

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran	61
--------------------------------	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital pada era modern telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan industri. Kemajuan teknologi informasi mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan sistem kerja yang lebih terintegrasi, cepat, dan berbasis data. Digitalisasi tidak hanya berperan dalam proses produksi dan pemasaran, tetapi juga menjadi elemen penting dalam kegiatan administrasi yang berfungsi sebagai penopang utama kelancaran operasional perusahaan. Penerapan sistem digital memungkinkan perusahaan untuk mengelola data dan dokumen secara lebih sistematis, akurat, serta efisien, sekaligus mengurangi ketergantungan pada proses manual yang berpotensi menimbulkan kesalahan, keterlambatan, dan ketidakkonsistenan data.

Dalam konteks industri otomotif, penerapan digitalisasi menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya kompleksitas proses bisnis dan volume data yang harus dikelola. Industri otomotif tidak hanya berfokus pada aktivitas produksi dan penjualan kendaraan, tetapi juga melibatkan berbagai proses administratif yang saling terhubung, seperti pengelolaan dokumen kendaraan, pemrosesan pemesanan, persetujuan internal, distribusi unit, hingga pelaporan penjualan secara berkala. Oleh karena itu, efisiensi administrasi penjualan menjadi salah satu faktor kunci yang berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Administrasi penjualan dalam industri otomotif mencakup berbagai aktivitas penting, antara lain pengelolaan data pemesanan kendaraan, pembuatan dan verifikasi dokumen kendaraan, pemantauan data penjualan, serta penyusunan laporan penjualan bulanan yang digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja

perusahaan. Apabila proses administrasi ini tidak dikelola secara optimal, maka dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti keterlambatan distribusi kendaraan, kesalahan pencatatan data, hingga pengambilan keputusan manajerial yang kurang tepat. Oleh sebab itu, penerapan sistem digital dalam administrasi penjualan menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan ketepatan, kecepatan, dan transparansi proses kerja.

Melalui penerapan sistem digital, perusahaan otomotif dapat meningkatkan koordinasi antarbagian, mempercepat alur informasi, serta memastikan bahwa data yang digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis bersifat akurat dan real-time. Digitalisasi juga memungkinkan integrasi data antar divisi, sehingga setiap bagian yang terlibat dalam proses penjualan dapat mengakses informasi yang sama dan terkini. Hal ini sangat penting dalam mendukung pendekatan data-driven decision making, di mana keputusan bisnis didasarkan pada data yang valid dan terukur.

PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia) merupakan salah satu perusahaan otomotif global yang telah menerapkan digitalisasi dalam berbagai proses operasionalnya, termasuk pada bidang administrasi penjualan. Sebagai perusahaan yang bergerak di segmen otomotif premium, PT. XYZ dituntut untuk memiliki sistem administrasi yang andal, efisien, dan sesuai dengan standar global. Digitalisasi administrasi penjualan di PT. XYZ diterapkan melalui penggunaan sistem portal internal yang terintegrasi, yang digunakan untuk proses monitoring, approval, pengelolaan data pemesanan, serta pelaporan penjualan secara terpusat.

Implementasi sistem digital tersebut diharapkan dapat mendukung peningkatan efisiensi kerja, mengurangi potensi kesalahan administratif, serta meningkatkan produktivitas karyawan. Selain itu, sistem digital juga berperan dalam mendukung transparansi data dan mempercepat proses koordinasi lintas divisi, seperti antara Sales, Finance, After-Sales, dan Warehouse. Dengan adanya sistem yang terintegrasi, setiap proses administrasi penjualan dapat berjalan lebih terstruktur dan terkendali.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran digitalisasi terhadap efisiensi administrasi penjualan di PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia). Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan sistem digital dalam pengelolaan data penjualan dan pemesanan kendaraan dapat meningkatkan efektivitas proses kerja serta mendukung pengambilan keputusan manajerial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kontribusi teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi administrasi penjualan, khususnya di industri otomotif yang memiliki tingkat persaingan dan kompleksitas tinggi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

1.2.1 Maksud Kerja

Maksud dari pelaksanaan kegiatan magang ini adalah untuk memberikan pengalaman kerja secara langsung kepada mahasiswa dalam lingkungan industri otomotif, khususnya pada bidang administrasi penjualan yang telah menerapkan sistem digital secara terintegrasi. Melalui kegiatan magang, mahasiswa tidak hanya diperkenalkan pada teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, tetapi juga diberikan kesempatan untuk mengamati, memahami, dan terlibat secara aktif dalam proses kerja nyata yang berlangsung di perusahaan.

