

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**ANALISIS PROSES PEMASARAN PT SEMEN INDONESIA
DISTRIBUTOR MENGGUNAKAN STRATEGI DIGITAL
MARKETING**



Disusun Oleh :

1. Dwi Reza Shafira (1011910030)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2023**

LAPORAN KERJA PRAKTIK
ANALISIS PROSES PEMASARAN PT SEMEN INDONESIA
DISTRIBUTOR MENGGUNAKAN STRATEGI DIGITAL MARKETING



Disusun Oleh :

1. Dwi Reza Shafira (1011910030)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2023

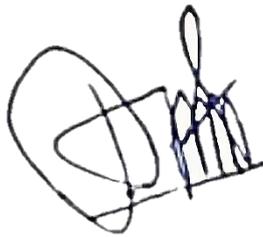
LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK DI PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR
(Periode : 7 September 2022 – 31 Maret 2023)

Disusun Oleh:

DWI REZA SHAFIRA

(1011910030)

Mengetahui,
Ketua Prodi Manajemen UISI



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

NIP. 7913171

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Kerja Praktek



Dr. Ir. Gatot Kustiyadi, S.E., M.Si., IPU,

NIP. 6320331

Gresik,

PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR

Menyetujui,
Pembimbing Lapangan




Ahmad Jalaludin Basyar, S.Psi., M.Psi,

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul “Analisis Proses pemasaran PT Semen Indonesia Distributor Menggunakan Strategi Digital Marketing”. Laporan ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu akademik dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi Manajemen Rumpun Ekonomi Bisnis di Universitas Internasional Semen Indonesia. Dalam penulisan laporan ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, baik moral maupun material. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat kepada penulis dalam Menyusun laporan kerja praktik ini.
2. Prof. Dr. Ing. Herman Sasongko selaku Rektor Universitas Internasional Semen Indonesia.
3. Bapak Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM., selaku kepala Departemen Program Studi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia.
4. Bapak Dr. Ir. Gatot Kustyadji, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing.
5. Bapak Ahmad Jalaludin Basyar, S.Psi., M.Psi, yang telah menerima dan mengizinkan untuk melaksanakan kerja praktik di PT. Semen Indonesia Distributor.
6. Bapak Hari, Mas Akbar, Mas Ami yang telah banyak membantu dan membimbing dalam mengerjakan semua pekerjaan perusahaan serta memberi banyak ilmu dan informasi seputar ilmu Digital marketing dalam perusahaan.
7. Seluruh karyawan PT. Semen Indonesia Distributor yang sudah menerima kedatangan penulis dengan baik selama penulis melaksanakan kerja praktik di PT. Semen Indonesia Distributor

Pada kesempatan ini, penulis telah menyelesaikan laporan kerja praktik dengan baik. Namun, penulis sadar adanya salah kata maupun kekurangan dalam Menyusun laporan kerja praktek ini. Dengan hal tersebut, penulis berharap agar laporan kerja praktik ini akan dapat bermanfaat bagi para pembaca serta bermanfaat

juga bagi PT. Semen Indonesia Distributor. Demikian laporan kerja praktik yang penulis buat dapat memberikan manfaat serta informasi mengenai dunia kerja di masa mendatang.

Gresik, 13 februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang.....	1
1.1 Tujuan dan Manfaat Kerja Praktik	2
1.2 Metodologi Penelitian	3
1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	4
1.4 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	4
BAB II.....	5
PROFIL PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR	5
2.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan PT Semen Indonesia Distributor (SID)	5
2.1.2 Sejarah Perkembangan Kepemilikan.....	5
2.2 Visi, Misi dan budaya perusahaan.....	6
2.2.3 Budaya Perusahaan.....	6
2.4 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia Distributor	8
2.4.1 Tugas dan Wewenang	8
2.4.1.1 President Director	8
2.4.1.2 Operational Director	9
2.4.1.3 Staff Director	9
2.4.1.4 Operational Senior Vice President	9

2.4.1.5 Financial & Logistic Senior Vice President	10
2.4.1.6 Tax & Accounting Vice President.....	10
2.4.1.7 Tax AVP.....	11
2.4.1.8 Accounting AVP	11
2.4.1.9 Financial, AR , GA Vice President	12
2.4.1.10 Finance AVP	12
2.4.1.11 Account Receivable AVP.....	12
2.4.1.12 General Affair AVP.....	13
2.4.1.13 Secretariat Falling APV.....	13
2.4.1.14 Transportation & Distribution Vice President.....	13
2.4.1.15 Cement Purchasing AVP	14
2.4.1.16 Warehouse & Transportation AVP	14
2.4.1.17 Inventory Control AVP	15
2.4.1.18 Regional Vice President	15
2.4.1.19 Regional AVP.....	15
2.4.1.20 Semen Curah, Jumbo Bag, Mining & International Trading VP	15
2.4.1.21 RAVP Semen Curah & Project	16
2.4.1.22 Jumbo Bag, Mining, Chemical & International Trading AVP.....	16
2.5 Produk.....	17
2.6 Anak Perusahaan	19
BAB III	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
3.1 Pengertian Digital Marketing	20
3.2 Model Digital Marketing.....	20
BAB IV	23
PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	23

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja.....	23
4.2 Tugas Unit kerja	23
4.3 Judul Tugas Khusus.....	25
4.4 Manajemen Kompensasi	27
4.5 Manajemen Risiko.....	29
4.6 Riset Pemasaran.....	31
4.7 Kegiatan Kerja Praktik	35
4.8 Jadwal Kerja Praktik.....	35
BAB V	37
PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo PT. Semen Indonesia Distributor.....	6
Gambar 2 Lokasi PT. Semen Indonesia Distributor.....	7
Gambar 3 Bagan struktur organisasi PT Semen Indonesia Distributor.....	8
Gambar 4 Struktur Organisasi Unit Kerja.....	23
Gambar 5 Desain Level Bayaran.....	28
Gambar 6.1 Surat Permohonan Kerja Praktik.....	41
Gambar 6.2 Surat Balasan Penerimaan Kerja Praktik.....	42
Gambar 6.3 Dokumentasi Selama Aktivitas Kerja Praktik.....	43
Gambar 6.4 Lembar Kehadiran Kerja Praktik.....	44
Gambar 6.5 Lembar Evaluasi Kerja Praktik Pembimbing Lapangan.....	45
Gambar 6.6 Lembar Asistensi Kerja Praktik.....	46
Gambar 6.7 Lembar Evaluasi Kerja Praktik Dosen Pembimbing.....	47
Gambar 6.8 Lembar Keterangan Selesai Kerja Prakti.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 4.6 Jadwal Kerja praktek.....	36
-------------------------------------	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi menuntut masyarakat untuk selalu berkembang dan terus mengikuti perkembangan yang ada. Hal tersebut berdampak pada kegiatan perkembangan dan pertumbuhan bisnis yang mengharuskan suatu perusahaan melakukan perbaikan pada segala bidang untuk memiliki daya saing yang tinggi.

Menurut Fukuyama (2018) era teknologi ini memacu terjadinya transformasi digital yang mengubah tatanan sebuah industri. Proses jual beli suatu produk juga mengalami sebuah perubahan, dari sebuah proses yang secara tradisional menjadi proses jual beli secara online menggunakan platform e-commerce atau media online yang telah ada.

Terbukti sejak masa pandemic, terhitung sekitar 21 juta konsumen baru yang menggunakan e-commerce atau media social untuk melakukan kegiatan di media social. Karena media social dimanfaatkan untuk berkomunikasi, bertukar informasi, ataupun transaksi.

Hal tersebut membuat media sosial berperan penting dalam kehidupan masyarakat hingga sekarang dan mungkin akan berkembang setiap tahunnya. Menurut TiNews.com tercatat pengguna media sosial di Indonesia sekitar 191,4 juta pada tahun 2022.

Karena hal tersebut PT Semen Indonesia Distributor mencoba untuk terjun ke dalam era teknologi ini, dengan mencoba menjual produknya dengan memanfaatkan media sosial atau e-commerce untuk mencakup pasar yang lebih besar. Dan juga diharapkan hal tersebut mampu untuk meningkatkan laba penjualan.

Maka dibutuhkannya strategi digital marketing untuk memasarkan atau mempromosikan suatu produk yang memanfaatkan media digital atau internet. Selain itu tujuan untuk menggunakan digital marketing adalah menarik konsumen dan calon konsumen lebih cepat.

Oleh karena itu, sebagai mahasiswa saya ingin lebih berkompeten dengan bidang studi yang saya geluti. Dengan adanya kegiatan kerja praktek di harapkan bisa memahami keadaan yang sederhana, dan mampu mengaplikasikan ilmu yang sudah didapatkan selama bangku perkuliahan secara langsung.

Lokasi kerja praktek ini mengambil di PT. Semen Indonesia Distributor yang merupakan perusahaan akuisisi dari PT. Semen Indonesia Gresik.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis akan melakukan penelitian berjudul “Analisis Proses Pemasaran PT. Semen Indonesia Distributor Menggunakan Strategi Digital Marketing”

1.1 Tujuan dan Manfaat Kerja Praktik

1.1.1 Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan dari program kerja praktik di PT Semen Indonesia Distributor ini adalah sebagai berikut :

1.1.1.1 Tujuan Umum

- a. Menambah pengalaman, wawasan baru terhadap dunia kerja
- b. Mempersiapkan kemampuan mahasiswa untuk bisa bersaing secara langsung setelah lulus.
- c. Meningkatkan hubungan kerja sama yang baik antara instansi dengan universitas.

1.1.1.2 Tujuan khusus

- a. Mampu menerapkan strategi digital marketing secara langsung pada proses pemasaran PT Semen Indonesia Distributor
- b. Melatih mahasiswa dalam bersosialisasi dan berkomunikasi dalam dunia kerja termasuk dengan sesama rekan kerja, karyawan, dan bahkan kepala pimpinan.
- c. Mengimplementasi teori-teori yang sudah dipelajari pada saat perkuliahan pada kegiatan kerja praktik
- d. Sebagai tempat untuk pemahaman bentuk kerja secara langsung

1.1.2 Manfaat Kerja Praktik

Manfaat dari pelaksanaan kerja praktik di PT Semen Indonesia Distributor adalah sebagai berikut :

1.1.2.1 Bagi Perguruan Tinggi

- a. Meningkatkan Kerjasama yang baik antara civitas akademika dengan komunitas pengelola perusahaan
 - b. Sebagai sacuan untuk menilai kesiapan mahasiswa memasuki dunia kerja setelah lulus kuliah
 - c. Dapat menghasilkan individu yang berkualitas dengan kompetensi, keahlian, dan keterampilan di dunia kerja
 - d. Menggali potensi yang ada para mahasiswa untuk membawa ilmu yang diperoleh ke dunia kerja
-

- e. Mendapatkan masukan untuk mengevaluasi sampai sejauh mana kurikulum yang telah diterapkan sesuai dengan kebutuhan dunia kerja

1.1.2.2 Bagi perusahaan

- a. Perusahaan akan mendapatkan bantuan tenaga kerja dari mahasiswa yang melakukan kerja praktik
- b. Menerima umpan balik atau ide untuk meningkatkan kinerja perusahaan
- c. Bentuk tanggungjawab social terhadap masyarakat kinerja perusahaan
- d. Membuka peluang lapangan pekerjaan baru kepada mahasiswa
- e. Memberikan pekatihan secara tidak langsung selama mahasiswa melakukan program kerja praktik

1.1.2.3 Bagi Mahasiswa

- a. Dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan dan mengetahui perbandingan antara ilmu pengetahuan di dunia kerja
- b. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan di dunia kerja
- c. Mendapat pengalaman bekerja atau terlibat langsung dalam aktivitas kinerja perusahaan
- d. Menjalin relasi yang baik dengan karyawan dan dapat memperoleh ilmu yang praktis
- e. Dapat menguji kemampuan pribadi baik dari segi disiplin ilmu maupun social dalam masyarakat
- f. Meningkatkan keterampilan serta daya kreatif pada industry kerja yang sesungguhnya.

