

**PERAN BAGIAN PEMBELIAN PADA PT MIROTA NAYAN
CABANG MANNA KAMPUS C. SIMANJUNTAK
YOGYAKARTA**

LAPORAN MAGANG



Disusun Oleh:

Marganing Mukti

2122 32025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2025**

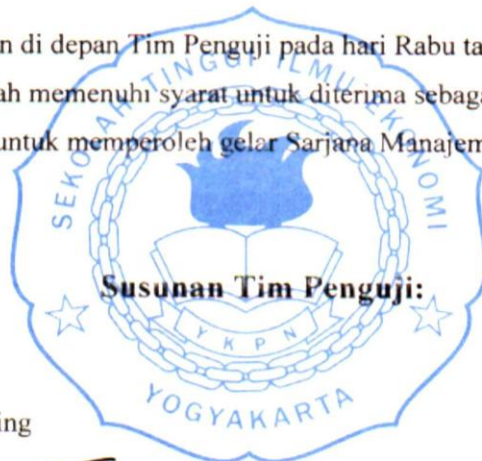
TUGAS AKHIR
LAPORAN MAGANG
PERAN BAGIAN PEMBELIAN PADA PT MIROTA NAYAN
CABANG MANNA KAMPUS C. SIMANJUNTAK
YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MARGANING MUKTI

Nomor Induk Mahasiswa: 212232025

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 17 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Penguji

Bambang Setia Wibowo, SE., MM., CDMS.

Prof. Dr. Miswanto, M.Si.

Yogyakarta, 6 Februari 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

ABSTRAK

Laporan magang ini berisikan pengalaman penulis yang telah menjalankan tugas akhir magang di PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta. Pada tanggal 6 Agustus sampai dengan 7 November 2025. Laporan ini terdiri dari informasi penulis, tugas, serta tanggung jawab yang dilakukan oleh penulis selama magang di PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta. Penulis juga menjelaskan permasalahan apa saja yang terjadi selama pelaksanaan magang dan rekomendasi bagi perusahaan. Selama proses magang, penulis melakukan berbagai kegiatan seputar manajemen rantai pasok dan persediaan khususnya pengadaan barang pada PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta. Tanggung jawab yang dilakukan oleh penulis meliputi proses administrasi dan teknis pengadaan barang. Kegiatan magang telah memberikan berbagai pengetahuan baru, pengalaman, dan wawasan serta pengetahuan lebih mendalam mengenai proses *supply chain* pada PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta. Dengan pengalaman yang telah penulis dapatkan, diharapkan dapat berguna dan menjadi bekal dalam menghadapi dunia kerja selanjutnya.

Kata kunci: Pengadaan barang, Supply chain, PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta.

ABSTRACT

This internship report contains the author's experience of completing his final internship at PT Mirota Nayan, Manna Branch, Campus C. Simanjuntak, Yogyakarta. From August 6 to November 7, 2025. This report contains information about the author, his duties, and his responsibilities during his internship at PT Mirota Nayan, Manna Branch, Campus C. Simanjuntak, Yogyakarta. The author also explains any problems encountered during the internship and provides recommendations for the company. During the internship, the author carried out various activities related to supply chain management and inventory, especially procurement of goods at PT Mirota Nayan, Manna Branch, Campus C. Simanjuntak, Yogyakarta. The author's responsibilities included administrative and technical procurement processes. The internship provided him with new knowledge, experience, insights, and a deeper understanding of the supply chain process at PT Mirota Nayan, Manna Branch, Campus C. Simanjuntak, Yogyakarta. The experience gained is expected to be useful and provide him with the necessary skills to face the future world of work.

