

**KERTAS KERJA
PRAKTEK KERJA LAPANGAN**

**KEGIATAN PEMASARAN MAKANAN KERING
PADA USAHA PRODUKSI BLADO SNACK**



DISUSUN OLEH :
NUR ANNISA MULYANI
NPM : 20100915302269

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BANGKINANG
BANGKINANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : NUR ANNISA MULYANI
NPM : 20100915302269
JUDUL : KEGIATAN PEMASARAN MAKANAN KERING PADA USAHA
PRODUKSI BLADO SNACK

Dosen Pembimbing

Pembimbing Perusahaan

LIBRINA TRIA PUTRI, SE, MM

SITI NURJANNAH SIPAYUNG

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

H. YULIZAR BAHARUDDIN, S.Ag, MM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur kepada ALLAH SWT atas semua karunia, rahmat dan kekuatan yang telah diberikan kepada penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang berjudul **“Kegiatan Pemasaran Makanan Kering Pada Usaha Produksi Blado Snack”**.

Laporan Praktek Kerja Lapangan ini jauh dari kesempurnaan yang disebabkan oleh karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun dan demi penyempurnaan laporan ini sangat penulis harapkan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada Ibu Librina Tria Putri SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan semua pihak yang telah turut membantu dalam menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, penulis dengan senang hati memperoleh banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang dapat menyempurnakan laporan ini. Penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan baik secara moral maupun material kepada:

1. Bapak Ir. H. Neflizal, MM selaku Ketua Umum Yayasan Lembaga Pendidikan Kampar beserta unsur pimpinan.
2. Bapak Ir. H Zulher, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang
3. Bapak Ir. H. Zamhir Basem, MM selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik STIE Bangkinang.
4. Ibu Hj. Kasmawati, SE, M.Ak selaku Wakil Ketua II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan STIE Bangkinang.
5. Bapak Dr. Ir. H. Arman, MM selaku Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan STIE Bangkinang.
6. Bapak H. Yulizar Baharuddin, S.Ag, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Bangkinang.
7. Untuk Ayah, Mama dan Kakak tercinta yang tidak kenal lelah memberikan motivasi dan Do'a yang tulus kepada saya.

8. Ibu Siti Nurjannah Sipayung selaku Pembimbing Usaha yang telah membimbing dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan Kertas Kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini.
9. Teman-teman mahasiswa lainnya yang telah memberikan masukan kepada penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan bimbingan serta petunjuk yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Kertas Kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis memohon maaf dan menerima petunjuk, kritik dan saran-saran yang membangun demi kesempurnaan dalam penyusunan Kertas Kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dimasa yang akan datang dan semoga Kertas Kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi penulis sendiri. Aamiin.

Bangkinang, Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	4
C. Sasaran	4
D. Batasan	4
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	5
A. Sejarah Perusahaan	5
B. Visi Dan Misi Perusahaan	7
C. Struktur Organisasi	8
D. Aktivitas Perusahaan	10
BAB III RENCANA, FAKTA, DAN ANALISA	13
A. Rencana	13
B. Fakta	14
C. Analisa	16
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	21
A. Kesimpulan	21
B. Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	22
LAMPIRAN	23

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Produk Blado Snack Bangkinang Kota	6
Tabel II.2 Stuktur Organisasi Blado Snack Bangkinang Kota	8
Tabel III.1 Target dan Realisasi penjualan	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Hadir Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan (PKL)	23
Lampiran 2 : Kartu Kendali : Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ...	24
Lampiran 3 : Blanko Nilai : Praktek Kerja Lapangan (PKL)	27
Lampiran 4 : Dokumentasi	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian saat ini telah berkembang dengan pesat, seiring dengan pesatnya perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang semakin canggih. Sehingga persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Adanya persaingan yang semakin ketat antar perusahaan mendorong setiap perusahaan untuk berinovasi sebaik mungkin untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkannya.

