

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI MARKETING PADA UD ACCU SWAKARYA JOMBANG
UD ACCU SWAKARYA JOMBANG



Oleh

Putri Lailis Syarifah

2061317

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2023

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI MARKETING PADA UD ACCU SWAKARYA JOMBANG
UD ACCU SWAKARYA JOMBANG



Oleh

Putri Lailis Syarifah 2061317

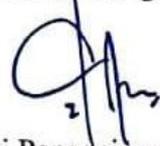
Jombang, 30 Agustus 2023

Menyetujui,

Pendamping Lapangan


(Hj. Hesti Ruchana Handayani)

Dosen Pembimbing Lapangan


(Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM)
NIDN: 0716097202

Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen


(Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM)
NIDN: 0716097202

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun Laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) STIE PGRI Dewantara Jombang tahun ajaran 2022/2023 dengan tepat waktu. Laporan pelaksanaan Kuliah Kerja Magang adalah syarat wajib bagi mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Magang. Laporan ini disusun berdasarkan pengetahuan yang penulis laksanakan selama kegiatan Kuliah Kerja Magang di UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG yang berlangsung pada 10 Juli – 16 Agustus 2023.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan Kuliah Kerja Magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bimbingan, dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini penulis sebagai mahasiswa Kuliah Kerja Magang STIE PGRI Dewantara Jombang mengucapkan terimakasih kepada :

- 1) Bapak Dr. Abd. Rohim, SE., Msi., CRA selaku Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang.
- 2) Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku Ketua Progam Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
- 3) Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKM STIE PGRI Dewantara Jombang yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan selama kegiatan KKM berlangsung.

- 4) Bapak H. Muhsin, selaku Pemilik UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG yang telah mengizinkan penulis untuk mengadakan kegiatan Kuliah Kerja Magang.
- 5) Ibu Hj. Hesti Ruchana Handayani selaku Kepala Toko serta Pembimbing Lapangan yang membimbing praktikan dalam menjalankan KKM di UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG.
- 6) Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan program KKM ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
- 7) Ayah dan Ibu tersayang terima kasih atas doa dan semangatnya hingga laporan ini dapat terselesaikan.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih belum tersusun dengan sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik serta saran darisemua pihak dan pembaca demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan wawasan serta manfaat bagi pembaca.

Jombang, 25 Agustus 2023

Putri Lailis Syarifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Kuliah Kerja Magang	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	4
1. Tujuan Umum	4
2. Tujuan Khusus	4
C. Manfaat Kuliah Kerja Magang	5
1. Manfaat bagi Mahasiswa	5
2. Manfaat Bagi STIE DEWANTARA Jombang	5
3. Manfaat Bagi Perusahaan.....	5
D. Tempat Kuliah Kerja Magang.....	6
1. Tempat Pelaksanaan.....	6
E. Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang	6
BAB II.....	7
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG	7
A. Latar Belakang Berdirinya UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG	7
B. Visi dan Misi UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG	9
C. Kegiatan Umum UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG	11
BAB III.....	13
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG	13
A. Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan Di Tempat Magang	13
B. Hasil Pengamatan di Tempat Magang.....	15
C. Usulan Pemecahan Masalah/Solusi	17
BAB IV.....	21
KESIMPULAN DAN SARAN	21
A. Kesimpulan	21

B. Saran	23
DAFTAR PUSTAKA	24
LAMPIRAN.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG.....	7
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA/ LOG BOOK	25
LAMPIRAN 2	PENILAIAN OLEH PENDAMPING LAPANGAN	27
LAMPIRAN 3	ASPEK PENILAIAN OLEH DOSEN PEMBIMBING	28
LAMPIRAN 4	DOKUMENTASI KULIAH KERJA MAGANG	29
LAMPIRAN 5	SURAT KETERANGAN MAGANG.....	31

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Kuliah Kerja Magang

Dalam era yang penuh tantangan dan inovasi seperti sekarang, penting bagi mahasiswa untuk tidak hanya menguasai teori akademis, tetapi juga memiliki pemahaman praktis yang kuat tentang bagaimana dunia bisnis beroperasi. Magang menjadi jembatan yang penting antara pendidikan formal dan pengalaman nyata di lapangan. Dengan rasa hormat terhadap nilai ini, kami menghadirkan program kuliah kerja magang dalam bidang strategi pemasaran di UD Accu Swakarya Jombang.

Bisnis yang terus berkembang dan penuh tantangan, strategi pemasaran memiliki peran yang semakin penting dalam membentuk citra perusahaan, menjangkau pelanggan, dan meraih kesuksesan. Penggabungan antara teori pemasaran yang diperoleh dari pendidikan formal dengan pengalaman praktis dalam dunia bisnis nyata menjadi esensial bagi mahasiswa yang ingin mempersiapkan diri dengan baik untuk karier di bidang pemasaran. Oleh karena itu, laporan ini menggambarkan pengalaman magang saya di UD Accu Swakarya di Jombang, terutama dalam hal strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan.