1.2 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan untuk memperoleh data dari pelaksanaan kerja praktik sebagai berikut :

a. Observasi

Menurut (Pujaastawa, 2016) metode observasi (pengamatan) adalah suatu cara pengumpulan sebuah informasi mengenai objek atau peristiwa yang dapat dilihat menggunakan panca indera. Pada metode observasi, penulis mengamati secara langsung di tempat kerja praktik untuk mengetahui kondisi lingkungan perusahaan PT Semen Indonesia Distributor.

b. Wawancara

Menurut (Arifin & Rosdakarya, 2008) wawancara merupakan sebuah percakapan yang memiliki maksud tertentu yang dilakukan oleh kedua belah pihak yakni “pewawancara” (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang “diwawancarai” (interviewee) yang memberikan jawaban seputar pertanyaan.

c. Dokumentasi

Menurut (Sinulingga et al., 2019) dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Yang mana dokumentasi bisa berbentuk seperti tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Berdasarkan pengertian tersebut, penulis mengumpulkan dokumentasi berupa gambar lokasi kerja praktik (profil PT Semen Indonesia Distributor), struktur organisasi, tugas unit kerja, produk PT Semen Indonesia Distributor.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Adapun waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik adalah sebagai berikut :

Tempat : PT Semen Indonesia Distributor (SID)

Alamat : Jl. DR. Wahidin Sudiro Husodo, No. 728A, Dahanrejo, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik 61122, Jawa Timur

Waktu : 7 September 2022 – 31 Maret 2023

1.4 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Adapun unit kerja tempat pelaksanaan kerja praktik adalah sebagai berikut :

Unit kerja : Departemen Digital Marketing

BAB II

PROFIL PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR

2.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan PT Semen Indonesia Distributor (SID)

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Semen Indonesia Distributor yang berkedudukan di Gresik adalah salah satu perusahaan yang tergabung di dalam lingkup Semen Indonesia Group, PT Semen Indonesia Distributor sebagai perusahaan dagang tumbuh pesat secara sehat dan terkendali untuk menjadi distributor bahan bangunan yang terbaik di Indonesia. dengan spesialisasi usaha sebagai distributor bahan bangunan dengan jaringan layanan pemasaran dan jumlah pelanggan yang terus berkembang dari tahun ke tahun.

Berawal di tahun 1989, PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR berdiri dan berkantor di salah satu ruang di kantor PT Varia Usaha yang merupakan induk perusahaan ini. Dengan hanya memiliki 1 toko bangunan, PT Semen Indonesia Distributor memulai aktivitasnya.

Tahun 1998 PT Semen Indonesia Distributor mulai mengembangkan usahanya dengan memperluas wilayah pemasaran ke beberapa daerah di Jawa Timur dan Jawa Barat. Dalam upaya mewujudkan kinerja sesuai dengan Visi yang akan dicapainya, “Menjadi sebuah perusahaan perdagangan bahan bangunan yang berskala nasional melalui penerapan sistem manajemen dan sumber daya manusia yang unggul” serta Misi Perusahaan yang focus pada kualitas produk & layanan, perolehan laba dan peningkatan nilai perusahaan

2.1.2 Sejarah Perkembangan Kepemilikan

Di tahun 2004, PT Semen Indonesia Distributor berganti logo, dimana logo baru ini mencerminkan proses bisnis perusahaan yang berorientasikan pada proses bisnis yang mengalir berkesinambungan demi terciptanya kepuasan & loyalitas pelanggan. Pada tahun 2009 PT Semen Indonesia Distributor telah memiliki 13 Cabang dengan penambahan lokasi cabang di Bogor, Serang, Bekasi, Sukabumi, Tangerang, Karawang dan Gunung Sindur. Di Tahun 2011, PT Semen Indonesia Distributor, melakukan perubahan lagi atas logo perusahaan. Dengan logo baru perusahaan berbentuk balok yang kokoh ini melambangkan bahwa PT Semen Indonesia Distributor adalah distributor bahan bangunan yang kuat dan handal. Dan dengan dilandasi Nilai Budaya Perseroan, PT Semen Indonesia Distributor terus berkembang secara pesat



Gambar 1. Logo PT Semen Indonesia Distributor
(Sumber: Company Profile PT Semen Indonesia Distributor)

2.2 Visi, Misi dan budaya perusahaan

2.2.1 Visi

Menjadi perusahaan perdagangan bahan bangunan yang berskala nasional melalui penerapan sistem manajemen dan sumber daya manusia yang unggul.

2.2.2 Misi

1. Menyediakan produk bahan bangunan berkualitas dengan layanan prima untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Meningkatkan nilai tambah perusahaan melalui pertumbuhan yang berkelanjutan untuk seluruh pemangku kepentingan

2.2.3 Budaya Perusahaan

1. SINERGI

Membangun hubungan Kerjasama dan kemitraan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan, untuk menghasilkan karya yang berkualitas dan bermanfaat.

2. INTEGRITAS

Bersikap jujur dan menunjukkan kepatuhan yang konsisten, dengan berpegang pada prinsip nilai moral dan etika.

3. DEDIKASI

Pengabdian untuk mewujudkan cita cita yang luhur dengan disertai keyakinan yang teguh.

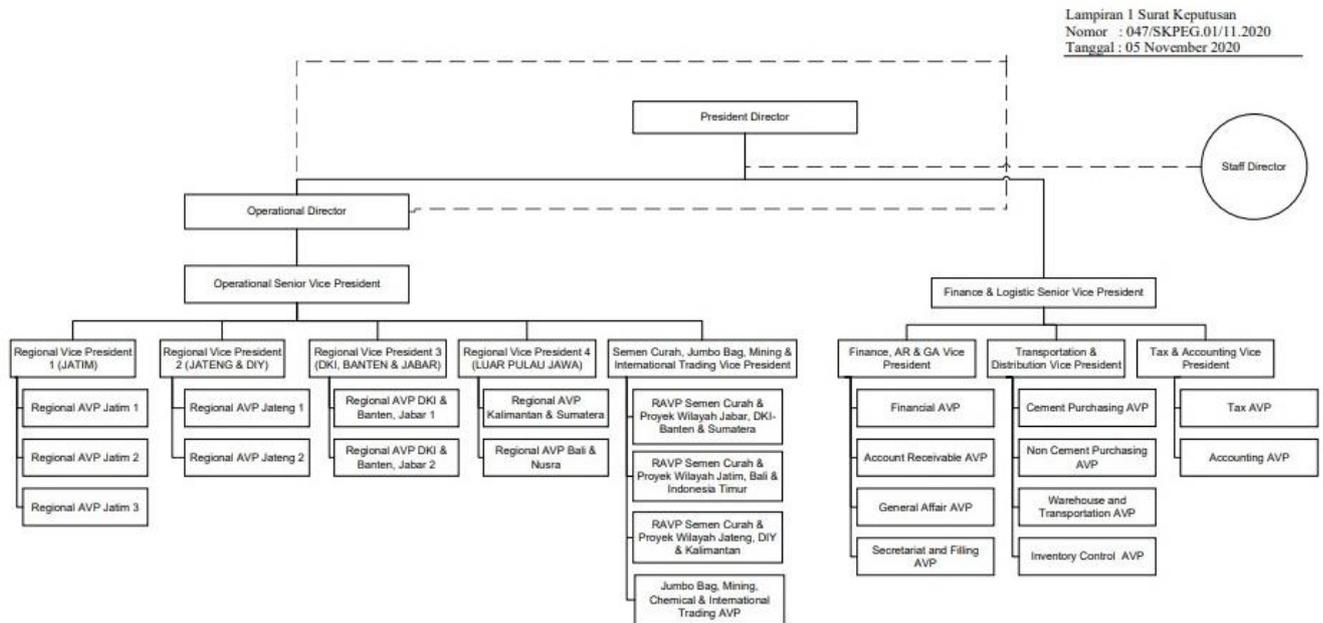
2.3 Lokasi

PT Semen Indonesia Distributor terletak di Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo No. 728A, Gresik 61121, Jawa Timur.



Gambar 2. Lokasi PT Semen Indonesia Distributor
(Sumber: Google Maps)

2.4 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia Distributor



Gambar 3. Struktur Organisasi PT Semen Indonesia Distributor

(Sumber : PT. Semen Indonesia Distributor 2022)

Pada dasarnya struktur organisasi yaitu gambaran secara sistematis dimana manajer melakukan alokasi sumber daya organisasi terutama yang terkait dengan pembagian kerja dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi, serta bagaimana keseluruhan kerja tersebut dapat dikoordinasikan dan dikomunikasikan. Tugas dan tanggung jawab masing – masing jabatan disesuaikan tingkatannya. Terdapat tugas dan wewenang masing – masing bagian dari PT. Semen Indonesia Distributor.

2.4.1 Tugas dan Wewenang

2.4.1.1 President Director

- a. Melakukan tugas dan fungsi monitoring serta pengawasan atas kegiatan – kegiatan supporting perusahaan khususnya, dan keseluruhan kegiatan perusahaan secara umumnya.
- b. Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi pelaksanaan perusahaan secara khusus dan

- keseluruhan kegiatan perusahaan secara umumnya.
- c. Membuat strategi dalam mencapai target perusahaan.
 - d. Merencanakan, menentukan, mengawasi, mengambil keputusan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan perusahaan.

2.4.1.2 Operational Director

- a. Melakukan tugas dan fungsi monitoring dan pengawasan dari kegiatan operasional perusahaan meliputi bidang usaha perdagangan bahan bangunan, modern retail, Semen Curah, Jumbo Bag, Mining & International Trading
- b. Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi pelaksanaan operasional perusahaan.
- c. Membuat standar perusahaan meliputi operasional perdagangan bahan bangunan, modern outlet, bahan tambang dan kimia.
- d. Membuat strategi dalam mencapai target perusahaan.
- e. Merencanakan, menentukan, mengawasi, mengambil keputusan dan mengkoordinasi dalam hal keuangan untuk kebutuhan operasional perusahaan.
- f. Membantu tugas-tugas utama presiden direktur

2.4.1.3 Staff Director

- a. Membantu Direktur Utama dan Direktur Operasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan sebagaimana yang tertuang dalam RKAP perusahaan.
- b. Membantu Direktur dalam menciptakan dan pengawasan terhadap seluruh aktivitas manajemen yang merupakan dasar strategi dari seluruh sistem kegiatan dan kinerja perusahaan.
- c. Membantu Direktur dalam pelaksanaan rencana dan pengawasan manajerial yang mengacu pada kontinuitas dan pengembangan perusahaan secara keseluruhan sebagai suatu strategi dasar seluruh Bidang Usaha.
- d. Menjaga hubungan antara Bidang Usaha dan/atau Divisi agar tercipta suatu sistem dan mekanisme yang ditata berdasarkan sistem manajemen umum yang terus berkembang sebagai suatu kontribusi terhadap kelancaran seluruh Bidang Usaha yang terkait.
- e. Membantu dalam penetapan sasaran manajemen secara konseptual, mengarah pada pemenuhan target perusahaan dalam menata sistem manajemen operasi, pemasaran, keuangan, pengadaan, yang didasarkan pada pencerminan dari keputusan strategi yang diambil perusahaan.

