

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Peserta kerja magang menempati Construction and Development Department sebagai Business Development yang memiliki tanggungjawab untuk menyusun proposal untuk presentasi mengenai pembukaan toko baru, bertanggungjawab untuk melakukan riset pasar untuk pengajuan rancangan pembukaan toko baru, mencari peluang pelanggan baru, serta memahami produk dari perusahaan maupun kompetitor, dan posisi bisnis dalam pasar.

Proses kerja dalam program magang merdeka di PT. AEON Indonesia khususnya divisi Construction and Development Head Office sebagai Business Development, penulis mendapatkan bimbingan langsung dari mentor berpengalaman yaitu Kak Sharfina Prawoto. Beliau menjabat sebagai Officer Business Development di PT. AEON Indonesia, dan selama masa magang, penulis selalu didampingi oleh Kak Sharfina Prawoto dalam setiap langkah kegiatan yang dilakukan. Selain itu, peserta kerja magang juga berkoordinasi dengan Senior Manager untuk memastikan terkait ketentuan lain yang dibutuhkan dalam pembuatan proposal pengajuan pembukaan toko baru.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Secara keseluruhan, pengembangan bisnis (*Business Development*) pada PT AEON Indonesia berperan penting dalam mengidentifikasi peluang pertumbuhan, memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra, dan merancang strategi untuk memperluas pasar.

Lebih dari itu, seorang Business Development juga perlu untuk meningkatkan kemampuan untuk memahami tren pasar, mengantisipasi perubahan perilaku konsumen, dan mengadaptasi strategi bisnis. Menurut Philip Kotler dalam teorinya yaitu 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) Marketing Mix digunakan untuk menganalisis dan meningkatkan strategi

pemasaran. Berikut merupakan penjelasannya :

- Produk (*Product*): Produk atau layanan yang ditawarkan kepada pelanggan.
- Harga (*Price*): Harga yang ditetapkan untuk suatu produk atau layanan.
- Tempat (*Place*) : Lokasi atau saluran distribusi dimana produk atau jasa dijual.
- Promosi (*Promotion*): Kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada pelanggan.
- Orang (*People*): Orang yang terlibat dalam penyediaan produk atau layanan dan berinteraksi dengan pelanggan.
- Proses (*Process*): Proses atau aliran yang digunakan untuk memproduksi dan mengirimkan produk atau layanan.
- Bukti Fisik (*Physical Evidence*) : Bukti fisik yang mendukung keberadaan suatu produk atau jasa, seperti lingkungan toko, kemasan, dll.

Dalam Business Development, beberapa teori 7P Kotler yang paling mendominasi atau berkaitan dengan uraian tugas yaitu *Place*, dimana pada PT AEON Indonesia, pembuatan proposal pembukaan toko baru mencakup *Market Analysis, Location Research*. Serta *People* dan *Process* yaitu *Competitor Analysis* dan *Population analysis*. Selain itu, berikut merupakan beberapa tugas utama yang dilakukan oleh Business Development dalam aktivitas kerja magang sebagai berikut :

Tugas	Uraian Tugas	Tujuan	Koordinasi	Hasil
Market Analysis	Melakukan analisis pasar untuk menentukan lokasi yang potensial dan strategis untuk pembukaan toko baru, termasuk analisis demografi, persaingan, dan tren konsumen.	Proposal Opening Store	Sharfina	<ul style="list-style-type: none"> - Target Pelanggan dengan <i>Customer Information</i> - Analisis target pelanggan berdasarkan status sosial (<i>low-middle-upper</i>) - Housing information (<i>middle-middle-upper</i>) beserta jarak, total unit, dan harga. - Apartment information (jarak, total unit, dan harga.) - Office information (jarak, total karyawan)

Location Research	Identifikasi dan lokasi potensial untuk toko baru, termasuk melakukan penelitian mengenai pemilik properti, profil perusahaan, dan konsep desain dari bangunan.	Proposal Opening Store	Sharfina	-Penelitian informasi pemilik bangunan -Property Description -Konsep desain atau Introduction pemilik bangunan -Profile perusahaan pemilik bangunan / area)
Competitor Analysis	Menganalisis aktivitas pesaing untuk memahami posisi pasar perusahaan dan mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan daya saing.	Proposal Opening Store	Sharfina	-Mencari kompetitor Mall dengan range 10-30 menit -Melakukan Research mengenai tenant yang ada di Mall kompetitor -SSM Competitors
Population Analysis	Menganalisis dan menghitung jumlah populasi di suatu area atau lokasi yang potensial untuk membantu menentukan kepadatan penduduk, demografi konsumen, dan potensi pasar di lokasi tersebut.	Proposal Opening Store	Sharfina	-Total populasi dari informasi perumahan. -Total populasi dari informasi apartemen. -Total populasi dari informasi perkantoran -Total Populasi Low Area -Jarak area dan total populasi di setiap kecamatan -Population Chart
Project Plan	Mengukur dan mentransmisikan kinerja strategi dan program pengembangan bisnis yang diterapkan untuk menentukan efektivitasnya dan melakukan penyesuaian atau revisi jika diperlukan.	-Management Plan. -Daily Task Plan.	Sharfina dan Gracia Beatrice	-Mengetahui ketersediaan tenant pada lokasi yang dituju. -Daily Task Plan Google Sheets.
Administration	Mengelola Pengembangan dan Rencana (RNP), pesanan pembelian (<i>purchase order</i>), dan konfirmasi pembayaran (<i>payment confirmation</i>), serta melakukan administrasi lainnya ; scan, data sorting, print, dan copy.	-Requisition and Payment -Purchase Order, digunakan untuk memesan barang yang diperlukan. -Payment Confirmation, bertujuan agar dapat melakukan monitor terkait pembayaran barang.	Sharfina dan Widitri Selvania	-Form business trip untuk karyawan yang mencakup lokasi, kegiatan, dan tunjangan. -Pemesanan barang yang dibutuhkan oleh departemen terkait. Contoh: <i>Backyard Rack</i> . -Konfirmasi pembayaran barang. Contoh: <i>Backyard Rack DP 30%, 70% After Delivery</i> .

Tabel 3. 1 Tugas Utama Business Development

Sumber : Dokumen Perusahaan 2024

Berikut ini merupakan lini waktu dan pekerjaan yang dilakukan selama praktek kerja magang berlangsung dari 16 February 2024 hingga 30 Juni 2024

Tugas Kerja	PIC (Mentor)	Bulan					
		February	Maret	April	Mei	June	
Market Analysis	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
Location Research	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
Competitors Analysis	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
Population Analysis	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
Project Plan	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						
Administration	Sharina P						
	Sharina P						
	Sharina P						

Gambar 3. 1 Lini Waktu dari Tugas Kerja Magang
 Sumber: Olahan Penulis, 2024

3.1.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Uraian tugas utama yang dilakukan oleh Business Development dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Market Analysis (Analisis Pasar)

Dilansir dari jurnal *“The Knowledge of Market Analysis”* (Wijaya, 2022), Market Analysis merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara menganalisis pasar untuk mengetahui hal apa saja yang hasil dari suatu proses pemasaran atau ekspansi yang akan dilakukan memudahkan wirausaha dalam menentukan strategi yang tepat dan efektif untuk program usaha dimasa mendatang.

Daripada itu, adapun beberapa elemen yang dapat digunakan untuk mengukur analisis pasar (Xendit, 2019) sebagai berikut :

- a) Skala Pasar, yaitu menentukan skala atau ukuran pasar digunakan untuk memastikan bahwa posisi pasar perusahaan berada di status unggul dibandingkan dengan kompetitor.
- b) Pertumbuhan Pasar, yaitu memantau pertumbuhan pasar yang digunakan agar dapat memproyeksikan periode yang tepat untuk melakukan ekspansi

pasar.

- c) Tren Pasar, yaitu bisnis akan stagnan jika terus mengandalkan tren yang sama. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan dan menganalisis tren pasar untuk terus berinovasi agar dapat bersaing dengan kompetitor.
- d) Profitabilitas Pasar, yaitu melakukan pemantauan terkait apakah pelanggan memiliki kemampuan bayar (*buying power*) yang sesuai dengan ekspektasi perusahaan.

Sebagai seorang Business Development, pada implementasi selama praktik kerja magang, penulis melakukan Market Analysis yang bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan resiko pembukaan toko baru di suatu area tertentu. Melalui analisis pasar ini diharapkan perusahaan dapat memahami mengenai demografi dan perilaku konsumen pada area yang dituju, serta mengevaluasi kompetitor yang ada.

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat proposal pembukaan toko baru yang ditujukan untuk beberapa lokasi yang dituju yaitu Paris Van Java, Kota Kasablanka, Mall Cipinang Indah, The Grove Satrio, The Grove Botanical, Eastvara dan lainnya. Pada kesempatan kali ini, mengenai proses pembuatan proposal pembukaan toko baru yang dikhususkan untuk Kota Kasablanka.

Dalam pembuatan proposal pembukaan toko baru, penulis memulai dengan menentukan lokasi yang potensial yaitu Kota Kasablanka, titik tuju ini dipilih berdasarkan keinginan PT AEON untuk melebarkan sayapnya melalui ekspansi di berbagai kota satelit di Indonesia. Selain itu, Kota Kasablanka merupakan *mall* yang memiliki *tenant* yang cukup lengkap dan *traffic* pengunjung yang signifikan setiap harinya. Setelah menentukan lokasi potensial yang akan dituju, penulis kemudian melakukan penelitian mengenai informasi perumahan (*housing information-middle-upper*) dalam jangkauan 10 menit hingga 30 menit dari Kota Kasablanka melalui *Google Maps*.

Informasi perumahan dengan kelas atas sampai menengah sangat penting

dalam pembuatan proposal pembukaan toko (*retail*) baru karena informasi ini dapat membantu penulis dalam menganalisa gambaran calon pelanggan yang berdomisili di sekitar lokasi toko, serta membantu penulis dalam menilai populasi, demografi, dan karakteristik ekonomi dari populasi yang dituju. Hal ini juga didukung oleh salah satu teori yaitu elemen profitabilitas pasar yang digunakan untuk menilai kemampuan bayar (*buying power*) dari pelanggan pada area yang dituju (Xendit, 2019).

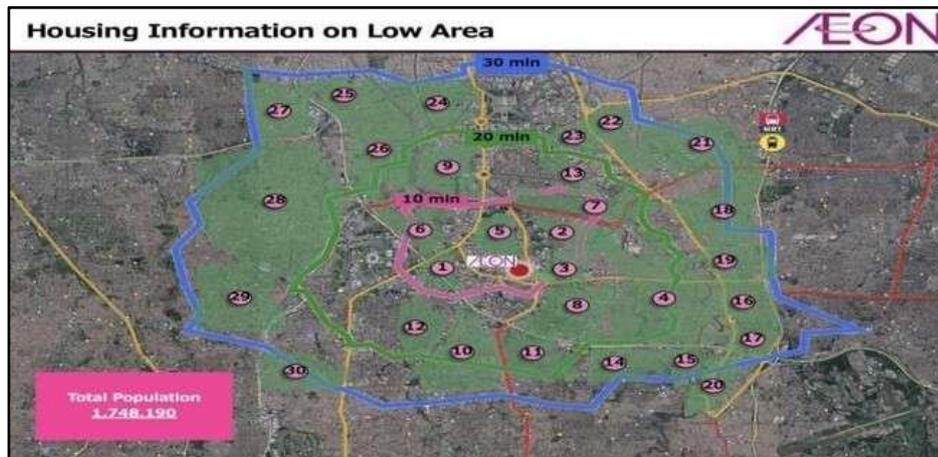


Gambar 3. 2 Housing Information
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Berdasarkan analisa yang dilakukan, Gambar 3.2 diatas merupakan hasil yang penulis dapatkan terkait perumahan-perumahan yang dapat mendukung ekspansi di Kota Kasablanka. Selain itu, penulis juga melakukan penelitian lebih lanjut mengenai perumahan yang telah dituju. Dimana, penulis meneliti mengenai perkiraan harga rumah, jarak dari perumahan tersebut ke kota kasablanka, serta total unit dari setiap perumahan tersebut. Penulis melakukan penelitian tersebut melalui *Google Maps*, dimana penulis menghitung jumlah unit rumah secara manual yaitu dengan menghitung jumlah atap rumah yang dapat dilihat melalui *Google Maps* mode *Satellite*. Namun, metode ini memiliki hasil perhitungan yang cenderung kurang akurat karena adanya kemungkinan perbedaan hasil perhitungan setiap individu. Meskipun begitu, menurut penulis metode ini merupakan metode paling efektif dalam menghitung jumlah total unit setiap perumahan dikarenakan dapat dilakukan secara online, yang pastinya dapat menghemat waktu dan anggaran dibandingkan harus datang langsung ke lokasi.