UD Accu Swakarya telah lama dikenal sebagai penyedia solusi energi melalui produk baterai berkualitas. Namun, pada masa modern dengan perubahan perilaku konsumen dan transformasi digital, perusahaan

menghadapi tantangan baru dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya. Dalam konteks ini, penerapan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk menghadapi persaingan dan memanfaatkan peluang pertumbuhan.

UD Accu Swakarya merupakan entitas bisnis yang telah lama berkontribusi dalam penyediaan aki berkualitas di wilayah Jombang. Sebagai perusahaan skala menengah, UD Accu Swakarya berada dalam posisi yang menarik untuk mengoptimalkan potensi pertumbuhan melalui strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran bukan lagi sekadar penjualan, tetapi menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan merek kepada pasar yang lebih luas, dan menciptakan diferensiasi dalam persaingan yang semakin ketat.

Pemahaman tentang cara menjangkau konsumen potensial, membangun hubungan jangka panjang, dan mengomunikasikan nilai produk secara tepat telah menjadi elemen penting dalam mencapai tujuan bisnis. Selama magang di UD Accu Swakarya, mahasiswa diharapkan mampu terlibat langsung dalam berbagai aspek strategi pemasaran perusahaan, mulai dari analisis pasar, penetapan target pasar yang tepat, hingga perancangan kampanye pemasaran yang kreatif (Safarina, 2019).

Dalam rangka memenuhi persyaratan akademis serta memperoleh pengalaman praktis yang berharga, mahasiswa diharapkan mampu menjalani kuliah kerja magang di UD Accu Swakarya, perusahaan yang bergerak di

bidang penyediaan produk baterai berkualitas tinggi. Magang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran dalam dunia bisnis nyata, khususnya pada konteks perusahaan lokal di era globalisasi dan transformasi digital (Widyanti & Triwahyuni, 2019).

Dalam program kuliah kerja magang ini, mahasiswa akan memiliki kesempatan unik untuk berpartisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh UD Accu Swakarya. Melalui pengalaman ini, mahasiswa akan mendapatkan wawasan mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran berperan dalam menggerakkan bisnis ke arah yang lebih baik. Kami percaya bahwa program kuliah kerja magang ini akan memberikan manfaat besar bagi mahasiswa. Dengan terjun langsung ke dalam lingkungan bisnis, mahasiswa akan memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan konsep teoritis yang mereka pelajari di dalam kelas. Mereka akan berhadapan dengan situasi nyata, tantangan, dan peluang yang mungkin tidak pernah mereka alami sebelumnya.

Selain itu, mahasiswa juga akan belajar tentang kolaborasi tim, berkomunikasi dengan berbagai pihak, serta mengembangkan keterampilan interpersonal yang sangat berharga di dunia bisnis. Magang ini bukan hanya tentang memahami produk dan pelanggan, tetapi juga tentang bagaimana memahami dinamika internal perusahaan dan menggabungkannya dengan tren pasar yang sedang berlangsung.

B. Tujuan Kuliah Kerja Magang

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari laporan kuliah kerja magang ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang strategi marketing yang diterapkan oleh UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG melalui pemahaman mendalam dengan terjun langsung serta turut serta berpartisipasi dalam proses marketing di UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG.

2. Tujuan Khusus

Laporan kuliah kerja magang ini memiliki beberapa tujuan khusus yang lebih terfokus dan spesifik. Tujuan khusus tersebut adalah:

- a. Mahasiswa mampu melakukan kerjasama tim dengan perusahaan tempat magang.
- b. Mahasiswa mampu melakukan sendiri (mandiri) magang di bawah bimbingan tenaga pendamping di perusahaan.
- c. Mahasiswa mampu mengkaji, mengobservasi realitas teori dalam praktik di perusahaan yang kemungkinan terdapat perbedaan.
- d. Mengkaji permasalahan-permasalahan praktis dunia kerja dan mampu memberikan alternatif pemecahan sesuai dengan teori yang ada.
- e. Mahasiswa mampu meningkatkan pengetahuan kognitif, psikomotorik dan afektif di bidang ilmu Manajemen, baik secara individu maupun kelompok dan dipertanggungjawabkan secara individual dalam bentuk laporan KKM.

C. Manfaat Kuliah Kerja Magang

1. Manfaat bagi Mahasiswa

Partisipasi dalam kuliah kerja magang di bidang strategi marketing di UD Accu Swakarya Jombang menawarkan sejumlah manfaat yang berharga bagi mahasiswa. Pengalaman praktis ini tidak hanya memberikan wawasan tentang dunia bisnis yang sebenarnya, tetapi juga meningkatkan keterampilan dan pengetahuan yang dapat berguna dalam karier di masa depan.

