

Optimilisasi Pemasaran *Special Tea* dan *Bulk Tea*: Pengalaman Mahasiswa Praktek Kuliah Lapangan di PT. Mitra Kerinci

Bima Septiawan¹, Syamsurizaldi²

^{1,2}Manajemen, STIE Widyaswara Indonesia, Indonesia

¹septiawanbima361@gmail.com, ²syamsurizaldi@gmail.com

Corresponding Author

Nama Penulis : Bima Septiawan

E-mail : septiawanbima361@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari pelaksanaan kuliah lapangan ini yaitu untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memahami dan terlibat secara aktif dalam kegiatan pemasaran di bidang industri. Metode penelitian ini yaitu melalui tiga tahapan; pertama persiapan, kedua pelaksanaan PKL, dan yang ketiga pembuatan laporan PKL. Kesimpulannya penulis dapat memahami secara langsung pemasaran yang ada di lingkungan industri. Melalui keterlibatan aktif dalam berbagai aktivitas pemasaran, penulis tidak hanya belajar tentang cara memasarkan produk secara teori, tetapi terjun langsung ke dalam pemasaran produk tersebut, termasuk cara menghadapi tantangan dan kendala yang dihadapi oleh tim.

Kata kunci: optimalisasi pemasaran,, *Special Tea*, *Bulk Tea*

Abstract

The objective of this fieldwork program is to provide students with firsthand experience in comprehending and actively participating in marketing activities within the industrial sector. The research methodology was carried out in three stages: the first stage involved preparation, the second stage comprised the implementation of the fieldwork program, and the third stage entailed the compilation of the fieldwork report. Based on the findings, it can be concluded that the author gained a direct understanding of marketing practices within the industrial setting. Through active engagement in various marketing activities, the author not only acquired theoretical knowledge of product marketing but also gained practical experience in executing marketing strategies, including addressing challenges and constraints encountered by the marketing team.

Keywords: marketing optimization, *Special Tea*, *Bulk Tea*

PENDAHULUAN

Dalam dunia digital sekarang, Perguruan Tinggi sebagai institusi pendidikan diharapkan mampu menghasilkan lulusan generasi penerus bangsa yang menguasai ilmu pengetahuan secara teoritis, praktis, kreatif, inovatif, dan aplikatif. Praktek Kuliah Lapangan (PKL) merupakan salah satu bentuk kegiatan pembelajaran yang memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mengamati secara langsung penerapan konsep-konsep manajemen dalam dunia bisnis (Ilyas & Putra, 2025). Kuliah lapangan adalah salah satu metode pembelajaran bagi mahasiswa yang memberikan kesempatan luas untuk memperoleh berbagai pengetahuan secara langsung (Ashari & Putra, 2025). Program Kuliah Lapangan (PKL) menjadi salah satu sarana bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam aktivitas industri, sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan.

Industri teh merupakan salah satu sektor agroindustri yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja, penghasil devisa, maupun penopang pertumbuhan ekonomi daerah. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan dan pemasaran teh adalah PT. Mitra Kerinci, yang berlokasi di Kabupaten Solok Selatan, Sumatera Barat. Perusahaan ini memproduksi berbagai jenis teh berkualitas, termasuk special tea yang memiliki nilai jual tinggi di pasar premium, serta bulk tea yang dipasarkan secara massal untuk kebutuhan industri dan konsumen umum. Dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kualitas produk, tetapi juga perlu melakukan pengembangan organisasi, yaitu Pengembangan organisasi adalah suatu pendekatan sistematis didalam meningkatkan efektivitas sebuah organisasi melalui intervensi yang dirancang untuk mengubah prose dan budaya didalam organisasi tersebut (M. A. Putra et al., 2025). Pengembangan organisasi tersebut erat kaitannya dengan perilaku organisasi, yang mencerminkan sikap, motivasi, dan pola interaksi karyawan dalam bekerja, karena perilaku kerja yang positif akan mendukung kinerja dan keberhasilan strategi perusahaan.