Setelah melakukan penelitian mengenai informasi perumahan kelas atas dan menengah (*middle-upper, middle-middle*), penulis melakukan penelitian mengenai informasi perumahan kelas bawah (*low area*). Informasi perumahan kelas bawah (*low area*) diperlukan agar perusahaan dapat mengetahui keseluruhan spektrum pasar potensial di sekitar lokasi toko. Informasi ini membantu memahami kebutuhan dan daya beli segmen masyarakat berpenghasilan rendah, yang mungkin memiliki preferensi berbeda terhadap produk dan harga. Dengan mengetahui jumlah penduduk dan karakteristik daerah berpendapatan rendah, perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran, penetapan harga, dan pemilihan produk untuk menarik pelanggan dari berbagai latar belakang ekonomi.



Gambar 3. 3 Housing Information Low Area
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

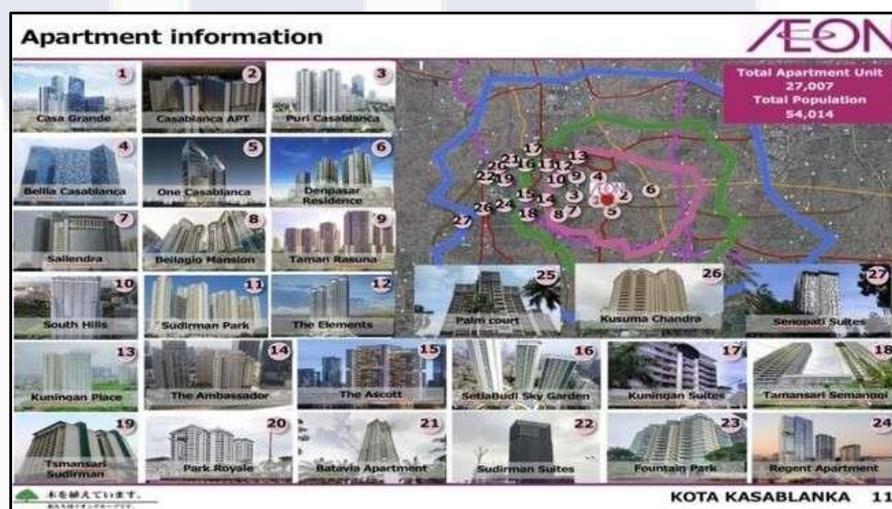


Gambar 3. 4 Contoh Google Street View
 Sumber : Google Maps

Gambar 3.3 merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis untuk informasi perumahan kelas bawah (*low area*) Kota Kasablanka. Penelitian ini dilakukan melalui *Google Maps*. Dimana, menurut Gambar 3.4 penulis melakukan *street view* perumahan-perumahan yang berada di sekitar Kota Kasablanka. Perumahan- perumahan kelas bawah dapat dispesifikasi dengan cara melihat luas jalan dari area tersebut. Luas jalan perumahan yang termasuk (*low area*) yaitu perumahan dengan jalan yang hanya dapat dilewati oleh pengendara motor.

Setelah melakukan penelitian mengenai informasi perumahan kelas bawah (*low area*), penulis melakukan langkah selanjutnya yaitu melakukan penelitian

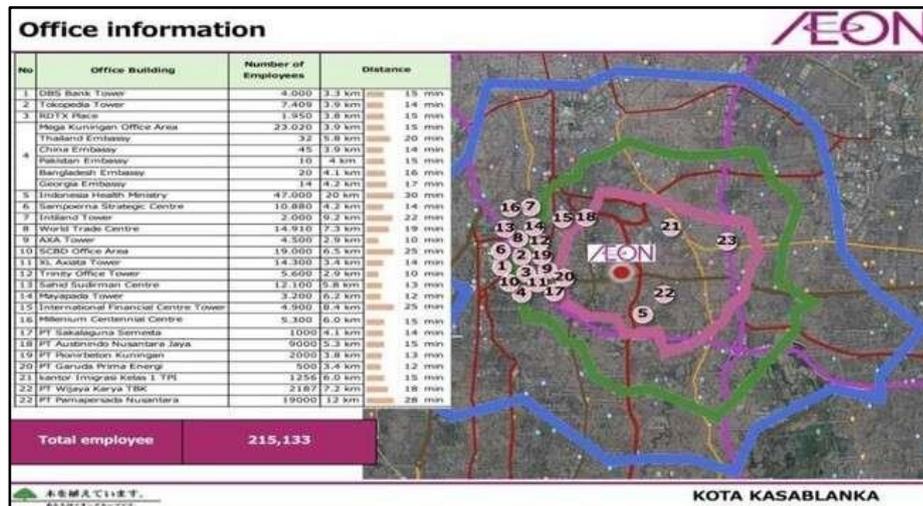
mengenai Informasi Apartemen disekitar area tersebut. Informasi mengenai apartemen membantu penulis dalam menganalisa gambaran mengenai jumlah dan profil demografi pelanggan dengan cakupan yang lebih kecil dibandingkan perumahan. Gambar 3.5 merupakan data apartemen yang berada di sekitaran Kota Kasablanka. Dari data tersebut, penulis melihat bahwa jumlah apartemen di sekitar Kota Kasablanka memiliki angka yang cukup banyak yaitu 24 apartement dengan total jumlah apartemen sekitar 27,007 unit.



Gambar 3.5 Apartment Information

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Selain itu, menurut Gambar 3.6 penulis juga melakukan penelitian mengenai kantor-kantor yang berada disekitar Kota Kasablanka. Penulis mencari mengenai jumlah unit, jarak perkantoran ke Kota Kasablanka serta perkiraan jumlah karyawan yang ada pada setiap perkantoran yang dapat diakses melalui internet.



Gambar 3. 6 Office Information

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Gambar 3.6 merupakan data perkantoran yang diteliti oleh penulis untuk Kota Kasablanka. Berdasarkan analisa penulis, dapat diketahui bahwa area Kota Kasablanka memiliki jumlah perkantoran yang cukup banyak yaitu 23 perkantoran dengan cakupan karyawannya sekitar 215,133 karyawan. Dari data yang didapatkan, penulis dapat menyimpulkan bahwa jumlah karyawan pada sekitar Kota Kasablanka memiliki jumlah yang cukup signifikan. Selain itu, tujuan dari adanya data perkantoran ini yaitu untuk membantu penulis dalam memahami calon pelanggan di kalangan pekerja yang mungkin akan berkunjung ke AEON untuk berbagai kebutuhan selama atau setelah jam kerja, salah satunya yaitu untuk makan siang.

Setelah penulis melakukan penelitian mengenai informasi area sekitar (*surrounding area*) maka penulis akan menentukan informasi pelanggan (*customer information*). Dimana, penulis membagi informasi pelanggan menjadi target utama dan sub target. Informasi pelanggan memungkinkan penulis untuk memberikan gambaran kepada perusahaan untuk mengidentifikasi dan memahami profil dari pelanggan utama yang paling potensial, serta kelompok pelanggan sekunder yang juga memiliki nilai strategis.

Dengan memiliki data rinci mengenai target utama dan sub-target, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih spesifik dan efektif, memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap segmen, serta menyesuaikan layanan dan promosi untuk menarik perhatian mereka. Informasi ini juga membantu dalam menyediakan sumber daya secara lebih efisien, memastikan bahwa upaya pemasaran dan operasional terfokus pada kelompok pelanggan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap penjualan dan pertumbuhan bisnis. Gambar 3.7 merupakan hasil dari informasi pelanggan yang telah dianalisa oleh penulis. Pada main target terdapat informasi perumahan dengan harga rumah sekitar 3 sampai 20 milyar dengan target pelanggan yang mencakup keluarga kelas menengah sampai atas dengan jumlah 3 sampai 5 anggota keluarga.



Gambar 3. 7 Customer Information

Sumber : Olahan Penulis, 2024

2. Location Research (Penelitian Lokasi)

Riset lokasi merupakan langkah penting dalam proposal pembukaan toko (ritel) baru karena memiliki dampak signifikan terhadap kinerja dan kesuksesan toko. Pada PT AEON Indonesia khususnya pada divisi Business Development dibutuhkan penelitian lokasi. Dimana, penelitian lokasi merupakan salah satu aspek yang penting dalam pembuatan proposal pembukaan toko baru.

Penelitian lokasi atau (*location research*) pada proposal pembukaan toko baru di PT AEON Indonesia terdiri atas beberapa poin yaitu

- Penelitian mengenai informasi pemilik bangunan

Memahami pemilik rumah membantu dalam menegosiasikan sewa dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Mengetahui latar belakang dan reputasi pemilik dapat memberikan wawasan tentang stabilitas dari proyek yang pernah ada sebelumnya. Daripada itu, (Kotler & Keller, 2006) dalam Manajemen Pemasaran memahami lingkungan bisnis, termasuk pihak-pihak yang terlibat, sangat penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dan memitigasi risiko.

- *Property Description*

Dalam “*Theory of Location of Industries*” yang dikutip oleh (Weber & Friedrich, 1929) menyatakan bahwa pemilihan lokasi dan skala ekonomi yang tepat dapat memaksimalkan efisiensi dan potensi pertumbuhan bisnis. Dalam suatu proposal pembukaan toko baru juga diperlukan informasi properti. Hal ini dikarenakan dengan mengetahui informasi tentang kapasitas ruang yang tersedia untuk pengembangan toko, penataan produk, dan pengalaman berbelanja pelanggan dapat mempengaruhi potensi pendapatan toko dan efisiensi operasional.

Dengan pemahaman yang jelas mengenai luas area, perusahaan dapat mengoptimalkan tata letak toko, meningkatkan kenyamanan berbelanja, dan memaksimalkan penggunaan ruang untuk memajang produk secara efektif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional.

Gambar 3.8 merupakan Property Description yang dilakukan oleh penulis. Pada gambar tersebut terdapat beberapa elemen yaitu Lokasi atau alamat dari area yang dituju yaitu Kota Kasablanka, kemudian Site Area yaitu data dari luas bangunan, dimana penulis mendapatkan informasi ini langsung dari pihak mall tersebut. Lalu, penggunaan area yaitu digunakan untuk komersil, serta informasi developer dan konstruksi yaitu Pakuwon Group, dan informasi lainnya. Jika dikaitkan dengan teori dari (Weber & Friedrich, 1929), maka informasi ini digunakan agar penulis dapat mengetahui jejak pengalaman dari developer mall

tersebut. Sehingga, hal ini dapat membantu perusahaan agar memiliki gambaran terkait pertumbuhan bisnis dari area yang dituju.

Property Description		AEON
Location	Jl. Raya Casablanca No.88, Menteng Dalam, Kec. Tebet, South Jakarta City, Special Capital Region of Jakarta 12870	
Site Area	GFA 4,863 m ² (約1,473坪) GLA 4,738 m ² (約1,433坪) Land Area 13,000 m ² (約3,932坪)	
Area of use	Commercial Use	
Developer	Pakuwon Group	
Contractor	Pakuwon Group	
商業施設名	Kota Kasablanka	
Development Method	Partial lease of the building	
Leased Area	4,700m ²	
駐車場台数	GF Parking 454 Cars 185 Motor Bike	
<small>本を揃えています。</small> <small>東武東上線有明駅</small>		KOTA KASABLANKA 7

Gambar 3. 8 Property Description

Sumber : Olahan Penulis, 2024

- Pengenalan Konsep Desain Bangunan

Teori “*Why We Buy*” (Underhill, 2009), menekankan pentingnya desain toko yang menarik dan fungsional untuk meningkatkan pengalaman berbelanja dan menarik pelanggan. Dengan kata lain, memahami konsep desain atau visi pemilik bangunan dapat membantu dalam mengadaptasi desain toko dengan tema atau gaya arsitektur yang ada. Hal ini penting untuk memastikan keselarasan estetika dan fungsional antara toko dan bangunan, serta meningkatkan daya tarik visual.

Pada proposal pembukaan toko baru juga diperlukan adanya informasi mengenai konsep desain dari bangunan yang dituju. Dengan menyesuaikan desain toko dengan visi pemilik gedung, perusahaan dapat menciptakan lingkungan belanja yang lebih kohesif dan menarik bagi pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pengalaman berbelanja dan potensi pendapatan. Pada Gambar 3.9 , penulis telah memberikan gambaran terkait pengenalan dari desain konsep dari Kota Kasablanka. Penulis dapat mengetahui bahwa Kota Kasablanka memiliki konsep desain yang terinspirasi dari *Mosaics in Moroccan Palaces*. Dimana, Kota

Kasablanka memiliki interior yang mewah dan eksklusif dengan total 6 (enam) lantai disertai dengan lebih dari 400 tenant yang variatif.