2. Manfaat Bagi STIE DEWANTARA Jombang

1. Mempercepat peningkatan kerjasama antara STIE PGRI Dewantara Jombang dengan dunia usaha.
2. Memberi masukan pada penyempurnaan kurikulum program studi dalam menyiapkan lulusan siap kerja.
3. Memperoleh masukan yang berupa berbagai kasus yang dapat digunakan sebagai contoh dalam proses pendidikan.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

Partisipasi mahasiswa dalam kuliah kerja magang di bidang strategi pemasaran di UD Accu Swakarya di Jombang memberikan sejumlah manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Kolaborasi dengan mahasiswa ini tidak hanya membantu dalam pelaksanaan tugas-tugas operasional, tetapi juga memberikan kontribusi berharga dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

D. Tempat Kuliah Kerja Magang

1. Tempat Pelaksanaan

Kuliah Kerja Magang ini akan dilaksanakan di:

Nama Tempat KKM : UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG

Alamat Perusahaan/Instansi : Jl. Raya Bandung Rt.03/ RW.03, Sugihwaras,
Bandung, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang,
Jawa Timur, 61471

No. Telp : 0813-5764-8677

E. Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

- a. Waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Magang ini dilaksanakan selama 30 hari kerja efektif dengan waktu 8 jam per hari dan tahap pelaporan atau penilaian diselesaikan dalam waktu 1 (satu) bulan setelah selesai pelaksanaan KKM.
- b. Kuliah Kerja Magang (KKM) dijadwalkan pada liburan semester VI yang dimulai pada tanggal 10 Juli hingga 16 Agustus 2023 atau dapat mengikuti jadwal yang ditetapkan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

A. Latar Belakang Berdirinya UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG



Gambar 2. 1 Logo UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG

UD Accu Swakarya Jombang lahir dari pemahaman mendalam tentang kebutuhan akan solusi energi yang bisa diandalkan dan berkualitas. Perusahaan ini berdiri berdasarkan permintaan yang terus meningkat terhadap baterai atau accu. Pada saat didirikan, terlihat bahwa baterai telah menjadi bagian penting dalam berbagai sektor, dari kendaraan bermotor hingga perangkat elektronik, dan menjadi pondasi mobilitas dan produktivitas modern.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan mobilitas yang semakin kompleks, permintaan akan baterai berkualitas tinggi juga semakin meningkat. Tidak hanya menjadi sumber energi, baterai juga berkontribusi pada kinerja dan keamanan perangkat. Pada titik ini, muncul kesadaran akan pentingnya solusi energi yang handal untuk menjaga perangkat dan kendaraan beroperasi dengan efisien (Cahyo, 2019).

UD Accu Swakarya muncul sebagai usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Melihat celah antara permintaan yang terus meningkat dan ketersediaan baterai berkualitas, pendiri perusahaan mungkin menyadari adanya peluang bisnis yang menjanjikan. Latar belakang pengetahuan teknis dan pengalaman dalam industri mungkin menjadi faktor penting dalam keputusan untuk mendirikan perusahaan yang fokus pada penyediaan baterai berkualitas tinggi.

UD. ACCU SWAKARYA merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada penjualan ACCU atau orang biasa menyebut aki. Usaha ini menjual berbagai macam produk *Accu* seperti merek Nagoya, Yuasa, dan GNS Hybrid. UD. ACCU SWAKARYA pertama kali berdiri di kota Surabaya pada tahun 1974. UD Accu Swakarya memiliki beberapa cabang, yang pertama di Surabaya dan 3 cabang di Jombang. Cabang Jombang berada di Jl. A. Yani No (IDalamat, n.d.).

Pada awalnya, berdirinya UD Accu Swakarya bisa jadi dipengaruhi oleh paham bahwa baterai atau accu merupakan bagian penting dalam kehidupan modern. Permintaan terhadap baterai telah meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan mobilitas yang semakin canggih. Baterai tidak hanya digunakan dalam kendaraan, tetapi juga dalam berbagai perangkat elektronik, dari telepon seluler hingga peralatan rumah tangga. Dalam latar belakang ini, kemungkinan terlihat adanya celah antara permintaan yang tumbuh dan pasokan baterai berkualitas di pasar.

Pentingnya baterai yang handal juga mendorong lahirnya UD Accu Swakarya. Mungkin saja pendirian perusahaan ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi atau pengetahuan teknis pendiri mengenai baterai. Dengan latar belakang ini, pendiri mungkin memiliki pemahaman mendalam tentang karakteristik baterai, jenis-jenisnya, dan bagaimana baterai dapat menjadi faktor kunci dalam kinerja berbagai perangkat.

Selain itu, dengan berdirinya UD Accu Swakarya, juga memiliki potensi untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal. Bisnis lokal yang menyediakan produk berkualitas dapat berkontribusi pada pertumbuhan industri dan penciptaan lapangan kerja di wilayah Jombang. Pendirian perusahaan ini juga bisa menjadi refleksi dari minat dan komitmen pendiri untuk memberikan kontribusi positif pada komunitas lokal melalui penyediaan produk yang dibutuhkan secara luas.

Dalam keseluruhan latar belakang berdirinya UD Accu Swakarya, terdapat penerapan prinsip bisnis yang berfokus pada pelayanan pelanggan yang unggul dan keandalan produk. Ini memberikan gambaran bahwa pendirian perusahaan ini bukan hanya sekadar bisnis, tetapi juga tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan esensial masyarakat dengan solusi energi yang andal dan inovatif.

B. Visi dan Misi UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG

Visi UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG

Menjadi mitra terpercaya dalam penyediaan solusi energi berkualitas tinggi, menginspirasi keandalan dan inovasi bagi pelanggan di seluruh wilayah."

