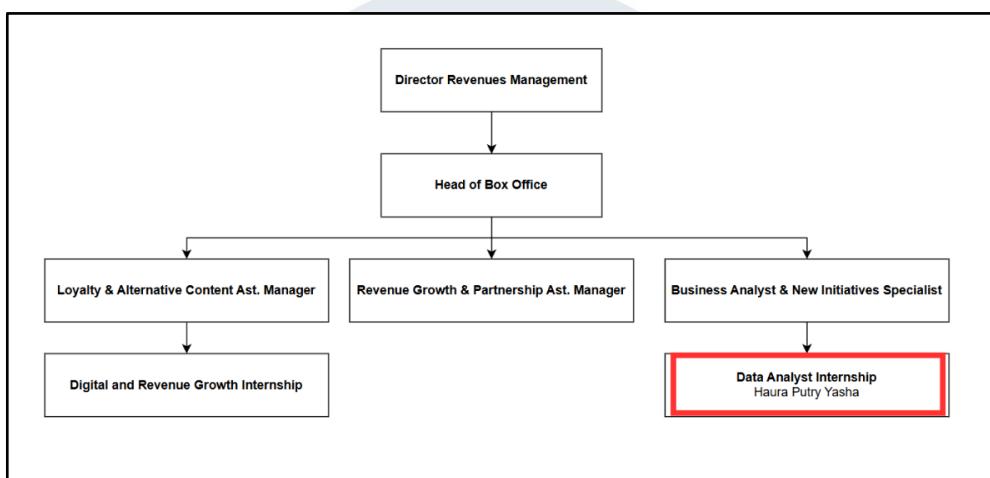


BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan



Gambar 3. 1 Bagan Struktur Divisi Penulis

Sumber: Dokumentasi Internal Perusahaan (2025)

Gambar 3.1 menampilkan posisi yang berada di bawah Director of Revenues Management, tepatnya dalam Divisi Box Office. Struktur organisasi tempat pelaksanaan magang dapat dilihat pada Gambar 2.2. Divisi ini memiliki peran penting dalam pengelolaan strategi pendapatan perusahaan, analisis performa film, serta pengembangan kerja sama bisnis yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan revenue di Cinépolis Indonesia.

Pada tingkat tertinggi dalam struktur divisi terdapat Director Revenues Management yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan strategi dan pengawasan pendapatan bioskop. Posisi ini memastikan seluruh cabang bioskop di Indonesia memiliki kinerja keuangan dan penjualan tiket yang optimal. Di bawahnya terdapat Head of Box Office yang mengelola aktivitas operasional harian divisi serta berkoordinasi langsung dengan beberapa posisi strategis lainnya, yaitu:

1. Loyalty & Alternative Content Assistant Manager, yang menangani program loyalitas pelanggan, serta kegiatan khusus seperti pemutaran film alternatif dan event khusus.
2. Revenue Growth & Partnership Assistant Manager, yang fokus pada analisis kinerja penjualan, pengembangan strategi peningkatan pendapatan, dan kerja sama bisnis dengan pihak eksternal.
3. Business Analyst & New Initiatives Specialist, yang bertanggung jawab dalam menganalisis tren pasar, mengevaluasi performa film, dan mengembangkan ide-ide baru untuk peningkatan pendapatan perusahaan.

Penempatan dilakukan di bawah supervisi Business Analyst & New Initiatives Specialist, dengan posisi sebagai Data Analyst Intern. Dalam posisi tersebut, berbagai kegiatan analisis performa film, penyusunan laporan mingguan dan bulanan, serta pembuatan dashboard berbasis data menggunakan perangkat lunak Tableau dilaksanakan untuk mendukung operasional divisi. Selain itu, proses validasi dan interpretasi data penjualan juga dilakukan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis oleh tim Box Office.



Gambar 3. 2 Dokumentasi bersama divisi Box office dan C-Level

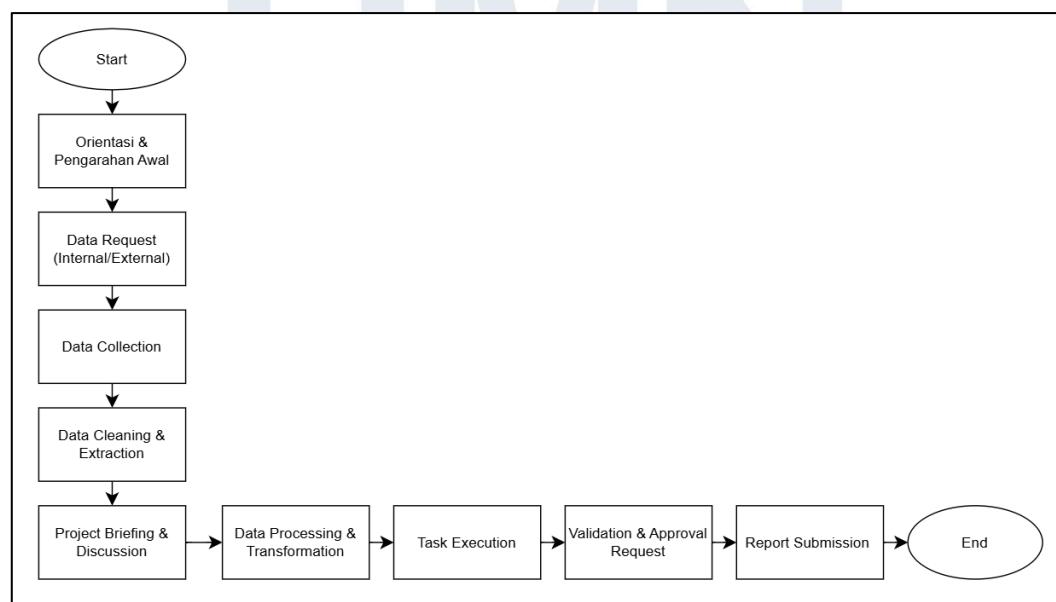
(Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar 3.2 menampilkan dokumentasi kegiatan Town Hall yang diselenggarakan oleh Cinepolis Indonesia dengan menghadirkan perwakilan manajemen tingkat C-Level dari Cinepolis Meksiko. Kegiatan ini dihadiri oleh jajaran manajemen dan karyawan dari berbagai divisi sebagai forum komunikasi internal perusahaan. Town Hall dilaksanakan sebagai sarana penyampaian informasi strategis, arah kebijakan perusahaan, serta perkembangan kinerja bisnis Cinepolis secara global maupun di tingkat nasional.

Melalui kegiatan ini, manajemen pusat menyampaikan visi, misi, serta target perusahaan ke depan, sekaligus memberikan pemahaman mengenai peran setiap unit kerja dalam mendukung pencapaian tujuan tersebut. Selain itu, Town Hall juga berfungsi untuk memperkuat koordinasi dan keterlibatan antara manajemen pusat dan tim Cinepolis Indonesia, menciptakan transparansi informasi, serta membangun keselarasan strategi di seluruh lini organisasi. Dokumentasi ini menggambarkan suasana acara yang bersifat formal dan kolaboratif, yang mencerminkan komitmen perusahaan dalam membangun komunikasi internal yang terbuka dan berkelanjutan.

3.1.2 Koordinasi

Alur kegiatan alur kerja magang digambarkan dalam Gambar 3.3 berikut.



Gambar 3.3 Bagan Alur Pelaksanaan Magang

Gambar 3.3 menampilkan alur kegiatan selama masa magang di Divisi Box Office – Revenue Management, Cinépolis Indonesia. Alur tersebut menggambarkan tahapan proses kerja yang dilaksanakan sejak awal pelaksanaan magang hingga penyelesaian tugas akhir.

Kegiatan diawali dengan tahap orientasi dan pengarahan awal, di mana peserta magang diperkenalkan dengan struktur organisasi, sistem kerja, serta perangkat yang digunakan, seperti Tableau, Excel, Infoworks, Vista, dan Microsoft Teams Planner. Setelah pemahaman terhadap ruang lingkup pekerjaan diperoleh, permintaan data (data request) diterima dari pihak internal divisi maupun eksternal, seperti tim A&P dan Accounting.

Tahap selanjutnya adalah data collection, yaitu proses pengumpulan data transaksi dan promo dari berbagai sumber internal perusahaan. Data yang telah terkumpul kemudian melalui proses data cleaning & extraction untuk memastikan tidak terdapat duplikasi, kesalahan format, atau nilai kosong sebelum dilakukan analisis. Setelah data dinyatakan valid, dilaksanakan project briefing & discussion bersama supervisor untuk menentukan arah analisis, kebutuhan laporan, serta jadwal penyelesaian tugas.

Berikutnya dilakukan tahap data processing & transformation, yaitu pengolahan data ke dalam bentuk visualisasi atau laporan analitis yang relevan dengan kebutuhan divisi. Lalu untuk Tahap task execution dilakukan dengan menghasilkan keluaran berupa laporan mingguan dan bulanan, seperti Weekly Programming Deck, Fraud Report, Special Price Film Report, dan Monthly Closing Calendar. Setelah laporan disusun, dilakukan proses validation & approval request kepada supervisor dan Head of Box Office untuk memastikan kesesuaian data dan hasil analisis dengan standar perusahaan.