Introduction

Design Concept
The design concept for **Kota Kasablanka Mall** was inspired by the beauty of the mosaics in Moroccan palaces. The building is uniquely designed with stunning interiors, creating a luxurious and exclusive atmosphere. With 6 floors and 13 main tenants, this mall offers a unique and attractive shopping experience for its visitors.

SM	1
F&B	197
Fashion&Goods	129
Health & Beauty	70
Service	28
	425

Key Tenant

TRANSmart, Century, Cinema XXI, WING STOP, PULL&BEAR

KOTA KASABLANKA 6

Gambar 3. 9 Design Concept
Sumber : Olahan Penulis, 2024

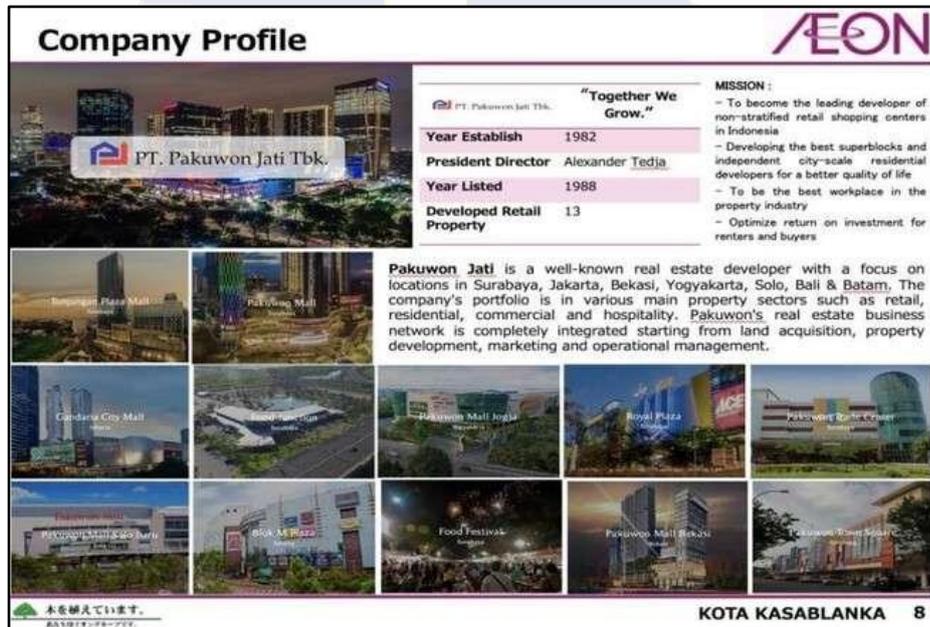
Setelah mengetahui informasi mengenai konsep desain area yang dituju, maka penulis akan memberikan informasi tersebut kepada departemen Merchandising. Sehingga mereka akan membuat konsep desain 3D yang sesuai dengan tema dari Kota Kasablanka.

- *Company Profile*

Pada pembuatan proposal pembukaan toko baru, Company Profile berisi mengenai sejarah singkat dari perusahaan yang dituju, visi-misi, dan apa saja proyek yang telah dikerjakan. Hal ini dapat membantu untuk menilai risiko dan manfaat jangka panjang dalam berbisnis. Dengan memahami profil perusahaan pemilik gedung, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih tepat terkait kolaborasi, mengurangi potensi risiko, dan memastikan hubungan bisnis yang stabil dan menguntungkan.

Pada Gambar 3.10 terlihat bahwa Kota Kasablanka merupakan salah satu anak perusahaan dari Pakuwon Group. Dari informasi yang telah diteliti, penulis dapat mengetahui bahwa Pakuwon Group dari Kota Kasablanka memiliki pengalaman perjalanan (*track record*) yang cukup banyak dan berhasil bertahan

hingga saat ini. Dengan filosofi “*Together We Grow*”, Pakuwon Group menjadi salah satu developer yang cukup terverifikasi dalam melakukan kolaborasi dengan AEON.



Gambar 3. 10 Company Profile

Sumber : Olahan Penulis, 2024

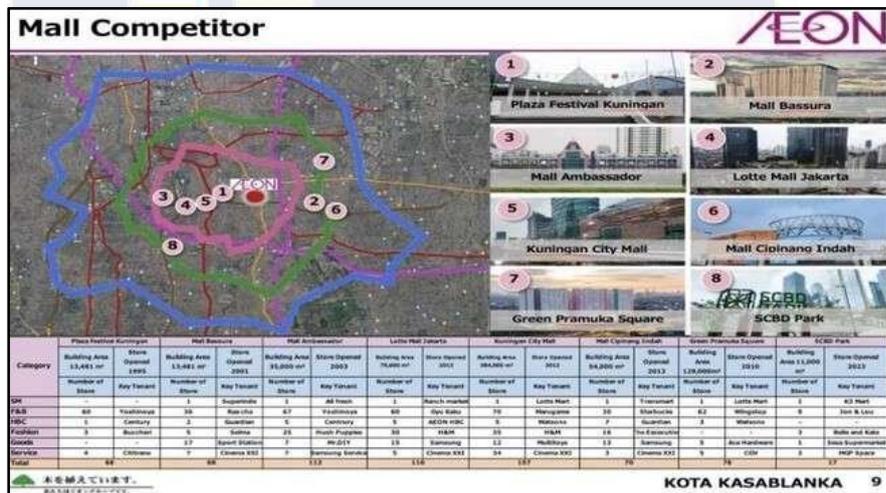
3. *Competitors Analysis (Analisis Pesaing)*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kompetitor merupakan kata benda yang dapat diartikan sebagai “orang yang bersaing”. Kompetitor atau pesaing merupakan individu atau perusahaan yang menjual atau menghasilkan produk yang sama atau mirip dengan produk kita, baik berupa barang atau jasa, yang mempunyai kesamaan bentuk, manfaat atau fungsi (Aurizal Ishak et al., 2023).

Pada praktik kerja magang posisi Business Development, ada beberapa hal yang perlu dikelola dalam analisis pesaing pada proposal pembukaan toko baru. Pertama yaitu penulis akan melakukan penelitian mengenai lokasi mall pesaing (jarak 10 sampai 30 menit). Mengetahui lokasi mall pesaing dalam waktu 10-30 menit dari lokasi toko baru yang potensial dilakukan untuk memahami peta persaingan di sekitar area tersebut. Hal ini membantu penulis dalam menilai tingkat

persaingan dan menentukan apakah lokasi yang dituju dapat menjadi strategi untuk menarik pelanggan.

Gambar 3.11 merupakan data yang dibuat penulis terkait Mall Competitor yang dikhususkan untuk Kota Kasablanka. Dapat diketahui bahwa Kota Kasablanka memiliki berbagai kompetitor Mall dengan jumlah tenant yang bervariasi. Hal ini dilakukan dengan harapan agar perusahaan dapat memiliki wawasan mengenai jenis bisnis dan apa saja merek tenant yang menarik pelanggan ke area tersebut.



Gambar 3.11 Mall Competitors

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Selain itu, pada Gambar 3.12 merupakan data tenant yang ada pada mall pesaing. Penulis membagi tenant menjadi beberapa kategori yang terdiri atas Supermarket, Food and Beverage, Health and Beauty, Fashion, Goods, dan Services. Dengan membedakan tenant berdasarkan kategorinya dapat mempermudah penulis dalam mengidentifikasi wawasan atau peluang yang belum terpenuhi di pasar. Hal ini juga dapat membantu dalam merencanakan strategi ekspansi yang lebih strategis dan responsif terhadap tren dan permintaan pasar.

Category	Plaza Festival Kuningan		Mall Bassura		Mall Ambassador		Lotte Mall Jakarta		Kuningan City Mall		Mall Cipinang Indah		Green Pramuka Square		SCBD Park	
	Building Area 13,461 m²	Store Opened 1995	Building Area 13,461 m²	Store Opened 2001	Building Area 16,800 m²	Store Opened 2009	Building Area 14,000 m²	Store Opened 2003	Building Area 18,400 m²	Store Opened 2013	Building Area 14,000 m²	Store Opened 2012	Building Area 120,000 m²	Store Opened 2016	Building Area 11,000 m²	Store Opened 2013
SM	-	-	1	Supervia	1	AE Fresh	1	Ranch market	1	Lotte Mart	1	Trusmi	1	Lotte Mart	1	K2 Mart
F&B	60	Yoshinoya	10	Rua Uta	67	Yoshinoya	60	Spa Batu	10	Marugame	20	Starbucks	62	Whisper	9	Joji & Lilo
H&C	1	Century	1	Guardian	1	Century	1	AEON H&C	1	Wabara	1	Guardian	1	Wabara	-	-
Fashion	3	Banana	3	Selma	28	Hot Pot	30	Y&K	10	H&M	18	Hot Pot	1	Wabara	3	Wabara
Goods	-	-	17	Super Station	7	Hot Pot	10	Samyang	12	Mulberry	12	Samyang	9	Ace Hardware	1	Best Supermarket
Service	4	Chitara	7	Chitara KX2	7	Samyang Service	9	Chitara KX1	34	Chitara KX2	3	Chitara KX3	9	Q&W	3	H&P Space
Total	88	88	88	112	116	117	117	117	70	70	70	76	76	17	17	17

Name of MC	Kota Kasablanka	Kuningan City Mall	Lotte Mall Jakarta	Rja Walk	Plaza Festival Kuningan
Year Opened	1999	2013	2013	2011	1999
GFA	61,491 m ²	384,000 m ²	79,000 m ²	14,480 m ²	13,481 m ²
Number of Tenants	Food 60, HBC 3, Others 4, Service 48	Food 70, HBC 20, Others 13, Service 34, 157	Food 31, HBC 12, Others 19, Service 21, 136	Food 1, HBC 1, Others 2, Service 80, 3, 1, 4, 88	Food 3, HBC 1, Others 3, Service 4, 88
Parking Capacity	2,000 Cars, 1,000 Motorbike	2,500 Cars, 1,500 Motorbike	1,500 cars 800 Motorbike	250 cars 150 Motorbike	200 Cars 100 Motorbike
Distance	0km (imposed location)	2.5 km 7 Minutes	3.3 km 9 Minutes	3.3 km 9 Minutes	8.4 km 10 Minutes
Anchor Tenant					

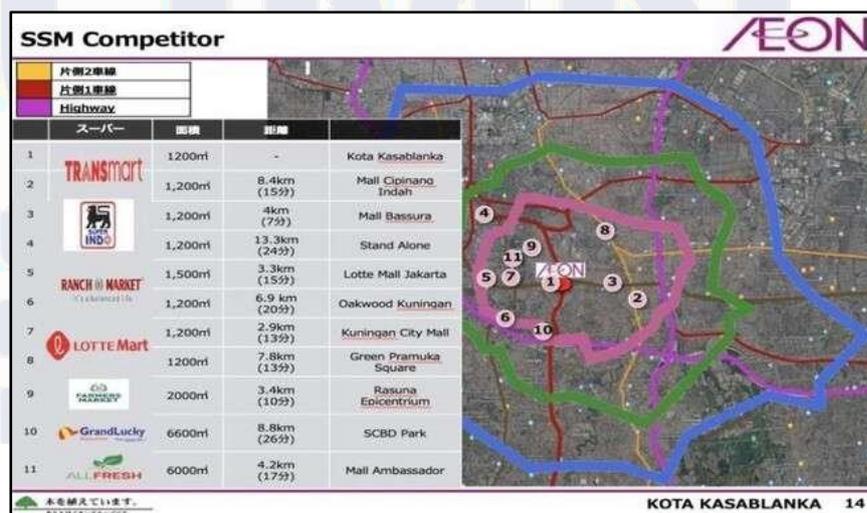
Name of MC	Mall Ambassador	Mall Bassura	Mall Cipinang Indah	Central Park Mall	Grand Indonesia	PSN
Year Opened	2003	2014	2013	2009	2007	1991
GFA	25,000 m ²	7,108 m ²	54,900 m ²	12,075 m ²	141,473 m ²	
Number of Tenants	Food 67, HBC 25, Others 5, Service 8, 7, 112	Food 26, HBC 9, Others 2, Service 18, 7, 68	Food 30, HBC 18, Others 7, Service 4, 12, 70	Food 128, HBC 71, Others 45, Service 3, 19, 208	Food 490, HBC 10, Others 13, Service 43, 14, 680	Food 293, HBC 140, Others 90, Service 115, 83, 701
Parking Capacity	800 Cars 300 Motorbike	800 Cars, 300 Motorbike	1,500 cars 500 Motorbike		1,500 cars 1,000 motorbike	
Distance	4.9 km 13 Minutes	4.2 km 15 Minutes	5.3 km 27 Minutes	14.2 km 30 Minutes	6.5 km 18 Minutes	13.8 km 30 Minutes
Anchor Tenant						

Gambar 3. 12 Mall Competitor Tenant

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Setelah melakukan riset mengenai kompetitor mall pada area yang dituju, maka selanjutnya penulis mencari kompetitor dengan latar belakang yang sama. Misalnya yaitu dimana PT AEON Indonesia akan melakukan ekspansi di Kota Kasablanka berupa AEON Store. AEON Store memiliki latar belakang supermarket, maka kompetitor dari AEON Store yaitu *GrandLucky*, *Superindo*, *Farmers Market*, dan sebagainya.