Keywords: Procurement of goods, Supply chain, PT Mirota Nayan Manna Branch, C. Simanjuntak Campus, Yogyakarta.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah berbagai aspek dunia kerja, termasuk sektor ritel, terutama dalam sistem operasional, manajemen data, dan pengambilan keputusan. Perusahaan dituntut adaptif terhadap teknologi seperti *Internet of Things* (IoT), *Supply Chain Management* (SCM), *Big Data*, dan ERP agar mampu bersaing secara efektif dan efisien, sementara sumber daya manusia juga harus memiliki keterampilan praktis yang relevan. Transformasi ini terbukti meningkatkan efisiensi biaya, mempercepat proses, dan meminimalkan kesalahan administratif. Di Indonesia, sektor ritel menunjukkan pertumbuhan positif pasca pandemi dengan meningkatnya daya beli masyarakat, sehingga mendorong persaingan yang semakin ketat, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki jaringan supermarket luas dan konsumsi tinggi. PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta sebagai ritel modern trade masih menerapkan sistem semi manual namun tetap mampu bersaing melalui harga relatif terjangkau dan kerja sama supplier yang baik, dengan pesaing utama seperti Pamela, Mirota Pasaraya, dan Januputra. Melalui program magang dari STIE YKPN, penulis memilih Manna Kampus sebagai tempat magang

karena relevan dengan bidang studi dan memberikan kesempatan terlibat langsung dalam proses pembelian, sehingga dapat mengimplementasikan teori perkuliahan sekaligus memperoleh pengalaman kerja nyata.

PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

PT Mirota Nayan didirikan oleh Bapak Siswanto Hendro Sutikno dengan usaha awal berupa penjualan minuman, roti, dan tart yang kemudian menjadi asal nama “Mirota”, berlokasi pertama di Babarsari yang kini dikenal sebagai Manna Kampus Babarsari (MK 1). Setelah resmi menjadi perseroan terbatas pada tahun 1983 dan dilanjutkan oleh generasi berikutnya, perusahaan berkembang dengan membuka cabang di Jalan C. Simanjuntak pada 13 Mei 1985 (MK 2), yang menjadi cikal bakal Mirota Kampus. Lokasi strategis yang dekat dengan UGM dan UNY mendorong penambahan produk seperti alat tulis, sehingga ritel ini identik dengan mahasiswa dan ibu rumah tangga. Pada tahun 2021, dilakukan rebranding menjadi “Manna Kampus” untuk menyegarkan citra tanpa meninggalkan identitas sebagai ritel berharga kompetitif dengan *tagline* “Luar Biasa Murah” dan reputasi sebagai “Rumah Belanja Terpercaya”. Hingga kini, Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta telah berkembang dengan jaringan 7 supermarket, 3 Manna Kampus Mini, serta unit usaha lain, meskipun secara operasional berada di bawah tiga entitas hukum yaitu PT Mirota Nayan, PT Manna Kampus Palagan, dan PT Mirota Godean. Sebagai ritel Modern Trade (MT) di Yogyakarta, Manna Kampus menjunjung motto

“Always CHEAPER” dengan 7 core values: *Caring, Human Integrity, Ethical Communication, Adaptive, Professional, Excellent Service, serta Reputable & Profitability*, dan baru-baru ini memperoleh penghargaan kekayaan intelektual yang menegaskan komitmen terhadap keaslian produk dan kepercayaan konsumen.

AKTIVITAS MAGANG

1. Melakukan Pembuatan Purchase Order (PO) sesuai dengan jadwal yang sudah ada

Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta yang beroperasi sebagai bisnis ritel sangat bergantung pada supplier dalam menjaga ketersediaan produk, sehingga *repeat order* menjadi fungsi operasional yang paling krusial dalam aktivitas sehari-hari. Proses pemesanan ulang dilakukan secara rutin dari senin hingga sabtu, bahkan bisa dua kali dalam seminggu untuk produk *fast-moving* atau *supplier* besar yang telah memiliki jadwal rute pengiriman tetap. Alur pemesanan dimulai dari checker gudang dan checker toko yang melakukan pengecekan stok fisik, kemudian menginput data serta memberikan estimasi jumlah pesanan yang dibutuhkan berdasarkan kondisi persediaan dan pergerakan penjualan. Dari data tersebut, bagian pembelian menyusun *Purchase Order (PO)* sesuai jadwal yang telah ditentukan agar pengiriman barang tetap terkontrol dan operasional toko berjalan lancar tanpa risiko kekurangan stok.