Tahap terakhir adalah report submission, yaitu pengiriman report ke divisi divisi terkait, seperti Accounting, IT Programming, atau Cinema Manager perwakilan site. Proses ini menandai selesainya satu siklus kegiatan magang,

dengan hasil akhir berupa data dan report yang telah divalidasi serta dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas tugas yang dilakukan oleh selama program magang berlangsung ditampilkan pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	Minggu ke-10 s/d 16	Champaign membership My 2nd Home	Melakukan tracking potensi fraud pada member, plotting voucher untuk membership Club Cinépolis, pengolahan data transaksi dan data member, serta pengembangan dashboard menggunakan Tableau untuk monitoring transaksi dan aktivitas member.
2.	Minggu ke-1 s/d 26	Fraud Membership Analysis	Menyusun report dan analisis terhadap data membership yang terindikasi memiliki transaksi tidak wajar, melakukan pengecekan data member secara individual, menghasilkan data penarikan khusus untuk member dengan pembelian tiket dalam jumlah tidak normal, serta mendukung kebutuhan pengecekan data fraud yang oleh tim marketing.
3.	Minggu ke-8	Proposal Business Partnersip	Menyusun draft proposal kerja sama dengan A&W, mencakup skema pembagian voucher, benefit pelanggan, mekanisme promosi.
4.	Minggu ke-1 s/d 26	Digital Channel	Melakukan pembaruan data digital channel setiap 5 dan 7 hari untuk dimasukkan ke dalam materi Weekly Programming.

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
5.	Minggu ke-1 s/d 26	Promo Result & Web App Transaction	Melakukan pengolahan data promosi dan web application, menyusun laporan hasil promosi, mengirimkan report summary promo perbulan kepada tim Accounting melalui email, serta menyusun laporan Weekly Promo Redemption setiap minggu.
6.	Minggu ke-1 s/d 26	Weekly Programming Meeting	Persiapan data melalui proses data scraping kompetitor, data cleaning, dan data preprocessing; pengolahan data cinemawise, filmwise, dan special format; pengunggahan data ke OneDrive; penyusunan visualisasi grafik Admits, GBOR share, dan incatchment ke dalam PPT; serta penyusunan jadwal dan action plan tim Box Office untuk empat minggu ke depan.
7.	Minggu ke-1 s/d 26	Monthly Movie Performance Report (MTD Variance Analysis)	Melakukan analisis Month-to-Date (MTD) Variance berdasarkan indikator Attendees, SPH, dan ATP untuk menghitung serta menganalisis selisih performa terhadap data aktual, sekaligus mengelompokkan film teratas, film yang tidak ditayangkan, serta film dengan performa baik dan underperforming.
8.	Minggu ke-1 s/d 26	Site Discussion (MoM Meeting)	Penyusunan notulensi rapat, analisis market share, revenue share, dan Average Ticket Price (ATP), analisis film dengan performa tertinggi di setiap site, evaluasi faktor kenaikan dan penurunan market share, serta perbandingan kinerja dengan kompetitor pada 36 site yang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
			dikelompokkan ke dalam 6 regional.
9.	Minggu ke-1 s/d 26	Special Format (Monthly & Weekly Meeting Update)	Update data report monthly grafik special format share terhadap total 9 cinema, share edge, dan kontribusi berdasarkan tipe format; serta pembaruan laporan mingguan untuk update cinema yang mencakup share edge, admits share edge, revenue share edge, type wise contribution, dan tabel special format untuk gbor share edge target dan actual data.
10.	Minggu ke-14	PaysGift Journey	Pembuatan testing aplikasi dari awal hingga payment.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Kegiatan selama pelaksanaan kerja yang dilakukan di Cinépolis Indonesia, dimulai dari dukungan pengelolaan data operasional, penyusunan laporan performa, pengembangan dashboard analisis, serta pemberian dukungan data bagi divisi Box Office. Berikut uraian kerja nya:

3.3.1 Champaign Membership My 2nd Home

Pada proyek ini, dilakukan pengolahan dan analisis data membership My 2nd Home yang berfokus pada pemantauan aktivitas member dalam menjalankan misi dengan menjadi top spender di cinepolis dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Gambar poster project club cinepolis (My 2nd Home) ditampilkan pada Gambar 3.4.



Gambar 3. 4 Gambar Poster Project My 2nd Home

Sumber: Dokumentasi Internal Perusahaan (2025)

Gambar 3.4 menampilkan poster misi membership Club Cinépolis yang digunakan sebagai media informasi kepada member terkait program Champaign Membership My 2nd Home. Program ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi member melalui pemenuhan syarat transaksi tertentu selama periode kampanye berlangsung. Dalam Program ini, member diwajibkan memenuhi ketentuan pembelian tiket nonton dan food and beverage (F&B) dalam jumlah serta periode tertentu untuk menyelesaikan misi yang tersedia dan berhak memperoleh berbagai keuntungan, seperti potongan harga, voucher partner, serta hadiah lainnya.

Dalam pelaksanaan proyek ini, tugas yang dilakukan meliputi pelacakan potensi fraud pada transaksi member yang mengikuti misi dalam program tersebut. Ditampilkan pada Gambar 3.5.

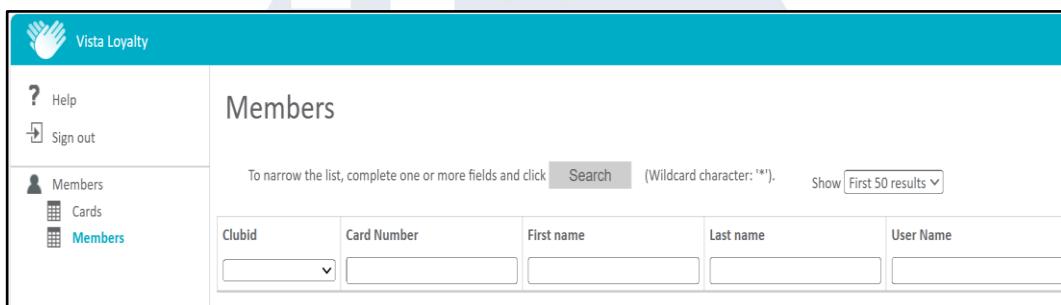
SN	Order No	Order Date Time	Order Type	Movie	Show	Qty	Food Items	Email	Order Date
1			1	Tickets	02-10-2025 13:35	1	C@gmail.com	
2	L		1	Tickets	02-10-2025 18:30	2	O@gmail.com	
3	L		1	Tickets	02-10-2025 12:30	1	O@gmail.com	
4	L		1	Tickets	02-10-2025 11:30	2	O@gmail.com	
5	L		1	Tickets	02-10-2025 13:10	1	O@2@gmail.com	L
6	L		1	Tickets	02-10-2025 15:40	2	O@gmail.com	L
7	L		1	Tickets	02-10-2025 11:30	1	O@gmail.com	L
8	T		1	Tickets	02-10-2025 16:00	2	O@nctspedia.com	
9	N		1	Tickets	02-10-2025 20:00	2	O@nctspedia.com	
10			1	Ticket + F&B	02-10-2025 13:00	2 (1)			

Gambar 3. 5 Data Raw Tracking My 2nd Home

Gambar 3.5 menampilkan data raw tracking program My 2nd Home yang digunakan untuk melacak apakah member berhasil menyelesaikan misi yang

diberikan. Data ini mencakup informasi pemesanan tiket, waktu transaksi, jenis pesanan, jadwal penayangan, jumlah pembelian, serta detail pendukung lainnya.

Setelah dilakukan penarikan raw data dari sistem internal perusahaan, tahap selanjutnya adalah melakukan proses penyaringan (filtering) terhadap transaksi dengan jumlah yang besar maupun transaksi yang terindikasi mencurigakan. Selanjutnya, dilakukan pengecekan status dan aktivitas keanggotaan (membership) melalui tools Vista Loyalty, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3.6.



Gambar 3. 6 Vista Loyalty

Gambar 3.6 menampilkan tampilan Vista Loyalty yang digunakan untuk mengecek dan memverifikasi data membership berdasarkan transaksi yang telah difilter sebelumnya. Melalui tools ini, dapat diketahui informasi detail member, seperti identitas akun, riwayat transaksi, serta status keanggotaan, sehingga membantu dalam mengidentifikasi transaksi yang valid maupun transaksi yang terindikasi tidak wajar. Dengan tools ini, perusahaan dapat memastikan validitas data member serta kesesuaian transaksi dengan akun membership yang terdaftar.

Setelah dilakukan pengecekan melalui Vista Loyalty, tahap selanjutnya adalah menyusun report data membership yang ditampilkan pada Gambar 3.7.

Order Date	(All)	Count of Movie	Count of Food Items	Calo	block	tumbal darah
1. @gmail.com		1	1	Calo	block	predator
2. @gmail.com		1	1	Calo	block	tumbal darah
3. @gmail.com		1	1	Calo	block	tumbal darah
4. @gmail.com		1	1	Calo	block	qmall galeria
5. @yehex.com		1	1	Calo	block	tumbal darah

Gambar 3. 7 Pengecekan Kecurangan Data Membership

Gambar 3.7 menampilkan hasil pengecekan dan rekapitulasi data membership berdasarkan alamat email member, jumlah transaksi pembelian tiket (count of movie), serta jumlah pembelian food items. Proses ini dilakukan dengan memantau pola transaksi member yang terindikasi tidak wajar, seperti frekuensi pembelian tiket yang berlebihan dalam periode waktu tertentu, guna memastikan bahwa partisipasi member sesuai dengan ketentuan program. Hasil pelacakan ini digunakan sebagai dasar dalam proses validasi data peserta program.

