

LAPORAN STUDI DUNIA INDUSTRI
“RELEVANSI DAN PERAN MAHASISWA DALAM MENINGKATKAN TATA
KELOLA MITRA MELALUI KEGIATAN DI DUNIA INDUSTRI”

CV. KALANATA INDONESIA

ANGKATAN VII TAHUN AKADEMIK 2025/2026

Sub Tema: Optimalisasi Eksposur Brand Kulit melalui Strategi Pemasaran Digital Berbasis
TikTok pada Kalanata Leather

Periode: 16 September 2025 - 14 November 2025

Dosen Pembimbing Lapangan:

Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M



Kelompok 37

Disusun Oleh:

- | | | |
|----|--------------------------|---------------|
| 1. | Sany Munawaroh | (22100200003) |
| 2. | Ardi Wahyu Saputra | (22133200031) |
| 3. | Ade Ratna Putri | (22133200004) |
| 4. | Triana Apriliyanti | (22133200087) |
| 5. | Widya Purna Putri Insani | (22133200075) |

FAKULTAS BISNIS DAN HUKUM
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
TAHUN 2025

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN STUDI DUNIA INDUSTRI
“RELEVANSI DAN PERAN MAHASISWA DALAM MENINGKATKAN TATA
KELOLA MITRA MELALUI KEGIATAN DI DUNIA INDUSTRI”
CV. KALANATA INDONESIA
ANGKATAN VIII TAHUN AKADEMIK 2025/2026

Laporan ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan Program Studi Dunia Industri

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M

NIS. 198911102018051003

Ketua Kelompok



Sany Munawaroh

NPM 22133200003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Hukum



Dr. Tri Siwi Nugrahani, SE., M.Si., Ak., CA

NIP. 19671126 199303 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan hasil Studi Dunia Industri (SDI) pada CV. Kalanata Indonesia dapat diselesaikan dengan baik oleh kelompok kami.

Laporan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan mata kuliah Studi Dunia Industri di Program Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta. Dibuatnya laporan magang ini untuk melaporkan segala sesuatu yang ada kaitannya dengan dunia kerja di CV. Kalanata Indonesia.

Dalam penyusunan laporan ini tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tim mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Tri Siwi Nugrahani, SE.,M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta;
2. Ibu Latifah Putranti,S.E.,M.Sc, selaku Ketua Program Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta;
3. Bapak Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan dan nasihat kepada kami sehingga SDI dapat terselesaikan;
4. Bapak Pidi Winata, selaku Direktur CV. Kalanata Indonesia yang telah memberikan tim kesempatan untuk belajar serta melaksanakan kegiatan Studi Dunia Industri;
5. Para Staff CV. Kalanata Indonesia yang telah memberikan pengalaman dan bersikap baik kepada tim selama kegiatan Studi Dunia Industri.

Dengan segala kerendahan hati kami menyadari bahwa timan Laporan Studi Dunia Industri (SDI) ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kami dengan senantiasa menerima kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bekal untuk lebih baik dimasa yang akan datang. Akhir kata kami berharap semoga Laporan Studi Dunia Industri (SDI) ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi mahasiswa Program Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Hukum Universitas PGRI Yogyakarta

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Tim

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	4
BAB I.....	5
PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang.....	5
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Kegiatan	7
D. Tujuan.....	8
E. Manfaat	8
BAB II	10
PELAKSANAAN KEGIATAN	10
A. Waktu Pelaksanaan Kegiatan.....	10
B. Profil Dunia Usaha/ Dunia Industri/ Masyarakat.....	10
C. Implementasi program kerja	11
D. Kendala yang Dihadapi	12
E. Solusi yang Ditawarkan	12
BAB III.....	14
PENUTUP.....	14
A. Simpulan.....	14
B. Saran.....	14
DAFTAR PUSTAKA.....	16
Lampiran	17
A. Lampiran TOR (Term of Reference) Realisasi Kegiatan	17
B. Lembar Kontrol Mahasiswa	19
C. Kartu Bimbingan	20
D. Dokumentasi SDI	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kunci utama penggerak perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak hanya terlihat dari kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga pada ketahanannya dalam menghadapi tekanan ekonomi, terutama ketika terjadi krisis nasional maupun global (Affan, 2022). UMKM menjadi penyangga ekonomi karena fleksibilitasnya dalam beradaptasi dan kedekatannya dengan kebutuhan masyarakat lokal. Hal ini memperlihatkan bahwa keberadaan UMKM tidak dapat dilepaskan dari stabilitas ekonomi Indonesia.

Pada beberapa tahun terakhir adanya perubahan besar dalam teknologi informasi dimana hal tersebut telah menciptakan pola baru dalam dunia bisnis. Internet yang semakin cepat, perangkat digital yang kian mudah diakses, serta media sosial telah menggeser pola komunikasi dan perilaku konsumsi masyarakat (Faruk et al., 2021). Generasi milenial dan Gen Z, sebagai kelompok pengguna media sosial terbesar di Indonesia, kini menghabiskan sebagian besar waktunya untuk beraktivitas secara digital (Brahmana et al., 2025). Perubahan perilaku ini membuat pendekatan pemasaran tradisional seperti iklan cetak, promosi tatap muka, dan spanduk tidak lagi mampu menjangkau pasar secara optimal.

Keberadaan media sosial membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar tanpa batas geografis. Pemasaran digital menawarkan kecepatan, efisiensi biaya, dan kemampuan menjangkau audiens yang lebih luas (Lamberton & Stephen, 2016). Salah satu platform yang memiliki pertumbuhan paling pesat adalah TikTok. TikTok tidak hanya dikenal sebagai hiburan berbasis video pendek, tetapi kini berkembang menjadi platform *social commerce* yang menyediakan fitur-fitur yang mendukung transaksi langsung, seperti TikTok Shop, live streaming, dan integrasi katalog produk (Mahaini et al., 2022). Fitur-fitur tersebut mampu meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen secara cepat, dinamis, dan real time.

Meskipun peluang digital semakin besar, tingkat adaptasi digital UMKM Indonesia secara umum masih rendah. Sebagian besar UMKM menghadapi hambatan berupa kurangnya literasi digital, keterbatasan kemampuan membuat konten, serta minimnya pemahaman mengenai algoritma media sosial. Data menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil UMKM yang telah memanfaatkan media sosial secara optimal, sehingga kesenjangan digital semakin terlihat (Angraini et al., 2024). Banyak usaha masih bergantung pada pemasaran offline atau marketplace umum tanpa membangun kehadiran digital yang kuat.

Kondisi ini juga dialami oleh UMKM Kalanata Leather merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang kerajinan kulit yang berlokasi di Yogyakarta, daerah yang dikenal sebagai pusat ekonomi kreatif nasional. Produk yang dihasilkan meliputi dompet, tas, dan aksesoris berbasis kulit dengan desain lokal yang memadukan unsur tradisi dan gaya modern. Meski

memiliki potensi besar di pasar domestik maupun internasional, Kalanata Leather menghadapi tantangan serius dalam menghadapi transformasi digital yang cepat. Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke arah digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dalam memasarkan produknya melalui berbagai kanal daring. Tetapi visibilitas online Kalanata Leather masih rendah akibat keterbatasan strategi dalam pemasaran digital.

Berdasarkan hasil observasi awal, akun TikTok Kalanata Leather belum mampu menarik perhatian audiens karena kurangnya kontinuitas unggahan, strategi konten yang belum terarah, dan minimnya penyajian visual yang menarik. Selain itu, pemilik dan tim usaha belum memahami pentingnya teknik storytelling, penyusunan naskah video, maupun penggunaan fitur live streaming sebagai sarana interaksi langsung dengan calon pembeli.

Lebih lanjut, penelitian oleh (Nugroho et al., 2023) menegaskan bahwa video pendek yang autentik, kreatif, dan konsisten dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat kesadaran merek (brand awareness). Kegiatan live streaming juga terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen karena memungkinkan penjual menampilkan produk secara langsung, menjawab pertanyaan pembeli, dan menciptakan pengalaman interaktif (Juliana, 2023). TikTok Shop bahkan memungkinkan pengguna melakukan pembelian langsung tanpa harus berpindah platform, sehingga potensi konversi penjualan menjadi lebih tinggi dibanding platform lain (Kusuma & Rachmawati, 2022; Viona et al., 2023).

Selain itu perubahan budaya konsumsi juga mendorong pentingnya pemasaran berbasis visual dan hiburan. Konsumen modern cenderung menyukai konten singkat yang informatif, menarik, dan mudah dibagikan. TikTok menyediakan ekosistem konten yang sangat sesuai dengan tren tersebut (Hidayat & Chandra, 2022). Oleh karena itu, UMKM seperti Kalanata Leather penting untuk memahami pola konsumsi digital, membaca tren konten, dan memahami algoritma TikTok agar dapat memaksimalkan potensi pasar yang lebih luas.

Jika optimalisasi TikTok dapat diterapkan secara konsisten, Kalanata Leather berpeluang memperluas pemasaran bukan hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional, bahkan internasional. Pemanfaatan konten kreatif yang menonjolkan proses pembuatan, kualitas material, keunikan desain, hingga narasi budaya dapat menjadi kekuatan dalam membangun citra merek yang otentik. Selain itu, dengan meningkatnya kehadiran UMKM di TikTok, persaingan menjadi semakin ketat. Tanpa strategi pemasaran digital yang baik, UMKM berisiko tertinggal dan sulit bersaing. Melalui pendampingan dan pelatihan yang tepat, pemilik usaha diharapkan mampu mengelola konten secara profesional, memahami teknik optimasi algoritma, serta memanfaatkan fitur TikTok Shop sebagai media penjualan yang efektif.

