



7.26%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 10 JUL 2024, 3:44 PM

Similarity report

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

IDENTICAL 0.33% **CHANGED TEXT** 6.93% **QUOTES** 0.04%

Report #21979197

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Dalam masa persaingan bebas ini, dunia pendidikan diharapkan akan memainkan peran penting dalam mendukung seluruh unsur yang diperlukan untuk menyumbangkan pemikiran dan tindakan yang sungguh-sungguh bagi pembangunan bangsa dan negara. Dalam konteks ini, dunia kerja membutuhkan tenaga kerja yang prima dan dapat berlomba di industri, oleh sebab itu keterampilan profesional tingkat lanjut sangat dibutuhkan dalam menghadapi perkembangan dan persaingan global, baik sekarang maupun di masa mendatang. Selama perkuliahan, pastinya banyak ilmu yang sudah diperoleh bagi para mahasiswa dalam perkuliahan yang diajarkan para dosen-dosen yang terpelajar. Namun, untuk di dunia pekerjaan rasanya kurang jika hanya memiliki pengalaman dan pengetahuan teori saja. Mahasiswa yang lulus dengan hanya pengetahuan teori dan belum pernah terjun langsung dalam dunia kerja ditakutkan akan terkejut dengan kondisi dunia nyata. Mahasiswa memerlukan kemampuan yang cukup dan berbagai pelatihan khusus untuk persiapan selanjutnya yang akan mereka jalani di dunia kerja. Oleh karena itu, hal yang dapat dilakukan oleh Universitas adalah mengadakan matakuliah kerja profesi yang dimaksud sebagai pembelajaran dan gambaran dunia kerja bagi para mahasiswa dan juga menghasilkan individu yang terampil, memiliki kemampuan dan juga persiapan yang cukup bagi para mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja. Menurut Hartaji dalam (Widodo, 2021) mahasiswa

didefinisikan sebagai seorang yang terdaftar dan terkini melakukan proses pembelajaran dalam wujud pendidikan tinggi yang terdiri atas akademisi, perguruan tinggi teknik, sekolah menengah atas, institut, dan universitas. Pada umumnya, mahasiswa bekerja setelah kuliah, namun karena biaya hidup mahasiswa relatif mahal dan perekonomian yang buruk menyebabkan banyak mahasiswa yang kuliah sambil bekerja (SERA, 2020). Di luar itu, mahasiswa juga dituntut untuk aktif dan kreatif supaya dapat bersaing secara akademis dengan mahasiswa lainnya dari segi keilmuan maupun kemampuan diri. Mahasiswa bersaing tidak hanya dalam bidang akademik saja, melainkan mahasiswa juga harus mampu bersaing dalam memperoleh pekerjaan setelah lulus dari perguruan tinggi atau universitas. Akibatnya, mahasiswa harus dimotivasi untuk belajar dengan tekun dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berbagai bidang yang sesuai dengan jurusan kuliah yang diambil, memperkuat kapabilitas berpikir kritis dan analitik untuk menyelesaikan permasalahan, meningkatkan inovasi, dan membangun hubungan sosial yang baik. Kerja Profesi (KP) merupakan sebuah program yang diterapkan berbagai Universitas sebagai salah satu syarat kelulusan. Magang merupakan frasa yang dipakai pada dunia kerja. Magang ialah seksi dari pembinaan keterampilan; mahasiswa tingkat akhir biasanya melakukannya sebagai syarat untuk menyelesaikan studi mereka. Dalam kegiatan magang, mahasiswa berkesempatan untuk mengaplikasikan semua ilmu

yang telah dipelajari selama perkuliahan dan mempelajari detail tentang standart kerja yang professional. Pengalaman ini nantinya akan menjadi tambahan pengetahuan tentang dunia industri dan mengembangkan kemampuan serta keahlian praktek kerja. Universitas Pembangunan Jaya adalah satu dari universitas yang melakukan program kerja profesi sebagai satu dari persyaratan kelulusan. Mahasiswa dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dunia kerja dan berkesempatan untuk mengenal, mempelajari, dan berlatih menganalisis berbagai aspek dunia kerja melalui pekerjaan profesional.

9 20

26 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Satu

dari kegiatan yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya adalah Kerja Profesi (KP), dengan maksud sebagai berikut: 1. Menjadi satu dari persyaratan yang harus dilalui oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya untuk menerima gelar. 2. Meningkatkan pengetahuan, keahlian, wawasan, dan keterampilan marketing. 3. Meningkatkan kualitas mahasiswa agar mampu berkompetisi dengan para pesaing didalam dunia kerja.

24 4. Melatih rasa tanggung jawab dan disiplin pada lingkungan kerja 1.2 2

Tujuan Kerja Profesi Ada pula tujuan dari dilakukannya Kerja Profesi adalah sebagai berikut: 1. Mengembangkan wawasan, pengalaman, keahlian, dan keterampilan mahasiswa tentang dunia kerja sesuai dengan program studinya. 2. Menginstruksikan siswa untuk mengidentifikasi masalah dan data yang dapat digunakan untuk menulis laporan KP. 3. Mendapat umpan balik tentang bagaimana kurikulum dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis dan masyarakat. 4. Meningkatkan dan memperluas kerja sama UPJ dengan lembaga atau perusahaan di mana mahasiswa melakukan KP.