Untuk meraih tujuan yang diinginkan dalam berusaha jangan merasa bosan dan puas, hilangkan perasaan seperti itu, tetap terus melakukan kegiatan sesuai dengan kemampuan, jangan memilih pekerjaan, hilangkan gengsi dan jangan lupa belajar dari pengalaman karena pengalaman pahit merupakan guru yang terbaik dalam memacu berusaha tetapi jangan terulang lagi pengalaman pahit kesalahan tersebut, hindarilah karena telah memperoleh pengalaman. Namun jangan lupa dalam menjalankan usaha kejenjang lebih tinggi akan diwarnai dengan masalah baik dari dalam maupun dari luar, hambatan atau masalah yang muncul harus dihadapi dengan kepala dan hati nurani yang dingin apalagi dalam memutuskan sesuatu, jika belum bisa memperoleh kepastian tundalah melakukan keputusan, selesaikan masalah atau hambatan satu persatu mulai masalah dari dalam. Apabila tidak benar menerima hak yang bukan milik kita sewaktu waktu bisa akan kembali kepada-Nya, setelah selesai masalah dari dalam maka kita memperoleh kekuatan dari dalam untuk bersama sama bersatu menghadapi masalah dari luar tapi ingat jangan kaku dan sombong, karena kesombongan adalah merupakan jebakan masalah yang muncul dari diri sendiri.

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh laba atau keuntungan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut tidaklah mudah karena hal itu

dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan perusahaan harus mampu untuk menangani faktor-faktor tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu mengenai masalah pemasaran produk.

Usaha rumahan seperti usaha Blado Snack pasti memerlukan kegiatan Pemasaran Produk yang tepat. Tanpa adanya kegiatan pemasaran produk, para pengusaha akan dihadapkan pada risiko bahwa usaha tersebut pada kondisi dimana volume konsumen yang rendah.

Pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh dengan strategi pemasaran yang dijalkannya. Produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas dan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan perusahaan yang menjadi pelanggan setia bagi perusahaan. Tujuan dari pemasaran adalah mengetahui serta memahami kebutuhan konsumen dengan baik sehingga produk cocok dengan konsumen dan laku dengan sendirinya.

Pemasaran merupakan aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran produk perlu diperhatikan agar produk tidak terlalu lama disimpan.

Menurut Stanton (2013), Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan. Konsumen

biasanya mempunyai kebiasaan untuk berbagi informasi dengan teman teman mereka tentang produk-produk yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai tinggi.

Bergerak dibidang penjualan tentu memiliki banyak pesaing, sehingga dibutuhkan suatu strategi agar perusahaan dapat tetap bertahan di bidang yang digelutinya, bahkan mengalahkan para pesaing yang ada. Banyaknya pesaing besar membuat Blado Snack harus memiliki strategi dalam meningkatkan daya saing perusahaan serta manajemen pemasaran yang baik. Strategi pemasaran bisnis to bisnis inilah yang diterapkan oleh Blado Snack dalam upaya meningkatkan penjualan produk. Tidak banyak orang yang berani melakukan bisnis usaha ini karena karakteristik produk yang sangat rentan terhadap kerusakan. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mengambil judul "Kegiatan Pemasaran Makanan Kering Pada Usaha Produksi Blado Snack".

B. Tujuan

Terkait dengan fokus pembahasan, tujuan praktik kerja lapangan di Blado Snack yaitu untuk menambah wawasan dan menambah pengetahuan penulis mengenai kegiatan pemasaran produk yang diterapkan oleh Blado Snack dalam memajukan usaha dibidang pemasaran makanan kering.

C. Sasaran

Adapun sasaran yang akan dicapai dalam pelaksanaan PKL ini, penulis ingin mengetahui respon masyarakat atau konsumen berdasarkan kegiatan pemasaran produk oleh Blado Snack, sehingga bisa dilihat apakah terbentuk citra (image) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek/produk pesaing.

D. Batasan

Dalam melakukan penyusunan Laporan Praktek Kerja (PKL) pada Usaha Produksi makanan kering dengan melakukan pembahasan mengenai bagaimana "Kegiatan Pemasaran Makanan Kering Pada Usaha Produksi Blado Snack".

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Blado Snack adalah salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang unggul di Kabupaten Kampar Provinsi Riau, bahkan telah sampai kemana negara. Siti Nurjannah Sipayung (38 tahun) ini mengembangkan usaha rumahnya di Perumahan Cik Ditiro Kecamatan Bangkinang Kota, bersama suaminya Tulus Swasono..

