

LAPORAN AKHIR MAGANG DIVISI STORE OPERATION

PT. INTI CAKRAWALA CITRA

Ringkasan laporan magang

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



DISUSUN OLEH:

BRIAN GABRIEL TAMBUNAN

211930880

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2023

TUGAS AKHIR

LAPORAN AKHIR MAGANG DIVISI STORE OPERATION PT. INTI CAKRAWALA CITRA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

BRIAN GABRIEL TAMBUNAN

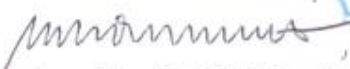
Nomor Induk Mahasiswa: 211930880

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 19 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing


Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Prof., M.Si., Ph.D.

Penguji


Isnanda Zainur Rohman, S.E., M.M.

Yogyakarta, 19 Juni 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Abstrak

Penulis melaksanakan kegiatan magang di salah satu perusahaan retail yaitu PT Inti Cakrawala Citra. Alamat lokasi perusahaan terletak pada JL. Raya Parung – Ciputat, Bojongsari Baru, Kec. Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat. Kegiatan pelaksanaan magang ini dilaksanakan pada tanggal 16 Februari 2023 sampai 30 Juni 2023. Dalam pelaksanaan magang, penulis melakukan pelaksanaan dan pengamatan Store Operation, Store Operation ini penulis belajar mengenai seluruh operasional toko Indogrosir dan penulis tidak ditempatkan pada satu divisi khusus melainkan berpindah-pindah divisi terkecuali divisi SAM (Store Administration Manager). Selama pelaksanaan kegiatan magang di Indogrosir, penulis diawasi oleh Bapak Oka Christian Setiadiwiria dengan menjabat sebagai SJM (Store Junior Manager) Non Food. Penulis mendapatkan ilmu terkait bagaimana pelaksanaan operasional pada toko Indogrosir. Mulai dari penanganan produk, promotion skill, penataan barang, stock management, pengendalian biaya, handling complaint dan yang lainnya. Dalam pelaksanaan magang ini penulis bukan hanya mendapatkan banyak ilmu, wawasan melainkan mendapatkan pengalaman dan relasi baru. Hal ini dapat menjadi bekal bagi penulis dalam menempuh karir kedepannya.

ABSTRACT

The author enrolls in an internship at one of the retailers company, namely PT Inti Cakrawala Citra. The company is located at JL. Raya Parung – Ciputat, Bojongsari Baru, Kec. Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat. The internship is held from February 16, 2023 until June 30, 2023. In carrying out the internship, the author does the implementation and observation. In Store Operation, the author learn about overall operational activity Indogrosir store and the aauthor is not throw to the one divison but moving to one and another division except SAM (Store Administration Manager). During the internship, the author is supervised by Sir Oka Christian Setiadiwiria as a SJM (Store Junior Manager) Non Food. The author got a lot of knowledge about how the implementation operational activity at Indogrosir store. From the handling a product, promotion skill, arrangement a goods, stock management, handling a cost, complaint and many more. During the implementation of this internship, the author is not just earn a lot of knowledge about how operational at the store but the author got some new experience and networking. This things can be a guidance to the author so he can looking forward in the nect future of his career.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan industri retail mengalami pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan data dari CEIC dilaporkan mengalami pertumbuhan penjualan ritel sebesar 1.7 % pada 2023-01. Apabila dibandingkan, rekor ini naik dari angka yang sebelumnya yaitu 0,7 % pada 2022-12. Dan data-data pertumbuhan penjualan ritel diperbaharui bulanan dengan rata-rata 0,8 % dari 2011-01 sampai 2023-01. Berdasarkan observasi, angka tertinggi sebesar 28,2 % pada 2013-12. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya konsumsi rumah tangga, yang diharapkan akan terus tumbuh seiring dengan pemulihan ekonomi nasional.

Dengan adanya perkembangan industri retail yang pesat di Indonesia membuat berbagai tantangan semakin ketat, diantara-Nya persaingan yang sangat kompetitif, biaya operasional yang tinggi, regulasi yang kompleks dan perubahan perilaku konsumen. Para pelaku industri retail di Indonesia harus bisa mengatasi tantangan-tantangan ini untuk dapat bersaing dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi, adaptasi, dan efisiensi operasional dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut.

