

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Aktifitas kerja magang profesi wajib dilaksanakan semua mahasiswa program studi manajemen Universitas Pembangunan Jaya untuk memenuhi nilai mata kuliah Kerja Profesi yang dijalani saat semester 7 sebelum melalui tugas akhir. Kerja profesi adalah pelaksanaan langsung dalam institusi atau perusahaan dengan menerapkan wawasan berupa teori-teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan berlangsung, yang menjadi tujuan dan hasil pencarian adalah PT. AEON Indonesia. Praktikan melaksanakan kerja profesi di kantor pusat PT. AEON Indonesia yang bertempat di AEON Mall BSD City Unit M-02 Mezzanine Floor, Jalan Raya Utama BSD, Desa Pagedangan, Kabupaten Tangerang 15339 selama 456 (empat ratus lima puluh enam) jam melakukan kerja profesi. Praktikan diletakkan di divisi Marketing khususnya Partnership Marketing dan mendapatkan bimbingan langsung oleh Ibu Nadindra Wulandari, selaku *staff of Partnership Marketing in marketing division*.



Gambar 3. 1 Foto Praktikan bersama Pembimbing Kerja

Sumber : Dokumen Pribadi

Partnership Marketing di PT. AEON Indonesia bertanggung jawab untuk:

1. Perkembangan kemitraan : mencari dan menjalin kemitraan dengan Perusahaan atau merek lain yang dapat memberikan plus value terhadap PT. AEON Indonesia.
2. Negoisasi kontrak : partnership marketing merancang dan juga bernegosiasi kontrak kemitraan yang bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.
3. Pengelolaan hubungan pelanggan : menjaga hubungan baik dengan mitra-mitra dan memastikan kepuasan mereka tercapai.
4. Pengembangan kampanye bersama: merancang dan melaksanakan Marketing campaign atau promosi bersama dengan mitra untuk meningkatkan visitabilitas dan penjualan produk atau layanan
5. Analisis dan pelaporan: melakukan analisis kinerja kemitraan, termasuk pengukuran ROI (Return on Investment) dan menyusun laporan berkala untuk memantau kesuksesan program kemitraan.
6. Pengelolaan anggaran: mengelola anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan pemasaran kemitraan dan memastikan bahwa anggaran tersebut digunakan dengan baik dan seefektif mungkin.
7. Inovasi dan pengembangan strategi : berpartisipasi dalam mengembangkan strategi pemasaran inovatif untuk memperkuat posisi PT. AEON Indonesia di pasar.
8. Pengelolaan acara kemitraan : mengatur dan mengelola acara kemitraan seperti peluncuran produk bersama, acara promosi, atau pameran.

Sedangkan, beberapa bidang yang dilakukan oleh praktikan sebagai berikut:

1. Penelitian dan Identifikasi Peluang Kemitraan
2. Mencari Informasi Promo *Competitor*
3. Membuat Konten Marketing
4. Mencari Barang untuk Hadiah *Bank Program*
5. Menyusun laporan promo bank
6. Mengkoordinasikan Konten Kemitraan dan Memastikan Bank Program Exposure
7. Pencarian Media Publisher, Vendor

3.2 Pelaksanaan Kerja

Hal pertama yang dijalani praktisi sebelum mengawali aktivitas profesionalnya adalah memperkenalkan diri kepada rekan dan pembelajaran tentang PT. AEON Indonesia. Dalam pembelajaran ini praktikan diberikan pengetahuan tentang dasar-dasar ritel, Sejarah AEON, sistem kerja AEON, peraturan dan tata tertip AEON. Setiap materi kita diberikan tes dari materi yang sudah di jelaskan dan juga ada study case yang di kerjakan secara berkelompok dan ada yang individu.



Gambar 3. 2 pengetahuan dasar PT. AEON Indonesia
Sumber: 2015 AEON CO., LTD

Setelah selesainya perkenalan dan pengetahuan dasar, praktikan diarahkan bersama divisinya masing-masing dan diberitahukan tentang tugas apa yang akan dilakukan praktisi saat menjalankan magang di PT. AEON Indonesia dengan para pembimbing kerjanya masing-masing.

Berikut adalah penjelasan aktivitas atau tugas yang praktikan laksanakan sepanjang melakukan kerja profesi di PT. AEON Indonesia:

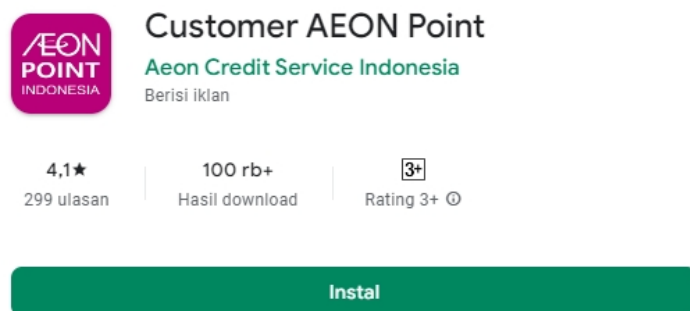
3.2.1 Penelitian dan Identifikasi Peluang Kemitraan

Penelitian dan identifikasi peluang kemitraan merupakan langkah yang krusial dalam mengembangkan bisnis. Proses ini membantu Perusahaan untuk menemukan mitra yang potensial, baik dalam bentuk kemitraan strategis, joint

venture, aliansi, atau kolaborasi lainnya. Tentu saja tujuan dari kemitraan adalah membuat keuntungan yang lebih bagi setiap pihak yang dilibatkan (Lubis et al., 2022).

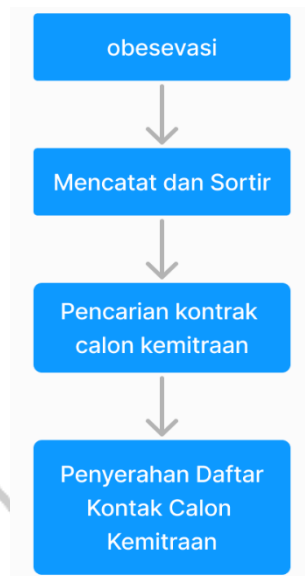
PT. AEON Indonesia sendiri sebelumnya sudah banyak sekali menjalin kemitraan dengan beberapa Perusahaan. Untuk sebagai contohnya, pada saat kerja profesi berjalan, PT. AEON Indonesia sedang menjalin kemitraan dengan The Kodjok dengan promo bagi setiap karyawan untuk mendapatkan free Upsize. Pada kemitraan ini tentunya kedua belah pihak sama-sama diuntungkan. Pihak The Kodjok mampu meningkatkan minat pembelian bagi para pelanggan yang merupakan karyawan dan pihak PT. AEON Indonesia khususnya karyawannya dapat harga yang lebih sedikit untuk membeli minuman Teh Kodjok yang ukuran besar.

