

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Bidang administrasi marketing operasional & branding merupakan salah satu pilar penting dalam manajemen dan pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan. Bidang ini mencakup pengelolaan dan pengawasan berbagai kegiatan administratif yang mendukung operasional pemasaran, mulai dari pencatatan keuangan hingga pengadaan dan dokumentasi kegiatan promosi. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya mendukung kelancaran operasional, tetapi juga menjadi dasar dalam evaluasi dan pengambilan keputusan strategis oleh manajer.

Di sisi operasional, administrasi marketing memainkan peran sentral dalam mengelola data keuangan dan dokumen-dokumen penting. Aktivitas seperti pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pembuatan formulir permintaan pembelian, serta penyusunan surat permintaan lembur menjadi contoh nyata bagaimana pengelolaan administrasi dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam setiap aspek operasional pemasaran. Dengan sistem yang terintegrasi dan rutin dilakukan monitoring, proses administrasi ini memastikan adanya transparansi dan keselarasan antara anggaran yang direncanakan dengan pelaksanaan di lapangan.

Sementara itu, pada ranah branding, administrasi juga memainkan peranan penting dalam membangun identitas dan citra perusahaan. Proses pengelolaan dokumentasi, koordinasi antar divisi, serta pelaporan kegiatan promosi memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan pesan merek yang konsisten dan autentik kepada konsumen. Branding yang efektif tidak hanya berfokus pada penciptaan logo dan slogan, namun juga membangun hubungan emosional dengan audiens melalui komunikasi yang jujur, transparan, dan berdasarkan nilai-nilai inti perusahaan.

Kedua aspek ini, yaitu operasional dan branding, saling melengkapi dalam menunjang strategi pemasaran perusahaan. Administrasi marketing operasional memastikan bahwa semua kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan, sedangkan branding mengkomunikasikan nilai dan keunikan perusahaan secara menyeluruh kepada konsumen. Sinergi antara keduanya tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat posisi pasar, menciptakan pengalaman konsumen yang lebih personal, dan mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Program Kerja Profesi (KP) yang dijalani oleh praktikan dilaksanakan selama enam bulan, yaitu terhitung mulai dari tanggal 1 Februari 2025 hingga 31 Juli 2025, di perusahaan Smartkidz, yang bergerak di bidang pendidikan dan pengembangan anak. Selama masa pelaksanaan KP, praktikan ditempatkan pada divisi Marketing Operasional, dengan peran utama mendukung kegiatan administrasi, pelaporan, dan pengelolaan data dalam lingkup pemasaran.

Selama menjalani KP, praktikan tidak hanya memperoleh pengalaman kerja secara langsung, tetapi juga memahami bagaimana fungsi pemasaran beroperasi secara administratif dan strategis dalam organisasi. Berbagai tugas yang dilaksanakan bertujuan untuk membentuk keterampilan praktis di bidang pengelolaan data, komunikasi internal, serta pemahaman terhadap prosedur kerja perusahaan. Adapun bentuk pelaksanaan kerja yang dilakukan praktikan selama program KP adalah sebagai berikut:

3.2.1 Menginput Data Keuangan Marketing Operasional

Pada kegiatan ini, praktikan memiliki tanggung jawab penting dalam mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran keuangan yang berkaitan dengan kegiatan marketing ke dalam dashboard marketing operasional. Dashboard ini merupakan sistem terpusat yang dirancang untuk merekam, menyimpan, dan memvisualisasikan data keuangan secara real time. Adapun jenis data yang dicatat mencakup saldo bank, pendapatan dan biaya dari kegiatan event, piutang *acquisition cost*, pengeluaran-pengeluaran, dan lainnya.

Pencatatan ini dilakukan secara rutin agar informasi keuangan senantiasa diperbarui dan akurat.

Proses penginputan ini tidak hanya sekadar mencatat angka, tetapi juga melibatkan ketelitian dalam memverifikasi bukti transaksi, seperti invoice, bukti transfer, dan nota pembelian. Praktikan dilatih untuk mengenali kategori transaksi dan menempatkannya sesuai pos keuangan yang tepat dalam dashboard. Misalnya, biaya sewa tempat untuk event masuk dalam kategori biaya event, sedangkan pembayaran dari klien dicatat sebagai pendapatan. Kemampuan untuk memilah dan mengklasifikasikan data dengan benar menjadi penting agar laporan keuangan yang dihasilkan bisa dipertanggungjawabkan dan mudah dianalisis.

Manfaat dari kegiatan ini sangat signifikan bagi keberlangsungan operasional tim marketing. Data yang dicatat menjadi dasar bagi manajemen dalam melakukan monitoring dan evaluasi terhadap efektivitas kegiatan pemasaran. Selain itu, dashboard ini juga mendukung proses budgeting dengan memberikan gambaran menyeluruh mengenai cash flow divisi marketing, sehingga tim dapat merencanakan kegiatan selanjutnya secara lebih efisien. Transparansi anggaran pun terjaga, karena semua pihak yang berkepentingan dapat mengakses data yang sama dan mengevaluasi penggunaan dana sesuai dengan realisasi di lapangan.