2.4.1.4 Operational Senior Vice President

- a. Bertanggung jawab atas terselenggaranya segala aktivitas bisnis perdagangan bangunan di
-

wilayah nasional yang menjadi tanggung jawabnya serta melakukan monitoring aktivitas cabang dan evaluasi berdasar efisiensi, efektivitas dan optimalisasi.

- b. Melakukan fungsi manajerial pada bidang pemasaran, meliputi fungsi perencanaan strategis, perencanaan teknis, pengorganisasian, pelaksanaan, fungsi kontrol, pengendalian, evaluasi dan analisa.
- c. Mengembangkan bisnis perusahaan, meliputi pengembangan yang bersifat horizontal (diversifikasi produk & pengembangan sub cabang baru dan pengembangan vertikal).

2.4.1.5 Financial & Logistic Senior Vice President

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, mengarahkan, mengevaluasi dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan, pencatatan/ pembukuan transaksi perpajakan, transportasi, distribusi, dan juga modern retail di Perusahaan untuk menjalankan aktivitas perusahaan serta menghasilkan informasi bagi manajemen dan pihak berkepentingan lainnya.
- b. Mengkoordinasi penyusunan laporan keuangan bulanan, triwulan, semester dan tahunan Perusahaan untuk memastikan laporan keuangan dibuat sesuai dengan standar akuntansi untuk kepentingan Pemeriksaan Audit, Bank, Shareholder.
- c. Memastikan seluruh asset Perusahaan tercatat dengan baik dan sesuai dengan real aset.
- d. Mengelola penyelenggaraan pencatatan perpajakan dan penyusunan SPT di Perusahaan dan Anak Perusahaan.
- e. Mengkoordinasi pelaksanaan proses pencocokan data antara catatan hutang/piutang Perusahaan dengan catatan piutang supplier (rekonsiliasi hutang/piutang).
- f. Menyusun buku kinerja secara periodik.
- g. Mengkoordinir Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan untuk Biro & Bidang Usaha di Perusahaan dan menyusun Laporan Keuangan.
- h. Menyiapkan bahan materi rapat komisaris dan Rapat Koordinasi.
- i. Merencanakan, mengatur, dan mengontrol arus kas Perusahaan.
- j. Mengkoordinasi dan mengevaluasi kegiatan penerimaan piutang pelanggan.
- k. Mencari pendanaan eksternal, jika dana internal tidak mencukupi.

2.4.1.6 Tax & Accounting Vice President

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, mengarahkan, mengevaluasi dan pengendalian terhadap kegiatan pencatatan/ pembukuan transaksi, perpajakan yang ada di perusahaan.
 - b. Mengkoordinasi, mengarahkan dan mengevaluasi kegiatan yang terkait dengan akuntansi dan perpajakan sesuai pedoman, aturan dan prosedur guna menunjang kelancaran kegiatan operasional perusahaan.
 - c. Merencanakan, mengkoordinasi, menyusun dan mengevaluasi pembuatan serta pelaporan
-

pelaksanaan RKAP.

- d. Menyiapkan laporan-laporan guna kepentingan rapat-rapat (Rapat direksi, rapat komisaris, rapat kinerja anak perusahaan dll).
- e. Memberi layanan kepada auditor tentang pelaporan laporan keuangan setiap tahun. Merencanakan dan mengendalikan semua penerimaan dan pengeluaran (Cash Flow Perusahaan).

2.4.1.7 Tax AVP

- a. Melakukan perencanaan dan mengevaluasi sistem perpajakan yang ada di perusahaan serta membuat laporan pajak setiap periode.
- b. Menyiapkan *Forecasting* bulanan
- c. Melakukan analisa perpajakan setiap periode dalam rangka efisiensi dan efektivitas Memonitoring aktivitas perpajakan diujarannya
- d. Melakukan evaluasi terhadap program perpajakan yang ada di perusahaan
- e. Melakukan Verifikasi aspek perpajakan atas tagihan perusahaan.
- f. Memberikan usulan kepada Financial VP terkait pengembangan program perpajakan perusahaan.

2.4.1.8 Accounting AVP

- a. Melakukan aktivitas yang berkaitan dengan terselenggaranya kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pengadministrasian data akuntansi dan anggaran perusahaan.
 - b. Melakukan pengelolaan akuntansi perusahaan (mengatur dan mengarahkan pencatatan laporan posisi keuangan perusahaan serta menjaga keseimbangan antara posisi keuangan perusahaan dan laba rugi perusahaan).
 - c. Melakukan perencanaan akuntansi manajemen strategik secara tepat sesuai strategi bisnis perusahaan.
 - d. Melakukan pengendalian dan evaluasi pencatatan akuntansi agar berjalan secara tepat dan akurat.
 - e. Melakukan evaluasi dan analisa sistem informasi akuntansi untuk memberi masukan terhadap sistem keuangan dan strategi bisnis perusahaan.
 - f. Melakukan pengarahan, bimbingan dan konsultasi bawahan di seksi yang menjadi tanggung jawabnya.
 - g. Melakukan pengawasan dan menjaga keamanan aset-aset perusahaan di seksi yang menjadi tanggung jawabnya.
 - h. Melakukan evaluasi kinerja seksi yang menjadi tanggung jawabnya.
 - i. Melaksanakan perencanaan, pengelolaan dan pengawasan atas anggaran perusahaan.
-

2.4.1.9 Financial, AR , GA Vice President

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, mengarahkan, mengevaluasi dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan, pencatatan/ pembukuan transaksi, perpajakan, dan juga aset di Perusahaan untuk menjalankan aktivitas perusahaan serta menghasilkan informasi bagi manajemen dan pihak berkepentingan lainnya.
- b. Mengkoordinasi penyusunan laporan keuangan bulanan, triwulan, semester dan tahunan Perusahaan untuk memastikan laporan keuangan dibuat sesuai dengan standar akuntansi untuk kepentingan Pemeriksaan Audit, Bank, Shareholder.
- c. Memastikan seluruh asset Perusahaan tercatat dengan baik dan sesuai dengan real aset. Mengelola penyelenggaraan pencatatan perpajakan dan penyusunan SPT di Perusahaan dan Anak Perusahaan.
- d. Mengkoordinasi pelaksanaan proses pencocokan data antara catatan hutang/piutang Perusahaan dengan catatan piutang supplier (rekonsiliasi hutang/piutang).
- e. Menyusun buku kinerja secara periodik.
- f. Mengkoordinir Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan untuk Biro & Bidang Usaha di Perusahaan dan menyusun Laporan Keuangan.
- g. Menyiapkan bahan materi rapat komisaris dan Rapat Koordinasi.

2.4.1.10 Finance AVP

- a. Melakukan perencanaan, pengawasan dan evaluasi serta menjaga keamanan aset perusahaan atas aktivitas kerja keuangan keseluruhan perusahaan baik di cabang dan di pusat.
- b. Menyusun rencana Kerja dan Anggaran tahunan Unit Keuangan, mengkoordinasi pelaksanaan dan melaksanakan evaluasi.
- c. Melakukan pencatatan manual kas bank dan kas besar.
- d. Merencanakan pengeluaran kas/bank harian / mingguan / bulanan.
- e. Mengontrol pembuatan BG/cek.
- f. Memastikan bahwa semua penerimaan & pengeluaran kas / bank sudah sesuai prosedur.
- g. Memastikan bahwa dokumen tagihan perusahaan khususnya melalui kantor pusat sudah sesuai dengan persyaratannya dan terkirim ke pelanggan sesegera mungkin.
- h. Melakukan kontrol harian atas piutang-piutang perusahaan.
- i. Mengkoordinir dan memantau pengarsipan data administrasi di lingkup Seksi Keuangan.

2.4.1.11 Account Receivable AVP

- a. Mengontrol cash-in dan pelaksanaan operasional di cabang terkait dengan TOP dan plafon piutang yang diberikan pada pelanggan.
 - b. Membuat perencanaan cash in bulanan bersama dengan kantor cabang.
-

- c. Membuat laporan piutang (lancar dan tidak lancar) secara mingguan.
- d. Menyeleksi proses penambahan TOP dan plafon jika ada pengajuan dari cabang serta selektif.

2.4.1.12 General Affair AVP

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, melaksanakan dan mengevaluasi segala kegiatan yang berhubungan dengan urusan General Affair perusahaan sehingga berjalan secara lancar.
- b. Mengawasi kegiatan administrasi umum / pensiun / asuransi / pajak dan pengakhiran pekerja sesuai dengan ketentuan, agar dilakukan proses pembayaran dengan benar dan tepat pada waktunya.
- c. Mengkoordinir sewa gudang, kendaraan, peralatan IT (laptop), forklift, dan sewa truk. Mengawasi proses pemeliharaan AC berkala, mobil, lift, apar, genset, alat dapur, ATK kantor, dan memantau kebersihan protokol kesehatan.
- d. Mengawasi agar surat dan dokumen baik dari luar maupun dari dalam perusahaan tersampaikan dengan tepat.
- e. Mendukung seluruh operasional kantor dengan melakukan proses pengadaan seluruh peralatan yang dibutuhkan ketika kerja (seperti: ATK, meja/ kursi kerja, AC dst).

2.4.1.13 Secretariat Falling APV

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, melaksanakan dan mengevaluasi segala kegiatan yang berhubungan dengan urusan kesekretariatan & kearsipan perusahaan sehingga berjalan secara rapi, tertib, dan lancar
- b. Merencanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan kesekretariatan.
- c. Merencanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan mengevaluasi pelaksanaan pengelolaan arsip / dokumen aktif dan inaktif perusahaan.
- d. Merencanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan mengevaluasi pelaksanaan e-filing perusahaan.

2.4.1.14 Transportation & Distribution Vice President

- a. Bertanggung jawab atas fungsi kontrol dan proses yang baik atas efektivitas & efisiensi kendaraan, perencanaan bisnis dan bimbingan serta konsultasi bawahan.
 - b. Melaksanakan fungsi manajerial pada bidang logistik dan transportasi meliputi fungsi perencanaan logistik dan transportasi, fungsi kontrol & pengendalian log dan Transportasi serta evaluasi dan analisa Log dan transportasi
 - c. Membuat perencanaan & pelaksanaan pengembangan perusahaan meliputi pengembangan
-

- yang horizontal dan vertikal.
- d. Menghadiri pertemuan bisnis dengan pihak eksternal (supplier) dan memberikan laporan ke Direksi.
 - e. Melaksanakan tugas & tanggung jawab terhadap keikutsertaannya pada Tim yang dibentuk oleh Perusahaan.
 - f. Membuat strategi untuk meminimalkan resiko dari setiap aktifitas Log & Trans serta kegagalan pengembangan perusahaan.
 - g. Melakukan Kontrol terhadap pelaksanaan rekonsiliasi hutang dagang perusahaan dengan pihak supplier.

2.4.1.15 Cement Purchasing AVP

- a. Melaksanakan fungsi manajerial pada bidang logistik meliputi fungsi perencanaan logistik, fungsi kontrol & pengendalian log serta evaluasi dan analisis logistik. Membuat perencanaan & pelaksanaan pengembangan perusahaan meliputi pengembangan yang horizontal dan vertical
- b. Menghadiri pertemuan bisnis dengan pihak eksternal (supplier) dan memberikan laporan ke Transportation & Distribution VP.
- c. Melaksanakan tugas & tanggung jawab terhadap keikutsertaannya pada Tim yang dibentuk oleh Perusahaan.
- d. Melakukan pengarahan, bimbingan dan konsultasi bawahan di unit yang menjadi tanggung jawabnya.
- e. Membuat strategi untuk meminimalkan resiko dari setiap aktifitas logistik serta kegagalan pengembangan perusahaan.

