



8.32%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 9 JUL 2025, 1:37 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 IDENTICAL	 CHANGED TEXT	 QUOTES
0.16%	8.15%	0.05%

Report #27399395

BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Perkembangan dunia usaha saat ini semakin kompetitif, mendorong setiap perusahaan untuk terus melakukan inovasi guna menciptakan keunggulan kompetitif dalam proses bisnisnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan operasional melalui kreativitas dan kontribusi karyawan, baik secara individu maupun tim, yang secara keseluruhan akan berdampak positif terhadap kinerja organisasi. Namun, membentuk sumber daya manusia yang unggul tidaklah mudah. Diperlukan perencanaan matang serta pengalokasian anggaran yang seimbang antara biaya dan manfaat yang diperoleh perusahaan. Dalam konteks ini, PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2 menjadi pilihan yang tepat sebagai tempat pelaksanaan kerja profesi, khususnya dalam bidang pemasaran franchise. Perusahaan ini memberikan peluang kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah ke dalam praktik kerja secara nyata. PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2 selain menjadi tempat praktikan dalam menjalankan pekerjaan sebagai Marketing Franchise juga menjadi sarana untuk mengimplementasikan berbagai pengetahuan yang didapat selama perkuliahan kedalam praktik dunia kerja. Pemilihan lokasi kerja profesi ini juga dipengaruhi oleh karakteristik lingkungan bisnis ritel yang melayani beragam klien yang secara teratur membeli barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari. Selain itu, dibandingkan dengan kompetitornya yakni PT Sumber

Alfaria Trijaya Tbk, PT INDOMAKMUR seringkali memberikan promo dan diskon untuk beberapa produk unggulan bagi para konsumen, gerai fisik mudah ditemukan dimana saja karena kini tersebar luas di seluruh Indonesia. Salah satu usaha pemasaran yang sangat penting bagi masyarakat saat ini dengan meningkatnya kebutuhan hidup, PT INDOMAKMUR tergolong sebagai toko ritel dengan skala menengah, di mana jumlah item produk yang tersedia berkisar antara 5.000 hingga 6.000 jenis. Luas tokonya pun relatif terbatas, yaitu sekitar 350 hingga 600 meter persegi, dengan jangkauan layanan yang efektif kurang dari 1 km. Hal ini sesuai dengan pedoman operasional yang diterapkan oleh PT INDOMAKMUR di seluruh Indonesia. Seiring meningkatnya tuntutan dunia kerja, institusi pendidikan tinggi kini semakin memperhatikan kesiapan lulusan dalam menghadapi realitas profesional. Oleh karena itu, sinergi antara dunia akademik dan dunia industri sangat diperlukan. Di satu sisi, perguruan tinggi bertugas membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan, sedangkan di sisi lain, dunia industri membutuhkan tenaga kerja yang kompeten dan siap pakai tanpa harus memberikan pelatihan tambahan yang memakan biaya besar. Untuk menjembatani kepentingan kedua belah pihak tersebut, maka diperlukan kerja sama strategis antar pemangku kepentingan (stakeholders), salah satunya melalui penyediaan program magang atau kerja profesi oleh pihak industri. Program ini memungkinkan mahasiswa memperoleh pengalaman

langsung serta mengasah keterampilan teknis yang tidak sepenuhnya bisa dipelajari di bangku kuliah. Program kerja profesi juga menjadi mata kuliah wajib di Universitas Pembangunan Jaya, dengan bobot 3 SKS dan durasi minimal 400 jam atau sekitar tiga bulan. Mahasiswa diharuskan menjalankan kegiatan kerja profesi selama 8 jam per hari, termasuk waktu istirahat, makan, dan ibadah. Hasil dari kegiatan ini disusun dalam bentuk laporan kerja profesi yang mencerminkan seluruh aktivitas dan pembelajaran yang diperoleh selama praktik berlangsung. Melalui program kerja profesi mahasiswa mendapatkan gambaran yang komprehensif dan holistik terkait dengan tantangan dunia kerja serta dapat memahami dan menganalisis ruang lingkup dunia kerja. **1**

Setiap mahasiswa yang terdaftar di Universitas Pembangunan Jaya diharuskan untuk mengikuti program kerja profesi sebagai salah satu syarat kelulusan. Selain itu, kerja profesi disusun sebagai persyaratan akademik tiga SKS, yang mengharuskan penyelesaian minimal 400 jam kerja atau sekitar tiga bulan komitmen di organisasi publik atau swasta. **1 7 13**

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1
Maksud Kerja Profesi Sebagaimana dikemukakan oleh Setiawan & Soerjoatmodjo (2021), hasil yang diharapkan dari program kerja profesi Universitas

Pembangunan Jaya mencakup beberapa manfaat pengembangan utama bagi mahasiswa: **1. 1 7**

Memenuhi salah satu persyaratan akademik yang wajib ditempuh sebagai

bagian dari proses kelulusan di Universitas Pembangunan Jaya. **2.** Untuk memperoleh

wawasan yang berarti dan pengalaman dunia nyata yang seringkali tidak

dapat diperoleh melalui kursus teori saja. **3.** Memungkinkan mahasiswa

untuk memahami dan mempelajari dinamika dunia kerja secara langsung

melalui keterlibatan di lapangan. **4.** Memberikan pengalaman nyata kepada

mahasiswa dalam menghadapi situasi kerja yang sesungguhnya, termasuk mengenali kebijakan serta budaya perusahaan tempat mereka menjalani kerja

profesi. **5.** Mendorong pengembangan keterampilan, wawasan, dan sikap

profesional mahasiswa agar siap menghadapi tantangan di dunia kerja setelah lulus. **1 6**

1.2 1 6 **2 Tujuan Kerja Profesi Menurut Setiawan dan Soerjoatmodjo**

(2021), pelaksanaan kerja profesi di Universitas Pembangunan Jaya memiliki

beberapa tujuan strategis, di antaranya: 1.  Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman praktis mahasiswa di dunia kerja sesuai dengan kompetensi yang dimiliki dalam program studi Manajemen. 2. Memberikan masukan berharga bagi program studi dalam rangka pengembangan dan penyempurnaan kurikulum yang berkelanjutan, agar tetap relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat. 3. Membekali mahasiswa dengan pengalaman baru yang belum diperoleh selama perkuliahan, sekaligus memperluas jaringan relasi profesional dari lingkungan kerja. 4. Menyediakan gambaran nyata tentang dunia kerja, sehingga mahasiswa dapat memahami alur dan struktur operasional perusahaan, serta mempersiapkan diri lebih baik dalam menghadapi tantangan dunia profesional pasca kelulusan. 5. Membangun sinergi dan kolaborasi yang positif antara program studi maupun Universitas Pembangunan Jaya dengan perusahaan tempat kerja profesi dilakukan, sebagai bentuk hubungan kemitraan jangka panjang.  1.3 Tempat Kerja

Profesi PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2 menetapkan jam operasional setiap hari mulai pukul 07.00 hingga 22.00 WIB. Operasional toko dibagi ke dalam dua shift, yaitu shift pagi dari pukul 7.00 hingga 15.00 WIB, dan shift sore dari pukul 14.00 hingga 22.00 WIB. Selama masa pelaksanaan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat, jam operasional tetap berlangsung seperti biasa, yakni dari pukul 07.00 sampai 22.00 WIB, dengan durasi kerja masing-masing karyawan selama 8 jam per hari. Praktikan menjalani program kerja profesi di PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2 yang bergerak di sektor ritel, dengan sistem kerja secara langsung dari kantor (work from office). Jam kerja praktikan mengikuti ketentuan perusahaan, yakni 8 jam per hari selama 5 hari kerja efektif dalam satu minggu. Selama masa kerja profesi, praktikan ditempatkan pada divisi administrasi dan berperan dalam membantu tugas Manager Administrasi, khususnya dalam mengoordinasikan unit-unit layanan yang menjadi bagian dari tanggung jawab divisi tersebut.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Pelaksanaan program kerja profesi dilakukan melalui beberapa tahapan, sebagaimana tersaji dalam Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi.