19

1.3 Kegunaan kerja

profesi Adapun manfaat dari penyelenggaraan kerja profesi adalah sebagai berikut: 1.3

1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya 1. Memperoleh saran dan respon untuk memperbaiki rencana studi agar cocok dengan kebutuhan industri, masyarakat, dan pembangunan umum. 2. Memperkuat dan meluaskan jaringan kemitraan antara universitas dengan PT Aeon Indonesia. 3. Berkontribusi pada peningkatan layanan untuk stakeholder seperti PT Aeon Indonesia dan membantu mewujudkan konsep saling berkesinambungan di bidang akademik dan

bisnis. 1.3.2 Bagi Mahasiswa 1. Mendapatkan pengalaman kerja yang sesuai dengan program studinya adalah langkah penting bagi mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang cukup di lapangan sebelum memasuki dunia kerja di PT Aeon Indonesia. 2. Dapat menerapkan dan mengembangkan pengetahuan yang dipelajari selama kuliah sejalan dengan studi kasus yang dipelajari selama Kerja Praktek 3. Bisa mengalami dan mengerti dinamika yang ada di dunia kerja, mempelajari berkomunikasi, dan bertindak sesuai dengan permintaan pekerjaan atau pekerjaan mereka..

1.3.3 Bagi instansi/ Perusahaan 1. Sebagai satu dari sekian implementasi dari kewajiban sosial kelembagaan. 2. Kemungkinan terjalin relasi yang baik dengan organisasi atau perusahaan dan lembaga akademik 3. Membangun kemitraan yang bermanfaat bagi semua pihak. 1.4 Tempat Kerja Profesi Praktisi menjalani kerja profesi selama 3 (tiga) bulan, yaitu pada tanggal 12 Juni 2023 hingga 1 September 2024. Praktisi memutuskan PT Aeon Indonesia yang terletak di BSD City, Kota Tangerang Selatan sebagai tempat praktikan melaksanakan Kerja Profesi. PT Aeon Indonesia merupakan salah satu Perusahaan retail yang berasal dan masih berpusat di Negara Jepang yang sudah mendirikan cabang di berbagai negara termasuk Negara Kesatuan Republik Indonesia, itulah sebab praktisi memutuskan PT Aeon Indonesia untuk menjadi tempat Kerja Profesi. PT Aeon Indonesia adalah retail yang bermula kepada komunitas yang bermaksud untuk memperkaya kehidupan harian Pelanggan dengan menghadirkan produk dan layanan dengan kemampuan prima (Aeonstore.id, 2021) Gambar

1.1 Lokasi PT. AEON Indonesia BSD City Sumber: Google Maps Tabel 1.1 informasi PT.

17 AEON Indonesia Sumber : <http://www.aeonstore.id/> Nama perusahaan P
T AEON Indonesia Alamat Jl. 17 22 27 BSD Raya Utama, Pagedangan, Kec. 22 25
Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15339 No. Telepon (021) 29168300


Website <http://www.aeonstore.id/> 1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kerj
a profesi yang dilakukan oleh praktisi memenuhi ketentuan Universitas
Pembangunan Jaya yaitu lebih dari 400 (empat ratus) jam atau kurang
lebih 50 hari atau lebih, dengan hari dan waktu sesuai dengan

peraturan perusahaan yaitu 5 (lima) hari kerja dalam seminggu dari hari Senin sampai dengan Jumat tanggal 12 Juni 2023 sampai dengan tanggal 1 September 2023 pada pukul 09:00 sampai dengan 17:00 WIB. Kegiatan Kerja Profesi ini dilakukan secara diluar jaringan internet, bertatapang langsung atau disebut work from office (WFO). Maka dari itu, artinya praktisi telah melakukan syarat kerja profesi yang diputuskan oleh Universitas Pembangunan Jaya. **11** Adapun waktu kerja dan istirahat pelaksanaan kerja profesi : Tabel 1.2 Jadwal kerja di PT Aeon Indonesia Sumber : data pribadi Pada proses pelaksanaan Kerja Profesi ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu sebagai berikut : 1. Tahap Persiapan Kerja Profesi No. Hari Pukul Kegiatan 1 Senin 09.00 - 09.30 Morning Briefing A A 09.30 - 17.00 Waktu Kerja A A 12.00 - 13.00 Waktu Istirahat 2 Selasa - Jumat 09.00 - 17.00 Waktu Kerja A A 11.30 - 13.30 Waktu Istirahat dan Solat Jumat a. Pada pertengahan bulan Mei 2023, praktikan mulai mencari tempat untuk melaksanakan Kerja Profesi di sekitaran Jakarta dan Tangerang Selatan melalui mobile platform, bertanya langsung ke Perusahaan yang menjadi sasaran, dan informasi dari kakak tingkat yang sebelumnya sudah melaksanakan Kerja Profesi. Pada tanggal 7 Juni 2023 praktikan langsung ke PT Aeon Indonesia di BSD City untuk menanyakan lowongan magang untuk keperluan perkuliahan dan memberikan berkas-berkas yang di perlukan. Siangnya praktikan dihubungi untuk melakukan sesi wawancara langsung di kantor. b. Pada tanggal 8 Juni 2023 siang dilakukannya sesi wawancara langsung ke kantor PT. Aeon Indonesia lalu sorenya dikabarkan bahwa praktikan lulus dan dapat langsung magang pada tanggal 12 Juni 2023 2. Tahap pelaksanaan Setelah dapat pemberitahuan bahwa praktikan dapat langsung masuk untuk magang di PT Aeon Indonesia dari tanggal 12 Juni 2023 sampai dengan 1 September 2023 di bagian Marketing khususnya dibawah naungan partnership. **12** Praktikan melakukan kerja profesi selama 456 (empat ratus lima puluh enam) jam, mulai pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB, lima hari seminggu pada hari senin hingga jumat dan dilaksanakan secara offline atau Work From Office (WFO).