Misi UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG:

1. Keandalan Utama: berkomitmen untuk menyediakan produk baterai yang unggul dalam kualitas dan keandalan. Menjadi penyedia baterai pilihan utama bagi konsumen yang membutuhkan solusi energi yang handal untuk kendaraan, perangkat elektronik, dan berbagai keperluan lainnya.
2. Inovasi Berkelanjutan: berusaha untuk selalu berada di garis depan inovasi dalam teknologi baterai dan solusi energi. Terus berinovasi dalam produk dan layanan kami, mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan energi konsumen dengan cara yang lebih efisien dan ramah lingkungan.
3. Kualitas yang Tak Tertandingi: berkomitmen untuk menjaga standar kualitas yang tinggi dalam semua aspek bisnis. Memberikan produk baterai berkualitas terbaik yang mengikuti standar industri dan memenuhi harapan pelanggan kami.
4. Pelayanan Pelanggan Unggul: Pelanggan adalah fokus utama kami, dan kami berusaha untuk memberikan pelayanan pelanggan yang unggul. Menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan kami, mendengarkan masukan mereka, dan merespons dengan cepat terhadap kebutuhan dan permintaan mereka.
5. Integritas dan Etika: Kami berpegang teguh pada nilai-nilai integritas dan etika dalam setiap tindakan dan keputusan bisnis kami. Menjalankan bisnis dengan jujur, adil, dan transparan, membangun kepercayaan dengan pelanggan, mitra, dan masyarakat.

C. Kegiatan umum UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG

UD Accu Swakarya Jombang sebagai penyedia solusi energi berkualitas melibatkan diri dalam sejumlah kegiatan yang mencakup berbagai aspek bisnis, pelayanan pelanggan, dan komunitas. Berikut adalah beberapa kegiatan umum yang dilakukan oleh UD ACCU SWAKARYA JOMBANG:

1. **Produksi dan Distribusi Accu Berkualitas:** Kegiatan inti perusahaan adalah produksi dan distribusi berbagai jenis baterai atau accu berkualitas. Ini melibatkan proses produksi, pengujian kualitas, dan distribusi produk ke berbagai pelanggan, mulai dari individu hingga bisnis.
2. **Konsultasi dan Edukasi Pelanggan:** UD Accu Swakarya menyediakan layanan konsultasi kepada pelanggan, membantu mereka memilih baterai yang sesuai dengan kebutuhan dan perangkat yang akan digunakan. Ini juga dapat mencakup edukasi tentang perawatan dan penggunaan baterai yang benar.
3. **Pemasaran dan Promosi:** Untuk memperluas cakupan pasar terlibat dalam kegiatan pemasaran dan promosi, seperti kampanye iklan, partisipasi dalam pameran industri, dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk.
4. **Inovasi Produk:** UD Accu Swakarya terlibat dalam riset dan pengembangan untuk meningkatkan kualitas produk dan memperkenalkan inovasi dalam teknologi baterai. Ini bisa mencakup pengembangan baterai yang lebih efisien atau ramah lingkungan.

5. Layanan Purna Jual menyediakan layanan purna jual seperti perbaikan, penggantian, atau pemeliharaan baterai. Ini membantu mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan memastikan kinerja baterai tetap optimal.
6. Kegiatan Sosial dan Lingkungan: Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial, UD Accu Swakarya mungkin terlibat dalam kegiatan lingkungan, seperti kampanye daur ulang baterai bekas atau partisipasi dalam program peduli lingkungan di komunitas setempat.
7. Pendidikan dan Pelatihan Internal memberikan pelatihan internal kepada karyawan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam produksi, pelayanan pelanggan, dan aspek lain bisnis.
8. Kemitraan dengan Mitra Bisnis menjalin kemitraan dengan dealer otomotif, toko suku cadang, atau bisnis lain yang membutuhkan pasokan baterai berkualitas.
9. Pengembangan Hubungan Pelanggan: UD Accu Swakarya memiliki program loyalitas pelanggan atau layanan pelanggan yang ramah untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, kegiatan umum UD Accu Swakarya Jombang mencerminkan usaha perusahaan dalam menyediakan solusi energi berkualitas sambil memberikan pelayanan pelanggan yang unggul dan memberikan dampak positif pada komunitas dan lingkungan sekitar.

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

A. Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan Di Tempat Magang

Kerja magang di UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG akan melibatkan mahasiswa dalam berbagai aspek strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Berikut adalah gambaran tentang bagaimana pelaksanaan kerja magang dalam hal strategi pemasaran di UD ACCU SWAKARYA JOMBANG dapat berjalan:

1. Pemahaman produk dan pasar: Pada awal magang, diperkenalkan dengan berbagai jenis baterai atau accu yang diproduksi dan didistribusikan oleh perusahaan. Mempelajari karakteristik masing-masing produk, penggunaan yang direkomendasikan, dan manfaatnya bagi pelanggan. Pemahaman mendalam tentang produk akan menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif.
2. Pelayanan pasar dan menghadapi pesaing: Terlibat dalam pelayanan pasar untuk memahami tren industri, kebutuhan pelanggan, dan segmentasi pasar. Ini juga akan melibatkan penelitian tentang pesaing di pasar baterai, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan UD ACCU SWAKARYA JOMBANG. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar dan mengembangkan strategi yang bersaing.
3. Penentuan target pasar: Berdasarkan trend pasar, selanjutnya akan

membantu dalam menentukan segmentasi pasar yang menjadi target utama untuk produk aki UD Accu Swakarya. Hal ini dapat mencakup segmen kendaraan bermotor, perangkat elektronik, industri, dan lainnya. Penentuan target pasar ini penting untuk mengarahkan upaya pemasaran dengan lebih tepat sasaran.