No	Tanggal	Jenis Pemakai	Jumlah	Anggaran			Keterangan
				Seri 1	Seri 2	Seri 3	
10		Biaya ERP Divi Marketing Dept	3.500.000			3.500.000	
11		Berawal Inisiatif Support Unit	1.700.000			1.700.000	
12		Perlu Cost Media KWH 2023	4.700.000			4.700.000	
13		Biaya Server	3.000.000			3.000.000	
14		Biaya Material Off	400.000			400.000	
15		Biaya Detail KWH 9 Lini	4.000.000			4.000.000	
16		Keuntungan Marketing 30 @ 10.000.000	3.000.000			3.000.000	
17		Biaya Web Team KWH KWH 100	1.100.000			1.100.000	
18		Biaya Training Marketing	2.700.000			2.700.000	
19		Budget track Project KWH 4th Jari	2.000.000			2.000.000	
20		Fee Sales Tgl 10 Mei 2023	3.700.000			3.700.000	
21		Biaya Travel 200 pda, Dugala KWH	1.000.000			1.000.000	
22		Perbaikan Jarak 1.000 pda By Order BWA Juni	2.400.000			2.400.000	
23		Budget Event Marketing BWA Juni	1.800.000			1.800.000	
24		Pembelian Server 1000000 Server 400.000	400.000			400.000	
25		Biaya Jember Panitia Event	4.400.000			4.400.000	
26		Pembelian Laptop karyawan	4.000.000			4.000.000	
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34		TOTAL BWA KWH	86.540.000			86.540.000	

Gambar 3.1 Contoh Data Pengeluaran Marketing Operasional

Gambar tersebut menampilkan dokumen estimasi pengeluaran atau biaya-biaya yang disusun oleh divisi Marketing Operational PT Cipta Anak Cerdas Indonesia. Jenis pengeluaran yang dicantumkan meliputi berbagai kebutuhan operasional seperti honor karyawan (gaji, reward), biaya kegiatan (event dan training), biaya sewa, langganan internet, pengadaan perlengkapan kerja (laptop, kartu nama), serta kebutuhan pendukung lainnya. Dokumen ini berfungsi sebagai alat perencanaan dan pengendalian keuangan yang digunakan untuk mengidentifikasi seluruh kebutuhan anggaran dalam satu periode, sekaligus memantau proses realisasi pembayaran secara bertahap. Dengan adanya data ini, perusahaan dapat memastikan setiap transaksi tercatat secara sistematis dan transparan guna mendukung kelancaran pelaksanaan program kerja divisi marketing.

Date	Kegiatan / Activity	Estimasi Anggaran			Realisasi		
		Participation	Expense	Margin	Participation	Expense	Margin
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Harapan Indah (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Klaten (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Semarang (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Purwokerto (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Cirebon (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Matiga Gading (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Mayang Park (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						
05/05/2025	Lomba Mewarnai di Unit Klaten (Pendaftaran Online) target peserta 100 orang (Member & non member)						

Gambar 3.2 Contoh Pendapatan Event Marketing Operasional

Gambar tersebut menampilkan dokumen laporan pendapatan dan biaya event yang disusun oleh divisi Marketing Operational PT Cipta Anak Cerdas Indonesia untuk periode Mei 2025. Dokumen ini mencatat serangkaian kegiatan lomba mewarnai yang dilaksanakan di berbagai lokasi, seperti Unit Harapan Indah, McD, Summarecon, Pondok Gede, Grand Cakung, Kelapa Gading, Vanya Park, dan Batavia. Masing-masing kegiatan disertai informasi tanggal pelaksanaan dan target jumlah peserta, baik dari kalangan member maupun non-member. Dokumen ini juga memuat kolom estimasi anggaran yang mencakup estimasi pendapatan, biaya, dan margin, serta kolom realisasi yang mencatat hasil aktual dari pendapatan dan pengeluaran. Saat ini sebagian besar data masih dalam tahap

perencanaan, sehingga kolom realisasi belum terisi secara lengkap. Fungsi dari dokumen ini adalah sebagai alat kontrol dan evaluasi terhadap kegiatan event marketing, agar perusahaan dapat membandingkan antara estimasi dan realisasi anggaran serta mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan dalam mendukung tujuan pemasaran dan promosi. A

No	Nomor Rekening	Keterangan	Nama PT	Saldo Bank
1	3250015110	Bank Muamalat - Rekening Marketing	PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	
Total				