Kegiatan ini dimulai setelah praktikan menerima surat persetujuan pengajuan dari PT INDOMAKMUR, yaitu pada pekan pertama bulan Mei hingga pekan kedua bulan Juni 2025.

1 Selama masa kerja profesi, kegiatan dilaksanakan selama lima hari kerja dalam seminggu, dengan durasi kerja 8 jam per hari atau total 40 jam per minggu. Dalam lima pekan pelaksanaan, total jam kerja yang dijalankan oleh praktikan adalah sebanyak 200 jam (8 jam x 5 hari x 5 minggu), yang berarti melebihi ketentuan minimal 180 jam kerja yang disyaratkan. Praktik kerja profesi dimulai setiap harinya pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB dan dilakukan secara langsung di kantor (work from office). Secara lebih terperinci, tahapan kegiatan dalam program kerja profesi ini meliputi beberapa fase utama yang dijabarkan dalam bagian berikutnya. a. Tahap Persiapan Pada tahap awal pelaksanaan kerja profesi, mahasiswa mulai melakukan pencarian informasi mengenai perusahaan yang membuka peluang magang bagi mahasiswa. Melalui informasi dari rekan sejawat, mahasiswa mengetahui bahwa PT INDOMAKMUR sedang membuka program magang untuk penempatan di divisi administrasi. Setelah mendapatkan informasi tersebut, mahasiswa berkonsultasi dengan dosen pembimbing akademik untuk menyampaikan rencana pengajuan kerja profesi. Selanjutnya, mahasiswa mengajukan surat permohonan secara resmi kepada Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya, yang kemudian diteruskan kepada Fakultas Humaniora dan Bisnis untuk proses administrasi lebih lanjut. Setelah surat permohonan kerja profesi disetujui dan diterbitkan, mahasiswa menyerahkan surat tersebut kepada divisi Human Resource Development (HRD) PT INDOMAKMUR. Berdasarkan hasil seleksi dan konfirmasi, mahasiswa diterima untuk menjalankan program kerja profesi dan ditempatkan secara langsung pada divisi administrasi di Kantor Cabang Bogor. b. Tahap Pelaksanaan Tahap pelaksanaan kerja profesi dimulai pada minggu pertama bulan Mei dan berlangsung hingga minggu kedua bulan Juni tahun 2025. Selama periode tersebut, total durasi kegiatan kerja profesi yang dijalani praktikan mencapai kurang lebih 200 jam. BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA 2.1 Sejarah Perusahaan PT Indomakmur merupakan jaringan ritel

minimarket yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan harian dengan luas area penjualan kurang dari 350 meter persegi. 10 Gerai pertama Indomakmur dibuka pada tanggal 20 Juni 1988 di kawasan Ancol, Jakarta Utara, dan dikelola langsung oleh PT Indomakmur. 4 Perusahaan ini bergerak di bidang waralaba gerai ritel dan menjadi pelopor konsep minimarket modern di Indonesia. Seiring dengan perkembangan usaha, pada tahun 1999 PT Indomakmur mulai mengembangkan konsep waralaba secara lebih luas setelah berhasil membangun lebih dari 230 gerai. Sejak saat itu, pertumbuhan perusahaan semakin pesat. Hingga Mei 2025, jumlah gerai Indomakmur telah mencapai sekitar 22.000 unit yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya, perusahaan mengandalkan pasokan barang dari 42 pusat distribusi, yang menyediakan lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan dengan harga yang kompetitif, sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Pada awal pendiriannya, konsep bisnis Indomakmur difokuskan pada penyediaan gerai yang berada dekat dengan kawasan pemukiman, dengan tujuan memudahkan akses masyarakat terhadap kebutuhan pokok. Seiring dengan dinamika pasar dan meningkatnya permintaan, perusahaan terus memperluas jangkauan usahanya ke berbagai lokasi strategis seperti kawasan perumahan, pusat bisnis, perkantoran, objek wisata, apartemen, dan lokasi umum lainnya. Ekspansi ini memberikan nilai tambah berupa pengalaman manajerial dan pengelolaan jaringan ritel dalam skala besar, dengan tingkat kompleksitas dan variasi yang tinggi. Berdasarkan Akta Pendirian Perusahaan Nomor 27 tertanggal 21 November 1988, PT Indomakmur memiliki maksud dan tujuan usaha yang mendasari operasional serta pengembangan bisnis perusahaan hingga saat ini : 1. PT Indomakmur merupakan perusahaan yang bergerak di sektor perdagangan ritel atau minimarket dengan berbagai jenis produk dagangan. Barang yang dijual meliputi hasil pertanian dan peternakan, obat-obatan, kebutuhan pokok, produk kelontong, kosmetik, alat kesehatan, serta berbagai kebutuhan harian lainnya. 2. Selain fokus pada perdagangan, perusahaan juga mengembangkan model bisnis kemitraan atau kerja sama (venture) dengan masyarakat maupun

badan usaha melalui sistem waralaba. PT Indomakmur dikenal sebagai pelopor konsep waralaba minimarket di Indonesia. Antusiasme masyarakat terhadap konsep ini sangat besar, dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah mitra waralaba dari tahun ke tahun. **4** Model bisnis waralaba ini juga memperoleh pengakuan resmi dari pemerintah, yang ditandai dengan penghargaan sebagai **1** "Perusahaan Waralaba Unggul 2003" **4** — penghargaan pertama yang diberikan kepada perusahaan minimarket dan hingga kini masih dipegang oleh Indomakmur. Per Februari 2025, jumlah gerai Indomakmur telah mencapai sekitar 21.614 unit. Sebagian besar suplai produk untuk toko-toko tersebut dipasok dari 43 pusat distribusi yang tersebar di berbagai wilayah. Setiap pusat distribusi tersebut menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk, baik makanan maupun non-makanan. Untuk memperkuat jaringan bisnisnya, PT Indomakmur juga mengembangkan anak perusahaan bernama Indogrosir yang fokus pada konsep perkulakan atau grosir, guna memenuhi kebutuhan mitra usaha dan konsumen dalam skala lebih besar. Sejak pertama kali memperkenalkan konsep waralaba pada Mei 2002, PT Indomakmur terus mendorong pertumbuhan gerai melalui sistem kemitraan yang memberikan peluang kepemilikan dan pengelolaan toko secara langsung kepada masyarakat. Produk-produk yang dijual di gerai Indomakmur meliputi makanan, minuman, produk perawatan diri, obat-obatan, perlengkapan rumah tangga, hingga layanan pembayaran elektronik. Konsep ini sangat memudahkan konsumen karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan sekaligus dalam satu tempat. Selama tahun 2023, PT Indomakmur berhasil menambah lebih dari 1.200 gerai baru sebagai bagian dari strategi ekspansi untuk meningkatkan penjualan di toko fisik dan memperluas pangsa pasar. Hingga akhir tahun 2024, jumlah gerai Indomakmur telah melampaui angka 21.000 unit. Dari sisi keuangan, Indomakmur membukukan pendapatan bersih sebesar Rp105,12 triliun — meningkat 4,7% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencatatkan Rp100,37 triliun. Dengan semakin banyaknya gerai yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia, PT Indomakmur tidak hanya memperluas jaringan bisnisnya, tetapi juga secara tidak langsung berkontribusi dalam menciptakan lapangan

