



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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:

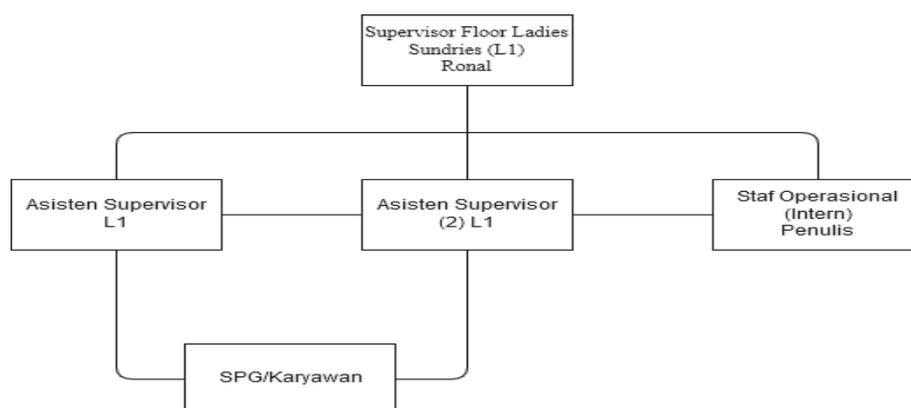
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam proses pelaksanaan kerja magang yang di tempuh oleh penulis selama 63 hari kerja, penulis di tempatkan sebagai *staf operational* di PT Star Maju Sentosa (STAR *Department Store*) Summarecon Mall Serpong. STAR *Dept. Store* sendiri secara khusus tidak mempunyai divisi operasional, oleh karena itu penulis di tempatkan di bagian department ladies sundries. Akan tetapi dalam proses pelaksanaan kerja magang, pekerjaan yang dilakukan penulis lebih bersifat flexible tidak hanya terpaku pada pekerjaan tetap. Penulis dalam pelaksanaan kerja magang diawasi oleh Bapak Endang selaku *store manager* dan pembimbing lapangan, Bapak Ronal selaku *Supervisor Floor Ladies Sundries (L1)*, serta Kak Nitha dan Pak Bhari sebagai asisten *supervisor* sehari – hari. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah.



Sumber : Diolah Oleh Penulis dari Data Perusahaan

Gambar 3.1 Struktur Organisasi *Ladies Sundries*

3.2 Tugas yang Dilakukan

Praktek kerja magang yang penulis laksanakan sejak tanggal 10 Juni 2019 sampai dengan 16 September 2019, penulis diberikan kesempatan untuk merasakan semua divisi yang ada, yang bersangkutan dengan ruang lingkup perminatan yang penulis ambil. Penulis dalam pelaksanaan kerja magang mengalami perpindahan divisi setiap 2 minggu nya. Berikut merupakan tabel rincian mengenai tugas yang telah dilaksanakan oleh penulis :

Table 3.2 Jenis Pekerjaan Praktek Kerja Magang

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
A.	Sales & Floor Assistant	
1	Membantu dalam penjualan di floor	Bapak Udi Utomo, Bapak Fachri
2	Melakukan <i>Stock Opname</i>	Bapak Udi Utomo, Bapak Fachri, Ibu Majidan
3	Melakukan analisis gudang	Bapak Udi Utomo, Bapak Fachri, Ibu Fuji
4	Merencanakan lokasi untuk <i>double expose</i>	Bapak Udi Utomo, Bapak Fachri, Ibu Fuji, Ibu Sasmitya
B.	Merchandise Inspection	
1	Menangani dokumen pengiriman dan penerimaan barang	Bapak Ulung, Ibu Annisa
2	Menangani pembuatan <i>barcode</i>	Bapak Ulung, Ibu Annisa

Table 3.3 Jenis Pekerjaan Praktek Kerja Magang (Lanjutan)

3	Melakukan pengecekan GR (<i>Good Receipt</i>) dan Pengoperasian Business SAP	Bapak Ulung, Ibu Annisa, Ibu Shifa
C.	Operational Assistant	
1	Melakukan <i>stock opname</i> global	Bapak Ardi
2	Mempersiapkan bazar di Ouval SMS	Bapak Ronal, Bapak David, Bapak Febri
3	Melakukan analisis stok inventori bazar	Bapak Udi, Bapak Ronal
4	Melakukan analisis layout bazar & store	Bapak Ronal, Bapak Bhari
5	Melakukan analisa <i>roster</i> jadwal karyawan	Bapak Ronal, Ibu Nitha, Bapak Bhari
6	Menganalisa top 30 brand dan produk domain	Bapak Udi Utomo

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Sejak awal mula terjun dalam industry ritel, STAR *Department Store* tetap konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya, serta memberikan konsumennya pengalaman berbelanja yang berkualitas dan memuaskan. Dalam menunjang kelangsungan bisnisnya terdapat beberapa hal penting yang harus di perhatikan, antara lain yaitu *inventory*, *layout*, *gudang*, *label* harga, *stock opname* dan masih banyak lagi hal penting lainnya yang wajib diperhatikan demi mencapai maupun mempertahankan kesuksesan sebuah *department store* apalagi pada masa – masa sekarang ini.

A. Sales and Floor Assistant

Saat awal masuk praktek kerja magang di *STAR Dept. Store*, penulis diberikan pengarahan oleh salah satu HRD yang bernama Bapak Ernesto menjadi mentor dalam pengenalan lingkungan kerja. Penulis dijelaskan proses bisnis yang berlangsung di perusahaan, serta di ajak berkeliling untuk melihat prosesnya secara langsung. Penulis juga menghadiri rapat yang di adakan untuk menyambut dan memperkenalkan para teman – teman lain yang turut melakukan praktek kerja magang kepada para staf yang bekerja di *STAR Dept. Store*. Dalam rapat tersebut, penulis di arahkan untuk menjadi *floor assistant* selama 2 minggu, dengan tujuan untuk mengetahui alur bisnis dari berhadapan langsung dengan konsumen hingga proses barang terjual. Dapat dilihat pada gambar 3.2 dan 3.3



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.2 *Introduction* kepada seluruh *Staff STAR Department Store*



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.3 Introduction Kepada Seluruh Staff STAR Dept. Store (2)

A.1 Membantu Dalam Penjualan di Floor

Selama proses pelaksanaan praktek kerja magang, dalam 2 minggu pertama penulis di tempatkan pada bagian *sales & floor assistant*, dimana di sini penulis bertugas sebagai tenaga pembantu *sales promotion boy* (SPB) di bagian mens floor dengan berkoordinasi dan didampingi oleh Bapak Udi Utomo selaku *supervisor* mens dan Bapak Fachri selaku asisten *supervisor*. Penulis lebih di arahkan untuk memberikan *service* kepada *customer* yang datang, dengan maksud dari perusahaan penulis memahami betul proses yang terjadi di lapangan. Penulis juga ditugaskan untuk mengecek DJP tiap *brand* di *mens floor* apakah DJP (*daftar joint product*) yang di pasang di POP (*point of purchase*) konter, sudah sesuai dengan acara yang

berlangsung. DJP itu sendiri merupakan acara promo bulanan yang di terbitkan oleh perusahaan ataupun *supplier* yang berganti – ganti tiap bulan nya sesuai dengan tema yang berlangsung. Terlampir pada gambar 3.4 di bawah ini



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.4 Ditugaskan sebagai *Sales Personal Boy* dan *Floor Assistant*

A.2 Melakukan Stock Opname

Dalam menjalankan tugas sebagai SPB, penulis juga melakukan CC (*cycle count*) salah satu *brand direct* yang dimiliki STAR *dept. store*. Dalam melakukan CC penulis melakukan kecocokan terkait data artikel yang ada di *form* dengan artikel pada *barcode* produk yang di miliki SPG konter tersebut, dapat dilihat pada gambar 3.5. CC dilakukan 2 kali sehari, sehingga pada saat penutupan *store* dapat terlihat berapa banyak produk yang berkurang/ yang terjual pada hari tersebut.