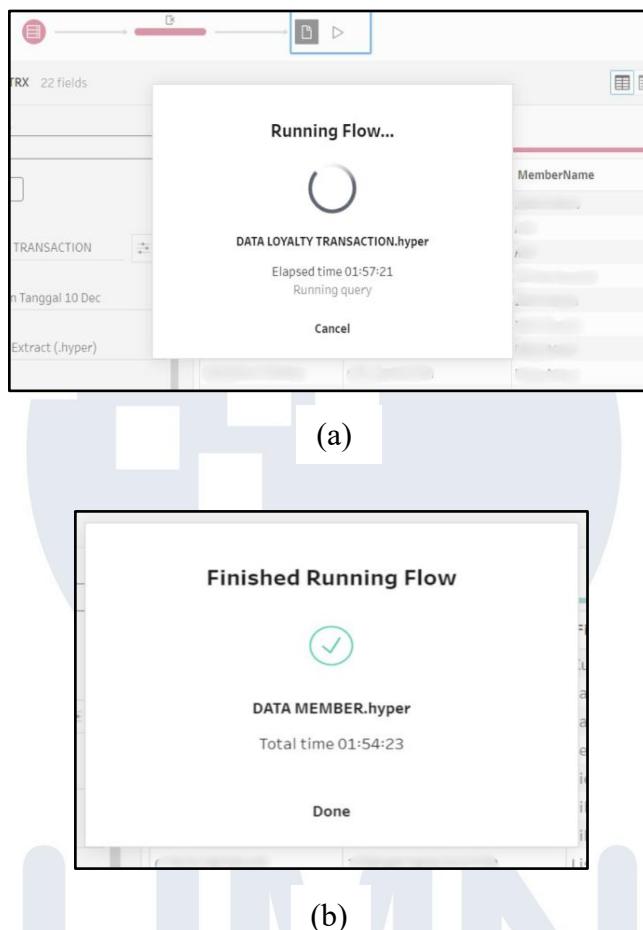
Tahapan akhir setelah dilakukan pengecekan data membership adalah melakukan plotting data voucher untuk membership Club Cinépolis. Proses ini ditujukan kepada member yang telah memenuhi minimal syarat pembelian, berhasil menyelesaikan misi yang ditetapkan, serta tidak terindikasi sebagai fraud member. Pembagian dan klasifikasi data voucher tersebut disajikan sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3.8.

Partner	Voucher code	MTHR LOCATION	Popcorn MEDIUM	Promo	Voucher Partner	#Plotted
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	RUPARUPA	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	GOPAY	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	MAXX COFFEE	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	KOPKEN	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	MATAHARI	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	ttl (popcorn)	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	ttl (popcorn large)	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*		1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*		1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	TOTAL WINNER	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	MONTHLY	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	SEASON	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*		1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*	TOTAL voucher	1
MATAHARI		YES		Diskon 50k min belanja 350k*		1

Gambar 3.8 Plotting Voucher My 2nd Home

Gambar 3.8 menampilkan pembagian dan klasifikasi data voucher program My 2nd Home berdasarkan partner, kode voucher, jenis promo, serta kategori penerima voucher. Data ini disusun untuk memastikan pendistribusian voucher dilakukan secara tepat kepada member Club Cinépolis yang telah memenuhi ketentuan program, baik pada kategori monthly, season, maupun total winner, serta telah lolos dari proses validasi dan pengecekan fraud. Setelah itu melakukan run

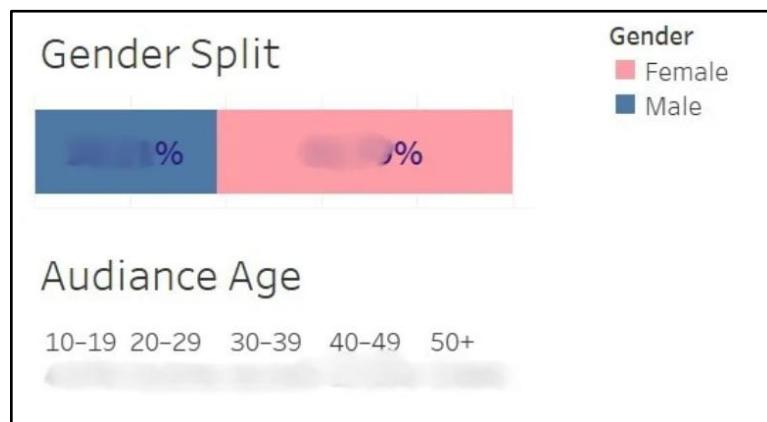
tableau untuk mengambil data member dan data transaksi, seperti ditampilkan pada gambar 3.9



Gambar 3. 9 Run Tableau Prep (a) Data Transaction, dan (b) Data Member

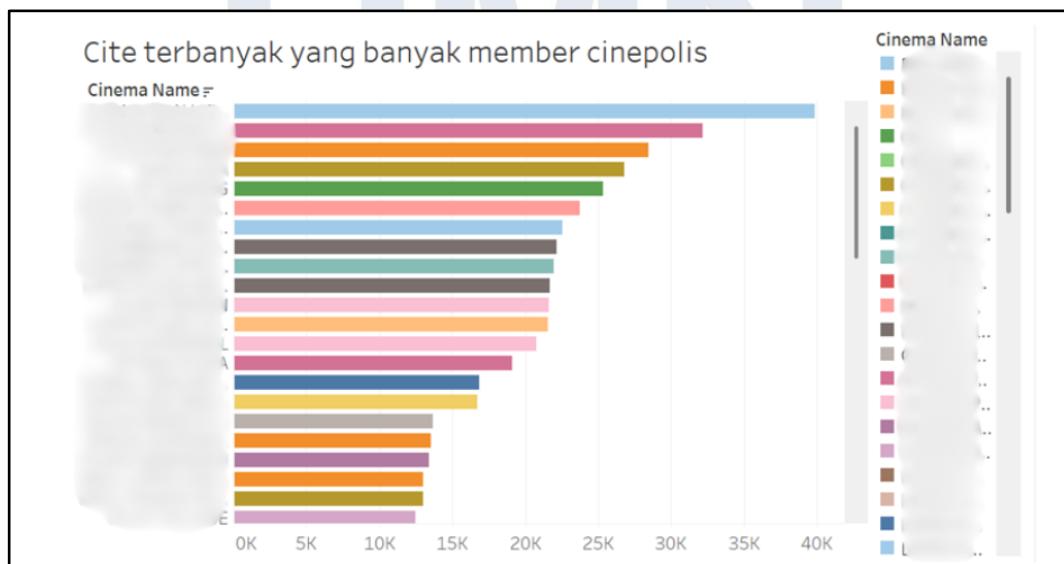
Gambar 3.9 menampilkan proses Run pada Tableau Prep yang dilakukan untuk menjalankan alur pengolahan data (data flow) setelah seluruh tahapan pembersihan, penggabungan, dan transformasi data selesai dilakukan. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan output data akhir yang siap digunakan pada tahap analisis lanjutan dan pembuatan dashboard.

Setelah itu, dilakukan pengembangan dashboard menggunakan Tableau yang digunakan untuk memonitor transaksi dan aktivitas member secara berkala sebagai bahan evaluasi internal. Ditampilkan pada Gambar 3.10.



Gambar 3. 10 Audiance Profile

Gambar 3.10 menampilkan Audience Profile yang menyajikan karakteristik demografis audiens berdasarkan distribusi jenis kelamin dan kelompok usia. Pada bagian Gender Split, ditampilkan perbandingan proporsi audiens antara female dan male dalam bentuk visualisasi batang, sehingga komposisi gender audiens secara keseluruhan dapat diketahui. Selanjutnya, visualisasi distribusi audiens berdasarkan rentang usia, yaitu 10–19, 20–29, 30–39, 40–49, dan 50 tahun ke atas. Informasi ini digunakan untuk mengidentifikasi segmentasi usia audiens yang dominan. Visualisasi cite yang memiliki banyak member cinepolis ditampilkan pada Gambar 3.11.



(a)

26

	Transaction Date Time 2024									
	August					September				
Standar..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..	Wee..
BINJAI ..										
LIPPO ..										
LIVING ..										
MAL B..										
MAL M..										
MALL P..										
PLAZA ..										
SIANT..	1									
SUN PL..	2,									

(b)

Member Join CinWise					YEAR(Member Join Date)	
2023		Member Join Date	2024	2025	Grand Total	
<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/> (All) <input checked="" type="checkbox"/> 2023 <input checked="" type="checkbox"/> 2024 <input checked="" type="checkbox"/> 2025

(c)



(d)

Standar dized Ci nema N..	Member with TRX	Total TRX	Item Quantity	GBOR	Loyal
BINJAI ..					
LIPPO ..					
LIVING ..					
MAL B..					
MAL M..					
MALL P..					
PLAZA ..					
SIANT..					
SUN PL..					

(e)

Gambar 3. 11 Visualisasi Tableau

Gambar 3.11 (a) menampilkan visualisasi dashboard yang menunjukkan daftar site bioskop Cinépolis dengan jumlah membership terbanyak. Grafik ini digunakan untuk mengidentifikasi lokasi dengan tingkat partisipasi member yang paling tinggi, sehingga dapat menjadi dasar dalam analisis sebaran member serta evaluasi efektivitas program My 2nd Home pada masing-masing site. Secara keseluruhan, visualisasi pada gambar ini digunakan sebagai pendukung analisis profil audiens serta sebagai dasar dalam evaluasi strategi pemasaran dan penyesuaian program promosi agar lebih tepat sasaran. (b) gambar ini menampilkan tampilan TRXCinWise yang menyajikan data transaksi box office berdasarkan masing-masing cinema (cinema-wise) dengan pengelompokan waktu transaksi. Pada bagian atas visualisasi, ditunjukkan periode Transaction Date Time tahun 2024 yang dibagi ke dalam bulan, seperti Agustus dan September, serta rincian mingguan di setiap bulan tersebut. Pada sisi vertikal, ditampilkan daftar site Cinépolis yang menjadi objek analisis, sehingga setiap baris merepresentasikan satu lokasi bioskop. Data transaksi pada masing-masing site disusun secara kronologis berdasarkan minggu, sehingga memungkinkan pemantauan pola transaksi dan pergerakan performa box office dari waktu ke waktu. Sehingga ini dapat membantu proses

monitoring transaksi secara periodik, mengidentifikasi perbedaan volume transaksi antar site, serta mendukung analisis tren performa box office berdasarkan lokasi dan periode tertentu. Informasi yang dihasilkan dari tampilan ini selanjutnya dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi internal dalam pengambilan keputusan operasional dan penyusunan laporan kinerja box office,

Selanjutnya gambar (c) menampilkan visualisasi Member Join CinWise yang menyajikan informasi terkait waktu bergabungnya member ke dalam sistem CinWise berdasarkan tahun. Pada bagian utama visualisasi, ditampilkan pengelompokan Member Join Date ke dalam rentang tahun 2023, 2024, dan 2025, serta akumulasi keseluruhan data yang ditampilkan dalam Grand Total. Visualisasi ini untuk memberikan gambaran tren pertumbuhan member dari tahun ke tahun, sehingga dapat diketahui periode dengan tingkat penambahan member yang paling signifikan. Selain itu, pada sisi kanan visualisasi disediakan fitur filter YEAR (Member Join Date) yang memungkinkan pemilahan data berdasarkan tahun tertentu atau keseluruhan periode.

