

**IMPLEMENTASI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM  
MEMAKSIMALKAN KEPUASAN KONSUMEN DI PT. MIROTA NAYAN  
CABANG MANNA KAMPUS C. SIMANJUNTAK**

**LAPORAN MAGANG**

**Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**Nurul Fatonah**

**2122 32030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**JANUARI 2026**

# HALAMAN PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR

### LAPORAN MAGANG

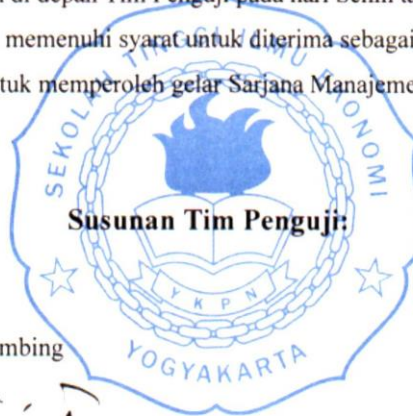
#### IMPLEMENTASI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMAKSIMALKAN KEPUASAN KONSUMEN DI PT. MIROTA NAYAN CABANG MANNA KAMPUS C. SIMANJUNTAK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**NURUL FATONAH**

**Nomor Induk Mahasiswa: 212232030**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 26 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Olivia Barcelona Nasution, SE., M.Sc., CDMS.

Penguji

Dr. Maria Pampa Kumalaningrum, SE., M.Si.

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



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

## ABSTRAK

Laporan kegiatan magang adalah laporan yang disusun oleh penulis untuk menjelaskan kegiatan magang yang dilakukan selama tiga bulan di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak. Selama magang di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, penulis ditempatkan di divisi *Marketing Public Relations* (MPR). Divisi MPR adalah divisi yang bertanggung jawab atas perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan promosi, publikasi, serta komunikasi perusahaan dengan konsumen dan masyarakat. Penulis di divisi MPR melaksanakan beberapa aktivitas, seperti kegiatan penelitian, administratif, dokumentasi, desain, dan aktivitas lainnya. Kegiatan penelitian berfokus pada meneliti program Belanja Luar Biasa Murah Spektakuler (BLBMS) untuk mengetahui apakah program BLBMS sudah optimal dalam memaksimalkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Kegiatan administratif berfokus untuk melancarkan aktivitas operasional perusahaan seperti, penginputan, dan penyortiran data. Kegiatan desain berfokus pada pembuatan desain promosi *digital*, dokumentasi berfokus untuk mengabadikan *event* dan foto produk Manna Kampus, dan kegiatan lainnya yaitu pengajian dan *event* yang ada di Manna Kampus. Selama magang, penulis menghadapi beberapa kendala, tetapi penulis berhasil menghadapinya dan menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Magang ini memberikan pengalaman baru bagi penulis. Selain itu, penulis memperoleh pengetahuan baru tentang cara mengembangkan rasa tanggung jawab, disiplin diri, kerja sama tim, dan dapat merasakan dunia kerja secara langsung.

Kata kunci: Manna Kampus, *Marketing Public Relations*, BLBMS, Administrasi, Desain, Dokumentasi

## **ABSTRAC**

*The internship activity report is a report prepared by the author to describe the internship activities carried out over a period of three months at PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak. During the internship at PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, the author was placed in the Marketing Public Relations (MPR) division. The MPR division is responsible for the design, implementation, and evaluation of promotional activities, publications, and corporate communications with customers and the public. The author in the MPR division carried out several activities, such as research, administration, documentation, design, and other activities. The research activity focused on researching the Spectacular Cheap Shopping Program (BLBMS) to determine whether the BLBMS program was optimal in maximizing customer satisfaction and loyalty. Administrative activities focus on facilitating the company's operational activities, such as data entry and sorting. Design activities focus on creating digital promotional designs, documentation focuses on capturing Manna Kampus events and product photos, and other activities include religious lectures and events held at Manna Kampus. During the internship, the author faced several obstacles, but managed to overcome them and complete the work well. This internship provided new experiences for the author. In addition, the author gained new knowledge about how to develop a sense of responsibility, self-discipline, teamwork, and was able to experience the world of work firsthand.*