PT Inti Cakrawala Citra adalah salah satu perusahaan ritel yang memiliki lingkup bisnis yang cukup luas. Bisnis Indogrosir meliputi penjualan grosir dan eceran, distribusi, pemasaran dan layanan keuangan. Dengan bisnis yang cukup luas, PT Inti Cakrawala Citra menjadi salah satu pemain besar di industri ritel di Indonesia. Indogrosir memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia dan terus berkembang dengan menawarkan produk dan layanan yang lebih baik dan lebih lengkap.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan magang di PT Inti Cakrawala Citra atas pertimbangan perkembangan industri retail saat ini dan kedudukan PT Inti Cakrawala sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia. Penulis juga memiliki latar belakang di bidang *Supply chain management* dan pemasaran sesuai dengan posisi yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu sebagai *store operation*. Selain itu, penulis juga memiliki ketertarikan untuk mengetahui bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan di industri ritel.

2. Profil Perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PT. Inti Cakrawala Citra adalah sebuah perusahaan yang berskala Nasional dan bergerak dalam bidang retail dengan merek dagang Indogrosir. Indogrosir didirikan pada 26 November 1993 dan kini memiliki 28 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Toko Indogrosir adalah sebuah toko grosir yang berbasis di Indonesia. Toko ini didirikan pada 26 November 1993 dan kini memiliki 28 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Indogrosir menawarkan berbagai produk dengan harga yang lebih terjangkau daripada harga eceran yang biasa.

Toko Indogrosir menyediakan berbagai macam produk, seperti makanan dan minuman, produk kebersihan, alat tulis kantor, produk elektronik, baju, dan banyak lagi. Produk-produk tersebut dijual dalam jumlah besar, sehingga harga yang ditawarkan bisa lebih murah dibandingkan dengan harga eceran yang biasa. Toko Indogrosir juga menawarkan layanan pengiriman produk ke berbagai daerah di Indonesia.

3. Aktivitas Magang

- **Melakukan kegiatan pelayanan kepada konsumen di bagian member *service***

Ada beberapa tugas yang dilakukan pada member *service* yaitu pembuatan member, menitipkan barang, menukarkan hadiah, pusat informasi dan menerima kritik dan saran dari konsumen. Pada saat penulis berada pada member *service* penulis melakukan hal-hal tersebut contohnya seperti konsumen ingin membuat member biru maka konsumen perlu mendownload aplikasi Indogrosirku terlebih dahulu untuk mendaftarkan diri dan menyerahkan identitas KTP kepada pelayan agar dimasukkan ke dalam data perusahaan.

- **Melakukan kegiatan yang ada pada bagian *support***

Salah satu tugas *support* yaitu mengawasi promosi yang berjalan pada toko Indogrosir, saat penulis berada pada bagian *support*, memasang sarana promosi dengan kondisi baik dan benar sesuai jenis promosi, melakukan pengecekan berkala terhadap mekanisme dan periode promosi agar informasi yang diterima konsumen benar, penulis juga mempelajari jenis-jenis promosi, sarana dan prasarana promosi dan item sewa yang ada pada toko Indogrosir.

- **Melakukan kegiatan yang berkaitan dengan *display* barang**

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tentu saja pada saat melakukan pendisplayan kita tidak bisa asal-asalan memajang barang tersebut karena semuanya ada tips and trik agar barang tersebut tertata dengan rapih dan menarik perhatian konsumen. Dengan begitu penulis melakukan penataan barang dagangan di pajangan dengan baik sesuai standar pajangan produk dan informasi di *price tag*, melakukan pengecekan berkala saat memajang barang dan memastikan kualitas barang bagus dan tidak rusak kemasan, memastikan pajangan selalu terisi penuh sesuai standard penampilan, tidak ditumpuk, lakukan saat waktu yang tepat agar tidak mengganggu konsumen dan menjalankan system FIFO (*first in first out*).