3. Tahap Penyusunan Laporan Setelah menyelesaikan magang di PT. Aeon Indonesia, Praktikan diharuskan membuat laporan kerja profesi. Praktikan mengumpulkan data yang diperlukan untuk membuat laporan kerja profesi dari tanggal 10 September sampai selesai. BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan Gambar 2 1 Logo Perusahaan

Sumber: loker BUMN AEON Ltd. dibangun pada tahun 1758 oleh Sozae Okada, yang toko pertamanya berlokasi di Kyuroku-Machi, Yokkaichi. Pada awalnya Okada lakukan perdagangan secara pergi dari satu desa ke desa lain, dan telah dilakukan sejak lama. 1 Pada tahun 1887, Seomon V. Okada memindahkan bisnisnya ke Tsuji Yokkaichi, daerah yang menjanjikan untuk dikembangkan. Motto AEON yang masih digunakan hingga saat ini adalah 1 “Give Wheels to the Central Pillar 1 artinya menempatkan roda pada pilar utama. Pilar AEON yang paling penting adalah fondasi bisnis, dan jika pilar tersebut kuat maka akan tetap kokoh meskipun terjadi perubahan. 1 16 Pada tahun 1969, perusahaan Futagi dan Shiro bergabung dengan keluarga Okada dan berganti nama menjadi JUSCO (Japan United Store Company). 1 Pada tahun 1989, JUSCO berganti nama menjadi AEON karena bisnis ritel Futagu dan Shiro. Mereka adalah pendiri utama JUSCO dan AEON, dan sejak tahun 2010, AEON memiliki tiga kantor pusat: AEON Toyosuna Chiba di Jepang, AEON Beijing di Tiongkok, dan AEON Mall Taman Maluri di Kuala Lumpur, Malaysia. Indonesia yang termasuk dalam AEON ASEAN yaitu (Malaysia, Indonesia, Kamboja, Thailand, Vietnam). Pada bulan Oktober 2020, Akio Yoshida ditunjuk sebagai direktur, presiden, dan wakil eksekutif eksekutif AEON Co 1 Ltd. AEON pertama kali masuk ke Indonesia bersama PT AEON Credit Service Indonesia asal Jepang yang berpusat di Kuningan, Jakarta dan bergerak di sektor jasa keuangan. Selain itu, pada tahun 2012 PT. AEON Indonesia didirikan dan bergerak dalam bisnis ritel yaitu menjual produk langsung ke pelanggan. PT AEON Fantasy Indonesia didirikan pada tahun 2015. Ini adalah arena bermain anak-anak. Pada tahun 2019, PT AEON Delight Indonesia, yang bergerak dalam bidang fasilitas manajemen. AEON bercita-cita untuk menjadi penjual nomor satu di Asia dengan motto

"Customer First", atau pelanggan yang utama. AEON berasal dari kata "Eternity" yang berarti keabadian dan disebut juga "ION", berbentuk lingkaran dengan huruf E dan O yang melambangkan inovasi berkelanjutan untuk kesuksesan bisnis. Warna "Magenta" AEON berasal dari kombinasi warna merah dan biru, melambangkan gairah dan kedamaian. AEON PEOPLE diharapkan menjadi "Pedang", orang-orang yang menikmati pekerjaannya dengan menghadirkan barang dan jasa yang fokus pada keuntungan pelanggan dan penciptaan nilai bagi pelanggan. Ada berbagai jenis bisnis yang dijalankan AEON, yaitu ritel, keuangan, pengembang, dan jasa. Bisnis retail AEON diawali dengan menjual kebutuhan pelanggan dengan banyak macam, seperti General Merchandise Store, Supermarket & Discount Store, Strategic Sized Store Business, Drugstore & Pharmacy business. Di bidang keuangan, berbagai layanan keuangan yang terkait erat dengan gaya hidup nasabah diciptakan melalui platform ritel, seperti bisnis jasa keuangan. Dalam bisnis pengembang, AEON bekerja sama dengan grup korporasi untuk membangun dan mengelola pusat perbelanjaan, seperti pembangunan dan pengoperasian pusat perbelanjaan seperti Shopping Center Dev. Bisnis, Bisnis Internasional. Bisnis jasa AEON menyediakan layanan seperti taman hiburan dalam ruangan, kompleks bioskop, budaya minat, perawatan hewan peliharaan, keamanan, layanan pembersihan dan pemeliharaan. PT. AEON Indonesia adalah Perusahaan yang berjalan di sektor ritel dengan menjual berbagai macam kebutuhan pelanggan serupa dengan Perusahaan ritel lainnya. Tetapi tentu saja PT. AEON Indonesia memiliki keunikan yang tidak dimiliki Peritel lain yang terdapat di Indonesia. Barang-barang Pada PT. AEON Indonesia dibagi menjadi 3 kategori yaitu, Softline, hardline, foodline. Perbedaan PT AEON Indonesia dengan yang lain terdapat pada bagian Foodline Delica. Foodline Delica adalah tempat dimana tersajinya berbagai hidangan segar siap saji, terutama makanan khas Jepang seperti aneka sushi, bento, taiyaki, dessert Jepang, dan lainnya. Ini adalah satu dari daya tarik PT. AEON Indonesia yang tidak dimiliki Perusahaan ritel lainnya. **2 Saat ini AEON Mall BSD City**