*Keywords: Manna Kampus, Marketing Public Relations, BLBMS, Administration, Design, Documentation*

## **Latar Belakang**

PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak merupakan salah satu perusahaan ritel yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya pada bidang penyediaan kebutuhan sehari-hari. Pada perusahaan ini, divisi *Marketing Public Relations* (MPR) bertanggung jawab atas perancangan, implementasi, dan evaluasi program promosi yang bertujuan memperkuat citra perusahaan sambil mendukung kepuasan konsumen.

Penulis diberi kesempatan untuk magang pada divisi *Marketing Public Relations* (MPR) di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, yang berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program promosi. Melalui penempatan tersebut, penulis memperoleh kesempatan untuk mempelajari strategi pemasaran, mengamati pengaruh program promosi terhadap perilaku konsumen, dan mengembangkan keterampilan praktis dalam dunia kerja nyata.

## **Profil Perusahaan**

PT. Mirota Nayan didirikan tahun 1980 oleh Bapak Siswanto Hendro Sutikno sebagai pemilik dan direktur utama. Awalnya, usaha ini berbentuk restoran yang berlokasi di Babarsari, Caturtunggal, Sleman, Yogyakarta. Seiring berjalannya waktu, usaha ini berkembang dengan menambah penjualan khususnya pada bidang penyediaan kebutuhan sehari-hari dan mempertahankan reputasi sebagai “Rumah Belanja Terpercaya”. Saat ini, Manna Kampus memiliki sepuluh outlet yang tersebar di wilayah Kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul, dengan

dukungan lebih dari 1.000 karyawan yang terlatih dan berlandaskan nilai perusahaan “*Always CHEAPER*”.

## **Aktivitas Magang**

### **1. Penelitian**

Penelitian adalah kegiatan yang dijalankan oleh penulis saat menjalani magang di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak. Kegiatan penelitian yang dilakukan penulis meliputi penelitian program promosi dan pembuatan survei. Uraian aktivitas penelitian, yaitu:

#### **a) Penelitian Program Belanja Luar Biasa Murah Spektakuler (BLBMS)**

Penulis diberikan tanggung jawab melakukan penelitian terhadap program Belanja Luar Biasa Murah Spektakuler (BLBMS) untuk menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Manna Kampus Yogyakarta. Program BLBMS merupakan program promosi unggulan yang diselenggarakan oleh Manna Kampus dengan memberikan berbagai hadiah menarik kepada konsumen yang berbelanja. Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk efektivitas program BLBMS dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Analisis yang dilakukan mencakup tingkat partisipasi konsumen, tingkat kepuasan terhadap program, dan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian berulang setelah mengikuti program. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi untuk pengembangan program promosi di masa mendatang.

#### **b) Membuat Survei**

Penulis membuat beberapa jenis survei untuk mendukung kegiatan operasional dan evaluasi Manna Kampus. Survei yang dibuat, meliputi survei bagian pembelian yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja bagian pembelian dalam

menjalankan pekerjaannya terhadap *supplier* dan operasional. Dan survei kepuasan konsumen digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap aspek produk, layanan, dan program promosi yang ditawarkan Manna Kampus.

## **2. Administrasi**

Kegiatan administrasi merupakan aktivitas magang yang dilakukan oleh penulis saat menjalani magang di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak. Kegiatan administrasi yang dilakukan penulis meliputi pengelolaan data dan pengelolaan berkas. Berbagai aktivitas administrasi yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

### **a) Menyortir Data Aduan Konsumen**

Kegiatan ini dilakukan untuk mengelompokkan dan menata data aduan atau keluhan yang masuk dari konsumen agar mudah dianalisis dan ditindaklanjuti oleh pihak perusahaan. Penulis melakukan penyortiran berdasarkan kategori permasalahan, seperti pelayanan karyawan, kualitas produk, atau fasilitas toko. Tujuannya untuk membantu bagian terkait dalam memperbaiki layanan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, penyortiran data juga memastikan agar tidak ada aduan yang terabaikan.