Dengan demikian, penguatan pemasaran digital berbasis TikTok merupakan langkah strategis untuk meningkatkan eksposur, daya saing, dan keberlanjutan bisnis Kalanata Leather. Program optimalisasi ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan digital sekaligus membantu UMKM bertransformasi dan bertahan dalam ekosistem bisnis modern yang semakin kompetitif.

B. Identifikasi Masalah

1. **Jangkauan dan Visibilitas Akun TikTok Masih Terbatas**
Akun TikTok Kalanata Leather belum mampu menghasilkan paparan yang signifikan. Konten yang dipublikasikan tidak banyak memperoleh tanggapan, sehingga visibilitas merek belum berkembang secara optimal.
2. **Pola Produksi Konten Tidak Konsisten dan Belum Terarah**
Rencana unggahan belum disusun secara sistematis. Konten yang dibuat masih bersifat spontan, tidak mengikuti karakteristik algoritma TikTok, dan belum mampu menarik audiens secara berkelanjutan.
3. **Minimnya Kreativitas dan Keterampilan dalam Pembuatan Video**
Kemampuan teknis dalam pembuatan video, seperti teknik penyusunan alur cerita, pengambilan gambar, serta editing yang menarik, masih terbatas. Akibatnya, konten belum memiliki daya pembeda di tengah persaingan yang ketat.
4. **Pemanfaatan Fitur TikTok Shop dan Live Streaming Belum Maksimal**
Kalanata Leather belum mengintegrasikan fitur TikTok Shop secara optimal sebagai media transaksi langsung. Selain itu, sesi live streaming jarang dilakukan, sehingga kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan belum dimaksimalkan.
5. **Literasi Digital Pemilik Usaha Perlu Ditingkatkan**
Pemahaman terhadap cara kerja algoritma, penggunaan hashtag yang efektif, serta analisis performa konten masih rendah. Kondisi ini menyebabkan strategi pemasaran digital kurang tepat sasaran.
6. **Persaingan di TikTok Semakin Ketat**
Banyak UMKM lain yang telah memanfaatkan TikTok secara profesional sehingga tingkat kompetisi semakin tinggi. Tanpa penguatan strategi pemasaran, Kalanata Leather berisiko tidak terlihat di tengah keramaian konten.
7. **Ketergantungan pada Penjualan Offline dan Marketplace Umum**
Pemasaran masih berfokus pada saluran tradisional dan marketplace konvensional. Hal ini membuat potensi pasar digital belum dimanfaatkan secara optimal, padahal peluang pertumbuhan sangat besar di media sosial.

C. Batasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini difokuskan secara spesifik pada upaya meningkatkan eksposur dan efektivitas pemasaran digital Kalanata Leather melalui optimalisasi penggunaan platform TikTok, terutama pemanfaatan konten video pendek dan fitur TikTok Shop. Batasan ini ditetapkan agar program pelatihan dan implementasi strategi berjalan terarah, realistis, dan sesuai kebutuhan utama UMKM yang menjadi mitra, sehingga hasil yang diperoleh dapat terukur serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan visibilitas merek.

D. Tujuan

1. Tujuan Umum

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur dan efektivitas pemasaran digital Kalanata Leather melalui optimalisasi penggunaan platform TikTok, sehingga UMKM mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap tren pemasaran digital di era ekonomi kreatif.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus ini dirancang agar hasil pengabdian lebih terukur dan berbasis kebutuhan nyata Kalanata Leather:

- a. Meningkatkan literasi digital pemilik dan karyawan Kalanata Leather dalam mengelola media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana pemasaran.
- b. Membekali keterampilan teknis dalam pembuatan konten video pendek, termasuk ide kreatif, proses produksi, teknik editing sederhana, dan penggunaan fitur TikTok Creator Tools.
- c. Mengoptimalkan performa akun TikTok Kalanata Leather melalui pelatihan tentang algoritma, penggunaan hashtag, frekuensi unggahan, serta penjadwalan konten.
- d. Meningkatkan pemanfaatan TikTok Shop dan fitur live streaming sebagai kanal penjualan langsung (direct selling) untuk meningkatkan konversi.
- e. Membangun strategi konten yang konsisten dan sesuai identitas merek, sehingga memperkuat citra dan kredibilitas Kalanata Leather di mata konsumen.
- f. Melakukan evaluasi perkembangan akun TikTok untuk mengukur peningkatan engagement, jangkauan audiens, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.
- g. Mendorong terbentuknya pola pikir digital pada pelaku UMKM agar lebih siap menghadapi persaingan pasar berbasis teknologi.

E. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Pengabdian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur terkait pemasaran digital UMKM, terutama dalam konteks pemanfaatan TikTok sebagai platform social commerce. Hasil pengabdian dapat memperluas pemahaman teoretis tentang bagaimana algoritma media sosial, konten autentik, dan interaksi digital dapat meningkatkan visibilitas merek, khususnya pada sektor industri kreatif. Temuan ini juga mendukung perkembangan konsep *digital storytelling*, *engagement-driven marketing*, dan *video-based branding*, yang semakin relevan dalam ekosistem pemasaran digital modern.

Selain itu, pengabdian ini memperkuat bukti empiris mengenai efektivitas TikTok dalam meningkatkan engagement dan brand awareness UMKM, sehingga menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi pemasaran berbasis konten video pendek. Hasil kegiatan ini juga memberikan kontribusi bagi teori adopsi

teknologi (TAM/UTAUT), khususnya terkait persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat TikTok bagi pelaku UMKM dalam konteks pemasaran digital. Secara keseluruhan, pengabdian ini memperkaya pengetahuan ilmiah mengenai transformasi perilaku pemasaran di era digital dan memperluas cakupan teoretis tentang peran platform media sosial dalam pemberdayaan UMKM.

2. Manfaat Praktis

Temuan dan implementasi dari kegiatan pengabdian ini memberikan dampak nyata bagi pelaku UMKM, praktisi bisnis, pendamping UMKM, dan lembaga pengembangan ekonomi kreatif. Manfaat praktis dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Bagi Kalanata Leather

- 1.) Meningkatkan kemampuan dalam mengelola akun TikTok secara profesional sebagai kanal pemasaran utama.
- 2.) Memperluas jangkauan audiens melalui konten video pendek yang menarik, informatif, dan sesuai algoritma TikTok.
- 3.) Meningkatkan brand awareness dan visibilitas produk kerajinan kulit melalui strategi konten yang konsisten.
- 4.) Memahami teknik optimasi TikTok Shop dan live streaming untuk meningkatkan peluang konversi penjualan.
- 5.) Mengembangkan keterampilan digital tim internal sehingga pemasaran dapat dilakukan secara berkelanjutan.

b. Bagi Pelaku UMKM Lain

- 1.) Menjadi model atau rujukan bagi UMKM sejenis yang ingin mengadopsi strategi pemasaran digital berbasis TikTok.
- 2.) Memberikan contoh praktik baik (best practice) tentang bagaimana usaha kecil dapat memanfaatkan social commerce sebagai saluran utama pemasaran.
- 3.) Mendorong UMKM untuk meningkatkan literasi digital dan memanfaatkan peluang ekonomi kreatif berbasis teknologi.

c. Bagi Pendamping UMKM, Pemerintah, dan Lembaga Pendidikan

- 1.) Menjadi dasar pengembangan program pelatihan pemasaran digital yang lebih terarah dan sesuai kebutuhan UMKM.
- 2.) Menjadi referensi untuk merancang kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing, terutama sektor kreatif.
- 3.) Menjadi bahan pembelajaran dalam kurikulum kewirausahaan, ekonomi kreatif, dan pemasaran digital.

d. Bagi Konsumen

- 1.) Memberikan akses lebih mudah untuk mengenal produk lokal berkualitas melalui platform TikTok.
- 2.) Memperluas kesadaran masyarakat terhadap produk-produk kerajinan kulit Indonesia.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Studi Dunia Industri dilaksanakan pada tanggal 16 September sampai dengan 14 November 2025 di Kalanata Leather yang beralamat di Mangir Lor, Sendangsari, Pajangan, Bantul, D.I. Yogyakarta 55751. Kegiatan Studi Dunia Industri dilaksanakan selama 3 jam per hari, pada hari Senin - Sabtu yaitu dimulai pukul 17.00 sampai dengan pukul 21.00, dengan total jam kerja 160 jam.

B. Profil Dunia Usaha/ Dunia Industri/ Masyarakat

Kalanata Leather merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang industri kerajinan kulit dan berada di bawah naungan CV. Kalanata Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada 20 Mei 2020 yang bergerak pada bidang produksi barang-barang berbahan kulit, baik kulit asli maupun kombinasi dengan material lainnya. Sejak awal berdiri, Kalanata Leather menempatkan kualitas, kreativitas, dan inovasi sebagai fondasi utama dalam setiap proses produksi. Pendekatan tersebut membuat perusahaan mampu membangun citra sebagai produsen kerajinan kulit yang berorientasi pada mutu dan desain modern.

Produk-produk yang dihasilkan sangat beragam, meliputi tas, dompet, sabuk, serta berbagai aksesoris kulit lainnya. Setiap produk dirancang melalui proses pengerjaan detail dan mengandalkan keterampilan perajin lokal. Hal ini menjadikan setiap item memiliki karakter yang kuat sekaligus memenuhi kebutuhan konsumen untuk produk yang fungsional dan estetik.

Untuk melayani kebutuhan korporasi dan institusi pemerintah, perusahaan mengembangkan lini khusus bernama Kalanata Corporate. Divisi ini menyediakan berbagai produk kulit yang dirancang sesuai kebutuhan lembaga, seperti tas seminar, ID tag, gift set, dan berbagai bentuk suvenir kustom lainnya. Melalui divisi ini, Kalanata Leather mampu menawarkan solusi yang fleksibel dan profesional bagi perusahaan yang membutuhkan produk berbahan kulit dengan spesifikasi tertentu.