Gambar 3.3 Contoh Data Bank Marketing Operasional

Gambar tersebut menunjukkan data saldo rekening bank yang digunakan oleh divisi Marketing Operational PT Cipta Anak Cerdas Indonesia, berdasarkan pembaruan per tanggal 9 Juni 2025. Informasi yang dicantumkan meliputi nomor rekening, nama bank, keterangan penggunaan rekening, nama perusahaan, serta jumlah saldo yang tersedia. Dalam tabel tersebut, tercatat satu rekening atas nama PT Cipta Anak Cerdas Indonesia yang terdaftar di Bank Muamalat dengan keterangan sebagai rekening khusus pemasaran (rekening marketing). Dokumen ini berfungsi sebagai alat pemantauan kas di rekening bank perusahaan, yang berguna untuk memastikan ketersediaan dana operasional secara transparan dan akurat. Data saldo ini juga menjadi dasar untuk pengambilan keputusan dalam alokasi anggaran kegiatan pemasaran dan pengeluaran operasional lainnya.

PT Cipta Anak Cerdas Indonesia (Marketing Operasional)																			
MUTASI MURID DAN PERHITUNGAN ACQUISITION COST																			
UNIT	MUTASI MURID	MUTASI MURID			SALDO MURID							MUTASI MURID		TOTAL MURID	TOTAL ACQUISITION COST	TOTAL ACQUISITION COST (Rp)	TOTAL ACQUISITION COST (Rp)	TOTAL ACQUISITION COST (Rp)	
		REGULAR	BOOKING	PRAMU	REGULAR	BOOKING	PRAMU	REGULAR	BOOKING	PRAMU	REGULAR	BOOKING	PRAMU						
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	111	22	0	0	111	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	120	12	0	0	120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	130	12	0	0	130	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	140	12	0	0	140	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	150	12	0	0	150	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	160	12	0	0	160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	170	12	0	0	170	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	180	12	0	0	180	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	190	12	0	0	190	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	200	12	0	0	200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	210	12	0	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	220	12	0	0	220	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	230	12	0	0	230	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	240	12	0	0	240	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	250	12	0	0	250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	260	12	0	0	260	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	270	12	0	0	270	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	280	12	0	0	280	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	290	12	0	0	290	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia	300	12	0	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Gambar 3.4 Contoh Data Acquisition Cost

Gambar tersebut menampilkan laporan mutasi murid dan perhitungan *acquisition cost* yang disusun oleh divisi Marketing Operational PT Cipta Anak Cerdas Indonesia untuk periode Januari 2025. Tabel ini mencatat data dari berbagai unit cabang, mencakup jumlah siswa, program closing (regular, booking, pramu), serta sumber info closing seperti media sosial (Instagram), tamu program, event/flyering, dan customer relationship (C/R). Selain itu, terdapat kolom jumlah total closing sebagai indikator performa pemasaran tiap unit.

Laporan ini juga memuat perhitungan biaya akuisisi (*acquisition cost*) per unit, yang terdiri dari biaya marketing digital dan total biaya yang dikeluarkan untuk menjangkau siswa baru. Data ini diikuti oleh rincian nominal dana yang telah dibayarkan (sudah dibayar digital), dana operasional marketing (*ops marketing*), serta jumlah yang masih tertunggak atau *outstanding*. Fungsi utama dokumen ini adalah sebagai alat evaluasi efektivitas strategi pemasaran setiap unit, sekaligus membantu manajemen dalam mengendalikan dan menganalisis biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh siswa baru secara efisien.

3.2.2 Membuat FPP untuk Keperluan Marketing Operasional

Praktikan turut dilibatkan dalam proses pembuatan Formulir Permintaan Pembelian (FPP) yang merupakan dokumen penting dalam sistem administrasi perusahaan, khususnya dalam kegiatan pengadaan barang atau jasa untuk mendukung operasional divisi marketing. Formulir ini mencakup informasi terperinci mengenai kebutuhan pengadaan, mulai dari jenis barang atau jasa, jumlah yang diperlukan, estimasi harga, hingga keterangan mengenai tujuan atau

kegunaan permintaan tersebut. Pembuatan FPP menjadi langkah awal yang krusial sebelum proses pembelian dilakukan oleh tim operasional.

Melalui keterlibatan dalam proses ini, praktikan belajar memahami alur administrasi internal, penyusunan formulir, hingga proses persetujuan oleh manager. Praktikan juga mempelajari pentingnya sistem dokumentasi yang rapi dan sesuai prosedur agar pengajuan pengadaan dapat ditelusuri, diverifikasi, serta dipertanggungjawabkan dengan mudah. Hal ini sangat penting untuk menjaga akuntabilitas dan efisiensi dalam penggunaan anggaran perusahaan.