2. Melakukan Listing Produk

Listing produk merupakan proses penting dalam operasional ritel, yaitu kegiatan memasukkan produk baru dari *supplier* yang sebelumnya belum pernah dijual di toko dan harus melalui beberapa tahapan sebelum resmi dipasarkan. Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta yang mayoritas konsumennya adalah mahasiswa dengan karakter *up-to-date* terhadap tren, secara aktif melakukan *listing* produk secara berkala, umumnya dua minggu sekali, sekaligus melakukan degradasi terhadap produk *slow-moving* atau dengan tingkat penjualan terendah. Proses *listing* diawali dengan pengisian memo pendaftaran produk yang mencakup informasi lengkap seperti nama *supplier*, penanggung jawab, nama dan barcode produk, konversi isi, harga jual (termasuk atau tidak termasuk PPN), diskon, hingga skema pembayaran dan retur. Setelah seluruh data dilengkapi, produk tersebut diajukan dalam rapat *listing* untuk dipertimbangkan kelayakannya sebelum diputuskan dapat masuk dan dijual di toko.

3. Evaluasi Persediaan Penjualan Bagian Non-Food (Obat)

Sebagai ritel yang bertujuan menjadi destinasi belanja yang lengkap, Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta tidak hanya menyediakan produk rumah tangga, *fashion*, dan pecah belah, tetapi juga memiliki konter obat. Dalam rangka memahami manajemen operasional ritel secara praktis, penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan

evaluasi stok pada konter obat secara langsung. Lingkup tugas ini lebih terfokus karena konter obat tidak memiliki penyimpanan di gudang utama, sehingga seluruh barang yang datang langsung ditempatkan di *display* atau disimpan di rak belakang konter. Evaluasi dilakukan untuk memastikan ketersediaan barang tetap optimal dan menghindari kekosongan atau penumpukan produk. Tugas ini diberikan oleh manajer pembelian agar penulis dapat mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dan menyesuaikannya dengan kondisi operasional nyata di lapangan.

4. Rekap Data Penjualan Untuk Bahan Meeting Evaluasi Penjualan Food dan Non-Food

Dalam operasional ritel, rapat dengan supplier tertentu merupakan aktivitas penting sebagai forum evaluasi dan penyampaian informasi strategis antara pihak pembelian dan prinsipal. Rapat ini biasanya dihadiri oleh manajer pembelian dan tim pembelian dengan fokus utama pada evaluasi penjualan serta perkembangan performa produk berdasarkan data historis. Penulis bertanggung jawab menyiapkan bahan rapat dengan mengolah data penjualan tiga bulan terakhir yang tersimpan dalam excel, kemudian menganalisisnya secara komprehensif untuk menghitung pangsa pasar (*market share*) setiap produk dalam kategori terkait. Hasil analisis tersebut menjadi dasar diskusi dalam rapat dan digunakan sebagai landasan pengambilan

keputusan strategis, seperti penambahan, pengurangan, atau pengembangan kerja sama dengan *supplier*.

5. Mempelajari Mengenai Rantai Pasok Bisnis Ritel

Pengalaman magang memberikan kesempatan bagi penulis untuk mempelajari secara langsung rantai pasok bisnis ritel di Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta, yang merupakan rangkaian proses terintegrasi mulai dari produsen hingga produk sampai ke konsumen akhir. Dalam praktiknya, rantai pasok ritel melibatkan lima komponen utama, yaitu perencanaan (*plan*) untuk memproyeksikan permintaan, pengadaan (*source*) melalui peran *buyer* dan negosiasi dengan *supplier*, pembuatan atau pengemasan (*make*) oleh *supplier*, pengiriman (*deliver*) ke toko, serta pengembalian (*return*) jika terdapat barang rusak atau kedaluwarsa. Penulis mengamati bahwa setiap tahapan, termasuk proses *listing* produk dan evaluasi stok, harus berjalan secara terintegrasi untuk menghindari risiko *stock-out* maupun *overstock* yang sering terjadi akibat fluktuasi permintaan konsumen. Melalui pemahaman ini, penulis memperoleh gambaran menyeluruh mengenai pentingnya koordinasi dan efisiensi dalam menjaga stabilitas operasional ritel.

