



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktek kerja magang yang penulis lakukan di Pasar Swalayan ADA, penulis ditempatkan pada divisi marketing pada bagian promotion, dibimbing oleh Bapak Heryono selaku store manager di Pasar Swalayan ADA Setiabudi. Tugas utama dari penulis adalah melakukan promosi pada beberapa produk yang perlu dipromosikan pada event tertentu. Barang yang dipromosikan setiap minggunya berbeda, tidak sama dari minggu lalu. Bagaimana cara mengetahui barang apa saja yang dipromosikan dengan mengikuti meeting/ rapat bersama para store dan pembelian untuk menentukan barang apa saja yang minggu ini akan dipromosikan. Rapat diadakan setiap pertengahan minggu karena promosi harga miring dilakukan setiap akhir minggu.

Selain itu penulis juga diberikan project oleh pembimbing lapangan untuk terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui keadaan lapangan dan mensurvei barang yang akan dibikin harga miring. Harga miring dilakukan setiap akhir minggu agar menarik konsumen dan biasanya pada akhir minggu toko bisa lebih ramai daripada hari biasa.

Selain melakukan promosi, penulis juga ikut membantu melakukan stock opname pada store pakaian wanita dan sepatu yang dilakukan setiap 6 bulan sekali. Stock opname diadakan untuk mengecek stock barang yang ada di gudang yang sudah lama untuk dilakukan pemilihan kode barang yang masih baru dan yang sudah lama. Setelah melakukan stock opname, barang yang kiranya masih bagus dijual ke pegawai toko dengan harga yang sangat murah. Hal ini dilakukan untuk menghabiskan stock dan menambah agar tidak terbuang dengan sia-sia

Penulis juga melakukan kontrol pada pengadaan acara midnight sale yang dilakukan pada 19 Juli 2014. Pengadaan midnight sale dilakukan sekaligus untuk merayakan Hari Raya Idul Fitri yang pada tahun ini jatuh pada tanggal 28-29 Juli 2014. Midnight sale dimulai dari pukul 20.00-12.00. diskon mencapai 70% untuk beberapa produk dengan syarat dan ketentuan berlaku.

3.2 Tugas yang Dilaksanakan

Tugas-Tugas yang selama kurang lebih 3 bulan penulis lakukan selama praktek kerja magang di Pasar Swalayan ADA akan dijabarkan di bawah ini:

1. Minggu ke-1:
Penguasaan supermarket, tata letak dari supermarket, tata letak produk yang ada di dalam supermarket.
2. Minggu ke-2:
Persiapan pelaksanaan perayaan lebaran, penentuan diskon, budgeting biaya promosi, mencari partisipasi supplier untuk memberi diskon.
3. Minggu ke-3:
Membantu pelaksanaan *midnightsale* yang diselenggarakan di Pasar Swalayan ADA Majapahit dan Setiabudi diadakan pada tanggal 19 Juli 2014.



Gambar 3.1 *Midnight sale*

4. Minggu ke-4:

Mempelajari Cara Pengorderan Barang dan Pengiriman Barang

Proses pengorderan barang :

- Bagian pembelian melakukan order ke supplier.
- Keluar *Order* Pembelian (OP)
- Supplier membuat faktur penjualan, mengirim barang ke gudang sesuai OP.
- Barang yang dikirim supplier ke gudang diperiksa item, jumlah, dan kondisi dari barang yang diorder ada yang rusak atau tidak.
- Faktur penjualan dan OP dibawa oleh supplier dan gudang.
- OP faktur dari gudang masuk ke asisten untuk dibuat real pengiriman barangnya.
- Faktur, OP, *Real* pengiriman barang masuk ke gudang untuk mengecek Real pengiriman dan OP, jika berbeda maka akan dikembalikan ke asisten.
- *Real*, OP, dan Faktur masuk ke EDP untuk diinput stocknya ke komputer.
- Dari EDP (bagian IT) dikirimkan ke ADM (bagian accounting) untuk dicocokkan.
- Dikirimkan ke kasir untuk dilakukan pembayaran ke supplier.



Gambar 3.2 Proses Pengiriman Barang

5. Minggu ke-5:

Menentukan promo-promo berikutnya yang akan diadakan, dan strategi marketing dari Pasar Swalayan ADA.

6. Minggu ke-6:

Mengikuti rapat bersama atasan dan pembelian membahas tentang pelaksanaan harga miring yang diadakan setiap akhir minggu.