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas strategis untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan menarik minat, membangun hubungan, dan mendorong terjadinya pembelian (Anggraini et al., 2022; Kotler, P., & Keller, 2021). Pemasaran adalah serangkaian kegiatan untuk menyampaikan produk atau jasa dari produsen kepada konsumen supaya konsumen berminat untuk mendapatkan produk tersebut sehingga melakukan pembelian. Keberhasilan aktivitas pemasaran sangat dipengaruhi oleh perilaku organisasi, khususnya perilaku karyawan yang terlibat langsung dalam proses pemasaran, pelayanan, dan pengambilan keputusan (Bismark et al., 2025). Oleh karena itu, Optimalisasi pemasaran. Optimalisasi pemasaran merupakan upaya untuk memaksimalkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memaksimalkan penjualan dengan penerapan langkah-langkah konkret yang kreatif, inovatif dan aplikatif. Optimalisasi pemasaran adalah proses memaksimalkan efektivitas strategi pemasaran dan penjualan produk UMKM melalui penerapan langkah-langkah konkret yang aplikatif, khususnya dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial seperti *WhatsApp Business* (Syarif et al., 2022)

Tujuan dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini adalah untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memahami dan terlibat secara aktif dalam kegiatan pemasaran di PT. Mitra Kerinci, khususnya pada produk *Special Tea* dan *Bulk Tea*. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam praktik nyata, baik dalam aspek strategi pemasaran, pengelolaan penjualan, maupun promosi produk. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membentuk karakter mahasiswa yang kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan pemasaran, serta meningkatkan keterampilan dalam mengelola data penjualan, berkomunikasi dengan konsumen, dan bekerja sama dengan tim pemasaran serta pihak perusahaan. Berkomunikasi dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung, secara verbal maupun non verbal (Agyl et al., 2025; E. E. Putra et al., 2025). PKL ini sebelumnya juga sudah dilakukan melalui program Kuliah Lapangan Manajemen (KLM) oleh (Aini Vera; Putra, Mandra Adrika, 2024; Decrisent & Putra, 2025; Haqim Rahmad; Putra, Mandra Adrika; Yanti, Tri, 2024; Hidayatullah & Putra, 2025; Novianti & Putra, 2025; Pratama & Putra, 2025; E. E. Putra & Putra, 2025; M. A. Putra et al., 2023; Sari & Putra, 2025; Yulia Ernawati & Mandra Adrika Putra, 2025)

METODE

Pelaksanaan praktek kerja lapangan dilaksanakan di PT. Mitra selama tiga bulan, dimulai dari tanggal 5 mei 2025 sampai dengan 25 juli 2025. Kegiatan ini berlangsung setiap hari kerja, yaitu senin hingga jumat dari pukul 07.00-16.00 WIB. Pelaksanaan praktek kerja lapangan ini terdiri dari beberapa tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, dimana pada tahap ini penulis terlebih dahulu harus mendapat izin dari pihak kampus, setelah mendapatkan izin penulis diberi pembekalan oleh dosen pembimbing lapangan Bapak Dr. Syamsurizaldi, S.IP., MM. Guna dilakukan pembekalan untuk menjelaskan tugas dan tujuan magang di tempat yang telah ditetapkan. Selanjutnya tahap kedua yaitu pelaksanaan praktek kerja

