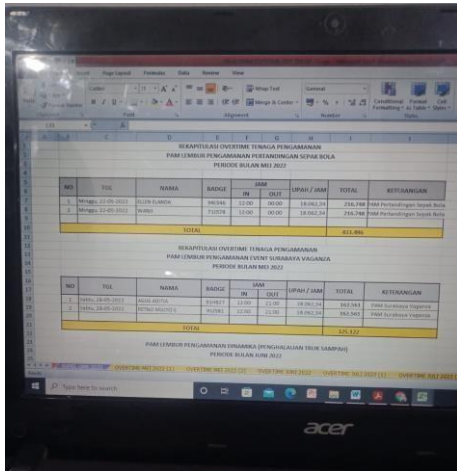
Gresik, 29 Agustus 2022
 Pembimbing Lapangan

(Signature)
(Moh. Svah Rizal S., S.S., M.Pd., CDDP)
 NOPEG. 80J551

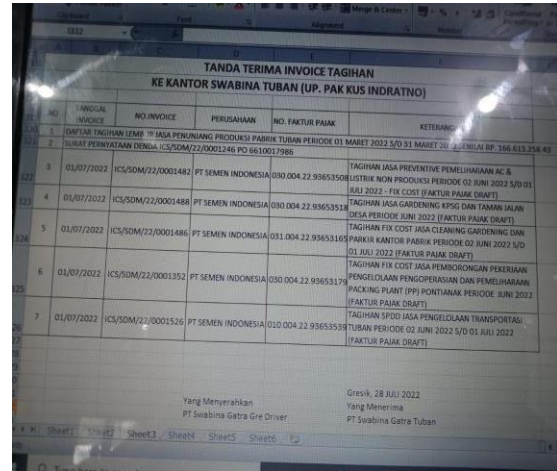
Gambar 14. Penilaian Kerja Praktik



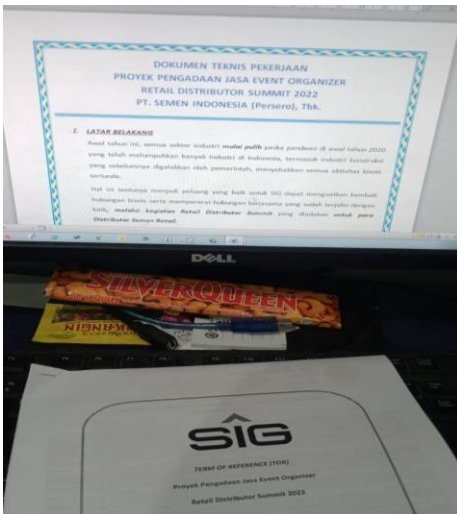
Gambar 15. Sertifikat Kerja Praktik



Gambar 16. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 17. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 18. Kegiatan Kerja Praktik



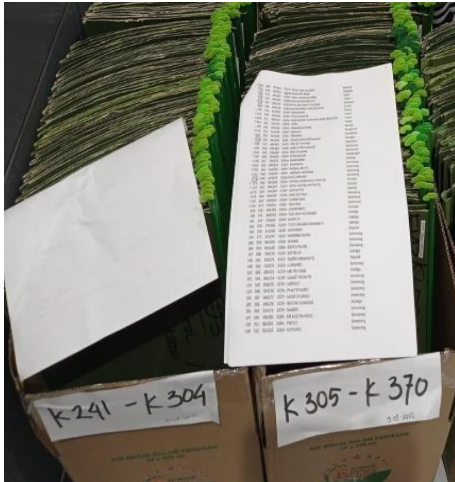
Gambar 19. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 20. Kegiatan Kerja Praktik



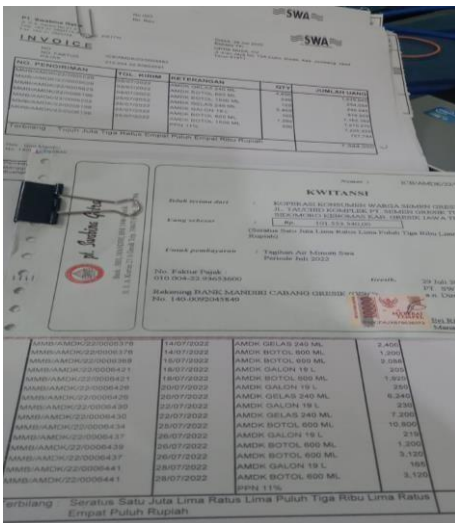
Gambar 21. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 22. Kegiatan Kerja Praktik



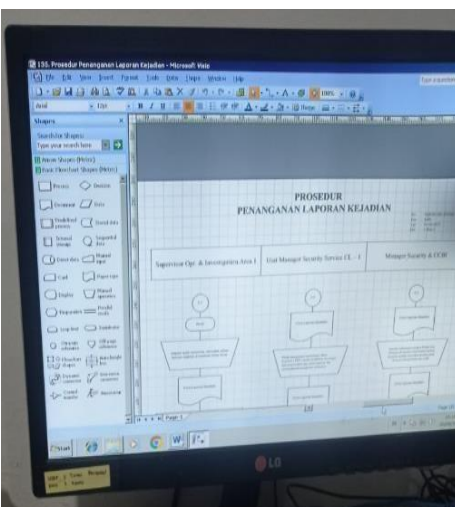
Gambar 23. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 24. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 25. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 26. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 27. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 28. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 29. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 30. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 31. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 32. Kegiatan Kerja Praktik



Gambar 33. Kegiatan Kerja Praktik