7. Minggu ke-7:

Mengamati dan melihat peningkatan *sales* terhadap produk di supermarket yang sedang dipromosikan.



Gambar 3.3 Contoh Sales Promotion

8. Minggu ke-8:

Strategi *marketing* dari *departemen store*, promosi, diskon, dan melakukan pemutihan pada barang-barang/ *stock* yang sudah tidak layak jual.

9. Minggu-9:

Membuat strategi dan cara bersaing dengan kompetitor. Membandingkan harga sendiri dengan harga kompetitor.



Gambar 3.4 Promotion Strategy

10. Minggu-10:

Stock opname pada *counter* sepatu. Membuat strategi penjualan sepatu bagaimana cara konsumen tertarik dan menghabiskan *stock* sepatu.



Gambar 3.4 dan 3.5 *Stock Opname*

11. Minggu-11:

Mengadakan *stock opname* supermarket yang diadakan sebelum toko buka pukul 07.00-09.00.



Gambar 3.6 *Stock Opname Supermarket*

12. Minggu-12: Melaksanakan meeting dengan PT Coca-cola untuk membahas *Business Review* yang akan diadakan untuk produk coca-cola kepada ADA GROUP



Gambar 3.7 Pelaksanaan *Business Review*



Gambar 3.8 Hasil Dari *Business Review Coca-Cola*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

| Jenis Pekerjaan | Koordinasi | Hasil |
|--------------------------------|--|---|
| <i>Sales Promotion</i> | Ibu Helen, Ibu Novi, Bapak Malvin, Bapak Wawan | Brosur harga miring yang siap disebar kepada semua orang. |
| <i>Meeting Business Review</i> | Ibu Helen, Ibu Novi, Ibu Deviena, Ibu Anita | Membikin promosi terhadap produk tertentu. |
| <i>Stock Opname</i> | Bapak Dian, Bapak Pram. | Pemilihan barang yang sudah tidak layak jual. |
| <i>Promotion Strategies</i> | Ibu Helen, Bapak Yanto | Membandingkan harga dengan kompetitor. |
| <i>Event</i> | Bapak Dian, Bapak Pram, Bapak Heryono, Ibu Novi, Ibu Helen | Pesta Diskon 10-25% dengan menggunakan kartu kredit Mandiri |

Tabel 1.1 *Jenis-jenis kegiatan*

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Melakukan Penguasaan / Pengenalan pada departemen store.

Departemen store terbagi menjadi beberapa bagian. Setiap bagian memiliki kodenya masing-masing departemen:

- 22 : Alat Pembersih (Insekta, Detergen)
- 23 : alat pewangi (Parfum, Shampoo, Sabun)
- 24 : Diapers (Tisue, Pampers, Kapas)
- 32 : Obat
- 34 : Accesories Mobil

Kode digunakan agar mempermudah permintaan persediaan barang dari gudang agar bisa mudah diproses dengan cepat, dan tidak memakan waktu.

3.3.2 Program Promosi Penjualan (*Sales Promotion Program*)

- Potongan Harga : *Discount* (Potongan harga) dapat memunculkan hasrat untuk melakukan pembelian impulsif yakni pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Pembelian yang tidak direncanakan atau pembelian impulsif merupakan sesuatu yang menarik bagi produsen maupun pengecer. Diskon yang terlalu sering, dapat menimbulkan kesan bahwa produk yang dijual merupakan toko diskon (obral) dan meragukan kualitas produk didalamnya. Dari hasil pemantauan selama pelaksanaan magang, terlihat program potongan harga sangat efektif , karena pengunjung yang datang lebih ramai , dan barang yang diberi potongan harga lebih laku daripada barang yang memiliki harga normal. Pemberian potongan harga juga meningkatkan pendapatan penjualan bagi Pasar Swalayan ADA.
- Harga Miring : Penentuan harga sangat penting karena dapat mempengaruhi laba rugi perusahaan dan mempengaruhi pencitraan dari produk yang dijual tersebut. Harga miring juga menjadi suatu faktor penentu yang bersifat psikologis terhadap keputusan pembeli untuk membeli produk tersebut. Harga miring tentunya akan menarik minat konsumen yang sedang mencari produk alternatif yang kualitasnya tidak terlalu beda dengan harga yang murah. Tentu saja perusahaan tetap mempunyai tujuan utama yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya dengan biaya yang sekecil-kecilnya. Dari hasil pemantauan selama pelaksanaan magang, harga miring yang diadakan setiap minggu sangat efektifitas karena pengunjung banyak yang datang untuk memborong produk harga miring. Pengunjung yang datang bisa membeli lebih dari 1 produk.
- *Price Bundling* : menawarkan beberapa produk sekaligus dengan satu harga lebih murah. Strategi ini memberikan