Usaha ini dimulai sekitar tahun 2015 dengan memproduksi keripik kentang belado yang dijual dengan cara dititipkan di kedai-kedai, cafe dan toko di kota Bangkinang. Alasan awal membangun usaha ini karena alasan factor ekonomi, semakin dijalannya usaha ini mulai timbul rasa kesenangan dalam menjani usaha ini, dari kesenangan inilah mulai timbul ide-ide baru sampai usahanya berkembang sampai sekarang. Usahanya memiliki berbagai macam cemilan bermuatan potensi local Kampar seperti keripik ubi balado, kemudian berinovasi lagi dengan membuat stick keju dan lainnya.

Satu produk yang menjadi unggulan adalah kentang mustofa. Produk lain yang tidak kalah lezatnya adalah stick ikan patin, sebab ikan patin menjadi primadona potensi perairan di Kampar, keripik singkong panggang, peyek patin, ikan salai podeh, kacang garlic.

Usaha Blado Snack ini sudah mendapatkan izin usaha P.IRT No 2151406022102-26 dan telah bersertifikat MUI (Majelis Ulama Indonesia) sehingga kentang mustofa Blado Snack ini telah sampai kemana Negara seperti Malaysia, Mekkah sebagai oleh-oleh. Produk Blado Snack juga sudah mencoba pengiriman sample product kenegara Asia Tengah yakni Kazakhstan dan Tajikistan juga dibawa ke Qatar dan Turki. Satu harapan dan angan-angannya untuk mengembangkan usahanya ini agar lebih dikenali lagi, “Saya berharap kedepannya dapat membangun dapur produksi dan gerai oleh-oleh sehingga bisa bermitra

dengan UMKM lainnya,” ucapnya. Dan 2 tahun belakang ini mereka sudah bermitra dengan gerai oleh-oleh yang ada di Pekanbaru.

Tabel II.1
Produk Blado Snack

No	Jenis produk	Package	Ukuran (g)	Harga
1.	Kentang Mustofa	Toples	170	Rp.43,500
		Toples	220	Rp.56,500
		Standing pouch	310	Rp.68,000
		Grosir	1,000	Rp.170,000
2.	Ikan Salai Podeh	Toples	100	Rp.43,500
		Grosir	1,000	Rp.270,000
3.	Singkong Panggang	Toples	210	Rp.31,000
		Standing pouch	200	Rp.22,500
		Grosir	1,000	Rp.80,000
4.	Stik Ikan Patin	Toples	190	Rp. 31,000
		Toples	270	Rp.43,500
		Standing pouch	330	Rp.43,500
		Grosir	1,000	Rp.100,000
5.	Peyek Patin	Toples	270	Rp.25,000
		Standing pouch	135	Rp.20,000
		Grosir	1,000	Rp.100,000
6.	Kacang Garlic	Toples	150	Rp.22,000
		Grosir	1,000	Rp.100,000

Sumber: Blado Snack tahun 2023

B. Visi Dan Misi Blado Snack

1. Visi Blado Snack

Blado Snack menjadi oleh-oleh khas Kampar kebanggaan Riau yang dikenal dan diminati secara nasional pada tahun 2024 dan menjadi produk yang dapat diminati semua kalangan karena memberi value kepada sumber daya alam lokal.

2. Misi Blado Snack

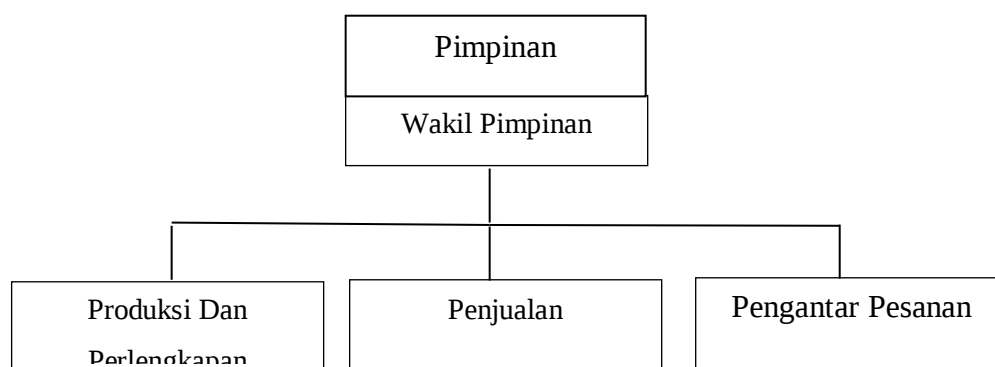
- Memproduksi snack khas sesuai potensi sumber daya alam daerah Kampar.
- Memproduksi snack sesuai dengan standar kesehatan dan regulasi pemerintah.

