

---

MENGIMPLEMENTASIKAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA PT.  
MUTIARA CITRA CENDANA

Oleh

Kelly<sup>1</sup>, Hesniat<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

Email: [12041113.Kelly@uib.edu.com](mailto:12041113.Kelly@uib.edu.com)

**Abstract**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memanfaatkan digital untuk membantu PT. Mutiara Citra Cendana dalam menyelesaikan berbagai masalah terkait efisiensi di perusahaan. Maka hasil luaran dari kegiatan ini adalah dengan pemanfaatan digital pada PT. Mutiara Citra Cendana dan memperkenalkan kepada tenaga kerja perusahaan untuk beradaptasi dengan strategi *digital marketing* yang telah direncanakan oleh penulis kepada perusahaan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari sumbernya melalui berbagai cara metode pengumpulan seperti wawancara, observasi dan survei. Hasil observasi, penulis menyimpulkan bahwa PT Mutiara Citra Cendana belum sepenuhnya memahami penggunaan aplikasi untuk mempromosikan produk dan layanan yang ditawarkan. Kondisi ini menghambat perusahaan dalam menarik pelanggan baru. Hal ini menegaskan pentingnya pelatihan dan bimbingan bagi perusahaan agar mereka dapat menguasai teknik-teknik digital marketing secara efektif. Oleh karena itu, penulis merancang strategi digital marketing yang mudah dipahami dan diikuti oleh perusahaan, serta mengadakan pelatihan mengenai penggunaan teknik digital marketing. Dengan pelatihan yang tepat, penulis berharap perusahaan dapat memanfaatkan strategi ini secara lebih efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

**Keywords:** Strategi Digital Marketing, PT. Mutiara Citra Cendana, Pemasaran

**PENDAHULUAN**

Tidak dapat disangkal bahwa sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perkembangan perekonomian negara. UMKM juga telah menjadi tulang punggung perekonomian negara karena kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta perannya dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Berdasarkan data dari kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tercatat bahwa sekitar 65,4 Juta UMKM yang terdaftar di Indonesia yang memperkerjakan sekitar 114,7 Juta orang atau sekitar 56% dari jumlah total tenaga kerja di negara Indonesia (Margareth Anjani Mawarsari, 2023).

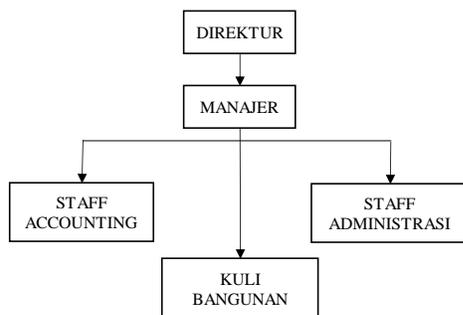
UMKM juga telah terbukti tahan terhadap krisis dan berperan sebagai

penggerak pemulihan ekonomi, termasuk selama pandemi Covid-19 (Ariyanti, 2023). Namun, UMKM di berbagai daerah Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan seperti akses keuangan, pemasaran atau promosi, infrastruktur, teknologi, brokrasi, serta keterbatasan keterampilan dan pengetahuan.

Pada era yang semakin canggih, banyak pelaku usaha yang masih menggunakan cara konvensional mempromosikan bisnis mereka. Kurangnya infrastruktur digital yang andal juga menjadi kendala utama. Menurut dari Databoks kata data, Indonesia mencakup 40,9% dari total populasi di Asia Tenggara (Annur, 2023). Meski memiliki populasi yang besar banyak wilayah terpencil di Indonesia belum memiliki akses internet yang memadai. Kondisi ini juga dapat

menyulitkan UMKM di daerah tersebut untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti *E-Commerce*. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari berbagai pihak terkait untuk memperkuat sektor UMKM sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sangat disayangkan bahwa para pelaku usaha belum memanfaatkan sepenuhnya era digitalisasi kedalam usahanya yang seharusnya akan memberi kemudahan kepada pelaku usaha dalam mempromosikan bisnis mereka.

PT. Mutiara Citra Cendana yang sebelumnya juga masih termasuk golongan UMKM sebelum disahkan menjadi Perseroan Terbatas (PT) di tahun 2023. PT. Mutiara Citra Cendana beroperasi dibidang pembangunan seperti perenovasian bangunan secara skala kecil maupun besar. UMKM juga telah berdiri sekitar 20 tahun yang sebelumnya di sahkan menjadi Perseroan Terbatas (PT). PT. Mutiara Citra Cendana memiliki sekitar 20 karyawan yang memiliki posisi masing – masing sesuai dengan kemampuan mereka



**Gambar 1. Struktur Organisasi pada PT. Mutiara Citra Cendana.**

Sumber: Penulis (2024).