pekerjaan dan mendukung program pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di daerah-daerah. 2.1.1 Visi dan Misi Dalam mendirikan dan mengembangkan usahanya, PT Indomakmur menetapkan arah strategis yang mencerminkan tujuan jangka panjang serta nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh perusahaan. Adapun pernyataan visi, misi, dan prinsip dasar yang menjadi landasan operasional perusahaan adalah sebagai berikut: 1. Visi Menjadi aset nasional melalui pengembangan jaringan ritel waralaba yang tangguh dan mampu bersaing di tingkat global. 2. Misi Memberikan pelayanan dan solusi terbaik kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa secara mudah, efisien, dan terjangkau. 3. Moto Perusahaan Mudah dan Hemat – mencerminkan komitmen Indomakmur dalam memberikan kemudahan dan nilai ekonomis bagi konsumennya. 4. Nilai-Nilai Budaya Perusahaan Perusahaan menjunjung tinggi prinsip-prinsip kejujuran, kebenaran, keadilan, kerja sama tim, serta dorongan untuk terus berinovasi secara efisien. Semua hal tersebut dilakukan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. 5. Nilai Esensial (Esensi Pelayanan) Membangun kedekatan dengan konsumen melalui pendekatan yang ramah dan senyuman tulus sebagai bentuk pelayanan yang berorientasi pada hubungan jangka panjang. 2.1.2 Tata Nilai Perusahaan Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, PT Indomakmur menerapkan tata nilai perusahaan yang menjadi dasar budaya perusahaan. Nilai-nilai ini tidak hanya membentuk karakter organisasi, tetapi juga mengarahkan seluruh aktivitas perusahaan agar selaras dengan etika, profesionalisme, dan orientasi pada kepuasan pelanggan. Adapun nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut: 1. Integritas, Kebenaran, dan Keadilan PT Indomakmur menjunjung tinggi nilai integritas yang tercermin dalam kejujuran, keberanian untuk bertanggung jawab, serta komitmen terhadap prinsip moral dalam setiap tindakan kerja. Kebenaran dan keadilan menjadi landasan perilaku yang adil, objektif, dan bebas dari diskriminasi dalam berinteraksi dengan pelanggan, mitra usaha, maupun sesama karyawan. 1. Kolaborasi dan Kerja Tim Budaya kerja di Indomakmur mengedepankan

pentingnya sinergi antar individu dalam mencapai tujuan bersama. Kolaborasi ini meliputi komunikasi yang terbuka, saling mendukung dalam pelaksanaan tugas, serta penciptaan lingkungan kerja yang inklusif, di mana setiap anggota tim memiliki peran dan kontribusi yang dihargai. Dengan semangat kerja tim, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja secara keseluruhan.

2. Inovasi Berbasis Efisiensi Perusahaan mendorong setiap karyawan untuk terus berpikir kreatif dan adaptif terhadap perubahan pasar serta perkembangan teknologi. Inovasi diarahkan untuk menciptakan solusi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Namun, semua bentuk inovasi tetap mempertimbangkan efisiensi penggunaan sumber daya agar hasil yang dicapai tetap ekonomis dan berkelanjutan.

3. Fokus pada Kepuasan Pelanggan
Kepuasan pelanggan merupakan orientasi utama dalam seluruh proses pelayanan di PT Indomakmur. Perusahaan berupaya memahami kebutuhan, preferensi, serta harapan pelanggan, kemudian memberikan layanan yang cepat, tepat, dan berkualitas tinggi. Melalui pendekatan ini, Indomakmur membangun loyalitas pelanggan dan menjalin hubungan jangka panjang yang dilandasi kepercayaan dan kepuasan berkelanjutan.

2.1.3 Strategi Bisnis Perusahaan Indomakmur merupakan salah satu operator jaringan minimarket terbesar di Indonesia dengan mengambil langkah pionir program waralaba di sektor minimarket dengan memperkenalkan sistem kemitraan untuk kepemilikan gerai dengan manajemen di bawah skema waralaba. Indomakmur beroperasi dengan menggunakan sistem hub and spoke yang menghubungkan Distribution Centres (DC) dan gerai-gerai yang merupakan minimarket. Setiap DC dilengkapi dengan lebih kurang 100 hingga 110 kendaraan untuk mengirimkan barang ke gerai-gerai yang dilayani oleh DC tersebut. Indomakmur memiliki sistem database terpusat yang dapat melacak permintaan setiap jenis produk di setiap gerai dan DC. Setelah tingkat kuantitas ekonomi tertentu tercapai, sistem secara otomatis akan memesan produk tersebut dan meminta DC untuk mengirimkan ke toko atau secara otomatis akan memesan produk tersebut dari pemasok. Sejalan dengan moto yang dipegang teguh Indomaret, yaitu mudah dan hemat, maka strategi

bisnis Indomaret berfokus pada penyediaan barang di tingkat harga yang wajar dan di lokasi yang mudah diakses. Gerai Indomakmur sebagian besar berada di titik-titik lokasi strategis dan menyediakan berbagai macam produk pelanggan mulai dari makanan dan minuman, kebutuhan anak dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan, Indomakmur seringkali mengadakan promosi, diskon serta menerapkan program pemasaran dan penjualan lainnya. Selain itu, Indomakmur juga menyediakan layanan tambahan tertentu seperti layanan pengiriman produk yang sudah dibeli, pembayaran tagihan, pembelian tiket, transfer dana dan ATM. Indomakmur tidak lepas dari sejumlah tantangan dan upaya mengembangkan gerai-gerai baru sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah pusat dan daerah setempat. Selain itu, persaingan usaha ritel offline dan online yang semakin dinamis dan kompetitif, perubahan gaya hidup konsumen dan pola kebutuhannya serta gaya belanja konsumen, mengharuskan Indomakmur terus-menerus berinovasi untuk menghadirkan produk dan layanan yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Salah satu inovasi Indomakmur dalam melakukan pendekatan dengan masyarakat adalah dengan terus memperluas jaringan gerai terutama di lokasi-lokasi baru yang memiliki potensi pertumbuhan jangka panjang. Indomakmur melakukan analisa terhadap lokasi-lokasi yang memiliki potensi besar untuk menjangkau beragam segmen konsumen yang menginginkan kemudahan akses dalam mendapatkan kebutuhan pokok dan barang sehari-hari. Kini Indomakmur terus berinovasi agar selalu mengikuti perkembangan kebutuhan dan gaya hidup konsumen yang dinamis. Indomakmur terus melakukan pengembangan produk- produk privat brand baik dry product maupun produk ready to eat or drink agar konsumen dapat menikmati produk unik Indomakmur yang terbaik dan ekonomis. Salah satu inisiatif Indomakmur untuk lebih menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen pasca pandemi covid-19 dengan mengembangkan layanan digital mobile apps klik indomakmur yang menawarkan konsep berbelanja secara online. Indomakmur semakin memperkuat sistem penjualan online melalui klik Indomakmur dan promosi yang agresif dan