Kegiatan magang ini dimaksudkan sebagai sarana pembelajaran aplikatif bagi mahasiswa agar mampu memahami alur bisnis dan sistem administrasi penjualan yang diterapkan di perusahaan multinasional. Dengan terjun langsung ke lingkungan kerja profesional, mahasiswa dapat mempelajari bagaimana proses administrasi penjualan kendaraan dilakukan secara sistematis, mulai dari pengelolaan data pemesanan, verifikasi dokumen kendaraan, proses persetujuan internal, hingga pelaporan penjualan yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen.

Selain itu, kegiatan magang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman praktis mengenai penerapan digitalisasi dalam mendukung efisiensi operasional perusahaan. Mahasiswa diharapkan dapat memahami bagaimana sistem digital

digunakan untuk mempercepat alur kerja, meningkatkan akurasi data, serta mempermudah koordinasi antar divisi. Pengalaman ini penting agar mahasiswa mampu melihat secara langsung manfaat teknologi digital dalam mengatasi permasalahan administratif yang sering muncul dalam proses bisnis konvensional.

Melalui pelaksanaan magang di PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia), mahasiswa juga diharapkan memperoleh wawasan mengenai standar kerja, budaya organisasi, dan etika profesional yang berlaku di perusahaan berskala internasional. Dengan demikian, kegiatan magang tidak hanya berfokus pada pengembangan kemampuan teknis, tetapi juga pada pembentukan sikap profesional, tanggung jawab, serta kemampuan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis.

Secara keseluruhan, maksud dari pelaksanaan kegiatan magang ini adalah untuk menjembatani kesenjangan antara teori akademik dan praktik di dunia industri, sehingga mahasiswa memiliki kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan. Pengalaman yang diperoleh diharapkan dapat menjadi bekal penting bagi mahasiswa dalam mengembangkan kompetensi dan karier di masa depan, khususnya di bidang administrasi penjualan dan pengelolaan data di industri otomotif.

1.2.2 Tujuan Kerja

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1.2.2.1 Mempelajari dan memahami proses administrasi penjualan di PT.

XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia) Indonesia.

Melalui kegiatan magang, penulis bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai alur administrasi penjualan kendaraan di PT. XYZ. Pemahaman ini mencakup proses pengelolaan data pemesanan, pembuatan dan verifikasi dokumen penjualan, koordinasi antar divisi, hingga pelaporan penjualan secara berkala. Dengan terlibat langsung dalam proses kerja, penulis diharapkan mampu memahami bagaimana

administrasi penjualan berperan sebagai penunjang utama kelancaran operasional perusahaan otomotif premium.

1.2.2.2 Mengidentifikasi penerapan sistem digital yang digunakan dalam kegiatan administrasi dan pelaporan penjualan.

Tujuan selanjutnya adalah untuk mengidentifikasi dan memahami sistem digital yang diterapkan oleh perusahaan dalam mendukung aktivitas administrasi penjualan. Penulis mempelajari penggunaan portal internal perusahaan, sistem pelaporan digital, serta alat bantu pengolahan data yang digunakan dalam proses monitoring dan approval. Melalui identifikasi ini, penulis dapat mengetahui bagaimana teknologi digital dimanfaatkan untuk meningkatkan akurasi data, mempercepat alur kerja, dan mempermudah koordinasi antar divisi.

1.2.2.3 Menganalisis peran digitalisasi terhadap peningkatan efisiensi dan efektivitas proses administrasi penjualan.

Kegiatan magang ini juga bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi dan efektivitas administrasi penjualan. Analisis dilakukan dengan membandingkan proses kerja sebelum dan sesudah penggunaan sistem digital, serta mengamati dampaknya terhadap kecepatan pemrosesan data, pengurangan kesalahan administratif, dan kualitas laporan penjualan. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manfaat nyata digitalisasi dalam mendukung kinerja perusahaan.

1.2.2.4 Mengembangkan kemampuan analisis, komunikasi, dan problem solving dalam lingkungan kerja profesional.

Selain penguasaan aspek teknis, tujuan magang ini adalah untuk mengembangkan kemampuan non-teknis yang dibutuhkan dalam dunia kerja, seperti kemampuan analisis, komunikasi profesional, serta penyelesaian masalah. Selama kegiatan magang, penulis dihadapkan pada berbagai situasi kerja yang menuntut kemampuan berpikir kritis,

penyampaian informasi yang jelas, serta pengambilan keputusan yang tepat dalam menghadapi kendala operasional.