Dalam menjalankan usahanya, Kalanata Leather menerapkan sejumlah nilai inti, yaitu:

1. Kualitas

Setiap produk melalui proses seleksi bahan dan pengawasan produksi untuk memastikan hasil akhir memenuhi standar tinggi.

2. Inovasi

Perusahaan terus mengembangkan desain baru dan memperbarui metode produksi agar mampu bersaing di pasar modern.

3. Keberlanjutan

Pemilihan material dilakukan dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan serta pemberdayaan tenaga kerja lokal.

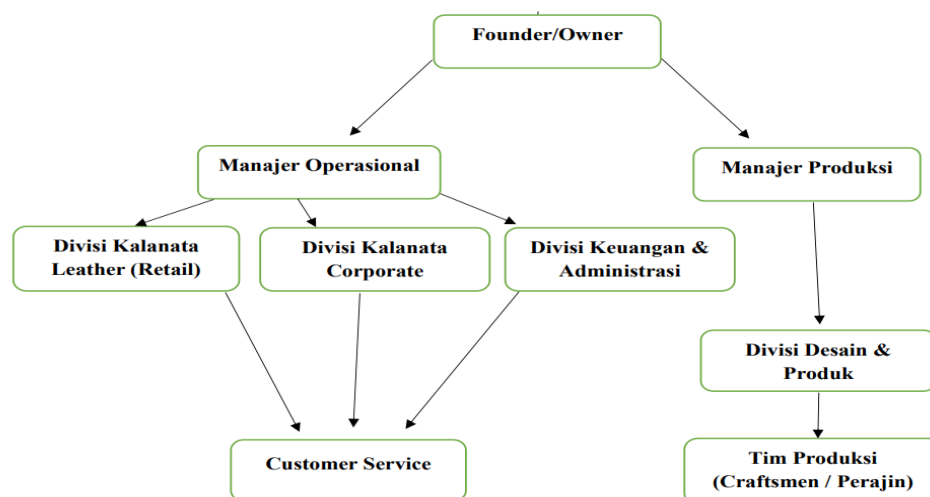
4. Pelayanan

Komitmen terhadap layanan pelanggan diwujudkan melalui komunikasi yang responsif dan kemampuan memenuhi permintaan pelanggan secara tepat waktu.

Sejak didirikan, Kalanata Leather telah dipercaya oleh berbagai instansi pemerintah dan lembaga pendidikan di Indonesia. Beberapa mitra yang pernah bekerja sama meliputi Kemendikbud, Kemenparekraf, Kementerian ESDM, serta universitas seperti UNY, UGM, dan Universitas Brawijaya. Kolaborasi tersebut menjadi bukti bahwa produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan memiliki kredibilitas dan mampu memenuhi standar institusional.

Kalanata Leather berlokasi di Mangir Lor RT 02, Sendangsari, Pajangan, Bantul, dan dapat dihubungi melalui nomor telepon 0812-2722-7141, email kalanataindonesia@gmail.com, atau melalui situs resmi kalanataleather.com. Dengan portofolio yang terus berkembang, perusahaan berkomitmen untuk menyediakan produk kulit yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar masa kini.

- Lokasi Studi Dunia Industri (SDI) di Mangir Lor RT 02, Sendangsari, Pajangan, Bantul.
- Struktur Organisasi Kalanata Leather



C. Implementasi program kerja

Implementasi program kerja difokuskan pada peningkatan kemampuan digital Kalanata Leather melalui rangkaian kegiatan yang terstruktur. Program ini dimulai dengan kegiatan survei dan observasi untuk mengidentifikasi permasalahan inti dalam pemasaran digital, khususnya rendahnya pemanfaatan TikTok sebagai media promosi. Setelah kebutuhan dianalisis, dilaksanakan pelatihan teknis kepada pemilik dan karyawan meliputi pembuatan konten video, cara menggunakan fitur TikTok Shop, teknik live streaming, serta strategi optimasi algoritma TikTok. Pendampingan intensif dilakukan dalam proses produksi video konten, penyusunan tema konten, serta manajemen unggahan agar akun mampu mencapai jangkauan yang lebih luas. Selanjutnya dilakukan pengelolaan akun TikTok Kalanata Leather

secara berkala untuk memantau peningkatan engagement, visibilitas akun, dan interaksi dengan audiens. Evaluasi dilaksanakan selama dan setelah kegiatan untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan serta dampak terhadap pertumbuhan eksposur digital Kalanata Leather.

D. Kendala yang Dihadapi

1. Keterbatasan literasi digital pelaku UMKM.
Pemilik dan sebagian karyawan belum terbiasa menggunakan fitur TikTok, terutama TikTok Shop dan Creator Tools.
2. Minimnya pengalaman dalam produksi konten video.
Kesulitan menentukan konsep konten, melakukan proses editing, serta menyesuaikan konten dengan tren TikTok.
3. Kurangnya pemahaman tentang algoritma TikTok.
Pengetahuan mengenai penggunaan hashtag, waktu unggah terbaik, atau strategi mempertahankan engagement masih rendah.
4. Akses perangkat yang terbatas.
Peralatan pendukung seperti gimbal, lighting, atau smartphone dengan kualitas kamera baik belum tersedia secara memadai.
5. Waktu produksi yang tidak konsisten.
Karyawan memiliki tanggung jawab produksi utama, sehingga pembuatan konten sering terhambat karena fokus pada aktivitas pengrajin.
6. Belum optimalnya integrasi TikTok Shop.
Fitur katalog produk, tautan pembelian, dan prosedur live selling belum digunakan secara maksimal.

E. Solusi yang Ditawarkan

1. Pelatihan literasi digital yang sistematis.
Memberikan pelatihan bertahap tentang penggunaan TikTok, mulai dari fitur dasar hingga fitur lanjutan seperti TikTok Shop dan analitik akun.
2. Workshop pembuatan konten video praktis.
Memberikan praktik langsung mulai dari penentuan ide, proses pengambilan gambar, editing sederhana, hingga penyusunan script konten yang menarik.
3. Pendampingan intensif optimasi akun TikTok.
Membimbing pelaku usaha dalam penggunaan hashtag, penjadwalan unggahan, dan strategi meningkatkan engagement sesuai algoritma.
4. Pemanfaatan alat produksi sederhana.
Mengoptimalkan perangkat yang sudah ada dan memperkenalkan alat produksi murah seperti tripod mini, ring light portable, dan aplikasi editing gratis.

5. Penyusunan kalender konten (content calendar).

Menyusun jadwal unggahan mingguan agar produksi konten tetap berjalan meski kegiatan operasional UMKM padat.

6. Pendampingan integrasi TikTok Shop.

Membantu pengaturan katalog produk, menautkan link pembelian, serta simulasi live selling agar transaksi lebih mudah dilakukan.

7. Membangun pola pikir digital dan konsistensi.

Mengarahkan pelaku UMKM untuk melihat pemasaran digital sebagai bagian strategis bisnis, bukan aktivitas sampingan.

BAB III

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan TikTok sebagai sarana penjualan daring telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan hasil yang signifikan bagi peningkatan eksposur bisnis Kalanata Leather. Pelatihan ini tidak hanya berjalan sesuai dengan rencana, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap kemampuan mitra dalam mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis TikTok.

Melalui hasil evaluasi perkembangan akun TikTok Kalanata Leather, terlihat bahwa kegiatan pengembangan akun tersebut telah mencapai tujuan utama yang dirancang sejak awal, yakni memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran online di platform TikTok. Keberhasilan ini tampak dari peningkatan visibilitas merek, bertambahnya interaksi dengan audiens, serta potensi peningkatan penjualan produk. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif dalam memperkuat citra dan memperluas eksposur bisnis Kalanata Leather di kalangan masyarakat secara lebih luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, Kalanata Leather disarankan untuk terus meningkatkan konsistensi dalam produksi serta unggahan konten pada akun TikTok, karena ritme publikasi yang teratur terbukti efektif dalam menjaga visibilitas dan memperluas jangkauan audiens. UMKM juga perlu mengembangkan variasi konten yang lebih kreatif dan autentik, seperti video proses pembuatan produk, cerita di balik desain, testimoni pelanggan, hingga tips merawat produk kulit. Selain itu, pemanfaatan fitur TikTok Shop perlu terus dioptimalkan, termasuk katalog produk, tautan pembelian, dan sesi live selling untuk mendorong konversi penjualan secara langsung. Untuk memperluas eksposur merek, Kalanata Leather dapat menjalin kolaborasi dengan kreator atau influencer lokal yang memiliki kedekatan dengan niche fashion atau kerajinan. Kemampuan editing dan produksi konten juga penting untuk terus ditingkatkan agar tampilan visual lebih menarik dan kompetitif di pasar digital. Evaluasi performa akun TikTok secara berkala perlu dilakukan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran dan menyesuaikan pendekatan sesuai tren yang berkembang. Selain itu, integrasi TikTok dengan kanal digital lain seperti Instagram, Shopee, atau

marketplace terkait dapat memperkuat ekosistem pemasaran secara keseluruhan. Pelaku usaha juga perlu membangun mindset digital yang berorientasi jangka panjang melalui pembelajaran berkelanjutan di bidang pemasaran digital. Terakhir, setiap interaksi dan feedback dari konsumen di TikTok sebaiknya dimanfaatkan sebagai masukan berharga untuk inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan agar Kalanata Leather semakin mampu bersaing di era ekonomi kreatif berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. (2022). Peran UMKM dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional di masa krisis. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 45–53.
- Angraini, D., Riady, Y., Pratama, A., Sadria, A., Bahasa Inggris, P., Sultan Thaha Saifuddin Jambi, U., & Jambi, K. (2024). TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN SISTEMATIS. In *EKLEKTIK : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 7, Issue 2).
- Brahmana, H., Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, S., & Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, I. (2025). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT KONSUMEN DI ERA METAVERSE*. 3(6), 441–454.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.5405>
- Faruk, M., Rahman, M., & Hasan, T. (2021). Digital information exchange and technological advancement in modern business. *International Journal of Digital Communication*, 8(3), 112–125.
- Hidayat, F., & Chandra, D. (2022). Strategi Branding UMKM Melalui TikTok di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 6(1), 45–57.
<https://doi.org/10.14421/jkdi.6.1.45>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kusuma, D., & Rachmawati, A. (2022). Pengaruh TikTok Shop terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 4(2), 115–128.
<https://doi.org/10.21009/jedi.4.2.115>
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>
- Mahaini, F., Nurhadi, A., & Pratama, D. (2022). Perubahan tren pemasaran dari konvensional menuju digital di era transformasi bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 4(1), 55–68.
- Nugroho, R., Sari, D., & Lestari, F. (2023). The Role of TikTok Content Marketing in Increasing SME Competitiveness. *Journal of Business Innovation*, 8(1), 54–68.
<https://doi.org/10.54045/jbi.8.1.54>
- Viona, A., Susanti, E., Hanifa, S., Ridho, T. I., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan TikTok Shop terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31021–31029. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.12051>