### **b) Menginput Data Hitung Konsumen**

Penulis diberikan tanggung jawab untuk menginput data hitung konsumen per bulan setiap outlet Manna Kampus. Data tersebut berisi jumlah konsumen yang berkunjung ke Manna Kampus setiap harinya yang penulis input ke dalam *spreadsheet*. Data tersebut penting sebagai bahan evaluasi perusahaan terhadap tingkat kunjungan konsumen, efektivitas program promosi, serta perencanaan

strategi penjualan. Proses penginputan dilakukan secara teliti agar data yang diperoleh akurat dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

### **c) Membuat *Bounding Box***

Dalam kegiatan ini, penulis ditugaskan untuk membuat *bounding box* pada gambar menggunakan komputer. *Bounding box* ini digunakan untuk menandai dan membedakan antara konsumen laki-laki dan perempuan. Proses ini merupakan langkah pertama dalam mengembangkan sistem deteksi otomatis berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Karena proses perhitungan konsumen sebelumnya dilakukan secara manual, perusahaan berusaha meningkatkan efisiensi dengan memanfaatkan teknologi AI. Agar sistem dapat belajar mengenali perbedaan gender konsumen yang terekam kamera, diperlukan data pelatihan berupa gambar yang diberi label. Oleh karena itu, penulis membuat *bounding box* tersebut dengan cermat agar data yang dihasilkan akurat dan dapat digunakan.

### **d) Menyortir Data Ide Kreatif**

Penulis diberikan tanggung jawab untuk mengklasifikasikan data konsumen yang telah mengumpulkan ide-ide kreatif. Proses pengklasifikasian meliputi pengecekan kelengkapan data, pencatatan identitas peserta, dan pengelompokan ide sesuai kategori. Tugas ini membantu perusahaan memilih ide-ide terbaik yang berpotensi memberikan kontribusi positif bagi pengembangan bisnis.

## **3. Dokumentasi**

Kegiatan dokumentasi adalah salah satu aktivitas yang dilakukan penulis selama melaksanakan magang. Dokumentasi dilakukan untuk mendukung

kegiatan publikasi, promosi, dan arsip internal perusahaan. Selama magang, penulis bertanggung jawab dalam pengambilan foto dan video pada *event* yang diselenggarakan oleh Manna Kampus seperti, pengundian BLBMS, *field trip*, dan foto produk makanan atau *fashion*.

#### **4. Desain**

Penulis dipercaya untuk membantu tim desain grafis untuk membuat beberapa desain postingan Instagram yang akan diunggah melalui akun resmi Manna Kampus. Penulis menggunakan aplikasi canva untuk membuat desain dengan tampilan menarik, warna yang selaras dengan identitas visual perusahaan, dan pesan yang mudah dipahami oleh konsumen.

#### **5. Aktivitas Lain**

Selain kegiatan utama seperti penelitian, administrasi, dokumentasi, dan desain, penulis juga mengikuti kegiatan lain yang diadakan oleh PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak.

##### **a) Pengundian Belanja Luar Biasa Murah Spektakuler (BLBMS)**

Kegiatan pengundian BLBMS ini merupakan salah satu program promosi unggulan yang diselenggarakan oleh PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak. Program ini bertujuan untuk menunjukkan apresiasi kepada konsumen dengan menyediakan berbagai hadiah menarik bagi mereka yang berbelanja selama periode promosi.

Dalam kegiatan ini, penulis terlibat langsung mulai dari proses persiapan hingga pelaksanaan acara. Selama tahap persiapan, penulis menghadiri *meeting* terakhir dengan panitia penyelenggara untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai rencana. Penulis juga ikut serta dalam gladi resik sebagai simulasi sebelum acara utama.