mengoptimalkan pemanfaatan gerai sebagai points of sales and delivery bagi bisnis online store. Selain itu, Indomakmur juga menyediakan layanan drive-thru di sejumlah gerai agar konsumen dapat bertransaksi dengan lebih cepat dan nyaman. Sebagai bagian dari agenda keberlanjutan jangka panjangnya, Indomakmur berkomitmen untuk menghasilkan nilai yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat dalam operasi bisnisnya, Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Indomakmur telah menginisiasi program kemitraan strategis dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bertujuan untuk memperkuat kapabilitas dan mengembangkan potensi mereka di wilayah operasi perusahaan. Di seluruh gerai ritelnya, Indomakmur menyediakan ruang khusus untuk memamerkan dan mempromosikan produk-produk UMKM setempat, termasuk makanan siap saji, aneka lauk, dan makanan khas Indonesia, sehingga turut mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi di sekitarnya.

2.2 Struktur Organisasi

Suatu kerangka susunan yang meguraikan konfigurasi hubungan antara setiap bagian departemen. Yang menyusun dan menetapkan cara bagaimana tugas dan fungsi pekerjaan yang ada dibagi, dikelompokkan dan dikoordinir secara formal. Sehingga dapat menjalankan kegiatan perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan adalah adanya struktur organisasi yang baik dan tersusun rapih guna kelancaran operasional perusahaan. Bentuk organisasi Indomakmur adalah organisasi yang merupakan sebuah hubungan dan wewenang serta tanggungjawab langsung secara vertikal yang dikaitkan dengan jabatan dan tugas setiap atasan. Organisasi Indomakmur memiliki karakteristik yang dimana didalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang serta tanggungjawab yang diberikan kepada anggota-anggotanya serta mempersiapkan kegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah ditetapkan agar tujuan organisasi dapat tercapai. Adapun struktur organisasi PT Indomakmur yang menjadi tempat kerja profesi dapat disajikan seperti di bawah ini. Uraian pekerjaan pada masing-masing jabatan di atas adalah seperti disajikan sebagai berikut:

1. Distribution center Bertanggung jawab menerima dan memeriksa barang dari supplier, merapihkan stok ke tempat yang sudah ditentukan

dan menghitung serta bertanggung jawab atas stok yang tersedia dan menyimpan pesanan yang akan dikirim ke store dan mengirim barang tersebut ke store yang membutuhkan. 2. Area operation Bagian yang bertanggung jawab dalam mengoperasikan store. 3. Human resources Bertanggungjawab mencari karyawan baru, mengelola gaji dan tunjangan serta pengembangan karyawan. 4. General affair Bertanggung jawab dalam hal mendukung kebutuhan departemen dan memonitoring pengeluaran. 5. Finance & accounting Bertanggung jawab dalam laporan keuangan, baik uang yang masuk atau pun uang keluar atas store. 6. Development Bertanggung jawab dalam hal promosi dan event yang diselenggarakan di store. 7. Location Bertanggung jawab dalam mencari lokasi yang sesuai dengan standar perseroan untuk membuka toko baru. 8. License Bertanggung jawab dalam segala perizinan store. 9. Inventory control Bertanggung jawab dalam proses retur barang dan penanganan barang tidak layak jual. 10. Electronic data processing Bertanggung jawab dalam semua program dan proses data yang berada di store serta koneksi yang berada di store. 11. Vehicle dan utility maintenance Bertanggung jawab dalam pembelian dan pemeliharaan serta perbaikan kendaraan. 12. Project Bertanggung jawab dalam pembangunan toko baru dan perbaikan toko. 13. Marketing franchise Bertanggung jawab dalam mencari franchise yang akan bekerjasama dengan perusahaan Indomakmur.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Pelaksana PT Indomakmur Cabang Bogor masing-masing memiliki uraian pekerjaan, berikut beberapa uraian rinci pekerjaan yang ada pada departemen administrasi yakni seperti yang disajikan di bawah ini:

1. Manager Marketing a. Memonitoring semua pekerjaan dikerjakan sesuai SOP oleh team b. Memonitoring target pembukaan toko yang telah di berikan managemen c. Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis d. Memastikan perencanaan pengembangan toko e. Memastikan perencanaan prospectus sudah sesuai f. Mematangkan kesiapan bahan presentasi waralaba
2. SPV Administration a. Mencari titik lokasi toko baru b. Perencanaan Pembukaan toko baru c. Perencanaan untuk pengembangan toko d. Membuat perencanaan prospectus e.

Melakukan presentasi waralaba f. Melakukan peresmian pembukaan toko g. Melakukan meeting bersama franchisee 3. Senior Clerk Awal & Team a. Melakukan update titik lokasi baru yang sudah masuk b. Melakukan perencanaan untuk progres pembukaan toko baru 4. Senior Clerk Awal & Team a. Perencanaan untuk pengembangan toko b. Membuat perencanaan prospectus 5. Senior Clerk - Team a. Melakukan presentasi waralaba b. 2 Melakukan peresmian pembukaan toko c. Melakukan meeting bersama franchisee

PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Mahasiswa mendapatkan kesempatan menjalankan kerja profesi pada PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2 salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang memiliki jaringan minimarket luas di berbagai daerah. Praktik ditempatkan pada bagian administrasi serta operasional. Pada divisi ini praktikan melakukan pembelajaran setiap kegiatan-kegiatan pekerjaan untuk melakukan operasional kantor yang memiliki tugas dan kewajiban mengampu tugas supervisor administrasi dan mengkoordinasikan pada unit-unit layanan terkait lainnya, serta operasional yang secara khusus menangani program pengembangan toko eksisting.

Fokus utama dari bidang kerja ini adalah membantu pelaksanaan strategi perusahaan dalam menarik lebih banyak konsumen melalui pembaharuan konsep toko dan penambahan jenis produk yang lebih variatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini agar menjadi lebih menarik dan modern serta memperkenalkan produk-produk siap santap yang menjadi inovasi dari Indomakmur. Adapun tugas yang dilakukan selama kerja profesi diantaranya yaitu sebagai berikut: a. Mencari titik lokasi toko baru b. Perencanaan Pembukaan toko baru c. Perencanaan untuk pengembangan toko d. Membuat perencanaan prospectus e. Melakukan presentasi waralaba f. Melakukan peresmian pembukaan toko g. Melakukan meeting bersama franchisee 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan melaksanakan kerja profesi selama ± 146 jam kerja selama satu bulan terhitung pekan pertama Mei sampai dengan pekan kedua Juni 2025.