Lampiran

A. Lampiran TOR (Term of Reference) Realisasi Kegiatan

1.) Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan transformasi besar dalam berbagai bidang, termasuk dalam e-commerce. Kehadiran toko online sebagai salah satu jenis usaha digital memberikan peluang yang besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen lebih luas. Di sisi lain, bisnis secara online juga memerlukan pendekatan khusus dalam pengelolaan produk, strategi pemasaran, dan aspek logistik. Hal ini menjadikan banyak perusahaan e-commerce membutuhkan tenaga kerja yang mahir dalam pengelolaan bisnis digital. Program SDI di dalam perusahaan dirancang untuk memberikan peluang bagi mahasiswa untuk belajar langsung tentang operasional sebuah perusahaan e-commerce. Dengan adanya SDI ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami proses yang terlibat dalam pengelolaan produk, strategi pemasaran digital, dan pelayanan pelanggan, serta memperoleh pengalaman kerja yang nyata di dunia bisnis, terutama dalam sektor marketplace seperti TikTok Shop.

2.) Tujuan

Bagi Mahasiswa

- a. Untuk memenuhi mata kuliah Studi Dunia Industri yang bersifat wajib bagi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Hukum Universitas PGRI Yogyakarta.
- b. Untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa dengan mengaplikasikan teori yang telah dipelajari diperkuliahan dengan dunia kerja secara nyata.
- c. Untuk mengembangkan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah dan mencoba menemukan inovasi yang belum diperoleh dari pendidikan formal.
- d. Untuk melatih mahasiswa menjadi lulusan profesional ketika terjun di dunia kerja.

Bagi Fakultas Bisnis dan Hukum UPY

- a. Untuk meningkatkan kerjasama antara Fakultas Bisnis UPY dengan perusahaan CV. Kalanata Indonesia
- b. Untuk mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum agar sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi/perusahaan dan tuntutan dunia industri dan masyarakat, sehingga Fakultas Bisnis dan Hukum UPY dapat mencetak lulusan yang kompeten dalam dunia kerja

- c. Untuk mengetahui keberhasilan tenaga pengajar dalam memberikan materi perkuliahan untuk mahasiswa sesuai dengan perkembangan yang terjadi di dunia kerja

Bagi Dunia Usaha dan Dunia Industri Kerja

- a. Untuk membantu perusahaan dalam meringankan pekerjaan sesuai target waktu yang ditentukan
- b. Untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan lembaga perguruan tinggi, serta menumbuhkan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat.

3.) Manfaat

Bagi Mahasiswa

- a. Dapat menambah pengetahuan mahasiswa sehingga pemikiran mahasiswa
- b. Dapat mengembangkan mengembangkan pola pikir mahasiswa untuk berinovasi dengan didasarkan pada pengetahuan yang telah diperoleh dalam perkuliahan
- c. Dapat melatih mahasiswa menjadi individu yang disiplin, bertanggung jawab, tanggap, dan sigap dalam melaksanakan tugasnya

Bagi Fakultas Bisnis dan Hukum UPY

- a. Mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum agar sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi/perusahaan dan tuntutan dunia industri dan masyarakat, sehingga Fakultas Bisnis dan Hukum UPY dapat mencetak lulusan yang kompeten dalam dunia kerja.
- b. Dapat memperkaya khasanah pengetahuan tenaga pengajar dalam memberikan materi perkuliahan untuk mahasiswa sesuai dengan perkembangan yang terjadi di dunia kerja

Bagi Dunia Usaha dan Dunia Industri Kerja

- a. Perusahaan dapat terbantu dalam mengikuti perkembangan zaman dengan bantuan mahasiswa yang melek teknologi
- b. Mendapatkan informasi perkembangan ilmu pengetahuan serta melalui hubungan kerjasama antara perusahaan dan perguruan tinggi yang saling menguntungkan dan bermanfaat

4.) Realisasi Program Kerja dan Alokasi Waktu

Tabel TOR Realisasi Kerja

No	Kegiatan	Minggu ke-							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Penerjunan Mahasiswa								
2	Mengenal tugas, wewenang, fungsi, dan program kerja dari masing-masing divisi/bidang di CV Kalanata Indonesia								
3	Produksi 3 video pertama untuk pengenalan produk								
4	Upload 3 video yang sudah disiapkan. Analisi, metrik dasar (views, like, komen) balas komentar								
5	Eksekusi strategi follow audiens tertarget, penyusunan jawaban untuk reply komentar								
6	Produksi 3 video eksperimental, upload video								
7	Pelaksanaan Live TikTok, evaluasi singkat Live								
8	Produksi 2 video baru, upload video								
9	Analisis konten mana yang berhasil								
10	Penyusunan laporan keseluruhan (konten terbaik, rekomendasi), serah terima akses akun kepada pemilik								
11	Penarikan SDI								

B. Lembar Kontrol Mahasiswa

C. Kartu Bimbingan

Lampiran Kartu Bimbingan Sany Munawaroh

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Sany Munawaroh

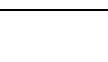
N P M : 22100200003

Program Sarjana : Manajemen

Lokasi SDI : CV. Kalanata Indonesia

Nama DPL : Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	16-09-2025	Konsultasi untuk survey lokasi magang	
2	23-09-2025	Konsultasi proposal ke tempat magang	
3	10-09-2025	Konsultasi Pelaksanaan mulai di tempat magang	
4	30-09-2025	Konsultasi Laporan SDI dan Artikel Ilmiah	
6	06-10-2025	Konsultasi Penarikan Magang	
7	12-10-2025	Mengupload Artikel Ilmiah, Mengumpulkan Laporan SDI untuk ditanda tangan	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M

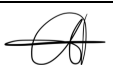
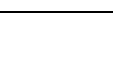
NIS. 198911102018051003

Lampiran Kartu Bimbingan Ardi Wahyu Saputra

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Ardi Wahyu Saputra
N P M : 22133200031
Program Sarjana : Manajemen
Lokasi SDI : CV. Kalanata Indonesia
Nama DPL : Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	16-09-2025	Konsultasi untuk survey lokasi magang	
2	23-09-2025	Konsultasi proposal ke tempat magang	
3	10-09-2025	Konsultasi Pelaksanaan mulai di tempat magang	
4	30-09-2025	Konsultasi Laporan SDI dan Artikel Ilmiah	
6	06-10-2025	Konsultasi Penarikan Magang	
7	12-10-2025	Mengupload Artikel Ilmiah, Mengumpulkan Laporan SDI untuk ditanda tangan	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M

NIS. 198911102018051003

Lampiran Kartu Bimbingan Ade Ratna Putri

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Ade Ratna Putri

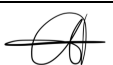
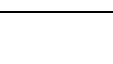
N P M : 22133200004

Program Sarjana : Manajemen

Lokasi SDI : CV. Kalanata Indonesia

Nama DPL : Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	16-09-2025	Konsultasi untuk survey lokasi magang	
2	23-09-2025	Konsultasi proposal ke tempat magang	
3	10-09-2025	Konsultasi Pelaksanaan mulai di tempat magang	
4	30-09-2025	Konsultasi Laporan SDI dan Artikel Ilmiah	
6	06-10-2025	Konsultasi Penarikan Magang	
7	12-10-2025	Mengupload Artikel Ilmiah, Mengumpulkan Laporan SDI untuk ditanda tangan	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M

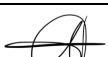
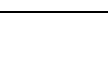
NIS. 198911102018051003

Lampiran Kartu Bimbingan Triana Apriliyanti

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Triana Apriliyanti
N P M : 22133200087
Program Sarjana : Manajemen
Lokasi SDI : CV. Kalanata Indonesia
Nama DPL : Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	16-09-2025	Konsultasi untuk survey lokasi magang	
2	23-09-2025	Konsultasi proposal ke tempat magang	
3	10-09-2025	Konsultasi Pelaksanaan mulai di tempat magang	
4	30-09-2025	Konsultasi Laporan SDI dan Artikel Ilmiah	
6	06-10-2025	Konsultasi Penarikan Magang	
7	12-10-2025	Mengupload Artikel Ilmiah, Mengumpulkan Laporan SDI untuk ditanda tangan	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M

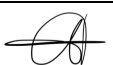
NIS. 198911102018051003

Lampiran Kartu Bimbingan Widya Purna Putri Insani

KARTU BIMBINGAN STUDI DUNIA INDUSTRI

Nama : Widya Purna Putri Insani
N P M : 21133200075
Program Sarjana : Manajemen
Lokasi SDI : CV. Kalanata Indonesia
Nama DPL : Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M