Pada tugas yang diberikan Ibu Nadindra Wulandari selaku pembimbing kerja, praktikan diminta untuk menganalisis toko mana saja yang berpotensi untuk melakukan Kerjasama yang nantinya akan digunakan untuk meraih keuntungan untuk para member AEON STORE dari pengumpulan *point* yang dapat ditukarkan dengan voucher promo dari toko yang melakukan Kerjasama dengan AEON STORE. *Point* tersebut bisa didapatkan dan dikumpulkan dari setiap pembelian di AEON STORE dengan *scan barcode* member AEON STORE yang dapat diakses melalui aplikasi *Customer AEON Point* yang dapat di *download* pada *handphone customers*.



Gambar 3. 3 aplikasi *Customer AEON Point*

Sumber: play.google.com



Bagan 3. 1 Alur Penelitian dan Identifikasi Peluang Kemitraan

Sumber: Data Olah Praktikan

1. Observasi

Langkah pertama yang dilakukan praktikan dalam menganalisis toko yang ingin dijadikan kemitraan adalah observasi. Observasi yang dilakukan oleh praktikan dimulai dari daerah makanan yaitu foodcourt sampai toko-toko yang menjual jasa seperti salon, tempat pijat, tempat perawatan kulit, tempat perawatan dan kesenian kuku, dan masih banyak lagi. Praktikan mengawasi toko-toko yang dapat diajak Kerjasama dengan mempertimbangkan keramaian toko dan Tingkat ketenaran produk atau brand toko.

2. Mencatat dan Sortir

Setelah melakukan observasi, praktikan mulai mencatat toko-toko yang dapat berpotensi menjalani Kerjasama. Dalam proses ini praktikan akan mencatat keseluruhan toko yang berpotensi bisa diajak Kerjasama, lalu berikan kepada pembimbing kerja untuk penyortiran.

3. Pencarian kontrak calon kemitraan

Setelah dilakukannya penyortiran oleh pembimbing kerja, praktikan mulai mencari informasi kontak yang dapat di hubungi oleh pihak PT. AEON Indonesia kepada calon kemitraan. Praktikan melakukan dengan cara mengelilingi satu toko ke toko yang lain untuk bertanya kontak yang dapat dihubungi.

4. Penyerahan Daftar Kontak Calon Kemitraan

Setelah dilakukannya pengumpulan kontak, Praktikan mengumpulkan ke pembimbing kerja yaitu Ibu Nadindra Wulandari untuk dilakukannya tahap berikutnya yaitu pembuatan proposal Kerjasama.

Pada Analisa yang telah praktikan lakukan, tugas ini sangat berguna untuk mempermudah mengembangkan program partnership. karena hal ini akan memunculkan Kerjasama baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Namun hal ini akan lebih mudah jika, PT. Aeon Indonesia berkomunikasi langsung dengan pihak PT. Aeon Mall agar proses pencarian data dan kontak lebih cepat dan efisien.

3.2.2 Mencari Informasi Promo Competitor

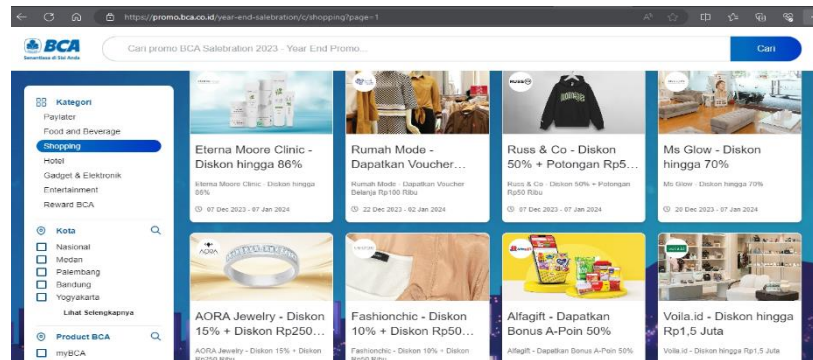
Praktikan diberikan tugas oleh pembimbing kerja untuk mencari tahu promo bank apa saja yang dimiliki oleh pesaing. Pesaing yang dimaksud ini adalah Perusahaan yang berjalan dibidang peritelan sama dengan PT. AEON Indonesia. Setelah dilakuka Analisa Praktikan ditugaskan untuk mencari tahu informasi promo bank dari Perusahaan-perusahaan serupa yaitu, LOTTE MART, LULU Hypermarket, Farmers Market, Ranch Market, Papaya Fresh Galery, Hero Supermarket, Grand Lucky, Food Hall, Metro dept. store, Sogo, Transmart, Superindo, Matahari, Alfamart, dan Indomaret.

Praktikan melakukan pengumpulan melalui akun resmi Instagram dari setiap Perusahaan. Informasi tersebut biasanya diunggah oleh para pesaing melalui sosial media agar para pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi *Update* dari segala promo yang sedang berlaku. Selain pesaing PT. AEON Indonesia juga melaksanakan tindakan serupa dengan tujuan yang serupa.



Gambar 3. 4 *Promo Bank dari Competitor*
Sumber: Instagram

Selain dari platform Instagram, praktikan juga mencari informasi lebih lanjut melalui website official bank. Informasi yang berada pada website bank biasanya lebih terperinci dari syarat dan ketentuannya.



Gambar 3. 5 Promo Bank dari Competitor

Sumber: promo.bca.co.id

Praktikan membuat Kumpulan tentang promosi bank dari pesaing dengan tujuan sebagai data analisis Perusahaan agar dapat bersaing dengan competitor dan tidak kalah saing. Praktikan melakukan pengumpulan informasi dengan format nama perusahaan, nama bank, hadiah yang di dapat, periode promosi, dan syaratnya.

Berdasarkan Analisa yang telah praktikan lakukan, tugas ini sangat penting agar Perusahaan tidak kalah saing dengan Perusahaan yang bergerak di bidang sama lainnya. Dan bisa diketahui bahwa PT. Aeon Indonesia memiliki lebih banyak promo bank dibandingkan Perusahaan lainnya, hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri agar konsumen memilih PT. Aeon Indonesia sebagai pilihan utama saat konsumen membutuhkan sesuatu.

