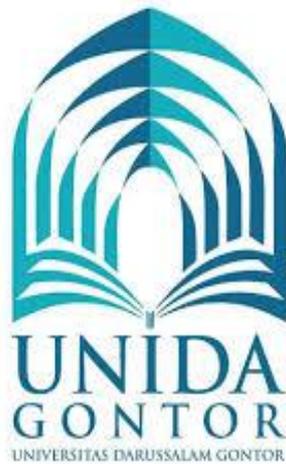


LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN MEMPENGARUHI PENDAPATAN PERUSAHAAN PADA PT. INSAN PRIMA SEJAHTERA INDONESIA



**Arrum Rochmani Hidayah
402019421036**

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
UNIVERSITY OF DARUSSALAM GONTOR
PONOROGO
2022**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam sistem ketenagakerjaan dan sumber daya manusia. K3 tidak saja sangat penting dalam meningkatkan jaminan sosial dan kesejahteraan para pekerjanya akan tetapi jauh dari itu K3 mempunyai dampak positif atas keberlanjutan produktivitas kerja. Oleh sebab itu, isu K3 pada saat ini bukan sekedar kewajiban yang harus diperhatikan oleh para pekerja, akan tetapi juga harus dipenuhi oleh sebuah sistem pekerjaan. Dengan kata lain, pada saat ini K3 bukan semata sebagai kewajiban, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan bagi setiap pekerja dan bagi setiap bentuk kegiatan pekerjaan.

Dengan implementasi K3 yang selalu didasarkan pada potential hazards dan potential risks yang ada serta data K3 yang lalu, maka program K3 dengan target yang jelas dalam periode waktu tertentu disertai Cost-benefit analysis, program K3 tersebut tidak akan merupakan ekstra biaya tetapi akan terbukti meningkatkan produktivitas dari aspek K3 serta meningkatkan citra perusahaan. Indonesia diharapkan akan melaksanakan program perbaikan K3 menuju Budaya K3 tahun 2020.

Pencapaian keselamatan dan kesehatan kerja tidak lepas dari peran ergonomi, karena ergonomi berkaitan dengan orang yang bekerja, selain dalam rangka efektivitas, efisiensi dan produktifitas kerja (Tarwaka, 2010). Salah satu keluhan yang terjadi pada pekerja bidang angkat-angkut adalah nyeri pada otot. Keluhan yang biasa diderita pekerja di bidang angkat-angkut adalah pada sistem muskuloskeletal. Keluhan muskuloskeletal adalah keluhan pada bagian-bagian otot skeletal yang dirasakan oleh seseorang mulai dari keluhan sangat ringan sampai sangat sakit. Apabila otot menerima beban statis secara berulang dan dalam waktu yang lama, akan dapat menyebabkan keluhan berupa

kerusakan pada sendi, ligamen dan tendon. Keluhan hingga kerusakan inilah yang biasanya diistilahkan dengan Musculoskeletal Disorders (MSD's) atau cedera pada system muskuloskeletal.

Saat ini strategi pemasaran sedang dalam kondisi persaingan yang semakin berkembang dalam berjalannya suatu usaha, sehingga dengan kondisi tersebut dapat mendesak perusahaan untuk bersikap kreatif dan inovatif dalam mempromosikan sesuatu yang memiliki nilai lebih dibanding kompetitor lainnya. Dalam berjalannya usaha dibutuhkan penyusunan strategi pemasaran yang merupakan faktor penentu kesuksesan usaha tersebut dalam mewujudkan visi dan misinya sehingga dapat memenangkan persaingan dalam penjualan produknya. Strategi pemasaran harus dilakukan secara efektif agar dapat menjaga pangsa pasar yang dimiliki atau bisa juga memperluas jangkauan konsumen, mengetahui ke arah mana usaha tersebut berjalan dan tindakan yang harus dilakukan untuk meningkatkan kekuatan dan merebut peluang yang ada. Penerapan strategi bisa dilakukan dengan mengetahui kondisi di perusahaan dari empat faktor sekaligus, yaitu Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats kekuatan dalam melakukan penjualan produknya atau bisa dikatakan menggunakan pendekatan analisis metode SWOT

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana interval penjualan mempengaruhi pendapatan PT Insan Prima Sejahtera Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah kemudian dipraktikan ke dalam dunia kerja dengan mengerjakan tugas menyusun pendapatan dan biaya.
2. Meningkatkan wawasan, pengetahuan, dan keterampilan seperti menemukan istilah-istilah baru, berkomunikasi dengan baik kepada seluruh karyawan dan menyusun berkas-berkas tagihan (*invoice*).