lapangan, dimana pada tahap ini penulis mendapat kesempatan berharga untuk terlibat langsung dalam praktek pemasaran *special tea* dan *bulk tea*. Selama kegiatan berlangsung penulis ditempatkan di divisi *marketing* dan juga di beri kesempatan untuk langsung terjun kelapangan dalam memasarkan *special tea* ke distributor dan *bulk tea* dalam bentuk menjual es teh liki. Tahapan terakhir yaitu penulisan laporan praktek kerja lapangan yang menjadi bentuk pertanggungjawaban akhir dari kegiatan yang telah dilakukan. Laporan ini menjadi bahan publikasi yang disusun secara sistematis dan akademis untuk dijadikan artikel jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Mitra Kerinci yang sebelumnya PT Perkebunan Mitra Kerinci didirikan pada tahun 1990 yang merupakan anak perusahaan patungan antara PT. Perkebunan Nusantara IV dan PT. Rajawali Nusantara Indonesia. PT. Mitra Kerinci beroperasi di kawasan *Liki Estate*, Solok Selatan, Sumatera Barat dengan luas perkebunan sekitar 1.000-1.410 hektar produktif. Secara geografis PT. Mitra Kerinci terletak di kaki Gunung Kerinci, berbatasan langsung dengan Taman Nasional Kerinci Seblat. Saat ini PT. Mitra Kerinci dipimpin oleh Dewan Komisaris yaitu Ibu Iriana Eka Sari dan di bawah beliau ada Direktur yaitu Bapak Adang Sukendar Djuanda. PT. Mitra Kerinci beroperasi dalam bidang industri pertanian yaitu industri teh hijau dan teh hitam, tidak hanya dalam bentuk *bulk tea* akan tetapi juga menyediakan *special tea*. PT. Mitra Kerinci memiliki visi yaitu menjadi *Icon Agroindustri Teh Terbaik* di Indonesia dan berdaya saing global. Demi mencapai visi tersebut PT. Mitra Kerinci memiliki misi yaitu; 1) Menghasilkan teh dengan kuantitas-kualitas terbaik melalui produksi yang efektif, efisien dan ekonomis untuk memastikan pertumbuhan profitabilitas dan keberlangsungan perusahaan; 2) Menerapkan *Good Agricultural Practices (GAP)* di lahan dengan agroklimat potensial, diolah secara *Good Manufacturing Practices (GMP)* menggunakan energi terbarukan untuk menghasilkan citarasa terbaik; 3) Selalu mengimplementasikan inovasi dan kreasi di semua ini; 4) Menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan menjadi tempat berkinerja terbaik dengan selalu memanusiakan manusia dalam semua aspek kegiatan perusahaan; 5) Menjadi mitra usaha terbaik bagi semua *stakeholders* baik di bidang agroindustri, energi terbarukan, agrowisata maupun *agrohusbandry*.

Selama PKL, kegiatan yang penulis lakukan di PT. Mitra Kerinci yaitu sebagai berikut:

- 1 Mahasiswa diberikan pengenalan tentang produk unggulan PT. Mitra Kerinci yaitu teh premium. Produk-produk ini telah melalui proses pemilihan bahan baku yang ketat, pengolahan modern maupun tradisional, serta pengemasan yang menarik untuk menarik konsumen dari berbagai kalangan. Produk-produk teh premium tersebut dipetik manual oleh petani sendiri yaitu menggunakan tangan, dimana pucuk teh yang diambil hanya bagian peko dan 2 burung (yaitu pucuk yang paling dan 2 daun dibawahnya). Produk teh premium yang dikenalkan ke mahasiswa yaitu *Silver Niddle*, *Red Glory*, *Green Kurintji*, *Likicha*, *Optimus* dan *Legacy*.



Gambar 1
Produk unggulan PT. Mitra Kerinci yaitu teh premium

- 2 Mahasiswa juga terlibat dalam kegiatan promosi digital menggunakan media sosial. Salah satu aktivitas yang mahasiswa lakukan adalah membantu tim dalam pembuatan konten video Instagram Reels yang dilakukan di Café Liki, salah satu mitra usaha PT. Mitra Kerinci yang menjual langsung produk teh kepada konsumen. Pada kegiatan ini mahasiswa berkesempatan membuat satu konten tentang produk yang ada di Café Liki. Mahasiswa dapat menyelesaikan kesempatan yang diberikan oleh owner Café Liki dan diberi apresiasi.
- 3 Sebagai bagian dari pemahaman tentang saluran distribusi, mahasiswa ikut andil dalam pengantaran produk teh ke berbagai minimarket di wilayah sekitar Solok Selatan. Proses ini memberi mahasiswa pengalaman nyata tentang bagaimana rantai pasok bekerja, serta pentingnya manajemen logistik dalam dunia pemasaran. Selama kegiatan pengantaran, mahasiswa ditugaskan; 1) Membantu proses pengepakan dan pemuatan barang; 2) Menyusun produk teh di rak-rak minimarket secara menarik (*merchandising*); 3) Mencatat jumlah produk yang dikirim dan stok sebelumnya di toko; 4) Berinteraksi dengan pemilik atau karyawan toko untuk menjelaskan produk baru dan mengambil pesanan ulang. Pengalaman ini mengajarkan mahasiswa tentang pentingnya hubungan bisnis jangka panjang, ketepatan waktu dalam pengiriman, serta bagaimana menjaga keberlangsungan ketersediaan produk di pasar.