Penulis menemukan bahwa PT. Mutiara Citra Cendana masih menggunakan metode promosi yang konvensional seperti iklan cetak dan pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga menyebabkan kurangnya efisiensi dan jangkauan promosi perusahaan. Selain itu, perusahaan masih belum mengoptimalkan

media digital dan platform online yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Oleh karena itu, disarankan agar PT. Mutiara Citra Cendana mulai mengadopsi strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan efisiensi pemasaran mereka.

Secara keseluruhan dengan melakukan kerja praktek di PT. Mutiara Citra Cendana, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan promosi secara digital. Selain itu, kerja praktek ini juga dapat memberikan peluang bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan akademis mereka dalam lingkungan kerja nyata, serta memberikan perusahaan kesempatan untuk mendapatkan wawasan dan perspektif baru dari praktikan.

Ruang Lingkup kegiataan kerja praktek dapat mendukung PT. Mutiara Citra Cendana dalam pemanfaatan digitalisasi secara optimal sehingga perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, memaksimalkan potensi teknologi untuk inovasi dan pengembangan produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Adapun tujuan kerja praktek yang penting dalam menghubungkan teori akademik dengan pengalaman praktis didunia kerja. Berikut adalah beberapa tujuan dari kerja praktek (Jurniardi, 2023)(Medina, 2024)(Azis, 2024) :

- Mahasiswa memiliki kesempatan untuk menerapkan teori yang telah dipelajari dikelas ke dalam situasi nyata dilapangan, sehingga dapat memahami cara kerja konsep yang dipelajari secara praktis.
- Membantu mahasiswa dalam mengembangkan sikap profesional dan etos kerja yang baik, sesuai dengan disiplin ilmu yang dipelajari.

- Memberikan pengalaman langsung dilingkungan kerja agar mahasiswa lebih siap menghadapi duni professional setelah lulus.
- Melatih kemampuan manajerial serta keterampilan yang diperlukan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab di tempat kerja.
- Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menghadapi berbagai situasi dan tantangan dalam dunia kerja.

Adapun manfaat kerja praktek yang penting dalam menghubungkan teori akademik dengan pengalaman praktis di dunia kerja. Berikut adalah beberapa manfaat dari kerja praktek (Riadi, 2021)(Azis, 2024)(Medina, 2024)(Jurniardi, 2023):

- Memberikan pengalaman kepada mahasiswa yang tidak dapat diperoleh dari teori melalui pembelajaran di kelas, serta membantu memperluas cakupan penelitian skripsi.
- Mahasiswa juga dapat melatih dan mengasah keterampilan yang telah dipelajari selama di kelas ke dalam lingkungan kerja yang nyata.
- Memperluas jaringan professional yang dapat bermanfaat dalam mencari kerja pekerjaan atau memulai usaha sendiri.
- Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menghadapi masalah manajemen yang terjadi dilingkungan kerja dengan mempraktek ilmu yang telah dipelajari olehnya.
- Mempersiapkan mahasiswa sebagai sumber daya manusia yang berkualitas dan siap bersaing dalam dunia kerja yang terus berkembang.

#### **Target Kegiatan**

Adopsi sistem digital menjadi langkah penting bagi UMKM untuk membuat keputusan investasi di lingkungan yang kompetitif. Adopsi teknologi informasi oleh perusahaan didefinisikan sebagai penggunaan aplikasi perangkat keras dan perangkat lunak untuk mendukung aktivitas operasional dalam perusahaan, antar perusahaan, serta interaksi

antara manajemen dan proses pengambilan keputusan (Cahyono et al., 2022), Adopsi sistem digital untuk mencakup penggunaan berbagai perangkat lunak dan perangkat keras untuk kolaborasi dalam fungsi pembuatan informasi, penyimpanan, pemrosesan, keberlanjutan dan transmisi informasi dalam berbagai konteks.

Kerja praktek ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam mempromosikan bisnis PT. Mutiara Citra Cendana secara digital, sehingga perusahaan data menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan penjualan, memperkuat *brand awareness* dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui berbagai platform digital.