2.4.1.16 Warehouse & Transportation AVP

- a. Melakukan perencanaan, mengatur dan mengelola serta mengevaluasi.
 - b. Memantau kondisi armada (maintenance) & kebutuhan armada di seluruh cabang. Melakukan administrasi & pengarsipan dokumen transportasi yang menjadi tanggung jawabnya.
 - c. Melakukan maintenance atas persediaan palet di cabang serta melakukan tindak lanjut atas pengajuan pallet yang dibutuhkan cabang.
 - d. Memberikan usulan kepada Transportation & Distribution VP mengenai pengembangan bisnis hasil dari studi kelayakan gudang, efektivitas forklift, perawatan gudang dan treatment progres.
-

2.4.1.17 Inventory Control AVP

- a. Melakukan kontrol dan bertanggung jawab terhadap aktivitas pengelolaan gudang meliputi stok opname, fasilitas gudang dan laporan dead stock dan damage stok Membuat laporan damage stock dan dead stock semen dan non semen serta memberikan usulan untuk dilakukan treatment progres.
- b. Memantau stok opname.
- c. Memantau kelengkapan fasilitas gudang baik berupa palet, forklift, spare bag.

2.4.1.18 Regional Vice President

- a. Bertanggung jawab atas terselenggaranya segala aktivitas bisnis perdagangan bangunan di wilayah regional yang menjadi tanggungjawabnya serta melakukan monitoring aktivitas cabang dan evaluasi berdasar efisiensi, efektivitas dan optimalisasi.
- b. Melakukan fungsi manajerial pada bidang pemasaran di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya, meliputi fungsi perencanaan strategis, perencanaan teknis, pengorganisasian, pelaksanaan, fungsi kontrol, pengendalian, evaluasi dan analisa.
- c. Mengembangkan bisnis perusahaan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya, meliputi pengembangan yang bersifat horizontal (diversifikasi produk & pengembangan (sub) cabang baru) dan pengembangan vertikal.

2.4.1.19 Regional AVP

- a. Bertanggung Jawab atas terselenggaranya segala aktivitas bisnis perdagangan bahan bangunan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya berdasar efisiensi, efektifitas dan optimalisasi.
- b. Melakukan fungsi manajerial pada bidang pemasaran di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya, meliputi fungsi perencanaan strategis, perencanaan teknis, pengorganisasian, pelaksanaan, fungsi kontrol, pengendalian, evaluasi dan analisa.
- c. Mengembangkan bisnis perusahaan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya, meliputi pengembangan yang bersifat horizontal (diversifikasi produk & pengembangan (sub) cabang baru) dan pengembangan vertikal.
- d. Mengkoordinir penanganan piutang bermasalah yang berumur > 60 dan < 90 hari
- e. Melaksanakan rapat koordinasi minimal pada periode sebulan sekali.
- f. Melaksanakan kunjungan pelanggan dalam rangka layanan customer.

2.4.1.20 Semen Curah, Jumbo Bag, Mining & International Trading VP

- a. Bertanggung Jawab atas terselenggaranya segala aktivitas bisnis semen curah, jumbo bag, mining & international trading serta melakukan monitoring, pengelolaan, perencanaan
-

strategis dan evaluasi berdasar efisiensi, efektifitas dan optimalisasi.

- b. Melakukan fungsi manajerial pada bidang semen curah, jumbo bag, mining & international trading.
- c. Melakukan perencanaan strategis dalam rangka mencapai target perusahaan. Monitoring aktivitas penjualan semen curah, jumbo bag, mining & international trading.
- d. Melakukan evaluasi terhadap aktivitas penjualan semen curah, jumbo bag, mining & international trading.
- e. Mengkoordinir penanganan piutang pelanggan bermasalah.

2.4.1.21 RAVP Semen Curah & Project

- a. Bertanggung Jawab atas terselenggaranya segala aktivitas bisnis semen curah, jumbo bag & proyek di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya serta melakukan evaluasi berdasar efisiensi, efektifitas dan optimalisasi.
- b. Melakukan fungsi manajerial pada bidang semen curah, jumbo bag & proyek di wilayahnya.
- c. Melakukan perencanaan strategis dalam rangka mencapai target perusahaan di wilayahnya.
- d. Monitoring aktivitas penjualan semen curah, jumbo bag & proyek di wilayahnya. Melakukan evaluasi terhadap aktivitas penjualan semen curah, jumbo bag & proyek di wilayahnya.
- e. Mengkoordinir penanganan piutang pelanggan bermasalah di wilayahnya.

2.4.1.22 Jumbo Bag, Mining, Chemical & International Trading AVP

- a. Memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan perencanaan, koordinasi dan evaluasi seluruh kegiatan penjualan barang tambang, chemical dan international trading sesuai target RKAP yang sudah dibuat dan ditetapkan.
- b. Melakukan analisa pasar terkait dengan penjualan barang tambang, chemical dan international trading.
- c. Melakukan koordinasi atas kegiatan penjualan barang tambang, chemical dan international trading agar berjalan sesuai perencanaan.
- d. Melakukan evaluasi terhadap aktivitas penjualan barang tambang, chemical.

2.4.1.23 Digital Marketing

- a. Mengelola website perusahaan
 - b. Mengelola optimasi SEO (Search Engine Optimization)
 - c. Membantu mengelola media sosial perusahaan dimulai dari instagram, facebook, tiktok, dan youtube
 - d. Mendesain content plan untuk kebutuhan media sosial
-

2.5 Produk

2.5.1 SEMEN

INDONESIA (Persero), Tbk yang terdiri dari Ordinary Portland cement (OPC) type I Portland pozzolan cement (PPC) Dimana produk produk ini telah memiliki sistem manajemen mutu dengan standar ISO 9001 & 2000, ISO 14001:2000, SMK-3 dan sertifikasi laboratorium pengujian yang sesuai standar sistem SNI-19-17025:2000

2.5.2 PRODUK (NON-SEMEN)

1. Fiber cement & Board

Didukung oleh beberapa pabrikan utama, PT Semen Indonesia Distributor menyediakan berbagai produk fiber cement dengan berbagai macam ukuran dan kualitas yang handal, diantaranya:

- Fiber
- Board
- Plank
- Nok, dll

Produk produk ini dihasilkan oleh pabrik-pabrik nasional yang telah mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2000, ISO 14001- AS 4801

2. Besi beton, Paku, Kawat

PT Semen Indonesia Distributor menyediakan berbagai macam ukuran & jenis besi beton dan paku dengan kualitas mutu yang baik

- Besi Beton SNI
- Kawat potong & wire rod
- Paku
- Wiremesh

Produk produk tersebut dihasilkan oleh pabrik pabrik besi nasional yang telah mendapatkan sertifikasi ISO 9002

3. Gypsum

PT Semen Indonesia Distributor menyediakan berbagai produk lainnya seperti gypsum board, casting, cornice, dll

4. Bata ringan

Didukung oleh beberapa pabrikan ternama, PT Semen Indonesia Distributor juga menyediakan berbagai produk beton ringan AAC dengan produknya meliputi:

- Bata ringan
- Panel lantai & atap
- Panel dinding
- Mortar

2.5.3 Jasa

1. Jasa angkutan

PT Semen Indonesia Distributor menyediakan layanan jasa pengangkutan produk bahan bangunan wilayah pulau jawa dengan layanan yang cepat dan akurat serta didukung dengan SDM & system informasi yang handal

2.5.4 Kantor

PT Semen Indonesia Distributor memiliki banyak kantor cabang yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, seperti di Jawa Timur, Jawa tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta – Banten, dan Luar jawa. Berikut daftar kantor cabang yang tersebar di:

1. Jawa Timur

- | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| 1. Cabang Surabaya | 11. Cabang Mojokerto | 21. Cabang Nganjuk |
| 2. Cabang Sidoarjo | 12. Cabang Bojonegoro | 22. Cabang Tulungagung |
| 3. Cabang Kediri | 13. Cabang Lamongan | 23. Cabang Ponorogo |
| 4. Cabang Blitar | 14. Cabang Tuban | 24. Cabang Ngawi |
| 5. Cabang Trenggalek | 15. Cabang Bangkalan | 25. Cabang Madiun |
| 6. Cabang Gresik | 16. Cabang Sampang | 26. Cabang Malang |
| 7. Cabang Probolinggo | 17. Cabang Sumenep | |
| 8. Cabang Lumajang | 18. Cabang Banyuwangi | |
| 9. Cabang Jember | 19. Cabang Situbondo | |
| 10. Cabang Bondowoso | 20. Cabang Jombang | |

2. Jawa Tengah

- | | | |
|---------------------|-----------------------|-------------------------|
| 1. Cabang Blora | 11. Cabang Sukoharjo | 21. Cabang Banjarnegara |
| 2. Cabang Purwodadi | 12. Cabang Yogyakarta | 22. cabang Kebumen |
| 3. Cabang Rembang | 13. Cabang Klaten | |
| 4. Cabang Pati | 14. Cabang Boyolali | |
| 5. Cabang Jepara | 15. Cabang Kulonprogo | |
| 6. Cabang Demak | 16. Cabang Sleman | |
-

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 7. Cabang Ungaran Kendal | 17. Cabang Magelang |
| 8. Cabang Pekalongan | 18. Cabang Purworejo |
| 9. Cabang Tegal | 19. Cabang Purwokerto |
| 10. Cabang Solo | 20. Cabang Wonocolo |

3. Jawa Barat

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. Cabang Bandung | 11. Cabang Karawang |
| 2. Cabang Bandung Timur | 12. Cabang Bogor |
| 3. Cabang Tasikmalaya | 13. Cabang Gunung Sindur |
| 4. Cabang Banjar | 14. Cabang Cianjur |
| 5. Cabang Cirebon | 15. Cabang Padalarang |
| 6. Cabang Sukabumi | 16. Cabang Indramayu |
| 7. Cabang Majalengka | 17. Cabang Kuningan |
| 8. Cabang Pamanukan | 18. Cabang Pandeglang |
| 9. Cabang Bekasi | |
| 10. Cabang Cirebon | |

4. DKI Jakarta & Banten

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. Cabang Serang | 4. Cabang Jakarta Timur |
| 2. Cabang Jakarta Barat | 5. Cabang Tangerang |
| 3. Cabang Cakupan | |

5. Kantor Cabang Luar Jawa

- | | |
|---------------------|-----------------------------|
| 1. Cabang Samarinda | 6. Cabang Jembrana |
| 2. Cabang Klungkung | 7. Cabang Singaraja |
| 3. Cabang Denpasar | 8. Cabang Banjarmasin |
| 4. Cabang Tabanan | 9. Cabang Kutai kartanegara |
| 5. Cabang Lombok | |

2.6 Anak Perusahaan

PT Semen Indonesia Distributor memiliki anak perusahaan yakni :

1. PT Roemah Kita Gresik
-

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Pengertian Digital Marketing

Digital marketing adalah proses pemasaran produk atau layanan yang menggunakan teknologi digital. Sejak tahun 1990-an sampai 2000-an telah mengubah cara merek dan bisnis menggunakan teknologi untuk melakukan proses pemasaran, karena platform digital semakin masuk kedalam rencana pemasaran sehari-hari.