NO	HARI/TGL	MATERI BIMBINGAN	TTD DPL
1	16-09-2025	Konsultasi untuk survey lokasi magang	
2	23-09-2025	Konsultasi proposal ke tempat magang	
3	10-09-2025	Konsultasi Pelaksanaan mulai di tempat magang	
4	30-09-2025	Konsultasi Laporan SDI dan Artikel Ilmiah	
6	06-10-2025	Konsultasi Penarikan Magang	
7	12-10-2025	Mengupload Artikel Ilmiah, Mengumpulkan Laporan SDI untuk ditanda tangan	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I., M.M

NIS. 198911102018051003

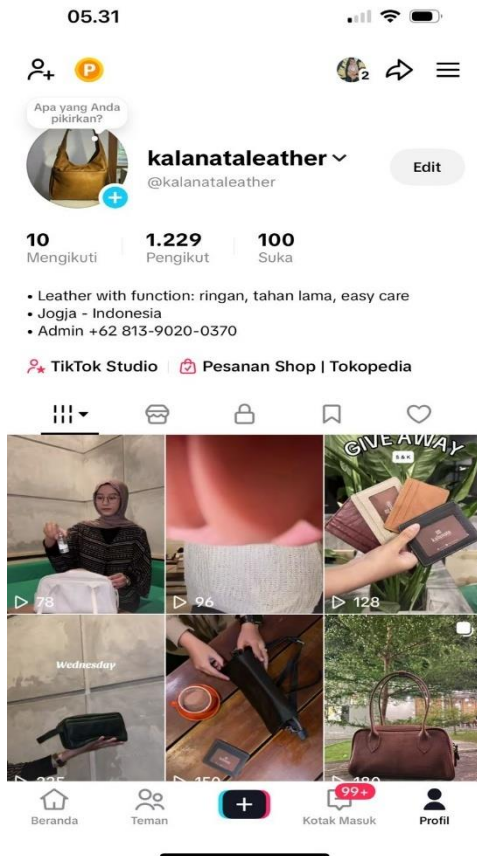
D. Dokumentasi SDI



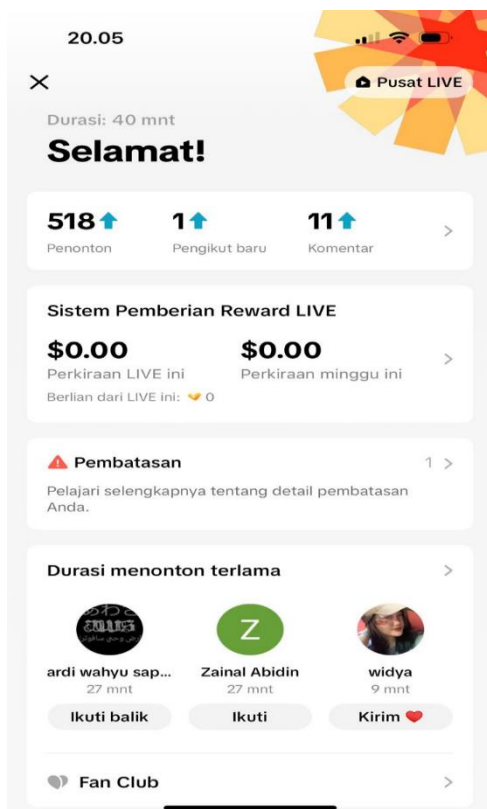
Upload konten



Edit video



Akun TikTok Kalanata



Hasil Live TikTok



Percobaan Live TikTok Perdana



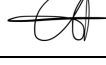
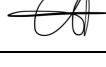
Percobaan Live TikTok Perdana

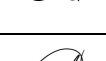


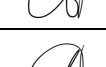
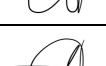
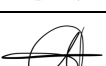
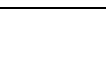
Penarikan SDI Bersama DPL

LEMBAR KONTROL MAHASISWA

Nama : Sany Munawaroh
N P M : 22133200003
Program Studi : Manajemen
Lokasi SDI : CV Kalanata Indonesia

No	Hari / Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan	Uraian Pekerjaan	Keterangan	Tanda Tangan DPL
1	16-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Penerjunan & Perkenalan	Penerjunan dilaksanakan di CV Kalanata Indonesia dengan diadakan rapat, cek lapangan	Terlaksana 4 Jam	
2	17-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Koordinasi lapangan	Mengenal tugas, wewenang, fungsi, dan program kerja dari masing-masing divisi/bidang di CV Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	
3	18-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Perencanaan Bio & Profil Akun TikTok	Membuat draft Bio & Call-to-Action untuk profil TikTok	Terlaksana 4 Jam	
4	22-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Konsolidasi data riset	Menyiapkan tools editing (CapCut) & template video. Menentukan target audiens awal Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
5	23-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi skrip	Finalisasi skrip perkenalan akun dan membuat draft caption untuk upload perdana	Terlaksana 4 Jam	
6	24-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Update Bio & Foto akun TikTok	Finalisasi dan update akun TikTok Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
7	25-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Desain Konten	Finalisasi story board untuk 3 video pertama, menentukan rasio/resolusi video	Terlaksana 4 Jam	
8	26-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi dengan direktur CV Kalanata mengenai produk yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi	Terlaksana 4 Jam	

9	29-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten pertama, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
10	30-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Mulai editing video 1, Upload video	Terlaksana 4 Jam	
11	1-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 2, upload video, mencari ide konten terkait kulit	Terlaksana 4 Jam	
12	2-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 3, upload video	Terlaksana 4 Jam	
13	3-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja awal	Membuat lapora kinerja 3 konten pertama, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
14	6-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Cari ide konten selanjutnya	Mencari ide konten untuk produksi video selanjutnya	Terlaksana 4 Jam	
15	7-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
16	8-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
17	9-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 4	Terlaksana 4 Jam	
18	10-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 4, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
19	13-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 5, upload video 5, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
20	14-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Editing video 6, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
21	15-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 6, analisis performa konten	Terlaksana 4 Jam	
22	16-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja kedua	Finalisasi laporan program upload video	Terlaksana 4 Jam	
23	17-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Laporan kinerja	Menyiapkan laporan untuk owner	Terlaksana 4 Jam	

24	20-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
25	21-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 2 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
26	22-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 7	Terlaksana 4 Jam	
27	23-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 7, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
28	24-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 8, upload video 8, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
29	27-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja ketiga	Membuat lapora kinerja konten, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
30	28-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Review skrip live	Menyiapkan draft skrip dan rundown live TikTok pertama	Terlaksana 4 Jam	
31	29-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan teknis live	Test koneksi internet & pencahayaan untuk live TikTok	Terlaksana 4 Jam	
32	30-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Latihan Live TikTok	Latihan hosting dengan skrip live, menyiapkan call-to-action untuk live	Terlaksana 4 Jam	
33	31-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan final live	Finalisasi skrip live, owner review	Terlaksana 4 Jam	
34	3-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Promosi	Mempromosikan jadwal live, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
35	4-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Live TikTok perdana	Host live TikTok 30-45 menit, aktif membalas komentar, ambil screen recording untuk evaluasi	Terlaksana 4 Jam	
36	5-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Evaluasi Live TikTok	Analisis engagement saat Live, mengumpulkan komentar atau pertanyaan saat Live	Terlaksana 4 Jam	
37	6-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	
38	7-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	

39	13-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi Laporan	Menyusun dan menyelesaikan Laporan SDI	Terlaksana 4 Jam	
40	14-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penarikan SDI	Penarikan mahasiswa SDI & penyerahan vandel oleh DPL kepada owner Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



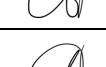
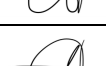
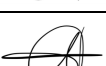
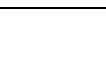
Anindita Imam Basri, S.E.I.,M.M
NIS. 198911102018051003

LEMBAR KONTROL MAHASISWA

Nama : Ardi Wahyu Saputra
N P M : 22133200031
Program Studi : Manajemen
Lokasi SDI : CV Kalanata Indonesia

No	Hari / Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan	Uraian Pekerjaan	Keterangan	Tanda Tangan DPL
1	16-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Penerjunan & Perkenalan	Penerjunan dilaksanakan di CV Kalanata Indonesia dengan diadakan rapat, cek lapangan	Terlaksana 4 Jam	
2	17-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Koordinasi lapangan	Mengenal tugas, wewenang, fungsi, dan program kerja dari masing-masing divisi/bidang di CV Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	
3	18-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Perencanaan Bio & Profil Akun TikTok	Membuat draft Bio & Call-to-Action untuk profil TikTok	Terlaksana 4 Jam	
4	22-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Konsolidasi data riset	Menyiapkan tools editing (CapCut) & template video. Menentukan target audiens awal Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
5	23-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi skrip	Finalisasi skrip perkenalan akun dan membuat draft caption untuk upload perdana	Terlaksana 4 Jam	
6	24-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Update Bio & Foto akun TikTok	Finalisasi dan update akun TikTok Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
7	25-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Desain Konten	Finalisasi story board untuk 3 video pertama, menentukan rasio/resolusi video	Terlaksana 4 Jam	

8	26-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi dengan direktur CV Kalanata mengenai produk yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi	Terlaksana 4 Jam	
9	29-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten pertama, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
10	30-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Mulai editing video 1, Upload video	Terlaksana 4 Jam	
11	1-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 2, upload video, mencari ide konten terkait kulit	Terlaksana 4 Jam	
12	2-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 3, upload video	Terlaksana 4 Jam	
13	3-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja awal	Membuat lapora kinerja 3 konten pertama, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
14	6-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Cari ide konten selanjutnya	Mencari ide konten untuk produksi video selanjutnya	Terlaksana 4 Jam	
15	7-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
16	8-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
17	9-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 4	Terlaksana 4 Jam	
18	10-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 4, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
19	13-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 5, upload video 5, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
20	14-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Editing video 6, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
21	15-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 6, analisis performa konten	Terlaksana 4 Jam	
22	16-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja kedua	Finalisasi laporan program upload video	Terlaksana 4 Jam	