Tabel 3. 1 compile promo bank dari competitor

Sumber: data pribadi

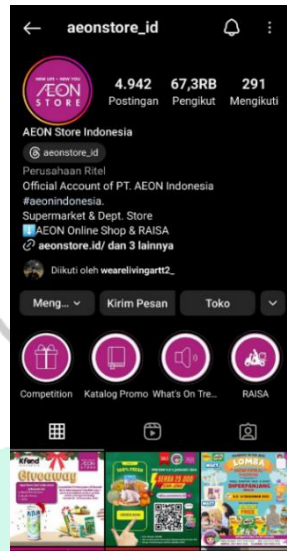
NAMA	no.	BANK	HADIAH	TANGGAL	SYARAT
LOTTE MART	1	CIMB Niaga	Voucher Rp 500.000	3-25 Juni 2023	Minimal transaksi Rp 750.000,- menggunakan kartu kredit CIMB Niaga (platinum, world, infinite & ultimate, preferred visa infinite)
			sunlight Korean strawberry ref 560 ml dan 1 pouch multi pewangi sport fresh purple 820ml	3-25 Juni 2023	Minimal transaksi Rp 500.000,- pembayaran debit CIMB Niaga kecuali (CIMB Niaga junior, Air Asia Savers, Hypermart Savers, Kartu Debit (eks) Bank Niaga & (eks) Lippo)
	2	BNI	gratis 1 bungkus gula pasir 1 Kg	5-28 juni 2023	Minimal Rp 150.000,- semua produk fresh kecuali produk telur curah, dairy, dan frozen. berlaku untuk transaksi menggunakan kartu Kredit BNI LOTTE, Kartu kredit BNI co Branding, dan kartu kredit BNI lainnya tipe platinum, World, Signature dan infinite. Maksimal 1 struk/kartu/hari. Minimum transaksi Rp 850.000 menggunakan Kartu Kredit Citi yang diterbitkan di Indonesia kecuali kartu kredit korporasi.
LULU HYPERMARKET	1	CITI BANK	Cashback Rp 50.000,-	17 April - 30 September 2023	minimum transaksi Rp 500.000 berlaku untuk pengguna Permatablack World Mastercard dan Permata Kartu Kredit Platinum.
	2	PERMATA BANK	Free shopping Voucher Rp 50.000,-	1 Januari - 25 Juni 2023	Minimal transaksi Rp 800.000 menggunakan kartu kredit digibank yang di terbitkan di Indonesia.
	3	DIGIBANK by DBS	Gratis Voucher belanja Rp 50.000,-	1 Januari- 30 Juni 2023	minimal transaksi Rp 500.000,- berlaku untuk kartu kredit mandiri jenis World Elite, Prioritas, signature, Golf Signature, platinum, mandiri Traveloka, Mandiri shopee, fengshui, pertamina cobrand, Jcb precious.

3.2.3 Membuat Video Konten Marketing

Pada masa sekarang, kegiatan pemasaran bisa dilakukan dengan berbagai cara, salahsatunya adalah menggunakan video konten untuk pemasaran digital. Pada zaman sekarang orang akan lebih tertarik dengan konten video dibandingkan konten tertulis, karena konten video menawarkan pengalaman yang jauh lebih menarik, sebab tidak hanya melibatkan indra pelihat saja namun bisa juga dengan undra pendengar yang menambah perhatian dan kesan yang berbeda. Dengan konten video, calon pelanggan akan lebih mengenal produk dan wujud produk yang akan dijual.

AEON Store Indonesia merupakan contoh perusahaan yang berjalan di industri bisnis ritel yaitu supermarket dan department store yang tentunya menjalin banyak sekali kemitraan dengan perusahaan yang menyuplai produknya ke AEON Store. Agar meningkatkan penjualan produk, AEON Store melakukan pemasaran berupa konten video tentang produk yang melakukan kemitraan dengan Aeon Store yang nantinya akan di upload di Instagram *official* AEON Store, dengan

tujuan supaya pelanggan dapat mengetahui bahwa barang tersebut tersedia di Aeon store dan detail produk juga di cantumkan pada konten video.



Gambar 3. 6 Akun Official Aeon Store
Sumber: dokumen pribadi

Praktikan ditugaskan membuat konten video untuk beberapa produk, pada awal tugas, praktikan dikasih arahan oleh pembimbing untuk bagaimana contoh pengambilan video dan konsep-konsep yang sudah pernah dilakukan. Untuk konten-konten selanjutnya praktikan dilepas tentang temanya agar dapat mengembangkan kreatifitas dan inovasi, namun tetap melakukan konsultasi agar kesalahan dapat di revisi oleh pembimbing. Pada pengerjaan tugas membuat konten video ini, praktikan banyak mengambil referensi dari konten-konten video yang beredar di sosial media seperti Instagram dan juga Tiktok. Praktikan menggunakan konsep ATM yaitu Amati, Tiru, Modifikasi.

Dari yang telah praktikan amati, banyak sekali konsep-konsep video pemasaran yang dapat digunakan dalam pengerjaan tugas pembuatan konten video ini. Sebagian jenis konten video yang dapat dijadikan konsep pemasaran seperti review produk, drama membeli produk, detail produk, dan masih banyak lagi.

Dalam pembuatan konten video ada langkah-langkah yang bisa dikerjakan untuk menuju final sampai di posting, berikut adalah langkahnya:



Bagan 3. 2 Praktikan dalam membuat video konten marketing

Sumber: dokumen pribadi

Berikut adalah penjelasan diagram alur dalam membuat video konten Marketing yang dilakukan

a. Pra Pembuatan Video

1. Mencari referensi video konten dengan produk yang serupa dengan produk yang akan dibuatkontenya, praktikan mencari referensi di platform Instagram dan Tiktok.
2. Setelah melihat referensi praktikan mulai menentukan konsep yang akan dibuat sebagai konten video
3. Selanjutnya praktikan membuat Storyline agar memudahkan saat pengambilan video dan juga agar video yang dibuat terlihat lebih terstruktur.