Berdasarkan analisa penulis, hal ini dilakukan untuk memberikan wawasan mendalam kepada PT AEON Indonesia mengenai kelebihan dan kelemahan kompetitor pada area yang dituju. Selain itu, penelitian ini membantu AEON menghindari area dengan tingkat persaingan yang terlalu tinggi dan memilih lokasi yang memiliki peluang kesuksesan yang lebih maksimal.



Gambar 3. 13 SSM Competitors

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Pada Gambar 3.13 diatas, penulis telah melakukan pencarian mengenai kompetitor supermarket yang ada di sekitar Kota Kasablanka. Penulis melakukan penelitian melalui *Google Maps* dan juga mencari informasi pesaing melalui internet seperti *website* cabang dari Superindo, dan sebagainya. Sehingga, penulis dapat mengetahui jarak dan lokasi dari pesaing supermarket tersebut. Di samping itu, dapat diketahui bahwa kompetitor supermarket di sekitaran area Kota Kasablanka cukup banyak. Namun, penulis meyakini bahwa dengan adanya keunggulan dan diferensiasi yang dimiliki AEON Store membuat AEON mampu bersaing dengan kompetitor.

4. Population Analysis (Analisis Populasi)

Populasi mengacu pada seluruh objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti, sehingga dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian (Sugiyono, 2018). Dengan kata lain, Analisis Populasi adalah suatu proses untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang berkaitan dengan populasi suatu area tertentu. Hal ini bertujuan untuk memahami karakteristik populasi yang ada dalam suatu wilayah, seperti jumlah penduduk, distribusi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan faktor-faktor lainnya yang dapat memengaruhi kebutuhan dan perilaku konsumen. Menurut

Dikutip dari buku yang berjudul "*Population Geography: Tools and Issues*" (Newbold, 2012), population analysis di definisikan sebagai "*the study of the numbers, composition, and spatial distribution of human beings on the earth's surface.*" Penelitian ini berfokus pada analisis jumlah, komposisi, dan distribusi spasial manusia di permukaan bumi. Dalam pembuatan proposal pembukaan toko baru, population analysis membantu perusahaan dalam menentukan potensi pasar di sekitar lokasi yang telah ditentukan, memahami profil demografis konsumen potensial, dan mengidentifikasi peluang dalam pengembangan bisnis perusahaan.

Dalam praktik kerja magang pada divisi Business Development, ada beberapa hal yang dilakukan penulis dalam mengelola analisis populasi pada proposal pembukaan toko baru. Dimana, analisis populasi ini berfokus pada angka, komposisi dari total populasi sumber daya manusia pada target area ekspansi (Newbold, 2012). Langkah pertama yaitu penulis melakukan perhitungan jumlah populasi berdasarkan informasi total unit perumahan dari setiap area di sekitar lokasi yang telah ditentukan. Dengan adanya informasi total populasi di setiap wilayah sekitar lokasi, penulis dapat memperkirakan berapa banyak calon pelanggan yang ada. Hal ini memberikan pengetahuan mengenai lingkup pasar dari area yang dituju.

HOUSING														
No.	Housing	Avg Price/Billion	Distance	Avg Unit	Population	No.	Area Point	Total Unit	Area 1	Population H	Subdistrict	Area 2	Population Sub	
1	Cluster Festive Garden	IDR 1.800	850 m	3 min	240	960	1	Mustika Area	3134	0,2788712	12535	Mustika Jaya	26,42	1187515
2	Serenade Lagoon	IDR 4.500	1,6 km	3 min	273	1092	2	Lambang Jaya	792	1,4	2926	Lambang Jaya	3,38	7065
3	Festival Grand	IDR 1.250	2,2 km	5 min	234	936	3	Tambun Area	112	0,215	449	Tambun	3,38	7065
4	Garden Fiesta	IDR 1.800	2 km	5 min	280	1120	4	Cibitung Area	2869	1,42	11476	Mustika Jaya	26,42	213515
5	Tambun Area	IDR 1.000	2,3 km	5 min	540	2160	5	Bima Citra Area	643	1,23	2571	Tambun	3,38	7065
6	Mustika Jaya Area	IDR 1.000	2,5 km	5 min	3134	12536	6	Meliland Area	4377	0,505369	17509	Cibitung	3,56	123339
7	Lambang Jaya	IDR 1.050	3,7 km	6 min	732	2928	7	Jatimulya Area	1333	2,55	5330	Tambun	3,38	7065
8	Graha kalimas Area	IDR 1.200	2,7 km	8 min	112	448								
9	Cibitung Area	IDR 800	3,5 km	8 min	2869	11476								
10	Bima Citra Area	IDR 800	4 km	11 min	643	2572								
11	Meliland Area	IDR 1.200	6,6 km	19 min	4377	17348								
12	Jatimulya Area	IDR 1.500	5,7 km	18 min	1333	5332								
					14722	58908								

Population H = area 1 x populasi Sub : area 2
 Area 1 = Measuring Area point
 Area 2 = Total area subdistrict
 Population sub = Total Population each sub
 Population = Population H x 4
 (4) = Estimation family of each house

Gambar 3. 14 Total Population Housing Method 1

Sumber : Olahan Penulis, 2024

HOUSING PESONA SQUARE DEPOK						HOUSING AEROWORLD CITRA 8							
No.	Housing	Avg Price/Billion	Distance	Avg Unit	Population	No.	Housing	Avg Price/Billion	Distance	Avg Unit	Population		
1	Pesona Khayangan Depok	IDR 3.650	2,7 km	8 min	1070	4280	1	Olivia's Residence	IDR 20.000	1,5 m	4 min	20	80
2	Pesona Khayangan Juanda	IDR 3.000	1,6 km	5 min	800	3200	2	Aeroville Citra 8	IDR 6.021	1,3 km	3 min	187	748
3	Komplek Petri Depok	IDR 1.100	3,1 km	7 min	640	2560	3	Citra 2 EXT	IDR 4.000	2,2 km	5 min	1500	6000
4	Pondok Duta 2 Housing	IDR 1.496	2,8 km	7 min	1480	5920	4	Aero Mansion	IDR 2.500	2 km	5 min	150	600
5	Taman Duta Housing	IDR 1.150	3,7 km	10 min	720	2880	5	Perumahan Citra 5	IDR 2.000	2,3 km	5 min	1500	6000
6	Almira Green Housing	IDR 1.800	2,8 km	7 min	14	56	6	Golden Palm Residence	IDR 1.400	2,1 km	3 min	512	2048
7	Green Sokirah	IDR 400	2,7 km	7 min	24	96	7	Citra Garden City 6	IDR 2.500	3,7 km	9 min	300	1200
8	Margonda Premier	IDR 4.300	3,7 km	10 min	23	92	8	Cluster Red Scarlett	IDR 3.900	3,5 km	8 min	200	800
9	Panoramic Garden	IDR 1.040	3,8 km	13 min	42	168	9	Citra Garden 3	IDR 4.000	3,5 km	8 min	1500	6000
10	Griya Tugu Asri	IDR 1.500	4,3 km	15 min	320	1280	10	Premier Pavillon	IDR 2.875	2,4 km	7 min	100	400
11	Permata Puri 1 & 2	IDR 1.600	6,1 km	15 min	1180	4720	11	Taman Surya Permata	IDR 2.000	4,5 km	11 min	1180	4720
12	BUKIT Cincere Indah	IDR 6.000	11,5 km	17 min	1700	6800	12	Case Varya Residence	IDR 2.200	4,1 km	12 min	340	1360
13	Permata Puri Laguna	IDR 2.900	7,5 km	18 min	860	3440	13	Puri Gardens	IDR 1.680	4,2 km	13 min	611	2524
14	Grand Depok City	IDR 5.000	5,9 km	17 min	1180	4720	14	Puri Permata Mediterania	IDR 4.500	4,2 km	13 min	280	1120
15	Bella Casa Edelweiss	IDR 2.000	6,0 km	17 min	380	1520	15	Aeroland Residence	IDR 1.200	4,6 km	11 min	120	480
16	Bella Casa Alamanda	IDR 850	6,2 km	18 min	170	680	21	Cluster Harmony PPK	IDR 7.800	14,5 km	21 min	400	1600
17	Bella Casa Delonix	IDR 850	6,2 km	18 min	170	680	22	Cluster Melody PPK	IDR 13.500	14,7 km	22 min	160	640
18	Bella Casa Irah	IDR 1.189	7 km	18 min	210	840	23	Cluster Violin PPK	IDR 4.400	15,9 km	27 min	640	2560
19	Bella Casa Jasmine	IDR 1.000	6,2 km	18 min	100	400	24	Camar Permai	IDR 12.200	15,9 km	27 min	1480	5920
20	Taman Arcadia	IDR 1.375	13,2 km	20 min	116	464	25	Cluster Symphony PPK	IDR 3.700	15,3 km	24 min	220	880
21	Town House Navarra	IDR 1.200	10,4 km	19 min	35	140	26	PIX Mozart House	IDR 13.500	15,7 km	25 min	160	640
22	Pesona Citibud Residence	IDR 907	6,2 km	20 min	57	228	27	Cerdasa Golf PPK	IDR 1.000	14 km	24 min	320	1280
23	Griya Utami	IDR 1.200	7,7 km	21 min	1580	6320	28	PKK Katarman Indah	IDR 20.000	13,9 km	23 min	1540	6160
24	Rose Garden Residence	IDR 1.000	8,6 km	27 min	130	520	29	The Green Court Lake	IDR 300	9,7 km	24 min	70	280
25	Pearl Garden Sawangan	IDR 700	13,1 km	30 min	110	440	30	Cengkareng Indah	IDR 1.700	10,4 km	25 min	1180	4720
26	Puri Gading Residence	IDR 12.000	10 km	28 min	440	1760							
27	Mulira Djanda Residence	IDR 1.180	8,3 km	28 min	130	520							
28	The Bougenhill park	IDR 756	6,5 km	28 min	32	128							
29	Perumahan Jatijajar	IDR 790	7,9 km	29 min	460	1840							
30	Cluster Margata	IDR 1.100	15,9 km	29 min	382	1528							
					14575	58300							

TOTAL POPULATION : HOUSING UNIT x 4

Gambar 3. 15 Total Population Housing Method 2

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Pada Analisis populasi berdasarkan total unit rumah pada area yang ditentukan, penulis memiliki dua metode perhitungan yaitu metode pertama dengan melakukan perbandingan pada area yang diukur dengan total luas area dari kecamatan yang dituju.

- Rumus Metode 01 :

$$\text{Population Housing} = \text{Luas Area 1} \times \text{Population Subdistrict Point} : \text{Luas Area 2 Subdistrict}$$

- Rumus Metode 02 :

$$\text{Population Housing} = \text{Total Unit Housing} \times 4 \text{ (empat)}$$

Area 1 = Measuring Area point
 Area 2 = Total area subdistrict
 Population sub = Total Population each sub
 Population = Population H x 4
 (4) = Estimation family of each house

Analisis populasi selanjutnya yaitu penulis menghitung jumlah populasi berdasarkan informasi total unit apartemen dari setiap area di sekitar lokasi yang telah ditentukan. Analisis ini memiliki tujuan yang sama dengan informasi perumahan sebelumnya yaitu untuk memperkirakan calon pelanggan pada area yang dituju. Metode perhitungan yang dilakukan yaitu :

- **Population** = Total Units Apartment x 2 (dua)
- (2) = Estimasi penduduk dalam satu unit apartment.