Pada hari pelaksanaan, penulis diberi tanggung jawab untuk membantu mempersiapkan acara dan mendokumentasikan acara menggunakan ponsel. Dokumentasi meliputi pengambilan foto dan video selama acara.

**b) *Field Trip***

*Field trip* merupakan program kunjungan edukatif yang diselenggarakan oleh PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak dengan tujuan perusahaan mendapatkan timbal balik dari siswa yang berbelanja. Kegiatan ini diikuti oleh siswa dari salah satu sekolah per bulan yang datang untuk mempelajari lebih lanjut mengenai operasional Manna Kampus. Selama *field trip*, penulis memiliki kesempatan untuk mempersiapkan dan membantu tim dalam menyelenggarakan acara, seperti pengambilan foto dan video, dan membantu mengawasi siswa untuk memastikan kegiatan belajar berjalan lancar, aman, dan suasana yang kondusif.

**c) *Pengajian***

Kegiatan pengajian adalah kegiatan rutin seluruh karyawan yang diadakan oleh PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak. Kegiatan pengajian ini dilaksanakan setiap hari Kamis mulai pukul 07.50 WIB hingga 08.20 WIB dan diikuti oleh seluruh karyawan dari berbagai divisi. Pengajian dipimpin oleh ustad atau ustadzah yang telah diundang oleh PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak untuk mengisi pengajian.

Melalui kegiatan ini, penulis tidak hanya memperoleh pengalaman dunia kerja, tetapi juga mendapatkan pembelajaran mengenai pentingnya keseimbangan antara kegiatan profesional dan pembinaan rohani di lingkungan kerja.

## **Landasan Teori**

### **1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)**

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dikemukakan oleh (Davis, 1989) sebagai model yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi informasi oleh pengguna. Model ini menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. *Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja kerja, sementara *Perceived Ease of Use* adalah tingkat keyakinan bahwa sistem tersebut mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan banyak usaha. Kedua faktor ini memengaruhi sikap pengguna terhadap Teknologi, yang pada gilirannya menentukan niat mereka untuk menggunakan dan penggunaan actual sistem tersebut. TAM banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi karena mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam menerima dan memanfaatkan Teknologi baru secara sederhana namun komprehensif.

### **2. Teori *Human Resources Planning* (HRP)**

*Human Resources Planning* (HRP) merupakan proses sistematis untuk menentukan kebutuhan tenaga kerja organisasi berdasarkan analisis beban kerja dan tujuan perusahaan. Menurut Desler dalam (Priatna et al., 2025), apabila hasil perencanaan menunjukkan adanya kekurangan karyawan, maka organisasi perlu melakukan penambahan tenaga kerja melalui proses rekrutmen. Rekrutmen berfungsi sebagai mekanisme untuk menarik dan memperoleh calon karyawan yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, sehingga organisasi dapat menjaga kelancaran operasional dan meningkatkan efektivitas serta efisiensi kerja. Dengan perencanaan dan rekrutmen yang tepat, perusahaan

dapat menghindari kondisi kelebihan maupun kekurangan tenaga kerja yang berpotensi menurunkan kinerja organisasi.

## **Analisis Permasalahan**

### **1. Sistem Perhitungan Konsumen Masih Manual**

Dalam operasional ritel di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, perhitungan konsumen merupakan proses menentukan jumlah konsumen yang mengunjungi toko dalam periode tertentu, yang digunakan untuk menganalisis tingkat kunjungan konsumen, efektivitas program promosi, dan membantu perusahaan dalam merencanakan strategi penjualan.

Selama melaksanakan magang, penulis menemukan bahwa perhitungan konsumen masih dilakukan secara manual dengan melihat rekaman CCTV dan mencatat jumlah konsumen yang datang setiap hari. Metode ini membutuhkan sumber daya manusia dan waktu yang lama, serta sangat rentan terjadi kesalahan hitung karena hanya bergantung pada ketelitian individu.

Faktanya, data konsumen merupakan dasar penting bagi divisi *Marketing Public Relations* (MPR) dalam mengevaluasi program promosi dan mengukur efektivitas aktivitas pemasaran. Jika data yang dihasilkan kurang akurat, hasil analisis dan pengambilan keputusan bisa kurang efisien dan perlu diperbarui dengan teknologi yang lebih *modern*.