- **Melakukan penerimaan barang di bagian receiving dan membuat SLP**

Pada bagian receiving ini penulis membaca dan memastikan Sticker SLP dengan baik dan tepat, Melakukan penempatan barang dagangan sesuai tujuan (Storage Kecil atau display (non storage), Melakukan serah terima barang dagangan dari Gudang, Melakukan pengecekan nama barang, jumlah fisik dan expired date dengan teliti sebelum realisasi handheld, Melakukan realisasi melalui handheld dengan teliti.

- **Melakukan SPB (slip penurunan barang)**

Ketika barang di display kosong atau ada permintaan yang lebih dari konsumen maka kita sebagai pelayan harus melakukan tindakan yang dinamakan SPB atau slip penurunan barang. Pada bagian ini penulis mengoperasikan SPB di handheld dengan baik & tepat, melakukan realisasi barang dagangan jika sudah diturunkan/dipajang/diberikan konsumen, mengambil barang ke storage toko atau Gudang dan melakukan penurunan & realisasi untuk lokasi asal & tujuan berbeda area & rak

- **Melakukan estimasi stok hadiah**

Estimasi hadiah adalah suatu kondisi dimana karyawan sebagai tim deposit mengestimasi hadiah yang akan distok berdasarkan dengan program promosi yang mau berjalan. Jadi ketika ada program promosi yang akan berjalan, pihak marketing HO (*head office*) akan menambahkan program promosi tersebut kepada system dan system tersebut dapat dilihat oleh tim deposit. Jadi h-2 sebelum program promosi berjalan tim deposit sudah harus membuat estimasi hadiah agar pada saat program promosi berjalan stok hadiah sudah siap

- **Melakukan rekap footnote**

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rekap footnote adalah suatu kegiatan dimana kita sebagai pihak toko menerima footnote yang diberikan konsumen lalu merekap footnote tersebut ke komputer agar pihak toko mempunyai data bahwa hadiah tersebut sudah diambil oleh konsumen.

4. Landasan Teori

- **Customer Relationship Management**

Pendapat Newell yang dikutip oleh (Kartika & Kezida) (2011), *Customer Relationship Management* (CRM) adalah sebuah modifikasi dan pembelajaran perilaku konsumen setiap waktu dari setiap interaksi, perlakuan terhadap pelanggan dan membangun kekuatan antara konsumen dan perusahaan. Kotler dan Keller (2009) juga berpendapat, “*CRM is a series of strategies and processes that create new and mutual value for individual customers, build preference for their organizations and improves business result over a lifetime of association with their Customers*”.

Ada empat kemampuan utama strategis dalam CRM (Gordon, 2002) yaitu teknologi (teknologi yang mendukung CRM), orang (keahlian, kemampuan dan sikap dari orang yang mengatur CRM), proses (proses yang digunakan perusahaan dalam mengakses dan berinteraksi dengan pelanggan dalam menciptakan nilai baru dan kepuasan), pengetahuan dan pemahaman (pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menambah nilai pada data konsumen sehingga mereka memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang diperlukan untuk memperdalam suatu hubungan).

Hansemark dan Albinson (2004) menambahkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima (NP Tamon, 2021).

- **Stock Management**

Persediaan atau *inventory* adalah suatu bagian yang penting dari bisnis perusahaan, *inventory* ini tidak hanya penting untuk produksi, tetapi juga berkontribusi untuk pencapaian kepuasan pelanggan (Assauri, 2016).

Persediaan (*inventory*) adalah stok dari suatu item atau sumber daya yang digunakan dalam suatu organisasi perusahaan. Sistem *inventory* adalah sekumpulan kebijakan dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengendalian yang memonitor tingkat inventory dan menentukan tingkat mana yang harus dijaga bila stok harus diisi Kembali dan berapa banyak yang harus dipesan. *Inventory* manufaktur umumnya adalah berupa item yang berkontribusi atau akan menjadi bagian dari output produk perusahaan. Adapun maksud dari analisis dalam manufaktur dan administrasi stok jasa adalah untuk menentukan kapan pesanan akan diadakan dan berapa banyak yang harus dipesan (Assauri, 2016).