merupakan kantor pusat PT AEON Indonesia. Lalu, 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 Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. Cabang yang baru

saja di buka pada bulan September 2023 berlokasi di Mall Alam Sutera

dalam bentuk gerai AEON STORE dan pada bulan November 2023 pertama

kalinya PT AEON Indonesia membuka gerai AEON Health & Beauty di Mall

Lotte Shopping Avenue yang berlokasikan di Kuningan, Jakarta Selatan.

2.2 Profile Perusahaan 2.2  1 5 20 28 1 Visi dan Misi Perusahaan PT. AEON

Indonesia bertujuan untuk menjadi pionir dalam industri ritel di

Indonesia dengan kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa yang

diberikan sebagai prioritas utama. Sedangkan misi PT. AEON Indonesia

ingin menjadi pionir dalam industri ritel di Indonesia. PT. AEON

Indonesia berupaya menjadi perusahaan ritel terdepan di hati pelanggan,

bertujuan untuk menciptakan era kehidupan tanpa akhir melalui sikap,

hati, dan pikiran yang terbuka dan antusias. 2.2.2 Prinsip Dasar AEON

Kata AEON yang datang dari Bahasa Latin “Eternity” yang memiliki arti

kekalan abadi, prinsip dasar AEON adalah menciptakan perdamaian,

menghormati kemanusiaan, dan ikut berkontribusi kepada komunitas lokal,

selalu dengan sudut pandang pelanggan sebagai dasarnya. Hal ini adalah

dasar yang penting dari “customers first” yang memperlakukan pelangga

n sebagai prioritas utama, mendahulukan pelanggan berarti tidak

mengutamakan pribadi dengan tidak berpikir dan bertindak berdasarkan keinginan pribadi.

Keinginan dan keyakinan pelanggan merupakan inti utama filosofi AEON. Gambar 2

2 prinsip dasar AEON Sumber: 2015 AEON CO., LTD 2.2.3 Strategi AEON

AEON berfokus pada manajemen operasi pusat perbelanjaan sebagai bisnis

inti, dengan dua strategi utama demi meraih perkembangan yang

berkelanjutan: pertumbuhan organik dan kemitraan. General Merchandise Stores

(GMS), supermarket, department store, specialty store, dan berbagai cabang lainnya Untuk memastikan kesinambungan pertumbuhan perusahaan, AEON berusaha menciptakan sinergi yang baik di antara unit bisnisnya. 2.2.4 Tujuan AEON AEON bertujuan untuk menjadi retailer super regional nomor satu di Asia, terkenal dengan keunggulannya di Jepang dan di seluruh Asia. AEON juga mendapatkan pengakuan internasional. AEON tidak hanya berfokus pada pencapaian kuantitatif seperti ukuran, pertumbuhan, dan keuntungan, tetapi juga berusaha bersaing secara global dengan mempertimbangkan hal-hal seperti kepuasan pelanggan dan tanggung jawab sosial perusahaan. AEON juga berkomitmen pada "Manajemen Kualitas untuk meningkatkan kemampuan perusahaan. 2.2.5 The AEON Code of Conduct Commitment AEON mempunyai pedoman perilaku dan komitmen perusahaan yang kuat. Pedoman perilaku ini membantu karyawan memahami prinsip-prinsip dasar AEON dan bagaimana mereka diterapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Komitmen ini juga dapat membimbing dan mengarahkan para karyawan saat menciptakan sistem dan sejalan dengan strategi Perusahaan yang berfokus pada tujuan agar dapat bertransformasi "Shift to Asian Market menyesuaikan dengan perencanaan manajemen dan pedoman " Everything We Do, We Do for Our Customers . 2 3 Berikut merupakan muatan dari "The AEON Code of Conduct Commitment: 1. 2 3 4 6 AEON people are always grateful to the many other individuals who provide support and help, never forgetting to act with humility. 2. AEON people value the trust of others more than anything else, always acting with integrity and sincerity in all situations. 3. AEON people actively seek out ways to exceed customer expectations. 2 3 4 4. AEON people continually challenge themselves to find new ways to accomplish the AEON ideals. 2 3 4 6 5. AEON people support local community growth, acting as good corporate citizens in serving society. The AEON Code of Conduct Commitment ini terdapat pada setiap belakang kartu karyawan dan juga dilakukan penyebutan bersama pada morning briefing. 2.2.6 Unit Bisnis AEON memiliki beberapa unit bisnis yang telah berdiri di Indonesia yaitu: 1. AEON STORE PT. AEON Indonesia mengelola AEON Store yang