#### **Luaran Kegiatan**

Proyek ini dibuat dengan tujuan memanfaatkan digital untuk membantu PT. Mutiara Citra Cendana dalam menyelesaikan berbagai masalah terkait efisiensi di perusahaan. Maka hasil luaran dari kegiatan ini adalah dengan pemanfaatan digital pada PT. Mutiara Citra Cendana dan memperkenalkan kepada tenaga kerja perusahaan untuk beradaptasi dengan strategi *digital marketing* yang telah dirancang oleh penulis kepada perusahaan.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari sumbernya melalui berbagai cara metode pengumpulan seperti wawancara, observasi dan survei. Data ini sangat berharga karena memberikan informasi yang spesifik dan relevan untuk tujuan penelitian yang dilakukan. Menurut (Sugiyono, 2016), data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari responden atau objek penelitian oleh peneliti sendiri. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut

- Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti berinteraksi secara langsung dengan responden untuk mengumpulkan informasi melalui pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh peneliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang mendalam dan rinci dari responden. Menurut (Esterberg, 2002), wawancara merupakan cara untuk memahami dunia dari perspektif subjek penelitian dengan berkomunikasi langsung dengannya. Wawancara ini dilakukan dengan perwakilan langsung oleh direktur dengan pertanyaan yang mencakup masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

- Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti secara langsung mengamati perilaku, peristiwa atau kondisi yang menjadi objek penelitian tanpa mengintervensi atau memengaruhi situasi tersebut. Metode ini memungkinkan penelitian memperoleh data yang akurat dan kontekstual. Menurut (Sugiyono, 2016) yang menyatakan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek penelitian. Observasi dilakukannya oleh peneliti kepada PT. Mutiara Citra Cendana untuk mengetahui titik masalah yang dihadapi oleh perusahaan sehingga peneliti dapat menawarkan solusi untuk menyelesaikannya.

### Proses Perancangan Luaran

Tahapan awal dalam merancang *output* proyek sistem PT. Mutiara Citra Cendana adalah dengan mengumpulkan informasi dan data melalui wawancara serta observasi langsung ke lapangan. Langkah selanjutnya dilakukan dengan berdiskusi dengan Direktur perusahaan dengan mendapatkan izin untuk menganalisis masalah yang dihadapi oleh PT.

Mutiara Citra Cendana. Pada tahap perencanaan, dilakukannya diskusi dengan direktur mengenai strategi yang akan diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi karyawan terhadap pekerjaannya. Pada tahapan pelaksanaan dan evaluasi mencakup penerapan strategi dan penelitian terhadap efektivitas strategi tersebut.

### Tahapan Pelaksanaan

Melalui beberapa tahapan pelaksanaan pada PKM ini yang terdiri dari :

#### 3.1.1. Tahapan Persiapan

Pada tahapan persiapan, penulis melakukan survei UMKM yang terdapat di Kota Batam yang akan dijadikan sebagai objek penelitian pada program PKM. Setelah melakukan survei, penulis menemukan UMKM yang tepat untuk melakukan program tersebut. Tahapan berikutnya, penulis berkomunikasi dengan direktur dan serta menginformasikan kepada pihak kampus untuk persetujuan melaksanakan program PKM di PT. Mutiara Citra Cendana. Pada tanggal 01 Februari 2024, penulis memberikan surat perizinan pelaksanaan program PKM yang ditanda tanganin oleh kedua belah pihak.

#### 3.1.2. Tahapan Pelaksanaan

Selanjutnya dalam tahapan pelaksanaan yang dilakukan oleh penulis mendiskusikan lebih lanjut dengan direktur perusahaan mengenai masalah yang di hadapi oleh perusahaan untuk menemukan solusi yang efektif dan menentukan strategi yang dapat diterapkan guna meningkatkan kinerja serta mencapai tujuan perusahaan.

Pada tahapan perancangan, proses ini tidak dapat diselesaikan dalam satu kali, melainkan membutuhkan beberapa perbaikan hingga strategi tersebut menjadi mudah digunakan dan dipahami oleh tenaga kerja perusahaan. Strategi yang

direncanakan perlu didiskusikan beberapa kali untuk mencapai kesempurnaan sebelum benar-benar diimplementasikan di lapangan.

Terakhir, pada tahapan implementasi yang dimana penulis memberikan strategi yang telah dirancang dengan sempurna untuk dipraktikkan langsung kepada perusahaan.