Kegiatan ini juga melatih praktikan untuk berkoordinasi secara aktif dengan berbagai divisi pendukung, seperti tim keuangan untuk memastikan bahwa informasi dalam FPP lengkap dan sesuai dengan kebutuhan aktual. Komunikasi yang efektif diperlukan agar tidak terjadi kesalahan dalam pengajuan, seperti salah jumlah, salah spesifikasi barang, atau ketidaksesuaian antara kebutuhan dan waktu pengiriman. Dengan begitu, proses operasional marketing dapat berjalan lancar tanpa hambatan logistik.

Selain meningkatkan pemahaman terhadap proses administratif, keterlibatan dalam pembuatan Formulir Permintaan Pembayaran (FPP) juga memperkuat keterampilan praktikan dalam hal ketelitian, tanggung jawab, dan penyusunan dokumen formal. Praktikan menjadi lebih terbiasa dengan standar dokumen resmi perusahaan dan memahami pentingnya sinkronisasi data antara permintaan, anggaran, dan pelaporan. Proses ini menuntut keakuratan informasi serta konsistensi dalam pengisian data agar tidak terjadi kesalahan dalam proses verifikasi dan pencairan dana. Selain itu, praktikan juga belajar berkoordinasi dengan berbagai divisi terkait untuk memastikan kelengkapan dokumen yang diperlukan. Hal ini merupakan pengalaman berharga yang memperkaya kesiapan praktikan untuk bekerja di dunia profesional, terutama di bidang administrasi operasional yang menuntut efisiensi dan ketepatan prosedural. Disaat yang akan datang, keterampilan ini akan menjadi modal penting dalam menghadapi tantangan administratif di berbagai sector pekerjaan, baik dalam skala korporasi maupun organisasi nirlaba.

KETERANGAN PEMBAYARAN		JUMLAH
Budget Training Workshop: "Grand Opening & Launching Hack" HTM		
Tgl 12 Juni 2025		
Peserta:		
Ms Jihan (Manager)		249.000
Ms Iffah (Project)		249.000
Iqbal (Project)		249.000
Ms Dini (Project)		249.000
Bank : BSI		
Atas Nama : TDA Tangerang Raya		
Nomor Rekening : 2323112234		
TOTAL		996.000
Persetujuan Divisi Pemohon		Persetujuan Divisi Finance & Accounting
Pemohon	Spv / Manager Budi Santoso	Budget / Cost Control
		Finance, Accounting B
Persetujuan Direksi		
		Chief Finance Officer (CFO)
		Chief Operation Officer (COO)
		Chief Executive Officer (CEO)

Gambar 3.5 Contoh Formulir Permintaan Pembelian

Gambar tersebut merupakan dokumen formulir permintaan pembayaran yang digunakan oleh PT Cipta Anak Cerdas Indonesia dalam kegiatan operasional, khususnya untuk pengajuan biaya pelatihan atau workshop. Jenis pembayaran yang dicantumkan adalah budget training workshop untuk kegiatan bertajuk “*Grand Opening & Launching Hack*”, yang dilaksanakan pada tanggal 12 Juni 2025 dan diikuti oleh beberapa karyawan dari berbagai divisi.

3.2.3 Membuat SPL untuk Kegiatan Tambahan Tim Marketing

Dalam rangka mendukung kelancaran event atau kegiatan tambahan yang dilakukan di luar jam kerja reguler, praktikan diberikan tanggung jawab untuk menyusun Surat Perintah Lembur (SPL). Dokumen ini penting sebagai bentuk pengajuan resmi atas waktu kerja tambahan yang dilakukan oleh karyawan, terutama dalam divisi marketing yang sering terlibat dalam kegiatan seperti event promosi, peluncuran produk, atau pameran. SPL mencantumkan informasi rinci seperti nama karyawan, waktu dan tanggal pelaksanaan lembur, serta alasan kegiatan lembur tersebut.

Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada praktikan dalam memahami prosedur administrasi kepegawaian, khususnya yang berkaitan dengan regulasi lembur perusahaan. Praktikan juga belajar mengenai pentingnya mematuhi ketentuan hukum ketenagakerjaan, termasuk syarat dan batasan lembur, serta kompensasi yang wajib diberikan kepada karyawan yang bekerja di

luar jam operasional. Dengan demikian, penyusunan SPL bukan hanya bersifat administratif, tetapi juga berdampak pada aspek hak dan kewajiban tenaga kerja.

Melalui proses penyusunan SPL, praktikan dilatih untuk mengelola dokumen secara profesional, mulai dari pengumpulan data karyawan, koordinasi dengan atasan atau manajer divisi untuk persetujuan, hingga pengarsipan dokumen. SPL yang disusun dengan baik akan mempermudah proses verifikasi oleh HR dan keuangan, serta menjadi dasar dalam pencatatan kehadiran dan pembayaran lembur. Ketelitian dan ketepatan waktu dalam menyusun dokumen ini sangat penting agar tidak mengganggu proses operasional maupun pencairan hak karyawan.