manfaat besar bagi pembeli dan penjual. Pembeli dapat menghemat biaya total sedangkan penjual dapat menekan biaya pemasaran. Harga yang murah menjadi daya tarik bagi para konsumen. Harga tersebut yang menciptakan daya beli konsumen pada produk pilihannya. Konsumen yang menikmati produk tersebut dapat menimbulkan rasa kepuasan tersendiri baginya. Barang yang dipadukan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena jika barang yang dibundling tidak menarik perhatian konsumen (contoh : Tissue digabungkan dengan minuman bersoda) , maka tidak akan meningkatkan penjualan. Seberapa besar kemampuan strategi product bundling dapat menciptakan pelanggannya yang puas, tergantung bagaimana perusahaan tersebut dapat memadukan dengan baik produk yang akan digabungkan.

- Pelaksanaan *Midnight Sale* : Dengan adanya program midnight sale yang dilakukan pasar Swalayan ADA membuat peningkatan penjualan maupun tingkat kunjungan semakin tinggi. Strategi midnight sale merupakan bagian dari strategi pemasaran yang mampu mempengaruhi psikologi konsumen dalam mendorong keputusan pembelian yang sangat besar dan sangat efektif untuk Pasar Swalayan ADA. Dari hasil pemantauan selama pelaksanaan magang, pelaksanaan Midnight Sale sangatlah efektif dan menguntungkan, karena pengunjung yang datang bisa lebih banyak dari biasanya. Pelaksanaan Midnight Sale diadakan pada *event* tertentu.
- Program Diskon Lebaran : Dari hasil pengamatan, menjelang lebaran pengunjung Pasar Swalayan ADA bisa meningkat drastis 50 hingga 100 persen dari biasanya. Dari hasil pemantauan selama pelaksanaan magang. Program diskon lebaran sangatlah efektif, karena menjelang lebaran konsumen banyak berbelanja pakaian, dan makanan kaleng, serta kebutuhan lainnya untuk lebaran.

3.3.3 Mengatur Tataletak (*Layout*)

Layout, dan display memiliki pengaruh terhadap dorongan dari dalam diri pembelanja dari sisi emosi pembelanja. Adanya layout sangat penting untuk menarik dan mempermudah konsumen untuk mencari barang yang mereka cari/inginkan. Penataan barang yang rapi dan teratur juga menarik konsumen walaupun hanya untuk melihat-lihat saja. Layout berorientasi produk disusun di sekeliling produk atau produk yang sama yang memiliki volume tinggi dan variasi rendah. Tujuan utama layout ini adalah mengurangi pemindahan bahan dan memudahkan pengawasan. Pengaturan layout toko memperhatikan alur dari pengunjung, dan mempermudah akses antar area penjualan gudang penyimpanan barang. Pada umumnya pengunjung yang memasuki toko akan berjalan dan memperhatikan display dari produk yang dijual.

3.3.4 Merancang Konsep Pelaksanaan Promo Lebaran.

Konsep promo lebaran sudah dipersiapkan jauh-jauh hari sebelum lebaran gunanya untuk mempersiapkan semua barang yang akan diikuti dalam promo lebaran terutama barang pokok yang dibutuhkan konsumen saat lebaran yaitu : kurma, roti kaleng, parcel, baju muslim, dan masih banyak lagi. Selain itu tidak lupa membikin brosur dan spanduk agar konsumen tau promosi yang diadakan Pasar Swalayan ADA.

3.3.5 Menyusun Budget perencanaan Kegiatan Promosi.

Setelah merancang konsep pelaksanaan promo lebaran, dibuat susunan budget untuk mengetahui berapa budget yang dibutuhkan untuk mengadakan promo lebaran tahun 2014. Penyusunan budget sangat penting karena menghindari *overbudget* dalam pelaksanaan kegiatan promosi. Dalam perencanaan laba, manajemen menyusun rencana operasional yang implikasinya dinyatakan dalam laporan

laba rugi jangka pendek dan jangka panjang, neraca kas dan modal kerja yang diproyeksikan dimasa yang akan datang. Penyusunan anggaran merupakan kekuatan manajemen dalam menyusun perencanaan, dimana manajemen melihat kedepan untuk menentukan tujuan yang dinyatakan dalam bentuk financial.