berbeda dari pengelola Properti AEON Mall. AEON Store berfokus pada bidang ritelnya dalam menjual berbagai kebutuhan pelanggan. Didalam AEON Store terdapat Supermarket, dan Departement Store. Gambar 2.3 Logo AEON Store Sumber: aeonstore.id 2. 7 AEON Credit Service PT AEON Credit Service Indonesia merupakan perusahaan yang menyediakan pendanaan untuk konsumen. Perusahaan ini memulai bisnis Kartu Kredit pada tahun 2013 7 14 Indonesia, mengikuti langkah-langkah perusahaan afiliasinya di Jepang PT AEON Credit Service Indonesia adalah anak perusahaan dari AEON Financial Service Co, Ltd., yang beroperasi di bawah AEON Group (AEON Co, Ltd.). 7 Gambar 2.4 Logo AEON Credit Service Sumber: aeon.co.id 3. AEON Fantasy PT AEON Fantasy Indonesia adalah perusahaan bergerak di bidang hiburan keluarga misalnya pusat permainan dan taman hiburan yang berasal dari Jepang yang mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2014. AEON Fantasy ini berada dalam pusat perbelanjaan. Gambar 2.5 Logo AEON Fantasy Sumber: aeonfantasy.co.id 4. AEON DELIGHT Indonesia AEON Delight adalah unit bisnis dari AEON Group yang bergerak di bidang jasa pelayanan kebersihan, keamanan dan jasa lainnya untuk manajemen Gedung-gedung komersial di Indonesia. Gambar 2.6 Logo AEON Delight Sumber: sjsfs.co.id 5. 8 AEON Mall PT AEON Mall merupakan salah satu unit usaha AEON Company yang mengoperasikan gedung pusat perbelanjaan AEON Co, Ltd. Saat ini terdapat empat AEON Mall di Indonesia yaitu AEON Mall BSD City, AEON Mall Jakarta Garden City, AEON Mall Sentul City, dan AEON Mall Tanjung Barat. Gambar 2.7 AEON Mall Sumber: aeonmall-tanjungbarat.com 2.3 Struktur Organisasi Struktur organisasi merupakan kerangka atau tata susunan yang digunakan untuk mengorganisir dan mendefinisikan hubungan antara berbagai bagian atau unit dalam suatu entitas, seperti perusahaan, organisasi non-profit, atau lembaga lainnya. Struktur organisasi mencerminkan cara bagian-bagian atau unit-unit tersebut berkolaborasi. Biasanya, struktur organisasi perusahaan digambarkan dalam bagan yang menunjukkan fungsi dan tugas masing-masing bagian organisasi. Gambar 2.8 Struktur Organisasi PT AEON Indonesia Sumber: data Perusahaan 2021 Pada bagan yang sudah lampirkan

pada Gambar 2.5 maka dapat diketahui bahwa kepala dari PT. AEON Indonesia dikepalai oleh President Director dimana saat ini kepemimpinan ini dipegang oleh Takashiro Osugi. President Director juga mendapat sokongan oleh seorang Assistant President Director dalam kepemimpinannya. Setelah itu diikuti oleh jabatan dibawahnya yaitu General Administration, General Manager IT & Operations, dan General Manager Merchandising & Marketing. Seorang manajer senior atau manajer senior bertanggung jawab atas tiap divisi atau departemen ini. Berikut adalah tugas-tugas yang dikerjakan oleh karyawan di berbagai bagian PT. AEON Indonesia:

1. President Director:
 - a. Menetapkan strategi dan arahan umum perusahaan.
 - b. Mengambil keputusan strategis untuk mencapai tujuan bisnis.
 - c. Bertanggung jawab atas kesehatan keuangan dan kinerja keseluruhan perusahaan.
 - d. Mewakili perusahaan di tingkat eksekutif dan menjalin hubungan bisnis yang strategis.
2. Assistant to President Director:
 - a. Memberikan dukungan eksekutif kepada Presiden Direktur.
 - b. Melaksanakan tugas administratif tingkat tinggi.
 - c. Mengelola jadwal dan komunikasi Presiden Direktur.
 - d. Membantu dalam proyek-proyek khusus dan penelitian.
3. General Administration:
 - a. Menangani tugas administratif dan operasional kantor pusat.
 - b. Mengelola kebijakan dan prosedur internal.
 - c. Bertanggung jawab atas fasilitas kantor dan manajemen inventaris.
 - d. Menangani masalah administratif sehari-hari.
4. General Manager IT & Operations:
 - a. Memimpin dan mengelola tim IT dan operasional.
 - b. Menentukan kebutuhan sistem IT dan infrastruktur.
 - c. Bertanggung jawab atas keamanan data dan sistem.
 - d. Memastikan operasional perusahaan berjalan efisien.
5. General Manager Merchandising & Marketing:
 - a. Merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran dan pemasaran produk.
 - b. Bertanggung jawab atas pengembangan produk dan strategi harga.
 - c. Mengelola hubungan dengan pemasok dan merancang portofolio produk.
 - d. Membimbing tim pemasaran dan merchandising.