LANDASAN TEORI

1. Teori Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan proses pertukaran informasi yang sistematis, terarah, dan memiliki tujuan untuk mencapai efektivitas serta efisiensi kinerja organisasi. Komunikasi dalam organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai alat koordinasi, pengendalian, serta pembentukan hubungan profesional antar individu maupun antar bagian. Menurut Prasetyo & Febriani (2020), komunikasi bisnis mencakup komunikasi internal dan eksternal yang bertujuan untuk memperkuat kerja sama, menyelaraskan tujuan, serta memastikan setiap aktivitas operasional berjalan sesuai dengan perencanaan.

Dalam praktiknya, komunikasi bisnis yang efektif harus memenuhi unsur kejelasan pesan, ketepatan informasi, kesesuaian media komunikasi, serta adanya umpan balik (*feedback*). Tanpa adanya *feedback*, potensi terjadinya miskomunikasi akan semakin besar dan dapat berdampak pada kesalahan operasional. Dalam konteks bisnis ritel seperti Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta, komunikasi menjadi faktor krusial karena melibatkan banyak pihak seperti bagian pembelian, gudang, kasir, supplier, dan manajemen. Setiap informasi mengenai stok, harga, pengiriman, maupun promosi harus tersampaikan dengan jelas dan terstruktur.

Penerapan komunikasi yang berbasis konfirmasi dan *feedback* sangat penting untuk meminimalkan kesalahan informasi, meningkatkan ketepatan pesan, serta menjaga kelancaran operasional toko. Dengan sistem komunikasi yang baik, koordinasi antar bagian dapat berjalan lebih efektif, pengambilan keputusan menjadi lebih akurat, serta hubungan profesional dengan supplier maupun pihak eksternal dapat terjaga dengan baik.

2. Teori Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*)

Manajemen rantai pasok merupakan pendekatan terintegrasi yang mengelola aliran barang, informasi, dan hubungan antar pihak mulai dari pemasok hingga produk sampai ke tangan konsumen akhir. SCM tidak hanya berfokus pada distribusi barang, tetapi juga mencakup proses perencanaan, pengadaan, produksi, penyimpanan, hingga pengelolaan pengembalian barang. Menurut Anwar (2011), SCM meliputi kegiatan pembelian, *outsourcing*, distribusi, serta pengelolaan hubungan strategis dengan pemasok dan distributor guna menciptakan aliran barang yang efisien dan berkelanjutan.

Dalam bisnis ritel, SCM memiliki peran vital karena karakteristik ritel yang sangat bergantung pada ketersediaan stok dan kecepatan distribusi. Ketidakefisienan dalam satu tahapan rantai pasok dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, kekurangan stok (*stock-out*), atau bahkan penumpukan barang (*overstock*). Oleh karena itu,

koordinasi yang baik antara *supplier*, bagian pembelian, gudang, dan manajemen menjadi faktor utama dalam menjaga stabilitas operasional. Pada ritel seperti Manna Kampus C. Simanjuntak, penerapan SCM terlihat dalam proses *repeat order*, *listing* produk baru, hingga evaluasi kinerja *supplier*. Hubungan yang baik dengan pemasok, ketepatan jadwal pengiriman, serta pengelolaan informasi yang akurat menjadi bagian penting dalam menjaga kelancaran rantai pasok. Dengan penerapan SCM yang efektif, perusahaan dapat menekan biaya operasional, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan ritel yang ketat.

3. Teori Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyajikan data menjadi informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu guna mendukung proses pengambilan keputusan manajerial. Menurut Lipursari (2017), SIM berfungsi sebagai alat bantu manajemen dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi aktivitas organisasi agar selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan.

SIM terdiri dari beberapa tingkatan sistem, yaitu *Transaction Processing System* (TPS) yang mencatat transaksi harian, *Management Information System* (MIS) yang menyajikan laporan rutin, *Decision Support System* (DSS) yang membantu analisis alternatif keputusan, serta *Executive Support System* (ESS) yang mendukung kebutuhan

informasi tingkat manajerial atas. Setiap tingkatan memiliki fungsi yang saling terintegrasi untuk memastikan informasi yang dihasilkan dapat digunakan secara optimal.