THE EXE MW SAP 01-06 Agustus'19					
Plu	Article	Description	Sell. Price	Stock	STOCK FISIK
910004979001	30002484001	1-SSBBX118E218 WINE 15	379900	1	
910004979003	30002484002	1-SSBBX118E218 WINE 16	379900	2	
910004979002	30002484003	1-SSBBX118E218 WINE 15.5	379900	4	
910004963040	30002503002	1-LSLBF318E238 CHARCOAL 31	349900	4	
910004962002	30002505002	1-LSLBF318E248 WHITE M	349900	3	
910004962001	30002505003	1-LSLBF318E248 WHITE S	349900	1	
910004964004	30002507004	1-LSLBF318E243 WHITE XL	379900	1	
910004965002	30002508002	1-LSLBF318E243 BLUE M	379900	5	
910004965004	30002508004	1-LSLBF318E243 BLUE XL	379900	2	
910004997004	30002510004	1-LSLBF318E245 BLUE XL	379900	3	
910004965004	30002511004	1-LSLBF318E248 WHITE XL	369900	1	
910005000002	30002513002	1-LSLBF318E248 BLACK M	369900	1	
910003467004	30003028003	1-LPNBSC518C010, BLACK S1	369900	1	
910003467006	30003028005	1-LPNBSC518C010, BLACK 31	369900	3	
910003778004	30003029003	1-LPNBSC518C015, GREY 31	369900	3	
910003778005	30003029004	1-LPNBSC518C015, GREY 32	369900	2	
910003778006	30003029005	1-LPNBSC518C015, GREY 33	369900	3	
910003778007	30003029006	1-LPNBSC518C015, GREY 34	369900	1	
910003796013	30003030003	1-LPNBSC518C008, DARK GREY S1	369900	2	
910003796014	30003030004	1-LPNBSC518C008, DARK GREY 32	369900	3	
910003796017	30003030005	1-LPNBSC518C008, DARK GREY 33	369900	3	
910003796018	30003030009	1-LPNBSC518C008, DARK GREY 34	369900	2	
910003875006	30003031005	1-LPNBSC518C015, BLACK 33	369900	1	
910005192003	30003035002	1-LPCTC2181111, GREY 30	349900	1	
910005192004	30003035003	1-LPCTC2181111, GREY 31	349900	1	
910005192005	30003035004	1-LPCTC2181111, GREY 32	349900	1	
910005198002	30003036001	1-LPCTC2181161, NAVY 28	369900	2	
910005198003	30003036002	1-LPCTC2181161, NAVY 29	369900	1	
910005198004	30003036003	1-LPCTC2181161, NAVY 31	369900	3	
910005198005	30003036004	1-LPCTC2181161, NAVY 32	369900	2	
910005198006	30003036005	1-LPCTC2181161, NAVY 33	369900	2	
910005198007	30003036006	1-LPCTC2181161, NAVY 34	369900	1	
910005424003	30003053003	1-LSBRC02181106, WHITE 16	349900	1	
910005424004	30003053004	1-LSBRC02181106, WHITE 16.5	349900	2	
910005066003	30003067003	1-LSBRC02181126, WHITE 16	349900	5	
910005102001	30003061001	1-LSBCTC2181151, NAVY 15	349900	1	

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.5 Form Cycle Count dan Barcode per Produk

A.3 Melakukan Analisis Gudang

Gudang yang dimiliki STAR *dept. store* cenderung berantakan dikarenakan frekuensi tingginya alur keluar masuknya barang yang terjadi. Oleh karena itu

penulis melakukan analisa barang yang ada di gudang serta mengelompokkannya kedalam produk yang *fast moving* dan *slow moving* agar produk tidak saling bertumpukan dan gudang dapat terlihat lebih rapih. Untuk produk yang *fast moving* dapat diletakan dekat dengan pintu akses gudang tersebut dan di letakan pada rak yang mudah untuk di jangkau. Sedangkan untuk produk *slow moving* dapat diletakan di bagian paling atas rak, ataupun di bagian paling belakang gudang sehingga tidak mengganggu mobilitas yang terjadi di gudang. Dapat dilihat hasil dari perapihan yang dilakukan pada gambar 3.6 dan 3.7.



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.6 Kondisi Gudang Sebelum Dirapihkan



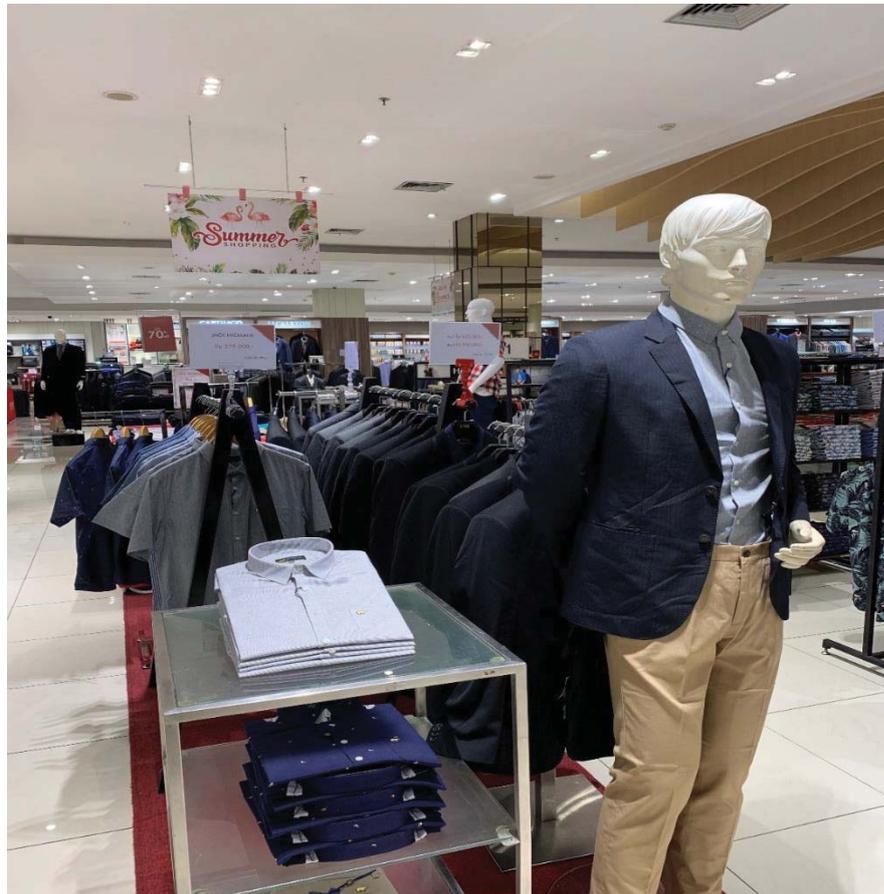
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.7 Kondisi Gudang Setelah Dirapihkan

A.4 Merencanakan Lokasi Untuk *Double Expose*

Untuk meningkatkan penjualan pada *floor* mens, penulis ditugaskan untuk memilih lokasi yang berkemungkinan besar dapat menarik konsumen ke area tersebut dan tempat dengan harapan terjadinya transaksi di area tersebut. Penulis memilih lokasi *double expose* dekat pada pintu masuk utama pada karena berdasarkan apa yang telah penulis amati di *floor*, lokasi tersebut sering sekali di

lewati oleh konsumen. Hasil dari *double expose* tersebut terlampir pada gambar 3.8 dibawah



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.8 Lokasi *Double Expose* yang Telah Dikerjakan

B. *Merchandise Inspection*

B.1 Menangani Dokumen Pengiriman dan Penerimaan Barang

Setelah 2 minggu berlalu, penulis di *rolling* ke *department merchandise inspection*, *department* tersebut merupakan bagian yang mengurus baik itu pengiriman barang, penerimaan barang, ataupun penerimaan dokumen – dokumen tertentu. Pada divisi ini penulis diberikan kepercayaan dan wewenang untuk menandatangani dan memberikan stempel pada dokumen yang bersangkutan, baik

produk seperti pada gambar 3.10, sedangkan KPT merupakan *barcode* yang berbentuk *tagi* kertas yang dikaitkan pada produk seperti pada gambar 3.11. KPL sendiri digunakan untuk karakteristik produk berupa kosmetik, aksesoris, dan bedding. Sedangkan KPT digunakan untuk karakteristik produk seperti baju dan celana.