PT. CIPTA ANAK CERDAS INDONESIA SMARTKIDZ
 Jl. Jalan Perdana Kusuma No. 53 AC RT 004/ RW001 **Jayanti Baru**,
 kec. Babakan, Kota Tangerang, Provinsi Banten

SURAT PERINTAH LEMBUR

Tanggal SPL : 29 April 2025
 Divisi : Branding
 Lokasi Lembur : Bintaro Plaza Tanggal Lembur : Sabtu, 26 April 2025

Utaran tugas kerja lembur:
 Edufair Fest 2025 di Bintaro Plaza

Menyediakan pejabat lembur, sebagai:

No	Nama Karyawan	Jabatan	Jam Lembur		Hari/Tanggal	Nominal
			Mulai	Selesai		
1	Inopita Cahya Zubaidah R.	R&D	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	
2	Rani Kusriyanti	R&D	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	
3	Nanda Sucitraningsih	Operasional	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	
4	Lady Monica	R&D	08:00	11:00	Sabtu, 26 April 2025	
5	Julia Eka Putri	Sales	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	
6	Ekwandi Swabadi	Sales	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	
7	Miah Jabrudin	R&D	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	
8	Alva	Internship Staff	08:00	12:00	Sabtu, 26 April 2025	

Disetujui: Admin Branding Manager HR

Gambar 3.6 Contoh Surat Perintah Lembur

Gambar tersebut merupakan dokumen Surat Perintah Lembur (SPL) yang digunakan oleh PT Cipta Anak Cerdas Indonesia. Jenis dokumen ini berfungsi sebagai formulir resmi yang memberikan izin dan mencatat pelaksanaan kerja lembur bagi karyawan, dalam hal ini untuk kegiatan *Edufair Fest 2025* yang dilaksanakan di Bintaro Plaza. Fungsi utama SPL ini adalah untuk mendokumentasikan secara jelas siapa saja karyawan yang melakukan lembur, termasuk jabatan mereka, waktu kerja lembur (jam mulai dan selesai), serta hari

dan tanggal pelaksanaannya. Dokumen ini juga menjadi dasar administrasi untuk keperluan pembayaran upah lembur, serta memastikan bahwa kegiatan lembur dilaksanakan sesuai prosedur dan telah mendapatkan persetujuan dari pihak yang berwenang (divisi terkait dan HR). Dengan demikian, SPL membantu perusahaan menjaga akuntabilitas, transparansi, dan legalitas dalam manajemen waktu kerja karyawan.

3.2.4 Merekap Data Anggaran Event SPR

Pekerjaan mencatat dan merekap Data Rencana Anggaran Biaya (RAB) Event Bulanan *Sales Promotion Representative* (SPR) merupakan salah satu tugas administratif yang penting dalam mendukung kegiatan promosi perusahaan. Proses ini dimulai dengan menerima dokumen pengajuan anggaran dari tim SPR yang berisi rincian kebutuhan dana untuk setiap kegiatan event bulanan, seperti biaya snack, konsumsi tim, perlengkapan, transportasi, serta kebutuhan operasional lainnya. Setiap rincian tersebut harus dicatat secara lengkap dan teliti untuk memastikan bahwa seluruh komponen biaya terdokumentasi dengan baik.

Proses pendataan kebutuhan Rencana Anggaran Biaya (RAB) memerlukan penyesuaian berdasarkan jumlah peserta atau pendaftar yang masuk. Penyusunan RAB tidak dapat dilakukan hanya satu kali karena perubahan data sering terjadi menjelang pelaksanaan kegiatan. Tim pelaksana biasanya menyelesaikan finalisasi kebutuhan anggaran paling lambat tiga hari sebelum kegiatan dimulai.

Praktikan memiliki tanggung jawab untuk merekap data dari setiap kegiatan ke dalam format laporan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Rekapitulasi tersebut menyajikan gambaran menyeluruh mengenai pengajuan dan penggunaan anggaran yang diajukan oleh tim Sales Promotion Representative (SPR) setiap bulan. Proses rekap memerlukan ketelitian tinggi agar tidak terjadi duplikasi data atau kesalahan pencatatan nominal. Praktikan juga memastikan kesesuaian antara data yang tercatat dan kebijakan administrasi perusahaan.

Pekerjaan tersebut melatih praktikan dalam aspek ketelitian, konsistensi, dan tanggung jawab saat mengelola data keuangan. Praktikan memperoleh

pengalaman langsung dalam memahami alur pengelolaan anggaran untuk kegiatan promosi. Pemahaman tersebut memperkuat kemampuan praktikan dalam menjalankan fungsi administrasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan pencapaian target perusahaan.