8 Pelaksanaan kerja profesi ini sesuai dengan ketentuan jam hari kerja yang berlaku pada perusahaan yakni hari Senin sampai dengan Jumat pada pukul 08.00 hingga 17.00 wib. 3 5 11 Pada hari pertama, diberikan arahan

dan bimbingan terlebih dahulu oleh pembimbing kerja profesi praktikan selama kurang lebih 1 bulan. 3 Praktikan diberikan arahan terkait kegiatan-kegiatan yang ada didalam dibisnis ini. 3 Praktikan selanjutnya diperkenalkan kepada karyawan yang ada pada divisi tersebut yang kemudian praktikan diberikan kesempatan untuk mempelajari dan memahami deskripsi pekerjaan dalam divisi administrasi PT Indomakmur Kantor Cabang di Bogor 2. Praktikan diberikan beberapa deskripsi tugas pekerjaan yang ada pada divisi administrasi dan oprasional meliputi mencari titik lokasi toko baru, perencanaan pembukaan toko baru, perencanaan untuk pengembangan toko, membuat perencanaan prospectus, melakukan presentasi waralaba, melakukan peresmian pembukaan toko baru dan meeting bersama franchisee. 2 Adapun beberapa bentuk dokumentasi yang praktikan kerjakan selama berlangsung program kegiatan kerja profesi untuk melengkapi kebutuhan tugas ini, sebagai berikut: 1. Mencari titik lokasi toko baru Praktik mencari lokasi toko baru ini dilakukan untuk melakukan pemetaan lokasi yang memiliki prospek bisnis untuk dapat di jadikan toko baru agar bisa dapat di lanjutkan untuk proses buka, selanjutnya bila pemetaan lokasi ini sesuai dengan perhitungan dan potensi yang terbentuk maka akan ditindak lanjuti oleh Manager Marketing Franchise untuk di tawarkan atau di presentasikan ke calon investor atau Franchisee atas ke unggulan serta kekuatan lokasi seperti kepadatan penduduknya, keramaian traffiknya, pendukung fasilitas umum serta sosiasal class, poin inilah harus dipenuhi bila lokasi tersebut di jadikan gerai toko indomakmur, dan harus dapat memperhitungkan seperti nilai investasi yang harus di keluarkan oleh investor, nilai pencapaian haria tokonya, biaya oprasionalnya selama satu bulan serta profit toko yang dapat diterima setiap bulannya oleh calon franchisee nantinya. Disini lah titik penting yang harus di sampaikan ke pada investor. 2. Perencanaan Pembukaan Toko Baru Pada tugas ini untuk memastikan persiapan bangunan lokasi yang nantinya akan di gunakan untuk toko agar sesuai dengan layout yang sudah tentukan sehingga tata letak penataan pintu kaca, pemasangan unit AC, pemasangan lampu untuk pencahayaan ruangan dan

penataan rak dan meja kasir untuk mendisplay barang dagangan dan sarana meja kasir sesuai dengan layout dan bisa memberikan kenyamanan untuk konsumen dalam berbelanja dan dengan kenyamanan tersebut dapat memberikan daya tarik dan kenyamanan yang baik untuk konsumen berbelanja. Dengan penataan yang sesuai dengan layout ini dapat memberikan daya tarik tersendiri kepada konsumen untuk datang dan menikmati berbelanja di toko karena nyaman berada di dalam toko.

3. Perencanaan untuk Pengembangan Toko

Pada tugas ini praktikan melakukan pengembangan atas toko yang sudah berjalan operasionalnya dengan mempertimbangkan market yang berada di sekitar lokasi, dengan dilakukannya pengembangan ini bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen agar pencapaian sales toko dapat tumbuh produktif dan bisa memberikan peningkatan surplus toko sehingga franchisee bahagia mendapat keuntungan yang sangat baik serta dengan pengembangan ini bisa terus bersaing dengan para competitor lainnya dan dapat memenangkan persaingan bisnis dalam industry retail ini. Produk yang menjadi perhatian utama dalam pengembangan adalah:

- Point Coffee, yaitu layanan minuman kopi modern dalam kemasan yang dapat langsung disajikan di dalam toko dengan penambahan produk ini Indomakmur terus berinovasi dan melihat peluang potensi yang terjadi dan terbentuk di kalangan konsumen penikmat coffee, sehingga dengan tersajinya produk ini di dalam toko akan memiliki konsumen baru yang datang ke toko Indomakmur yang awalnya hanya datang untuk membeli coffee namun bisa tertarik untuk berbelanja produk lainnya karena konsumen tersebut pasti membutuhkan pelengkap teman untuk menyantap coffeenya.
- Produk makanan siap saji seperti sosis panggang, ayam goreng kemasan, dan roti bakar dan dimsum, yang menjadi bagian dari strategi —grab-and-go— yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi instan pelanggan. Penambahan produk ini Indomakmur terus berinovasi dan melihat peluang potensi yang terjadi dan terbentuk di kalangan konsumen penikmat makanan siap saji, sehingga dengan tersajinya produk ini di dalam toko akan memiliki konsumen baru yang datang ke toko Indomakmur yang awalnya hanya datang untuk membeli

sisis panggang, ayam goreng kemasan, dan roti bakar dan dimsum namun bisa tertarik untuk berbelanja produk lainnya karena konsumen tersebut pasti membutuhkan pelengkap teman untuk menyantap produk tersebut serta dengan melihat tampilan toko yang menarik dan tekstur produk tersebut bisa memberikan daya tarik tersendiri kepada konsumen untuk menciptakan rasa ingin tahu konsumen untuk mencoba produk tersebut. c. Pemantauan dan pelaporan produk khusus, praktikan secara aktif memonitor respons konsumen terhadap produk inovatif seperti point coffe, sosis panggang, ayam goreng kemasan, roti bakar dan dimsum. Pemantauan dilakukan dengan mencatat jumlah transaksi harian, mengamati interaksi konsumen saat memilih produk, serta mewawancarai pelanggan secara informal untuk mengetahui saran dan masukan konsumen atas produk tersebut. Laporan harian disusun untuk membantu evaluasi performa produk khusus tersebut apakah produk ini sangat membantu meningkatkan daya beli konsumen, apakah produk ini butuh pengembangan agar sajiannya lebih bak, sehingga evaluasi yang di lakukan ini dapat memberikan inputan dalam meningkatkan inovasi di toko Indomakmur. Dengan bertujuan untuk menyempurnakan inovasi dan pengembangan bisnis toko Indomakmur. d. Membuat kegiatan promosi dan komunikasi atas Produk coffee, ini bertujuan untuk memberikan informasi secara langsung kepada konsumen-konusmen yang belum mengetahui keberadaan coffe di toko Indomakmur, dengan ini bisa dapat menambah jumlah konsumen datang ke toko serta dapat menikmati coffee, praktikan terlibat dalam berbagai kegiatan promosi langsung, termasuk : - Membagikan brosur promosi dan leaflet point coffee kepada konsumen yang berada di luar toko. - Menawarkan tester produk khusus seperti roti bakar, sosis panggang, dimsum dan ayam goreng kemasan. Dengan melakukan penawaran ini bisa memberikan rasa ingin tahu kepada konsumen setelah menyicipi produk tersebut, sehingga terbentuklah konsumen yang awalnya tidak tahu atau tidak tertarik dengan produk tersebut bisa membelinya dan bisa menjadi konsumen setia bila citra rasa produk tersebut sesuai dengan keinginannya. - Memberikan penjelasan secara langsung kepada konsumen



mengenai ke unggulan produk khusus seperti roti bakar, sosis panggang, dimsum dan ayam goreng kemasan. - Membantu pelaksanaan promosi toko seperti —Beli 2 lebih hemat|| atau harga khusus di jam tertentu.