### **2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Desain Grafis**

Desain grafis di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak merupakan divisi yang berfungsi untuk membangun citra merek, menarik perhatian konsumen, dan memperkuat pesan pemasaran perusahaan, yang disampaikan melalui bentuk komunikasi visual yang menggunakan elemen

seperti, gambar, teks, warna, dan tata letak yang didesain secara menarik dan mudah dipahami.

Selama melaksanakan magang, penulis menemukan bahwa di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, hanya memiliki dua desain grafis yang harus menangani kebutuhan desain untuk sepuluh cabang Manna Kampus Yogyakarta. Hal ini menyebabkan beban kerja yang sangat berat dan keterlambatan yang sering terjadi dalam menyelesaikan desain promosi, baik untuk media sosial maupun media cetak.

Keterbatasan SDM ini juga berdampak pada konsistensi hasil desain setiap cabang, karena desainer harus membagi fokus mereka antar banyak proyek secara bersamaan. Akibatnya, kualitas dan keseragaman desain antar cabang tidak optimal dan berpotensi mengurangi efektivitas promosi perusahaan.

Selain itu, banyak permintaan desain dari divisi lain yang datang secara mendadak dan harus diselesaikan segera. Setelah desain selesai, pihak yang meminta seringkali tidak segera memberikan umpan balik untuk revisi, tetapi kemudian meminta hasil akhir dengan cepat. Situasi ini menciptakan ketidak efisienan dan tekanan tambahan bagi tim desain grafis.

## **Pembahasan dan Solusi**

### **1. Sistem Perhitungan Konsumen Masih Manual**

Menurut penulis, sistem perhitungan konsumen yang masih manual sebaiknya mulai digantikan dengan teknologi berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Teknologi ini dapat digunakan untuk menghitung jumlah konsumen secara otomatis melalui kamera CCTV dan sistem *object detection*. Dengan penerapan

AI, proses penghitungan akan menjadi lebih cepat, efisien, dan tidak memerlukan banyak tenaga kerja manusia.

Penerapan sistem perhitungan konsumen berbasis AI sejalan dengan teori TAM, implementasi sistem perhitungan konsumen berbasis AI memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan akurasi dan kecepatan pengolahan data konsumen (*Perceived Usefulness*). Selain itu, sistem AI yang terintegrasi dengan CCTV dan bekerja secara otomatis dinilai lebih mudah digunakan dibandingkan metode manual yang membutuhkan pemaatan dan pencataan secara terus-menerus (*Perceived Ease of Use*). Dengan terpenuhinya kedua aspek tersebut, penggunaan Teknologi AI sebagai solusi perhitungan konsumen dapat mendukung peningkatan kinerja operasional serta pengambilan keputusan pemasaran berbasis data yang lebih akurat dan efektif.

## **2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Desain Grafis**

Menurut penulis, masalah kekurangan SDM pada desain grafis dapat diatasi dengan meningkatkan jumlah desainer grafis di setiap cabang, dengan minimal satu orang per cabang. Dengan cara ini, kebutuhan desain promosi setiap cabang dapat dipenuhi tepat waktu dan tidak lagi menumpuk di pusat. Distribusi SDM ini juga dapat mempercepat proses produksi desain dan mengurangi risiko keterlambatan dalam publikasi promosi.

Penerapan solusi ini sejalan dengan teori *Human Resources Planning* (HRP) oleh Desler, solusi berupa penambahan karyawan desain grafis melalui proses rekrutmen merupakan langkah yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Penambahan desain grafis akan membantu mendistribusikan beban kerja secara lebih merata, mempercepat penyelesaian desain promosi, serta meningkatkan konsistensi dan kualitas hasil desain. Dengan demikian,

penerapan rekrutmen sebagai tindak lanjut dari perencanaan SDM dapat mendukung tercapainya kinerja perusahaan yang lebih efektif dan efisien.