BENCANA ANGGARAN BIAYA (RAB)					
PENDAFTARAN		Jumlah	Pendapatan	Total	Keterangan
LABA MASUK					
1	Member	30	25.000	750.000	
2	Non Member	50	15.000	750.000	
3	Sponsorship				
4	Lain-lain				
TOTAL LABA MASUK		80		900.000	
PENGELUARAN / BAYAR-BAYAN					
		Quantity	Harga	Total	Keterangan
1	Gantengbag	8	3.000	24.000	
2	Snack	80	3.000	240.000	
3	Totebag				
4	Crayon				
5	Flaker				
6	Sep/Faker	1	30.000	30.000	
7	Pasta 45	2	45.000	90.000	
8	Pasta 55				
9	Media Peres	0			
10	Tumbler	6	10.000	60.000	
11	Merchandise Lainnya		5.000		
12	Fee - Manasumber				
13	Fee - Jekoyan Permis	2	100.000	200.000	
14	Fee - Jekoyan/WI/Wal	30	3.000	90.000	
15	Biaya transport				
16	Biaya Loading				
17	Honor Lomba	0	50.000	150.000	
18	Biaya Makan (G Ada, PB, Di)	2	200.000	400.000	
19	Biaya Kebutuhan				
20	Biaya Simulasi				
21	Biaya Sumbangan (RT/DW/Kelurahan, Dll)	0			
22	Sponsorship lain-lain	0			
23	Media kertas	5	15.000	75.000	
TOTAL		137	488.000	1.553.000	
LABA (RUGI)				-653.000	
MARGIN LABA				-10%	
		Dibuat oleh:	Ditandatangani:		

Gambar 3.7 Contoh Data Rancangan Anggaran Biaya

Gambar tersebut merupakan dokumen Rencana Anggaran Biaya (RAB) yang digunakan oleh PT Cipta Anak Cerdas Indonesia untuk perencanaan keuangan kegiatan tertentu. Jenis dokumen ini berisi rincian perkiraan pemasukan dan pengeluaran yang terkait dengan penyelenggaraan suatu event, termasuk jumlah peserta, sumber pemasukan (seperti biaya pendaftaran dan sponsorship), serta rincian kebutuhan biaya yang mencakup konsumsi, perlengkapan, transportasi, honor, media, dan kebutuhan teknis lainnya.

Fungsi dari dokumen ini adalah untuk menghitung estimasi biaya secara menyeluruh sebelum kegiatan dilaksanakan, sehingga tim pelaksana dapat mengetahui apakah kegiatan tersebut akan menghasilkan laba atau rugi. Dalam contoh ini, dokumen menunjukkan kondisi rugi sebesar Rp653.000, yang berarti pengeluaran melebihi pemasukan. Dokumen RAB seperti ini membantu perusahaan dalam mengambil keputusan keuangan, mengontrol pengeluaran, dan mengevaluasi kelayakan kegiatan secara lebih akuntabel dan terstruktur.

3.3 Kendala yang Dihadapi

Selama menjalani kegiatan kerja profesi, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan tugas-tugas, khususnya dalam aktivitas yang berkaitan dengan penginputan data, penyusunan dokumen administratif, dan rekapitulasi kegiatan. Berikut ini adalah uraian kendala berdasarkan masing-masing pekerjaan, beserta cara mengatasinya:

3.3.1 Menginput Data Keuangan Marketing Operasional

Selama menjalankan tugas menginput data pendapatan event ke dalam dashboard marketing operasional, saya mengalami kendala utama berupa perlunya pengecekan ulang terhadap data pendapatan yang masuk dari pendaftar melalui Google Form. Hal ini menjadi penting karena tidak semua bukti pembayaran yang dilampirkan oleh peserta event dapat langsung dianggap valid. Beberapa peserta bahkan terdeteksi mengirimkan bukti pembayaran palsu berupa tangkapan layar yang telah dimanipulasi. Situasi ini mengharuskan saya untuk melakukan verifikasi secara manual terhadap setiap bukti pembayaran, mencocokkannya dengan data rekening perusahaan serta waktu transaksi yang tercatat.

Proses verifikasi ini tentu menambah beban pekerjaan, karena saya tidak hanya bertanggung jawab untuk menginput data secara akurat, namun juga memastikan keasliannya satu per satu. Tugas ini menuntut tingkat ketelitian yang tinggi dan menyita waktu cukup banyak, terutama ketika pendaftar dalam jumlah besar. Kesalahan sedikit saja dalam pengecekan dapat menyebabkan data keuangan menjadi tidak valid dan berdampak pada laporan pendapatan keseluruhan. Oleh karena itu, proses ini harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian untuk menjaga integritas data serta mencegah terjadinya selisih antara pemasukan aktual dan catatan pada dashboard.