3.3.6 Melaksanakan Meeting Bersama Store Magager dan Pembelian.

Keputusan yang diambil berdasarkan informasi akan berpengaruh pada aspek kinerja dalam sebuah organisasi/instansi. Untuk itu, semua keputusan baik bersifat umum maupun strategik perlu ditetapkan melalui ajang yang kita sebut rapat. Rapat lebih merupakan kegiatan yang menjadi sarana untuk pertukaran data dan informasi, tempat mendialogkan gagasan dan konsep, dan tempat bagi pertukaran pikiran melalui diskusi yang produktif. Rapat yang diselenggarakan membicarakan tentang permasalahan persediaan barang dan penerimaan barang, serta membagi ranking dan growth dari Pasar Swalayan ADA agar bisa memacu penjualan supaya bisa menaikkan ranking penjualan.

3.3.7 Merancang Strategi Bersaing Untuk Bersaing Dengan Kompetitor.

Menarik pengunjung dengan berbagai macam promo dengan menjual beberapa produk yang ada di supermarket dengan profit minimum. Hal ini untuk menarik minat pengunjung untuk berbelanja di Pasar Swalayan ADA. Dengan mengambil profit minimum suatu produk agar pengunjung tersebut datang dan membelinya. Menggunakan salah satu produk tersebut menjadi umpan untuk menarik pengunjung untuk membeli nya serta membeli produk yang lainnya. Mengamati pesaing-pesaing dari Pasar Swalayan ADA, siapa tau mereka mulai mengubah atau membenahi mata rantai distribusi. Produk yang atraktif menimbulkan kebanggaan para penjual, dan mengawasi

kemungkinan kompetitor meningkatkan pelayanan penjualan (membangun service centre, menawarkan bantuan teknik langsung ke pembeli). Dengan meninjau kembali kebijaksanaan distribusi apabila pesaing melakukan perombakan cara pemasaran mereka, tetapi harus berhati-hati, karena yang terbaik untuk mereka belum tentu bagus untuk perusahaan Pasar Swalayan ADA. Menjalin keakraban hubungan perusahaan pemasok dengan jalur distribusi kemungkinan bisa mengangkat grafik penjualan Pasar Swalayan ADA. Rak-rak display sangatlah penting dan sekaligus berfungsi sebagai media promosi.

3.3.8 Melakukan Stock Opname

Proses Stock Opname dilakukan sebagai mekanisme kontrol terhadap arus masuk dan keluar barang, dimana dalam proses ini akan dilakukan perhitungan stok secara fisik untuk dicocokkan dengan stok yang tercatat di dalam sistem. Manfaat utama adalah kita jadi mengetahui arus barang dagangan kita yang masuk dan keluar toko. Informasi yang diperoleh dari kegiatan stock opname dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada barang yang hilang atau tidak tercatat selama proses transaksi pada periode tersebut, sehingga bisa diambil tindakan terkait dengan temuan yang terjadi. Manfaat lain dari stock opname adalah bisa mengetahui kondisi persediaan barang dagangan secara riil. Kondisi persediaan barang yang ada itu baik atau rusak, sudah lewat kadaluwarsa atau belum, barang tersebut masih up to date atau sudah ketinggalan zaman, dan sebagainya. Selain itu semua, salah satu fungsi stock opname adalah untuk mengetahui nilai nominal atau nilai rupiah dari persediaan barang yang ada. Informasi nilai rupiah yang diperoleh dari aktivitas stock opname dibutuhkan untuk menghitung berapa Harga Pokok Penjualan (HPP) selama periode tersebut. Pengadaan stock opname diadakan setiap 6 bulan sekali, dan dilakukan pencatatan stock masuk dan stock keluar sampai dengan periode opname.