Proses pembuatan *barcode* sendiri berdasarkan form yang telah di isi oleh karyawan seperti gambar 3.12, form tersebut harus mengisi EAN (nomor yang tertera pada produk itu sendiri atau nomor *barcode* produk) atau artikel produk yang ingin di cetak *barcode* nya serta menuliskan jumlahnya dan kemudian di input pada sistem komputer dengan aplikasi khusus yang telah di siapkan (gambar 3.13 & 14). Setelah data di isi, printer khusus barcode tersebut akan mencetak dengan otomatis sesuai dengan data yang telah di *input* (gambar 3.15).



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.10 Contoh Barcode KPL



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.11 Contoh Barcode KPT

PT. STAR MAJU SENTOSA

PERMINTAAN LABEL HARGA

SBU	Mens	TANGGAL	21 Juni 2019
DEPT.	Sar Sarpan	TIPE LABEL	KPT / MPL / HARGA
BRAND	Manhattan		

NO	EAN	HARGA	JUMLAH	KETERANGAN
1	3 0 0 0 0 4 2 6 0 0 0 5	668.000	28	
2		608.000	13	
3		638.000	13	
4		508.000	14	
5		518.000	13	
6				
7				
8				
9				
10				

PEMESAN	SPV / MGR	PELAKSANA	PENERIMA
 NAMA: Aisyah	 NAMA: Umi	NAMA:	NAMA:

*Setiap barang datang dilampirkan surat jalan

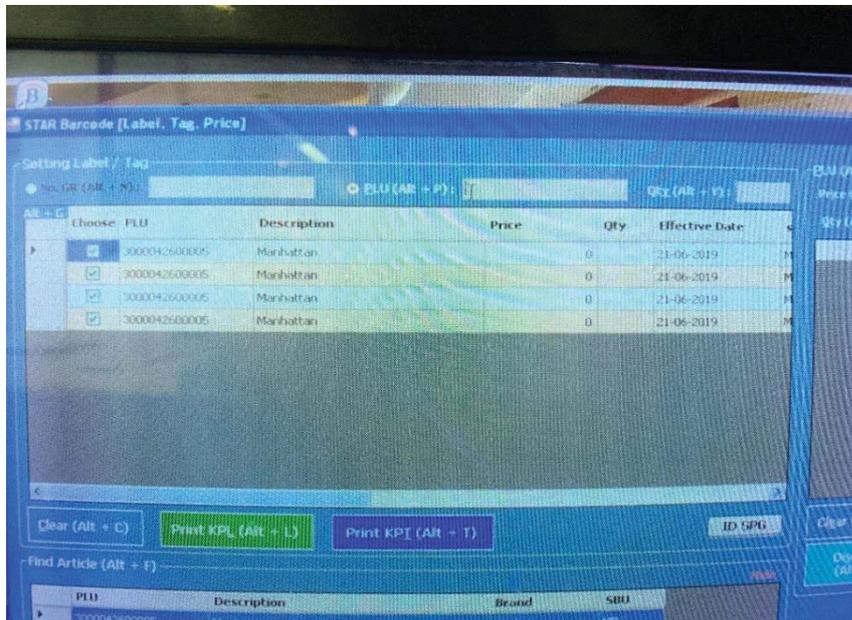
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.12 Contoh Form Permintaan Barcode



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.13 Komputer yang Digunakan Dalam Proses Pembuatan Barcode

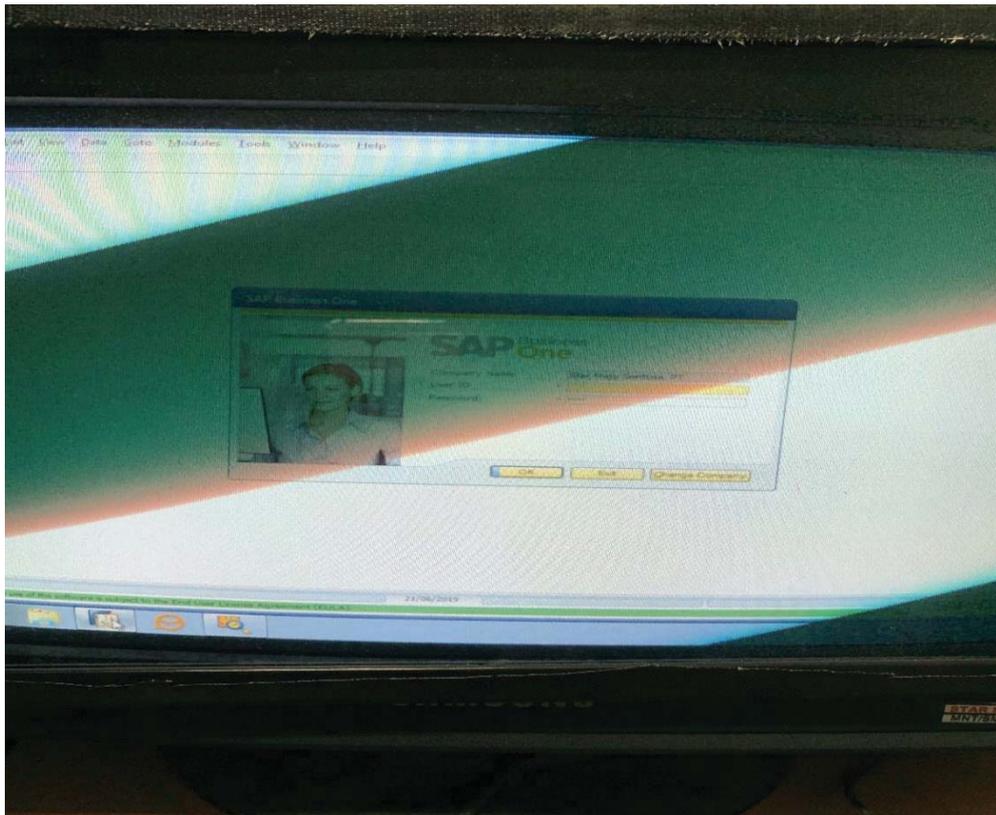


Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.14 Tampilan Aplikasi yang Digunakan Untuk Membuat Barcode