Menurut Dewi (2002), pengendalian persediaan adalah suatu Teknik yang berkaitan dengan penetapan terhadap besarnya persediaan bahan yang harus diadakan untuk menjamin kelancaran dalam kegiatan operasional produksi serta menetapkan jadwal pengadaan dan jumlah pemesanan barang yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan (Sahli, 2013). Keberadaan persediaan atau sumber daya menganggur ini dalam suatu sistem mempunyai tujuan tertentu. Alasan utamanya adalah karena sumber daya tertentu tidak dapat didatangkan ketika sumber daya itu dibutuhkan. Sehingga untuk menjamin tersedianya sumber daya tersebut perlu adanya persediaan yang siap digunakan ketika dibutuhkan. Adanya persediaan menimbulkan konsekuensi berupa risiko-risiko tertentu yang harus ditanggung perusahaan akibat adanya persediaan tersebut. Persediaan juga harus menanggung biaya-biaya yang timbul akibat persediaan tersebut.

- **Pemasaran**

Menurut Stanton dalam Tambajong (2013), pemasaran adalah suatu system dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kotler (2009) menambahkan bahwa, Manajemen tidak dapat dipisahkan dengan pemasaran yang membahas prinsip-prinsip pemasaran dengan macam kegiatannya. Didalam prinsip pemasaran terdapat beberapa faktor yang saling berinteraksi satu sama yang lainnya. Adapun faktor prinsip pemasaran tersebut:

- A. Organisasi yang melakukan tugas atau kegiatan pemasaran
- B. Barang-barang dan jasa yang dipasarkan
- C. Pasar yang akan dituju
- D. Pemasaran yang membantu dalam penukaran barang dan jasa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

E. Faktor lingkungan lainnya

Elemen-elemen dalam prinsip pemasaran yang berorientasi kepada konsumen baru dapat menentukan keinginan dan kebutuhan konsumen, memilih sasaran kelompok tertentu sebagai sasaran penjualan, menentukan program pemasaran yang baik mengadakan penelitian pada konsumen tentang karakter dan sikapnya menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran. Pemasaran yang terkoordinir dengan baik dapat memberikan kepuasan kepada semua pihak. Tiga faktor lain yang digunakan sebagai dasar dalam konsep pemasaran diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Orientasi pada konsumen
 - a. Pada intinya jika suatu perusahaan ingin menerapkan orientasi konsumen ini maka menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi
 - b. Menentukan produk dan program pemasarannya
 - c. Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan sikap serta tingkah laku mereka.
 - d. Menentukan dan melaksanakan strategi yang baik, apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik
2. Koordinasi, integritas dan perusahaan

Untuk memberikan kepuasan secara optimal kepada konsumen, semua elemen pemasaran yang ada harus diintegritaskan. Hindari adanya pertentangan antara perusahaan dengan pasarnya. Salah satu cara penyelesaian untuk mengatasi masalah koordinasi dan integrasi ini dapat menggunakan satu orang yang mempunyai tanggung jawab terhadap seluruh kegiatan pemasaran yaitu manajer pemasaran. Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap orang dan bagian dalam perusahaan turut serta dalam suatu upaya yang terkoordinasi untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

3. Mendapatkan laba melalui kepuasan konsumen

Salah satu tujuan dari perusahaan adalah untuk mendapatkan profit atau laba, dengan laba tersebut perusahaan bisa tumbuh dan berkembang dengan kemampuan yang lebih besar.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- **Display**

Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008), Display adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembeli agar tertarik untuk melihat dan membeli. Display barang sangat penting dilakukan karena display yang baik akan menimbulkan minat pelanggan untuk membelinya.

Menurut Putri (2008) dalam bukunya “Evaluasi penataan atau display produk” mengatakan bahwa pemajangan barang/produk (display) adalah penataan barang dagangan di tempat tertentu dengan tujuan menarik minat konsumen untuk melihat dan akhirnya membeli produk yang akan ditawarkan.