- c. Melakukan tata kelola manajemen dan keuangan yang baik sesuai standar yang berlaku.
- d. Meningkatkan mutu produk dengan peningkatan kualitas peralatan produksi dan sumber daya manusia.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi berfungsi untuk kinerja disuatu perusahaan supaya lebih terarah, dan akan diketahui sampai dimana Tugas dan Wewenang yang dimiliki oleh karyawan dalam menjalankan tugas. Struktur organisasi dari Blado Snack dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel II.2
Stuktur Organisasi Blado Snack



Sumber: Blado Snack tahun 2023

Adapun tugas dan wewenang dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Pimpinan

Pemimpin memimpin perusahaan dan bertanggung jawab terhadap seluruh kelangsungan perusahaan dalam menjalankan tugas. Seorang pemimpin tertinggi dalam suatu badan perusahaan yang bertugas mengembangkan serta memajukan perusahaan. Selain itu pimpinan perusahaan juga bertugas membuat perencanaan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan, mengorganisasi seluruh divisi serta bawahan, melakukan pengawasan (controlling) terhadap kinerja seluruh karyawan.

2. Wakil Pimpinan

Tugas Wakil Pimpinan adalah meliputi dalam pengawasan proses produksi dan pengepakan, penjualan dan pengantar pesanan.

3. Produksi dan Pengepakan

Tugas bagian produksi adalah menjalankan proses produksi, bertanggung jawab dalam masalah bahan baku dan barang produksi.

Tugas bagian pengepakan adalah menangani produk jadi mulai dari sortasi produk, mengemas, penyimpanan. Bagian ini juga bertanggung jawab atas pengawasan mutu produk akhir sebelum dikirim atau dipasarkan ke konsumen.

4. Penjualan

Bagian marketing berperan sebagai pengarah program pemasaran produksi kepada konsumen, dengan system marketing hasil produksi akan berjalan.

5. Pengantar pesanan

Pengantar pesanan bertugas mengantar produk hingga sampai ketangan konsumen. Serta bertanggung jawab atas kelancaran proses tersebut.

Dalam system organisasi di Blado Snack tidak bersifat tetap. Artinya bahwa pada masing-masing bagian atau jabatan tidak selalu pada satu jabatan saja, karena dari pimpinan perusahaan tidak mengharuskan para karyawan tetap berada pada jabatannya, tetapi mampu bertanggung jawab dan dapat membagi tugas pada masing-masing pekerja.

D. Aktivitas Perusahaan

1. Cara Perekrutan Karyawan

Blado snack bersifat usaha keluarga, oleh karena itu perekrutan karyawan dilakukan oleh pemilik dengan cara menawarkan kepada orang terdekat yang membutuhkan pekerjaan dengan karakteristik yang dinilai langsung oleh pemilik tentang bagaimana sifat dan kepribadian orang yang akan di rekrut.

2. Sistem Penggajian

Sistem penggajian pada usaha Blado Snack dilakukan secara bulanan. Untuk system penggajian secara bulanan diberikan pada akhir bulan. Selain itu perusahaan juga memberikan bonus pada saat mendapatkan permintaan pesanan yang banyak. Setiap hari raya, para karyawan juga mendapatkan THR sebesar gaji yang diterima karyawan.

3. Jam Kerja

Hari kerja pada perusahaan Blado Snack yaitu hari senin sampai hari sabtu yang dimulai dari 08.00 sampai 17.00 WIB.