3.3.2 Membuat FPP untuk Keperluan Marketing Operasional

Dalam pembuatan Formulir Permintaan Pembelian (FPP), saya menghadapi tantangan yang cukup krusial, terutama dalam hal ketelitian. Setiap formulir yang dibuat harus memuat informasi yang sangat detail dan spesifik,

seperti kop surat, tanggal, keperluan pembelian, rincian jumlah barang atau jasa, nama penerima, nomor rekening, hingga penjelasan mendalam mengenai kebutuhan operasional terkait. Seluruh elemen ini tidak boleh ada yang terlewat atau salah tulis, karena akan berpengaruh langsung pada proses persetujuan pengeluaran dana dari pihak keuangan perusahaan.

Kesalahan sekecil apapun, seperti kesalahan pengetikan nama, angka, atau nomor rekening, mengharuskan saya untuk mengulang seluruh proses pembuatan FPP dari awal. Hal ini tidak hanya memakan waktu, tetapi juga berpotensi menghambat kelancaran operasional marketing, terutama jika barang atau layanan yang diajukan bersifat mendesak. Keterlambatan dalam pengajuan FPP juga dapat berimbas pada pelaksanaan kegiatan yang telah dijadwalkan. Oleh karena itu, diperlukan fokus penuh, ketelitian tinggi, serta pemahaman yang menyeluruh terhadap prosedur administrasi untuk dapat menyelesaikan tugas ini dengan benar dan tepat waktu.

3.3.3 Membuat SPL untuk Kegiatan Tambahan Tim Marketing

Pembuatan Surat Perintah Lembur (SPL) menjadi salah satu tugas yang tidak lepas dari kendala, terutama ketika informasi mengenai karyawan yang akan melakukan lembur belum jelas atau berubah-ubah. Sering kali, saya harus berhadapan dengan kurangnya kejelasan mengenai siapa saja anggota tim yang akan lembur pada kegiatan tertentu. Ketidakjelasan ini dapat terjadi karena adanya perubahan jadwal atau penugasan secara mendadak dari manajer lapangan atau koordinator event.

Kondisi tersebut berdampak pada lambatnya proses penyusunan SPL yang seharusnya disiapkan sebelum kegiatan dilaksanakan. Jika data karyawan yang lembur tidak lengkap atau belum final, maka surat tidak dapat segera diajukan untuk mendapatkan persetujuan. Keterlambatan dalam pengajuan SPL ini bukan hanya berdampak pada keadministrasian internal, tetapi juga dapat memengaruhi pencairan honor lembur bagi karyawan terkait. Oleh sebab itu, komunikasi yang jelas dan koordinasi yang baik antar tim sangat dibutuhkan untuk meminimalkan kendala ini.

3.3.4 Merekap Data Anggaran Event Bulanan SPR

Tugas mencatat dan merekap data Rencana Anggaran Biaya (RAB) untuk event bulanan yang dilaksanakan oleh Sales Promotion Representative (SPR) cukup menantang karena sifatnya yang dinamis dan berubah-ubah. Salah satu kendala utama yang saya hadapi adalah ketidakpastian pengeluaran yang terjadi hingga beberapa hari menjelang event. Data RAB tidak dapat langsung difinalisasi dalam satu waktu, karena anggaran sangat bergantung pada jumlah peserta yang mendaftar dan kebutuhan logistik yang menyesuaikan dengan kondisi di lapangan. Dalam kondisi seperti ini, perencanaan anggaran harus dilakukan secara adaptif namun tetap teliti, agar seluruh kebutuhan event dapat terpenuhi tanpa menimbulkan ketidaksesuaian laporan keuangan di kemudian hari.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam pelaksanaan kerja profesi, berbagai kendala yang muncul di lapangan telah dihadapi oleh praktikan dengan pendekatan yang sistematis. Untuk menjaga kelancaran dan akurasi dalam pelaksanaan tugas, sejumlah solusi telah diterapkan sebagai bentuk tanggung jawab dan profesionalisme. Adapun cara mengatasi kendala-kendala tersebut dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1 Menginput Data Pendapatan Event

Untuk mengatasi kendala dalam menginput data pendapatan event, solusi yang dapat dilakukan adalah dengan mendata tugas tersebut setelah masing-masing event selesai terlebih dahulu. Setelah event berakhir, praktikan dapat langsung melakukan pengecekan bukti pembayaran pada setiap pendaftar melalui Google Form, guna memastikan keaslian dan validitas data yang masuk. Setelah semua bukti pembayaran diverifikasi satu per satu, barulah praktikan mendata dan menginput total pendapatan event ke dalam dashboard marketing operasional. Dengan alur kerja seperti ini, proses pencatatan menjadi lebih terstruktur dan akurat, serta menghindari kesalahan akibat data yang belum terverifikasi.