Gambar (d) menampilkan indikator ACTIVE yang menyajikan ringkasan metrik utama terkait aktivitas member dalam sistem. Informasi yang ditampilkan mencakup jumlah member yang melakukan transaksi (Member with TRX), total transaksi yang tercatat (Total TRX), serta frekuensi kunjungan member (Visit Freq). Tampilan ini digunakan untuk memberikan gambaran singkat mengenai tingkat keaktifan member dalam periode tertentu. Dengan adanya indikator ini, aktivitas transaksi dan pola kunjungan member dapat dipantau secara ringkas dan terstruktur. Informasi tersebut selanjutnya dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi internal untuk menilai efektivitas program membership serta mengidentifikasi tingkat engagement member terhadap layanan Cinépolis.

Dan gambar (e) menampilkan tampilan tabel CineWise yang menyajikan ringkasan data performa transaksi membership berdasarkan masing-masing site Cinépolis. Setiap baris pada tabel merepresentasikan satu lokasi bioskop, sedangkan kolom-kolom yang ditampilkan memuat indikator kinerja utama, seperti

jumlah member yang melakukan transaksi (Member with TRX), total transaksi (Total TRX), jumlah item yang terjual (Item Quantity), serta nilai pendapatan loyalti (GBOR Loyalty). Tabel ini digunakan untuk memudahkan proses perbandingan performa antar site secara terstruktur dan konsisten. Dengan penyajian data dalam bentuk tabel, perbedaan tingkat aktivitas member dan kontribusi transaksi loyalti pada masing-masing lokasi dapat diidentifikasi dengan lebih jelas. Informasi yang dihasilkan dari tampilan ini selanjutnya dimanfaatkan sebagai bahan monitoring dan evaluasi internal terhadap kinerja program membership di setiap site Cinépolis.

3.3.2 Fraud Membership Analysis

Kegiatan ini mencakup proses analisis terhadap data membership yang berpotensi mengalami kecurangan (fraud). Analisis dilakukan dengan meninjau pola transaksi pengguna yang menunjukkan aktivitas tidak wajar, seperti pembelian dalam seminggu bisa puluhan-ratusan tiket atau member membeli di site site berbeda dengan jarak yang sangat jauh antara site 1 dengan pembelian di site yang lain. Dalam melakukan pengecekan fraud member dapat dilihat dari vista loyalty dengan menganalisis transaksi per member dan menghasilkan report summary yang ditampilkan pada Gambar 3.12.

Gambar 3. 12 Weekly Report Summary Fraud Member

Gambar 3.12 menampilkan ringkasan hasil analisis pengecekan transaksi per member yang disusun berdasarkan minggu, nomor member, email, serta

informasi detail transaksi yang dilakukan. Pada report ini juga ditampilkan indikasi yang muncul dari pola transaksi, seperti pembelian tiket dalam jumlah besar pada tanggal dan lokasi yang berdekatan, serta tindakan yang diberikan oleh tim, seperti block atau status masih aman. Report ini berfungsi sebagai deteksi dini dan pencegahan penyalahgunaan membership point yang akan ditindak lanjut untuk diteruskan ke divisi IT untuk dilakukan proses pemblokiran akun. Selanjutnya jika ada request oleh tim marketing pemagang dapat membantu melakukan pengecekan juga, seperti di Gambar 3.13.

14/12/2025 6:50 PM		1	LIPPO PLAZA JAMBI	Club Cinépolis Points		Ticket Type		
14/12/2025 6:50 PM		2	LIPPO PLAZA JAMBI	Club Cinépolis Points		Ticket Type		
14/12/2025 6:50 PM		1	LIPPO PLAZA JAMBI	Club Cinépolis Points VIP		Ticket Type		
14/12/2025 6:50 PM		1	LIPPO PLAZA JAMBI	Trie Credit	3	Ticket Type		
14/12/2025 6:50 PM	1	2	LIPPO PLAZA JAMBI	Trie Credit		BOOKING FEE		
11/12/2025 8:35 AM	1	1	LIPPO PLAZA JAMBI	Club Cinépolis Points		Ticket Type		
11/12/2025 8:35 AM	1	2	LIPPO PLAZA JAMBI	Club Cinépolis Points		Ticket Type		
11/12/2025 8:35 AM	1	1	LIPPO PLAZA JAMBI	Club Cinépolis Points VIP		Ticket Type		
11/12/2025 8:35 AM	1	1	LIPPO PLAZA JAMBI	Trie Credit		Ticket Type		
11/12/2025 8:35 AM	1	2	LIPPO PLAZA JAMBI	Trie Credit		BOOKING FEE		

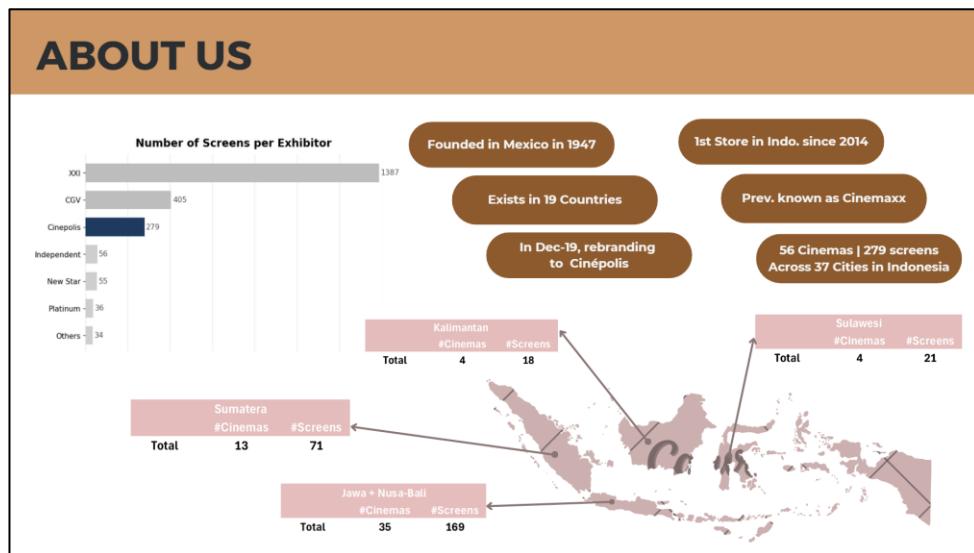
Gambar 3. 13 Checking Fraud (Point Club Cinepolis)

Gambar 3.13 menampilkan data transaksi point secara detail yang digunakan dalam proses verifikasi lanjutan, yang mencakup informasi waktu transaksi, lokasi bioskop, jumlah transaksi, jenis pembayaran atau penggunaan poin membership, serta tipe transaksi seperti pembelian tiket dan booking fee. Pengecekan ini dilakukan untuk memastikan kesesuaian antara data transaksi dengan data membership yang tercatat di sistem, sekaligus membantu tim marketing dalam mengklarifikasi transaksi tertentu yang memerlukan peninjauan lebih lanjut sebagai bagian dari evaluasi program dan aktivitas promosi yang sedang berjalan.

3.3.3 Proposal Business Partnership

Proyek ini berfokus pada penyusunan proposal kerja sama bisnis dengan A&W sebagai bentuk kolaborasi promosi lintas merek untuk saling menguntungkan bagi masing-masing perusahaan. Dengan menampilkan proposal gambaran umum

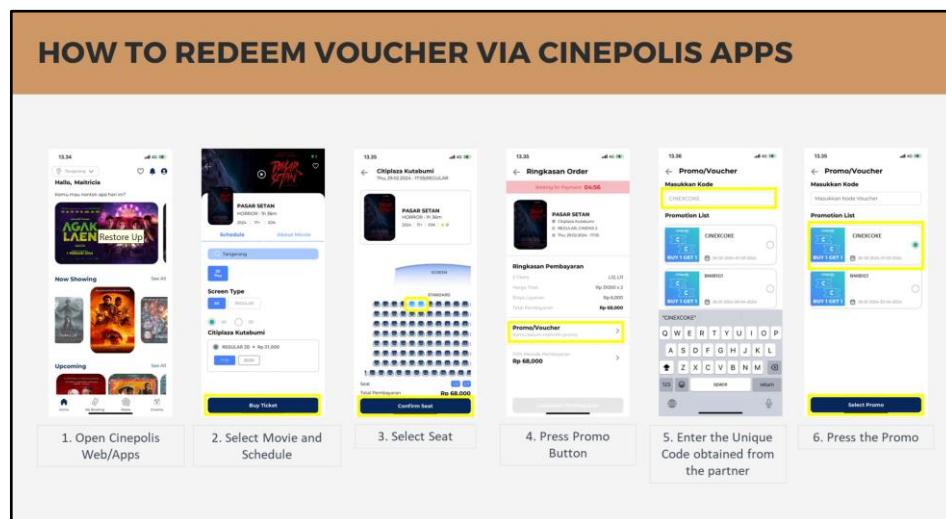
tentang cinepolis perusahaan akan mengetahui tentang gambaran umum di tampilkan pada Gambar 3.14.