4. Pengembangan dan pelaksanaan kampanye pemasaran: terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan kampanye pemasaran untuk produk baterai. Ini mencakup pemilihan strategi pemasaran, penentuan pesan kunci, pemilihan media promosi, dan pengembangan materi iklan. Mempelajari tentang bagaimana merancang kampanye yang menarik dan persuasif untuk menarik perhatian calon pelanggan.
5. Media sosial dan digital marketing: Mempelajari cara menggunakan media sosial dan alat digital untuk mempromosikan produk secara efektif. Ini mencakup pembuatan konten, manajemen posting, interaksi dengan pelanggan online, dan melacak kinerja kampanye digital.
6. Evaluasi: Terlibat dalam mengumpulkan data mencakup evaluasi seberapa efektif kampanye dalam menjangkau target pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan menghasilkan peningkatan penjualan.
7. Interaksi pelanggan dan pelayanan: Terlibat dalam berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai saluran, seperti telepon, email, atau media sosial. Ini akan memberikan pemahaman tentang pandangan dan kebutuhan pelanggan, yang dapat menjadi masukan berharga dalam

pengembangan produk dan strategi pemasaran.

8. Kolaborasi tim: Selama kuliah kerja magang, berkolaborasi dengan tim pemasaran dan departemen terkait lainnya. Ini membantu Anda memahami pentingnya kerja tim dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang berhasil.

Dalam keseluruhan, pelaksanaan kuliah kerja magang dalam strategi marketing di UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG akan memberikan wawasan praktis tentang bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam industri baterai. Terlibat dalam tahap-tahap mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan kampanye dan evaluasi, serta memahami peran penting teknologi digital dalam pemasaran kontemporer.

B. Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Pengembangan strategi pemasaran bagi UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG dapat melibatkan sejumlah permasalahan yang kompleks. Pertama, mungkin ada tantangan dalam membangun dan meningkatkan kesadaran merek. Produk baterai yang disediakan berkualitas tinggi, kompetisi di industri ini mungkin menyebabkan kesulitan dalam menciptakan identitas merek yang unik dan menginspirasi. Menjembatani kesenjangan antara produk berkualitas dan kesadaran pelanggan menjadi prioritas dalam strategi pemasaran.

Selanjutnya, permasalahan komunikasi. Mentransfer pesan yang jelas dan relevan kepada berbagai segmen pasar melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, iklan, dan materi promosi, dapat menjadi

rumit. Bagaimana merancang pesan yang dapat dihubungkan dengan pelanggan potensial dengan cara yang persuasif dan mudah dimengerti menjadi tantangan penting.

Konversi rendah dari prospek menjadi pelanggan aktif juga menjadi permasalahan yang dihadapi. Meskipun kampanye pemasaran dapat menarik minat, menjadikan prospek sebagai pelanggan yang loyal bisa menjadi sulit. Bagaimana meningkatkan efektivitas panggilan aksi, memberikan insentif yang relevan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan menjadi pertimbangan strategis (Asyari & Amaliyah, 2023).

Adapun adaptasi terhadap perubahan tren, ini adalah permasalahan yang relevan di era pemasaran yang dinamis. Perubahan cepat dalam teknologi dan preferensi konsumen dapat membuat strategi pemasaran yang sukses di masa lalu menjadi kurang efektif. Menemukan cara untuk memanfaatkan tren baru, seperti pemasaran berbasis digital atau penggunaan influencer media sosial, tanpa mengorbankan identitas merek dan citra perusahaan merupakan tantangan penting.

Dalam konteks pemasaran digital, persaingan di platform media sosial dapat menjadi permasalahan serius. Menciptakan konten yang menarik, orisinal, dan membangun interaksi yang berarti dengan audiens dapat menjadi tantangan dalam meraih perhatian konsumen. Selain itu, peningkatan biaya pemasaran juga mungkin menjadi permasalahan yang harus diatasi. Kampanye pemasaran yang efektif seringkali memerlukan investasi yang signifikan. Mencari cara untuk mengoptimalkan alokasi anggaran pemasaran,

memprioritaskan saluran yang memberikan pengembalian investasi terbaik, dan meminimalkan pemborosan menjadi tantangan dalam menghadapi permasalahan ini (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Tantangan dalam menyusun strategi penentuan harga juga bisa muncul. Bagaimana menetapkan harga yang sesuai dengan nilai produk dan bersaing di pasar bisa menjadi sulit, terutama jika harga dipandang sebagai faktor utama oleh calon pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian. Selanjutnya, kerjasama dengan mitra bisnis juga bisa menjadi permasalahan. Mengelola kemitraan yang efektif, seperti dealer otomotif atau toko suku cadang, dalam rangka memperluas jangkauan produk dan pelayanan juga memerlukan pendekatan strategis. Terakhir, interpretasi data pemasaran dapat menjadi permasalahan sendiri. Mengolah data yang kompleks, menganalisis tren, dan mengekstrak wawasan berharga dari data dapat menjadi tugas yang memakan waktu dan rumit. Bagaimana menghubungkan hasil analisis dengan perbaikan praktik pemasaran adalah aspek yang krusial dalam mengatasi permasalahan ini.

C. Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Dalam menghadapi berbagai permasalahan yang terkait dengan strategi pemasaran UD Accu Swakarya di Jombang, ada beberapa solusi yang dapat diimplementasikan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Pertama, untuk meningkatkan kesadaran merek, perusahaan dapat fokus pada membangun identitas merek yang kuat dan konsisten. Ini bisa melibatkan penyusunan pesan merek yang unik, mempertajam elemen visual merek, dan

menciptakan narasi yang kohesif tentang nilai dan manfaat produk baterai mereka. Dengan kampanye pemasaran yang cerdas dan kreatif, perusahaan dapat mengintegrasikan merek mereka dalam kehidupan sehari-hari pelanggan, mengubah produk menjadi pengalaman yang lebih besar.

Kedua, untuk mengatasi permasalahan komunikasi, perusahaan perlu mengenali preferensi komunikasi pelanggan dan mengadopsi pendekatan yang sesuai. Menggunakan cerita yang menyentuh, menyajikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti, dan menyesuaikan pesan untuk berbagai segmen pasar adalah langkah penting. Melalui strategi pemasaran yang lebih personal, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan. Untuk mengatasi konversi rendah, strategi pascapenjualan yang kuat dapat diterapkan. Ini bisa berupa layanan pelanggan yang responsif, program loyalitas, atau insentif yang relevan untuk pembelian berulang. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan nilai tambah setelah pembelian dapat meningkatkan tingkat retensi dan konversi.

Dalam hal pengukuran kinerja kampanye, implementasi alat analitik yang canggih dapat membantu mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dengan lebih efektif. Menerapkan metrik yang relevan, seperti ROI (*Return on Investment*) atau KPI (*Key Performance Indicator*), membantu dalam mengukur dampak kampanye secara lebih akurat. Dengan wawasan yang lebih baik tentang kinerja kampanye, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih baik terkait perbaikan dan penyesuaian strategi

(Setiawan & Fauziah, 2020).

Adaptasi terhadap tren baru dapat diatasi dengan budaya perusahaan yang adaptif dan inovatif. Menciptakan tim yang peka terhadap perubahan dan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi tren baru dalam industri serta meresponsnya dengan cepat dapat membantu perusahaan tetap relevan. Investasi dalam pelatihan dan pendidikan bagi tim pemasaran juga penting untuk memastikan UD ACCU SWAKARYA JOMBANG selalu terdepan dalam hal tren pemasaran terbaru.

Dalam konteks media sosial, konten yang otentik dan berarti dapat membantu perusahaan menonjol di tengah banjir informasi di platform tersebut. Berfokus pada interaksi yang lebih mendalam dengan audiens, merespons komentar dan pertanyaan, serta mengedepankan konten yang mengedukasi dan menghibur dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Penyusunan anggaran pemasaran yang efektif dapat membantu mengatasi permasalahan biaya. Mengidentifikasi saluran yang memberikan ROI terbaik dan mengalokasikan anggaran sesuai dengan prioritas strategis perusahaan adalah langkah yang penting. Pemanfaatan strategi pemasaran yang lebih hemat biaya, seperti pemasaran konten atau pemasaran media sosial organik, juga dapat membantu mengoptimalkan pengeluaran.

Solusi untuk strategi penentuan harga melibatkan pemahaman mendalam tentang nilai produk dan perbandingan dengan harga pesaing. Mengadopsi strategi harga yang sesuai dengan posisi merek dan nilai tambah

produk dapat membantu mempertahankan daya saing di pasar.

Kerjasama dengan mitra bisnis dapat ditingkatkan melalui kemitraan yang saling menguntungkan. Mengkomunikasikan visi, nilai, dan manfaat produk dengan jelas kepada mitra bisnis dan memberikan insentif atau dukungan yang sesuai dapat membantu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan.

Terakhir, dalam mengatasi analisis dan interpretasi data pemasaran yang kompleks, pelatihan khusus dan penggunaan perangkat analitik yang tepat dapat membantu mengoptimalkan pengolahan data. Memiliki tim yang terampil dalam mengidentifikasi wawasan berharga dari data dapat membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih cerdas dan strategis dalam pengembangan strategi pemasaran.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam menjalankan strategi pemasaran untuk UD ACCU SWAKARYA JOMBANG, sangat penting untuk mengenali dan mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul. Kesadaran merek yang rendah, komunikasi yang efektif, konversi prospek menjadi pelanggan, evaluasi kinerja kampanye, adaptasi terhadap tren, persaingan di media sosial, pengaturan anggaran, penetapan harga yang tepat, kerjasama dengan mitra bisnis, dan analisis data yang kompleks adalah permasalahan-permasalahan yang memerlukan solusi dan pendekatan yang cerdas.