b. Proses Pembuatan Video

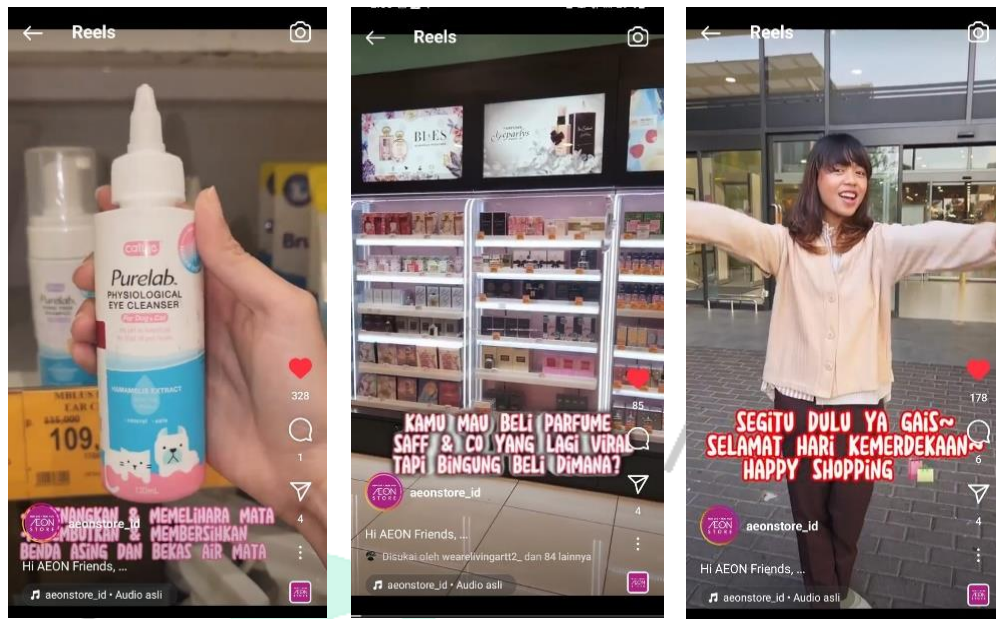
1. Pada pembuatan video koonten, praktikan harusmemilih terlebih dahulu produk-produk yang akan di shoot, karena pembimbing hanya memberikan tugas dalam skala besar dan praktikan sendiri yang menentukan produk mana saja yang cocok untuk masuk kedalam konten.
2. Setelah ditentukannya produk, praktikan memulai mengambil video produk dan segala hal yang akan dimasukkan kedalam video

3. Setelah selesai pengambilan gambar, praktikan mulai mengedit video menggunakan aplikasi editing berupa capcut, dan inshot.
4. Berikutnya, setelah video sudah dirapihkan praktikan mulai memasukan teks-teks yang dimasukan untuk informasi produk



Gambar 3. 7 Akun Official Aeon Store
 Sumber: dokumen pribadi

5. Setelah teks selesai, praktikan memulai memasukan lagu yang pas untuk video konten pemasaran, praktikan juga akan memasukan *Voice Over* jika diperlukan.
- c. Pasca Pembuatan Video
1. Setelah video selesai, praktikan melakukan konsultasi dengan cara direview oleh pembimbing kerja dan diberikan komentar dan tanggapan, jika ada yang kurang atau tidak sesuai
 2. Setelah diberi tanggapan, praktikan memulai merevisi video sesuai apa bimbingan dari pembimbing kerja
 3. Setelah kelar revisi, praktikan akan membuat caption untuk siap di posting
 4. Selanjutnya, jika caption dan video sudah tidak ada revisi, praktikan diharuskan menghubungi digital marketing untuk menentukan tanggal posting
 5. Selesai



Gambar 3 8 Akun Official Aeon Store
 Sumber: dokumen pribadi

Hasil konten video pemasaran yang dibuat praktikan ini diunggah pada Instagram reels dan tiktok aeonstore_id yang bertujuan agar video tersebut dapat memberitahu penonton mengenai produk yang ditawarkan dalam bentuk yang menarik dan juga memperluas jangkauan pemasaran.

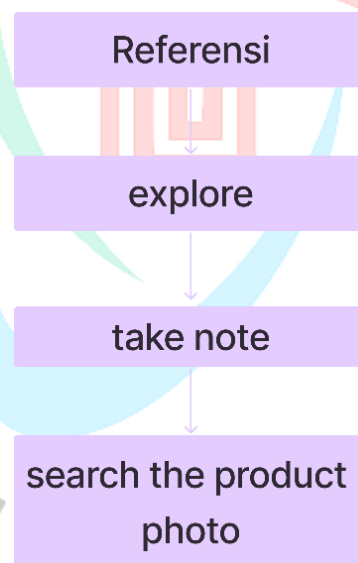
Dari Analisa yang praktikan lakukan konten video marketing pada Instagram aeonstoreid ini memiliki jumlah viewers dan like yang tidak stabil. Ada beberapa konten yang memiliki jumlah like dan view yang besar dan ada juga yang rendah. Selain itu, banyak juga konten-konten aeonstore yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlangsung di media sosial, salah satu konten yang praktikan buat memiliki jumlah viewer 4.289 dengan like 327, jumlah tersebut masih dibidang rata-rata dengan konten-konten yang terdahulu. Video yang memiliki kualitas gambar dan audio viral akan lebih memberikan jumlah view dan like yang lebih banyak.

3.2.4 Mencari Barang untuk Hadiah Bank Program

PT. AEON Indonesia tentu saja menjalin kemitraan dengan beberapa bank yang ada di Indonesia. Saat ini PT. AEON Indonesia berkerjasama dengan 9 (Sembilan) bank yaitu, afiliasi bank JCB, Bank Mandiri, Bank Central Asia (BCA),

Bank Permata, Bank UOB, Bank Panin, Digibank by DBS, Citibank, dan Maybank. sebelumnya juga ada Bank OCBC namun sudah putus kontrak.

Bank yang bekerjasama dengan PT AEON Indonesia biasanya akan sering melakukan promo agar para pelanggan AEON store membayar belanjanya menggunakan Jasa Bank masing-masing. Promosi yang sering dilakukan bank-bank biasanya berupa *free gift* atau tebus murah dengan minimum pembelian. *Free gift* dapat berupa barang atau *voucher* belanja AEON Store. Barang Free Gift biasanya merupakan barang sembako, seperti beras, sabun cuci piring, susu, minyak, telur dan masih banyak lagi. Praktikan ditugaskan untuk membuat kompilasi untuk barang-barang yang dapat ditawarkan ke mitra bank untuk sebagai bahan pertimbangan Free Gift untuk promosi bank selanjutnya. Pada awalnya praktikan akan konsultasi terlebih dahulu dengan pembimbing kerja tentang barang-barang seperti apa yang biasanya direkomendasikan agar mendapat gambaran tentang apa yang akan praktikan cari.



Bagan 3. 3 Praktikan dalam Pencarian Barang
Sumber: dokumen pribadi

Dalam **bagan 3.3** dapat dijelaskan Langkah-langkah praktikan dalam proses pencarian barang free gift sebagai berikut:

1. Referensi, sebelum menentukan jenis barang apa saja yang akan dimasukkan kedalam daftar tentu saja melakukan pencarian melalui sosial media pesaing untuk menjadi gambaran
2. Explore, setelah melihat referensi dari competitor, praktikan turun menjelajahi AEON Store untuk mencari barang-barang yang akan dimasukkan kedalam daftar
3. Take a note, praktikan akan mencatat nama lengkap beserta harga barang.
4. Search the product, praktikan akan membuat kompilasi nama lengkap, harga dan foto barang untuk dijadikan opsi bagi para mitra bank.