3.1.3. Tahapan Penilaian

Pada tahapan ini, penulis telah menerapkan strategi yang telah dirancang olehnya kepada perusahaan yang kemudian penulis melakukan penyusunan laporan PKM untuk menjelaskan proses dan prosedur yang dilakukan selama pembuatan strategi tersebut. Selanjutnya, laporan PKM yang telah dibuat oleh penulis akan di evaluasi oleh dosen pembimbing,

3.1.4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan menjadi tahapan terakhir untuk penulis setelah laporan penyusunan PKM dinilai layak digunakan dan mendapatkan persetujuan dari pihak kampus, penulis dapat melakukan finalisasi dan pengumpulan laporan.

**Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran Jadwal Pelaksanaan**

PKM ini dilaksanakan pada tanggal 01 Februari pada tahun 2024 hingga 20 Mei 2024, berikut terdapat jadwal pada pelaksanaan PKM.

**Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Program PKM.**

Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Tahapan Persiapan</b>																
Observasi Lokasi	■															
Analisis Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan	■															
Konsultasi dengan dosen pembimbing	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
<b>Tahapan Pelaksanaan</b>																
Analisis SWOT				■	■											
Merancang Strategi				■	■	■										
Menyiapkan proses pembuatan Strategi				■	■	■										
Merancang rencana anggaran biaya				■	■	■										
Sosialisasi pada strategi yang ingin dirancang							■	■	■							
Implementasi Sistem Penjualan							■	■	■	■						
<b>Tahapan Monitoring dan Evaluasi</b>																
Evaluasi Strategi										■	■					
Penyusunan Laporan										■	■	■				
Konsultasi dengan dosen pembimbing												■	■			
Finalisasi Laporan													■	■		

Sumber: Penulis (2023).

**Anggaran Pelaksanaan**

Anggaran yang digunakan selama melaksanakan kegiatan program PKM yaitu,

**Tabel 2. Anggaran Pelaksanaan Program PKM. Sumber: Penulis (2023).**

No	Rancangan Aktivitas	Jenis Anggaran	Jumlah	Satuan	Harga	Total
1	Observasi dan wawancara	Biaya Transportasi	30	kali	Rp 20.000	Rp 600.000
		Biaya Koneksi Internet	2	Minggu	Rp 150.000	Rp 300.000
		Biaya Konsumsi	30	kali	Rp 30.000	Rp 900.000
2	Perancangan Luaran	Biaya Transportasi	30	Kali	Rp 20.000	Rp 600.000
		Biaya Koneksi Internet	2	Minggu	Rp 150.000	Rp 300.000
		Biaya Konsumsi	30	Kali	Rp 30.000	Rp 900.000
3	Pendampingan Implementasi Luaran	Biaya Transportasi	30	Kali	Rp 20.000	Rp 600.000
		Biaya Koneksi Internet	3	Minggu	Rp 150.000	Rp 450.000
		Biaya Konsumsi	30	Kali	Rp 30.000	Rp 900.000
		Biaya Percetakan	1	Lembar	Rp 75.000	Rp 75.000
4	Pembuatan Laporan	Biaya Percetakan	1	Lembar	Rp 75.000	Rp 75.000
		Biaya transportasi	15	Kali	Rp 20.000	Rp 300.000
		Biaya Koneksi Internet	2	Minggu	Rp 150.000	Rp 300.000
Total Anggaran Secara Keseluruhan						Rp 6.300.000

- Advertising  
Advertising merupakan kegiatan pemasaran yang bersifat persuasif untuk mempengaruhi tindakan pengambilan audiens, seperti membeli produk atau menggunakan *service*. Penulis memutuskan untuk menggunakan *company profile* beserta kartu nama sebagai strategi *marketing* yang dipromosikan ke Instagram dan Facebook.



**Gambar 1. Poster Produk.**  
*Sumber: Penulis (2024).*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perancangan Luaran Kegiatan

Tujuan kegiatan pelaksanaan kerja praktek adalah untuk membantu menyelesaikan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh PT. Mutiara Citra Cendana. Harapan penulis dengan adanya hasil laporan kegiatan kerja praktek dapat mendukung perusahaan untuk meningkatkan laba keuangannya dengan menjangkau audiens yang lebih luas serta memperkenalkan layanan yang disediakan oleh perusahaan kepada pelanggan baru.



**Gambar 2. Kartu Nama Perusahaan.**

*Sumber: Penulis (2024).*

### Proses Implemmentasi Luaran

Setelah strategi digital *marketing* yang telah disempurnakan disetujui oleh perusahaan, penulis melanjutkan dengan membimbing karyawan PT. Mutiara Citra Cendana dalam menerapkan strategi yang telah dirancang selama beberapa bulan. Pada 1 April 2024, PT. Mutiara Citra Cendana masih mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan strategi yang direncanakan, sehingga penulis menyimpulkan bahwa perusahaan masih berada dalam fase adaptasi terhadap promosi digital.