(a)



(b)



(c)



(e)



(f)

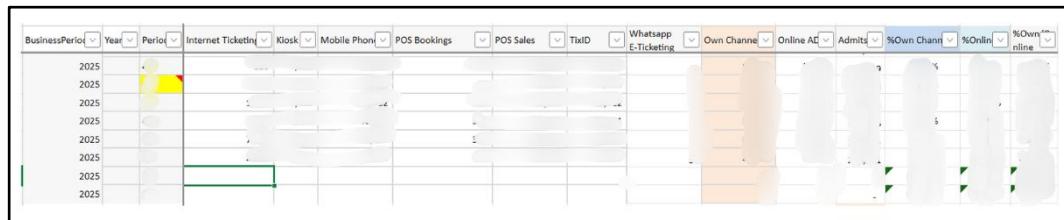
Gambar 3. 14 Proposal Business Partnership

Gambar 3.14 menampilkan proposal Business Partnership yang terdiri dari beberapa bagian utama, yaitu:

- (a) gambaran umum profil Cinepolis, yang memuat informasi sejarah perusahaan, jumlah layar bioskop, serta persebaran lokasi bioskop Cinepolis di Indonesia. Bagian ini digunakan untuk memberikan konteks skala dan jangkauan bisnis Cinepolis.
- (b) penjelasan alasan pemilihan Cinepolis sebagai mitra, yang mencakup keunggulan seperti basis data pengguna yang besar, potensi pasar anak muda, tingkat engagement yang kuat, serta nilai tambah yang dapat diberikan melalui kerja sama.
- (c) alur cara penukaran voucher melalui aplikasi Cinepolis, yang menjelaskan langkah-langkah teknis mulai dari pemilihan film hingga penggunaan kode voucher pada aplikasi.
- (d) gambaran program 1 Million Cinepolis Vouchers for A&W Customers, yang berisi skema diskon, jenis voucher, serta nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan.
- (e) alur guest journey, yang menjelaskan tahapan pengalaman pelanggan mulai dari memperoleh voucher, melakukan penukaran, hingga menikmati layanan di bioskop Cinepolis.

3.3.4 Digital Channel Updated

Data Digital Channel di update setiap minggu nya untuk memantau perkembangan kontribusi penjualan online dari waktu ke waktu. Pembaruan ini digunakan sebagai bahan evaluasi dan pelaporan performa Digital channel yang ada dalam Cinepolis Indonesia. hasil update tersebut ditampilkan pada Gambar 3.15.



Gambar 3. 15 Rekap Data Digital Channel

Gambar 3.15 menampilkan Rekap Data Digital Channel yang dilakukan update rutin setiap minggu untuk memantau kontribusi penjualan online dari berbagai kanal digital yang digunakan oleh Cinepolis Indonesia. Data ini mencakup kanal own channel seperti website, aplikasi, kiosk, dan WhatsApp, serta kanal third party yang mendukung transaksi digital.

Update data Digital Channel dilakukan untuk melihat perkembangan performa penjualan online dari waktu ke waktu, termasuk perubahan kontribusi masing-masing kanal terhadap total penjualan. Data yang ditampilkan telah melalui proses pengolahan dan penyesuaian format agar konsisten antar periode, sehingga memudahkan proses analisis dan perbandingan mingguan.

Informasi dari pembaruan ini digunakan sebagai bahan evaluasi internal dan pelaporan performa Digital Channel, serta menjadi dasar dalam penyusunan materi presentasi dan diskusi pada pertemuan rutin. Dengan adanya pembaruan data yang dilakukan secara berkala, tim dapat memantau tren performa kanal digital secara lebih akurat dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data terkait pengembangan dan optimalisasi penjualan online.

Selanjutnya memasukan hasil graph dari data digital channel ditampilkan pada Gambar 3.16.



Gambar 3. 16 Digital Channel 2025

Gambar 3.16 menampilkan kontribusi penjualan online berdasarkan berbagai digital channel yang digunakan oleh Cinepolis, yang terdiri dari own channel seperti website, aplikasi, kiosk, dan WhatsApp, serta kanal third party seperti TIX ID dan GoPay. Visualisasi ini menyajikan perbandingan antara capaian aktual penjualan dengan target tahun 2025, baik untuk own channel maupun online secara keseluruhan. Selain itu, grafik juga memperlihatkan tren kontribusi masing-masing channel dalam periode waktu tertentu, sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi perkembangan performa penjualan digital, mengidentifikasi channel dengan kontribusi tertinggi, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis terkait optimalisasi penjualan dengan digital channel.

3.3.5 Promo Result & Web App Transaction

Promo Result merupakan data keseluruhan promotion tim box office, pengecekan weekly promo result dengan cara menarik data ke data raw dan memfilter data hasil promo (promo result) untuk memantau penggunaan promo secara berkala. Proses ini bertujuan untuk melihat jumlah transaksi, tiket yang terjual, serta total diskon yang digunakan dalam periode tertentu. Data raw promo result dan sudah di lakukan cleaning ditampilkan pada Gambar 3.17.

SN	Scheme Title	Scheme Type	Scheme Code	Order No	Order Date	Source	Email	Mobile
257	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
258	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
259	YUKKEJOGIA	Promotion				MOB		
260	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
261	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
262	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
263	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
264	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
265	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
266	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
267	JENIUSBOGOF1	Promotion				MOB		
997330								

Gambar 3. 17 Raw Data Promo Result

Gambar 3.17 menampilkan data mentah untuk di proses (data preparation) dan (data cleaning) yang dilakukan untuk mengolah data transaksi web dan aplikasi sebagai dasar analisis hasil promo. Data transaksi yang ditampilkan memuat informasi seperti Scheme Title, Scheme Type, Scheme Code, Order Number, Order Date, Source, serta identitas pengguna, yang digunakan untuk mengidentifikasi transaksi yang terkait dengan program promosi tertentu. Pada tahapan ini, data promo disesuaikan dengan data transaksi web dan aplikasi menggunakan metode VLOOKUP, sehingga setiap transaksi dapat dikaitkan dengan skema promo yang digunakan. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa data promo yang dianalisis berasal dari transaksi yang valid dan sesuai dengan ketentuan promo yang berlaku. Melalui proses data cleaning, data disaring untuk menghilangkan duplikasi, kesalahan pencatatan, serta transaksi yang tidak relevan sehingga data menjadi lebih rapi dan siap dianalisis. Data yang telah diproses ini digunakan sebagai dasar penyusunan laporan Promo Result & Web App Transaction. Selanjutnya, dilakukan pengecekan weekly redemption dengan memfilter data hasil promo, yang ditampilkan pada Gambar 3.18.

Movie	(All)	
Month	(All)	
Row Labels <input checked="" type="checkbox"/> Count of Scheme Title Sum of Total Tix Sum of Discount		
CNPL Promo		
FREECK		
CINECK		
BGFS		
CINESTR		
BGFKPM		1
Grand Total		

Gambar 3. 18 Weekly Promo Redemption

Gambar 3.18 menunjukkan hasil pengecekan weekly promo redemption yang dilakukan dengan memfilter data hasil promo menggunakan Pivot Tabel. Tabel ini menampilkan rekap penggunaan promo berdasarkan nama skema promo, jumlah transaksi, total tiket yang terjual, serta total diskon yang digunakan. Data ini digunakan untuk memantau performa dan tingkat pemanfaatan promo secara mingguan. Selanjutnya pekerja magang memiliki jobdesc untuk membuat report summary untuk promo result yang akan di kirim ke divisi Accounting, ditampilkan pada Gambar 3.19.

Halo kak,

Berikut hasil promo result untuk tanggal 01-31 Oct 2025.

Row Labels	Count of Scheme Title	Sum of Discount	Sum of Total Tix	Sum of Order Amount	
CNPL Promo					
HOME20K					
PH Budget					
ATSJPMKSS					Full Value
ATSTAKDIR					Full Value
RANGGACINTA					Full Value
TUKARTAKDIR					Full Value
ATSJSM					Full Value
CINETAKDIR					Full Value
CINERC	200				Full Value
ATSCINEYN	0		0		Full Value
YAKINNIKAH	200				Full Value

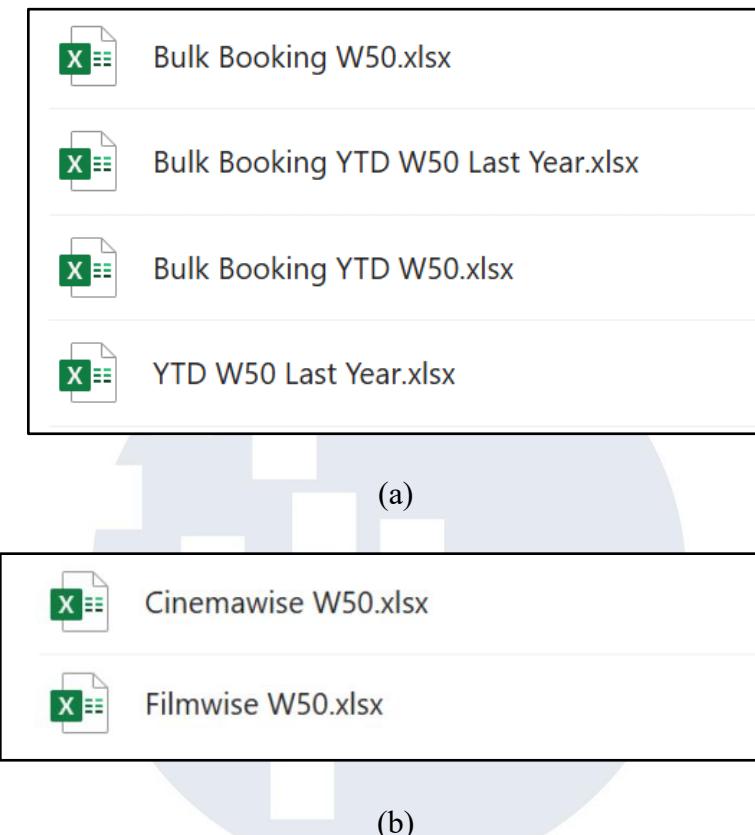
Gambar 3. 19 Email ke Accounting

Gambar 3.19 menampilkan ringkasan hasil promo (promo result) yang dikombinasikan dengan data transaksi melalui web dan aplikasi untuk periode 01–31 Oktober 2025 (Setiap Bulan akan terus mengirimkan report). Data ini disusun dalam bentuk tabel rekapitulasi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai performa setiap skema promo yang dijalankan selama periode tersebut. Setiap baris merepresentasikan judul atau nama skema promo, seperti promo utama CNPL Promo, HOME20K, serta berbagai promo lain yang berada di bawah kategori PH Budget. Kolom Count of Scheme Title menunjukkan jumlah transaksi yang menggunakan masing-masing skema promo, sementara kolom Sum of Discount menggambarkan total nilai diskon yang diberikan kepada pelanggan. Selanjutnya, kolom Sum of Total Tix menampilkan jumlah tiket yang terjual melalui promo tersebut, dan Sum of Order Amount menunjukkan total nilai transaksi yang dihasilkan.