Tabel 3. 2 Compile Barang Free Gift

Sumber: data pribadi

BARANG-BARANG UNTUK HADIAH				
jenis	no.	nama	harga	gambar
mie	1	lafonte spagethi fetuchini 225 gr	Rp9.000	
	2	lafonte spageti 450g	Rp8.800	
	3	san remo 250g	Rp15.000	

Berdasarkan analisis yang telah praktikan lakukan, kegiatan ini dapat dipermudah jika bekerjasama dengan tim E-commers demi mempersingkat pencarian gambar produk dan juga nama lengkap produk tanpa harus praktikan keliling Aeon store yang memakan waktu dan tenaga yang banyak.

3.2.5 Menyusun Laporan Promosi Bank

PT. AEON Indonesia memiliki kerjasama dengan berbagai lembaga keuangan yang ada di Indonesia untuk memperoleh keuntungan-keuntungan. Kerjasama dengan bank dapat mempermudah proses pembayaran pelanggan yang sekarang ini kebanyakan sudah menerapkan *cashless* atau non tunai. Selain itu, salah satu keuntungan dengan adanya hubungannya antara PT.

AEON Indonesia dan bank adalah menjalankan promosi bersama. Promosi bersama ini bisa merupakan diskon dan penawaran khusus atau program hadiah. Misalnya, diskon khusus bagi pemegang karti kredit bank pada saat belanja di AEON Store atau pelanggan yang menggunakan produk atau layanan bank tertentu dapat memperoleh poin atau hadiah khusus data berbelanja di Aeon Store.

PT. AEON Store bekerja sama dengan 8 (delapan) bank yaitu afiliasi bank JCB, Bank Mandiri, Bank UOB, Bank Panin, Digibank by DBS, Citibank, dan Maybank. kedelapan bank ini memiliki promo yang berbeda-beda. Promo bank juga memiliki ketentuan dan periode yang beragam. Promo dari PT. AEON Indonesia bisa diketahui dalam **Tabel 3.3**

Tabel 3.3 Compile Promo Bank
Sumber: data pribadi

NO.	Bank	Promo	Periode	ketentuan
1	UOB Ladys	free voucher RP 100.000	1 JUNI - 30 SEPTEMBER 2023	Minimal transaksi Rp 1.000.000
2	JCB	free voucher RP 100.000	20 MEI - 29 OKTOBER 2023	Minimal transaksi Rp 700.000
3	MANDIRI	Free minyak 2L dan Gula 1Kg	2 JUNI - 30 Juli 2023	Minimal transaksi Rp 1.000.000
4	UOB	free voucher RP 50.000	2 MEI - 30 SEPTEMBER 2023	Minimal transaksi Rp 1.000.000
5	PANIN	free tisu 250 sheet atau minyak 1L	sampai 30 September	Minimal transaksi Rp 700.000
6	DIGIBANK	gratis tissue 1kg	1 JUNI - 31 Juli 2023	Minimal transaksi Rp 750.000
7	CITIBANK	free voucher RP 50.000	sampai 30 September	Minimal transaksi Rp 1.000.000
8	MAYBANK	free voucher RP 50.000	sampai 31 DESEMBER 2023	Minimal transaksi Rp 750.000
9	PERMATA	free voucher RP 60.000	1 JANUARI - JUNI 2023	Minimal transaksi Rp 750.000
10	BCA	free 1 pack telur	7 JULI - 30 JULI 2023	Minimal transaksi Rp 150.000

Laporan keuangan promo bank digunakan untuk memotong deposit yang telah diberikan pihak bank kepada PT. AEON Indonesia. Pemotongan deposit ini didapatkan dari jumlah nominal hadiah yang diberikan kepada pelanggan AEON Store, dalam kata lain, sebenarnya para pelanggan yang mendapatkan hadiah gratis itu karena pihak Banklah yang membayarkan hadiah tersebut. Tentunya antara pihak PT. AEON Indonesia dengan pihak Bank tidak ada yang dirugikan karena, PT. AEON Indonesia dapat meningkatkan penjualan dengan promo bank yang menarik para pelanggan untuk belanja minimal memenuhi syarat promo, sedangkan pihak bank mendapatkan keuntungan dari jumlah pemakaian jasa yang tentunya terdapat bunga didalamnya.

Laporan promo bank ini dikerjakan tiap seminggu sekali dan untuk pengerjaannya bisa dalam 3 hari untuk satu minggu karena promo 10 (sepuluh) promo yang berlangsung dan dibuat laporannya dari 4 (empat) toko yaitu, AEON Store BSD City, AEON Store Jakarta Garden City, AEON Store Sentul City, dan AEON Store Tanjung Barat. Selain promo yang sedang berlangsung. Praktikan juga ditugaskan untuk menyusun laporan promosi bank yang sudah habis masa promonya yaitu bank OCBC yang dimulai dari bulan Februari 2021 dan berakhir pada Januari 2023, dan juga bank Permata yang dimulai dari bulan Januari 2019 dan berakhir pada bulan Juni 2023. Pada laporan promosi ini dihitung perbulan. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui perbedaan selisih perhitungan pengurangan deposit yang dilakukan oleh pihak bank dan juga pihak PT. AEON Indonesia.

NO	TANGGAL	NO TRANS	NAMA	NO KARTU KREDIT	AMOUNT TRANSAKSI	QTY	AMOUNT VOUCHER
4	1-Jul-2023	0110802	LIRM SERIWIDJAJA	532042021848154	Rp 1.025.788	1	Rp 50.000
5	1-Jul-2023	0090029	WISMO	532042023423724	Rp 1.271.957	1	Rp 50.000
6	1-Jul-2023	0140004	TEBING	50284210006148	Rp 2.270.265	1	Rp 50.000
7	1-Jul-2023	0050004	NAUFAL HAARDI	501842170787970	Rp 1.611.981	1	Rp 50.000
8	1-Jul-2023	0090038	FU SYLVI	532042102049831	Rp 1.448.797	1	Rp 50.000
9	1-Jul-2023	0200058	BUDI SUPRIHNO	402842105078192	Rp 1.709.652	1	Rp 50.000
10	1-Jul-2023	0130088	MONICA SOLICHIN	402842173833351	Rp 1.215.984	1	Rp 50.000
11	1-Jul-2023	0170026	L. MARPHA KOBILA	501842173119558	Rp 1.387.124	1	Rp 50.000
12	1-Jul-2023	0110874	BUDI SRI WICAKSO	402842104404068	Rp 1.201.885	1	Rp 50.000
13	1-Jul-2023	0140023	MEGAWATI	402842172852444	Rp 1.543.871	1	Rp 50.000
14	1-Jul-2023	0150050	SUN HO	532042023418944	Rp 1.025.016	1	Rp 50.000
15	1-Jul-2023	0100033	MAMIK	40184210909065	Rp 2.070.438	1	Rp 50.000
16	1-Jul-2023	0110874	DANANDA KURNIA WICAKSO	541700104210368	Rp 2.089.012	1	Rp 50.000
17	1-Jul-2023	0020082	LONA MURNALISA	532042023181993	Rp 1.144.085	1	Rp 50.000
18	1-Jul-2023	1140014	ADHI S. LUKMAN	532042023117005	Rp 1.327.900	1	Rp 50.000