- Briefing bersama team untuk evaluasi harian untuk mencakup strategi promosi Dengan demikian, toko Indomakmur sebagai ritel modern tidak hanya menjual produk sembako saja, dengan konsep penambahan produk khusus seperti ini untuk meningkatkan daya beli konsumen serta bertujuan membentuk pertumbuhan omset toko agar dapat memenangkan persaingan bisnis dengan competitor. Hal ini membuat Indomakmur menjadi pilihan yang nyaman bagi konsumen, karena mereka tidak perlu pergi ke tempat lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Sehingga strategi yang digunakan ini dalam unit bisnis yang cerdas dan inovatif, Indomakmur berhasil menduduki posisi teratas dalam industri ritel di Indonesia. Mereka terus beradaptasi dengan perubahan dan berinovasi, menjadikan Indomakmur sebagai pilihan utama pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberhasilan ini merupakan bukti bahwa strategi unit bisnis dapat menjadi kunci sukses bagi perusahaan di era digital saat ini dan dapat meningkatkan keuntungan untuk franchisee dan franchisor.

4. Membuat perencanaan prospectus waralaba Pada tugas ini di perlukan untuk memperhitungkan prospectus waralaba atas lokasi yang akan di jadikan toko, sehingga semua atas nilai-nilai investasi tertuang, dari total investasi yang di keluarkan, omset atau laba kotor toko yang akan terbentuk setiap harinya, biaya oprasional toko serta profit toko setiap bulannya yang akan di terima franchisee atas bisnis waralaba di lokasi tersebut. Sehingga prospectus ini lah sebagai gambaran atau kerangka bisnis waralaba secara menyeluruh tentang usaha yang di tawarkan, sehingga investor mengetahui potensi dan resiko sebelum memutuskan untuk bergabung menjadi mitra bisnis waralaba.

5. Melakukan Persentasi Waralaba Pada tugas ini sangat di perlukan untuk melakukan pelatihan dan penyampaian atas skema bisnis waralaba ke para calon franchisee dari sisi oprasional toko, sumber daya manusia, laporan keuangan dan pengembangan

toko di dalam bisnis PT Indomakmur, sehingga dengan diberikannya pemaparan yang jelas atas sistem bisnis waralaba harapannya calon franchisee dapat lebih matang untuk melakukan finalisasi pengambilan bisnis waralaba di PT Indomakmur.

6. Melakukan peresmian pembukaan toko baru
Pada tugas ini sangat di perlukan untuk memeriahkan pembukaan toko serta memberikan apresiasi kepada franchisee atas pencapaiannya dalam merealisasikan bisnis yang di milikinya, sehingga franchisee merasa di suport dan di perhatikan mitra bisnisnya. Dengan melakukan pendekatan ini bisa tebentuk rasa kedekatan yang alami dengan investor serta dapat menjali mitra bisnis yang kuat karena dengan investor bahagia maka yang di terima adalah penambahan jumlah toko berikutnya.

7. Melakukan meeting bersama franchisee
Pada tugas ini sangat di perlukan untuk memberikan informasi dan tukar pikiran kepada franchisee atas performance toko yang sudah berjalan, tujuan meeting ini untuk memperkuat oprasional toko dalam melakukan persaingan bisnis dengan competitor serta langkah-langkah yang akan di lakukan untuk dapat menjaring konsumen datang berbelanja serta menjadi pelanggan setia di toko dan pastinya melakukan strategi dalam penekanan biaya toko. Langkah ini sangat efektif karena investor merasa sangat di bantu dan di perhatikan oleh mitra bisnisnya agar toko yang di milikinya ini terus berkembang untuk meningkatkan profit toko.

3.3 Kendala yang Dihadapi Selama pelaksanaan kerja profesi di PT. Indomakmur,

praktikan menghadapi berbagai tantangan yang muncul baik dari segi teknis maupun non-teknis. Kendala-kendala ini memberikan pengalaman yang nyata terhadap dinamika dunia kerja ritel yang kompleks dan menuntut respons yang cepat dan adaptif. Beberapa kendala yang ditemui di lapangan antara lain:

1. Untuk mendapatkan lokasi toko yang prospek kendalanya marketing harus bisa memperhitungkan jarak radius dengan toko yang di kelola oleh PT Indomakmur dengan ketentuan maksimum 500 meter, hal ini bertujuan agar pencapaian yang terbentuk dari toko eksisting tidak berkurang karena beririsan dengan lokasi toko baru. Serta harus melakukan pendekatan social kepada lingkungan dan masyarakat sekitar agar dapat di



berikan persetujuan izin usaha, caranya pun sangat dinamis dari materil dan non materil. 2. Untuk mendapatkan perencanaan pembukaan toko dapat sesuai dengan layout kendalanya seperti, kepala tukang yang di miliki calon franchisee tidak memahami dalam pembacaan layout toko dan spesifikasi sehingga sering kali pekerjaan yang di realisasikan tidak sesuai dengan apa yang sudah tertuang di dalam perencanaan serta menimbulkan pengeluaran biaya yang lebih. 3. Untuk melakukan perencanaan pengembangan toko kendalanya seperti, pada tahap awal peluncuran produk-produk baru seperti sosis bakar, ayam goreng, Point Coffee, minat konsumen cenderung rendah. Hal ini dipengaruhi oleh kurangnya informasi yang diterima oleh konsumen, serta belum adanya strategi komunikasi yang kuat untuk menonjolkan nilai tambah dan keunggulan produk. 4. Untuk pembuatan prospectus waralaba kendala yang di hadapi seperti, perhitungan payback maksimal 43 bulan namun kurangnya pendukung dari nilai potensi yang tidak maksimal serta nilai anggaran investasi yang cukup besar bisa membuat perhitungan payback melebihi batas maksimum dan bisa membuat kurang di minati oleh investor. 5. Untuk melakukan presentasi waralaba kepada calon franchisee kendala yang di hadapi seperti, kurangnya persiapan dan ketidak jelasan visual serta kurangnya penyampaian materi dari presentasi bisnis yang di tawarkan kepada calon investor, sehingga hal ini bisa menimbulkan ketidak ketertarikan calon investor untuk dapat bergabung menjadi mitra bisnis waralaba. 6. Untuk menghadiri peresmian pembukaan toko kendala yang di hadapi, jarak yang di lalui membutuhkan waktu tempuh kelokasi kurang lebih 5 jam dan harus mempersiapkan ceremony peresmian pembukaan toko yang di lakukan bersama dengan franchisee, sehingga ini harus di persiapan dengan matang. 7. Untuk meeting bersama franchisee kendala yang di hadapi seperti, menerima complain yang di berikan oleh franchisee atas bisnis waralaba yang telah di jalankan di toko, dari pendapatan profitnya yang tidak sesuai, tidak adanya pertumbuhan atas sales toko, biaya oprasional yang tidak terkendali serta pelayanan dari team toko yang tidak membuat nyaman

konsumen berbelanja. Meeting ini bertujuan untuk dapat dilakukan perubahan dalam skema bisnis waralaba agar pertumbuhan surplus toko sesuai dan meningkat.