Untuk struktur divisi marketing PT. Aeon Indonesia meliputi GM Digital Transformation, Deputy GM Marketing, Event Marketing, Patnership Marketing, Digital Marketing,

Visual Merchandiser, Data Analyst. Berikut bentuk struktur Divisi Sumber Marketing: Gambar 2.9 struktur Divisi Marketing PT AEON Indonesia

Sumber: data Perusahaan 2023 Berikut adalah definisi tugas untuk peran-peran tertentu yang disebutkan: 1. GM Digital Transformation: a. Mengarahkan dan mengelola inisiatif transformasi digital perusahaan. b. Menyusun strategi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. c. Bertanggung jawab atas adopsi teknologi baru dan pengembangan solusi digital. 2. Deputy GM Marketing: a. Mendukung dan melibatkan diri dalam pengembangan strategi pemasaran perusahaan. b. Mengelola tim pemasaran dan mengawasi pelaksanaan kampanye pemasaran. c. Bertanggung jawab atas pelaporan dan analisis kinerja pemasaran. 18 3. Event Marketing: a. Merencanakan, mengelola, dan melaksanakan kegiatan promosi dan acara khusus. b. Mengembangkan konsep acara dan mengelola aspek logistik. c. Berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk memastikan keberhasilan kampanye. 4. Partnership Marketing: a. Membangun dan menjaga kemitraan strategis dengan mitra eksternal. b. Merancang program-program pemasaran bersama untuk saling menguntungkan. c. Menilai potensi mitra baru dan mengelola hubungan bisnis. 10 5. Digital Marketing: a. Merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital. b. Mengelola kampanye iklan online, media sosial, dan pemasaran konten digital. c. Menganalisis data untuk mengevaluasi kinerja kampanye dan menyempurnakan strategi. 6. Visual Merchandiser: a. Membuat tata letak visual toko atau ruang pameran untuk meningkatkan penjualan. b. Mengelola presentasi produk dan display di toko. c. Memastikan konsistensi merek dan estetika visual di seluruh titik penjualan.

20 2.4 Kegiatan Umum Perusahaan PT. AEON Indonesia adalah peritel ternama yang menyediakan barang kepada pelanggannya melalui kegiatan promosi di setiap department store guna menarik minat pelanggan. Selain itu, PT. AEON Indonesia, sebagai department store, juga menjalankan bisnis tambahan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Beberapa bisnis yang dijalankan oleh AEON Indonesia adalah sebagai berikut: 1. Menjual makanan siap saji PT. AEON Indonesia mempunyai Delica area yang berlokasi di



lantai dasar (Ground Floor) AEON Mall. Area ini dimanfaatkan untuk menjual makanan siap saji. Produk siap saji yang dijual kebanyakan makanan khas Negara Jepang seperti, aneka ragam sushi, onigiri, bento, taiyaki, gorengan jepang, eskrim, pudding, dan masih banyak lagi. 2. Menjual produk kesehatan dan kecantikan PT. AEON Indonesia juga menawarkan beragam produk kesehatan, perawatan, dan kecantikan di area Health and Beauty Center (HBC) yang berada di lantai dasar AEON Mall. HBC sendiri menjual produk-produk seperti obat-obatan, vitamin, skincare, makeup, pasta gigi, alat-alat kecantikan, dan ada juga produk impor Jepang. 3. Menjual barang grocery PT. AEON Indonesia terdapat area yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari di lantai dasa5 (Ground floor) AEON Mall. Penjualan barang Grocery yang dimaksud merupakan makanan dan bukan makanan. Contoh produk makanan yang dijual seperti, ayam, daging, susu, telur, bumbu dapur, frozen food, ikan, dan masih banyak lagi. Sedangkan, produk yang tergolong bukan makanan contohnya seperti pewangi, detergen, cairan pencuci piring, peralatan masak, peralatan pembersih rumah, peralatan rumah lain, dan masih banyak lagi. 4. Menjual barang kebutuhan sekunder PT. AEON Indonesia memiliki area softline yang terletak di lantai 1, yang menjual kebutuhan sekunder seperti pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris. 5. Menjual kebutuhan rumah tangga PT. AEON Indonesia memiliki hardline di lantai 2 yang menjual produk-produk rumah tangga. Contoh barang rumah tangga yang dijual adalah barang elektronik, alat masak, tempat tidur, sofa, perkakas, alat tulis, sepeda dan masih banyak lagi barang lainnya.

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.

9 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 pegetahuan dasar, praktikan diarahkan bersama divisinya masing-masing dan diberitahukan tentang tugas apa yang akan dilakukan praktisi saat menjalanin 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 langkang 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 denga 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 baggi para pelanggan yang merupakan karyawan dan pihak PT. AEON Indonesia khususnya karyawanya 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 infomasi ter- 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.