Selanjutnya, perusahaan diarahkan untuk memfokuskan promosi melalui platform Instagram dan Facebook. Penulis juga telah menyediakan poster dan mencetak kartu nama yang siap digunakan oleh perusahaan dalam menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama.

Sebelum implementasi final, penulis memberikan materi dan pelatihan terkait penggunaan media sosial kepada perusahaan, sehingga pada saat implementasi final, mereka sudah memiliki pemahaman penuh tentang cara memanfaatkan aplikasi tersebut untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Hasil dari penerapan strategi ini, PT Mutiara Citra Cendana mengalami peningkatan omzet yang signifikan, mencapai sekitar 20%, berkat strategi digital marketing yang diterapkan.

### Kondisi Setelah Implementasi

Dengan adanya strategi *digital marketing*, perusahaan mampu memanfaatkan penuh digital untuk mempromosikan layanan usaha yang diberikan kepada audiens serta meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, mengumpulkan dan menganalisis data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik serta mengoptimalkan biaya pemasaran untuk hasil yang lebih efektif.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, penulis menyimpulkan bahwa PT Mutiara Citra Cendana belum sepenuhnya memahami penggunaan aplikasi untuk mempromosikan produk dan layanan yang ditawarkan. Kondisi ini menghambat perusahaan dalam menarik pelanggan baru. Hal ini menegaskan pentingnya pelatihan dan bimbingan bagi perusahaan agar mereka dapat menguasai teknik-teknik digital marketing secara efektif.

Oleh karena itu, penulis merancang strategi digital marketing yang mudah dipahami dan diikuti oleh perusahaan, serta mengadakan pelatihan mengenai penggunaan teknik digital marketing. Dengan pelatihan yang tepat, penulis berharap perusahaan dapat memanfaatkan strategi ini secara lebih efektif untuk

memperluas jangkauan pemasaran dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

#### Saran

Penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya mengumpulkan lebih banyak sumber atau referensi jurnal lain yang dapat mendukung pengembangan strategi digital marketing yang lebih efisien dan efektif. Hasil penelitian ini tidak dapat dijadikan acuan sepenuhnya, sehingga diperlukan ide atau inspirasi dari sumber lain dalam strategi digital marketing untuk meningkatkan omzet dan kesadaran merek di kalangan audiens

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Annur, C. M. (2023). *Indonesia Mendominasi Jumlah Penduduk di Asia Tenggara, Berapa Besarnya?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/indonesia-mendominasi-jumlah-penduduk-di-asia-tenggara-berapa-besarnya>
- [2] Ariyanti, L. (2023, June 27). *KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PEMBERDAYAAN UMKM*. Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/cirebon/id/data-publikasi/berita-terbaru/2852-kebijakan-pemerintah-dalam-pemberdayaan-umkm.html>
- [3] Azis, Y. A. (2024). *Tujuan dan Manfaat PKL Bagi Mahasiswa, Makanya Penting Ikut!* Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/blog/manfaat-pkl-bagi-mahasiswa/>
- [4] Cahyono, B., Nurcholis, L., & Nugroho, M. (2022). Information Technology Implementation in SMEs: A Comparison of Indonesia and Malaysia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 25–37. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.30182>
- [5] Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. McGraw-Hill. <https://books.google.co.id/books?id=zuZeAAAACAAJ>
- [6] Jurniardi, W. (2023). *Praktik Kerja Lapangan: Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan, dan Penilaian*. Quipper Blog. <https://www.quipper.com/id/blog/info-guru/praktik-kerja-lapangan/>
- [7] Margareth Anjani Mawarsari. (2023). *Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang*. Daily Social. [https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang#google\\_vignette](https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang#google_vignette)
- [8] Medina, M. I. (2024). *PKL: Apa Itu, Tujuan, Manfaat, Cara Buat Laporannya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/pkl-adalah/>
- [9] Riadi, M. (2021). *Praktik Kerja Lapangan (Pengertian, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Penilaian)*. Kajian Pustaka. [https://www.kajianpustaka.com/2021/03/praktik-kerja-lapangan.html#google\\_vignette](https://www.kajianpustaka.com/2021/03/praktik-kerja-lapangan.html#google_vignette)
- [10] Sugiyono, P. D. (2016). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (M. K. Novita Indriyani (ed.)). ALFABETA. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/204383/metode-penelitian-pendidikan-pendekatan-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d>