4. Hak dan Kewajiban Karyawan

Setiap karyawan memiliki hak dan kewajiban tertentu, Hak karyawan yaitu menerima upah sesuai dengan jabatan dan berhak memakai fasilitas perusahaan yang telah disediakan. Kewajiban seorang karyawan yaitu mematuhi seluruh peraturan yang diterapkan oleh perusahaan yaitu melakukan proses produksi, menjaga ketenangan waktu proses produksi, bertanggung jawab dalam memproses produksi.

5. Proses Produksi

a. Penyiapan Bahan

Menyiapkan semua bahan-bahan yang akan digunakan dalam proses pembuatan baik bahan baku maupun bahan penunjang. Secara umum didapatkan dari pasar Bangkinang Kota dan Pekanbaru.

b. Penimbangan

Semua bahan ditimbang sesuai dengan formula/resep. Penimbangan bahan harus dilakukan dengan benar agar tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan bahan.

c. Pencampuran

Pencampuran yaitu mencampur semua bahan kedalam wadah yang sudah di siapkan.

d. Pembentukan/Pemotongan

Setelah menjadi adonan dilanjutkan dengan proses pembentukan/pemotongan yang tujuannya untuk menghasilkan adonan dengan bentuk dan ukuran yang sama.

e. Penggorengan

Pada proses penggorengan produk dilakukan dengan waktu dan suhu yang telah ditentukan.

f. Kualitas Produk Akhir

Agar mendapatkan produk akhir dengan kualitas yang baik maka perlu dilakukan sortasi terhadap produk akhir. Tujuan dari tahap sortasi untuk meneliti kembali produk dan memisahkan produk yang berkualitas baik dengan produk yang tidak. Sortasi produk akhir dilakukan oleh bagian pengemasan.

g. Proses Pengemasan

- a) Produk yang akan dikemas harus dalam keadaan dingin saat dimasukkan dalam plastic pengemas.
- b) Kemasan harus rapat, mudah dibuka dan menarik
- c) Produk yang dikemas harus mempunyai ukuran yang seragam.

h. Persyaratan produk akhir

Perusahaan menentukan persyaratan mutu produk akhir yang dihasilkan, sebelum dipasarkan. Pengemasan dapat dijadikan sebagai sarana promosi untuk menarik daya beli konsumen. Oleh Karena itu, bentuk, warna, dan bahan kemasan perlu diperhatikan dan direncanakan dengan baik.

i. Penjualan

Setelah melewati proses pengemasan dan persyaratan Produk akhir, maka tahap selanjutnya yaitu penjualan. Dimana produk siap dipasarkan dan diantarkan kemitra gerai oleh-oleh di Bangkinang, Pekanbaru dan sekitarnya.

BAB III

RENCANA, FAKTA DAN ANALISA

A. Rencana

Selama penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan pada Blado Snack, penulis fokus pada kegiatan pemasaran makanan kering. Jadi rencana yang ingin diterapkan oleh Blado Snack adalah sebagai berikut:

1. Melakukan promosi melalui sosial media melaui tiktok, shoope, instagram dan facebook dengan memberikan diskon di setiap pembeliannya.
2. Blado Snack pada dasarnya menginginkan produk dapat dikonsumsi oleh semua kalangan baik pria maupun wanita yang berumur 5 tahun sampai dengan 60 tahun dan dari semua kalangan masyarakat, dikarenakan harga yang terjangkau.
3. Ingin menambah berbagai jenis varian makanan kering agar tetap slalu diminati oleh khalayak ramai.
4. Membangun Blado Snack menjadi usaha kuliner yang terenak di daerah Kabupaten Kampar dengan cara peningkatan kerja sama dan kordinasi dengan masyarakat sekitar lokasi, instansi terkait serta pihak- pihak lain yang berusaha di bidang yang sama.
5. Ingin menetapkan suatu produk yang berkualitas tinggi baik dari segi merk, rasa dan keunikan produknya dibandingkan dengan produk yang ada dipasaran.