Selain itu, terdapat keterangan Full Value yang mengindikasikan bahwa transaksi tercatat dengan nilai penuh sesuai ketentuan promo yang berlaku. Penyajian data ini bertujuan untuk memudahkan tim dalam memantau efektivitas promo dari sisi volume transaksi, kontribusi penjualan, serta dampaknya terhadap nilai pendapatan melalui digital channel. Secara keseluruhan, laporan Promo Result & Web App Transaksi ini digunakan sebagai bahan evaluasi performa promosi, dokumentasi hasil kampanye, serta dasar analisis lanjutan untuk perencanaan dan optimalisasi strategi promo pada periode berikutnya.

3.3.6 Weekly Programming Meeting

Weekly Programming Meeting diperlukan pengolahan dan persiapan data yang digunakan sebagai bahan utama diskusi dan evaluasi performa mingguan. Proses ini diawali dengan pengambilan dan penginstalan data internal kantor yang diperbarui setiap minggu ditampilkan pada gambar 3.20.



Gambar 3. 20 Data Install Weekly Programming Meeting

Gambar 3.20 menampilkan data yang diinstall dan dikumpulkan secara rutin setiap minggu sebagai bahan utama dalam pelaksanaan Weekly Programming Meeting. Data yang ditampilkan pada bagian (a) merupakan data internal kantor, seperti Bulk Booking mingguan, data year-to-date (YTD), serta data pembanding dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (last year), yang digunakan untuk melihat tren performa dan perbandingan historis.

Selanjutnya, pada bagian (b) ditampilkan data cinemawise dan filmwise yang berisi informasi performa bioskop dan film secara lebih rinci. Data cinemawise digunakan untuk menganalisis performa berdasarkan lokasi atau site bioskop, sedangkan data filmwise digunakan untuk melihat kinerja masing-masing judul film. Seluruh data yang telah diinstall ini kemudian melalui proses data cleaning untuk memastikan data rapi, konsisten, dan siap digunakan sebagai bahan analisis serta penyusunan materi diskusi pada Weekly Programming Meeting.

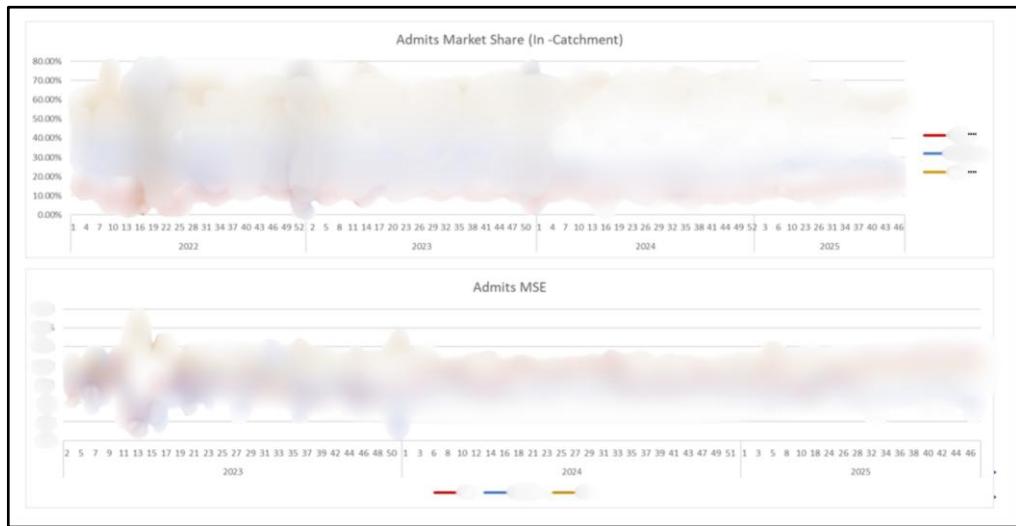
Selanjutnya melakukan data cleaning untuk dipakai analysis oleh atasan seperti ditampilkan pada Gambar 3.21.

(a) Data Filmwise

(b) Data Cinemawise

Gambar 3.21 Gambar (a) Data Filmwise dan (b) Data Cinemawise

Gambar 3.21 menampilkan (a) Data Filmwise yang menampilkan data performa film yang mencakup jumlah penonton (*total admits*), pendapatan box office (*cin box office gross*), jumlah sesi penayangan, serta kapasitas kursi. Data ini digunakan untuk menganalisis performa setiap judul film secara individual. Sementara itu, (b) Gambar cinemewise menampilkan data performa berdasarkan lokasi bioskop, yang mencakup informasi kota, site, minggu penayangan, serta kategori hari penayangan. Data ini membantu dalam melihat distribusi performa antar site dan wilayah.



Gambar 3. 22 Admits Market share (in-catchment)

Gambar 3.22 menampilkan gambar grafik in-catchment yang setiap minggu nya di update graph nya dan dimasukkan ke dalam materi PowerPoint sebagai bagian dari persiapan Weekly Programming Meeting. Visualisasi ini digunakan untuk menunjukkan perkembangan pangsa pasar penonton (admits market share) dan pergerakan performa penonton dari waktu ke waktu, sehingga memudahkan tim dalam melakukan evaluasi performa dan diskusi strategi pada rapat mingguan.

3.3.7 Monthly Movie Performance Report (MTD Variance Analysis)

Monthly Movie Performance Report, MTD (Month to Date) Variance Analysis, ini merupakan monthly report yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja penjualan film pada periode berjalan. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan capaian aktual terhadap target atau anggaran yang telah ditetapkan (Actual vs Budget), sehingga dapat diketahui tingkat pencapaian kinerja serta selisih yang terjadi pada setiap indikator utama yang ditampilkan pada Gambar 3.23.

Description	Budget	Actual	%
Attendees	1,234,567	123,123	-90.0%
ATP	999,999	10,101,010	910.1%
SPH	12,121,212	987,654	-91.9%

Gambar 3. 23 Budget vs Actual Data

Gambar 3.23 menampilkan data Monthly Movie Performance Report dengan MTD (Month to Date) Variance Analysis digunakan sebagai alat untuk membandingkan kinerja aktual terhadap anggaran (budget) yang telah ditetapkan pada periode berjalan seperti Attendees budget dan actual nya selisih di berapa persen, begitupun juga dengan ATP dan juga SPH. Report ini dibuat rutin setiap bulan nya guna untuk memberikan gambaran umum mengenai performa penjualan film dengan menampilkan ringkasan data yang sudah di filter dan siap untuk dilakukan analisis.

Tabel pada laporan ini menyajikan tiga indikator utama, yaitu Attendees, ATP (Average Ticket Price), dan SPH (Spend per Head), yang masing-masing ditampilkan dalam bentuk nilai budget, actual, serta persentase perbedaan pencapaiannya. Penyajian indikator-indikator tersebut bertujuan untuk membantu proses pemantauan performa dari berbagai aspek, baik dari sisi jumlah penonton, harga tiket, maupun rata-rata pengeluaran penonton. Secara keseluruhan, laporan ini berfungsi sebagai media evaluasi kinerja yang digunakan untuk memantau kesesuaian antara perencanaan dan realisasi pada periode berjalan. Informasi yang disajikan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pelaporan internal serta sebagai dasar dalam menyusun strategi dan perencanaan lanjutan pada periode berikutnya, tanpa terfokus pada detail angka tertentu. Selanjutnya report berdasarkan movie yang ditampilkan pada Gambar 3.24.

	TOP Performance	Type of the movie	Budget	Actual	% From Total Attendees
1	Movie 1	Local	0	111,111	90%
2	Movie 2	Local	0	222,222	180%
3	Movie 3	Local	0	333,333	271%
4	Movie 4	Local	0	444,444	361%
5	Movie 5	Local	0	555,555	451%

(a)

	Deferred Movies	Type of the movie	Budget	Expected Date
1	Movie 1	Hollywood	123,456	1-Jan-25
2	Movie 2	Local	123,456	2-Jan-25
3	Movie 3	Hollywood	123,456	3-Jan-25
4	Movie 4	Local	123,456	4-Jan-25
5	Movie 5	Hollywood	123,456	5-Jan-25

(b)

	Underperforming movies	Type of the movie	Budget	Actual	%
1	Movie 1	Hollywood	123,456	654,321	50%
2	Movie 2	Local	123,456	654,321	50%
3	Movie 3	Hollywood	123,456	654,321	50%
4	Movie 4	Local	123,456	654,321	50%

(c)

Gambar 3. 24 Monthly Movie Performance Report

Gambar 3.24 menampilkan rangkuman evaluasi performa film yang diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu Top Performance, Deferred Movies, dan Underperforming Movies.

Pada bagian (a) Top Performance, ditampilkan daftar film dengan kinerja terbaik berdasarkan perbandingan antara target dan capaian aktual jumlah penonton, yang ditunjukkan melalui kolom Actual dan persentase terhadap total penonton (% From Total Attendees). Kategori ini menunjukkan film yang memberikan kontribusi signifikan terhadap total penonton, meskipun tidak dialokasikan anggaran khusus pada kolom Budget, sehingga dapat diidentifikasi sebagai film dengan performa penjualan yang sangat baik secara organik.