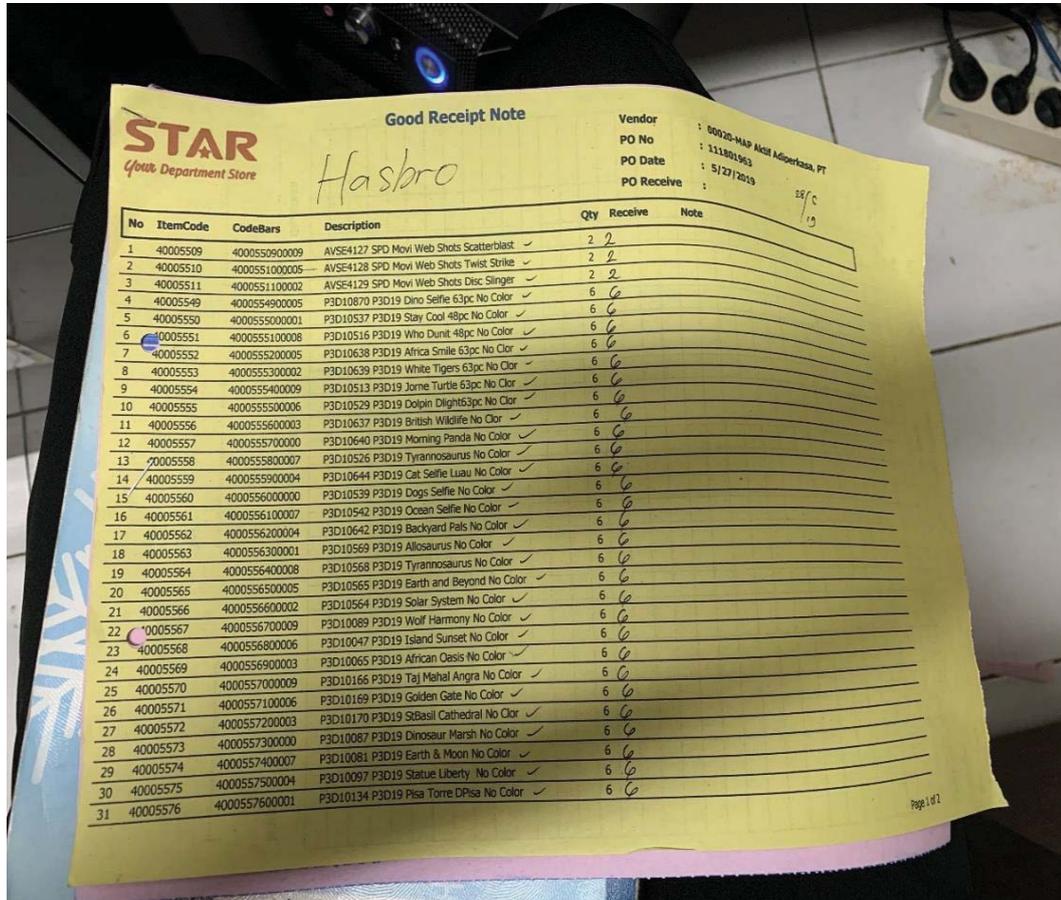
B.3 Melakukan Pengecekan GR (*Good Receipt*) dan Pengoperasian SAP

STAR *dept. store* dalam mengontrol inventori yang di miliki serta stok tiap *brand* baik yang konsinyasi ataupun *brand direct* STAR itu sendiri menggunakan SAP *Business One* agar proses pengecekan data lebih akurat dan lebih mudah di kontrol. Pemeriksaan barang *direct* yang datang ditangani berbeda dengan barang konsinyasi pada umumnya karena harus melakukan penyeselarasan GR (*good receipt*) terlebih dahulu sebab data nya langsung terhubung dengan *head office*. Oleh karena itu jika data yang datang tidak sesuai, dengan yang ada di SAP tidak boleh di konfirmasi karena perusahaan lah yang akan menanggung *loss* tersebut. Pada contoh gambar 3.15 terlampir *interface* SAP yang digunakan oleh STAR, dan pada gambar 3.16 terlampir form yang digunakan untuk melakukan GR.



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.15 Interface SAP Business One



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.16 Good Receipt Note Brand Direct STAR

C. Operational Assistant

C.1 Melakukan Stock Opname Global

Setelah tidak lagi berada di *department merchandise inspection* penulis ditempatkan sebagai staff operasional di bawah bimbingan Bapak Ronal. Pekerjaan yang di berikan pun cenderung lebih *flexible* dan tidak terpaku pada satu *department* saja sehingga penulis dapat *mobile* antar divi. Penulis disini membantu melakukan SO global terhadap aset yang di miliki STAR *dept. store* yang berupa rak gudang, meja, kursi, lemari, unit computer, dan masih banyak lagi. Penulis di damping oleh

Mas Ardi selaku *general affair* (GA) dan SO yang dilakukan memakan waktu hingga 4 hari dikarenakan banyaknya aset yang dimiliki STAR *dept. store*.

C.2 Mempersiapkan Bazar di Oval SMS

STAR *dept. store* sendiri memiliki *timeline* rangkaian acara selama setahun ini, diantaranya ialah adanya bazar tahunan yang di lakukan baik di ouval SMS maupun di forum. Untuk *timeline* nya sendiri dapat dilihat pada gambar 3.17 dan dalam rangka mengadakan bazar, penulis turut serta membantu dalam mempersiapkan bazar dan turut serta menganalisis *layout* yang telah di tetapkan, persiapan bazar dilakukan dari tutup took sekitar pukul 22.30 dan berakhir sekitar pukul 01.30 pagi. Sedangkan untuk mempersiapkan paginya mulai dari pukul 07.00 sampai pukul 09.00 (terlampir pada gambar 3.18 & 3.19).

June 2019

Periode yang tidak dapat digunakan karena ada pemasangan celengan bangsa Tionghoa
 STAR new request STAR cancel & request to re-schedule to go
 Proposal Event Fair (Maret)

No	Periode	A-18	Event	Event	OS-OS	Event	Event
1	7 - 12 Jan 19		STAR				
2	14 - 20 Jan 19						
3	21 - 27 Jan 19		STAR				
4	28 Jan - 3 Feb 19						CHARIS NEW YEAR BY SMS
5	4 - 10 Feb 19		STAR			STAR	
6	11 - 17 Feb 19						
7	18 - 24 Feb 19						
8	25 Feb - 3 Mar 19		EDUFAR				
9	4 - 10 Mar 19						
10	11 - 17 Mar 19						
11	18 - 24 Mar 19						
12	25 - 31 Mar 19		STAR			STAR	
13	1 - 7 April 19						PIC - MEDICINE FAIR
14	8 - 14 April 19	STAR					FURNITURE
15	15 - 21 April 19						
16	22 - 28 April 19						STAR
17	29 April - 5 Mei 19						
18	6 - 12 Mei 19		LUNTUT				
19	13 - 19 Mei 19						
20	20 - 26 Mei 19						
21	27 Mei - 2 Jun 19						
22	3 - 9 Jun 19		STAR			STAR	
23	10 - 16 Jun 19						
24	17 - 23 Jun 19						
25	24 - 30 Jun 19						
26	1 - 7 Juli 19		STAR			STAR	
27	8 - 14 Juli 19						
28	15 - 21 Juli 19						
29	22 - 28 Juli 19						
30	29 Juli - 4 Aug 19						
31	5 - 11 Aug 19		STAR			STAR	
32	12 - 18 Aug 19						
33	19 - 25 Aug 19		LUNTUT				
34	26 Aug - 1 Sept 19						
35	2 - 8 Sept 19						
36	9 - 15 Sept 19						
37	16 - 22 Sept 19						
38	23 - 29 Sept 19	STAR				STAR	
39	30 Sept - 6 Okt 19		EDUFAR				
40	7 - 13 Okt 19		STAR			STAR	
41	14 - 20 Okt 19						
42	21 - 27 Okt 19						
43	28 Okt - 3 Nov 19						
44	4 - 10 Nov 19		STAR			STAR	
45	11 - 17 Nov 19						
46	18 - 24 Nov 19						
47	25 Nov - 1 Des 19						
48	2 - 8 Des 19						
49	9 - 15 Des 19						
50	16 - 22 Des 19						
51	23 - 29 Des 19		STAR			STAR	
52	30 Des 19 - 5 Jan 20						

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.17 Timeline STAR Dept. Store



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.18 Pemasangan Karpet Untuk Bazar (Kondisi Malam Hari)