Selain itu, Digital Marketing memungkinkan pengiklan berkomunikasi langsung dengan konsumen tanpa terhalang oleh waktu dan lokasi geografis. Dimana salah satu cara terbaik dalam meminimalisir kecacauan dan berkomunikasi langsung dengan pelanggannya yaitu dengan melakukan pemasaran digital (Mahalaxmi dan Ranjith, 2016). Oleh karena itu, diperlukan peninjauan untuk memeriksa apakah semua kemampuan yang dimiliki siap untuk membantu perusahaan/instansi mengelola media digital yang ada untuk dapat membantu pengambilan keputusan yang tepat agar perusahaan/instansi dapat dengan sukses melakukan sebuah pemasaran digital. Tetapi, dalam melaksanakan pemasaran digital tentu harus mengadaptasikan prinsip-prinsip pemasaran tradisional dan menggunakan pemasaran digital sebagai sebuah peluang dan tantangan yang dapat memberikan hal baru kepada perusahaan/instansi melalui media digital tersebut (Rob Stokes, 2013).

3.2 Model Digital Marketing

(Rob Stokes, 2013) dalam bukunya memaparkan terdapat beberapa metode digital marketing yang sering diterapkan, yaitu:

3.2.1 SEO (Search Engine Optimisation)

Search Engine Optimization (SEO): Ini adalah proses mengoptimalkan situs web untuk "berperingkat" lebih tinggi di mesin pencari halaman hasil, sehingga meningkatkan jumlah organik (atau gratis) lalu lintas yang diterima situs web. Saluran yang manfaat dari SEO termasuk Website, Blog, dan Infografis.

Search Engine Optimization (SEO) adalah bagian penting dari proses pemasaran, menurut Google (2010) hal ini menjadi sebuah peluang yang dimanfaatkan oleh sejumlah pihak untuk menawarkan jasa optimasi mesin pencari bagi perusahaan yang memiliki basis usaha di internet

3.2.2 Search Advertising

Dalam memasarkan produk melalui media online, iklan pencairan merupakan metode menempatkan iklan pada halaman web yang menunjukkan hasil dari permintaan mesin

pencarian. iklan pencarian di targetkan untuk mencocokkan istilah kata kunci yang dimasukan pada mesin pencarian. Hal ini berkontribusi pada daya tarik iklan suatu penelusuran bagi pengiklan. Konsumen akan sering menggunakan mesin pencari untuk membandingkan pilihan pembelian sebelum mengambil keputusan pembelian.

Kesempatan untuk menyajikan kepada konsumen iklan yang disesuaikan dengan minat pembelian langsung mereka mendorong konsumen untuk mengklik iklan pencarian alih-alih hasil pencarian yang tidak berbayar, yang seringkali kurang relevan. Untuk pengguna online, Iklan Pencarian Bersponsor menawarkan hasil pencarian yang sangat relevan yang didasarkan pada permintaan konsumen sendiri dan, dengan demikian, mereka dianggap kurang mengganggu daripada iklan banner atau iklan pop-up. Selain itu, Iklan Pencarian Bersponsor mengurangi biaya pencarian pengguna online dan meningkatkan aksesibilitas ke informasi yang berguna dalam jangka waktu yang terbatas. Akibatnya, Iklan Pencarian Bersponsor telah menjadi elemen penting dari pengalaman penjelajahan pengguna online dan pencarian informasi di Web. Iklan pencarian adalah alternatif untuk SEO dan SEM (Wikipedia)

3.2.3 Online Advertising

Online advertising / Iklan online adalah bentuk suatu ide yang berbayar atas presentasi non pribadi, promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas. iklan bisa menjadi suatu wadah yang baik untuk mempromosikan pesan baik untuk membangun preferensi suatu merek (Kotler 2009:202)

3.2.4 Affiliate Marketing

Pemasaran afiliasi paling umum digunakan untuk situs web e-commerce, tetapi tidak terbatas oleh e-commerce saja. Pemasaran afiliasi berbasis kinerja dimana pedagang memberi imbalan komisi afiliasi untuk referensi yang berhasil. Dan elemen yang paling penting dalam sebuah pemasaran afiliasi adalah pelacakan (Rob Stokes)

3.2.5 Video Marketing

Video telah menjadi bagian dari dunia online, potensi untuk memaparkan suatu konten sangatlah besar. Video dapat di hosting di situs web berbagi video populer untuk memanfaatkan pemirsa yang sudah ada dan antarmuka yang dikembangkan, atau di situs web khusus yang memungkinkan pengaturan bebas

3.2.6 Social Media

Media sosial dapat digunakan secara strategis dalam sejumlah tantangan pemasaran dan komunikasi:

- Manajemen komunitas
- Dukungan dan layanan pelanggan
- Manajemen reputasi
- Pengoptimalan mesin telusur
- Komunikasi dan penjangkauan
- Iklan dan kesadaran
- Penjualan dan perolehan prospek
- Wawasan dan penelitian

Membuat strategi media sosial membutuhkan perencanaan yang matang, dan fondasi yang kuat yang memungkinkan menjadi dinamis (Rob Stokes)

Jenis-jenis dan platform yang sering digunakan untuk strategi pemasaran digital meliputi:

Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Youtube, Pinterest, Snapchat, dan Tiktok

3.2.7 Email Marketing

Pemasaran email adalah bentuk pemasaran langsung yang dapat memberikan ROI terbaik dari semua pemasaran digital taktik. Seperti:

- Sangat bertarget dan dapat disesuaikan
- Hemat biaya
- Mudah diatur, diuji, dan dilacak

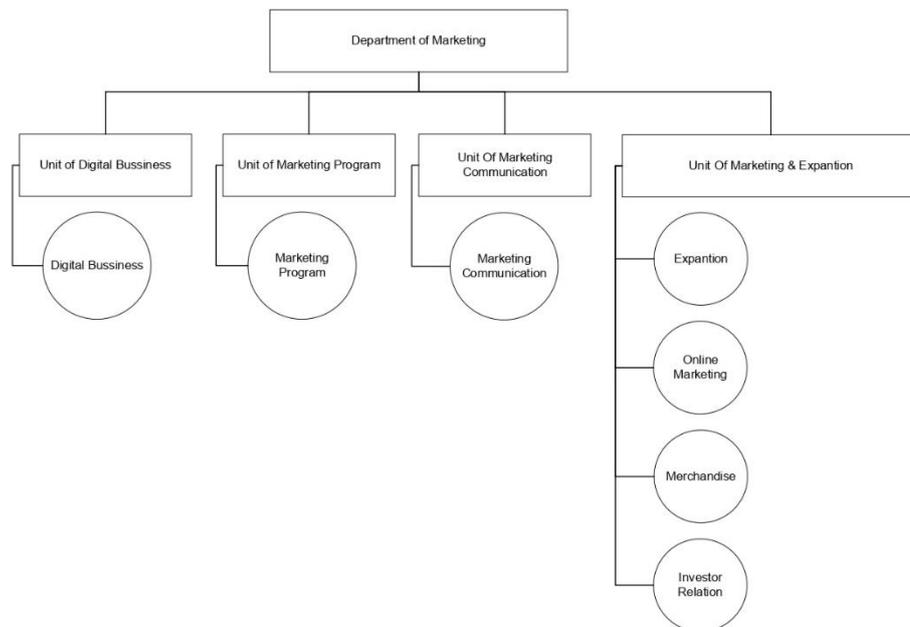
Mendapatkan izin eksplisit untuk mengirim pemasaran email kepada seseorang adalah prasyarat untuk sukses email Pemasaran. Setelah memiliki izin ini, semua email yang dikirim oleh organisasi dan individu dalam organisasi itu dapat dilihat sebagai peluang pemasaran.

Pemasaran email yang sukses membutuhkan perencanaan dan pengujian yang cermat. Email HTML (*Hypertext Markup Language*) perlu diuji di berbagai klien email, dan harus diuji untuk skor spam, sebelum digunakan. Semua email yang dikirim ke daftar pelanggan harus menyediakan tautan berhenti berlangganan yang mudah dan dapat diakses di email (Rob Stokes)

BAB IV

PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja



Gambar 4.1 Struktur Unit Kerja

4.2 Tugas Unit kerja

Berikut beberapa tugas unit kerja dari Divisi Digital Marketing :

1. Digital Marketing Manager
2. Digital Riset & Analisis Officer
3. SEO (*Search Engine Optimization*) Officer
4. Content & Graphic Design Officer
5. Social Media Officer
6. Admin & Dispatch Officer

4.2.2 Penjelasan Singkat Tugas Unit Kerja

1. Digital Marketing Manager
 - a. Bertanggung jawab atas semua pemasaran dan branding produk ke masyarakat melalui digital
 - b. Membuat konsep campaign marketing di seluruh chanel-chanel

 2. Digital Riset & Analisis Officer
 - a. Melakukan riset untuk mencapai tujuan perusahaan
 - b. Menganalisis dan mengolah berbagai macam data dalam jumlah yang besar
 - c. Menafsirkan data secara jelas
 - d. Memberikan saran melalui temuan yang ditemukan

 3. SEO Officer
 - a. Mencari keyword
 - b. Mengoptimalkan konten pada halaman
 - c. Mencari strategi link building

 4. Content & Graphic Desain Officer
 - a. Menciptakan ilustrasi, ilustrasi, fotografi atau grafis motion
 - b. Bertanggung jawab atas tampilan pemasaran pada media promosi suatu produk

 5. Social Media Officer
 - a. Memperbarui situs media sosial
 - b. Menulis blog, artikel pada halaman website
 - c. Menanggapi postingan media sosial yang sedang berkembang
 - d. Memeriksa umpan balik dari pelanggan secara online mengenai perusahaan
 - e. Membuat konten yang bagus untuk menarik pelanggan ke situs halaman perusahaan

 6. Admin & Dispatch Officer
 - a. Melihat harga perbandingan dari kompetitor
 - b. Sebagai customer service
 - c. Membantu calon customer untuk memproses pesanan dengan cabang terkait
-

4.3 Judul Tugas Khusus

Adapun tujuan dari kegiatan kerja praktik ini adalah untuk mengimplementasikan teori digital marketing di lapangan. Penulis melakukan kerja praktik sebagai social media officer yang penulis lakukan selama praktik kerja lapangan, adapun tugas khusus penulis selama magang di PT Semen Indonesia Distributor sebagai berikut:

- Melakukan riset untuk meningkatkan engagement media sosial perusahaan
- Membuat content plan yang akan dilakukan selama enam bulan yang akan datang

4.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini tentang verifikasi dan monitoring yang bertujuan untuk membantu meningkatkan engagement media sosial perusahaan. Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk meningkatkan *brand awareness* produk yang dijual oleh PT Semen Indonesia Distributor
- Untuk menganalisis *engagement* dari postingan media sosial PT Semen Indonesia Distributor

4.3.2 Metodologi Pengumpulan Data

- Studi Literatur

Data dan informasi yang kami peroleh yaitu berasal dari sumber yang dapat di pertanggung jawabkan seperti: Website Resmi Perusahaan PT. Semen Indonesia Distributor.

- Observasi

Selama menjalankan masa kerja praktik lapangan kami melakukan pengamatan pada setiap pekerjaan serta kami kaitkan dengan teori – teori yang telah kami dapatkan selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan

- Wawancara

Sebelum melakukan kerja praktik kami melakukan wawancara kepada staff akuntansi untuk pengumpulan data terkait dengan tugas kerja praktik.

- Dokumentasi
-

Selama kegiatan kerja praktik berlangsung kami mendokumentasi kegiatan apa saja yang kami lakukan di PT. Semen Indonesia Distributor.