Dalam konteks ritel seperti Manna Kampus C. Simanjuntak, SIM membantu bagian pembelian dalam memantau stok, menganalisis tren penjualan, mengevaluasi performa produk, serta menilai kinerja *supplier* berdasarkan data historis. Kualitas informasi dalam SIM sangat ditentukan oleh keakuratan, ketepatan waktu, dan relevansi data yang tersedia. Informasi yang berkualitas akan menghasilkan keputusan yang rasional dan berbasis data, sehingga meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan risiko kesalahan, serta memperkuat daya saing perusahaan di era digital.

4. Teori Pengambilan Keputusan (*Decision Making Theory*)

Teori pengambilan keputusan merupakan kerangka sistematis yang membantu individu maupun organisasi dalam memilih alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia secara rasional dan efektif. Menurut Solin et al. (2024), keputusan bisnis yang tepat tidak hanya didasarkan pada insting atau pengalaman semata, tetapi harus melalui proses analisis data, evaluasi risiko, serta pertimbangan dampak jangka pendek dan jangka panjang dari setiap alternatif yang ada.

Proses pengambilan keputusan umumnya meliputi identifikasi masalah, pengumpulan dan analisis informasi, penyusunan alternatif solusi, evaluasi risiko dan manfaat, hingga pemilihan keputusan yang paling

optimal. Pendekatan rasional dalam pengambilan keputusan memungkinkan organisasi mengelola ketidakpastian, mengoptimalkan sumber daya, serta meningkatkan efektivitas strategi bisnis.

Dalam praktik di bagian pembelian Manna Kampus C. Simanjuntak, teori ini diterapkan dalam menentukan jumlah pesanan barang, memilih supplier yang tepat, mempertimbangkan harga dan kualitas produk, menilai waktu pengiriman, serta melakukan negosiasi kerja sama. Setiap keputusan yang diambil harus didukung oleh data penjualan, kondisi persediaan, dan analisis pasar agar selaras dengan tujuan organisasi. Dengan penerapan prinsip pengambilan keputusan yang sistematis dan berbasis data, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga stabilitas ketersediaan barang, serta mendukung keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Permasalahan Utama

Permasalahan utama yang terjadi pada bagian pembelian di Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta adalah kesenjangan komunikasi antar bagian serta sistem pengadaan yang masih semi manual sehingga memengaruhi kelancaran operasional secara menyeluruh. Dalam aktivitas sehari-hari, bagian pembelian harus berkoordinasi dengan gudang, *supplier*, kasir, dan manajemen. Namun, perbedaan persepsi, penyampaian informasi yang kurang lengkap, penggunaan memo tulisan yang kurang jelas, serta minimnya mekanisme *feedback* sering

kali menimbulkan miskomunikasi. Dampaknya terlihat pada kesalahan program promo, revisi memo yang berulang, keterlambatan proses persetujuan, hingga ketidaksesuaian barang dengan PO berjalan belum sepenuhnya terstandarisasi dan belum memiliki alur konfirmasi yang kuat.

Selain itu, proses pengadaan barang juga menghadapi beberapa kendala teknis dan administratif. Keterlambatan pengiriman dari *supplier*, barang yang tidak sesuai pesanan, serta kesalahan input PO menjadi tantangan yang cukup sering terjadi. Sistem Sireta yang masih bersifat semi manual dan belum terintegrasi secara langsung dengan *supplier* maupun data stok *real-time* menyebabkan potensi kesalahan dalam jumlah pesanan, kode barang, maupun harga. Proses input yang masih mengandalkan ketelitian individu meningkatkan *risiko human error*, sehingga alur kerja menjadi kurang efisien dan membutuhkan waktu koreksi tambahan. Dampak lanjutannya adalah keterlambatan distribusi barang ke display toko serta ketidakseimbangan persediaan.

2. Analisis Berdasarkan Teori

Jika dianalisis menggunakan Teori Komunikasi Bisnis, permasalahan yang terjadi menunjukkan adanya *noise* dalam proses komunikasi organisasi. Kurangnya konfirmasi ulang (*feedback*) serta belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) komunikasi yang jelas menyebabkan pesan yang disampaikan tidak selalu dipahami

secara seragam. Hal ini berdampak langsung pada efektivitas kerja dan ketepatan pelaksanaan program di lapangan.