Sumber : Dokumentasi Pribadi

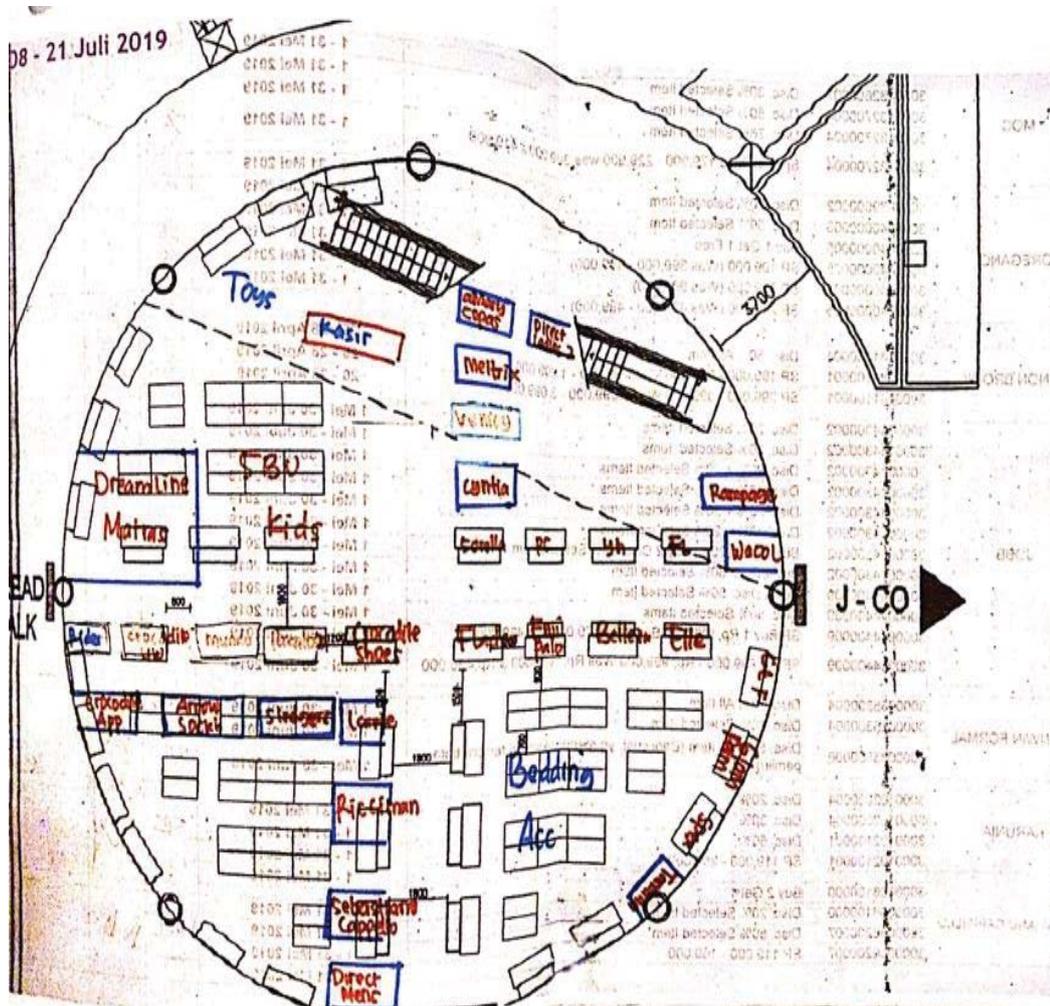
Gambar 3.19 Perencanaan Layout Bazar dan Peletakkannya (Kondisi Pagi Hari)

C.3 Melakukan Analisis *Stock Inventory* Bazar

Pada gambar 3.19 diatas, penulis turut serta dalam perencanaan tata letak wagon di bazar, dan juga melakukan analisis inventori yang harus di siapkan di bazar agar mencukupi. Hal tersebut dilakukan guna menghindari terjadinya kekosongan stok disaat konsumen menginginkan suatu produk. Sehingga konsumen tidak perlu meunggu SPG/B mengambil stok barang yang di inginkan ke gudang di store. Atas analisis yang telah penulis lakukan serta di arahkan oleh Bapak Udi Utomo, penulis menerapkan ratio inventory 1:6 untuk produk yang *fast moving* atau yang dominan laku. Sehingga produk dominan tersebut harus memiliki stok sebanyak 6 kali lipat dari rata – rata penjualan hariannya, contoh jika rata – rata produk harian yang di jual 1pcs, maka stok harus ada 6pcs.

C.4 Melakukan Analisis *Layout* Bazar dan *Store*

Tidak hanya menganalisa inventory yang di butuhkan di bazar, penulis juga menganalisa *layout* yang telah di tetapkan seperti gambar 3.20. Penulis juga melakukan analisis *layout* terhadap kondisi took, yang khususnya berada di *floor ladies sundries*. Terdapat beberapa kendala yang penulis temukan di sana, sepertihalnya penempatan konter *brand direct* yang belum efisien, dikarenakan ditempatkan berjauhan sehingga untuk melakukan proses *back – up* semakin sulit.



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.20 Layout Bazar STAR Dept. Store

C.5 Melakukan Analisa Roster Jadwal Karyawan

Penulis juga berkesempatan di berikan tanggung jawab untuk meng – *input* data administrasi perusahaan, seperti misalnya dalam pembuatan DJP untuk dipasang di POP, rekapitulasi data penjualan di *floor*, dan menginput roster jadwal karyawan ke dalam sistem. Berikut merupakan contoh form roster karyawan yang harus di isi, dan kemudian di input di dalam sistem. (gambar 3.21)

(SCHEDULE BULAN AGUSTUS 2019)

Nama Lengkap & Brand	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Milda Revlon	P	P	P	P	S	S	S	O	S	S	P	P	P	O	P	P	S	S	S	O	S	S	O	S	S	O	P	P	P	P	
Devi	S	S	S	S	P	P	P	P	O	P	P	S	S	S	O	S	S	P	P	P	O	P	P	S	S	S	S	O	S		
Eini ULTIMA	M	M	M	M	O	M	M	O	M	M	O	M	M	M	M	M	O	M	M	M	M	M	M	M	O	M	M	M	M		
Inah Matar	P	P	P	P	S	L	O	S	S	S	P	L	O	P	P	P	S	L	O	S	S	S	S	P	L	O	P	P	P		
Diana	S	S	S	S	P	O	M	P	P	P	S	O	M	S	S	S	P	O	M	P	P	P	S	O	M	S	S	S			
Iis wordah	P	P	P																												
Ustawan																															
Kemariok J MYB	O	P	P	P	S	L	O	S	S	S	P	L	O	P	P	P	S	L	O	S	S	S	P	L	O	P	P	P			
Indah.k	L	S	S	S	P	O	P	L	P	P	P	O	S	L	S	S	S	O	S	P	L	P	P	P	O	S	L	S			
Linda J GAP	S	P	P	P	S	O	L	O	S	S	S	O	P	O	L	P	P	S	S	O	L	S	S	P	P	O	L	P			
Hani	O	S	S	S	P	L	O	S	P	P	P	L	S	O	S	S	P	L	O	P	P	S	L	O	S	L	O	S			

Di isi harus dengan nama lengkap sesuai ID Barcode untuk SPB di khususnya hari Minggu Schedule siang & di kumpulkan sebelum tgl 21 JULI 2019

Page 1

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.21 Roster Jadwal Karyawan

C.6 Menganalisa Top 30 Brand dan Produk Dominan

Setiap bulannya, para *supervisor* akan melakukan penganalisaan terhadap *brand – brand* mana saja yang memberikan kontribusi terbesar, dan yang memasuki top 30 *brand*. Analisa ini di buat untuk menandakan penjualan per *brand* yang berkontribusi tinggi, dan untuk melihat potensi yang ada pada *brand – brand* lain yang berkemungkinan dapat masuk kedalam deretan top 30. Untuk data analisi tersebut akan di lampirkan pada gambar 3.22 di bawah ini, data ini bersifat

konfidensial dan akan ada beberapa data yang penulis sensor, sehingga data perusahaan tetap terjaga privasinya dan tidak disalah gunakan oleh pihak tertentu.