2 5 9

3.4 Cara Mengatasi Kendala Adapun beberapa cara dalam mengatasi

kendala pekerjaan yang di hadapi dan temui dilapangan yakni sebagai berikut: 1. Untuk

mendapatkan lokasi toko yang prospek marketing harus melakukan survey potensi lokasi yang akan di jadikan toko agar perhitungan sesuai, seperti kepadatan jumlah penduduknya, kepadatan jumlah traffic yang di lalui pengendara mobil, motor serta sepeda dan tidak lupa melihat fasilitas pendukung lainnya yang mengundang keramaian calon konusmen datang atau berkumpul seperti, melakukan perhitungan jumlah kartu keluarga dari rata-rata domain usia, perhitungan jumlah traffic mobil, motor, sepeda serta pejalan kaki. Seringkali kendala datang yang menyebabkan terhenti perhitungannya karena tidak diberikan izin oleh lingkungan, kendala ini agar tidak terjadi dilakukan konfirmasi lebih jelas ke lingkungan tugas yang akan di lakukan beberapa hari kedepan di sekitar lokasi tersebut.

2. Untuk memastikan perencanaan pembukaan toko dapat sesuai dengan layout, maka sebelum melakukan pekerjaan pembangunan harus dilakukan pembahasan secara detail agar kepala tukang yang mengerjakan dapat memahami spesifikasi yang di gunakan, serta pekerjaan dapat selalu di berikan supervisi yang jelas. Sehingga dengan cara ini kendala yang bias menyebabkan ketidak sesuaian dapat dikendalikan 3. Untuk Perencanaan pengembangan toko ini agar tepat sasaran serta bisa berhasil, sebelumnya harus melakukan sceerining agar dapat mengetahui seberasa besarnya minat konsumen dengan adanya penambahan produk-produk terbaru yang akan di sediakan di toko seperti point coffee, ayam goreng, sosis bakar.

Langkah ini sangat berhasil dalam melakukan pengembangan di toko karena sudah mengetahui harapan dan ke inginan konsumen dalam menyajikan kebutuhan sehari-harinya. 4. Perencanaan prospectus waralaba ini sangatlah penting dalam memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan, karena dapat mempengaruhi perhitungan payback yang mana ini sebagai titik ukur nilai investasi yang di keluarkan investor bisa kembali maksimal 43 bulan

dengan masa waralaba 60 bulan , agar tidak terjadi kekeliruan yang harus di lakukan adalah, melakukan perhitungan dengan detail atas kebutuhan biaya-biaya yang akan timbul serta pendapatan yang di terimanya tanpa di buat-buat. 5. Dalam melakukan presentasi waralaba kepada calon franchisee harus jelas dengan visual dan menguasai atas materi presentasi bisnis yang di tawarkan, sehingga hal ini bisa memberikan pemahaman dan keyakinan lebih matang kepada calon franchisee untuk dapat bergabung menjadi mitra bisnis waralaba, jangan sampai dengan penyampaian yang terbatah-batah atau tidak jelas bisa menimbulkan rasa ketidak ketertarikannya calon investor karena dianggap tidak menguasai dan kurang menarik atas pemaparan bisnis waralabanya. 6. Dengan menghadiri peresmian pembukaan toko, dengan ikut serta hadir memeriahkan pembukaan toko bisa memberikan dampak positif karena franchisee merasa di support dan di perhatikan mitra bisnisnya. Hal ini membentuk hubungan baik antara franchisee dan franchisor dalam menjalankan mitra bisnisnya dan bisa menambah jumlah toko barunya kembali. 7. Kegiatan meeting bersama franchisee untuk mendengarkan masukan atas kendala yang di terima oleh franchisee atas bisnis waralaba yang di milikinya, hal ini dapat memberikan informasi dan penjelasan serta masukan kepada franchisee atas kendala bisnis waralabanya yang telah berjalan, seperti membuat kegiatan promosi untuk menambah konsumen datang berbelanja, menambah alat pendukung seperti ATM, mencatat poin biaya yang bisa di tekan untuk dapat di realisasikan dan memberikan langkah-langka untuk memperkuat oprasional toko dalam memenangkan persaingan bisnis dengan competitor, hal ini sangat positif untuk menjaring konsumen untuk datang berbelanja serta menjadikan konsumen setia di toko sehingga menjadikan pertumbuhan sales toko dan berdampak bertumbuhnya surplus dan franchisee merasa senang dengan bisnis waralabanya. 3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi Setelah praktikan melakukan kerja profesi selama satu bulan pada PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2, ada beberapa pembelajaran berharga yang praktikan peroleh selama menjalankan program kerja profesi di tempat kerja untuk

bekal dalam dunia pekerjaannya nanti, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Strategi mendapatkan lokasi baru yang prospek Melakukan riset pasar untuk memahami target pasar yang akan di jaring, termasuk social class, perilaku konsumen, dan persaingan bisnis yang ada di lokasi tersebut. Untuk bisa mendapatkan lokasi yang strategis dan prospek untuk di jadikan toko Indomakmur, seperti : Lokasi berada di kepadatan penduduk, traffic yang ramai serta fasilitas umum yang ada, serta lokasi yang dapat di lalui oleh transportasi umum, dengan jumlah kepadatan penduduk yang tinggi, dekat dengan kompetitor atau komplementer. Pemastian pertama yang harus dilakukan adalah lokasi toko memiliki visibilitas yang baik dan mudah dijangkau oleh pelanggan yang tidak di miliki juga oleh competitor dan mengetahui untuk di lakukan pertimbangan biaya sewa atau membeli lokasi, dengan ketersediaan ruang yang sesuai dengan kebutuhan, lalu pemastian lokasi toko berada di lingkungan yang aman dan nyaman untuk pelanggan. Melakukan analisis pesaing di sekitar lokasi dan pastikan bahwa toko dapat bersaing dan lokasi yang memiliki potensi pertumbuhan yang baik, seperti area yang sedang berkembang atau memiliki rencana pembangunan. Konsultasikan dengan ahli properti atau konsultan bisnis untuk mendapatkan saran dan rekomendasi lokasi yang tepat.

2. Strategi dalam memberikan presentasi waralaba Pahami siapa audiens yang akan di hadapi dan apa yang mereka cari dalam sebuah waralaba. Sajikan Informasi yang Jelas : Berikan informasi yang jelas dan akurat tentang waralaba, termasuk konsep bisnis, biaya, dan potensi keuntungan. Soroti kelebihan waralaba dibandingkan dengan yang lain, seperti dukungan pemasaran, pelatihan, dan operasional. Gunakan visual seperti slide, video, atau gambar untuk membuat presentasi lebih menarik dan mudah dipahami. Berikan contoh sukses dari waralaba Anda yang sudah ada untuk membuktikan potensi keuntungan. Siapkan diri untuk menjawab pertanyaan yang mungkin diajukan oleh audiens, seperti tentang biaya, dukungan, dan potensi keuntungan. Tunjukkan semangat dan antusiasme tentang waralaba untuk memotivasi audiens dan pastinya siapkan materi presentasi yang

lengkap dan profesional, termasuk brosur, proposal, dan dokumen lainnya. Simpulkan presentasi yang telah di sampaikan untuk mengajak audiens untuk bergabung dengan bisnis waralaba. 3. Strategi meeting dengan franchisee