Pentingnya membangun identitas merek yang kuat tidak bisa dilewatkan. Merek adalah fondasi dari semua usaha pemasaran, dan memahami nilai unik yang ditawarkan oleh UD ACCU SWAKARYA JOMBANG dapat membantu menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan. Selain itu, komunikasi yang efektif adalah jantung dari pemasaran yang sukses. Menyampaikan pesan yang relevan, terhubung dengan audiens, dan menggunakan media yang sesuai adalah hal yang harus diutamakan. Strategi pascapenjualan yang efektif, seperti layanan pelanggan yang luar biasa dan program loyalitas, dapat membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan retensi pelanggan. Evaluasi kinerja kampanye melalui pengukuran yang akurat adalah langkah penting untuk memastikan investasi pemasaran memberikan hasil yang diinginkan.

Saat tren terus berubah, adaptasi dan inovasi konstan adalah kunci. Penggunaan media sosial dengan cara yang kreatif dan berarti dapat membantu perusahaan menonjol di antara pesaing. Pengaturan anggaran pemasaran yang efektif adalah solusi untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan mendapatkan hasil terbaik dari setiap investasi. Penentuan harga yang tepat dengan mempertimbangkan nilai produk dan persaingan di pasar adalah elemen kunci dalam menarik pelanggan.

Kerjasama dengan mitra bisnis memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar. Kemitraan yang saling menguntungkan dapat menciptakan sinergi yang kuat dalam mencapai tujuan bersama. Terakhir, analisis data adalah fondasi dalam pengambilan keputusan yang cerdas. Memahami data dengan cermat membantu perusahaan merencanakan strategi pemasaran berdasarkan wawasan yang faktual dan terpercaya.

Dengan mengatasi permasalahan dan menerapkan solusi yang tepat, UD ACCU SWAKARYA JOMBANG memiliki peluang besar untuk meraih keberhasilan dalam strategi pemasaran mereka. Kesadaran merek yang kuat, komunikasi yang efektif, retensi pelanggan yang baik, pengukuran kinerja yang akurat, adaptasi terhadap tren, dan kolaborasi yang kokoh akan membantu perusahaan menghadapi tantangan dengan percaya diri dan mencapai hasil yang diharapkan dalam pasar yang kompetitif.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan dalam kegiatan Kuliah Kerja Magang ini antara lain:

1. Bagi STIE PGRI Dewantara Jombang
 - a. Menjaga keharmonisan hubungan dengan perusahaan agar dapat digunakan sebagai tempat Kuliah Kerja Magang untuk selanjutnya.
 - b. Hendaknya STIE PGRI Dewantara Jombang memberikan pedoman kegiatan yang nantinya akan dilakukan pada suatu perusahaan agar mahasiswa memiliki wawasan tentang job desk yang digunakan dalam perusahaan.
2. Bagi UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG
 - a. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan untuk mencoba di beberapa bidang pekerjaan guna memperkaya pengetahuan.
 - b. Mengajarkan SOP (*Standard Operational Procedure*) terkait strategi pemasaran yang diterapkan sebelum pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di bagian Pemasaran, agar dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan mahasiswa dapat melaksanakan tugas dengan lebih baik.

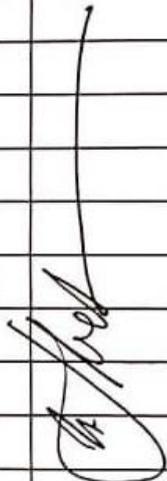
DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). From IDalamat: <https://idalamat.com/alamat/548178/toko-aki-swakarya-jombang-jawa-timur>
- Asyari, S. C., & Amaliyah, E. D. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Spareparts Mobil Pada Cv. Oto Onderdil Semarang.
- Cahyo, A. D. (2019). Laporan Magang Penerapan Strategi Penjualan Di Pt Astra International Tbk Honda Yogyakarta.
- Febriantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*.
- Safarina, R. (2019). Laporan Kuliah Kerja Magang (Kkm) Sistem Persediaan Sparepart Mobil Asia Jaya Motor Jombang.
- Setiawan, L., & Fauziah, Y. (2020). Rancangan Sistem Pengukuran Kinerja untuk Penentuan Key Performance Indicator dengan Metode Balance Scorecard. *Jurnal Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineer*.
- Widyanti, I., & Triwahyuni, I. (2019). Laporan Kuliah Kerja Magang Analisis Marketing Dan Purchasing Pt.Okamoto Indonesia.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA/ *LOG BOOK*

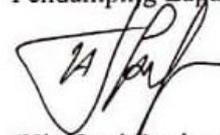
Nama : Putri Lailis Syarifah
 NIM : 2061317
 Program Studi : Manajemen Pemasaran
 Tempat KKM : UD. ACCU SWAKARYA JOMBANG
 Bagian/Bidang : Marketing