DATA ANALISA TOP BRAND

SBU	Kategori	01-30 JULI 2019		Ave	Pencapaian
		Target	Actual		
MD	Top 30 brand	1.892.000.000	854.184.339	78%	90.3%
	Other brand	655.000.000	631.171.198	96%	90.3%
	Direct brand	170.000.000	99.156.546	58%	90.3%
	Fokus brand	250.000.000	216.859.833	87%	90.3%
Total		2.167.000.000	1.801.291.956	83%	90.3%

SUMMARY

SBU	DEPT	01-30 JULI 2019		Actual	%
		Target	Kontribusi		
MD	ACC	477.000.000	44%	341.940.127	31%
	CA	199.000.000	18%	176.779.866	16%
	FO	248.000.000	23%	195.076.355	18%
	FW	168.000.000	15%	141.207.991	13%
UW		0%	0	0%	
Total		1.092.000.000	100%	854.184.339	78%

DATA ANALISA TOP BRAND

No	Dept	List Top 30 Brand	Target	Sales 2019					Total	JULI 2018 (1-28)	Growth	Ave	Pencapaian	Normal		
				01-07	08-14	15-21	22-28	29-31						Qty	Amount	Qty
				1	AC	Lojel	135.000.000	28.768.273						28.926.727	31.480.000	6.537.273
2	AC	American Tourister	75.000.000	19.690.909	22.410.364	22.578.909	9.608.364	74.283.545	54.709.465	36%	99.1%	90.3%	38	70.011.200	127	
3	AC	Jack Nicklaus	95.000.000	11.023.636	10.088.455	14.713.636	18.600.273	54.426.000	85.900.536	-37%	57.3%	90.3%	62	57.735.000	108	
4	AC	Elle	50.000.000	2.793.091	0	3.425.455	20.356.364	26.574.909	38.201.000	-30%	53.1%	90.3%	97	248.065.000	119	
5	AC	Giordano	30.000.000	14.970.036	2.845.636	7.510.909	5.506.636	30.833.218	12.998.182	137%	102.8%	90.3%	76	75.240.000	128	
6	AC	Polo Classic	27.000.000	11.268.636	6.099.091	7.311.182	2.296.545	26.975.455	19.673.000	37%	99.9%	90.3%	21	660.000.000	193	
7	AC	Polo Milano	65.000.000	12.336.727	14.610.727	5.942.727	7.344.545	40.234.727	47.864.273	-16%	61.9%	90.3%	14	28.006.000	244	
8	CA	Crocodile	45.000.000	7.422.618	21.866.709	15.471.382	6.429.073	51.189.782	21.384.291	140%	113.8%	90.3%	1.277	1.924.104.000	1.150	
9	CA	Lois	37.000.000	5.670.373	6.684.727	3.709.364	9.764.545	25.828.909	32.430.364	-28%	69.8%	90.3%	1.123	484.471.000	195	
10	CA	Jack Nicklaus	24.000.000	4.661.800	7.315.064	7.707.291	7.821.782	27.506.836	18.728.218	47%	114.6%	90.3%	1.300	1.959.800.000	316	
11	CA	Arnold Palmer	30.000.000	14.063.970	5.016.236	5.826.563	5.425.561	30.332.330	12.305.245	146%	101.1%	90.3%	688	198.099.900	381	
12	CA	Camel Active	28.000.000	3.612.873	3.669.909	6.383.636	3.108.091	16.744.509	20.989.473	-20%	59.5%	90.3%	408	244.392.000	866	
13	CA	Sharks	15.000.000	1.637.491	1.112.182	1.990.827	1.256.564	5.997.064	10.367.364	-42%	40.0%	90.3%	1.524	274.167.600	0	
14	CA	Scotch n Soda	20.000.000	6.393.727	3.577.418	5.129.127	4.080.164	19.180.436	16.474.464	16%	95.9%	90.3%	0	0	1.190	
15	FO	JOBB	33.000.000	4.516.600	5.289.927	8.564.055	9.224.455	27.595.036	27.417.982	1%	83.6%	90.3%	1.143	501.777.000	513	
16	FO	Valino	23.000.000	3.475.945	6.828.809	6.298.064	5.816.255	22.419.073	19.014.398	18%	97.5%	90.3%	1.090	326.891.000	540	
17	FO	Pierre Cardin	20.000.000	4.142.909	3.045.636	3.117.091	9.411.091	19.716.727	13.984.764	-41%	98.6%	90.3%	918	608.400.000	176	
18	FO	Amon Brook	39.000.000	7.661.182	4.528.091	1.956.273	4.443.364	18.593.909	33.994.655	-45%	47.7%	90.3%	1.327	794.873.000	420	

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.22 Data Analisis Top 30 Brand Mens Floor

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Ketika melaksanakan program kerja magang baik di bagian *floor assistant*, *merchandise inspection*, maupun *operational assistant*, penulis merasa bahwa ada beberapa kendala yang cukup mengganggu dalam proses pekerjaan. Kendala tersebut yang dialami oleh penulis dapat di lihat pada poin – poin di bawah ini :

1. Sistem *stock opname* yang dilakukan masih tergolong sangat manual, dan tidak sistematis sehingga memakan waktu yang sangat lama untuk melakukan *stock opname*. Seperti halnya iyalah SO yang dilakukan masih menggunakan lembaran formulir kertas, dan masih harus mencocokkan artikel yang terdapat pada formulir dengan artikel yang terdapat pada produk. Hal ini menjadi tidak efektif karena kategori produk pada formulir tersebut tidak terurutkan / acak, dan itu sudah dari sistemnya seperti itu.
2. Masih banyaknya gudang yang sangat berantakan, sehingga menghambat dalam proses pencarian barang maupun akses keluar – masuk gudang itu sendiri. Dan barang yang terdapat dalam gudang itu sendiri masih di simpan secara acak
3. Tempat penerimaan barang datang tergolong sempit, dan menghambat akses jalan yang ada. Dan dikarenakan tempat penerimaannya yang sempit, membuat penerimaan barang datang tidak bisa di terima dalam jumlah yang banyak, karena tidak ada tempa penyimpanan sementara.
4. Dalam menjalankan SAP perusahaan, sistem SAP sendiri masih tergolong tidak fleksibel, dikarenakan untuk dapat mengakses SAP itu sendiri harus bergantian. Seperti contoh ketika STAR Dept. Store Summarecon Mall Bekasi sedang menggunakan sistem SAP untuk melakukan kegiatannya, STAR Dept Store Summarecon Mall Serpong tidak dapat mengakses SAP nya tersebut, sehingga SAP harus di gunakan secara bergantian.
5. Dalam melakukan *stock opname* global terhadap asset perusahaan masih sangat manual dan memakan waktu yang lama, dikarenakan SO dilakukan oleh hanya satu orang saja, dan nomor *barcode* pada tiap peralatan perusahaan harus di tulis secara manual dan di input pada sistem untuk di cocokkan lagi.