23	17-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Laporan kinerja	Menyiapkan laporan untuk owner	Terlaksana 4 Jam	
24	20-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
25	21-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 2 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
26	22-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 7	Terlaksana 4 Jam	
27	23-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 7, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
28	24-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 8, upload video 8, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
29	27-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja ketiga	Membuat lapora kinerja konten, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
30	28-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Review skrip live	Menyiapkan draft skrip dan rundown live TikTok pertama	Terlaksana 4 Jam	
31	29-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan teknis live	Test koneksi internet & pencahayaan untuk live TikTok	Terlaksana 4 Jam	
32	30-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Latihan Live TikTok	Latihan hosting dengan skrip live, menyiapkan call-to-action untuk live	Terlaksana 4 Jam	
33	31-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan final live	Finalisasi skrip live, owner review	Terlaksana 4 Jam	
34	3-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Promosi	Mempromosikan jadwal live, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
35	4-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Live TikTok perdana	Host live TikTok 30-45 menit, aktif membalas komentar, ambil screen recording untuk evaluasi	Terlaksana 4 Jam	
36	5-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Evaluasi Live TikTok	Analisis engagement saat Live, mengumpulkan komentar atau pertanyaan saat Live	Terlaksana 4 Jam	
37	6-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	

38	7-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	
39	13-Nov- 25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi Laporan	Menyusun dan menyelesaikan Laporan SDI	Terlaksana 4 Jam	
40	14-Nov- 25	17.00 – 21.00 WIB	Penarikan SDI	Penarikan mahasiswa SDI & penyerahan vandel oleh DPL kepada owner Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



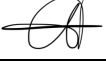
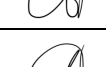
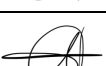
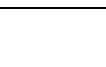
Anindita Imam Basri, S.E.I.,M.M
NIS. 198911102018051003

LEMBAR KONTROL MAHASISWA

Nama : Ade Ratna Putri
N P M : 22133200004
Program Studi : Manajemen
Lokasi SDI : CV Kalanata Indonesia

No	Hari / Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan	Uraian Pekerjaan	Keterangan	Tanda Tangan DPL
1	16-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Penerjunan & Perkenalan	Penerjunan dilaksanakan di CV Kalanata Indonesia dengan diadakan rapat, cek lapangan	Terlaksana 4 Jam	
2	17-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Koordinasi lapangan	Mengenal tugas, wewenang, fungsi, dan program kerja dari masing-masing divisi/bidang di CV Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	
3	18-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Perencanaan Bio & Profil Akun TikTok	Membuat draft Bio & Call-to-Action untuk profil TikTok	Terlaksana 4 Jam	
4	22-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Konsolidasi data riset	Menyiapkan tools editing (CapCut) & template video. Menentukan target audiens awal Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
5	23-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi skrip	Finalisasi skrip perkenalan akun dan membuat draft caption untuk upload perdana	Terlaksana 4 Jam	
6	24-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Update Bio & Foto akun TikTok	Finalisasi dan update akun TikTok Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
7	25-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Desain Konten	Finalisasi story board untuk 3 video pertama, menentukan rasio/resolusi video	Terlaksana 4 Jam	

8	26-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi dengan direktur CV Kalanata mengenai produk yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi	Terlaksana 4 Jam	
9	29-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten pertama, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
10	30-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Mulai editing video 1, Upload video	Terlaksana 4 Jam	
11	1-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 2, upload video, mencari ide konten terkait kulit	Terlaksana 4 Jam	
12	2-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 3, upload video	Terlaksana 4 Jam	
13	3-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja awal	Membuat lapora kinerja 3 konten pertama, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
14	6-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Cari ide konten selanjutnya	Mencari ide konten untuk produksi video selanjutnya	Terlaksana 4 Jam	
15	7-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
16	8-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
17	9-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 4	Terlaksana 4 Jam	
18	10-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 4, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
19	13-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 5, upload video 5, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
20	14-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Editing video 6, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
21	15-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 6, analisis performa konten	Terlaksana 4 Jam	
22	16-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja kedua	Finalisasi laporan program upload video	Terlaksana 4 Jam	

23	17-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Laporan kinerja	Menyiapkan laporan untuk owner	Terlaksana 4 Jam	
24	20-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
25	21-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 2 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
26	22-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 7	Terlaksana 4 Jam	
27	23-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 7, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
28	24-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 8, upload video 8, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
29	27-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja ketiga	Membuat lapora kinerja konten, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
30	28-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Review skrip live	Menyiapkan draft skrip dan rundown live TikTok pertama	Terlaksana 4 Jam	
31	29-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan teknis live	Test koneksi internet & pencahayaan untuk live TikTok	Terlaksana 4 Jam	
32	30-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Latihan Live TikTok	Latihan hosting dengan skrip live, menyiapkan call- to-action untuk live	Terlaksana 4 Jam	
33	31-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan final live	Finalisasi skrip live, owner review	Terlaksana 4 Jam	
34	3-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Promosi	Mempromosikan jadwal live, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
35	4-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Live TikTok perdana	Host live TikTok 30-45 menit, aktif membalas komentar, ambil screen recording untuk evaluasi	Terlaksana 4 Jam	
36	5-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Evaluasi Live TikTok	Analisis engagement saat Live, mengumpulkan komentar atau pertanyaan saat Live	Terlaksana 4 Jam	
37	6-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	

38	7-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	
39	13-Nov- 25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi Laporan	Menyusun dan menyelesaikan Laporan SDI	Terlaksana 4 Jam	
40	14-Nov- 25	17.00 – 21.00 WIB	Penarikan SDI	Penarikan mahasiswa SDI & penyerahan vandell oleh DPL kepada owner Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan

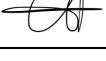


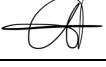
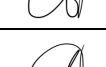
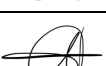
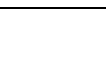
Anindita Imam Basri, S.E.I.,M.M
NIS. 198911102018051003

LEMBAR KONTROL MAHASISWA

Nama : Triana Apriliyanti
N P M : 22133200087
Program Studi : Manajemen
Lokasi SDI : CV Kalanata Indonesia

No	Hari / Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan	Uraian Pekerjaan	Keterangan	Tanda Tangan DPL
1	16-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Penerjunan & Perkenalan	Penerjunan dilaksanakan di CV Kalanata Indonesia dengan diadakan rapat, cek lapangan	Terlaksana 4 Jam	
2	17-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Koordinasi lapangan	Mengenal tugas, wewenang, fungsi, dan program kerja dari masing-masing divisi/bidang di CV Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	
3	18-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Perencanaan Bio & Profil Akun TikTok	Membuat draft Bio & Call-to-Action untuk profil TikTok	Terlaksana 4 Jam	
4	22-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Konsolidasi data riset	Menyiapkan tools editing (CapCut) & template video. Menentukan target audiens awal Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
5	23-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi skrip	Finalisasi skrip perkenalan akun dan membuat draft caption untuk upload perdana	Terlaksana 4 Jam	
6	24-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Update Bio & Foto akun TikTok	Finalisasi dan update akun TikTok Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
7	25-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Desain Konten	Finalisasi story board untuk 3 video pertama, menentukan rasio/resolusi video	Terlaksana 4 Jam	

8	26-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi dengan direktur CV Kalanata mengenai produk yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi	Terlaksana 4 Jam	
9	29-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten pertama, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
10	30-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Mulai editing video 1, Upload video	Terlaksana 4 Jam	
11	1-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 2, upload video, mencari ide konten terkait kulit	Terlaksana 4 Jam	
12	2-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 3, upload video	Terlaksana 4 Jam	
13	3-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja awal	Membuat lapora kinerja 3 konten pertama, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
14	6-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Cari ide konten selanjutnya	Mencari ide konten untuk produksi video selanjutnya	Terlaksana 4 Jam	
15	7-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
16	8-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
17	9-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 4	Terlaksana 4 Jam	
18	10-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 4, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
19	13-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 5, upload video 5, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
20	14-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Editing video 6, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
21	15-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 6, analisis performa konten	Terlaksana 4 Jam	
22	16-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja kedua	Finalisasi laporan program upload video	Terlaksana 4 Jam	

23	17-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Laporan kinerja	Menyiapkan laporan untuk owner	Terlaksana 4 Jam	
24	20-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
25	21-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 2 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
26	22-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 7	Terlaksana 4 Jam	
27	23-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 7, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
28	24-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 8, upload video 8, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
29	27-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja ketiga	Membuat lapora kinerja konten, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
30	28-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Review skrip live	Menyiapkan draft skrip dan rundown live TikTok pertama	Terlaksana 4 Jam	
31	29-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan teknis live	Test koneksi internet & pencahayaan untuk live TikTok	Terlaksana 4 Jam	
32	30-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Latihan Live TikTok	Latihan hosting dengan skrip live, menyiapkan call-to-action untuk live	Terlaksana 4 Jam	
33	31-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan final live	Finalisasi skrip live, owner review	Terlaksana 4 Jam	
34	3-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Promosi	Mempromosikan jadwal live, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
35	4-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Live TikTok perdana	Host live TikTok 30-45 menit, aktif membalas komentar, ambil screen recording untuk evaluasi	Terlaksana 4 Jam	
36	5-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Evaluasi Live TikTok	Analisis engagement saat Live, mengumpulkan komentar atau pertanyaan saat Live	Terlaksana 4 Jam	
37	6-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	