APARTMENT PESONA SQUARE DEPOK						
No	Name	Avg Price/Month	Distance	Avg Unit	Population	
1	Pesona Square Apartment	IDR 2.500	160 m	1	1490	2980
2	South Side Apartment	IDR 3.500	300 m	2	1800	3600
3	Marrakech Suites	IDR 3.500	280 m	2	1140	2280
4	Legis Depok Apartment	IDR 3.300	2 km	6	1812	3624
5	Oave Apartment	IDR 2.250	4,3 km	8	868	1736
6	Mazhaji Apartment	IDR 3.500	1,6 km	6	664	1328
7	Selada Mansion	IDR 5.389	3,2 km	10	1223	2446
8	Samsata Margonda	IDR 4.000	1,9 km	6	940	1880
9	Margonda Residence	IDR 2.000	3,3 km	12	730	1460
10	Taman Helati Margonda	IDR 3.000	5,1 km	15	782	1564
11	Hardasa Apartment	IDR 2.000	5,3 km	14	182	364
12	Atlanta Apartment	IDR 2.300	3,2 km	10	491	982
13	Orange Apartment	IDR 3.500	6 km	16	750	1500
14	Cinanggi City Apartment	IDR 8.500	7,6 km	19	1600	3200
15	Park View Ljasa	IDR 2.500	2 km	10	800	1600
16	Evercilo Apartment	IDR 2.300	4,6 km	15	1240	2480
17	Riviera Suites	IDR 4.700	4,1 km	9	641	1282
18	Cosy rooms at DNA	IDR 7.500	6,2 km	19	800	1600
19	Chere Resort Apartment	IDR 13.290	10,4 km	18	2500	5000
20	Royal Garden Apartment	IDR 2.750	11,4 km	24	711	1422
				21173	42346	

APARTMENT AEROWORLD CITRA B						
No	Name	Avg Price/Month	Distance	Avg Unit	Population	
1	Citra Living Apartment	IDR 1.300	3,7 km	10	740	1480
2	Citra Lake Suites	IDR 5.840	4,3 km	11	527	1054
3	Palm Mansion	IDR 1.750	3,9 km	10	601	1202
4	Permalia Surya	IDR 1.500	3,9 km	10	220	440
5	Green View Apartment	IDR 1.750	6,8 km	20	180	360
6	Daan moget city	IDR 3.500	6,4 km	18	2500	5000
7	19 Avenue Apartment	IDR 3.500	6,2 km	15	800	1600
8	Sky Terrace	IDR 10.500	5 km	15	300	1050
9	Paradise Mansion	IDR 3.100	3,2 km	12	763	1526
10	Apartment Bandara City	IDR 15.000	7,5 km	19	800	1600
11	Gold Coast PJK	IDR 22.500	12,9 km	23	570	1140
12	City Park Apartment	IDR 25.000	9 km	20	3000	6000
13	Oakwood Apartment PJK	IDR 45.000	12,9 km	23	2200	4400
14	Senyalani Cengkareng	IDR 2.500	8,8 km	20	5400	10800
15	CBD Park	IDR 6.930	17,7 km	26	1048	2096
				18851	39702	

APARTMENT KOTA KASABLANKA					
No	Name	Avg Price/Milior	Distance	Avg Unit	Population
1	Casa Grande Residence	IDR 1.000	250 m	3	3480
2	Casablanca Apartment	IDR 2.500	250 m	3	220
3	Puri Casablanca Apartment	IDR 1.200	3.1 km	7	712
4	Belle Casablanca Apartment	IDR 4.400	2.9 km	9	3000
5	One Casablanca Residence	IDR 1.800	392 m	9	220
6	Dongkarr Residence	IDR 12.000	2.9 km	9	980
7	Salembra Apartment	IDR 11.500	3 km	8	497
8	The Biologi Maribon	IDR 5.400	3.2 km	9	200
9	Taman Raksana Apartment	IDR 1.300	3.7 km	10	4903
10	South Hills Apartment	IDR 2.950	3.4 km	10	917
11	Sudirman Park	IDR 1.000	6.4 km	11	3480
12	The Elements Apartment	IDR 3.400	3.7 km	11	491
13	Kuningan Place	IDR 1.900	4.1 km	12	527
14	Ambassador Apartment	IDR 1.500	4.1 km	13	300
15	The Ascent Residence	IDR 6.300	3.8 km	13	439
16	Setsudai Sky Garden	IDR 2.500	5.1 km	14	879
17	The Kuningan Suites	IDR 1.400	5.8 km	15	800
18	Taman Sari Semanggi	IDR 850	4.4 km	15	1800
19	Taman Sari Sudirman	IDR 850	5.8 km	17	1211
20	Park Royale Apartment	IDR 1.700	6.5 km	17	190
21	Batavia Apartment	IDR 1.200	5.4 km	17	126
22	Sudirman Suites	IDR 2.900	6.5 km	17	254
23	Fourteen park	IDR 1.400	5.1 km	17	168
24	Regent apartment	IDR 9.000	4.9 km	19	177
25	Palm court	IDR 8.900	5.5 km	20	188
26	Kusuma Chandra	IDR 4.000	7.8 km	23	267
27	Senopati Suites	IDR 5.300	7.3 km	27	143
				27007	54014

APARTMENT BOTANICAL					
No	Housing	Avg Price/Milior	Distance	Avg Unit	Population
1	The Windsor Apartment	IDR 757	5.6 km	23	170
2	Puri Park View	IDR 1.750	5.4 km	20	2900
3	Et. Muntz Apartment	IDR 10.821	4.7 km	17	993
4	Puri Orchard Apartment	IDR 2.170	8.8 km	10	1090
5	Puri Garden Apartment	IDR 3.920	11.7 km	18	320
6	Puri Mansion Apartment	IDR 4.600	8.1 km	23	900
7	The New Ambassador	IDR 848	5.2 km	19	200
8	Veranda Residence Puri	IDR 10.900	8.1 km	21	166
9	The Nest Apartment	IDR 3.920	4.2 km	14	1225
10	Prosperity Lulus Apartment	IDR 3.000	5.5 km	18	272
11	Brang Puri Botanical	IDR 25.000	1.1 km	2	600
12	19 Avenue Apartment	IDR 2.500	13.7 km	30	800
13	Daan Mogol City	IDR 4.300	9.6 km	20	15000
14	ResDoris Apartment	IDR 227	9.7 km	30	1000
15	Stone Podomoro City	IDR 16.667	12.3 km	15	1000
16	Royal Mediterania Garden	IDR 3.500	11.9 km	15	1619
17	Taman Aggreg Apartment	IDR 3.340	12.8 km	18	3000
18	Leangran Apartment	IDR 825	7.4 km	27	550
19	Kalayaan Sun Apartment	IDR 4.810	5.3 km	20	254
20	Pakuwining Tambora	IDR 3.000	5.1 km	12	1720
				33779	67568

Gambar 3. 16 Total Population Apartment

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Kemudian, Analisis populasi selanjutnya yaitu penulis akan menghitung jumlah populasi berdasarkan informasi total unit perkantoran (*office*). Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman penulis mengenai karakteristik demografi dan kebutuhan calon konsumen di sekitar lokasi toko baru. Dimana, dengan memperhitungkan populasi karyawan yang bekerja di kantor-kantor di area tersebut, penulis dapat mengidentifikasi calon pelanggan tambahan yang mungkin datang pada lokasi yang dituju.



OFFICE KOKAS, THE GROVE					
No	Office Building	Number of Employees	Distance		
1	DBS Bank Tower	4.000	3.3 km		15 min
2	Tokopedia Tower	7.409	3.9 km		14 min
3	RDTX Place	1.950	3.8 km		15 min
4	Mega Kuningan Office Area	23.020	3.9 km		15 min
	Thailand Embassy	32	5.8 km		20 min
	China Embassy	45	3.9 km		14 min
	Pakistan Embassy	10	4 km		15 min
	Bangladesh Embassy	20	4.1 km		16 min
	Georgia Embassy	14	4.2 km		17 min
5	Indonesia Health Ministry	47.000	20 km		30 min
6	Sampoerna Strategic Centre	10.880	4.2 km		14 min
7	Intiland Tower	2.000	9.2 km		22 min
8	World Trade Centre	14.910	7.3 km		19 min
9	AXA Tower	4.500	2.9 km		10 min
10	SCBD Office Area	19.000	6.5 km		25 min
11	XL Axiata Tower	14.300	3.4 km		14 min
12	Trinity Office Tower	5.600	2.9 km		10 min
13	Sahid Sudirman Centre	12.100	5.8 km		13 min
14	Mayapada Tower	3.200	6.2 km		12 min
15	International Financial Centre Tower	4.900	8.4 km		25 min
16	Millenium Centennial Centre	5.300	6.0 km		15 min
17	PT Sakalaguna Semesta	1000	4.1 km		14 min
18	PT Austinindo Nusantara Jay	9000	5.3 km		15 min
19	PT Pionirbeton Kuningan	2000	3.8 km		13 min
20	PT Garuda Prima Energi	500	3.4 km		12 min
21	kantor Imigrasi Kelas 1 TPI	1256	6.0 km		15 min
22	PT Wijaya Karya TBK	2187	7.2 km		18 min
22	PT Pamapersada Nusantara	19000	12 km		28 min
		215.133			

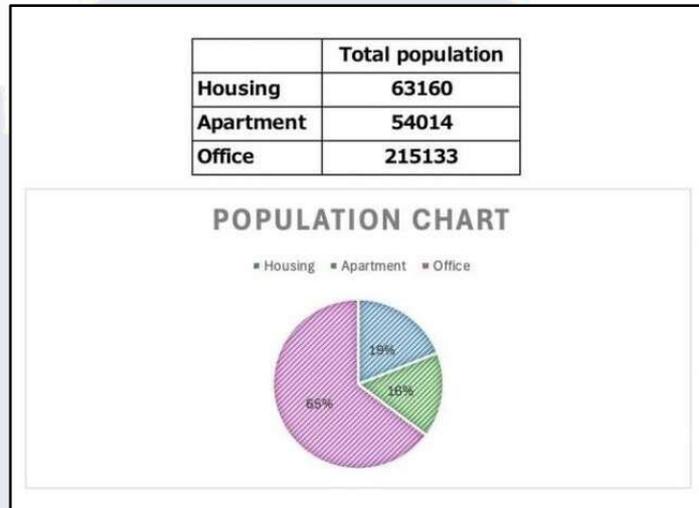
Gambar 3. 17 Total Population Office

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Setelah penulis melakukan perhitungan mengenai jumlah populasi perumahan (*middle-upper*), low area, apartemen, dan office, penulis dapat membuat chart secara otomatis berdasarkan hasil total populasi dari setiap elemen tersebut. Dengan mengubah data populasi menjadi grafik persentase, perusahaan dapat dengan mudah melihat distribusi demografi pelanggan potensial di suatu wilayah yang dituju.

Hal ini juga dapat membantu dalam mengidentifikasi segmen pasar yang dominan dan memahami proporsi masing-masing kelompok seperti penghuni perumahan kelas atas, menengah dan bawah, serta penghuni apartemen dan pekerja kantoran. Diagram ini menyederhanakan visualisasi data sehingga dapat diinterpretasikan dengan cepat dan akurat oleh tim manajemen dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, diagram ini berfungsi sebagai alat analisis yang efektif untuk mendukung keputusan strategis dan memastikan bahwa toko baru dapat memenuhi dan menarik basis pelanggan yang beragam di wilayah tersebut. Pada Gambar 3.18, dapat diketahui bahwa dari total populasi yang telah ditentukan oleh penulis grafik populasi dari Kota Kasablanka menunjukkan angka

tertinggi yaitu Office sebesar 65%, Housing sebesar 19%, dan Apartement sebesar 19%.