3. Meningkatkan tanggung jawab dan kedisiplinan dalam mengerjakan tugas yang telah diberikan serta mematuhi peraturan yang ada pada perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

a. Bagi Praktikan

1. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang berupa teori-teori yang dipelajari selama ini kedalam praktek, sehingga mengetahui permasalahan yang ada.
2. Melatih keterampilan sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Darussalam Gontor.
3. Mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja pasca mendapat gelar sarja ekonomi.

b. Bagi PT IPSI

1. Dalam jangka pendek perusahaan dapat menerima berbagai masukan dan memperoleh bantuan dari mahasiswa selama proses magang.
2. Untuk menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara pihak - pihak yang terlibat.
3. Untuk lebih menjalin hubungan yang baik, sehat, dan dinamis antara PT. IPSI dengan Universitas Darussalam Gontor.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu cara atau alat yang dilakukan perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang melalui kegiatan pemasaran. SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats) adalah pendekatan analisis untuk menentukan formulasi strategi pemasaran perusahaan di masa mendatang. Strengths (kekuatan) adalah faktor-faktor internal perusahaan yang mendukung atau mempunyai keunggulan untuk pencapaian perkembangan pasar. Weaknesses (Kelemahan) adalah faktor-faktor internal perusahaan yang menghambat atau membatasi perkembangan pasar. Opportunities (peluang) adalah faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang menguntungkan dalam perkembangan pasar.

Analisis SWOT Penerapan analisis SWOT untuk merencanakan strategis yang sesuai dengan kondisi perusahaan yang bertujuan mengevaluasi segala bentuk kondisi real dalam suatu bisnis yang dijalankan. Analisis SWOT juga melakukan suatu integrasi Strengths Weaknesses yang dimiliki untuk disesuaikan dengan Opportunities dan Threats di suatu perusahaan. Terdapat manfaat dan kelebihan penerapan analisis SWOT, antara lain: mampu memandang kondisi perusahaan dari empat sisi (Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats), dapat memberikan hasil dalam bentuk analisis yang cukup tajam, serta dapat digunakan sebagai instrumen analisa strategi untuk mendapatkan suatu langkah terbaik sesuai kondisi real di tiap perusahaan.

Analisis Internal meliputi :

1) Analisis Kekuatan (*Strengths*)

Strength atau kekuatan adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari perusahaan. Strength merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa teknologi, sumber daya, keahlian, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan

yang dimiliki atau kelebihan lain yang mungkin diperoleh berkat sumber keuangan, citra, keunggulan dipasar, serta hubungan baik antara buyer dengan supplier.

2) Analisis Kelemahan (Weaknesses)

Weaknesses atau kelemahan adalah kegiatan-kegiatan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak

dimiliki oleh perusahaan. Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat dari pada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada. Weaknesses merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktormpenghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran, dan citra perusahaan.

Analysis Eksternal:

1) Analisis Peluang (Opportunities)

Opportunities atau peluang adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkannya. *Opportunities* merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang mendukung dalam pencapaian tujuan dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan teknologi, perkembangan ekonomi dan perkembangan hubungan supplier danbuyer.

2) Analisis Ancaman (*Threat*)

Threat atau ancaman adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah perusahaan. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewatkan dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau melawan arus. Namun, pada kenyataannya perusahaan tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang. *Threat* merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam

mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang menghambat perusahaan dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya bargaining power dari pada supplier dan buyer utama, perubahan teknologi serta kebijakan baru.

B. Pendapatan

Pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Dalam bentuk bukan uang yang diterima oleh seseorang. Misalnya berupa barang, tunjangan beras, dan sebagainya. Penerimaan yang diterima tersebut berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dalam kegiatan usaha. Suatu pertambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya owners equity, tetapi bukan karena pertambahan modal baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan pertambahan asset yang disebabkan karena bertambahnya liabilities. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan perusahaan.(Iskandar 2017).

Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda-beda seperti penjualan (sales), pendapatan jasa (fees), bunga (interest), dividen (dividend), dan royalti (royalty). Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk dan atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai aset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa.(Palullungan, Rorong, and Th Maramis 2022).

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Waktu dan Tempat

Prosedur pelaksanaan magang terdiri dari beberapa rangkaian tahapan, yaitu:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, ketua koordinatr magang mengurus surat dan administrasi yang dibutuhkan untuk melakukan magang. Dimula dengan pengajuan surat magang kepada pihak kemahasiswaan serta memohon persetujuan Koordinator prodi S1 Manajemen melalui surat tersebut. Lalu mengajukan surat resmi dari Universitas melalui pihak BAAK kepada Divisi Humas Resource Development (HRD) PT. Insan Prima Sejahtera Indonesia (IPSI) di Ruko Nirwana Regency, Jl. Raya Kendalsari Blok Rk-53 Surabaya. Kemudian memfollow up surat tersebut serta pada awal bulan Juli pihak perusahaan memberikan izin untuk melaksanakan magang pada akhir bulan Juli tepatnya tanggal 25 Juli - 2 September 2022.

b. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan magang di PT. Insan Prima Sejahtera Indonesia pada devisi keuangan ditempatkan pada fungsi pendanaa dan keuangan pada 25 Juli - 2 September. Pelaksanaan magang dilakukan selama 30 (tiga puluh) hari. Praktikan melakukan magang hari Senin sampai hari Jumat, mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB, dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB. Terkhusus hari Sabtu dilaksanakan pukul 08.00 - 11.00 WIB.

c. Tahap Pelaporan

Pada tahap ini, praktikan diharuskan untuk membuat laporan magang sebagai bukti telah melakukan Pmagang

pada Pendanaan dan Keuangan PT.IPSI. Praktikan mempersiapkan dan menyelesaikan laporan magang pada periode bulan Juli - September. Pembuatan laporan ini merupakan syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Darussalam Gontor. Laporan ini berisi pengalaman selama magang di PT. IPSI divisi keuangan. Data - data yang diambil praktikan diperoleh langsung dari PT. IPSI.

BAB IV

KONDISI LOKASI MAGANG

A. Profil dan Lokasi Magang

PT. Insan Prima Sejahtera Indonesia didirikan dengan nama awal CV. Insan prima Sejahtera oleh Bapak Haji Sukarni, S.T. Pada tanggal 14 Mei 2004. Selain mendirikan Perusahaan Jasa di bidang Pelatihan K3, beliau juga mendirikan Perusahaan Jasa Riksa Uji dengan nama PT. Sumito Teknik pada tahun 2007 hingga sekarang. Pendirian PJK3 ini dasari atas penyedia jasa pelatihan yang berkaitan dengan K3 masih minim pada waktu itu. Seiring bertambahnya tahun dan kebutuhan akan jasa pelatihan oleh perusahaan-perusahaan yang semakin meningkat maka CV. Insan Prima Sejahtera berubah menjadi Insan Prima Sejahtera Indonesia (IPSI) pada tanggal 18 Agustus 2011. PT. IPSI berdomisili di Ruko Nirwana Regency, Jl. Raya Kendalsari Blok Rk-53 Surabaya. IPSI melayani Pelatihan K3 dengan Sertifikasi kemnaker RI dan BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi) dengan lebih dari 3 jenis pelatihan K3.

B. Visi, Misi, dan Motto

a. Visi

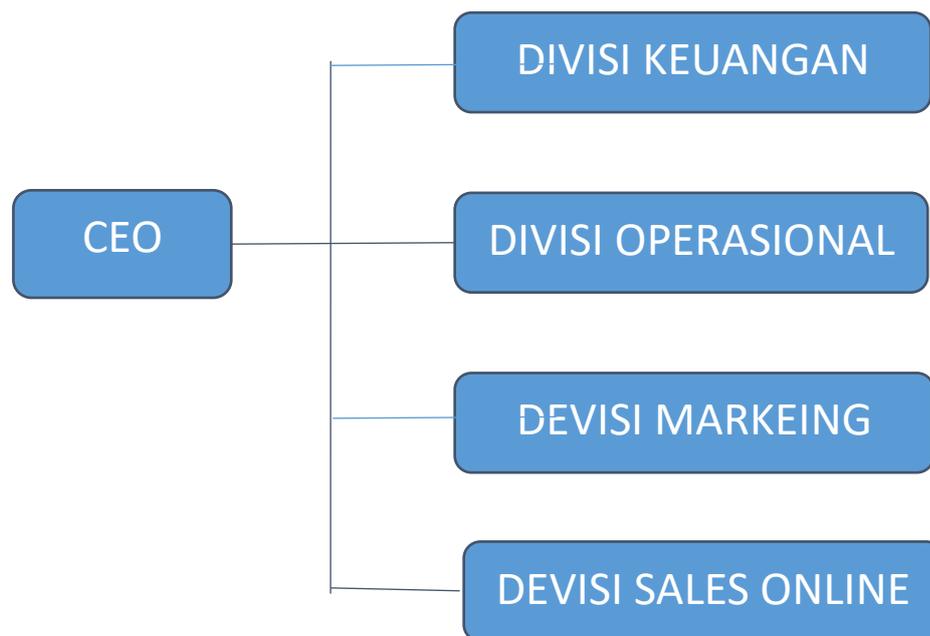
Mengembangkan SDM untuk selalu berpikir sehat, aman, berdasarkan kaidah K3 dimanapun dan kapanpun kita berada. Menjadi pusat pelatihan yang bertujuan untuk mengembangkan kompetensi dan meningkatkan standar keselamatan bekerja bagi karyawan di berbagai perusahaan di Indonesia baik Nasional maupun Internasional.