38	7-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	
39	13-Nov- 25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi Laporan	Menyusun dan menyelesaikan Laporan SDI	Terlaksana 4 Jam	
40	14-Nov- 25	17.00 – 21.00 WIB	Penarikan SDI	Penarikan mahasiswa SDI & penyerahan vandell oleh DPL kepada owner Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

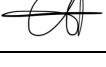
Dosen Pembimbing Lapangan

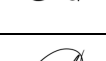


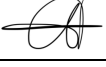
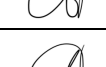
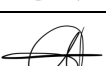
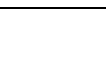
Anindita Imam Basri, S.E.I.,M.M
NIS. 198911102018051003

LEMBAR KONTROL MAHASISWA

Nama : Widya Purna Putri Insani
N P M : 22133200075
Program Studi : Manajemen
Lokasi SDI : CV Kalanata Indonesia

No	Hari / Tanggal	Waktu	Nama Kegiatan	Uraian Pekerjaan	Keterangan	Tanda Tangan DPL
1	16-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Penerjunan & Perkenalan	Penerjunan dilaksanakan di CV Kalanata Indonesia dengan diadakan rapat, cek lapangan	Terlaksana 4 Jam	
2	17-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Koordinasi lapangan	Mengenal tugas, wewenang, fungsi, dan program kerja dari masing-masing divisi/bidang di CV Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	
3	18-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Perencanaan Bio & Profil Akun TikTok	Membuat draft Bio & Call-to-Action untuk profil TikTok	Terlaksana 4 Jam	
4	22-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Konsolidasi data riset	Menyiapkan tools editing (CapCut) & template video. Menentukan target audiens awal Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
5	23-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi skrip	Finalisasi skrip perkenalan akun dan membuat draft caption untuk upload perdana	Terlaksana 4 Jam	
6	24-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Update Bio & Foto akun TikTok	Finalisasi dan update akun TikTok Kalanata	Terlaksana 4 Jam	
7	25-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Desain Konten	Finalisasi story board untuk 3 video pertama, menentukan rasio/resolusi video	Terlaksana 4 Jam	
8	26-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi dengan direktur CV Kalanata mengenai produk yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi	Terlaksana 4 Jam	

9	29-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten pertama, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam		
10	30-Sep-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Mulai editing video 1, Upload video	Terlaksana 4 Jam		
11	1-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 2, upload video, mencari ide konten terkait kulit	Terlaksana 4 Jam		
12	2-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 3, upload video	Terlaksana 4 Jam		
13	3-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja awal	Membuat lapora kinerja 3 konten pertama, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam		
14	6-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Cari ide konten selanjutnya	Mencari ide konten untuk produksi video selanjutnya	Terlaksana 4 Jam		
15	7-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam		
16	8-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 3 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam		
17	9-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 4	Terlaksana 4 Jam		
18	10-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 4, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam		
19	13-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 5, upload video 5, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam		
20	14-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Editing video 6, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam		
21	15-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 6, analisis performa konten	Terlaksana 4 Jam		
22	16-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja kedua	Finalisasi laporan program upload video	Terlaksana 4 Jam		
23	17-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Laporan kinerja	Menyiapkan laporan untuk owner	Terlaksana 4 Jam		

24	20-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan produksi video konten	Koordinasi produk dan lokasi yang berbeda untuk pembuatan video	Terlaksana 4 Jam	
25	21-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Produksi Konten	Pembuatan 2 video konten selanjutnya, mengambil footage sebanyak mungkin	Terlaksana 4 Jam	
26	22-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video	Mulai editing video 7	Terlaksana 4 Jam	
27	23-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Upload konten	Upload video 7, membalas komentar video sebelumnya	Terlaksana 4 Jam	
28	24-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Editing video & Upload konten	Editing video 8, upload video 8, cek retention & watch time konten	Terlaksana 4 Jam	
29	27-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Analisis kinerja ketiga	Membuat lapora kinerja konten, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
30	28-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Review skrip live	Menyiapkan draft skrip dan rundown live TikTok pertama	Terlaksana 4 Jam	
31	29-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan teknis live	Test koneksi internet & pencahayaan untuk live TikTok	Terlaksana 4 Jam	
32	30-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Latihan Live TikTok	Latihan hosting dengan skrip live, menyiapkan call-to-action untuk live	Terlaksana 4 Jam	
33	31-Oct-25	17.00 – 21.00 WIB	Persiapan final live	Finalisasi skrip live, owner review	Terlaksana 4 Jam	
34	3-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Promosi	Mempromosikan jadwal live, membalas komentar	Terlaksana 4 Jam	
35	4-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Live TikTok perdana	Host live TikTok 30-45 menit, aktif membalas komentar, ambil screen recording untuk evaluasi	Terlaksana 4 Jam	
36	5-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Evaluasi Live TikTok	Analisis engagement saat Live, mengumpulkan komentar atau pertanyaan saat Live	Terlaksana 4 Jam	
37	6-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	
38	7-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penyusunan Jurnal	Menyusun jurnal untuk dipublikasikan	Terlaksana 4 Jam	

39	13-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Finalisasi Laporan	Menyusun dan menyelesaikan Laporan SDI	Terlaksana 4 Jam	
40	14-Nov-25	17.00 – 21.00 WIB	Penarikan SDI	Penarikan mahasiswa SDI & penyerahan vandiel oleh DPL kepada owner Kalanata Indonesia	Terlaksana 4 Jam	

Yogyakarta, 03 Desember 2025

Dosen Pembimbing Lapangan



Anindita Imam Basri, S.E.I.,M.M
NIS. 198911102018051003

LAPORAN

KUNJUNGAN DUNIA INDUSTRI



PT MIROTA KSM

Alamat Kantor :

Jl. Anggrek No.141 Sambelegi Kidul, Maguwoharjo,
Kec. Depok, Kab. Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta, 55284

Telp : (0274)
gmum@gamamulti.com

Disusun Oleh :

1. Sany Munawaroh / 22133200003
2. Ade Ratna Putri / 22133200004
3. Triana Aprilyanti / 22133200087
4. Widya Purna Putri Insani / 21133200075
5. Ardi Wahyu Saputra / 22133200031

A. PENDAHULUAN

1. Tujuan Kunjungan Industri

Kunjungan dunia industri ini memiliki tujuan utama untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan praktis mahasiswa tentang bagaimana proses bisnis dan operasional perusahaan khususnya di PT MIROTA KSM. Kunjungan dunia industri ini merupakan kesempatan bagi mahasiswa untuk menghubungkan antara teori yang didapatkan dalam perkuliahan dengan praktik nyata di dunia kerja.

Secara spesifik tujuan kunjungan industri sebagai berikut:

- a. Mempelajari secara langsung sistem manajemen Perusahaan, termasuk aspek produksi, distribusi, dan pengelolaan sumber daya manusia (SDM)
- b. Mengamati implementasi manajemen kualitas produk dan memahami standar kerja yang diterapkan
- c. Mengembangkan keterampilan seperti komunikasi dan kerja sama, serta menumbuhkan pengalaman praktis
- d. Membangun kemitraan yang saling menguntungkan antara institusi pendidikan dan dunia industri.

2. Manfaat Kunjungan Industri

Kunjungan industri ke PT Mirota KSM memberikan manfaat yang sangat besar bagi peserta, terutama dalam meningkatkan wawasan dan pemahaman tentang dunia industri pengolahan susu di Indonesia. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pengalaman langsung mengenai proses produksi, sistem manajemen mutu, dan penerapan teknologi dalam industri pangan. Selain itu, kunjungan ini memperluas pengetahuan tentang bagaimana perusahaan nasional mampu bersaing dengan produk global melalui inovasi, efisiensi, serta penerapan standar internasional seperti ISO 22000:2018 dan HACCP.

Bagi pelajar dan akademisi, kunjungan ini memperkuat hubungan antara teori di bangku pendidikan dengan praktik di lapangan, serta menumbuhkan motivasi untuk mengembangkan keterampilan profesional di bidang industri pangan.

3. Waktu dan tempat pelaksanaan kunjungan industri

Kunjungan industri dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 19 September 2025 pukul 07.00 s/d 11.00 WIB di PT MIROTA KSM yang beralamat di Jl. Anggrek No. 141 Sambilegi Kidul, Maguwoharjo, Depok, Sleman, D.I Yogyakarta 55281.

B. ISI LAPORAN

1. Profil Perusahaan

Pada tahun 1950 an ibu Tini Yuniarti beserta suaminya Hendro Sutikno mengawali usahanya dengan memproduksi kue skala kecil yang akhirnya menjadi berbagai jenis usaha bernama MIROTA.

Mirota merupakan singkatan dari Minuman Roti dan Tart yang dalam bahasa indonesia memiliki arti roti tawar murah. Sedangkan KSM sendiri merupakan singkatan dari kata Kinder yang berarti anak-anak, Sugar yang berarti gula (manis), dan Milk yang berarti susu, sehingga bila digabungkan nama KSM itu berarti Susu Manis untuk Anak.

Berkat Semangat dan kerja keras beliau, kemudian mencoba melebarkan sayap dengan menciptakan usaha baru di bidang industri susu yang secara resmi berdiri pada tanggal 11 Juli 1972 dengan nama CV Mirota KSM, Inc.

Seiring berkembangnya zaman, CV Mirota KSM, Inc mengajukan izin PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) bagi industri farmasi, maka pada tanggal 15 November 1973, nama CV Mirota KSM, Inc diubah menjadi PT MIROTA KSM. Sampai saat ini PT Mirota KSM masih konsisten menghasilkan produk-produk yang bermutu tinggi, inovatif, aman dikonsumsi, dan bermanfaat bagi masyarakat.