NAMA no. BANK HADIAH TANGGAL SYARAT Voucher Rp 5.0 3-25 Juni 223 Minimal transaksi Rp 75,- menggunakan kartu kredit CIMB Niaga (platinum, world, infinite & ultimate, preffered visa infinite) sunlight Korean strawberry ref 56 ml dan 1 pouch multi pewangi sport frsh purple 82ml 3-25 Juni 223 Minimal transaksi Rp 5,- pembayaran debit CIMB Niaga kecuali (CIMB Niaga junior, Air Asia Savers, Hypermart Savers, Kartu Debit (eks) Bank Niaga & (eks) Lippo) Minimal Rp 15.0,- 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 85. menggunakan Kartu Kredit Citi yang diterbitkan di Indonesia kecuali kartu kredit korporasi. 1 CITI BANK Cashback Rp 5.0,- 17 April - 3 September 223 minimum transaksi Rp 5. berlaku untuk pengguna Permatablack World Mastercard dan Permata Kartu Kredit Platinum. 2 PERMATA BANK Free shopping Voucher Rp 5.0,- 1 Januari - 25 Juni 223 Minimal transaksi Rp 8. menggunakan kartu kredit digibank yang diterbitkan di Indonesia. 3 DIGIBANK by DBS Gratis Voucher belanja Rp 5.0,- 1 Januari- 3 Juni 223 minimal transaksi Rp 5.- berlaku untuk kartu kredit mandiri jenis World Elite, Prioritas, signature, Golf Signature, platinum, mandiri Traveloka, Mandiri shopee, fengshui, pertamina cobrand, Jcb precius. 1 2 LULU HYPERMARKE T LOTTE MART CIMB Niaga BNI gratis 1 bungkus gula pasir 1 Kg 5-28 juni 223 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 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 dibuat kontennya, 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 konten, praktikan harus memilih 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 dirapikan praktikan mulai memasukan teks-teks yang dimasukkan 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 dibilang masih dalam 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 jenis no. nama harga gambar mie 1 lafonte spagethi fetuchini 225 gr Rp9.0 2 lafonte spageti 45g Rp8.8 3 san remo 25g Rp15.0

BARANG-BARANG UNTUK HADIAH

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 berserta 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 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

BARANG-BARANG UNTUK HADIAH NO. Bank Promo Periode ketentuan 1 UOB Ladys free voucher RP 1. 1 JUNI - 3 SEPTEMBER 223 Minimal transaksi Rp 1.. 2 JCB free voucher RP 1. 2 MEI - 29 OKTOBER 223 Minimal transaksi Rp 7. 3 MANDIRI Free minyak 2L dan Gula 1Kg 2 JUNI - 3 Juli 223 Minimal transaksi Rp 1.. 4 UOB free voucher RP 5. 2 MEI - 3 SEPTEMBER 223 Minimal transaksi Rp 1.. 5 PANIN free tisu 25 sheet atau minyak 1L sampai 3 September Minimal transaksi Rp 7. 6 DIGIBANK gratis tissue 1kg 1 JUNI - 31 Juli 223 Minimal transaksi Rp 75. 7 CITIBANK free voucher RP 5. sampai 3 September Minimal transaksi Rp 1.. 8 MAYBANK free voucher RP 5. sampai 31 DESEMBER 223 Minimal transaksi Rp 75. 9 PERMATA free voucher RP 6. 1 JANUARI - JUNI 223 Minimal transaksi Rp 75.0 1 BCA free 1 pack telur 7 JULI - 3 JULI 223 Minimal transaksi Rp 15. 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 hubungan kerjasamanya 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 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 laporanya 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. 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 blass, poster di website aeonstore.id. Dalam hal ini biasanya konten sudah diberikan langsung dari kemitraan dan tinggal dijadwalkan waktu postingan 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 mengordinasikan 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 mengkoordinasikan 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. 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 i. 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. **2 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 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. 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, lifestyle, 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

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.

13

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 ketidak enakan 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. Ketidak telitian 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 pulang nya 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.

5 13 3.4 Cara Mengatasi Kendala Meskipun menghadapi berbagai tantangan, praktikan terus berusaha mengurangi kesalahan dan kekurangan agar kualitas kerja mereka lebih baik.

5 Aktivitas Karena kerja profesi merupakan salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan, praktikan dimotivasi untuk melakukan yang terbaik dalam proses menjalankan kerja profesi mereka.

5 21 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.

15 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. BAB IV PENUTUP 4. 1 Simpulan Aktivitas kerja profesi yang dijalankan oleh praktisi di PT. AEON Indonesia divisi Pemasaran, khususnya Pemasaran Kemitraan, memberi banyak wawasan dan faedah kepada praktisi terkait manajemen marketing dalam bisnis ritel, antara lain sebagai berikut: 1. praktisi mendapatkan wawasan dan pembelajaran mengenai implementasi pemasaran khususnya partnership marketing di PT. AEON Indonesia 2. Meningkatkan softskill praktikan pada bidang komunikasi, videografi, editing. 3. Meningkatkan rasa percaya diri praktikan yang timbul akibat adanya tuntutan untuk bertanya kepada calon mitra, dan juga pembuatan konten. 4. Praktikan mengetahui bahwa kepercayaan, kedisiplinan, ketelitian, kekonsistenan, kewajiban terhadap tugas dan komunikasi yang baik adalah sifat-sifat yang sangat mendasar dalam dunia kerja. 5. Dalam implemantasi kerja profesi, praktisi mengerti dan menerapkan secara langsung teori-teori yang berhubungan dengan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan 4. 2 Saran Praktikan memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman kerja selama 456 jam bekerja di PT. AEON Indonesia. 23 Oleh karena itu, praktisi ingin menyampaikan beberapa saran, antara lain: 4. 2.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya 1. Sebelum periode kerja profesi dimulai, mahasiswa harus diajarkan tentang cara melakukan pekerjaan. Ini akan membantu mereka mempersiapkan diri untuk berbagai kebutuhan yang terkait dengan pekerjaan. 2. Pihak universitas disarankan untuk langsung menyediakan tempat magang untuk mahasiswa sehingga memudahkan jalannya kegiatan kerja profesi 4. 2.2 Bagi Mahasiswa 1. Saat memulai kerja profesi, mahasiswa harus mempersiapkan diri dengan memahami hal-hal yang sudah diajarkan di perkuliahan dan menelusuri tempat kerja lebih awal sebelum periode kerja dimulai agar mereka dapat menyelesaikannya dengan cepat. 2. Mahasiswa harus lebih terlibat dalam pekerjaan agar mereka bisa memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman yang mereka peroleh di kelas. 3. Mahasiswa