1.2.2.5 Memberikan kontribusi positif dalam kegiatan operasional harian melalui pelaksanaan tugas administrasi dan pelaporan yang terstruktur.

Tujuan terakhir dari kegiatan magang ini adalah untuk memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan melalui pelaksanaan tugas-tugas administrasi dan pelaporan yang diberikan. Dengan menjalankan tugas secara disiplin, teliti, dan sesuai dengan prosedur yang berlaku, penulis diharapkan dapat mendukung kelancaran operasional Sales Department serta membantu tim dalam menjaga kualitas dan keandalan data penjualan.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Kegiatan magang dilaksanakan selama periode 30 Juni 2025 hingga 30 Juni 2026, dengan total durasi 12 bulan. Pelaksanaan magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja dimulai pada pukul 09.00 hingga 17.00 WIB. Waktu kerja bersifat fleksibel, menyesuaikan dengan beban pekerjaan yang harus diselesaikan setiap harinya.

Peserta magang memperoleh kebijakan *Work From Home* (WFH) sebanyak satu kali dalam satu minggu, yang diatur secara bergiliran dan disesuaikan dengan kebijakan tim. Selama *WFH*, peserta tetap wajib melaporkan progres pekerjaan harian melalui platform komunikasi internal perusahaan.

Selain kegiatan rutin di kantor, peserta juga terlibat dalam kegiatan di luar kantor seperti *event* dan pameran otomotif, seperti *BCA Expo*, *Gaikindo Indonesia International Auto Show*, *Mall Kelapa Gading Expo*, dan *Plaza Senayan Expo* yang biasanya diadakan secara rutin setiap tahun nya. Pada kegiatan tersebut, jam kerja

dimulai pukul 09.00 pagi hingga penutupan acara sekitar pukul 22.00 WIB, menyesuaikan dengan jadwal operasional event.

Kegiatan magang dilaksanakan di Departemen *Sales PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)*, berlokasi di *The Plaza Office Tower*, Jakarta Pusat, di bawah supervisi pembimbing perusahaan dan bekerja sama dengan berbagai divisi terkait.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan kerja magang diawali dengan serangkaian tahapan administrasi dan seleksi yang harus dilalui oleh peserta sebelum resmi memulai kegiatan kerja di *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)*. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1.3.2.1 Pengajuan Tempat Magang.

Peserta terlebih dahulu mengajukan surat permohonan magang kepada *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)*. melalui pihak universitas. Surat tersebut berisi identitas mahasiswa, jurusan, periode magang yang diusulkan, serta tujuan pelaksanaan magang.

1.3.2.2 Proses Lamaran dan Pengiriman Dokumen

Setelah pengajuan diterima, peserta mengirimkan dokumen pendukung seperti *curriculum vitae* (CV), transkrip nilai, dan surat pengantar dari universitas ke bagian *Human Resources*.

1.3.2.3 Panggilan dan Seleksi Awal

Pihak perusahaan melakukan seleksi administratif terhadap dokumen yang masuk. Bagi peserta yang memenuhi kriteria, akan menerima panggilan wawancara untuk tahap berikutnya.

1.3.2.4 Wawancara Kedua bersama *User / Supervisi*

Pada tahap ini, peserta mengikuti sesi wawancara dengan perwakilan dari Departemen *HR* serta pembimbing dari Departemen *Sales*. Wawancara bertujuan untuk menilai pemahaman peserta mengenai industri otomotif,

kemampuan komunikasi, serta kesesuaian bidang studi dengan posisi yang dibutuhkan.

1.3.2.5 Penerimaan dan Penugasan Departemen

Peserta yang dinyatakan lolos seleksi akan menerima **surat** penerimaan magang (*internship offer letter*) dari perusahaan. Setelah itu, peserta ditempatkan di *Departemen Sales* untuk melaksanakan kegiatan magang sesuai jadwal yang telah ditentukan.

1.3.2.6 Orientasi dan Penjelasan Tugas

Sebelum mulai bekerja, peserta mengikuti sesi *orientation day* yang berisi pengenalan perusahaan, struktur organisasi, budaya kerja, serta sistem digitalisasi yang digunakan dalam proses administrasi penjualan.

1.3.2.7 Mulai Pelaksanaan Kerja

Setelah tahap orientasi selesai, peserta mulai menjalankan aktivitas kerja harian di bawah bimbingan pembimbing perusahaan. Peserta diberikan akses ke sistem internal dan diarahkan untuk mengikuti alur kerja sesuai dengan ketentuan Departemen Sales *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)*.