Dalam strategi untuk melakukan meeting dengan franchisee yang efektif, seperti : Buat agenda meeting yang jelas dan pastikan semua topik yang penting dibahas. Pastikan komunikasi yang jelas dan terbuka antara franchisee dan franchisor. Dengarkan dengan baik apa yang franchisee katakan dan pastikan dapat memahami kebutuhan dan kekhawatiran mereka. Sediakan informasi yang lengkap dan akurat tentang waralaba, termasuk update tentang pemasaran, operasional, dan keuangan. **12** Diskusikan masalah yang dihadapi oleh franchisee dan cari solusi bersama. Tetapkan tujuan dan target yang jelas untuk franchisee dan pastikan mereka memahami apa yang diharapkan. Berikan dukungan dan bantuan yang diperlukan oleh franchisee untuk meningkatkan kinerja mereka. Evaluasi hasil meeting dan pastikan tindak lanjut yang diperlukan dilakukan. Beberapa topik yang dapat dibahas dalam meeting dengan franchisee antara lain: - Laporan Keuangan: Diskusikan laporan keuangan franchisee dan pastikan mereka memahami kinerja keuangan dan mengetahui pendapatan keuntungan toko yang di milikinya. - Operasional: Diskusikan operasional franchisee dan pastikan mereka memahami prosedur dan kebijakan yang berlaku di PT Indomakmur, agar oprasional berjalan dengan ketentuan yang berlaku - Pemasaran: Diskusikan strategi pemasaran dan pastikan franchisee memahami bagaimana mempromosikan bisnis mereka yang di lakukan oleh PT Indomakmur untuk melakukan pengembangan bisnis tokonya. - Masalah dan Solusi: Diskusikan masalah yang dihadapi oleh franchisee dan cari solusi bersama. Sehingga dengan solusi yang di capai ini dapat memberikan perubahan dalam pencapaian perfoamnce bisnis tokonya. - Pengembangan: Diskusikan rencana pengembangan franchisee dan pastikan mereka memahami bagaimana meningkatkan bisnis mereka yang di kelola oleh PT Indomakmur, pengembangan ini untuk mengimbangi daya saing dengan competitor, sehingga dengan melakukan pengembangan dapat meningkatkan daya beli konsumen. BAB IV KESIMPULAN 4.1 Kesimpulan Berdasarkan hasil

pelaksanaan dan pembahasan yang telah dijabarkan dalam bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal penting terkait program kerja profesi yang dilaksanakan di PT Indomakmur Kantor Cabang Bogor 2, sebagai berikut:

1. Praktikan memperoleh peningkatan wawasan, pemahaman teoretis, serta pengalaman langsung di lapangan yang relevan dengan bidang Manajemen Sumber Daya Manusia. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan antara materi akademik yang dipelajari di bangku kuliah dengan keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia kerja.
2. Selama menjalani program kerja profesi, praktikan memperoleh berbagai pengalaman kerja yang nyata. Pengalaman tersebut dapat menjadi masukan berharga bagi program studi dalam menyusun dan menyempurnakan kurikulum yang adaptif terhadap kebutuhan dunia industri.
3. Praktikan merasakan atmosfer kerja yang sesungguhnya, membangun jaringan relasi profesional, serta memahami dinamika lingkungan kerja. Hal ini memberikan bekal yang penting untuk kesiapan menghadapi dunia kerja setelah lulus nanti.
4. Praktikan memperoleh pemahaman tentang dunia kerja yang bersifat dinamis dan menuntut adaptasi. Pengalaman ini turut membentuk kesiapan praktikan dalam menghadapi tantangan di bidang manajemen pemasaran, baik dari aspek keterampilan teknis maupun pengetahuan konseptual.
5. Sebagai perwakilan dari Universitas Pembangunan Jaya, praktikan telah melaksanakan program kerja profesi sesuai dengan ketentuan dan standar yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini diharapkan dapat memperkuat hubungan kerja sama antara universitas dan PT Indomakmur di masa yang akan datang untuk keberlanjutan pelaksanaan program kerja profesi.

4.2 Saran Berdasarkan pelaksanaan program kerja profesi di PT Indomakmur Kantor Cabang Bogor 2, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan guna meningkatkan kualitas pelaksanaan kerja profesi di masa mendatang. Adapun saran-saran tersebut ditujukan kepada tiga pihak utama sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan Diharapkan pihak manajemen PT Indomakmur dapat lebih melibatkan karyawan dalam proses perumusan kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia dan operasional di divisi marketing

franchise. Pemberdayaan karyawan yang dilandasi dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai akan berdampak positif terhadap performa individu maupun kinerja perusahaan secara menyeluruh. Selain itu, perusahaan diharapkan terus membuka ruang pembelajaran aktif bagi mahasiswa kerja profesi, misalnya melalui program pendampingan langsung oleh supervisor atau kepala toko. Penyediaan modul singkat atau panduan praktis terkait alur kerja, standar operasional prosedur (SOP), dan sistem kerja juga akan sangat membantu mahasiswa dalam memahami lingkungan kerja secara cepat dan efektif. Pemberian umpan balik tertulis atas kinerja mahasiswa selama praktik juga sangat dianjurkan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan diri mahasiswa ke depannya.

2. Untuk Praktikan Mahasiswa yang mengikuti program kerja profesi diharapkan terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilan, baik melalui pembelajaran akademik maupun pelatihan teknis yang relevan dengan dunia kerja. Penguasaan terhadap aspek praktis dan teoritis akan sangat membantu dalam menghadapi tantangan dan menyelesaikan permasalahan kerja secara efektif. Setelah menyelesaikan program kerja profesi, praktikan disarankan melakukan refleksi dan evaluasi diri terhadap pengalaman yang diperoleh sebagai bekal untuk pengembangan karier serta peningkatan kompetensi secara berkelanjutan.

3. Untuk Universitas Universitas Pembangunan Jaya diharapkan dapat memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai sektor industri, baik instansi pemerintah maupun swasta, guna menyediakan lebih banyak pilihan lokasi kerja profesi bagi mahasiswa. Upaya ini tidak hanya memudahkan mahasiswa dalam memperoleh tempat praktik, tetapi juga membuka peluang lebih besar untuk mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dengan minat dan cita-cita karier mereka. Selain itu, penting bagi pihak pengelola universitas untuk terus menyesuaikan kurikulum dengan dinamika kebutuhan pasar tenaga kerja, sehingga ilmu yang diberikan di perkuliahan tetap relevan dan aplikatif dalam dunia kerja.



REPORT #27399395

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	4.12% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9870/27/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	1.99% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9903/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.85% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6731/13/BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.64% bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/mengungkap-strategi-indomaret/	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.5% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6688/12/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.35% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9605/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.33% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9651/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.31% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/8477/1/LAPORAN%20PKL%20%28ICON%2B%29.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.26% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9687/13/BAB%20III.pdf	●



REPORT #27399395

INTERNET SOURCE

10. **0.24%** id.wikipedia.org

<https://id.wikipedia.org/wiki/Indomaret>



INTERNET SOURCE

11. **0.23%** repository.fe.unj.ac.id

<http://repository.fe.unj.ac.id/5070/1/Laporan%20PKL%20FULL.pdf>



INTERNET SOURCE

12. **0.14%** youngontop.com

<https://youngontop.com/10-kesalahan-umum-dalam-mengelola-bisnis-franchis...>



INTERNET SOURCE

13. **0.07%** eprints.upj.ac.id

https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9594/10/10_BAB%20I_KHAULAH_LKP.pdf



● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.05%** bithourproduction.com

<https://bithourproduction.com/blog/mengungkap-strategi-indomaret/>