Selain dari perencanaan pemasaran oleh Blado Snack seperti yang telah disebutkan di atas, Blado Snack juga memperhatikan dari segi pelayanan, bahwa pelayanan dan nilai adalah hal penting yang harus diberikan perusahaan kepada pelanggan guna kepuasan dan keberlanjutan pelanggan dalam menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

B. Fakta

Fakta adalah hasil dari proses perancangan yang sudah ditetapkan sebelumnya dan merupakan perwujudan realisasi yang nyata, fakta merupakan hal yang penting karna kita

bisa melihat hasil nyata dari realisasi perencanaan yang sudah disusun sebelumnya dari data yang telah diuraikan diatas, agar semua kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik maka perlu adanya kegiatan pemasaran guna meningkatkan jumlah penjualan produk Blado Snack,

Dalam rangka memenuhi kebutuhan target pemasran Blado Snack tidak hanya menggunakan cara stratergi pemasaran saja akan tetapi juga mengembangkan pemasaran dengan alat *marketing mix*:

1. Pelabelan

Pelabelan merupakan bagian penting dari sebuah produk yang mengandung beberapa fungsi, seperti : merk dagang, depkes, label halal, dll. Label pada produk Blado Snack dari potongan kertas yang terdapat pada bagian atas di sebuah kemasan yang memungkinkan calon pembeli dapat mengetahuinya secara langsung. Selain itu, label tidak menutupi bagian isi dari produk tersebut sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Dengan demikian produk akan memberikan kesan yang baik

2. *Branding* atau Merk

Merk merupakan sebuah nama, istilah, symbol atau kombinasi dari semua itu dimaksudkan untuk mengidentifikasi sebuah produk dari seorang penjual untuk membedakannya dari produk pesaingnya. Dalam hal ini Blado Snack memberikan merk yang sama dengan nama perusahaan yaitu " Blado Snack ".

3. Pengemasan

Kemasan di rumuskan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Kemasan untuk prodok-produk Blado Snack hanya menggunakan *primary package* (bungkus langsung dari suatu produk) yang terbuat dari bahan plastik untuk menjaga agar produk tetap higienis dan terlihat pada bagian isinya yang memungkinkan para konsumen tertarik untuk mencobanya.

4. Penjualan

Selanjutnya dalam kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari transaksi, oleh karena itu kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian yang meliputi menemukan si pembeli dan pengenalan produk. Penjualan yang Blado Snack lakukan merupakan sebuah rangkaian penjualan produk dimana produk tersebut merupakan produk pangan.

Adapun target dan realisasi penjualan Blado Snack dalam tiga bulan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel III.1

Target dan Realisasi penjualan produk Blado Snack pada bulan Juli-September 2023

No	Bulan	Target penjualan	Realisasi penjualan
1	Juli	3.280	2.930
2	Agustus	3.430	3.105
3	September	3.595	3.298

Sumber: Blado Snack tahun 2023

Dengan melakukan tahap-tahap diatas Blado Snack berusaha untuk membujuk customer agar tertarik perhatiannya pada produk sehingga pada akhirnya bisa melakukan pembelian atau transaksi.

C. Analisa

Manajemen pemasaran yang efektif biasanya mencakup perencanaan, strategi dari seluruh usaha. Manajemen pemasaran dapat terjadi disebuah usaha dalam hubungan dengan pasarnya dan juga untuk mempengaruhi tingkat, jangkauan, waktu dan komposisi permintaan dalam suatu cara sehingga membentuk usaha untuk mencapai sasarannya.

Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan

mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2007: 6). Sedangkan menurut Saladin (2007:3), pengertian manajemen pemasaran adalah "Analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud mencapai tujuan-tujuan usaha"

Proses manajemen Pemasaran terdiri dari analisis peluang-peluang pasar, penelitian dan pemulihan pasar sasaran, pengembangan strategi pasar. Pada umumnya perusahaan besar mempunyai sistem manajemen yang tertulis yang dijadikan pedoman dalam menjalankan perusahaan tersebut. Walaupun Blado Snack tidak seperti itu, bukan berarti Blado Snack bergerak dengan tanpa wawasan teknik pemasaran, walaupun hanya dengan wawasan pendiri dan pendukung, secara tidak langsung juga telah melakukan kegiatan pemasaran seperti perusahaan besar.