Gambar 3. 18 Total Population Chart

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Selanjutnya yaitu penulis akan menghitung populasi unit kost (*boarding house*) dari setiap wilayah sekitar lokasi yang ditentukan yang berkisar sekitar 2 hingga 8 juta per bulan. Hal ini dilakukan karena rumah kos seringkali menjadi pilihan tempat tinggal bagi individu yang baru memulai karir atau sedang dalam masa transisi, seperti pelajar atau pekerja baru. Dengan memperhitungkan populasi unit kost dan kisaran harga yang diberikan, penulis dapat mempunyai gambaran lebih lengkap mengenai calon konsumen di sekitar lokasi yang dituju. Daripada itu, informasi ini juga dapat menjadi referensi untuk membantu calon pekerja perusahaan yang akan ditempatkan pada lokasi baru tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

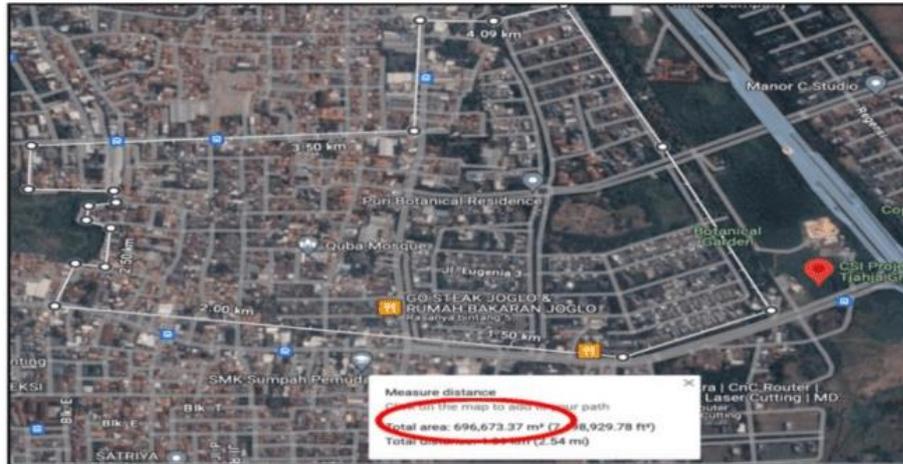
KOST JAKARTA SELATAN						
No	Name	Total Unit	Price/month	Distance		Gmaps
1	Singgahsini Kebalen	20	IDR 3.375	2,5 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/BvJQW82PThYAoTBWA
2	Yora Karet Kuningan	12	IDR 2.300	2,5 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/DgDHEJHZIEVhVont7
3	Exclusive Wall Living	32	IDR 4.850	2,5 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/JVSWEPaRba9bcC38
4	Tina 11 Tipe C1	20	IDR 3.000	2 km	7 min	https://maps.app.goo.gl/gYMBh3CPIlP5G19
5	Green Rasuna	18	IDR 7.000	1,2 km	4 min	https://maps.app.goo.gl/Fk0kamQvVnqoSYU6
6	The Clover Deluxe	35	IDR 4.750	2,8 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/dLyNSfj74wXAur2L9
7	Blessing Dua VIP	16	IDR 2.200	2,4 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/jKcZFFTw9URgsRz6
8	Dgusta Residence	20	IDR 3.100	1,2 km	5 min	https://maps.app.goo.gl/kLJP5QBLHWXJ2VK6
9	3Tranches Setia Budi	24	IDR 3.800	1,7 km	6 min	https://maps.app.goo.gl/fe6acKpCraa5fkeLA
10	The 10 Residence	35	IDR 3.000	2,4 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/PtnN7NqMNDupUX1v7
11	The Podhouse	18	IDR 2.800	2,2 km	7 min	https://maps.app.goo.gl/Y9cwbDcqd3Daxh8
12	House of Aisyah	18	IDR 2.650	2,2 km	7 min	https://maps.app.goo.gl/rfePWWhaPvqQKzCq9
13	The Kholes	20	IDR 6.000	3 km	8 min	https://maps.app.goo.gl/piN4TJ26FyEF4FZi6
14	Samana Residence	32	IDR 4.000	5,7 km	17 min	https://maps.app.goo.gl/EJYe8cglC1g7HB1A
15	Andira Suites	32	IDR 3.250	5,7 km	19 min	https://maps.app.goo.gl/J8skMm5iWpd5vVnn9
16	Towuti Suites	16	IDR 3.000	4,4 km	16 min	https://maps.app.goo.gl/kLZuhbQ1uF2b2kCM9
17	The H Home	30	IDR 5.750	5,2 km	25 min	https://maps.app.goo.gl/AQKF2JMKWtqfCWE6
18	Kost Kusuma Homestay	27	IDR 3.500	7 km	29 min	https://maps.app.goo.gl/5r8j8XXQ9GhvhxSA
19	Cove Central One	65	IDR 5.000	900 m	5 min	https://maps.app.goo.gl/hkuvQFoE84QjEfr9
20	Mendjangan Residence	48	IDR 5.500	1 km	5 min	https://maps.app.goo.gl/EvokEdBys2gQ4d4y5
21	Rukita Verde	16	IDR 3.000	1,3 km	7 min	https://maps.app.goo.gl/hQk6dyJgtVmaqozQA
22	Daun Residence	24	IDR 5.750	1,9 km	11 min	https://maps.app.goo.gl/Gu8DnJazuaN9Tt6
23	Easthouse	18	IDR 4.500	1,3 km	7 min	https://maps.app.goo.gl/NW8FFNGAAfBczRXy5
24	Plaza 54 Residence	84	IDR 7.000	900 m	5 min	https://maps.app.goo.gl/sVuzeyL2Letxpdq7
25	South House Residence	24	IDR 9.500	950 m	6 min	https://maps.app.goo.gl/H5s511AqT2AAJaa6
26	Topaz Residence	80	IDR 3.000	950 m	6 min	https://maps.app.goo.gl/2yGfhwL911M7HHRdA
27	The Nine Residence	81	IDR 3.000	950 m	6 min	https://maps.app.goo.gl/e19QhqtLTH6H8kh9
28	Kost B 8 Jatinegara	32	IDR 3.000	2,8 km	11 min	https://maps.app.goo.gl/rueNDEiPVUJDeY5e6
29	Kost Turbo Space	48	IDR 3.500	1,4 km	6 min	https://maps.app.goo.gl/CLNVEcJ4fHUL7R7C
30	Bassura City	200	IDR 3.100	5,6 km	6 min	https://maps.app.goo.gl/N2bXASvQE9HLM3D6
31	W home express	65	IDR 6.360	5,4 km	7 min	https://maps.app.goo.gl/sH2gdU74Qj7u9t1p9
32	RedDoorz Tebet	300	IDR 3.000	7,2 km	13 min	https://maps.app.goo.gl/fy2vKbuQjvQA676j8
33	Putri Pondok Bambu	30	IDR 2.250	2,6 km	10 min	https://maps.app.goo.gl/3jeh12nPUGrKEicR9
34	Cempaka Corner	16	IDR 2.000	6,6 km	15 min	https://maps.app.goo.gl/58bDLzHZBK73dEwQ9
35	Ceria Kost kalmalang	8	IDR 1.500	6,7 km	17 min	https://maps.app.goo.gl/LxbVWiskh6SxSW5B8
36	U stay Hotel	51	IDR 7.000	6,8 km	18 min	https://maps.app.goo.gl/k47Em24CodaMCKF8
37	Aryani Suites	80	IDR 5.220	6,2 km	14 min	https://maps.app.goo.gl/KeL39qMtZufC6i9f6
38	Fiducia Otista	48	IDR 6.000	3,7 km	11 min	https://maps.app.goo.gl/SxbqSHPa3Vv6egBy6
39	Red Living Apartment	390	IDR 6.810	8,1 km	20 min	https://maps.app.goo.gl/wGtZJ89pbl4Q4wt98
40	Deldhia Hotel	36	IDR 6.000	5,1 km	11 min	https://maps.app.goo.gl/cL1uydiZFXW954v26

Gambar 3. 19 Total Population Units Boarding House

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Lalu, penulis akan melakukan analisis selanjutnya yaitu analisis populasi dengan Menghitung jumlah populasi (*low*) berdasarkan total unit dan populasi penduduk kecamatan dari setiap area disekitar lokasi yang dituju. Perhitungan ini dilakukan penulis dengan menggunakan metode yang sama dengan perhitungan perumahan metode 01 yaitu metode perbandingan. Dengan rumus : **Population Housing** = *Luas Area 1 x Population Subdistrict Point : Luas Area 2 Subdistrict.*

Daripada itu, luas area 1 (satu) merupakan luas area yang akan dihitung, dimana jarak luas area ini dapat dilakukan dengan cara menghitung luas area melalui *google maps*, luas area 2 (dua) yang merupakan luas area kecamatan, dan jumlah populasi *subdistrict point* dapat diketahui melalui *website* Badan Pusat Statistik. Analisis ini memberikan penulis gambaran yang lebih spesifik mengenai potensi pasar pada segmen secara demografis. Hal ini membantu penulis dalam menentukan apakah lingkup area kelas bawah mempunyai potensi untuk mendukung keberhasilan toko baru atau sebaliknya.



Gambar 3. 20 Total Area
Sumber : Google Maps

Kecamatan	Luas Wilayah (km²)		
	2021	2022	2023
Kembangan	26,16	24,16	24,16
Kabon Jenuk	17,98	17,98	17,98
Palmerah	7,51	7,51	7,51
Grupok Petamburan	9,99	9,99	9,99
Tambora	5,40	5,40	5,40
Taman Sari	7,73	7,73	7,73
Cengkaring	26,54	26,54	26,54
Kalideres	30,23	30,23	30,23
Jakarta Barat	129,54	129,54	129,54

Gambar 3. 21 Total Luas Area Subdistrict
Sumber : Badan Pusat Statistik

ID	Area (km²)	Population (2022)	Population Density (per km²)	Name	Area (km²)	Population (2022)	Population Density (per km²)	Name	Area (km²)	Population (2022)	Population Density (per km²)	Name	Area (km²)	Population (2022)	Population Density (per km²)
1	1,36	24198,000	17,792	Kembangan	1,36	24198	17,792	Kembangan	1,36	24198	17,792	Kembangan	1,36	24198	17,792
2	4,26	51887,877	12,180	Kabon Jenuk	4,26	51888	12,180	Kabon Jenuk	4,26	51888	12,180	Kabon Jenuk	4,26	51888	12,180
3	3,74	63397,024	16,951	Palmerah	3,74	63397	16,951	Palmerah	3,74	63397	16,951	Palmerah	3,74	63397	16,951
4	9,96	14886,848	1,494	Grupok Petamburan	9,96	14887	1,494	Grupok Petamburan	9,96	14887	1,494	Grupok Petamburan	9,96	14887	1,494
5	3,08	24465,000	7,943	Tambora	3,08	24465	7,943	Tambora	3,08	24465	7,943	Tambora	3,08	24465	7,943
6	1,01	24108,000	23,870	Taman Sari	1,01	24108	23,870	Taman Sari	1,01	24108	23,870	Taman Sari	1,01	24108	23,870
7	0,96	29705,000	30,943	Cengkaring	0,96	29705	30,943	Cengkaring	0,96	29705	30,943	Cengkaring	0,96	29705	30,943
8	3,08	62487,000	20,288	Kalideres	3,08	62487	20,288	Kalideres	3,08	62487	20,288	Kalideres	3,08	62487	20,288
9	3,07	46000,000	14,984	Jakarta Barat	3,07	46000	14,984	Jakarta Barat	3,07	46000	14,984	Jakarta Barat	3,07	46000	14,984
10	3,7	50700,000	13,703	Jakarta Barat	3,7	50700	13,703	Jakarta Barat	3,7	50700	13,703	Jakarta Barat	3,7	50700	13,703

Gambar 3. 22 Population Low Area
Sumber : Olahan Penulis, 2024

5. Project Plan

Dikutip dari (H. R. Kerzner, 2003) dalam bukunya yang berjudul “*Project Management: A System Approach to Planning, Scheduling, and Controlling.*”, Perencanaan proyek merupakan perencanaan yang digunakan untuk memandu implementasi dan pengendalian proyek. Rencana proyek mencakup berbagai aspek seperti tujuan, sasaran, sumber daya yang dibutuhkan, jadwal, dan risiko. Selain itu, tujuan dari perencanaan proyek adalah untuk memberikan penulis panduan terstruktur dalam pelaksanaan proyek, memastikan bahwa semua anggota tim memahami tujuan dan sasaran proyek, dan membantu dalam mengendalikan dan memantau kemajuan proyek dalam mencapai hasil yang diinginkan.

Dalam praktik kerja magang pada divisi Business Development, ada beberapa hal yang penulis pelajari dan implementasikan dalam perencanaan proyek. Salah satunya yaitu membuat Management Plan. Management Plan digunakan penulis untuk mengidentifikasi tenant potensial atau yang sudah ada di area yang ditargetkan. Hal ini bertujuan agar penulis dapat memahami peta persaingan dan peluang pasar, sehingga strategi pemasaran dapat dipersiapkan dengan lebih tepat.