Penelitian-penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pameran (display), maka semakin besar pula angka penjualan dan pengembalian investasi. Berikut ini Teknik display yang baik adalah sebagai berikut (Sopiah dan Syihabudhin, 2008):

1. Bulk adalah pemajangan barang tanpa kemasan khusus
2. Ends adalah pemajangan barang diujung lorong, cocok untuk produk high impulsive atau margin besar
3. Special display adalah pemajangan secara khusus, biasanya dipakai untuk barang-barang yang sifatnya musiman atau untuk barang obral
4. Island adalah display barang secara terpisah untuk menarik pembeli
5. Jumbled display adalah display barang secara bertumpuk dan sembarang

- **Membership**

Program membership adalah bagian dari loyalty program yang dilakukan perusahaan. Shoemaker dan Lewis (1998) mendefinisikan program loyalitas pelanggan sebagai program yang ditawarkan kepada pelanggan yang bertujuan untuk membangun ikatan emosional terhadap perusahaan atau merek perusahaan

Menurut Kotler & Keller (2012) program membership adalah program keanggotaan yang terbuka bagi semua pelanggan yang membeli produk, atau bagi yang termasuk dalam kelompok tertentu atau yang bersedia membayar sejumlah kecil biaya keanggotaan untuk menerima manfaat khusus dari perusahaan. System keanggotaan terbuka bermanfaat bagi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perusahaan sebagai media pengumpulan data dan informasi sebagai senjata melawan pesaing, namun keanggotaan terbatas lebih mumpuni dalam membangun loyalitas jangka Panjang. Karena biaya dan kondisi keanggotaan mencegah anggota keanggotaan terbatas untuk berpindah ke pesaing. Program keanggotaan ini mengikat pelanggan sehingga memberikan porsi profit yang lebih besar bagi perusahaan,

Program membership harus dipersepsikan valueable oleh pelanggan, maka dalam pemberian manfaatnya haruslah memperhatikan karakteristik pelanggan, serta harus disosialisasikan dengan baik kepada pelanggan (Yi & Jeon, dalam Songet.al, 2003)

Pada penelitiannya di Australia pada tahun 2015, So et.al menemukan bahwa terdapat setidaknya enam unsur dalam program loyalty membership yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap produk merk tertentu yaitu keatraktifan reward yang ditawarkan, manfaat pengetahuan, seberapa besar usaha yang diperlukan untuk mendapatkan reward, customization, rasa memiliki dalam kelompok dan kenyamanan memberikan informasi personal.

Karakteristik pelanggan dan program sangat pentinf dalam menentukan keberhasilan program membership (McCall and Voorchees dalam So et.ak, 2015). Tingkat penggunaan produk oleh pelanggan, kekuatan hubungan perusahaan dan pelanggan, lamanya keanggotaan dalam program membership dan tingkat customization adalah faktor-faktor yang menentukan pengaruh program membership terhadap loyalitas pelanggan (Liu dan De Wulf dalam So et al, 2015).

5. Analisis Permasalahan

- Mesin i-kiosk kurang di notice atau dimanfaatkan oleh pelanggan
- Pallet adalah alat bantu dimana ketika barang datang lalu barang tersebut akan ditempatkan pada pallet untuk setelah itu akan dipindahkan ke *storage* atau tempat penampungan barang tersebut.
- *How to get a new member*

6. Pembahasan Permasalahan

- Selama penulis melaksanakan pelaksanaan studi lapangan di Indogrosir, penulis mengamati bahwa mesin i-kiosk kurang dimanfaatkan atau bahkan jarang sekali digunakan oleh para

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsumen dan setelah itu penulis menganalisis bahwa rata-rata pengunjung atau konsumen di Indogrosir 70%-80% adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian berulang dan usia rata-rata 40-50 tahun yang mana memang kurang memanfaatkan adanya teknologi dan pada dasarnya tidak mau menggunakan mesin i-kiosk tersebut.

- Selama penulis menjalankan pelaksanaan magang pada Indogrosir, penulis melihat bahwa pallet yang tersedia hanya pallet dengan berjenis kayu. Dan penulis melihat beberapa pallet tersebut ada yang rusak karena pada saat berbenturan dengan barang lain atau lapuk karena rayap dan ada beberapa yang patah dikarenakan beban yang begitu berat ditanggung oleh pallet kayu tersebut.
- Berdasarkan pengalaman penulis setelah mengikuti tim survei member relation sehari penuh di lapangan, penulis paham ternyata ada 3 tugas utama tim survei member relation yaitu melakukan survei, get dan RKM (rencana kunjungan member). Ketiga hal ini dilakukan dengan cara langsung bertemu ditempat calon MM maupun pemilik MM. Dan pada saat mengikuti proses tersebut penulis merasa ada kalanya sulit ketika kita sebagai tim survei pada saat mendatangi tempat usaha baru yang akan kita tawarkan untuk menjadi bagian dari MM Indogrosir. Calon MM tersebut seperti tidak menginginkan kedatangan dari tim survei dan memang harus kita sadari bahwa tiap karakter pemilik usaha berbeda-beda dan *approachment* nya pun harus berbeda.