### **Kesimpulan**

Kegiatan magang yang telah dilaksanakan selama 66 hari di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, khususnya pada divisi *Marketing Public Relations* (MPR), memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami dunia kerja yang sesungguhnya. Selama menjalankan magang, penulis mengerjakan beberapa tugas antara lain, melakukan penelitian, membuat survei, penyortiran dan input data, mendokumentasi kegiatan perusahaan, dan mendesain postingan untuk kebutuhan publikasi. Berdasarkan pengalaman tersebut, penulis menyimpulkan bahwa kegiatan magang di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak antara lain:

1. Selama magang, penulis memahami bahwa divisi *Marketing Public Relations* (MPR) memiliki peran penting dalam mempertahankan dan memperkuat citra perusahaan. Divisi ini berfungsi sebagai jembatan antara perusahaan dan masyarakat melalui kegiatan promosi, publikasi, dan komunikasi yang efektif. Dengan strategi komunikasi yang baik, perusahaan mampu membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap merek PT. Mirota Nayan Manna Kampus Yogyakarta.
2. Salah satu kegiatan promosi di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak yaitu program Belanja Luar Biasa Murah Spektakuler (BLBMS), yang terbukti mampu memengaruhi konsumen dan meningkatkan minat berbelanja. Program ini memberikan pengalaman positif bagi konsumen melalui hadiah menarik. Dari kegiatan ini, penulis

bejar bahwa promosi yang direncanakan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan.

3. Selama magang, penulis berpartisipasi dalam mempersiapkan dan pelaksanaan survei kepuasan konsumen. Survei ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana konsumen luas dengan layanan, produk, dan fasilitas toko. Hasil survei kemudian digunakan sebagai bahan evaluasi bagi manajemen dalam menentukan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Melalui kegiatan ini, penulis memahami pentingnya mendengarkan umpan balik konsumen untuk mempertahankan Kepercayaan mereka terhadap perusahaan.
4. Kegiatan magang, memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan teknis, seperti membuat desain postingan, mengolah data survei, dan mendokumentasikan produk atau kegiatan perusahaan. Selain itu, penulis juga belajar bekerja dengan disiplin, tanggung jawab, keterampilan komunikasi yang baik, dan kemampuan bekerja dalam tim. Nilai – nilai profesional ini merupakan bekal penting bagi penulis untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.
5. Selama melaksanakan magang, penulis menemukan beberapa kendala seperti, sistem perhitungan jumlah konsumen masih dilakukan secara manual, sehingga memerlukan waktu lama dan berisiko terjadi kesalahan, dan keterbatasan sumber daya manusia di bidang desain grafis, di mana hanya terdapat dua desainer yang harus menangani kebutuhan seluruh cabang, yang berdampak pada efisiensi dan ketepatan waktu dalam penyelesaian pekerjaan.

6. Dari pengalaman magang, penulis menyadari bahwa kesuksesan suatu kegiatan promosi tidak hanya bergantung pada divisi *Marketing Public Relations* (MPR), tetapi juga memerlukan dukungan dari divisi lain. Koordinasi yang baik antar divisi akan mempercepat penyampaian informasi dan memudahkan pelaksanaan program promosi. Dengan kerja sama yang kompak, kegiatan perusahaan dapat berjalan lebih efektif dan hasilnya akan lebih optimal.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman selama magang di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, penulis memberikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan bermanfaat bagi perusahaan, khususnya pada divisi *Marketing Public Relations* (MPR), antara lain:

1. Diharapkan PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak untuk mengganti metode manual dalam perhitungan konsumen dengan sistem berbasis teknologi dengan spesifikasi tinggi. Penggunaan sistem ini dapat meningkatkan akurasi data, mempercepat proses hitungan, dan membantu menganalisis kunjungan konsumen secara lebih efektif.
2. Diharapkan PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak untuk menambahkan sumber daya manusia untuk desain grafis. Dengan penambahan desainer setiap cabang, proses pembuatan materi promosi dapat dilakukan lebih cepat dan hasil desain akan lebih maksimal.