4.3.3 Implementasi manajemen pemasaran di perusahaan

1. POAC

- *Planning* : PT Semen Indonesia Distributor (SID) merencanakan strategi baru perusahaan sampai tahun 2030. Transformasi bisnis baru mendorong produk non semen dan penjualan produk melalui digital di bahanmaterial.com sehingga bisa tumbuh secara pesat.
- *Organizing* : Menyiapkan struktur organisasi, menyiapkan infrastruktur seperti melakukan pembelian kamera, penambahan outlet dan perluasan gudang
- *Actuating* : Bekerjasama dengan vendor untuk develop program web store bahanmaterial.com
- *Controlling* : melakukan weekly meeting, check point meeting untuk memantau progress supaya sesuai dengan target dan timeline

4.3.4 Problem Solving Perusahaan

1. Instruksi ambil alih pasar dari distributor

PT Semen Indonesia Distributor berencana akan menjadi Mega Distributor produk non-semen, dan perubahannya ada pada sisi sistem administrasi. Namun hal tersebut masih dalam proses yang panjang.

2. Keterlambatan Pengiriman

Keterlambatan pengiriman di cabang banyak di sebabkan oleh :

- Ketidakjelasan jadwal pengiriman
- Ketidaksiapan armada (kondisi armada kurang layak jalan)
- Kurangnya koordinasi antara cheker, admin dan sales

3. Transformasi Sistem

PT Semen Indonesia dahulu menggunakan sistem SIWA (Sistem Informasi Waru Abadi) kemudian berubah menggunakan sistem SAP (System Application and Product in data processing) yang digunakan untuk mengolah semua data di perusahaan. Karena adanya perubahan tersebut maka SDM yang ada di PT Semen Indonesia Distributor membutuhkan waktu lebih banyak dan beradaptasi lagi dari awal.

4. Persaingan Strategi Promosi

Dengan bermuncuhnya brand-brand baru dan membawa strategy yang baru turut andil mempengaruhi supply and demand di pasar. Promosi yang dilakukan oleh pesaing di rasa lebih menarik di mata konsumen sehingga hal tersebut mempengaruhi penjualan dari PT Semen Indonesia Distributor

4.4 Manajemen Kompensasi

Milkovich, Newman & Gerhart (2014:11) yang menyatakan bahwa kompensasi merupakan upah yang diterima seorang individu sebagai balasan dari pekerjaan yang mereka lakukan, yang secara umum merupakan sumber dari keamanan financial mereka. Beberapa point menurut Milkovich, Newman & Gerhard (2014) adalah sebagai berikut :

1. Sistem Gaji pada PT Semen Indonesia Distributor

PT Semen Indonesia Distributor merupakan perusahaan yang masuk kedalam holding SIIOG Group, maka sistem gaji pada perusahaan PT Semen Indonesia Distributor menggunakan 3P (*Pay for Position, Pay for Performance, dan Pay for Person*)

2. Strategi Organisasi Internal PT Semen Indonesia Distributor

Dalam menjaga agar asas keadilan terjaga PT Semen Indonesia Distributor menggunakan strategi 3P (*Pay for Postion, Pay for Performance, dan Pay for person*) agar tepat sasaran

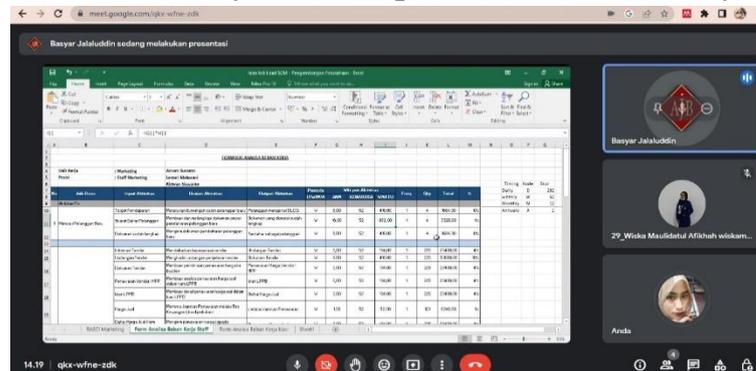
3. Mendefinisikan Kebutuhan Analisis Pekerjaan untuk Menetapkan Bayaran

PT Semen Indonesia Distributor dalam mendefinisikan kebutuhan analisis pekerjaan untuk menetapkan bayaran menggunakan metode *job load* yakni menganalisis output aktivitas apa yang di kerjakan oleh karyawan dan hasil akhir akan ada konversinya

4. Struktur Bayaran Berbasis Individu

Struktur bayaran berbasis individu di PT Semen Indonesia Distributor di nilai dari latar belakang pendidikan, pengalaman dan pengetahuan karyawan

5. Desain Level Bayaran, Campuran, dan Struktur Bayaran



Jenis Pekerjaan	Gaji Pokok	Tunjangan	Total
Manajemen	10.000.000	1.000.000	11.000.000
Manajemen	8.000.000	800.000	8.800.000
Manajemen	6.000.000	600.000	6.600.000
Manajemen	4.000.000	400.000	4.400.000
Manajemen	2.000.000	200.000	2.200.000
Manajemen	1.000.000	100.000	1.100.000
Manajemen	500.000	50.000	550.000
Manajemen	300.000	30.000	330.000
Manajemen	200.000	20.000	220.000
Manajemen	100.000	10.000	110.000
Manajemen	50.000	5.000	55.000
Manajemen	30.000	3.000	33.000
Manajemen	20.000	2.000	22.000
Manajemen	10.000	1.000	11.000
Manajemen	5.000	500	5.500
Manajemen	3.000	300	3.300
Manajemen	2.000	200	2.200
Manajemen	1.000	100	1.100
Manajemen	500	50	550
Manajemen	300	30	330
Manajemen	200	20	220
Manajemen	100	10	110
Manajemen	50	5	55
Manajemen	30	3	33
Manajemen	20	2	22
Manajemen	10	1	11
Manajemen	5	0,5	5,5
Manajemen	3	0,3	3,3
Manajemen	2	0,2	2,2
Manajemen	1	0,1	1,1

Gambar 5. Desain Level bayaran

Struktur bayaran di PT Semen Indonesia Distributor juga mencakup tunjangan umum, tunjangan fungsional, tunjangan representasi, dan gaji pokok karyawan

6. Pentingnya Bayaran Berdasarkan Kinerja

PT Semen Indonesia Distributor menerapkan *Pay for Performance* dalam menentukan bayaran kinerja karyawan untuk menjaga asas keadilan di dalam perusahaan

7. Pentingnya Penilaian Kinerja

Perusahaan PT Semen Indonesia Distributor menggunakan manajemen kompensasi untuk penilaian kerja karyawan

8. Proses Penentuan Benefit Karyawan

Benefit karyawan pada perusahaan PT Semen Indonesia Distributor yang baku seperti gaji, cuti, asuransi. Karena sudah tertulis pada UU cipta kerja dan peraturan perusahaan.

Selain benefit baku juga terdapat benefit yang tidak baku artinya benefit yang didapatkan karyawan merupakan bentuk perhatian perusahaan kepada karyawan seperti tunjangan keluarga, dispensasi

kerja (istri lahiran, sunat, meninggal dsb), olahraga (futsal, badminton), hak istirahat bekerja, bantuan kacamata, dan religi (cuti haji, umroh)

4.5 Manajemen Risiko

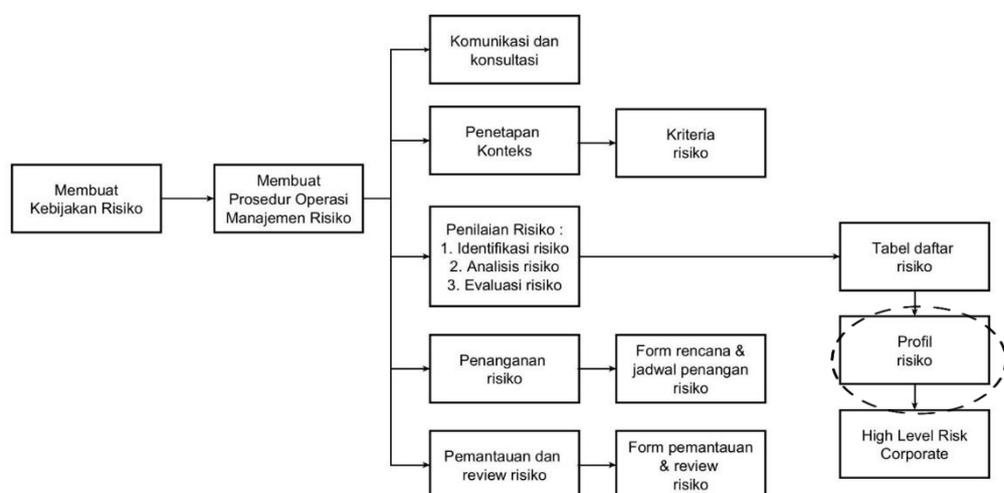
Risiko adalah dampak dari ketidak pastian untuk mencapai tujuan perusahaan (ISO 31000). Setiap kegiatan selalu menghadapi dan berhubungan dengan risiko karena risiko melekat dalam proses bisnis dan merupakan potensi terjadi kerugian (Dr. Embun Prowanta, 2018). Dalam bukunya Manajemen risiko di bagi beberapa point yakni :

1. Manajemen Risiko

PT Semen Indonesia Distributor menerapkan Manajemen risiko di perusahaan untuk mengidentifikasi setiap proses operasional. Mulai dari SOP, pelaksanaan operasional dan hasil.

2. Tahapan Manajemen Risiko

Pemahaman manajemen risiko memungkinkan pihak manajemen untuk terlibat ketika menghadapi ketidakpastian dengan risiko dan peluang yang berhubungan dengan meningkatkan kemampuan organisasi untuk memberikan nilai tambah. Berikut proses manajemen risiko pada Silog Grup :



(sumber : Silog Group 2022)

3. Instruksi Direksi Penunjukan Risk Officer di Unit Kerja

Manajemen Risiko di Silog Grop tertulis pada instruksi direksi yang berisi :

- Memberikan pemahaman manajemen risiko kepada para pemilik risiko (*risk owner*) di area kerja Biro/VP/Bidang Usahanya masing-masing
 - Membangun budaya sadar risiko di area kerja Biro/VP/Bidang Usahanya masing-masing
 - Melaksanakan dan memantau penerapan manajemen risiko di area kerja Biro/VP/Bidang Usahanya masing-masing sesuai kebijakan manajemen risiko dan pedoman manajemen yang ditetapkan Direksi
 - Memastikan identifikasi risiko selaras dengan target dan rencana bisnis perseroan
 - Memantau dan memastikan pelaksanaan *mitigation plan* di area kerja Biro/VP/Bidang Usahanya masing-masing
 - Membantu pemilik risiko (*risk owner*) dalam menerapkan manajemen risiko di area kerjanya
 - Mengintegrasikan proses manajemen risiko dalam aktivitas operasional sehari-hari di area kerja Biro/VP/Bidang Usahanya masing-masing
 - Mengkomunikasikan pelaksanaan manajemen risiko di area kerjanya kepada kepala Biro/VP/Bidang usahanya masing-masing
 - Memberikan masukan kepada unit manajemen risiko perseroan dalam pengembangan pedoman manajemen risiko perseroan
 - Menyusun pembentukan risk register yang meliputi identifikasi risiko, analisis risiko, dan evaluasi risiko bersama *risk owner*
 - Melaporkan kepada Direksi SILOG secara berkala setiap 3 (tiga) bulan sekali meliputi :
 - Realisasi penanganan risiko, progress di dukung
-

dengan bukti dokumentasi dan eviden pelaksanaan *mitigation plan* di area kerja Biro/VP/Bidang usahanya masing-masing