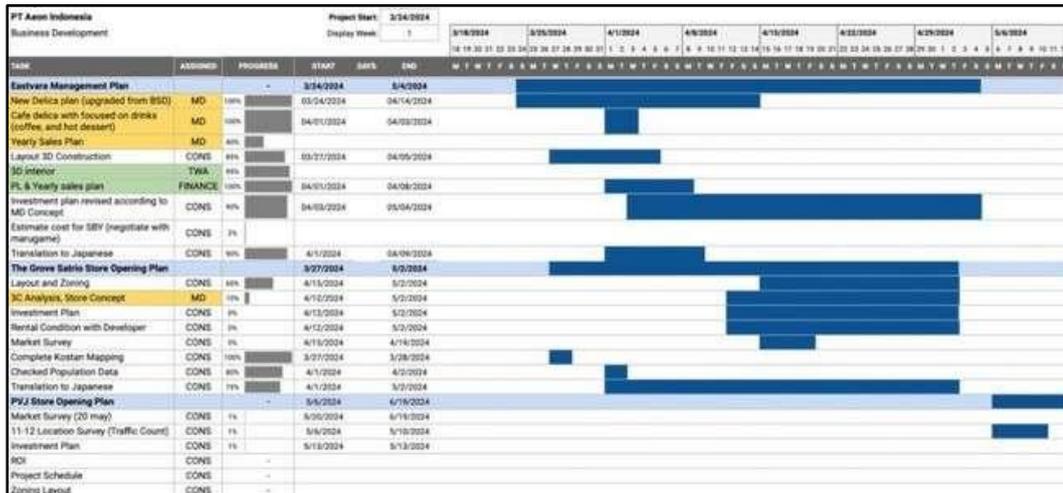


Gambar 3. 23 Management Plan

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Pada Gambar 3.23 merupakan management plan layout yang dibuat penulis untuk Kota Kasablanka. Dalam pembuatan management plan, penulis akan diberikan layout dengan informasi tenant dari developer mall tersebut. Kemudian, penulis akan membagi tenant dengan *insert > shape > free form*, kemudian penulis akan membagi bagian tenant berdasarkan warna yang berbeda yaitu Ungu merupakan tenant Food and Beverage, Pink merupakan Goods dan Service, Kuning merupakan tenant Health and Beauty, dan Biru merupakan tenant Fashion. Hal ini digunakan agar penulis dapat memberikan gambaran mengenai variasi tenant dengan lebih detail. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kemudahan bagi penulis untuk mengetahui apakah masih ada toko yang kosong pada mall tersebut.

Kemudian, perencanaan proyek yang dilakukan oleh penulis yaitu membuat *Daily Task Planning* (Gambar 3.24) yang dikhususkan untuk Business Development. Hal ini bertujuan untuk mengatur setiap tugas yang perlu diselesaikan, dan memastikan bahwa setiap langkah mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dilaksanakan tepat waktu, dengan tanggal mulai dan tenggat waktu yang jelas. Penulis membuat format ini melalui *Google Sheets*, sehingga dapat dibagikan dan di edit secara berkala dan otomatis akan *terupdate* setiap harinya.



Gambar 3. 24 Daily Task Plan

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Dalam praktik kerja magang, penulis diwajibkan dalam pembuatan proyek yang dapat memberikan efisiensi untuk perusahaan, salah satu proyek yang dilakukan penulis yaitu membuat Business Analysis untuk salah satu mall yang memberikan tawaran kepada AEON untuk ekspansi disana. Mall tersebut yaitu One Belpark Mall, Jakarta Selatan. Maka dari itu, penulis akan membuat proposal Business Analysis untuk menganalisa One Belpark Mall.

Berikut merupakan langkah-langkah implementasinya: Pertama yaitu membuat **Executive Summary** merupakan gambaran singkat terkait topik yang akan dibahas pada suatu proposal. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran terkait area yang dituju. Kemudian, melakukan **Tenant Analysis** yaitu mengidentifikasi tenant-tenant yang ada pada area tersebut. Lalu, menentukan **Surrounding Area** yang berisi *Housing, Educational, Cafe dan Restaurant, serta Office*. Hal ini bertujuan agar dapat mengetahui lingkup pasar dan demografi pada area yang ditargetkan.



Gambar 3. 25 Business Analysis, Executive Summary, Company Profile
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

TENANT		AEON
	Supermarket	1
	F & B	47
	Fashion & Lifestyle	9
	HBC	12
	Service	12
	Goods	11
TOTAL	92	
KEY TENANT 		

Gambar 3. 26 Tenant
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

SURROUNDING AREA

01. Complex & Housing

Around the One Belpark Mall, there is a wide range of housing, which varies from the lower class to the middle class and the upper class.
Mostly Low-Middle, Middle-Middle

02. Office

One Belpark Mall surrounded by Office with 50-100 Employees.

03. Educational Institution

04. Cafe & Restaurants

There are many other dining options surrounding the One Belpark, including local watereries, cafes, and Fast Food Outlets.

ONE BELPARK

Gambar 3. 27 Surrounding Area
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

Selanjutnya yaitu penulis melakukan identifikasi mengenai analisis pelanggan, dimana analisis ini dapat dilihat dari 3 (tiga) aspek yaitu **Number Of**

Visitors, dimana aspek ini dapat dilihat dengan cara menghitung konsumen yang datang menggunakan metode *customer traffic survey*. Kemudian, **Customer Activity**, dimana aspek ini dapat dilihat dari aktivitas atau minat yang dilakukan oleh pelanggan pada saat datang ke mall tersebut. Lalu, setelah mengetahui aktivitas pelanggan maka dapat diketahui **Customer Segmentation** yang terdiri atas *Main Target* yaitu minat utama pengunjung, dan *other segmentation* yaitu aktivitas tambahan dari pengunjung.

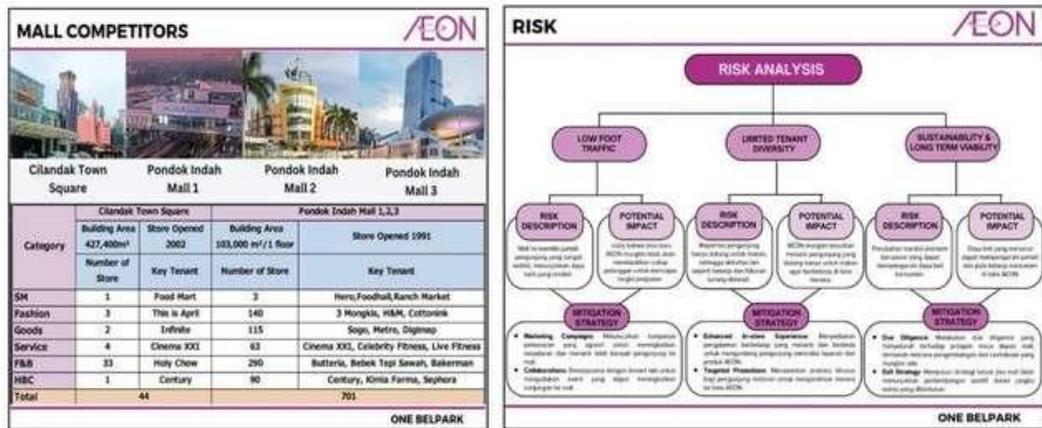


Gambar 3. 28 Customer Analysis
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

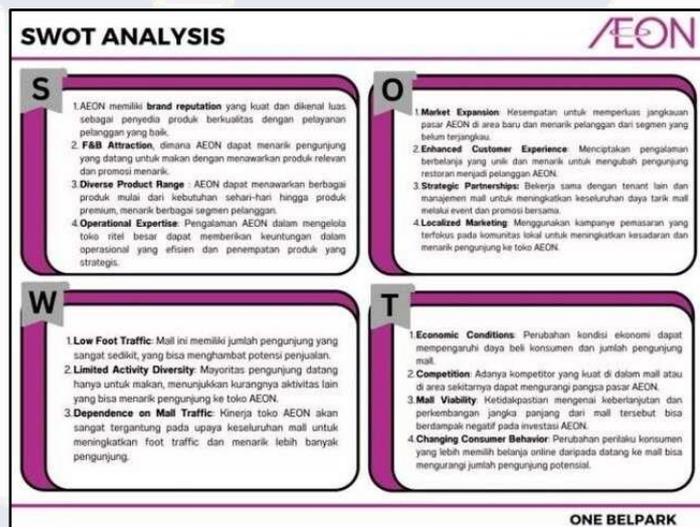
Langkah selanjutnya yaitu penulis menentukan **Mall Competitors** di sekitar area tersebut, hal ini dilakukan untuk menganalisis kesenjangan dan kualitas yang ada pada mall yang dituju dengan mall pesaing. Dengan kata lain, hal ini juga penting untuk dilakukan agar penulis dapat mengetahui tingkat persaingan jangka panjang agar perusahaan dapat menentukan strategi yang berkelanjutan (*sustainable*).

Setelah itu, penulis akan menentukan Resiko (*Risk*) apabila perusahaan melakukan ekspansi pada daerah tersebut. Pada langkah ini, Resiko mencakup resiko-resiko yang mungkin terjadi (**Risk Description**), potensi dampak dari resiko tersebut (**Potential Impact**), serta strategi mitigasi (**Mitigation Strategy**) untuk resiko tersebut. Kemudian, penulis akan menentukan **SWOT Analysis** perusahaan yang bertujuan agar dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh

perusahaan apabila perusahaan memutuskan untuk melakukan ekspansi pada area tersebut.

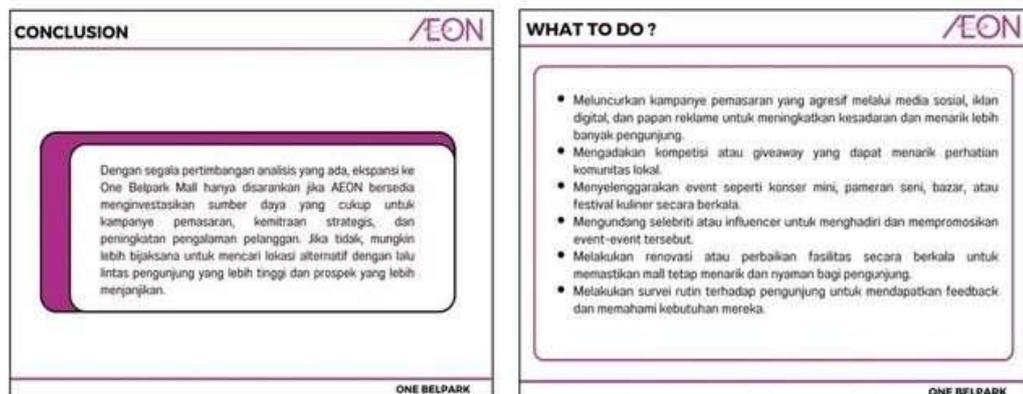


Gambar 3. 29 Mall Competitors and Risk Analysis
Sumber : Olahan Penulis, 2024



Gambar 3. 30 SWOT Analysis
Sumber : Olahan Penulis, 2024

Setelah melakukan analisa-analisa tersebut, maka dapat ditentukan kesimpulan (**Conclusion**) dari business analysis yang dilakukan. Daripada itu, jika dilihat dari analisis diatas maka dapat diketahui bahwa One Belpark Mall memiliki resiko yang tinggi dikarenakan kurangnya pengunjung yang datang. Oleh karena itu, penulis membuat **What To Do** atau apa yang harus dilakukan oleh pihak Mall sehingga resiko tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk perusahaan.



Gambar 3. 31 Conclusion and What To Do

Sumber : Olahan Penulis, 2024

6. Administration

Berdasarkan buku “*Principles of Management*” oleh (Flippo, 1966), Administrasi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan berbagai upaya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tujuan dari adanya administrasi yaitu untuk mengatur dan mengkoordinasikan berbagai sumber daya organisasi agar dapat digunakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi.

Pada praktik kerja magang, selain membuat proposal untuk pembukaan toko baru, penulis juga melakukan tugas-tugas administrasi yang berhubungan dengan departemen Construction and Business Development. Berikut merupakan beberapa tugas administrasi yang dilakukan:

a) *Business Trip Requisition*

Berdasarkan informasi dari admin pada PT AEON Indonesia, Business Trip Requisition digunakan sebagai bukti untuk mengetahui kegiatan yang akan dilakukan pada trip yang akan dilakukan. Daripada itu, Business Trip Requisition juga mencakup anggaran yang akan dikeluarkan untuk kegiatan trip tersebut. Data ini biasanya digunakan untuk divisi Business Development yang ingin melakukan Market Survey terkait area yang akan dilakukan ekspansi. Sehingga, perjalanan dan anggaran tersebut sudah disetujui oleh management dari PT AEON Indonesia.