3.4 Pelaksanaan Promosi yang Dilakukan Perusahaan

| BULAN | PROMOSI |
|--------------------------|--|
| 3 Juli – 7 Juli 2014 | PROGRAM PESTA DISKON s/d 25% EVENT BACK TO SCHOOL |
| 15 Juli – 21 Juli 2014 | PROGRAM PESTA DISKON 25% Depstore EVENT LEBARAN |
| 19 Juli | Midnight Sale event lebaran pukul 22.00-24.00 |
| 18 Juli – 3 Agustus 2014 | Program Joint ADA – BRI Kartu Kredit “Belanja Berhadiah Minyak Goreng & Sirup” |
| 27Sept-28Sept 2014 | Program Joint ADA – MANDIRI KARTU KREDIT & DEBIT “Penukaran Poin Mandiri Kartu Kredit & Debit” |

Tabel 1.2 *Tabel jadwal promosi*

3.5 Kendala yang Ditemukan

Selama proses praktek kerja magang yang berlangsung di Pasar Swalayan ADA, penulis menemukan beberapa kendala yang sebelumnya belum pernah penulis hadapi, sehingga kendala yang ada selama praktek kerja magang merupakan pengalaman berharga yang dapat menjadi pengetahuan tambahan bagi penulis dikemudian hari, adapun kendala yang ditemukan penulis seperti:

1. Keamanan

Kurangnya keamanan dan pengawasan sehingga masih banyak ditemukan barang yang hilang. Hampir setiap hari terjadi kehilangan barang di supermarket atau departemen. Kalau hal ini dibiarkan terus menerus, sangat merugikan Pasar Swalayan ADA, karena jumlah pengeluaran lebih besar daripada pemasukan.

2. Kebersihan

Kurangnya kebersihan lantai. Kebersihan sangatlah penting, karena Kebersihan adalah salah satu faktor penting dalam membangun citra konsumen terhadap toko. Kebersihan dan kerapian toko menunjukkan cara kerja dan manajemen yang baik.

3. Promosi Penjualan

Kurangnya promosi untuk barang sisa lebaran. Barang sisa dari promo lebaran sebaiknya lebih dikuatkan promosinya, agar bisa balik modal dan modal tidak tertahan terlalu lama.

4. Penataan Tempat

Penataan *layout* sangat penting untuk memudahkan konsumen mencari barang yang mereka cari atau inginkan. Jika penataan layout kurang tepat, maka bisa mengakibatkan perununan penjualan pada beberapa produk.

3.6 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dengan berkonsultasi kepada *supervisor* dan mendengarkan masukan-masukan dari rekan-rekan kerja magang, penulis akhirnya dapat menghadapi kesulitan yang dihadapi. Berikut ini adalah solusi dari kendala yang dihadapi oleh penulis :

1. Keamanan

Penulis memberi saran untuk memperketat keamanan dengan cara menambah CCTV di beberapa sudut agar lebih terlihat kegiatan konsumen pada saat berbelanja, dan beberapa satpam agar lebih sering berpatroli agar mencegah kriminalitas. Penulis juga memberi saran agar memperbanyak SPG yang bertugas agar bisa mengawasi konsumen yang sedang berbelanja. Penambahan SPG juga berguna untuk membantu konsumen yang ingin mencari produk.

2. Kebersihan

Untuk menanggulangi permasalahan yang timbul seputar kebersihan, penulis memberi saran agar kebersihan supermarket lebih dijaga agar konsumen lebih nyaman dalam berbelanja

3. Promosi Penjualan

Sebaiknya lebih dikuatkan promosinya lagi. Barang sisa lebaran lebih banyak promonya. Misal : Beli 2 Gratis 1 produk. Penempatan produk yang baik adalah penempatan produk pada toko yang dapat menambahkan angka penjualan. Bisa saja memindahkan produk yang akan dipromokan dan diletakkan diantara 2 jenis produk lain yang merupakan komplementer. Bisa menempatkan produk pada ujung gang toko sehingga mudah untuk ditemukan.

4. Penataan Tempat

Penempatan rak (gondola) menjadi bagian penting dalam membuat ruang toko yang nyaman. Secara umum, peletakan rak dengan posisi yang berjejer adalah yang terbaik. Selain terlihat rapi, para pembeli juga mudah berlalu lintas, serta anda sebagai pemilik toko akan mudah mengawasi tingkah laku para konsumen yang berbelanja, sehingga meminimalisir kriminalitas. Pengaturan cahaya lampu dalam ruangan yang tepat juga sangat penting, karena akan membuat pelanggan merasa nyaman. Dalam mencari barang, mereka merasa tidak akan terlalu silau atau pun terlalu remang.