REPORT #21979197

disarankan untuk membuat laporan kerja profesi setiap kali mereka mengerjakan proyek tersebut; ini akan membantu mereka menyelesaikannya dengan cepat. 4.2.3 Bagi PT. AEON Indonesia 1. Menambah jumlah tenaga kerja khususnya anggota divisi marketing agar setiap orangnya tidak memegang begitu banyak job desk 2. Memberikan minimal jaringan wifi ke setiap orang yang sedang bekerja di PT. AEON Indonesia agar proses pengerjaan dapat dilakukan dengan akses internet yang lancar sehingga tidak ada keterhambatan proses kerja



REPORT #21979197

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

| | | |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 1. | 1.45% id.scribd.com | ● ● |
| | https://id.scribd.com/document/745560308/Struktur-Organisasi-Aeon-Mall-Indo... | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 2. | 1.35% kc.umn.ac.id | ● ● |
| | https://kc.umn.ac.id/13169/4/BAB_II.pdf | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 3. | 0.89% www.aeonmall.com | ● ● |
| | https://www.aeonmall.com/en/ir/pdf/ir2021e_5962.pdf | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 4. | 0.79% www.aeon.info | ● ● |
| | https://www.aeon.info/sp/en/aboutaeon/aeon_code_of_conduct/001.html | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 5. | 0.68% repository.fe.unj.ac.id | ● ● |
| | http://repository.fe.unj.ac.id/4085/1/LAPORAN%20PKL%20Margaretha%20Estia... | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 6. | 0.65% www.cxomagazine.com | ● |
| | https://www.cxomagazine.com/cultivating-a-motivated-engaged-high-performi... | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 7. | 0.61% kisarangaji.com | ● |
| | https://kisarangaji.com/gaji-pt-aeon-indonesia/ | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 8. | 0.4% pressrelease.kontan.co.id | ● |
| | https://pressrelease.kontan.co.id/news/aeon-mall-deltamas-hadirkan-aeon-ma... | |
| INTERNET SOURCE | | |
| 9. | 0.4% eprints.upj.ac.id | ● |
| | https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8337/11/BAB%201.pdf | |



REPORT #21979197

| | | |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 10. | 0.37% www.lowkerren.com https://www.lowkerren.com/2023/07/lowongan-kerja-terbaru-pt-surya.html | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 11. | 0.35% core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/289265912.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 12. | 0.34% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3751/10/BAB%20I.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 13. | 0.32% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6736/13/BAB%203.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 14. | 0.31% sites.google.com https://sites.google.com/view/aeon-credit-service-indonesia/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 15. | 0.28% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4039/12/BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 16. | 0.19% finance.detik.com https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7321385/siapa-pemilik-aeon... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 17. | 0.19% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/13169/3/BAB_I.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 18. | 0.16% kazokku.com https://kazokku.com/blog/2023/11/17/tugas-general-affair/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 19. | 0.15% repository.teknokrat.ac.id http://repository.teknokrat.ac.id/2469/3/10%20BAB%20I.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 20. | 0.15% repository.teknokrat.ac.id http://repository.teknokrat.ac.id/2451/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20L... | ● ● |



REPORT #21979197

| | | |
|-----------------|--|---|
| INTERNET SOURCE | | |
| 21. | 0.13% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1625/13/13%20BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 22. | 0.12% acemarketing.com.cn https://acemarketing.com.cn/exhibitions/5.html | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 23. | 0.12% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8275/14/14.%20BAB%20IV.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 24. | 0.09% repo.palcomtech.ac.id http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/420/1/PKL_D3AK_2021_HANIFAH%20AM... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 25. | 0.07% www.google.co.id https://www.google.co.id/travel/hotels/entity/CgolmcfairPw3-cIEAE | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 26. | 0.05% kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 27. | 0.05% www.bca.co.id https://www.bca.co.id/id/Individu/layanan/Jaringan-Cabang/BCA-Express | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 28. | 0.04% eprints.undip.ac.id http://eprints.undip.ac.id/60085/2/BAB_II.pdf | ● |

● QUOTES

| | | |
|-----------------|--|--|
| INTERNET SOURCE | | |
| 1. | 0.04% id.scribd.com https://id.scribd.com/document/745560308/Struktur-Organisasi-Aeon-Mall-Indo... | |