### **Refleksi Diri**

Selama melaksanakan magang di PT. Mirota Nayan Cabang Manna Kampus C. Simanjuntak, penulis memperoleh banyak pengalaman berharga yang baru.

Kegiatan magang ini merupakan kesempatan pertama penulis untuk terjun langsung ke lingkungan kerja, sehingga pada awalnya penulis merasa canggung dan khawatir tidak bisa beradaptasi. Namun seiring berjalannya waktu, penulis mulai terbiasa dengan suasana kerja, dengan memahami tugas-tugas yang diberikan, dan membangun hubungan baik dengan semua karyawan. Lingkungan kerja yang ramah membuat penulis lebih percaya diri dan nyaman dalam melaksanakan setiap aktivitas. Dari seluruh proses kegiatan magang, penulis memperoleh beberapa pelajaran penting, yaitu:

1. Melalui kegiatan penelitian program Belanja Luar Biasa Murah Spektakuler (BLBMS), penulis belajar menganalisis mekanisme program promosi, menyusun kuesioner, mendistribusikan survei langsung kepada konsumen, dan memproses data menggunakan SPSS. Pengalaman ini memungkinkan penulis memahami cara mengumpulkan dan menganalisis data secara sistematis untuk mendukung evaluasi perusahaan.
2. Selama melaksanakan magang, penulis ditugaskan untuk menyortir data keluhan konsumen, mengkategorikan masalah, dan memasukkan data konsumen dari semua cabang. Tugas – tugas ini melatih ketelitian penulis, karena data yang dikelola digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan.
3. Penulis membuat berbagai desain postingan *Instagram* menggunakan *Canva* untuk kebutuhan promosi perusahaan. Melalui aktivitas ini, penulis memahami pentingnya konsistensi visual, pemilihan warna yang sesuai dengan identitas perusahaan, dan penyampaian pesan yang mudah dipahami oleh konsumen.

4. Melalui aktivitas dokumentasi foto dan video di kegiatan perusahaan, penulis belajar memahami sudut kamera, kualitas pencahayaan, dan jenis dokumentasi yang sesuai untuk tujuan publikasi.
5. Penulis berinteraksi secara langsung dengan tim MPR dan divisi lain terkait permintaan data atau revision desain. Hal ini mengajarkan penulis bahwa komunikasi yang baik dapat mempercepat proses kerja dan mengurangi kesalahpahaman.
6. Selama magang, penulis berpartisipasi dalam kegiatan internal perusahaan seperti pengujian. Kegiatan ini memberikan pengalaman positif mengenai pentingnya menyeimbangkan pekerjaan dan pengembangan rohani.
7. Jumlah tugas banyak yang diberikan kepada penulis menjadi pembelajaran penulis untuk mengelola waktu agar semua pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas hasil, sehingga keterampilan manajemen waktu penulis meningkat.
8. Penulis belajar untuk disiplin, bekerja sesuai intruksi, menjaga etika komunikasi, dan beradaptasi dengan sistem kerja yang berbeda dari dunia akademis. Profesionalisme ini merupakan persiapan berharga untuk masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (1989). *Information Technology Introduction*.
- Fachruraz, Rinaldi, K., Jenita, Purnomo, J., Harto, B., & Dwijayanti, A. (2021).  
*Teori dan Konsep MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*.
- Firmansyah, E. B., Awliya, D., Auliya, S. L., Mukarromah, S. W., Aprilia, S. N., & Hartono, F. A. P. (2024). Analysis of Internship Experience and Job Interest on Student Job Readiness through self-efficacy as Intervening. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 3(2), 79–92.
- Priatna, D. K., Susanti, R. K., & Arief, M. Y. (2025). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (N. G. Permata (ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putro, T. A., & Sani, N. L. (2024). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan Menerapkan Customer Relationship Marketing dan Kualitas Layanan. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 16(1), 68–78.  
<https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v16i1.3286>