7. Kesimpulan

Setelah mengikuti pelaksanaan magang kampus merdeka dari 16 Februari 2023 sampai 30 juni 2023 pada PT Inti Cakrawala Citra, berikut adalah beberapa hal yang dapat penulis simpulkan:

1. Menurut pengamatan penulis selama berada pada Indogrosir, penulis dapat menyimpulkan bahwa perputaran ekonomi yang berada pada industri retail sangat cepat. Penulis mengamati transaksi yang dilakukan dari pagi sampai malam sangat besar, konsumen yang berbelanja pun sangat ramai dan barang belanjaan konsumen tidak sedikit. Dengan adanya beberapa bulan penulis pada Indogrosir penulis dapat mengatakan bahwa pertumbuhan yang ada pada industri retail masih sangat luas.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Penulis mendapat pengalaman mengenai tentang bagaimana rasanya bekerja, lingkungan kerja, budaya kerja, tugas dan tanggung jawab, manajemen waktu, dan terlebih khusus mendapat pengetahuan tentang kegiatan operasional Indogrosir mulai dari penempatan barang, mempromosikan barang, penanganan produk, penanganan biaya, penanganan stok dan hal yang masih banyak lainnya.
3. Penulis merasa selama beberapa tahun mengikuti perkuliahan pada jurusan manajemen, penulis dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu yang penulis pelajari selama ini pada tempat magang yang penulis tempati. Jadi dengan adanya kegiatan magang ini penulis dapat mengembangkan pengetahuan yang penulis punya kepada pengembangan perusahaan.

8. Rekomendasi

Berdasarkan permasalahan yang didapat selama melakukan kegiatan magang di PT Inti Cakrawala Citra, penulis memberikan rekomendasi kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Setelah penulis menganalisis terkait mesin i-kiosk, penulis menyimpulkan bahwa memang rata-rata konsumen di Indogrosir sendirilah yang tidak mau menggunakan mesin i-kiosk tersebut. Namun penulis berpikir bahwa kita sebagai perusahaan sudah mengeluarkan investasi yang lumayan besar untuk mengadakan mesin i-kiosk ini untuk ada pada Indogrosir kita harus mencoba cara lain bagaimana agar mesin i-kiosk ini dapat bermanfaat bagi konsumen. Jadi solusi dari penulis adalah dengan menampilkan promosi terbaik dari periode tertentu, produk baru dan barang dengan tag H untuk ditampilkan pada tampilan awal. Karena menurut penulis tampilan awal adalah senjata utama bagi i-kiosk tersebut untuk menjadi pemicu rasa penasaran para konsumen untuk selanjutnya menggunakan i-kiosk tersebut.
2. Setelah menganalisa terkait permasalahan dari pallet berjenis kayu tersebut, penulis terpikirkan untuk memberikan solusi menyediakan beberapa pallet berjenis besi untuk menanggung beban yang bermuatan berat seperti beras, gula, tepung dan yang lainnya. Penulis melihat jika beberapa barang ini ditumpuk menjadi satu, itu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

akan membuat beban yang sangat berat dan itulah kita membutuhkan pallet besi, walaupun biaya yang kita keluarkan cukup besar untuk pallet besi ini tetapi kita perlu melihat benefit atau keuntungan dari pallet besi yang tahan lama, kuat, tahan kelembapan dan tidak mudah lapuk.