NO	TANGGAL	NO TRANSAKSI SALES	NAMA CUSTOMER	NO KARTU	AMOUNT	QTY HADIAH	HARGA
4	1	2-Jul-23	0130021	CHRISTI DAISY K	4377001000938725	1	Rp 17.500
5	2	2-Jul-23	0130123	PURWIDYASTUTI	4377009000272003	1	Rp 17.500
6	3	8-Jul-23	0060140	HANDOKO WINATA	4377001001131700	1	Rp 17.500
7	4	10-Jul-23	0130034	MONICA	4377001000270574	1	Rp 17.500
8	5	14-Jul-23	0080086	LANNY HUNTORO	4377001001429617	1	Rp 17.500
9	6	15-Jul-23	0060153	LUCAS HONDO	4377001023539583	1	Rp 17.500
10	7	24-Jul-23	0290020	LANY MARGARETHA	437700100035729	1	Rp 70.000
11	8	29-Jul-23	0050153	YESIKA BERLANA	4377016003098301	1	Rp 70.000
12	9	29-Jul-23	0130143	PURWIDYASTUTI	4377009000272003	1	Rp 70.000
13	10	30-Jul-23	0020061	M E SRI HADININGSIH	4377001000002660	1	Rp 70.000
14	11	30-Jul-23	0090040	DARMAJI N	4377001001837009	1	Rp 18.500
					Rp 12.199.745	11	Rp 403.500

Gambar 3. 9 Report Promo Bank
Sumber: dokumen pribadi

3.2.6 Mengkordinasikan Konten Kemitraan dan Memastikan Bank Program Exposure

Kemitraan antara bank dan PT. AEON Indonesia dapat dijelaskan melalui konten-konten yang memberikan informasi dan kejelasan kepada pelanggan. Konten tersebut dapat berupa postingan sosial media campaign, email blast, poster di website aeonstore.id. Dalam hal ini biasanya konten sudah diberikan langsung dari kemitraan dan tinggal dijadwalkan waktu posting dan captionnya.

Praktikan diminta untuk mengkordinasikan dengan digital marketing staff agar konten dari kemitraan dapat diposting dengan tepat waktu. Praktikan juga diminta untuk membuat caption untuk feed Instagram yang didalamnya harus ada syarat dan peraturan tentang konten yang diunggah sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh kemitraan. Dicantumkannya syarat dan peraturan bertujuan untuk menghindari kesalah pahaman viewers tentang konten yang telah disebar luaskan.



Gambar 3. 10 konten kemitraan
Sumber: Instagram

Setiap selesainya pengunggahan konten kemitraan ini, praktikan melakukan laporan kepada pembimbing kerja bahwa konten sudah diunggah. Kemudian pembimbing kerja akan melakukan pelaporan kepada pihak mitra yang bersangkutan.



Bagan 3. 4 Proses dalam Mengkordinasikan Konten

Sumber: data pribadi

Dalam bagan 3.4 dapat dijelaskan bahwa praktikan melakukan proses dalam mengkordinasikan konten kemitraan sebagai berikut:

1. Tahap awal adalah pengiriman konten, konten dikirimkan melalui email pribadi praktikan oleh pembimbing kerja,
2. Praktikan harus membaca syarat dan ketentuan promo konten untuk memahami promo konten
3. Setelah paham, praktikan membuat *caption* untuk feed Instagram sesuai dengan syarat dan ketentuan promo yang sudah dicek oleh pembimbing kerja
4. Setelah diperbolehkan menggunakan *caption* itu, praktikan mengkordinasikan ke digital marketing staff untuk menentukan jadwal posting, yang akan praktikan laporkan ke pembimbing kerja, dan pembimbing kerja
5. Setelah konten diunggah, praktikan akan melakukan pelaporan kepada pembimbing kerja yang nantinya akan dilaporkan ke pihak mitra yang bersangkutan untuk di cek

Konten kemitraan ini bukan asal semau mitra untuk ingin di post ke dalam sosial media Aeon store, namun ada perjanjian-perjanjian yang sudah ditandatangani dalam kontrak Kerjasama.

ALAM SUTERA OPENING PACKAGE			
	Asset Type	UoM	QTY Period
In-Store			
Tripod Banner	In Store	Offline Banner	2
Tent Card	In Store	Offline Banner	10
Wobbler	In Store	Offline Banner	25
Social Media			
Instagram Feed	Mobile / Apps	Online Banner	1
Instagram Story	Mobile / Apps	Online Banner	3
Facebook Post	Mobile / Apps	Online Banner	1
Website (aeonstore.id)			
Dedicated Landing Page	Url & Landing Page	Landing Page	1
CRM			
Email Blast to AEON Member	Mobile	Banner, copy	1
In-App Notification	Mobile	Copy	1

Gambar 3. 11 Bank Program Exposure

Sumber: Data Perusahaan 2023

Seperti yang dapat dilihat pada **gambar 3.10** PT. AEON Indonesia mempunyai berbagai macam asset yang dapat digunakan untuk membentuk kerjasama dan kesepakatan antara mitra kerja. Asset ini dapat mempengaruhi keputusan mitra yang akan bekerjasama dengan PT. AEON Indonesia. Jika mitra sudah menyetujui dengan penawaran yang diberikan, tugas praktikan adalah memastikan bahwa asset-asset yang di tawarkan oleh pihak PT. AEON Indonesia terlaksanakan seperti Tripod Banner terpasang, jumlah Wobbler benar dan terpasang, lokasi asset diletakkan dengan benar, dan lain sebagainya

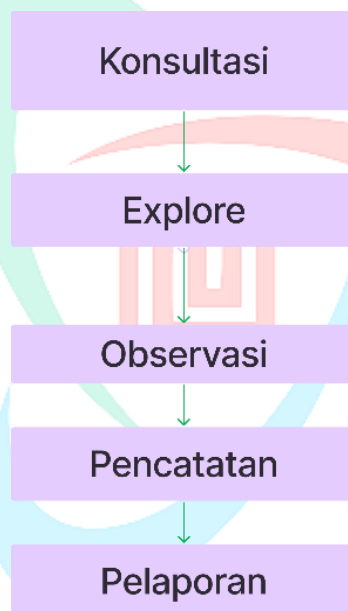
3.2.7 Pencarian Media Partner dan Vendor

Saat ini PT. AEON Indonesia mempunyai 4 (empat) store yang pertama di AEON Mall BSD City, kemudian, pada tahun 2017 PT. AEON Indonesia membuka cabang ke dua di AEON Mall Jakarta Garden City (JGC) yang terletak di Cakung, Jakarta Barat, berikutnya PT. AEON Indonesia membuka cabang ke tiganya di AEON Mall Sentul pada tahun 2020 yang berlokasi di Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Disusul oleh pembukaan cabang ke empat di AEON Mall Tanjung Barat pada 2021 yang berlokasi di Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. PT. AEON Indonesia terus mengembangkan bisnisnya dengan membuka cabang-cabang yang bermaksud untuk mendekatkan bisnis ke target pasarnya.