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	10/07/2023	Pengenalan lingkungan magang	
	11/07/2023	Membuat schedule kegiatan	
	12/07/2023	Folow up data pelanggan	
	13/07/2023	Membantu melayani pelanggan	
	14/07/2023	Membantu input persediaan barang	
	15/07/2023	LIBUR	
	16/07/2023	LIBUR	
II	17/07/2023	Membantu mekanisme penerimaan barang	
	18/07/2023	Melakukan pencatatan barang	
	19/07/2023	Melakukan pengecekan barang	
	20/07/2023	Membantu penerimaan barang	
	21/07/2023	Membantu melayani pelanggan	
	22/07/2023	LIBUR	
	23/07/2023	LIBUR	
III	24/07/2023	Pembuatan faktur penjualan	
	25/07/2023	Pembuatan faktur pembelian	
	26/07/2023	Membantu melayani pelanggan	
	27/07/2023	Membantu pemasaran ke pelanggan	
	28/07/2023	Kerja sama mitra	
	29/07/2023	LIBUR	
	30/07/2023	LIBUR	

4	31/07/2023	Mengevaluasi kinerja pemasaran	
	01/08/2023	Pembuatan faktur penjualan	
	02/08/2023	Pembuatan faktur pembelian	
	03/08/2023	Folow up data pelanggan	
	04/08/2023	Membantu melayani pelanggan	
	05/08/2023	LIBUR	
	06/08/2023	LIBUR	
5	07/08/2023	Membantu melayani pelanggan	
	08/08/2023	Membantu pemasaran ke pelanggan	
	09/08/2023	Membantu pencatatan barang	
	10/08/2023	Melakukan pengecekan barang	
	11/08/2023	Membantu penerimaan barang	
	12/08/2023	LIBUR	
	13/08/2023	LIBUR	
6	14/08/2023	Pembuatan laporan KKM	
	15/08/2023	Mengisi kegiatan laporan KKM	
	16/08/2023	Penutupan KKM	

Jombang, 28-08-2023

Pendamping Lapangan



(Hj. Hesti Ruchana Handayani)

LAMPIRAN 2 PENILAIAN OLEH PENDAMPING LAPANGAN



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
 PROGRAM STUDI – AKUTANSI – AKREDITASI (A)
 PROGRAM STUDI – MANAJEMEN – AKREDITASI (B)
 Jln Prof Moh. Yamin No. 77 Telp. 0321-865180, Fax, 0321-853807 Jombang 61471
 Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Putri Lailis Syarifah
 NIM : 2061317
 Program Studi : Manajemen Pemasaran-A4 2020
 Tempat Magang : UD. ACCU SWAKARYA
 Alamat Tempat Magang : Jl. Raya Bandung RT. 03/ RW. 03, Sugihwaras,
 Bandung Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang
 Bagian/Bidang : Pemasaran

No.	Aspek Yang Dinilai	Kurang (40-54)	Cukup (55-64)	Baik (65-79)	Sangat Baik (≥80)
1.	Disiplin Kerja				91
2.	Keerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja				91
3.	Kreativitas dan tingkah laku saat berkerja				90
4.	Kreativitas dan Keterampilan				90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan				92
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja				90
7.	Kemampuan berkomunikasi				95
8.	Produktifitas kerja*				92

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/karya

Catatan:.....

Jombang, 16 Agustus 2023

Pejabat Penilai

(Hj. Hesti Ruchana Handayani)

LAMPIRAN 3 ASPEK PENILAIAN OLEH DOSEN PEMBIMBING



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUTANSI – AKREDITASI (A)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN – AKREDITASI (B)
 Jln Prof Moh. Yamin No. 77 Telp. 0321-865180, Fax, 0321-853807 Jombang 61471
 Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Putri Lailis Syarifah
 NIM : 2061317
 Program Studi : Manajemen Pemasaran-A4 2020
 Tempat Magang : UD. ACCU SWAKARYA
 Bagian/Bidang : Pemasaran

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (angka 0 – 100)
1.	Keaktifan konsultasi	90
2.	Motivasi	90
3.	Pengetahuan tentang tugas di obyek KKM	90
4.	Tata bahasa dan kerapihan laporan	90
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	90
6.	Sistematika laporan	90
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	90
8.	Kemampuan memberi alternatif pemecahan masalah	90
	Nilai total	720

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, 28 - 8 - 2028

Dosen Pendamping Lapangan,

(Dr. Erminati Pancaningrum, ST.,MSM.)

LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI KULIAH KERJA MAGANG





LAMPIRAN 5 SURAT KETERANGAN MAGANG

UD. ACCU SWAKARYA
Jl. Raya Bandung RT. 03/ RW. 03, Sugihwaras, Bandung
Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471
Telp: 0813-5764-8677

SURAT KETERANGAN MAGANG

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Muhsin

Jabatan : Pemilik

Menjelaskan bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Putri Lailis Syarifah

NIM : 2061317

Program Studi : Manajemen

Asal : STIE PGRI Dewantara Jombang

Telah melaksanakan Kuliah Kerja Magang di UD. Accu Swakarya terhitung tanggal 10 Juli 2023 sampai dengan 16 Agustus 2023

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagaimana mestinya.

Jombang, 16 Agustus 2023

H. Muhsin

Pemilik