Selanjutnya, bagian (b) Deferred Movies menampilkan daftar film yang penayangannya ditunda, disertai informasi jenis film (lokal atau Hollywood), anggaran yang telah dialokasikan, serta expected date sebagai perkiraan jadwal penayangan. Data ini digunakan sebagai dasar perencanaan ulang strategi distribusi

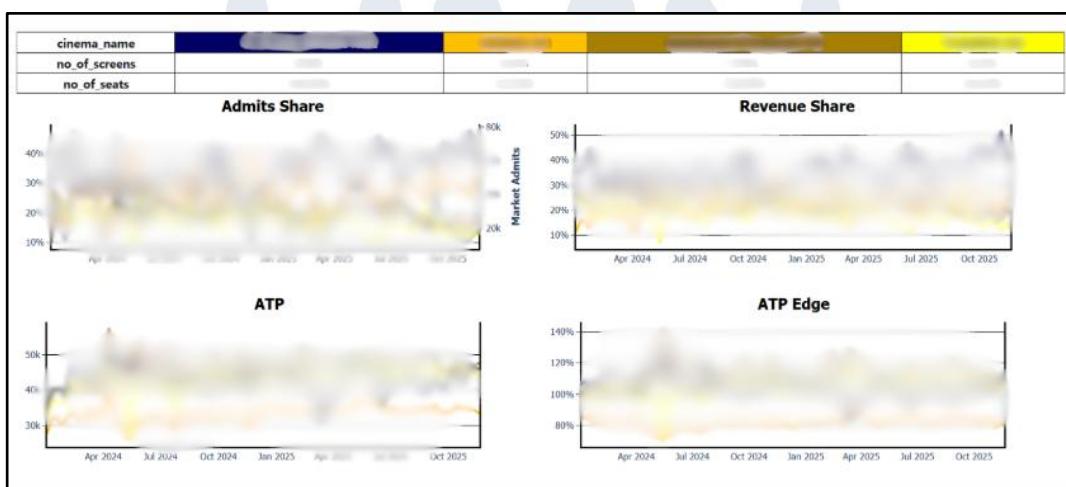
dan promosi film, sehingga penayangan dapat disesuaikan dengan kondisi pasar dan kalender program yang berjalan.

Pada bagian (c) Underperforming Movies, ditampilkan film-film yang menunjukkan kinerja di bawah target yang diharapkan. Tabel ini memuat perbandingan antara anggaran (Budget) dan capaian aktual (Actual), serta persentase performa yang menunjukkan tingkat pencapaian yang relatif rendah. Informasi ini digunakan untuk mengidentifikasi film yang memerlukan evaluasi lebih lanjut, baik dari sisi strategi pemasaran, penempatan jadwal tayang, maupun keputusan operasional lainnya.

Secara keseluruhan, visualisasi ini berfungsi sebagai alat bantu analisis untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data dalam pengelolaan portofolio film. ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam Weekly Programming Meeting guna menentukan strategi pemilihan film pada periode berikutnya.

3.3.8 Site Discussion (MoM Meeting)

Pertemuan setiap minggu tim box office untuk membahas update site site cinepolis dan menganalisis market share seperti yang tampilan pada Gambar 3.25.

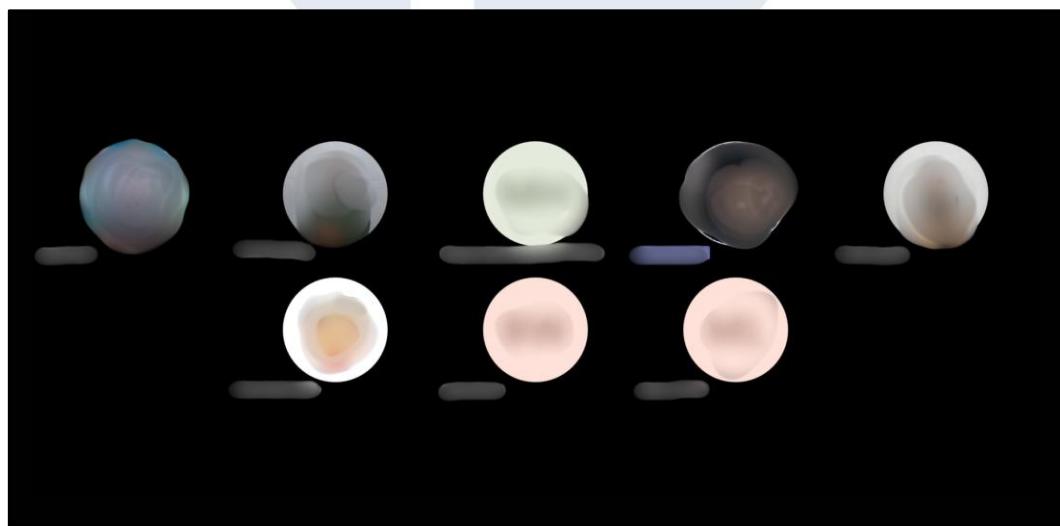


Gambar 3. 25 Market Share, Revenue Share, ATP, Edge Share

Gambar 3.25 ini menampilkan graph Site Discussion yang digunakan sebagai bahan utama dalam pelaksanaan rapat evaluasi performa bioskop per lokasi

(site). Visualisasi graph ini memuat beberapa indikator kinerja utama, yaitu Admits Share yang menunjukkan kontribusi jumlah penonton suatu site terhadap total pasar, Revenue Share yang menggambarkan kontribusi pendapatan masing-masing site, ATP (Average Ticket Price) sebagai indikator rata-rata harga tiket, serta ATP Edge yang menunjukkan perbandingan ATP site terhadap benchmark pasar. Informasi tambahan seperti nama bioskop, jumlah layar (number of screens), dan jumlah kursi (number of seats) turut ditampilkan untuk memberikan konteks kapasitas operasional setiap site cinepolis.

Data dalam grafik ini digunakan sebagai dasar diskusi untuk mengidentifikasi tren performa, anomali penjualan, serta potensi perbaikan strategi operasional dan pemasaran pada masing-masing lokasi bioskop. Selanjutnya tampilan meeting dengan perwakilan Regional Manager ditampilkan pada gambar 3.26.



Gambar 3. 26 Meeting Site Discussion Melalui Teams

Gambar 3.26 ini menampilkan pelaksanaan rapat Site Discussion yang dilakukan secara daring melalui platform Google Teams. Rapat ini dihadiri oleh tim internal terkait, seperti tim perwakilan regional manager, seluruh tim Box Office, Head of Revenue, dan Head of Box Office, Programming, Marketing dan analis data, yang membahas performa masing-masing site berdasarkan data yang telah

disiapkan sebelumnya. Melalui forum diskusi ini, regional manager dapat menyampaikan temuan, kendala lapangan, serta mendapatkan usulan tindak lanjut berdasarkan kondisi aktual di masing-masing bioskop.

Meeting weekly site discussion dilaksanakan secara online untuk memastikan koordinasi antarwilayah tetap berjalan efektif, mengingat site yang dibahas berasal dari berbagai daerah. Melalui rapat ini, dilakukan penyelarasan antara tim pusat yang mengikuti rapat secara langsung di ruang meeting dan tim site yang bergabung secara daring, sehingga keputusan yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan kondisi aktual di lapangan dan didukung oleh data. Selama rapat berlangsung, notulensi disusun berdasarkan pemaparan kondisi site oleh regional manager, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan maupun penurunan market share. Selain itu, hasil analisis serta action item yang disampaikan oleh tim Box Office dan Revenue Manager turut dicatat. Pembahasan mengenai analisis market share dan rekomendasi film yang sesuai dengan karakteristik masing-masing site, termasuk masukan dari tim Marketing dan tim Programming, juga didokumentasikan sebagai bagian dari hasil rapat. Notulensi/MoM Meeting ditampilkan pada Gambar 3.27.

region 1			
		- M	
	PILAZA MEDAN FAIR	V	
30			
	LIVING WORLD PEKANBARU	- Y	
31			
	MAL BOTANIA 2	- I	
32			
	SIANTAR CITY SQUARE	V	
33			

Region 2		
	MAXXBOX LIPPO VILLAGE	
37		
	LIPPO PLAZA JAMBI	
38		
	MALL OF SERANG	
39		
	PALEMBANG ICON	
40		
	GAJAH MADA PLAZA	
41		
	CITIPLAZA KUTABUMI	
42		

		Region 3	
1	LIPPO MALL NUSANTARA		
2	PLUIT VILLAGE		
3	KALIBATA CITY SQUARE		
4	PEJATEN VILLAGE		
5	SENAYAN PARK (SPARK)		

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

		Region 4	
		LIPPO PLAZA EKALOKASARI	
7			
8		ISTANA PLAZA	
9		LIPPO PLAZA KEBON RAYA BOGOR	
10		DEPOKTOWN SQUARE	
11		CIBUBUR JUNCTION	
12		TAMINI SQUARE	

Region 5	
15	JAVA SUPERMALL
16	MALANG TOWN SQUARE
17	PACIFIC MALL TEGAL
18	LIPPO PLAZA JEMBER
19	CITY OF TOMORROW
20	LIPPO PLAZA SIDOARJO
21	LIPPO PLAZA JOGJA

UVIN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Region 6			
22	LIPPO PLAZA KUPANG		
23	LIPPO PLAZA KENDARI		
24	MALL PHINISI POINT		
25	LIPPO PLAZA MANADO		
26	LIPPO PLAZA SUNSET		
27	SIDEWALK JIMBARAN		
28	LM KUTA		

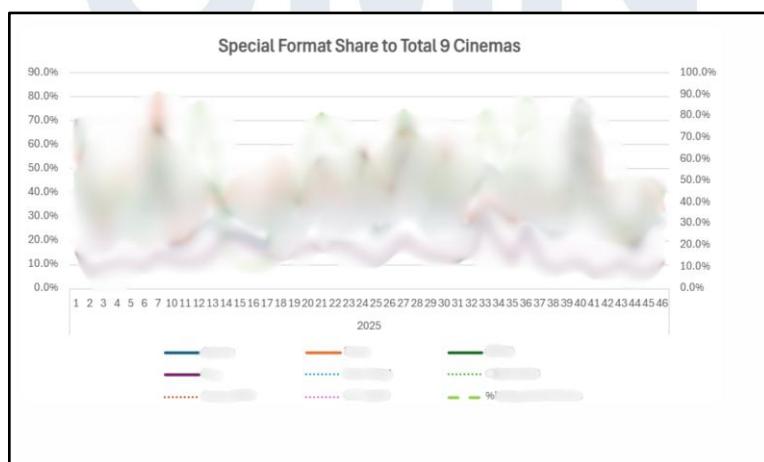
Gambar 3. 27 Notulensi Meeting MoM

Gambar 3.27 menampilkan Minutes of Meeting (MoM) atau notulensi hasil rapat Site Discussion, yang disusun secara terstruktur dalam bentuk tabel. Dokumen ini memuat informasi nomor urut, nama site, wilayah (region), poin diskusi utama, serta penanggung jawab (PIC) untuk setiap tindak lanjut. Setiap baris mencerminkan rangkuman permasalahan, evaluasi performa, serta rekomendasi atau aksi yang perlu dilakukan oleh masing-masing site, seperti strategi promosi, penyesuaian jadwal film, atau perbaikan operasional.