- Semua peristiwa yang menyebabkan kerugian (*loss event*) di area kerja Biro/VP/Bidang usahanya masing-masing
- Rencana tindak lanjut (RTL) / *mitigation plan* atas risiko yang ada di area kerja Biro/VP/Bidang usahanya masing-masing

4. Buku Pedoman Manajemen Risiko

Silog Grup memiliki pedoman tentang manajemen risiko yang di tulis dalam buku SK Direksi tentang pedoman penerapan manajemen risiko

5. Tujuan Manajemen Risiko

Tujuan dari menerapkan manajemen risiko adalah menciptakan dan melindungi nilai. Manajemen risiko meningkatkan kinerja dan mendorong inovasi dan mendukung pencapaian sasaran

4.6 Riset Pemasaran

Menurut Malhotra (2010) riset pemasaran adalah fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan, dan masyarakat dengan pemasar melalui informasi-informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menentukan peluang dan masalah pemasaran; menghasilkan, memperbaiki, dan mengevaluasi tindakan pemasaran; memantau kinerja pemasaran dan meningkatkan pemahaman pemasaran sebagai proses

1. Proses Riset Pemasaran

a. Mendefinisikan Masalah

Riset pemasaran di 8 kantor cabang PT Semen Indonesia Distributor berfokus pada bagaimana meningkatkan omset secara berkesinambungan, tingkat produktivitas CRO dan penambahan jumlah toko baru

b. Menyusun Desain Penelitian

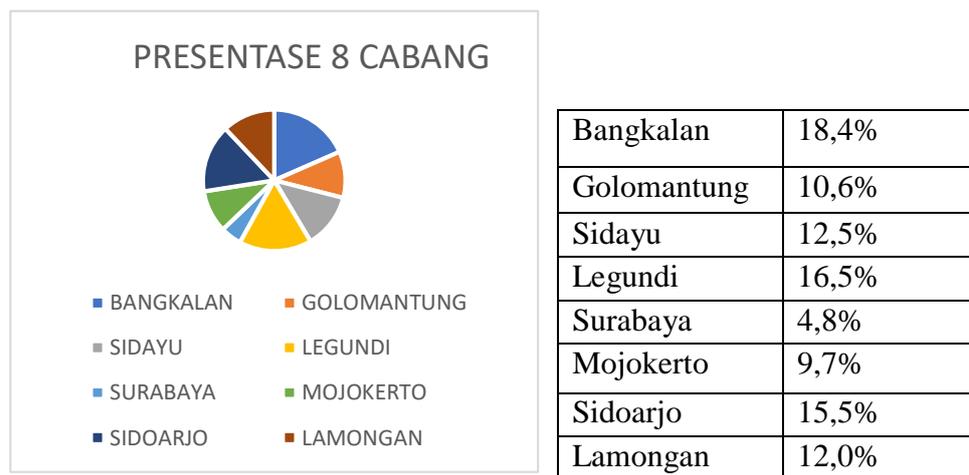
Penelitian ini menggunakan desain kuisoner dan proses

pengambilan sample menggunakan *Branch Manager* (BM) yang berada di 3 cabang dengan presentase tertinggi di wilayah Gerbangkertosusilo yakni cabang bangkalan, Legundi, dan Sidoarjo

c. Pengumpulan Data

Data di kumpulkan menggunakan kuisioner yang di sebar kepa BM cabang kantor pusat dari PT Semen Indonesia Distributor

5 Klasifikasi Objek



- a. Lokasi : Penelitian ini berfokus pada cabang PT Semen Indonesia Distributor yang berada di area Jawa Timur khususnya Gerbangkertosusila [Gresik (Sidayu dan Golomantung), Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan]
- d. Omset : Pada tahun 2022 pendapatan omset tertinggi 3 teratas adalah Bangkalan, Legundi, dan Sidoarjo

6 Pengumpulan data

- **Data Omset tahun 2022**

Besaran Omset Tiap Cabang		
Cabang	Produk Semen	Produk Non Semen
Bangkalan	16,4 %	2,0 %
Legundi	15,0 %	1,5 %
Sidoarjo	12,9 %	2,6 %
Sidayu	11,9 %	0,7 %
Lamongan	10,8 %	1,2 %
Golomantung	9,7 %	0,8 %
Mojokerto	8,4 %	1,3 %
Surabaya	4,7 %	0,1 %

Melalui data diatas di peroleh informasi bahwa Bangkalan memiliki presentase omset terbanyak untuk cakupan wilayah Gerbangkertasusilo dengan rincian untuk produk semen sebanyak 16,5 % sedangkan produk non-semen sebesar 2,0%

- **Kuisoner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini penulis melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Kategori	Penilaian	Interval prosentase
Berpengaruh	5	81% - 100%
Cukup Berpengaruh	4	61% - 80%
Netral	3	41% - 60%
Cukup tidak berpengaruh	2	21% - 40%
Tidak berpengaruh	1	0% - 20%

7 Hasil

- a. Aspek yang diuji dalam seberapa berpengaruh produk dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 87% termasuk kategori berpengaruh
 - b. Aspek yang di uji dalam seberapa berpengaruh harga dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 93% termasuk kategori berpengaruh
 - c. Aspek yang di uji dalam seberapa berpengaruh tempat dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 73% termasuk kategori cukup berpengaruh
 - d. Aspek yang di uji dalam seberapa berpengaruh promosi dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 87 % termasuk kategori berpengaruh
 - e. Aspek yang di uji dalam seberapa berpengaruh kerja tim dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 100 % termasuk kategori berpengaruh
 - f. Aspek yang di uji dalam seberapa penting proses bisnis dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 100 % termasuk kategori berpengaruh
 - g. Aspek yang di uji dalam seberapa penting bukti fisik dalam meningkatkan performa cabang. Sesuai hasil prosentase skala likert yaitu :
 - 80% termasuk kategori cukup berpengaruh
-

Kesimpulan dari 7 aspek yang telah di uji sesuai hasil interval prosentase tertinggi menunjukkan bahwa kerja tim dan proses bisnis berpengaruh dalam meningkatkan performa cabang.

4.7 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan kerja praktik dapat memberikan pengalaman bagi penulis dalam pengaplikasian praktik dan teori yang ada di lapangan.

Kegiatan kerja praktik yang penulis lakukan selama di PT Semen Indonesia Distributor, sebagai berikut :

1. Membuat content plan untuk setiap minggunya
2. Melihat kenaikan engagement pada akun media sosial PT Semen Indonesia Distributor
3. Membuat desain konten yang akan di upload pada media sosial
4. Membuat artikel yang akan di upload pada halaman website

4.8 Jadwal Kerja Praktik

Penempatan pelaksanaan kegiatan kerja praktik ini dilakukan selama enam bulan di bagian Digital Marketing pada PT Semen Indonesia Distributor.

Adapun jadwal pelaksanaan kerja praktik dapat dilihat pada table berikut :

Kegiatan	7 September 2022 – 31 Maret 2023						
	Bulan Ke -						
	1	2	3	4	5	6	7
Pengenalan tentang PT Semen Indonesia Distributor,							
Membuat content plan selama 6 bulan kedepan							
Melakukan branding awareness produk melalui media social instagram							
Meningkatkan engagement Instagram @semenindonesiadistributor							
Mempelajari konsep dari bahanmaterial.com							

Mempelajari bagaimana cara kerja Youtube, Tiktok, dan facebook							
Membuat konten youtube, Tiktok untuk meningkatkan Branding							
Mempelajari Tokopedia dan membuat katalog produk dari bahanmaterial.com yang akan di posting pada Tokopedia							
Asistensi dan penyusunan laporan							

Tabel 4.6 Jadwal Kerja Praktik

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Selama pelaksanaan kegiatan kerja praktik, penulis memperoleh banyak pengetahuan dalam dunia kerja dan pengalaman baru yang dapat diaplikasikan konsep teori yang diperoleh selama perkuliahan. Selain itu penulis juga menarik kesimpulan bahwa digital marketing merupakan strategi yang dapat digunakan bagi perusahaan ini untuk meningkatkan penjualan serta melakukan promosi, apalagi dengan semakin berkembangnya teknologi dan social media yang telah dibuat oleh perusahaan, maka hal ini sangat bermanfaat bagi perusahaan. Dengan membuat konten video produk sebagai salah satu cara promosi di media sosial juga sangat penting, karena ini adalah salah satu cara yang mampu menarik pelanggan dengan cepat, apalagi saat ini semua orang pasti memiliki media sosial.

Studi ini juga mengangkat tentang manajemen kompensasi, manajemen risiko serta riset pemasaran yang ada di PT Semen Indonesia Distributor dan ada beberapa kesimpulan dari masing-masing studi selama kerja praktik sebagai berikut :

- Manajemen Kompensasi
 - a. PT Semen Indonesia menerapkan asas 3P (*Pay for Postion, Pay for Performance, dan Pay for person*) untuk menjalankan manajemen kompensasi yang ada di perusahaan. Pada analisis bayaran ke karyawan PT Semen Indonesia Distributor masih menggunakan Job lead dan mungkin akan segera menggunakan metode point untuk analisis bayaran
 - Manajemen Risiko
 - a. PT Semen Indonesia Distributor tergabung dalam Silog Grup maka dari itu peraturan dan tahap-tahap masih mengikuti peraturan yang di buat oleh Silog Grup
 - Riset Pemasaran
 - a. Pada riset pemasaran yang ada di 8 cabang PT Semen Indonesia Distributor yang berlokasi di Gerbangkartasusila (Gresik (Sidayu dan Golomantung), Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan) menunjukkan bahwa masing-masing BM (*Branch Manager*) mempunya strategi masing-masing untuk
-

meningkatkan omset pendapatan yang terdapat di masing-masing cabang

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman yang diperoleh penulis selama melaksanakan kegiatan kerja praktik pada PT Semen Indonesia Distributor, maka penulis disini memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pembaca dan PT Semen Indonesia Distributor agar dapat berjalan lebih baik untuk kedepannya.

1. Segera direalisasikan buat berbagi media yg akan dipakai oleh divisi Digital Marketing yaitu Instagram & TikTok menjadi menunjang penyampaian informasi.
2. Memaksimalkan manajemen kompensasi yang ada di perusahaan
3. Meningkatkan tentang manajemen risiko terutama isu risiko teknologi informasi
4. Strategi untuk meningkatkan omset per cabang bisa dilakukan dengan maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Bab III metode Penelitian A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.* (n.d.). Retrieved February 19, 2023, from <http://digilib.uinsby.ac.id/16840/6/Bab%203.pdf>
- Badan Standardisasi nasional.* (n.d.). Retrieved February 19, 2023, from <https://perpustakaan.bsn.go.id/repository/ca09e618c360ecd38f4f0ccfc828a2ff.pdf>
- Compensation. George T. Milkovich. Jerry M. Newman. Barry Gerhart. Eleventh Edition. McGraw-Hill Irwin. Cornell University.* PDF Free Download. (n.d.). Retrieved February 19, 2023, from <https://docplayer.net/20992284-Compensation-george-t-milkovich-jerry-m-newman-barry-gerhart-eleventh-edition-mcgraw-hill-irwin-cornell-university.html>
- Gie. (2020). *Sosial Media Marketing: Pengertian, Jenis, Strategi dan Manfaatnya.* Available at: [https://accurate.id/marketing-manajemen/sosial media marketing-pengertian-jenis-strategi-dan-manfaatnya/](https://accurate.id/marketing-manajemen/sosial%20media%20marketing-pengertian-jenis-strategi-dan-manfaatnya/) (Accessed 18 November 2021)
- Stokes, Rob. (2013). *E-Marketing: The Essential Guide to Marketing in A Digital Word 5th Edition* (ISBN: 978-0-620-56515-8). Quirk eMarketing (Pty) Ltd.
- Tesis PM -147501 - repository.its.ac.id.* (n.d.). Retrieved February 19, 2023, from <https://repository.its.ac.id/52018/1/09211450015007-Master%20Thesis.pdf>
-

LAMPIRAN



Gresik, 31 Agustus 2022

Nomor : 0255/KI.05/03-01.01.01.01/08.22
Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
Perihal : Permohonan Kerja Praktik

Kepada Yth.
Pimpinan HRD
PT Semen Indonesia Distributor
Jl. DR. Wahidin Sudiro Husodo No.728A, Dahanrejo, Kec. Kebomas, 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.	1011910030	Dwi Reza Shafira

untuk dapat melaksanakan Kerja Praktik di **PT Semen Indonesia Distributor** pada tanggal **1 September - 30 September 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 Dwi Reza Shafira di nomor HP.087761833378 dan alamat e-mail dwi.shafira19@student.uisi.ac.id. Besar harapan kami agar Bapak/Ibu dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa kami.