Gambar 2
distribusi teh ke berbagai minimarket di wilayah sekitar Solok Selatan

- 4 Salah satu kegiatan paling berkesan selama PKL adalah kegiatan penjualan langsung es teh (*direct selling*) di kawasan Muara Labuh. Dalam kegiatan ini, mahasiswa ikut dalam penjualan produk Teh Liki yang disajikan dalam bentuk minuman es teh siap saji. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengenalkan produk teh lokal kepada masyarakat secara langsung melalui pendekatan yang lebih ringan dan interaktif. Tugas mahasiswa dalam kegiatan ini antara lain; 1) Membantu menyiapkan booth penjualan dan kelengkapan *display* produk; 2) Menyajikan dan menjual es teh kepada pengunjung; 3) Menawarkan promo khusus kepada pelanggan (beli 5 gratis balon); 4) Mencatat feedback langsung dari konsumen yang mencoba produk. Melalui kegiatan ini, mahasiswa mempelajari bagaimana teknik komunikasi langsung kepada konsumen dilakukan, pentingnya sikap ramah dan persuasif dalam menjual, serta bagaimana menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan agar mereka tertarik mencoba dan membeli ulang produk teh yang ditawarkan.



Gambar 3
Mahasiswa ikut dalam penjualan produk Teh Liki

KESIMPULAN

PT. Mitra Kerinci merupakan perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri teh dan didirikan pada tahun 1990 sebagai hasil kerja sama antara PT. Perkebunan Nusantara IV dan PT. Rajawali Nusantara Indonesia. Perusahaan ini berlokasi di kawasan Liki Estate, Solok Selatan, Sumatera Barat, dengan luas lahan produktif berkisar 1.000–1.410 hektar yang dimanfaatkan secara optimal untuk produksi teh. Produk utama yang dihasilkan meliputi teh hijau, teh hitam, dan special tea yang dipasarkan dalam bentuk bulk tea maupun kemasan premium. Visi perusahaan adalah menjadi ikon agroindustri teh terbaik di Indonesia yang memiliki daya saing global. Untuk mencapai visi tersebut, perusahaan menerapkan Good Agricultural Practices (GAP) dan Good Manufacturing Practices (GMP), memanfaatkan energi terbarukan, serta mendorong inovasi berkelanjutan di seluruh lini produksi. Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), mahasiswa memperoleh pembelajaran langsung mengenai proses produksi dan pemasaran produk teh. Kegiatan dimulai dengan pengenalan terhadap produk teh premium seperti Silver Niddle, Red Glory, Green Kurintji, Likicha, Optimus, dan Legacy. Proses pemetikan dilakukan secara manual dengan seleksi pucuk ketat untuk menjaga mutu dan cita rasa. Mahasiswa juga terlibat dalam promosi digital melalui pembuatan konten Instagram Reels di Cafe Liki yang menjadi mitra usaha perusahaan. Kegiatan ini memberikan pengalaman praktis dalam strategi promosi berbasis media sosial. Selain itu, mahasiswa ikut serta dalam proses distribusi produk ke minimarket di wilayah Solok Selatan. Kegiatan distribusi meliputi pengepakan, pemuatan, penataan produk di rak, pencatatan stok, dan interaksi langsung dengan pihak toko. Pengalaman ini mengajarkan pentingnya manajemen rantai pasok dan ketepatan waktu pengiriman. Mahasiswa juga berpartisipasi dalam penjualan langsung es teh di kawasan Muara Labuh sebagai bentuk promosi produk secara interaktif. Kegiatan tersebut mencakup persiapan booth, pelayanan konsumen, promosi penjualan, dan pengumpulan umpan balik. Seluruh rangkaian kegiatan PKL memberikan pemahaman mengenai pengelolaan mutu produk dari hulu ke hilir. Pengalaman ini menegaskan bahwa keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh sinergi antara kualitas produk, strategi pemasaran, dan hubungan baik dengan konsumen. Melalui PKL ini, mahasiswa dapat mengintegrasikan teori perkuliahan dengan praktik nyata di lapangan. Kegiatan ini juga berperan dalam pengembangan keterampilan komunikasi, kreativitas, dan manajemen waktu. PKL di PT. Mitra Kerinci menjadi bekal penting bagi mahasiswa dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja di sektor agroindustri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak kampus atas kesempatan yang telah diberikan untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL). Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Dosen Pembimbing Lapangan Dr. Syamsurizaldi, S.IP., M.M., atas bimbingan dan pembekalan yang diberikan sebelum pelaksanaan PKL. Penulis juga berterima kasih kepada orang tua dan keluarga atas dukungan moral yang diberikan selama proses penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis mengapresiasi PT. Mitra Kerinci beserta seluruh staf yang telah menerima dengan baik dan memberikan kesempatan untuk melaksanakan PKL di lingkungan kerjanya, serta telah berbagi ilmu dan pengalaman, khususnya dalam pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyl, A. L., Yani, G. R., Krismon, R., Handayani, Y., & Putra, M. A. (2025). *KOMUNIKASI BISNIS: Menangani Bad News dan Menciptakan Dampak Positif*. Serasi Media Teknologi.
- Aini Vera; Putra, Mandra Adrika, F. S. (2024). Peran Mahasiswa Dalam Kontribusi Operasional di Kantor Camat Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, Vol. 1 No. 12 (2024): Februari*, 3691–3697.
<https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmmba/article/view/684/629>

- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4888. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Ashari, A., & Putra, M. A. (2025). Implementasi Pelayanan Umum Tabungan dan Kredit Nasabah Pada Bank BPR Sarantau Sasurambi Muara Labuh. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(2), 53–57.
- Bismark, O. P., Putra, M. A., Suryani, E., & Yanti, T. (2025). *Buku Ajar Perilaku Organisasi*. Serasi Media Teknologi.
- Decrisent, K. M., & Putra, M. A. (2025). Administrasi Keuangan di Kantor Camat Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(1), 25–32.
- Haqim Rahmad; Putra, Mandra Adrika; Yanti, Tri, A. R. Y. (2024). Berpartisipasi Di Dalam Memberikan Pelayanan Publik Di Kantor Camat Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, Vol. 1 No. 12 (2024): Februari, 3698–3705. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/view/685/630>
- Hidayatullah, A., & Putra, M. A. (2025). Mempromosikan Produk Aice di Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(3), 7–80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13). Kelompok Gramedia.
- Novianti, L., & Putra, M. A. (2025). Implementasi Standar Operasional Pelayanan Non Perizinan di Kantor Camat Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan Tahun 2024. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(1), 18–24.
- Pratama, A., & Putra, M. A. (2025). Optimalisasi Pelayanan Publik dan Kesehatan Masyarakat: Peran Mahasiswa PKL di Kantor Wali Nagari dan Kegiatan Posyandu di Nagari Pakan Rabaa Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(3), 81–88.
- Putra, E. E., Hidayat, R., Putra, T. A., Safnur, F. A., Novita, R., & Putra, M. A. (2025). *KOMUNIKASI BISNIS: Skill Esensial untuk Dunia Kerja*. Serasi Media Teknologi.
- Putra, E. E., & Putra, M. A. (2025). Pelayanan Publik dan Administrasi Keuangan di Kantor Camat Pantai Cermin Kabupaten Solok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(3), 103–109.
- Putra, M. A., Suryani, E., Putri, M. D., & Sari, H. N. (2023). Implementasi Pelayanan Publik Di Kantor Camat Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(6), 544–550.
- Putra, M. A., Suryani, E., Yanti, T., & Bismark, O. P. (2025). *Buku Ajar Pengembangan Organisasi*. Serasi Media Teknologi.
- Sari, R. N., & Putra, M. A. (2025). Implementasi Pelayanan Umum dan Kepegawaian di Kantor Camat Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(2), 47–52.
- Syarif, Birgantoro, B. A., Hermawan, A., Gani, M. A., Sugiyanto, S., & Maddinsyah, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan Whatsapp. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 54–66. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.56>
- Yulia Ernawati, & Mandra Adrika Putra. (2025). Implementasi Pelayanan Publik di Kantor Camat Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widwaswara Indonesia*, 1(2), 40–46. <https://doi.org/10.63879/jpmwi.v1i2.9>