**PT. AEON INDONESIA
REQUISITION AND PROPOSAL**

APPLICANT'S NAME: Sharifia Maslyyah		Position: Officer	APPLICANT'S SIGNATURE:
Store / SC / Department: Construction			
APPROVAL SEEK FROM: N. Akahane		Title: DGM	
REQUISITION / PROPOSAL: Market survey & People Count For DP Mall Semarang			Name Chopp: Sharifia M
COST CENTER: HQ & Busa Dev			07-May-24

Dear Sir,

I would like to seek your approval customer survey activity

1) Purpose: We would like to propose market survey to get better understand customer profile in surrounding DP Mall Semarang area as a Visitor Mall

2) Detail:

1. Target: Residential Area surrounding DP Mall Semarang as attached below

2. Content:

- Customer profile 300 samples
- Customer survey and research
- Shopping behavior
- Retail product interest
- Customer expectations

3. Period: 31 May - 4 July 2024

4. Manpower: Total 12 staffs

5. Result: Market Research Document

6. Cost:

- Survey 300 pcs x Rp 100.000	EUR	30.000.000
- Manpower 12 Person x Rp 50.000 x 3 month x 4 day	EUR	7.800.000
- Transport 5 Days @ 100.000 x 3 x PP	EUR	2.400.000
TOTAL	EUR	40.200.000

Your consideration and approval to the above matter are highly appreciated

Thank you

CIRCULATION:	AUTHORIZED SIGNATORY	OPINION	REASONS or CONDITIONS
IMMEDIATE SUPERIOR / SENIOR MANAGER	/ /	YES / NO	
Head of Dept(DGM-Store Mgr)	/ /	YES / NO	
Accounting Mgr	/ /	YES / NO	
Finance Mgr	/ /	YES / NO	
Headed Dept	/ /	YES / NO	
Headed Dept	/ /	YES / NO	
Admin. GM	/ /	YES / NO	

PLEASE CIRCLE:	APPROVED		REJECTED		AUTHORIZED SIGNATORY	
	APPROVED WITH CONDITION		REJECTED (CONDITION OR COMMENTS)		Name Chopp	Date / /

Note: Please attached original approved copy of Requisition and Proposal to Purchase Order and payment voucher when submitting for payments.

Gambar 3. 32 Business Trip Requisition

Sumber : Olahan Penulis, 2024

b) Purchase Order

Pesanan pembelian (PO) mempunyai peran penting dalam mengelola dan mengendalikan pembelian barang dari pemasok. Berdasarkan informasi dari admin PT AEON Indonesia, Pesanan pembelian merupakan dokumen formal yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pemasok. PO juga mencakup jenis, jumlah, dan harga barang atau jasa yang akan dibeli.

Fungsi utama pesanan pembelian yaitu sebagai catatan transaksi pembelian yang formal dan tertulis, yang membantu memastikan bahwa kedua belah pihak memiliki pemahaman yang jelas tentang syarat dan ketentuan pembelian. Selain itu, pesanan pembelian berfungsi sebagai alat pengendalian keuangan dan inventaris, membantu perusahaan melacak pengeluaran, mengelola stok, dan mencegah pemesanan barang yang berlebihan atau kurang. Dengan adanya pesanan pembelian, perusahaan dapat memastikan bahwa pembelian dilakukan sesuai

anggaran yang telah ditentukan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meminimalkan risiko kesalahan dalam proses pemesanan.

PURCHASE ORDER

To :
PT. Unifood Indonesia **Jakarta, 21 May 2024**
 Telp : 021 89840001 No. 097/Cons.AG. 657/V/2024

About : AEON Pakuwon – Ice Cream Machine

With this Purchase Order *Ice Cream Machine* at AEON Pakuwon, we are pleased to inform you that we would like to acquire your products as listed below :

Description	Qty	Unit Price	Total
Machine Ice Cream Type 5 636	1	Rp 65.000.000	65.000.000
Subtotal			Rp 65.000.000
Tax 11%			Rp 7.150.000
WHT			Rp -
Grand Total			Rp 72.150.000

Terms and Conditions :

- Term of Payment :
 - Every month on 25th (if public holiday / weekend will be the day after)
 - Invoice hardcopy & e-faktur must arrived at PT AEON Indonesia before 5th each month
 - 30 Day
- Payment with currency of IDR.
- Payment to PT. Unifood Indonesia

PT AEON Indonesia

Proposed by, Approved by,

Aditya Permana Putra **Okki Inderawan**
 Asistant Manager Deputy General Manager

CC : File
-APP 05/24

Gambar 3. 33 Purchase Order
 Sumber : Olahan Penulis, 2024

c) *Payment Confirmation*

Pada perusahaan retail, konfirmasi pembayaran berperan penting dalam mengelola dan memastikan kelancaran proses pembayaran kepada pemasok. Berdasarkan informasi dari admin PT AEON Indonesia, Konfirmasi pembayaran merupakan bukti tertulis yang menunjukkan bahwa pembayaran telah dilakukan dan diterima oleh pemasok sesuai dengan kesepakatan dalam pesanan pembelian dan fakturnya. Adanya Payment Confirmation juga membantu menjaga transparansi dan akuntabilitas keuangan perusahaan.

Selain itu, konfirmasi pembayaran membantu rekonsiliasi keuangan dengan mempermudah pemeriksaan pembayaran yang dilakukan dan faktur yang

diterima, sehingga mengurangi risiko kesalahan atau perbedaan. Dokumen ini juga berfungsi sebagai alat verifikasi untuk audit internal dan eksternal, membantu perusahaan memelihara catatan keuangan yang akurat. Pada Gambar 3.26 terdapat salah satu contoh Form Payment Confirmation yang dibuat oleh penulis, dimana form ini dapat diisi berdasarkan *invoice* atau bukti pembayaran fisik. PC berisi tanggal pembuatan, nomor Purchase Order, Nomor Invoice, Nama Vendor, Nomor RnP, dan approval RnP. Kemudian, penulis akan menuliskan mengenai keperluan form PC, misalnya keperluan untuk konfirmasi pembayaran AEON MCT untuk Sushi Machine DP 30%, maka attachment yang akan dipilih yaitu Payment Before Receiving karena perusahaan melakukan DP sebelum menerima barang.

PT. AEON INDONESIA PAYMENT CONFIRMATION	
Date (mandatory)	: 4 June 2024
PO No	: 078/Cons AG.623/V/2024
Invoice No. (mandatory)	: 3092/1/26/V/2024
Vendor name (mandatory)	: PT. Sigma Bimel
RnP No. (mandatory)	: AG - 2405 - 623
RnP Date (mandatory)	: 05/16/2024
RnP Expiry date (master)	: 05/16/2025

<input type="checkbox"/> Delivery order / Receiving Note (mandatory if payment before receiving) <input type="checkbox"/> Photos* <input type="checkbox"/> Hand over noticed / Progress Report <input type="checkbox"/> Detail Calculation of expenses* <input type="checkbox"/> Others _____ <input type="checkbox"/> Payment after receiving <input checked="" type="checkbox"/> Payment before receiving

Notes:
AEON MCT - SUZUMO SUSHI MACHINE 30% DP

Attach Photos at here/Detail calculation

RELATED PIC SIGNATORY	HEAD DEPARTMENT SIGNATORY
4 June	4 June
	
Widrianti Selfania	Oki Inderawan

PAYMENT DECISION <input checked="" type="checkbox"/> APPROVED <input type="checkbox"/> DECLINED <input type="checkbox"/> DELAYED
--

Gambar 3. 34 Payment Confirmation

Sumber : Olahan Penulis, 2024

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama masa magang pada PT AEON Indonesia sebagai Business Development, penulis melakukan interaksi dengan mentor dan karyawan pada departemen terkait. Dimana, penulis dapat menyimpulkan adanya beberapa kendala

yang dirasa menjadi penyebab kurang maksimalnya output dari kerja pada departemen Business Development. Beberapa kendala tersebut, diantaranya:

1. Keterbatasan Waktu, dikarenakan business development memiliki tugas yang memiliki kompleksitas berbeda-beda. Maka terkadang hal ini menyebabkan tugas yang kompleksitasnya lebih rendah menjadi tertunda atau terlupakan. Tentunya, hal ini menyebabkan pengerjaan proyek menjadi kurang efisien.
2. Kesulitan Mengatur Prioritas, hal ini dikarenakan divisi Business Development belum memiliki sistem yang dapat memonitoring prioritas tugas mana yang harus dilakukan terlebih dahulu. Sehingga hal ini dapat menjadi hambatan proyek secara keseluruhan.
3. Kesulitan Dalam Mengetahui Progress Setiap Proyek, hal ini dikarenakan tanpa sistem yang efisien untuk melacak kemajuan proyek, sulit bagi tim untuk mengetahui progres dari setiap tim.
4. Komunikasi yang Tidak Efektif, dimana hal ini dikarenakan setiap individu memiliki tugas dan kesibukan masing-masing, sehingga menyebabkan kesulitan dalam berkomunikasi antar anggota tim, serta kesulitan dalam berbagi informasi tentang apa yang harus dilakukan selanjutnya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang ada di atas, maka penulis memutuskan untuk membuat solusi yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut yaitu Membuat *Project To-Do List* dalam format Excel, dimana format ini merupakan solusi dari berbagai kendala diatas, yaitu :

- Memudahkan karyawan untuk mengidentifikasi setiap tanggungjawab dan tugas yang harus dilakukan.
- Mempermudah dalam mengatur prioritas tugas secara efektif, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dengan memprioritaskan tugas yang lebih penting atau mendesak. Sehingga, tidak ada yang terlewat atau tertunda.

- Memberikan gambaran atau visibilitas yang jelas mengenai progress setiap proyek yang dilakukan, dikarenakan memiliki kolom progress bar automatic.
- Format ini dapat digunakan sebagai wadah untuk komunikasi yang lebih efektif karena semua informasi mengenai tugas dan progress setiap proyek dapat dengan mudah di akses oleh semua pihak terlibat dimana dan kapan saja.

PT AEON INDONESIA												
DEPT	MANAGEMENT PLAN	TASK	PROJ. NAME	START DATE	END DATE	PROGRESS	STATUS	1	2	3	4	5
Business Development	Management Plan			2024-01-01	2024-01-31	100%	Completed					
Business Development	Opening Store						In Progress					
							Not Started					
							On Hold					
							Cancelled					

Gambar 3. 35 Project To Do List

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Selain itu, Project To-Do List ini mencakup beberapa hal, diantaranya:

- Kolom 1: *Departement*, yaitu berisi departemen-departemen yang berkaitan langsung dengan divisi Business Development.
- Kolom 2: Berisi tujuan atau maksud dari pekerjaan yang dilakukan, misalnya pada Business Development terbagi menjadi 2 (dua) elemen yaitu membuat Management Plan, dan Proposal Opening Store. Daripada itu, tujuan ini bisa disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing departemen.
- Kolom 3: *Project Name*, yaitu berisi mengenai proyek apa yang sedang dikerjakan.
- Kolom 4: *Task* atau Tugas, yaitu berisi tugas-tugas yang harus dikerjakan.
- Kolom 5: *Person In Charge*, yaitu berisi nama individu yang

bertanggungjawab untuk mengerjakan tugas yang telah dituliskan pada kolom 4 (empat).

- Kolom 6 dan 7: *Start Date - Deadline*, merupakan tanggal pengerjaan tugas dan jenjang waktu untuk menyelesaikan tugas.
- Kolom 8: *Constraint*, yaitu berisi permasalahan apabila tugas yang diberikan melewati masa jenjang waktu (deadline).
- Kolom 9: *Progress Bar Automatic*, yaitu berisi mengenai progress dari tugas yang telah dituliskan pada kolom 4. Progress Bar dapat diisi masing-masing individu (PIC) yang mengerjakan tugas.
- Kolom 10: *Status*, yaitu langkah akhir dalam to-do list, dimana apabila tugas telah selesai maka akan dikoordinasikan kepada atasan untuk mengetahui apakah proyek tersebut layak untuk dilanjutkan atau tidak. Kolom ini berisi 3 (tiga) pilihan yang dapat otomatis dipilih yaitu *Approved*, *Hold*, dan *Cancel*.
- Kolom 11: *Year per Week*, dimana kolom-kolom tersebut merupakan tracking yang dapat diisi setiap individu sehingga dapat mengetahui secara detail kapan waktu pengerjaan tugas yang dilakukan. Kolom ini mencakup Januari sampai Desember dengan kolom yang dibagi menjadi 4 (empat) minggu setiap bulannya.