MoM ini berfungsi sebagai dokumentasi resmi hasil rapat sekaligus alat monitoring tindak lanjut agar keputusan yang telah disepakati dapat dieksekusi dan dievaluasi pada periode berikutnya. Dengan adanya MoM, proses evaluasi site menjadi lebih terarah, terukur, dan terdokumentasi dengan baik. Dengan adanya MoM, proses evaluasi site menjadi lebih terarah, terukur, dan terdokumentasi dengan baik.

3.3.9 Special Format (Monthly & Weekly Meeting Update)

Pertemuan dilakukan secara rutin setiap minggu dan setiap bulan oleh tim box office untuk memantau dan mengevaluasi performa Special Format di seluruh site cinepolis. Hasil pembaruan dan analisis performa tersebut divisualisasikan dalam bentuk grafik dan ditampilkan pada Gambar 3.28.



Gambar 3. 28 Special Format 9 Cinemas Updated

Gambar 3.28 menampilkan visualisasi performa Special Format yang disajikan dalam bentuk grafik tren untuk kebutuhan pembaruan pada rapat bulanan dan mingguan (Monthly & Weekly Meeting Update). Grafik ini menggambarkan kontribusi penjualan tiket Special Format terhadap total penjualan di beberapa bioskop dalam periode waktu tertentu, sehingga memudahkan pemantauan perubahan performa dari minggu ke minggu.

Melalui grafik ini, tim dapat melihat pola kenaikan dan penurunan kontribusi Special Format pada masing-masing bioskop, serta membandingkan performa antar lokasi secara simultan. Informasi ini digunakan sebagai bahan diskusi dalam rapat rutin untuk mengevaluasi efektivitas penayangan Special Format, mengidentifikasi potensi pengembangan, serta menentukan langkah tindak lanjut yang perlu dilakukan pada periode selanjutnya.

Secara keseluruhan, visualisasi ini berfungsi sebagai alat pendukung analisis kinerja yang ringkas dan informatif, sehingga membantu proses pengambilan keputusan berbasis data dalam perencanaan strategi operasional dan pemasaran Special Format.

3.3.10 PaysGift Journey

Pada pelaksanaan program kerja sama perusahaan, proses pembelian dan pendistribusian voucher digital dilakukan melalui platform PaysGift. Platform ini digunakan untuk memastikan proses pemilihan voucher, penentuan jumlah, penerapan promo, hingga pembayaran dapat dilakukan secara terstruktur dan terdokumentasi dengan baik.

Alur penggunaan PaysGift dirancang agar memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi voucher digital sekaligus mendukung proses monitoring pembayaran dan status transaksi. Rangkaian tahapan penggunaan platform PaysGift dalam pembelian voucher digital ditampilkan pada Gambar 3.29.



Gambar 3. 29 PaysGift Journey

Gambar 3.29 menampilkan rangkaian proses (journey) penggunaan platform PaysGift dalam pembelian voucher digital yang dilakukan secara bertahap hingga transaksi selesai dan status pembayaran tercatat. Dan dijelaskan pada tahap: (a) Select Voucher, pengguna memilih jenis voucher yang tersedia pada katalog PaysGift sesuai kebutuhan program, termasuk menentukan nominal voucher yang akan dibeli. Setelah voucher dipilih, proses berlanjut ke tahap (b) Select Quantity,

yaitu menentukan jumlah voucher yang akan dibeli sehingga sistem dapat menghitung total transaksi secara otomatis.

Tahap berikutnya (c) Choose Promo/Kupon berfungsi untuk memasukkan atau memilih promo/kupon apabila tersedia, sehingga pengguna dapat memperoleh potongan harga atau manfaat tambahan sesuai ketentuan yang berlaku pada platform. Selanjutnya pada tahap (d) Select Metode Pembayaran, pengguna memilih metode pembayaran yang akan digunakan, misalnya melalui transfer virtual account atau metode pembayaran lain yang disediakan oleh PaysGift, agar transaksi dapat diproses sesuai prosedur pembayaran yang dipilih. Setelah metode pembayaran ditentukan, pengguna masuk ke tahap

(e) Confirmation Page yang menampilkan ringkasan transaksi sebagai konfirmasi akhir sebelum pembayaran dilakukan, seperti detail voucher yang dipilih, kuantitas, total pembayaran, serta metode pembayaran yang digunakan.

Tahap (f) Complete The Payment menunjukkan proses pelaksanaan pembayaran, di mana sistem menampilkan instruksi pembayaran (misalnya nomor virtual account atau detail pembayaran lainnya) yang harus diikuti pengguna untuk menyelesaikan transaksi. Terakhir, pada tahap (g) Waiting for Payment, sistem menampilkan status menunggu pembayaran yang menandakan transaksi sudah terbentuk namun belum terverifikasi lunas, sehingga pengguna perlu menyelesaikan pembayaran atau melakukan pengecekan status hingga pembayaran berhasil.

Secara keseluruhan, alur pada gambar ini menggambarkan proses pembelian voucher digital yang terstruktur dan mudah ditelusuri, sehingga membantu memastikan transaksi voucher berjalan sesuai tahapan dan memudahkan proses monitoring serta dokumentasi dalam pelaksanaan program kerja sama.

3.3.1 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik kerja magang di Cinépolis Indonesia, beberapa kendala ditemui terutama pada awal masa magang. Adapun kendala yang dialami yaitu:

1. Kesulitan dalam beradaptasi dengan alur kerja dan ritme kerja profesional, pada awal pelaksanaan magang, alur kerja yang diterapkan belum sepenuhnya dapat dipahami dengan baik. Hal ini disebabkan oleh perbedaan signifikan antara sistem kerja akademik dengan sistem kerja perusahaan yang menuntut kecepatan, ketelitian, serta penggunaan berbagai tools kerja secara bersamaan.
2. Data rekap terlalu besar, kendala ini menyebabkan proses penambahan dan pengolahan data membutuhkan waktu yang cukup lama. Selain itu, error pada file Excel terkadang menyebabkan terjadinya duplikasi data secara tidak disadari, sehingga pada saat hasil promo dikirimkan ke tim divisi lain, data yang diterima menjadi tidak sesuai dan perlu dilakukan pengecekan ulang.
3. Tantangan dalam pengelolaan dan penentuan prioritas pekerjaan, pemagang memiliki tanggung jawab dalam beberapa tugas analisis data yang mendukung kebutuhan dalam satu divisi. Meskipun memiliki satu supervisor utama, pemagang juga berperan dalam membantu pemenuhan kebutuhan data dan analisis operasional, sehingga beberapa pekerjaan harus diselesaikan dalam waktu yang berdekatan. Kondisi ini dituntut untuk mengatur waktu secara lebih efektif, menyesuaikan skala prioritas, serta menjaga kualitas hasil pekerjaan.

3.3.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi untuk mengatasi kendala yang ditemui selama praktik kerja magang, yaitu:

1. Melakukan penyesuaian dan beradaptasi secara bertahap terhadap alur dan ritme kerja, Proses adaptasi dilakukan secara bertahap dengan mempelajari alur kerja yang berlaku serta memahami prioritas pekerjaan yang diberikan. Selain itu, arahan dan bimbingan dari atasan maupun rekan kerja dimanfaatkan untuk membantu memahami alur kerja dan penggunaan tools yang digunakan, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih sesuai seiring berjalannya waktu.
2. Pengelolaan dan pengecekan data secara lebih terstruktur, untuk mengatasi kendala pada pengolahan data rekap yang berukuran besar, proses penambahan dan pengolahan data dilakukan secara bertahap dengan melakukan penarikan data per hari. Cara ini dilakukan untuk meminimalkan beban data saat proses input. Selain itu, pengecekan ulang terhadap data dilakukan sebelum hasil promo dikirimkan ke divisi lain guna mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan atau duplikasi data akibat error pada file Excel. Data pembanding dari sistem CMS juga digunakan untuk memastikan kesesuaian data.
3. Mengatur waktu dan penentuan skala prioritas pekerjaan secara lebih terstruktur. Koordinasi dilakukan dengan supervisor utama guna memastikan kesesuaian prioritas pekerjaan, serta penyesuaian urutan penyelesaian tugas berdasarkan tingkat urgensi dan kebutuhan operasional. Selain itu, perencanaan kerja harian dan mingguan diterapkan agar seluruh tugas dapat diselesaikan secara efektif dan kualitas hasil pekerjaan tetap terjaga, sehingga proses kerja selama pelaksanaan magang dapat berjalan dengan lebih optimal.