3.4.2 Upaya Meningkatkan Ketelitian dalam Pembuatan FPP

Solusi untuk mengatasi kendala ketelitian dalam pembuatan FPP adalah dengan melakukan *crosscheck* secara berkala terhadap data yang akan dimasukkan ke dalam formulir. Praktikan harus memastikan setiap elemen penting seperti kop surat, tanggal, keterangan barang, jumlah, dan nomor rekening telah terisi dengan benar. Selain itu, sebelum formulir dikirim atau dicetak, praktikan perlu meminta konfirmasi atau kepastian kebenaran data tersebut kepada pembimbing eksternal untuk memastikan tidak ada kesalahan. Langkah ini dapat meminimalisir risiko kesalahan dan menghindari pekerjaan ulang.

3.4.3 Memastikan Keakuratan Data dalam Penyusunan SPL

Untuk mengatasi kurangnya kejelasan data karyawan yang lembur, praktikan dapat berkoordinasi langsung dengan penanggung jawab event atau supervisor lapangan untuk memperoleh daftar nama karyawan dan rincian lembur secara tertulis sebelum SPL dibuat. Langkah ini membantu memastikan data yang dimasukkan sudah valid dan dapat mempercepat proses persetujuan lembur.

3.4.4 Ketidakpastian Anggaran Event oleh SPR

Solusi untuk mengatasi ketidakpastian pengeluaran menjelang H-3 sebelum event adalah dengan tidak menunda-nunda pekerjaan dan memprioritaskan tugas ini dibandingkan tugas lainnya. Jika praktikan sudah diberikan tanggung jawab untuk mengupdate RAB, maka tugas tersebut harus segera diselesaikan pada saat itu juga. Dengan menyelesaikan pencatatan secara bertahap dan tepat waktu, penyesuaian yang muncul di hari-hari berikutnya dapat ditangani lebih cepat, sehingga mencegah penumpukan pekerjaan menjelang hari pelaksanaan event.

3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama melaksanakan Kerja Profesi di Divisi Administrasi Marketing Operasional PT Cipta Anak Cerdas Indonesia, praktikan memperoleh berbagai pembelajaran yang berharga, baik dalam aspek teknis maupun pengembangan diri. Berikut adalah beberapa pembelajaran yang diperoleh oleh praktikan:

1. Praktikkan menghadapi kendala dalam menginput data pendapatan dari kegiatan event karena sebagian besar data pendaftaran peserta belum sepenuhnya masuk atau terverifikasi pada saat proses pencatatan dilakukan. Untuk mengatasi hal ini, praktikkan menunggu hingga seluruh kegiatan event selesai agar memperoleh data yang lebih pasti. Setelah itu, praktikkan melakukan verifikasi terhadap bukti pembayaran peserta satu per satu melalui Google Form yang tersedia. Langkah ini memberikan pemahaman mendalam kepada praktikkan tentang pentingnya validasi data sebelum dilakukan input ke sistem formal, serta melatih ketelitian dan akurasi dalam penyusunan laporan keuangan.
2. Dalam proses pembuatan FPP, praktikkan dihadapkan pada risiko kesalahan pengisian yang dapat berpengaruh terhadap kelancaran proses pengadaan. Elemen penting seperti jumlah, keterangan barang, dan nomor rekening harus diisi dengan tepat dan teliti. Untuk meminimalisasi kesalahan, praktikkan membiasakan diri melakukan *crosscheck* terhadap seluruh isi formulir dan melakukan konfirmasi langsung kepada pembimbing eksternal sebelum FPP dikirim atau dicetak. Melalui kegiatan ini, praktikkan belajar mengenai standar administrasi perusahaan serta membentuk kebiasaan kerja yang teliti, sistematis, dan bertanggung jawab.
3. Kesulitan muncul dalam penyusunan SPL, terutama karena data lembur karyawan tidak selalu terdokumentasi dengan jelas. Untuk mengatasi hal tersebut, praktikkan melakukan koordinasi langsung dengan penanggung jawab event atau supervisor lapangan guna mendapatkan data lembur secara tertulis dan terverifikasi. Melalui pengalaman ini, praktikkan mengembangkan keterampilan komunikasi profesional, serta memahami pentingnya keakuratan dan kelengkapan informasi dalam pengelolaan administrasi sumber daya manusia.
4. Ketidakpastian anggaran menjelang event, menjadi salah satu tantangan dalam proses penyusunan RAB. Praktikkan tidak menunda pekerjaan dan langsung menyusun RAB secara bertahap. Dengan menyusun anggaran secara progresif, setiap perubahan atau revisi dapat ditangani lebih cepat dan efisien. Kondisi ini melatih praktikkan dalam manajemen waktu, penetapan skala prioritas, serta kemampuan dalam menyikapi dinamika dan perubahan yang sering terjadi dalam operasional lapangan.