PT. AEON Indonesia dikabarkan akan membuka cabang terbarunya di Mall Alam Sutera dalam bentuk gerai AEON STORE dan pertama kalinya PT. AEON

Indonesia membuka gerai AEON Health & Beauty di Mall Lotte Shopping Avenue yang berlokasi di Kuningan, Jakarta Selatan. Dengan akan adanya pembukaan store baru, PT. AEON membutuhkan media publikasi untuk menyebar luaskan informasi tersebut. Selain itu media publikasi dapat membantu visitabilitas, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan kehadiran di pasar. Praktikan ditugaskan untuk mencari media partner untuk ikut serta dalam memberitahukan kepada masyarakat bahwa PT. AEON Indonesia akan membuka cabang baru yaitu di Mall Alam Sutra dan Lotte Mall Avenue.

Berikut Langkah-langkah yang praktikan lakukan dalam mencari media partners,



Bagan 3.5 Praktikan dalam Pencarian Media Partner

Sumber: data pribadi

Dalam bagan 3.5 dapat dijelaskan:

1. Pertama, praktikan konsultasi kepada pembimbing kerja tentang media partner seperti apakah yang dibutuhkan
2. Melakukan penjelajahan di Instagram dan Internet tentang media partner
3. Setelah itu mengobservasi agar tidak salah sasaran saat memilih media partner

4. Mencatat nama-nama media partner yang relevan dengan yang dibutuhkan agar tidak salah audience
5. Melakukan laporan kepada pembimbing kerja

Berikut ini adalah para media partner yang telah praktikan kumpulkan sesuai kebutuhan dan arahan pembimbing kerja.

Tabel 3 4 Media Partner

Sumber: data pribadi

no	nama	followers	Keterangan
1	POPMAMA.COM	358k	ibu dan anak
2	POPBELA.COM	539k	fashion, beauty, women
3	indozonebeauty.id	310K	beauty media
4	dewikudotcom	1,084	beauty media
5	DREAM.CO.ID	154K	muslim lifestyle
6	femaledailynetwork	722RB	media beauty
7	cosmoindonesia	127K	perusahaan media/berita
8	moodcewekk	4,5JT	tips&trik, konten perempuan
9	girlstorychat	1,8JT	informasi general, fashion
10	abouthetic	2,5JT	informasi general, berita, comedy
11	DUNIAKU.COM	86,2k	teknologi, game, anime, dan manga
12	Wolipop	92,7k	beauty media
13	hitsfogram	170k	showbiz, lifestytle, and entertainment
14	LADIESTORY.ID	34k	news & entertainment
15	WHAT'S NEW INDONESIA	71,9k	jakarta event, deals, things to do , lifestyle
16	RAHASIA GADIS	3,3JT	beauty & health
17	FIMELA	242k	movement, inspiration, style, life culture
18	HERSTORY	28k	wanita, cinta, &cerita
19	jktgo	878k	jakarta city guide, news & lifestyle
20	beautybeat.id	web & 1,500	website beauty

21	beautynesia.id	353k &web	website beauty
22	scmedia.id	website	website beauty

Selanjutnya pembimbing kerja menugaskan praktikan untuk menghubungi calon vendor yang sudah diberikan kontakannya untuk persiapan pembukaan pertama kalinya gerai AEON Health and Beauty. Vendor dibutuhkan oleh PT. AEON Indonesia untuk pencetakan hadiah pelanggan untuk opening dengan syarat minimal pembelian Rp 250.000 di AEON *Health and Beauty*, Lotte Avenue Mall. Praktikan menghubungi vendor melalui aplikasi Whatsapp. Dengan awal-awal perkenalan dan langsung ke tujuan dan bertanya apakah vendor tersebut bisa dengan permintaan yang diinginkan.



Gambar 3. 12 Desain Tas

Sumber: Data Perusahaan

Pada **Gambar 3.12** adalah desain yang diinginkan oleh PT. AEON Indonesia yang diharapkan vendor dapat memenuhi keinginan dan ekspektasi. Banyak vendor yang tidak bisa memenuhi keinginan dengan alasan tidak bisa full print, atau tidak bisa dengan warna tersebut jadi banyak calon vendor yang gugur.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Selagi menjalankan kegiatan di salah satu perusahaan retail besar yaitu PT. AEON Indonesia ada beberapa kendala yang praktikan alami saat proses pelaksanaan Kerja Profesi. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi Praktikan:

1. Kendala waktu dalam melakukan tugas yang diberikan

Praktikan sempat mengalami kendala waktu dalam pengerjaan tugas yang diberikan. Hal ini disebabkan karena adanya hambatan dari respon dan ketidakefektifan bertanya yang berulang sementara pertanyaan sebelumnya belum dibalas praktikan terhadap pembimbing dan juga vendor pada saat itu. Kendala waktu juga praktikan rasakan dalam pembuatan Laporan promo Bank.

2. Keraguan dalam pembuatan laporan promo bank

Saat menjalani Kerja Profesi, praktikan mengalami situasi dimana ada beberapa data pada laporan yang diberikan dari Store tidak sama hasilnya. Ketika diolah, hal tersebut dikarenakan ada dari beberapa data yang harganya salah, ada juga ketidak telitian Praktikan dalam mengolah data. Ketidakteelitian ini dikarenakan praktikan terburu-buru dalam mengolah data, hal ini disebabkan karena praktikan harus mengolah 36 (tiga puluh enam) file yang mirip semua bentukannya jadi praktikan agak kebingungan di suatu waktu.

3. Skill editing yang seadanya

Dalam pelaksanaan kegiatan kerja profesi ini, praktikan diharuskan membuat Video konten yang meliputi, pemilihan konsep, pengambilan video, dan pengeditan video. Untuk pemilihan konsep dan pengambilan video praktikan tidak memiliki kendala karena sudah sering praktikan lakukan, namun pada proses editing, skill praktikan untuk pengeditan tidak terlalu banyak,

4. Transportasi

PT. AEON Indonesia berlokasi di BSD City yang lumayan jauh dari rumah praktikan dan praktikan tidak sanggup jika pulang pergi mengendarai motor pribadi. Akhirnya praktikan menggunakan transportasi umum yaitu kereta dan dilanjutkan melalui bus BSD Link. Untuk pergi di pagi hari memang tidak ada kendala selain stasiun cisauk yang mengharuskan jalan jauh, namun untuk jam pulangny Bus BSD Link sering mengalami keterlambatan dari jadwal. Praktikan menunggu di halte sampai 1 jam lebih setelah itu baru bus BSD link sampai.