Berdasarkan Teori Manajemen Rantai Pasok (SCM), kendala keterlambatan pengiriman dan ketidaksesuaian barang menunjukkan adanya kelemahan pada koordinasi upstream *supply chain*, khususnya pada hubungan dan evaluasi kinerja *supplier*. Rantai pasok yang belum sepenuhnya terintegrasi membuat arus informasi dan barang belum berjalan optimal, sehingga berpotensi menimbulkan *stock-out* maupun *overstock*.

Sementara itu, dari perspektif Sistem Informasi Manajemen (SIM), sistem yang belum terintegrasi secara *real-time* membatasi kemampuan manajemen dalam mengambil keputusan berbasis data yang akurat. Ketidakterpaduan antara sistem pembelian, stok gudang, dan data penjualan menghambat analisis yang cepat dan tepat. Hal ini juga memengaruhi kualitas pengambilan keputusan yang seharusnya didukung oleh data yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

3. Solusi dan Rekomendasi Perbaikan

Pembahasan masalah menunjukkan bahwa solusi yang dapat dilakukan meliputi perbaikan komunikasi, penguatan koordinasi rantai pasok, serta optimalisasi sistem digital yang terintegrasi. Untuk mengatasi *noise* komunikasi, diperlukan penyusunan SOP komunikasi yang jelas, penerapan konfirmasi ulang (*feedback*) pada setiap informasi penting, serta evaluasi rutin antar bagian guna menyamakan

persepsi dan meningkatkan transparansi informasi. Penggunaan sistem komunikasi internal berbasis digital juga dapat mengurangi ketergantungan pada memo manual yang berisiko menimbulkan kesalahan.

Dalam aspek pengadaan, perbaikan *upstream supply chain* dapat dilakukan melalui evaluasi ketepatan waktu dan konsistensi *supplier*, penerapan checklist penerimaan barang yang lebih ketat, serta peningkatan koordinasi antara pembelian dan gudang. Langkah ini bertujuan untuk meminimalkan ketidaksesuaian barang dan mempercepat proses distribusi ke toko.

Selain itu, peningkatan sistem Sireta agar terintegrasi dengan sistem *Point of Sales* (POS) dan data stok real-time menjadi langkah strategis untuk mendukung digitalisasi operasional. Penggunaan teknologi seperti *mobile barcode* scanner dapat mempercepat proses input data, mengurangi kesalahan administratif, serta meningkatkan akurasi pencatatan. Dengan dukungan sistem informasi yang lebih terintegrasi dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam pemanfaatan teknologi, proses pembelian diharapkan menjadi lebih efisien, tepat waktu, serta mampu memperkuat efektivitas rantai pasok secara keseluruhan dan mendukung keberlanjutan bisnis.

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Kesimpulan

Pelaksanaan magang di PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, Yogyakarta selama periode 6 Agustus – 7 November 2025 memberikan pengalaman nyata bagi penulis dalam mengimplementasikan teori perkuliahan seperti Manajemen Operasi, Sistem Informasi Manajemen, Manajemen Rantai Pasok, dan ERP-Manajemen ke dalam praktik kerja langsung. Melalui keterlibatan pada bagian pembelian, penulis memahami pentingnya komunikasi dua arah, koordinasi antar bagian, serta ketelitian dalam proses pengadaan barang agar operasional berjalan efektif dan efisien. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa transformasi digital dalam sistem operasional sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kecepatan, akurasi, dan integrasi data, sehingga perusahaan mampu bersaing secara optimal di sektor ritel yang kompetitif.

Rekomendasi

Bagi Mahasiswa

Mahasiswa disarankan untuk memanfaatkan program magang sebagai sarana pembelajaran nyata agar lebih siap menghadapi dunia kerja, baik dari sisi teknis maupun mental. Mahasiswa perlu membangun komunikasi dan relasi profesional dengan mentor serta rekan kerja untuk memperluas jaringan dan meningkatkan soft skill. Selain itu, mahasiswa hendaknya memahami budaya dan sistem kerja perusahaan agar dapat beradaptasi

dengan cepat serta menunjukkan sikap profesional selama menjalani magang.