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



Hormat Kami,
Koordinator Kerja Praktik

Esi Mersilia Hanesti, S.EI.,M.SEI
NIP. 9319317

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

Gambar 6.1 Surat Permohonan Kerja Praktik

The Best Partner
in Building MaterialNomor : 00907.A3050500/KP.02.02/09.2022
Hal : **Pemberitahuan**

Gresik, 06 September 2022

Kepada Yth.
Kaprosdi Manajemen
Universitas Internasional Semen Indonesia
Ditempat

Dengan hormat,
Sehubungan dengan adanya Surat Perihal Ijin Magang Bagian Manajemen Nomor 0255/KI.05/03-01.01.01.03/08.2022 bersama ini diberitahukan bahwa PT Semen Indonesia Distributor tidak keberatan atau dapat menerima mahasiswa/mahasiswi Saudara untuk Praktek Kerja Industri di PT Semen Indonesia Distributor dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Waktunya disesuaikan dengan kesempatan para staf perusahaan yang akan melayani sesuai jadwal selama +/- 6 bulan mulai tanggal 01 September s.d 01 Februari 2023 atas nama :
 - Dwi Reza Shafira / 1011910030
2. Tidak diperkenankan mengambil data yang menyangkut rahasia perusahaan.
3. Sesuai dengan ketentuan bagi mahasiswa/mahasiswi hanya bisa ditempatkan di Digital Marketing.
4. Segala kerugian maupun tindakan pelanggaran hukum yang dilakukan oleh mahasiswa/mahasiswi menjadi tanggung jawab pihak lembaga.
5. Setelah Praktek Kerja Industri berakhir mahasiswa/mahasiswi diwajibkan mengumpulkan absensi ke Unit Diklat kantor pusat PT Semen Indonesia Logistik.
6. Mahasiswa/mahasiswi diwajibkan memakai masker dan menjaga kesehatan serta kebersihan selama mengikuti Praktek Kerja Industri.
7. Selama masa darurat bencana wabah penyakit akibat virus corona belum dicabut oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), pelaksanaan magang dapat dilakukan secara online dan dilakukan dari rumah maupun dari kantor sesuai arahan pembimbing magang.

Mahasiswa/mahasiswi yang bersangkutan wajib menyerahkan persyaratan administrasi sebagai berikut:

- a) Pas foto ukuran 3x3 sebanyak 1 lembar
- b) Foto copy kartu mahasiswa
- c) Foto copy jaminan asuransi kecelakaan/jiwa

Persyaratan administrasi diserahkan selambat-lambatnya sehari sebelum dilaksanakannya Praktek Kerja Industri ke Unit Diklat kantor pusat PT Semen Indonesia Distributor melalui email hrd@sidistributor.com
Apabila sampai dengan batas tanggal tersebut mahasiswa/i yang bersangkutan belum menyerahkan persyaratan, maka permohonan dianggap gugur.

Demikian atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih

PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR
Biro SDM & Pengembangan Organisasi
Almad Maluddin Basyar

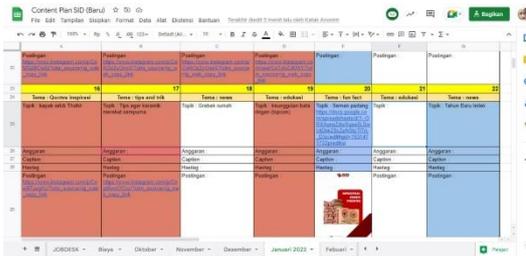
Gambar 6.2 Surat Balasan Penerimaan Kerja Praktek



Rapat Mingguan



Melakukan wawancara guna menambah informasi tentang PT Semen Indonesia Distributor



Membuat Content Plant



Kunjungan cabang malang



Kunjungan cabang klaten



Membantu dalam dokumentasi hari ibu di hotel Aston Gresik



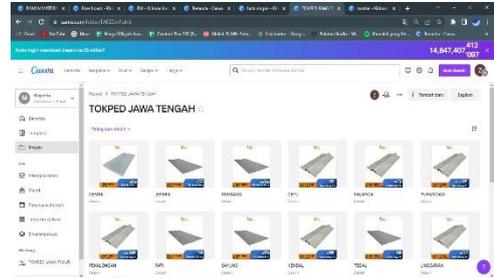
Pelatihan digital marketing dari Semen Indonesia



Membuat SIDCOM (SID Communication) yang dilakukan melalui *live streaming* Instagram



Acara akhir tahun dan membuat konten tentang HUT Semen Indonesia



Membuat katalog Tokopedia dari bahanmaterial.com

CABANG	Bata Riagan	Besi Beton	Beton Readymix	Board	Closet	Fibersesma	Kalsium	Lem	Mortar 25 Kg	Mortar 40 Kg	Mortar 50 Kg	Pake Kaps	Piate PVC	Plywood	Sesma SBI 40Kg	Sesma SG 40 Kg	Sesma SP 40 Kg	Tangki Air
BANGKALAN	0,6%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	12,3%	2,7%	0,0%
LEGUNDI	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	7,8%	1,3%	0,0%
SIDARJO	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1,0%	0,7%	0,0%
SIDAYU	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	14,1%	0,6%	0,0%
LAMONGAN	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	4,3%	0,3%	0,0%
GOLONGMANTUNG	0,7%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	5,1%	1,7%	0,0%
MOJOKERTO	1,8%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	11,5%	1,0%	0,0%
SURABAYA	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	3,8%	0,8%	0,0%

Cabang Gerbang Kertosusila

Gambar 6.3 Dokumentasi Selama Aktivitas Kerja Praktik



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 6112
 Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Dwi Reza Shafira
 Nim : 1011910030
 Judul Magang : Analisis Proses Pemasaran PT Semen Indonesia Distributor Menggunakan Strategi Digital Marketing

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing Lapangan
1	6 September – 9 September 2022	Minggu pertama magang di PT Semen Indonesia Distributor diperkenalkan tentang PT Semen Indonesia Distributor dan juga pengenalan Jobdesk yang akan di jalankan selama magang		
2	12 September – 16 September 2022	Di minggu ke dua mulai melakukan aktivitas seperti membuat rancangan konten instagram		
3	19 September – 23 September 2022	Di minggu ke tiga sama dengan aktivitas di minggu ke dua yaitu membuat rancangan konten Instagram		
4	26 September – 30 September 2022	Di minggu ke empat membuat video konten Instagram tentang produk semen yang di jual oleh PT Semen Indonesia		
5	3 Oktober – 7 Oktober 2022	Minggu ke lima membuat skrip untuk company profile yang terbaru dari PT Semen Indonesia Distributor		
6	10 Oktober – 14 Oktober 2022	Minggu ke enam membuat desain untuk lomba video contest yang di buat oleh PT		



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 6112
 Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

		Semen Indonesia untuk meningkatkan Brand Awareness produk dari PT Semen Indonesia Distributor		
7	17 Oktober – 21 Oktober 2022	Minggu ke tujuh mendiskusikan tentang perkembangan webstore baru dari PT Semen Indonesia Distributor yakni Bahanmaterial.com		
8	24 Oktober – 28 Oktober 2022	Minggu ke delapan memaksimalkan konten yang ada di media sosial yang di miliki PT Semen Indonesia Distributor seperti Instagram, Tiktok, Youtube, dan juga Facebook		

Gambar 6.4 Lembar Kehadiran Kerja Praktik



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 6112
 Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Nama	Dwi Reza Shafira	Pembimbing	
Nim	1011910030	Lapangan	
Judul Magang	Analisis Proses Pemasaran PT Semen Indonesia Distributor Menggunakan Strategi Digital Marketing		

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Refrensi)	10 %	80	8
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	80	20
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	80	40
Kerajinan dan Sikap	15 %	80	12
JUMLAH	100 %	Jumlah	80

Gresik, 09 November 2022

Pembimbing Lapangan




(A. Jabkebin Bahtiar...)
 NIP.

Head Office:
 Jl. DR. Wahidin Sudirohusodo 728 A
 Gresik - Jawa Timur Indonesia
 phone: +6231 99 1010 04 / 69
 fax: +6231 99 1010 08

Gambar 6.5 Lembar Evaluasi Kerja Praktik Pembimbing Lapangan



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 6112
 Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR ASISTENSI MAGANG

Nama : Dwi Reza Shafira

Nim : 1011910030

Judul Magang : Analisis Proses Pemasaran PT Semen Indonesia Distributor Menggunakan Strategi Digital Marketing

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Dosen Pembimbing Magang
1	31 Agustus 2022	Diskusi dan ceklis proposal kerja praktik	
2	3 Oktober 2022	Penulisan proposal kerja praktik	
3	14 November 2022	Diskusi mengenai penulisan proposal kerja praktik	
4	21 Desember 2022	Pengoreksi proposal kerja praktik	
5	3 Oktober – 7 Oktober 2022	Revisi proposal kerja praktik	
6	3 febuari 2023	Penandatanganan proposal kerja praktik	

Gresik, 3 Febuari 2023

Dosen Pembimbing Magang


 (Dr. Ir. Gatot Kustyadi, S.E., M.Si. IPU.)

NIP. 6320331

Gambar 6.6 Lembar Asistensi Kerja Praktik



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 6112
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Nama : Dwi Reza Shafira
Nim : 1011910030

Dosen
Pembimbing

Judul Magang : Analisis Proses Pemasaran PT Semen Indonesia Distributor Menggunakan Strategi Digital Marketing

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Refrensi)		82	
Aplikasi Keilmuan (Kesesuain, penyelesaian masalah dengan teori)		83	
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang di dapatkan dimagang dan kerjasama)		87	
Kerajinan dan Sikap		88	
JUMLAH			

Gresik, 3 Febuari 2023

Dosen Pembimbing Magang


(Dr. Ir. Gatot Kustiyadji, S.E., M.Si. IPU.)

NIP. 6320331

Gambar 6.7 Lembar Evaluasi Kerja Praktik Dosen Pembimbing



The Best Partner
in Building Material

SURAT KETERANGAN

00301. A3050500/KP.02.02/02.2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**DEPARTMENT OF HUMAN CAPITAL
PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR**

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa / mahasiswi tersebut di bawah ini:

Nama : DWI REZA SHAFIRA
NIM : 1011910030
Program Studi : MANAJEMEN
Lembaga : UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

Telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Semen Indonesia Distributor terhitung mulai tanggal 6 September 2022 – 28 Oktober 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Gresik, 3 Februari 2023
PT SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR
Department of Human Capital



Nuzulia Fithriana
General Manager



Gambar 6.8 Lembar Keterangan Selesai Kerja Praktik