3. Setelah memahami tugas yang dimiliki oleh tim survei member relation dan melihat bagaimana rasanya bertemu secara langsung kepada MM dan calon MM, terpikirkan oleh penulis bahwa kenapa tidak kita memberikan kesempatan bagi pemilik member merah yang sudah merasakan manfaat dari penggunaan menjadi member merah untuk mencoba memberitahukan manfaat yang dia rasakan dengan cara mengajak saudara, rekan, tetangga sekitar yang mempunyai usaha untuk melakukan pendaftaran menjadi member merah pada Indogrosir. Dan saran dari penulis adalah kita perlu membuat *referral code*, jadi setelah member merah sudah sah dinyatakan menjadi bagian dari member merah Indogrosir, MM tersebut akan mendapat *referral code* yang akan digunakan untuk menarik calon MM baru. Ketika calon MM baru ingin menjadi bagian dari MM Indogrosir, MM tersebut akan menggunakan *referral code* tadi dan kedua pihak akan mendapatkan reward dari Indogrosir. Penulis menyarankan hal ini dikarenakan penulis ingin MM menjadi mitra Indogrosir untuk menyebarkan manfaat dari kegunaan menjadi MM dan ini akan membuat member get member yang jika berhasil akan sangat bermanfaat bagi Indogrosir.

9. Refleksi diri

Setelah menyelesaikan pelaksanaan magang pada PT Inti Cakrawala, penulis mengakui bahwa begitu banyak ilmu yang penulis dapat dari kegiatan magang ini. Ilmu tentang penanganan produk, *stock management*, *promotion skill*, pengendalian biaya, model bisnis Indogrosir dan masih banyak hal lainnya. Penulis juga mendapat pengalaman tentang dunia kerja, Kerjasama tim, diskusi bersama mentor, tekanan pekerjaan,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keberanian diri untuk komunikasi dengan berbagai level jabatan di perusahaan dan yang paling penting yaitu penulis mempunyai tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan. Dengan adanya kegiatan magang ini penulis juga dapat mengembangkan *soft skill, time management, problem solving, critical thinking* dan cara berkomunikasi yang baik dengan berbagai level jabatan. Bukan sekedar mendapatkan ilmu teknis namun penulis juga mendapatkan banyak hal baru seperti teman baru, sosialisasi yang ada pada lingkungan Jakarta serta berusaha untuk tetap *survive* di kota Jakarta yang terbilang cukup keras berkehidupannya.

Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan yang penulis miliki, namun dengan keterbatasan yang penulis miliki, penulis berusaha untuk mengikuti dan memahami dari setiap tugas dan tanggung jawab yang diberikan. penulis juga mendapat banyak sekali masukan yang membuat penulis semakin berkembang. Hal ini dapat terlihat dengan berakhirnya pelaksanaan magang ini. Penulis merasa kinerja penulis berkembang karena dapat mengatur manajemen waktu, kedisiplinan, dan tanggung jawab yang diberikan. Semoga ilmu dan relasi yang didapat selama kegiatan magang ini dapat menjadi bekal bagi penulis dalam menempuh karir di masa depan.

Daftar Pustaka

- NP Tamon, (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Jurnal Productivity*, Vol. 2, No 4 (2021), 1-6.
- S Puspitasari, (2019) Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan go-ride. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, Vol 8, No 2 (2019), 5-7.
- Kartika & Kezia, (2011), Pengaruh customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan pada pt bca tbk. *Jurnal fokus ekonomi*, Vol. 10, No 3 (2011), 11-14.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sahli, M. (2013). Penerapan metode exponential smoothing dalam sistem informasi pengendalian persediaan bahan baku (studi kasus toko tirta harum). Jurnal simetris, Vol 3, No 1, (2013), 39-44.

M esy resky, (2021), strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada PT. Bima Sakti Mutiara. DINAMIKA 3(2).

Assauri, S. (2009). Manajemen Produksi. Lembaga Penerbit FE Universitas Indonesia : Jakarta. UI-PRESS, (2009), 24-27.

Sopiah dan Syihabudhin, (2008). Manajemen bisnis ritel. edisi 1. Yogyakarta. perpunas ANDI, (2008), 33-36.

Regina Deka Sofia, (2018). Pengaruh nilai pelanggan dan program membership terhadap loyalitas pelanggan rumah makan JM bariani house Medan. Jurnal Simki Economic 4(1), 11-21.