Bagi Pihak Kampus

Kampus disarankan memberikan sosialisasi dan pembekalan terkait magang serta tugas akhir lebih awal agar mahasiswa memiliki persiapan yang matang. Kampus juga dapat memperluas kerja sama dengan berbagai perusahaan yang relevan dengan bidang studi sehingga pilihan tempat magang menjadi lebih berkualitas dan variatif. Selain itu, monitoring dan evaluasi berkala terhadap pelaksanaan magang perlu dilakukan agar tercipta sinergi antara kebutuhan akademik dan kebutuhan industri.

Bagi PT Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak

Perusahaan disarankan meningkatkan sistem pengadaan dan pembuatan Purchase Order (PO) dari semi manual menjadi sistem digital yang lebih terintegrasi untuk meminimalkan kesalahan administratif dan meningkatkan efisiensi kerja. Perlu adanya penguatan komunikasi dan koordinasi antar bagian melalui *briefing* atau rapat rutin agar tidak terjadi kesenjangan informasi. Selain itu, peningkatan pelatihan bagi karyawan terkait penggunaan sistem informasi dan manajemen rantai pasok akan membantu mendukung operasional yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Refleksi Diri

Selama pelaksanaan magang, penulis memperoleh banyak pembelajaran berharga baik dari sisi *hard skill* maupun *soft skill*, seperti kemampuan komunikasi profesional, manajemen waktu, ketelitian dalam input data, serta kemampuan analisis dalam proses pengadaan barang. Penulis memahami secara langsung bagaimana alur pembelian dari pembuatan PO hingga barang diterima dan didistribusikan, serta menyadari pentingnya koordinasi tim dalam mencapai target operasional. Pengalaman menghadapi kendala seperti kesalahan input dan keterbatasan sistem menjadi pembelajaran penting untuk lebih berhati-hati dan adaptif dalam bekerja. Secara keseluruhan, kegiatan magang ini tidak hanya meningkatkan kompetensi akademik yang aplikatif, tetapi juga membentuk kesiapan mental dan profesionalisme penulis untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management). *Majalah Ilmiah Gema Maritim*, 13(1), 20–28. <https://doi.org/10.37612/gema-maritim.v13i1.19>
- Christopher, M. (2015). *Logistics and Supply Chain Management*. Pearson Education Limited.
<https://books.google.co.id/books?id=hRTQEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=9c5HXQf8bU&dq=Logistics and Supply Chain Management&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Logistics and Supply Chain Management&f=false>
- Harahap, N. J. (2019). Mahasiswa Dan Revolusi Industri 4.0. *Ecobisma*, 6(1), 70–78.
- Khusnaini, H., Setiawan, B., & Riana, F. D. (2023). *Kecil , Dan Menengah Di Kabupaten Kediri Risk Mitigation of Micro , Small , and Medium Enterprises Based Pineapple Supply Chain in Kediri District*. 41(2), 63–81.
- Lipursari, A. (2017). Peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) Dalam Pengambilan Keputusan. *Kinabalu*, 11(2), 50–57.
- Mustofa, M. B., & Febrian, M. K. (2025). *Desain Komunikasi Dalam Ilmu Perpustakaan Dari Perspektif Teoritis*. 5(2), 93–107.
- Pebrianti, T., Nasution, U. B., Anwar, N., Wulandari, D., & Mawarni, I. (2024). *Buku Ajar Manajemen Operasional* (Sepriano & Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com
- Prasetyo, D., & Febriani, S. (2020). *No Title*. UB Press.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=whoIEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=teori+komunikasi+bisnis&ots=nzsxQxXEfy&sig=SucySVaHW59xTL8DAiAGMjRLy3M&redir_esc=y#v=onepage&q=teori komunikasi bisnis&f=false
- Solin, T. A., Munthe, A. P. B., Harahap, A. A. S., Sitorus, S. F., Harahap, S. L., Angkat, D. K. A., Harahap, N. D., & Ginting, S. S. B. (2024). *Relevan : Jurnal Pendidikan Matematika*. 4(6).
<https://ejournal.yana.or.id/index.php/relevan>