b. Misi

- a) Menerapkan kaidah-kaidah dasar K3 untuk seluruh karyawan
- b) Menyiapkan trainer-trainer handal dan cakap dibidangnya
- c) Memberikan pelayanan optimal untuk para peserta dengan memberikan konsultasi jasa pelatihan sesuai kebutuhan dan kemampuan para calon peserta penelitian

- d) Menjadi PJK3 terlisensi dalam bidang K3 untuk mendapatkan kepuasan serta kepercayaan calon peserta.
- c. Motto
Melalui pelatihan dan sertifikasi bersama mewujudkan masyarakat Indonesia berbudaya Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)

C. Struktur Organisasi Lokasi Magang



D. Logo Perusahaan



E. Unit/Divisi dan Program Kerja Perusahaan

Adapun unit/ divisi dan program kerja yang ada di PT IPSI diantaranya sebagai berikut :

Divisi Keuangan :

- ✓ Penyusunan dan pelaporan secara cepat dan tepat
- ✓ Pengiriman laporan keuangan secara tepat waktu
- ✓ Pendokumentasi penerimaan dana

Divisi Operasional

- ✓ Memastikan administrasi yang berhubungan dengan pengajuan dari operational departmen
- ✓ Melakukan administrasi inventaris data-data barang yang berhubungan dengan IT dan Operasional
- ✓ Melakukan pengawasan terhadap pekerjaan yang dilakukan, serta memastikan semua sarana dan perlengkapan kantor sudah siap, rapi, nyaman, dan aman.

Divisi Digital Marketing :

- ✓ Membuat web konten tentang Pleatihan K3
- ✓ Membuat design flyer melalui media canva/coral
- ✓ Membuat promosi melalui media sosial seperti video, flyer, dsb
- ✓ Membuat strategi promosi

Divisi Sales Online :

- ✓ Aktif dalam mencari target pasar
- ✓ Melayani konsumen dengan baik
- ✓ Menjamin kepuasan pelanggan
- ✓ Mencari mitra kerja, seperti dengan lembaga

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Insan Prima Sejahtera Indonesia dalam memasarkan produknya yaitu menggunakan perumusan strategi pemasaran yang bermula dari analisis SWOT yaitu strength, weakness, opportunities, threats.

A. Analisis Strategi

1. Strength

- ✓ Dukungan Pelayanan Teknologi Informasi (SFA), sehingga pekerjaan cepat, akurat dan transparan
- ✓ Mempunyai citra yang baik dimata masyarakat
- ✓ Memberikan pelatihan dengan trainer yang mumpuni di bidangnya

2. Weakness

- ✓ Fasilitas yang kurang memadai
- ✓ Kurang SDM yang memadai untuk staf kantor
- ✓ Jaringan kantor perlu diperluas
- ✓ Pelayanan proses administrasi diperlukan peningkatan

3. Opportunities

Peluang merupakan salah satu hal yang dapat diraih dan dicapai sedangkan kesempatan merupakan sesuatu yang bisa dimanfaatkan untuk menunjang pelatihan K3 . Adapun peluang di antaranya adalah :

- ✓ Perkembangan teknologi semakin pesat
- ✓ Perusahaan semakin membutuhkan pelatihan K3
- ✓ Melakukan banyak kerja sama dengan berbagai perusahaan

4. Threats

- ✓ Perusahaan pesaing baru yang terus bermunculan
- ✓ Pesaing mulai untuk meluaskan wilayah penjualannya
- ✓ Kompetitor mulai meniru inovasi produk yang dikembangkan

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT. Insan Prima Sejahtera Indonesia menerapkan analisis SWOT untuk merencanakan strategis yang sesuai dengan kondisi perusahaan yang bertujuan mengevaluasi segala bentuk kondisi real dalam suatu bisnis yang dijalankan. Analisis SWOT juga melakukan suatu intergasi Strengths Weaknesses yang dimiliki untuk disesuaikan dengan Opportunities dan Threats di suatu perusahaan.

B. Saran

1. Seharusnya perusahaan menambah seorang ahli di bagian keuangan agar laporan keuangan lebih tertata
2. Perusahaan harus sering memberikan seminar terkait keuangan bersama dengan seorang ahli
3. Menambah karyawan agar setiap orang tidak double job sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Ud. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)* Volume 4 No.2
- Mokoginta (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Tabungan Pada Pt. Prudential Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.7 No.3
- Cahyono (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Tabungan Pada Pt. Prudential Cabang Manado. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Volume 1 No.2
- Iskandar. 2017. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa.” *Jurnal Samudra Ekonomika* 1 (2): 127–34.
- Palullungan, Lusia, ItaPingkan F Rorong, and Mauna Th Maramis. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Hortikultura (Studi Kasus Pada Usaha Tani Sayur Kentang Di Desa Sinisir Kecamatan Modinding).” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 22 (3): 130–42.