3.3.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Penulis telah memikirkan solusi atas kendala yang di temukan selama praktek kerja magang tersebut. Dengan solusi yang penulis berikan di harapkan dapat bermanfaat untuk pihak perusahaan. Solusi – solusi tersebut penulis rangkum berdasarkan kendala di atas menjadi poin – poin di bawah ini :

1. Dikarenakan dalam melakukan *stock opname* masih tergolong sangat manual, dan formulir SO tersebut tidak tersusun secara sistematis berdasarkan kategori produk, maka dari itu penulis menyarankan dibuatnya sistem ataupun alat berupa *scanner* yang dapat digunakan untuk melakukan SO. Sehingga karyawan hanya perlu me – *scan barcode* yang terdapat pada produk dan data dari produk tersebut akan otomatis masuk ke sistem, sehingga tidak perlu lagi melakukannya secara manual dengan mencocokkan artikel formulir SO dengan artikel pada produk.
2. Dilakukannya *general cleaning* terhadap gudang baik itu mungkin seminggu sekali ataupun 2 minggu sekali, sehingga gudang dapat lebih tersusun dengan rapih, dan pengelompokan produk antara *fast moving goods* dan *slow moving goods* dapat teridentifikasi dengan lebih jelas.
3. Dapat memindahkan lokasi loker pria, sehingga ruangan *merchandise inspection* dalam hal penerimaan barang dapat lebih luas, barang – barang yang datangpun dapat di susun dengan rapih tanpa menghalangi akses jalan yang ada. Barang yang belum di ambil oleh karyawan juga dapat di titipkan terlebih dahulu hingga karyawan tersebut mengambilnya, karena space ruang penyimpanan lebih leluasa
4. Dibuatnya sistem yang tidak saling terkait seperti pada penjelasan di poin nomor 4 tersebut. Sehingga SAP milik STAR SMS dapat menjalankan tugasnya dengan mandiri tanpa harus berterkaitan dengan SAP milik STAR di tempat lain. Hal ini dapat lebih meningkatkan kinerja *merchandise inspection* dalam melakukan tugasnya

5. Terkait dalam melakukan *stock opname* global terhadap asset milik perusahaan tersebut, sebaiknya di bentuk dalam beberapa tim, hal tersebut akan lebih meringankan pekerjaan GA tersebut dan tidak memakan waktu yang lama. Selain itu dibuatkannya juga alat *scanner* yang dapat digunakan untuk melakukan SO tersebut sehingga tidak perlu lagi di tulis secara manual dan di cocokan dengan sistem. Hal ini sama seperti ketika melakukan SO pada produk jualan.

3.4 Peranan *Store Layout* dalam Upaya Meningkatkan *Efficiency dan Sales* Terhadap *Floor Ladies Sundries Cosmetic* PT. STAR MAJU SENTOSA SMS

PT. STAR MAJU SENTOSA (*STAR Dept. Store*) dalam menjalankan kegiatan bisnisnya memiliki tujuan utama yaitu melakukan penjualan kepada konsumen. Dengan tujuan utama yaitu melakukan penjualan, perusaha mempunyai berbagai cara untuk menciptakan hal tersebut diantaranya dengan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, memberikan *service* maksimal kepada konsumen, serta meningkatkan kualitas *store* nya sendiri. Berdasarkan teori yang ada di BAB II *store layout* sendiri didasarkan pada ide bahwa penjualan dan keuntungan bervariasi tergantung kepada produk yang dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu produk – produk yang ada diusahakan untuk diperlihatkan kepada konsumen sebanyak mungkin, karena penelitian menunjukkan bahwa semakin besar produk yang dilihat konsumen, maka semakin tinggi pula peluang terjualnya produk tersebut. Penelitian juga menunjukkan bahwa *store layout* akan mampu mengundang masuk ataupun menyebabkan konsumen menjauhi toko tersebut ketika konsumen melihat dari jendela luar ataupun pintu masuk. Zimmer juga mengatakan jika *store layout* menjadi efek penting dalam perilaku pembelian konsumen. Hal tersebut berakibat pada sejauh mana konsumen mendalami isi toko, perputaran konsumen di dalam toko, dan berapa banyak waktu yang di habiskan dalam toko tersebut.

Dalam hal ini penulis melakukan analisa terhadap *store layout* yang khususnya berada di area *ladies sundries, cosmetic*. Berdasarkan teori pada bab II dalam buku

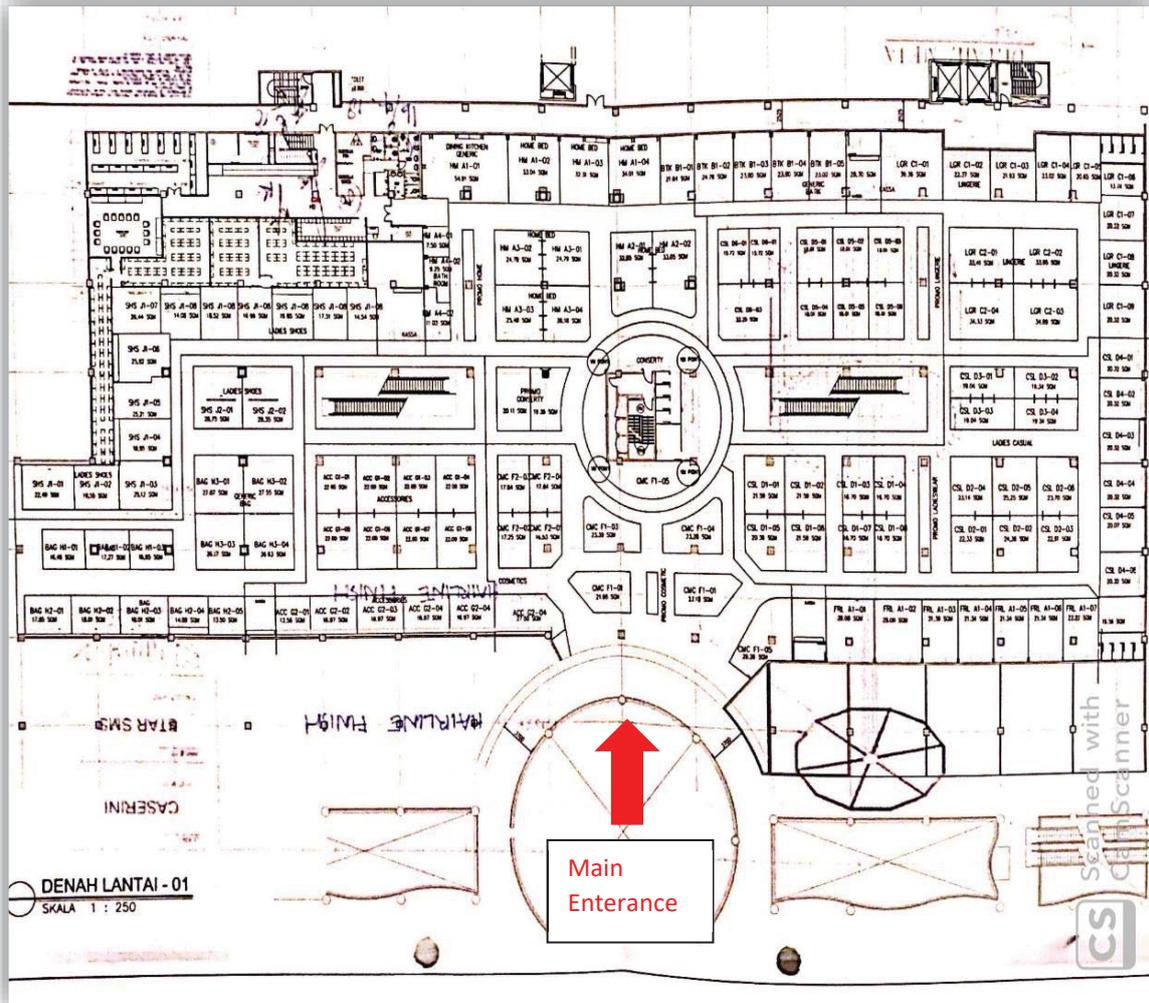
“fundamental of retailing” menurut K.V.S. Madaan, kategori *stor layout* pada *floor ladies sundries* khususnya bagian *cosmetic* termasuk dalam jenis *free-flow layout*. Hal ini dikarenakan tata letak yang di tetapkan di sana, lebih flexible dan berfokus pada diferensiasi produknya. Selain itu kategori produk juga dapat dilihat perbedaannya dengan jelas, hal ini bertujuan agar membuat atmosfer yang membuat *customer* nyaman dan bisa menghabiskan waktunya untuk mengeksplor produk.