PT. Mirota KSM tumbuh dan berkembang bersama masyarakat Indonesia dengan harapan menjadi produsen susu formula yang unggul. Susu yang dipasarkan berkualitas, aman, dengan harga terjangkau, dan halal dikonsumsi. Selama proses produksi susu, perusahaan menerapkan standar Good Manufacturing Practice (GMP) dan mengacu pada standar ISO 22000. Selain itu, PT. Mirota KSM juga menerapkan sistem manajemen mutu

(Quality Management System) yang baik. Dengan demikian, produk susu yang dihasilkan terjamin keamanannya.

Bagian dari sistem manajemen mutu di PT. Mirota KSM adalah quality assurance (QA) dan quality control (QC), yang bertugas melakukan penjaminan dan pengawasan mutu produk susu selama proses produksi. Sarana dan prasarana yang digunakan untuk mendukung pengawasan mutu adalah dengan tersedianya laboratorium kimia dan mikrobiologi. Bahan yang memiliki sertifikat Certificate of Analysis (CoA) juga tetap diuji secara kimia dan mikrobiologi oleh laborat yang kompeten dibidangnya. Selain itu, standar hasil pemeriksaan yang digunakan juga telah sesuai dengan batas pemerintah indonesia (Badan Pengawasan Obat dan Makanan Indonesia/BPOM).

Bentuk lain komitmen perusahaan PT. Mirota KSM untuk terus memberi yang terbaik bagi anak bangsa adalah dengan melakukan pembangunan gedung (Plant) baru yang memiliki sistem teknologi yang lebih modern. Sistem teknologi diharapkan dapat memberikan output yang lebih aman, cepat, efisien, dan memberi manfaat yang semakin besar kepada konsumen. PT. Mirota KSM memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi

"Menjadi perusahaan susu terkemuka di Indonesia."

Misi

1. Menghasilkan produk yang bermutu, aman, halal, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.
2. Menjalankan proses produksi secara efektif dan efisien (Lean Manufacturing).
3. Adaptif terhadap kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan terkini.
4. Mewujudkan organisasi yang dinamis dengan SDM profesional dan multitasking.
5. Mewujudkan sinergi organisasi yang berorientasi pada pencapaian tujuan perusahaan.

6. Mewujudkan sistem kelola keuangan perusahaan secara optimal dan akuntabel.
7. Memberikan customer pengalaman terbaik dengan produk berkualitas.
8. Good distribution.
9. Menangkap peluang secara efektif dan inovatif yang berorientasi pada hasil.

2. Kegiatan Perusahaan

PT Mirota KSM merupakan perusahaan nasional yang bergerak di bidang industri pengolahan susu bubuk dan susu kemasan. Berdiri sejak tahun 1972, perusahaan ini didirikan oleh pasangan Tini Yuniati Hendro Sutikno dan Hendro Sutikno, serta kini dikelola oleh generasi penerus keluarga.

Kegiatan utama perusahaan meliputi:

- a. Produksi susu bubuk dan cair dengan berbagai varian seperti *Lactona*, *Prolansia*, dan *Prosteo Plus*.
- b. Riset dan Pengembangan (R&D) untuk menciptakan inovasi produk baru yang menyesuaikan kebutuhan konsumen dan tren pasar.
- c. Quality Assurance (QA) untuk menjamin mutu produk melalui penerapan sistem pengawasan ketat berbasis ISO dan HACCP.
- d. Kemitraan Maklon (OEM) dengan sejumlah perusahaan besar seperti PT Kapal Api dan PT Charl Makmur Indonesia untuk produksi susu dengan merek dagang berbeda.
- e. Layanan Konsumen (Mirota Care) sebagai bentuk komitmen terhadap kepuasan pelanggan melalui sistem komunikasi terbuka untuk saran dan keluhan.

3. Produk Perusahaan

PT Mirota KSM memproduksi berbagai jenis produk susu berkualitas tinggi yang aman, halal, dan bernutrisi, antara lain:

- a. Lactona Skim Low Fat – susu bubuk rendah lemak untuk gaya hidup sehat.

- b. Prolansia – susu dengan formula khusus untuk lansia, mengandung kalsium tinggi dan vitamin D.
- c. Prosteo Plus – susu bubuk dengan tambahan nutrisi untuk menjaga kepadatan tulang.

Semua produk menggunakan bahan baku susu Grass-Fed dari New Zealand, yaitu susu yang dihasilkan dari sapi yang hanya diberi makan hijauan alami. Keunggulan nutrisi susu Grass-Fed meliputi kandungan vitamin D, beta karoten, omega-3, dan lemak tak jenuh ganda yang lebih tinggi dibandingkan susu grain-fed, sehingga lebih baik bagi kesehatan jantung, kulit, dan tulang.

4. Budaya Industri yang diterapkan

Berdasarkan hasil kunjungan industri ke PT. MIROTA KSM, terdapat beberapa budaya industri yang diterapkan perusahaan, antara lain:

- a. Profesionalisme dan Dedikasi Tinggi Seluruh karyawan dituntut bekerja dengan profesional, terampil, berdedikasi, serta dilandasi nilai kejujuran sehingga mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi dan bermanfaat bagi masyarakat.
- b. Orientasi pada Kualitas dan Keamanan Produk Budaya perusahaan menekankan pada mutu dengan standar tinggi, menjaga keamanan pangan, serta memastikan produk yang dihasilkan halal dan aman untuk dikonsumsi.
- c. Efektivitas dan Efisiensi Proses produksi dijalankan secara efektif dan efisien sebagai bentuk budaya kerja yang mengutamakan produktivitas dan ketepatan.
- d. Adaptif terhadap Perkembangan Teknologi Perusahaan membudayakan keterbukaan terhadap inovasi, riset, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk terus meningkatkan daya saing.

- e. Organisasi Dinamis dengan SDM Multitasking Budaya kerja diorientasikan pada pembentukan sumber daya manusia yang profesional, multitasking, dan mampu bekerja secara sinergis demi pencapaian tujuan perusahaan.
- f. Akuntabilitas dan Transparansi Penerapan budaya tata kelola keuangan yang optimal dan akuntabel menunjukkan pentingnya keterbukaan dan tanggung jawab dalam operasional perusahaan.
- g. Customer-Oriented
Budaya kerja menekankan pada kepuasan konsumen, dengan memberikan pengalaman terbaik melalui produk berkualitas dan distribusi yang baik.
- h. Penerapan Standar Internasional Budaya mutu dan keamanan pangan diterapkan melalui ISO 22000:2018 serta prinsip HACCP (Hazard Analytical and Critical Control Point) dan CAC (Codex Alimentarius Commission)

5. Strategi Pemasaran

PT Mirota KSM menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada kualitas, kepercayaan, dan kepuasan konsumen. Strategi tersebut mencakup:

- a. Brand Positioning: Membangun citra sebagai produsen susu nasional berkualitas tinggi dan halal.
- b. Diversifikasi Produk: Mengembangkan produk dengan berbagai formula dan segmen usia, seperti bayi, anak-anak, dewasa, dan lansia.
- c. Kemitraan Strategis (Maklon): Bekerja sama dengan perusahaan besar untuk memperluas distribusi dan produksi.
- d. Digital Marketing dan Customer Care: Mirota Care berfungsi sebagai kanal pelayanan pelanggan sekaligus sarana promosi digital yang memperkuat loyalitas konsumen.
- e. Kepatuhan terhadap Standar Mutu: Sertifikasi ISO 22000:2018, HACCP, dan penerapan prinsip *Good Manufacturing Practice (GMP)* menjadi nilai jual utama untuk menumbuhkan kepercayaan pasar.

- f. Distribusi Efisien: Produk disalurkan melalui jaringan distribusi nasional dengan sistem manajemen logistik yang efektif dan akuntabel.

C. PENUTUP

1. Kesimpulan

Kunjungan industri ke PT Mirota KSM memperlihatkan bagaimana sebuah perusahaan nasional mampu bertahan dan tumbuh selama lebih dari setengah abad dengan tetap menjunjung nilai keikhlasan, profesionalisme, dan inovasi. Melalui penerapan sistem produksi yang modern dan berstandar internasional, PT Mirota KSM berhasil menghasilkan produk susu berkualitas yang aman, bergizi, dan bernilai tambah tinggi bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, komitmen perusahaan terhadap riset, pengembangan SDM, serta tanggung jawab sosial menjadi pilar penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis.

2. Saran

Setelah kami melakukan kunjungan industri ke PT. Mirota KSM ada beberapa hal yang perlu diperhatikan diantaranya dalam meningkatkan kualitas dan jenis varian produk karena banyaknya persaingan bisnis saat ini, semakin banyak dunia industri saat ini sebaiknya PT. Mirota KSM yang sudah mempunyai target pemasaran baik dari golongan anak - anak hingga dewasa perlu mengembangkan varian jenis produk. Selain itu dapat diperhatikan dalam penyebaran pemasaran produk yang masih perlu diperluas, karena dengan adanya sosial media saat ini seharusnya semakin mudah dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas.

3. Implikasi Kegiatan Dunia Industri

Kegiatan kunjungan ini memberikan pemahaman bahwa dunia industri menuntut sinergi antara pengetahuan akademik, inovasi teknologi, dan manajemen profesional. PT Mirota KSM menjadi contoh nyata bagaimana perusahaan nasional mampu mengimplementasikan prinsip *sustainability* dalam produksi, pemasaran, dan manajemen mutu. Implikasinya, mahasiswa dan calon tenaga kerja diharapkan mampu:

- a. Mengembangkan kompetensi teknis dan soft skills sesuai kebutuhan industri.

- b. Mengadaptasi nilai-nilai disiplin, efisiensi, dan tanggung jawab sosial dalam praktik profesional.
- c. Menumbuhkan etos kerja dan semangat kewirausahaan untuk mendukung kemandirian industri nasional.

LAMPIRAN