5. Jaringan Internet

Dalam pelaksanaan kegiatan, praktikan memerlukan jaringan internet yang lancar dan juga membutuhkan banyak sekali kuota dalam mengerjakan tugas magang, sedangkan jaringan wifi sering hilang di jam-jam tertentu yang menghambat pekerjaan dan mengganggu proses pengerjaan tugas yang diberikan pembimbing kerja.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, praktikan terus berusaha mengurangi kesalahan dan kekurangan agar kualitas kerja mereka lebih baik. Aktivitas

Karena kerja profesi merupakan salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan, praktikan dimotivasi untuk melakukan yang terbaik dalam proses menjalankan kerja profesi mereka. Berikut adalah beberapa cara untuk mengatasi tantangan yang muncul selama proses tersebut:

1. Manajemen Waktu

Untuk menghindari kendala waktu yang diberikan, harus dilakukan manajemen waktu yang baik dan juga Praktikan tidak boleh malu bertanya ulang kepada pembimbing kerja kalau bisa bertemu langsung dengan pembimbing akan lebih baik dan cepat. Manajemen waktu dapat dilakukan salah satunya dengan memilih prioritas tugas yang diberikan berdasarkan banyak waktu yang diberikan dan Tingkat kesulitan dari tugas.

2. Banyak bertanya dan jangan terburu-buru

Untuk menghilangkan keraguan tentang ketidak validan data harus dilakukan konfirmasi dengan pembimbing agar tidak muncul keraguan lagi, selain itu praktikan juga dapat melihat dari harga minggu-minggu sebelumnya. Praktikan juga harus mengerjakan dengan tidak terburu-buru dan lebih teliti. Praktikan dapat mengecek ulang data yang sudah diolah.

3. Mencari video tutorial dan bertanya kepada rekan

Pada proses pelaksanaan kegiatan kerja profesi praktikan dapat melakukan secara bersamaan proses pembelajaran dengan menggali

pengetahuan dan skill baru dengan cara melihat tutorial di internet ataupun sosial media bisa Instagram atau tiktok dan lainnya. Dalam sosial media atau internet banyak sekali tutorial editing yang dapat pelajari dan ditiru. Selain autodidak dengan mencari di sosial media dan internet, Praktikan juga dapat bertanya dengan rekan kerja atau pembimbing.

4. Menggunakan ojek online atau ikut rekan kerja

Untuk mengatasi waktu yang terbuang untuk menunggu bus balik ke stasiun yang akan mengurangi waktu istirahat, praktikan dapat mengakali dengan menggunakan ojek online yang memang cepat dalam prosesnya. Selain itu ojek online juga banyak promo yang mengurangi pengeluaran uang praktikan. Selain itu, rekan kerja juga ada yang menawarkan untuk mengantarkan sampai stasiun dengan bayaran yang pas di kantong mahasiswa, hal ini sangat mempermudah praktikan menghemat waktu, tetangga, dan banyak waktu untuk istirahat.

5. Pemakaian Kuota Pribadi

Praktikan berinisiatif menggunakan kuota pribadi untuk mengerjakan tugas yang diberikan, karena jika tidak dilakukannya inisiatif pemakaian kuota pribadi, tugas tidak akan bisa dikerjakan sebab setiap tugas membutuhkan koneksi internet yang lancar.

3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Berikut merupakan pembelajaran yang didapat setelah melaksanakan kerja profesi dalam pengelolaan konten media sosial Instagram PT. AEON Indonesia:

1. Menerapkan pengetahuan ilmu manajemen dalam kerja profesi

Selama melaksanakan pembelajaran perkuliahan, praktikan hanya mengetahui ilmu-ilmu manajemen secara teori saja. Praktikan dapat mengaplikasikan konsep-konsep manajemen yang telah dipelajari saat perkuliahan Ketika mulai terlibat dalam dunia kerja, seperti analisis SWOT (*streghts, weaknesses, opportunities, threats*), manajemen resiko, komunikasi efektif, perilaku konsumen dan marketing strategy. Sebagai seorang praktisi dengan tanggung jawab di bidang partnership marketing, inovasi dan memikirkan keuntungan bagi semua pihak yang bersangkutan sangatlah penting, praktisi harus memahami bahwa tidak ada pihak yang mau dirugikan atau pembagian keuntungan yang tidak adil antara sesama mitra kerja,

sehingga praktikan harus memikirkan apa yang bisa menjadi keuntungan yang adil jika ingin melakukan kemitraan dengan Perusahaan lain, *benefit* apa yang bisa diberikan jika bekerjasama. Misalnya, pada pembuatan proposal pengajuan promo bank, PT AEON Indonesia tentunya mendapatkan pelanggan pengguna jasa bank tersebut jika promo yang berlaku sangat menarik bagi pelanggan hasilnya peningkatan pembelian sebagai gantinya untuk para bank, bank mendapatkan publikasi dan penyebarluasan cakupan pelanggan tentang info promo agar pengguna menggunakan jasa bank tersebut.

2. Menambah Pengetahuan Baru

Banyak sekali pengetahuan tentang dunia kerja dan strategy partnership yang sebelumnya praktikan belum pernah tahu, seperti bahwa hadiah dari kartu kredit itu dibayarkan oleh pihak kredit. Praktikan jadi mengetahui cara untuk melakukan kemitraan antar Perusahaan awalnya dimulai dari bertanya langsung dengan gerainya mengenai kontak yang dapat dihubungi lalu kemudian baru dibuatlah proposal pengajuan Kerjasama.

3. Belajar hal yang belum terbiasa

Praktikan dapat belajar hal-hal baru dan mendalami sesuatu karena paksaan yang mengarah ke hal yang positif, misalnya pengeditan video yang praktikan belum terbiasa, namun karena tuntutan tugas yang diberikan akhirnya praktikan mau belajar hal yang baru. Banyak juga karena tugas yang diberikan kepada praktikan melalui Microsoft Excel, praktikan jadi jauh mendalami cara penggunaan, trick, jalan singkat dari aplikasi tersebut.

4. Dapat belajar bertanggung jawab pada tugas yang diberikan

Komitmen sangat penting untuk praktikan dalam pengerjaan tugas yang diberikan. Namun ada beberapa kejadian yang praktikan sendiri melakukan kesalahan karena ketidak telitian praktikan dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Praktikan belajar tentang ketidak telitian akan menimbulkan masalah. Dengan itu praktikan harus lebih teliti lagi dalam menjalankan tugas dan juga dikerjakan dengan bersungguh-sungguh.