Dalam analisa yang dilakukan, penulis menemukan beberapa kendala mengenai penempatan tata letak tersebut, yang pertama yaitu konter *brand direct* yang di miliki STAR di letakan berjauh – jauh, hal ini dapat menyebabkan tingkat mobilitas pada karyawan yang berjaga di konter. Seperti contoh ketika konter *brand direct* Maybelline tidak ada SPG yang menjaganya, dan di saat itu ada konsumen yang datang melihat, karyawan di konter *brand direct* Loreal harus mem – *back up* konter Maybelline dan harus menempuh jarak yang cukup jauh sehingga konternya sendiri pun menjadi tidak ada yang menjaganya.

Terdapat *brand* yang terasingkan sendiri di bagian belakang padahal kosmetik merupakan wajah dari toko STAR SMS di lantai 1, tetapi dikarenakan letaknya yang membelakangi pintu masuk utama toko tersebut, menjadikan *brand* ini dalam penjualannya tidak maksimal karena tidak terlihat oleh konsumen. Terdapat pula *brand* bukan kosmetik yang ada *double expose* nya diletakan di area kosmetik, hal ini membuat SPG yang bersangkutan menjaga *brand* tersebut tidak dapat mengawasi area *double expose* nya dikarenakan letaknya yang berjauhan. Untuk lebih jelasnya *layout* terlampir pada gambar 3.25

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan di atas, penulis melakukan analisa pada area tersebut dan berusaha untuk membuat solusi berupa *layout store* baru yang telah penulis desain. Sehingga diharapkan dengan menerapkan *layout store* yang baru akan dapat membuat mobilitas dan kinerja toko semakin meningkat. Selain itu dapat juga meningkatkan *ambience* toko melalui tata letak yang telah di ubah itu. Penulis juga akan mencantumkan *store layout* semula sehingga dapat dilihat perbandingannya, *layout* semula dapat dilihat pada

gambar 3.25. Penulis juga mencantumkan *store layout* keseluruhan lantai 1 agar pembaca dapat lebih mudah memahaminya.

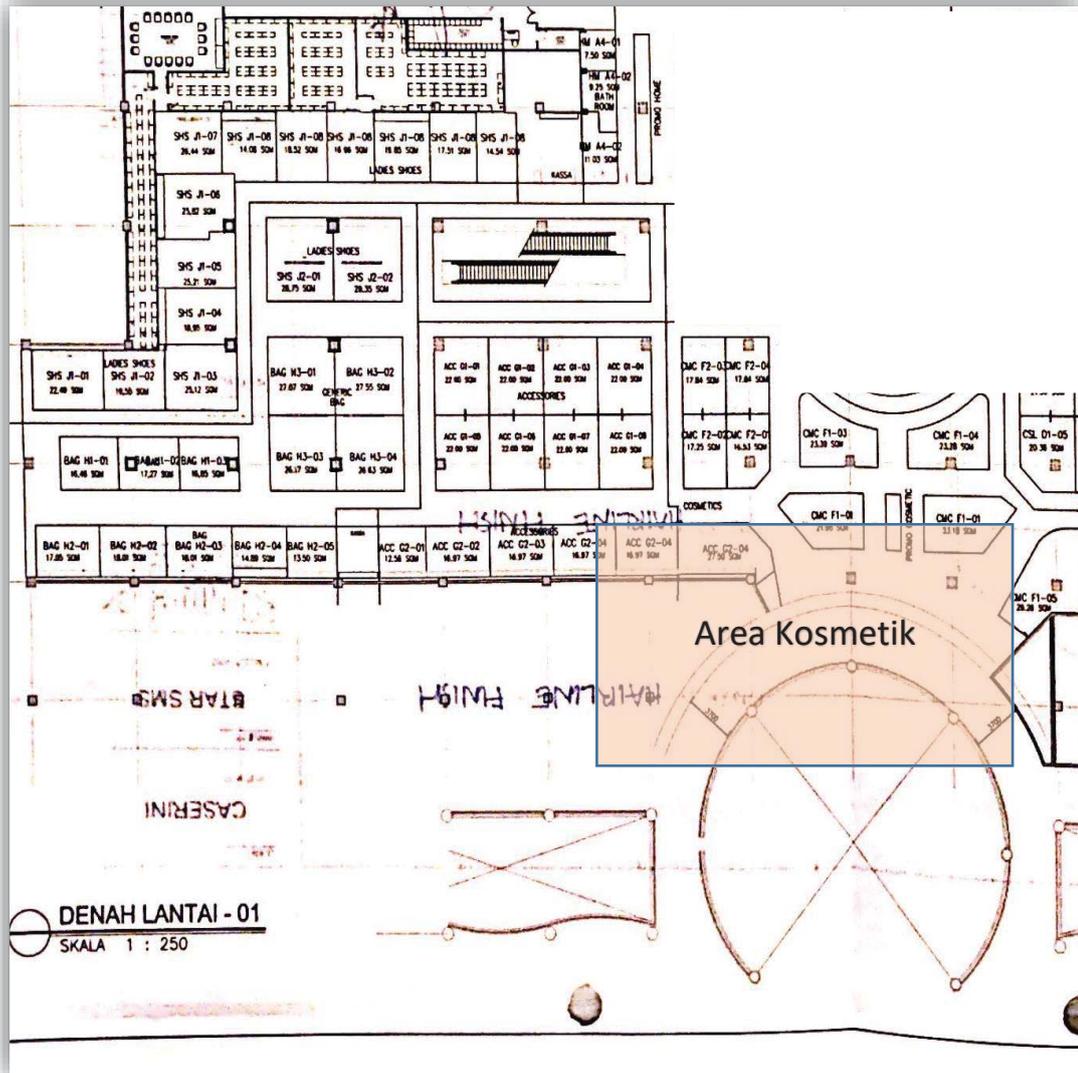


Sumber : Dokumentasi dan Diolah Penulis

Gambar 3.23 Layout Store Lantai 1 STAR Dept. Store SMS

Gambar diatas merupakan gambar keseluruhan *layout store* di lantai 1 STAR dept. store SMS, pada lantai 1 terdapat SBU *ladies sundries*, dan *ladies wear* untuk itu penulis

akan berfokus pada SBU *ladies sundries* yang layout nya tercantum pada gambar 3.24 di bawah berikut



Sumber : Dokumentasi dan Diolah Penulis

Gambar 3.24 Layout Store Ladies Sundries

Berdasarkan gambar diatas, penulis akan rincikan lagi dan memfokuskan pada area kosmetik saja, sehingga *layout store* pada bagian area kosmetik dapat terlihat dengan jelas melalui gambar 3.25 di bawah ini.



Sumber : Diolah Oleh Penulis

Gambar 3.25 Layout Ladies Sundries Kosmetik

Berdasarkan gambar *layout* diatas dapat kita lihat, jika *brand direct* STAR yaitu Maybelline dan Loreal di tempatkan berjauhan, menurut penulis akan lebih baik jika Maybelline di tempatkan di tempar Revlon sekarang ini, dan *brand* Revlon sendiri

menempati tempat semula Maybelline. Dikarenakan antara ke dua *brand direct* tersebut akan lebih mudah jika harus mem – *back up* dan memonitor satu sama lainnya. Selain itu dapat kita lihat, *brand* La Tulip di ditempatkan jauh di belakang dan jauh dari *main entrance* toko. Menurut penulis akan lebih baik jika La Tulip di tempatkan pada area non kosmetik yang berwarna ungu, di belakang area Maybelline. Untuk lebih jelasnya penulis memasukan gambar rancang yang telah di ubah penempatan tata letak nya pada gambar 3.26. Tata letak yang diterapkan juga masih dengan jenis tata letak *free-flow* hal ini dikarenakan pada bagian *cosmetic*, diharapkan agar bisa lebih *flexible* dan juga menonjolkan produk-produk yang ada.



Sumber : Data diolah Penulis

Gambar 3.26 Layout Ladies Sundries Cosmetic Hasil Olah Penulis