Dalam melakukan pemasaran tentu tidak terlepas dari bauran pemasaran. Seperti yang dikatakan oleh Zeithaml dan Bitner (dalam Hurriyati, 2008:48) bahwa bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.

Unsur-unsur Bauran Pemasaran tersebut adalah :

1. Produk (Product)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

2. Harga (Price)

Yaitu uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

3. Promosi (Promotion)

Aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

4. Tempat atau Lokasi (Place)

Termasuk aktivitas perusahaan untuk menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

5. Orang (People)

Semua perilaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personil perusahaan dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

6. Proses (Process)

Meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan.

7. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan, perusahaan jasa dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen yang berwujud memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

Maka dengan demikian dapat dilihat bahwa proses manajemen pemasaran akan meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya. Jadi dapat dilihat bahwa manajemen pemasaran lebih menekankan dari fungsi penganalisaan perencanaan atau penerapan serta pengawasannya. Untuk membuat suatu rencana, fungsi penganalisaan sangat penting agar rencana yang dibuat dapat lebih matang dan tepat. Dari segi lain, penerapan merupakan kegiatan untuk menjalankan rencana, sedangkan fungsi terakhir dari manajemen adalah pengawasan, yaitu fungsi pengendalian segala macam aktivitas agar tidak terjadi penyimpangan. Jadi fungsi ini untuk adanya penyimpangan yang mungkin terjadi.

Dari kegiatan operasional Blado Snack dapat penulis analisa beberapa kendala, yaitu :

1. Lingkungan Demografi

Besarnya populasi di kabupaten Kampar, mengakibatkan Blado Snack memiliki pangsa pasar yang sangat banyak dan hal ini semakin membawa peluang bagi Blado Snack untuk berkembang yang didukung oleh semakin bermunculan toko serta supermarket.

2. Lingkungan Teknologi.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, menuntut Blado Snack untuk menggunakan peralatan produksi yang modern guna meningkatkan kuantitas produksi untuk memenuhi permintaan.

3. Lingkungan Ekonomi

Sebagai akibat dari kenaikan BBM yang masih berlanjut saat ini menyebabkan bahan baku produksi meningkat.

Selain kendala diatas, kondisi pesaing dan banyak nya pesaing yang sama- sama bergerak di bidang kuliner, maka Blado Snack mencoba mengutamakan kepuasan konsumen dan melayani konsumen dengan sopan & santun juga menjadi kendala. Dan juga kekhawatiran Blado Snack terhadap pesaing apabila memasang harga di bawah harga penjualan Blado Snack, juga karena penjualan dilakukan pada tempat dan waktu yang sama. Kendala berikutnya adalah mengatasi konsumen yang menawar harga yang telah Blado Snack tetapkan, Blado Snack mencoba mengatasinya dengan candaan ringan. Alhamdulillah semua kendala tersebut dapat dijalani dan telah dilalui.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Blado Snack adalah usaha yang didirikan oleh seseorang yang berlatar belakang seorang ibu rumah tangga. Blado Snack sendiri bergerak dibidang produksi dan penjualan makanan kering.
2. Blado Snack menawarkan makanan yang berbahan pokok dari potensi muatan lokal Kampar.
3. Kegiatan pemasaran yang dilakukan Blado Snack selain penjualan di gerai oleh-oleh, juga dengan melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial seperti di instagram, shopee, facebook dan tiktok.

B. Saran

Adapun beberapa saran dari penulis kepada Blado Snack adalah:

1. Blado Snack agar dapat menambah tempat penitipan produk di gerai oleh-oleh lainnya yang ada di Provinsi Riau.
2. Merekrut karyawan diposisi digital marketing, supaya pemasaran lebih luas dan meningkat.
3. Menambah jenis produk makanan yang berpotensi muatan lokal. Sehingga wisatawan dari luar daerah yang ingin membeli oleh-oleh khas Kampar sudah disediakan oleh Blado Snack.

DAFTAR PUSTAKA

Firdaus, Muhammad. 2008. Manajemen Agribisnis. Edisi Pertama Cetakan

Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.

Hurriyati, Ratih. 2008. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung:

Alfabeta.

Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid 1.

Jakarta: Indeks.

. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Saladin, Djaslim. 2007. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran Bandung:

Linda Karya.

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi

Lampiran 2

KARTU KENDALI
PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)
MAHASISWA STIE BANGKINANG 2023/2024

Nama Mahasiswa : Nur Annisa Mulyani
Npm : 20100915302269
Tempat Pkl : UMKM Blado Snack
Pembimbing Akademik : Dr. Librina Tria Putri.,S.E.MM
Pembimbing Praktek : Siti Nurjannah Sipayung
Focus Pkl : KEGIATAN PEMASARAN MAKANAN KERING
PADA USAHA PRODUKSI BLADO SNACK

NO	HARI/TANGGAL	AGENDA KEGIATAN	TANDA TANGAN	
			PEMBIMBING PRAKTIK	PEMBIMBING AKADEMIK
1	Senin 24-07-2023	Pengantaran pkl oleh dosen pembimbing lapangan ke UMKM Blado Snack		
2	Senin 31-07-2023	Pengenalan pada divisi pemasaran untuk mengetahui tentang pemasaran sosial media yang sudah dijalani		
3	Selasa 08-08- 2023	Log-in akun instagram dan facebook Blado Snack		
4	Rabu 09-08-2023	Pengambilan foto dan video produk Blado Snack		
5	Kamis 10-08-2023	Pengupload-an video produk di story Instagram Blado Snack		
6	Sabtu 19-08-2023	Pengupload-an video produk direel Instagram Blado Snack		

7	Kamis 24-08-2023	Promosi varian singkong panggang pada story Instagram		
8	Jumat 25-08-2023	Pengambilan foto dan video untuk katalog Shopee, Tiktok, Instagram dan Facebook		
9	Sabtu 26-08- 2023	Pengeditan video kentang mustofa untuk reel Instagram		
10	Kamis 27-08- 2023	Pengambilan foto dan video untuk katalog instagram, tiktok, shopee, dan facebook session ke-2		
11	Senin 28-08-2023	Merapikan isi sorotan instagram blado snack		
12	Jumat 01-09-2023	Promosi kacang garlic pada reel Instagram		
13	Rabu 06-09-2023	Promosi peyek patin pada reel Instagram		
14	Kamis 07-09-2023	Membuat laporan kertas kerja serta diskusi mahasiswa terhadap focus judul masing-masing yang dipilih pada perusahaan Blado Snack Bangkinang		
15	Senin 09-10-2023	Mengevaluasi kembali data yang di peroleh terkait dengan dukungan dalam penyusunan laporan kertas kerja di perusahaan Blado snack		
16	Rabu 11-10-2023	Penjemputan mahasiswa PKL oleh dosen pembimbing pada perusahaan Blado Snack		

Bangkinang, Oktober 2023

Mengetahui :

Pendamping PKL

Dosen Pembimbing

SITI NURJANNAH SIPAYUNG

LIBRINA TRIA PUTRI, SE, MM

Lampiran 3

BLANKO NILAI

PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) ANGKATAN XXIII TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama : Nur Annisa Mulyani
NPM : 20100915302269
Program Studi : Manajemen
Tempat Praktik : UMKM Blado Snack
Bagian/Departemen :

No	UNSURYANG DINILAI	NILAI	BOBOT	SKOR
1	AspekKognitif - Penguasaan Materi Kertas Kerja - Penguasaan Materi Diluar Kertas Kerja		40%	
2	AspekEfektif - Kebersihan - Penampilan/Kepribadian		20%	
3	AspekPsikhomotor - Sistematika Penulisan - Tinjauan Literatur - Isi Laporan		40%	
	Jumlah		100%	

Bangkinang, Oktober 2023

Siti Nurjannah Sipayung

Kriteria Penilaian :

No	URAIAN	PENILAIAN	NILAI MUTU
1	90 – 100	A	4.00
2	80 – 89	A -	3.75
3	76 – 79	B +	3.25
4	72 – 75	B	3.00
5	68 – 71	B -	2.75
6	64 – 67	C +	2.25
7	60 – 63	C	2.00
8	56 – 59	C -	1.75
9	45 – 55	D	1.00
10	< 44	E	0.00

Lampiran 4

DOKUMENTASI





