

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA BAGIAN *MARKETING* BLANJA.COM (PT. METRA-
NET)**

AHMAD ZULFIYAN

8135134099



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

LEMBAR EKSEKUTIF

**AHMAD ZULFIYAN. 8135134099. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
pada Bagian Marketing di Blanja.com (PT. Metra-Net). Jakarta :**

*Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi,
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2013.*

*Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan di Blanja.com (PT. Metra-Net)
pada Bagian Marketing selama 39 hari terhitung tanggal 4 Januari 2017 sampai
dengan tanggal 17 Februari 2017 di Blanja.com (PT. Metra-Net), Jalan Letjen
MT Haryono Kav. C 58-60, Jakarta Selatan.*

*Tujuan dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan adalah (PKL) untuk
mendapatkan pengalaman aktif dalam dunia kerja dan membiasakan praktikan
dengan budaya perusahaan. Dalam dunia kerja, atmosfir yang ada berbeda
dengan yang ada di perguruan tinggi. Maka dari itu, PKL bagi praktikan
dianggap penting untuk memberi bekal praktikan dalam menghadapi dunia kerja.*

*Dalam melakukan PKL, praktikan menghadapi kendala-kendala untuk
menyelesaikan tugas yang diampu, diantaranya terkait dengan hubungan antar-
jenjang pekerjaan. Perlu diketahui bahwa gedung tempat praktikan melakukan
PKL berbeda dengan gedung utama sebagai tempat kerja karyawan tetap. Jadi,
untuk berkomunikasi langsung cukup sulit untuk dilakukan.*

Meski mengalami kendala tersebut, namun praktikan dapat mengatasinya dengan cara berkomunikasi melalui grup Skype bagian Marketing secara intensif. Untuk mencairkan suasana, obrolan di grup Skype tidak selalu berhubungan dengan pekerjaan, melainkan juga tentang hal-hal personal lain.

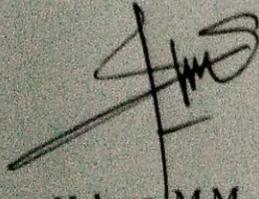
Tujuan dari penulisan laporan PKL ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dari Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam laporan ini diterangkan penempatan praktikan pada bagian Marketing di Blanja.com (PT. Metra-Net).

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan
Blanja.com (PT. Metra-Net)
Nama Praktikan : Ahmad Zulfiyan
Nomor Registrasi : 8135134099
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga

Menyetujui,

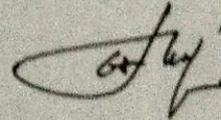
Koordinator Program Studi,



Dr. Corry Yohana, M.M.

NIP. 195909181985032011

Pembimbing,

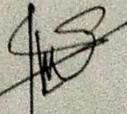


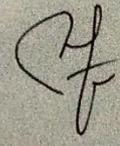
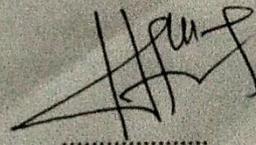
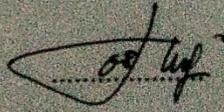
Dra. Dientje Griandini, M.Pd.

NIP. 195507221982102001

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta


Dr. Corry Yohana, M.M.
NIP. 195509181985032011

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si.</u> NIP. 195311171982032001		31 Maret 2017
Penguji Ahli		
<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si.</u> NIP. 196610302000121001		31 Maret 2017
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd.</u> NIP. 195507221982102001		31 Maret 2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan PKL sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad ﷺ yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Dalam menyelesaikan Laporan PKL ini, penulis dibantu oleh beberapa pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini, M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan laporan PKL.
2. Dr. Corry Yohana, M.M., selaku Ketua Prodi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Rekan kerja di Bagian Marketing terutama kepada Abdussami Bilal selaku Ketua Bagian Marketing dan Mudzdalifah Firdianah selaku Koordinator kerja Intern yang sangat kooperatif dalam hal pekerjaan sehingga setiap pekerjaan yang penulis lakukan bisa berjalan dengan baik.
4. Orang tua yang tak kenal lelah selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh teman-teman Pendidikan Tata Niaga A 2013 yang telah memberikan dukungan dan bantuan, serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Tak ada gading yang tak retak, seperti itu pula Laporan PKL yang telah penulis selesaikan masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi terciptanya karya yang lebih baik selanjutnya. Penulis juga memohon maaf jika dalam Laporan PKL ini ada kata-kata yang kurang berkenan. Penulis akan selalu belajar untuk mengimprovisasi di kesempatan selanjutnya.

Terakhir, penulis berharap adanya Laporan PKL ini dapat bermanfaat bagi penulis secara khusus serta seluruh pihak yang membaca Laporan PKL ini karena sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain. Terima kasih atas segala dukungan yang membantu penulis merampungkan Laporan PKL ini.

Jakarta, Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR EKSEKUTIF	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. MAKSUD DAN TUJUAN PKL	3
C. KEGUNAAN PKL	4
D. TEMPAT PKL	7
E. JADWAL DAN WAKTU PKL	9
BAB II	
TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	11
A. SEJARAH PERUSAHAAN	11
B. STRUKTUR ORGANISASI	14
C. KEGIATAN UMUM PERUSAHAAN	14
BAB III	
PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	20

A. BIDANG KERJA	20
B. PELAKSANAAN KERJA	21
C. KENDALA YANG DIHADAPI	25
D. CARA MENGATASI KENDALA	27
BAB IV	
KESIMPULAN	28
A. KESIMPULAN	28
B. SARAN	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	32

DAFTAR TABEL

NOMOR TABEL	JUDUL TABEL	HALAMAN
TABEL 1	JADWAL PKL	9

DAFTAR GAMBAR

NOMOR GAMBAR	JUDUL GAMBAR	HALAMAN
Gambar 1	Logo Blanja.com	7
Gambar 2	Struktur Organisasi	13
Gambar 3	Prosedur Pengelolaan	18

DAFTAR LAMPIRAN

NOMOR LAMPIRAN	JUDUL LAMPIRAN	HALAMAN
Lampiran 1	Kampanye JoyfulLove	32
Lampiran 2	Surat Keterangan Permohonan PKL	33
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL	34
Lampiran 4	Surat Keterangan Penerimaan PKL	37
Lampiran 5	Surat Keterangan Selesai PKL	38
Lampiran 6	Daftar Penilaian	39
Lampiran 7	Spreadsheet 1	40
Lampiran 8	Spreadsheet 2	41
Lampiran 9	Spreadsheet 3	42
Lampiran 10	Log Harian	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Dunia pendidikan tinggi sangat berbeda dengan dunia kerja. Jika dunia pendidikan tinggi menawarkan seorang mahasiswa ilmu yang menuntut mahasiswa untuk memiliki karakter akademis, dunia kerja menuntut seorang pekerja untuk memiliki karakter profesional yang digunakan dalam setiap praktik kehidupan kerja. Orientasi dalam dunia kerja juga berbeda dengan dunia pendidikan tinggi yang cenderung fokus kepada raihan gelar akademis.

Melihat perbedaan tersebut, pendidikan tinggi sesungguhnya memiliki andil dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja. Jika hanya mengandalkan aktivitas internal di instansi pendidikan tinggi, seperti perkuliahan dalam kelas dan laboratorium, tidak akan cukup untuk mempersiapkan mahasiswa untuk bisa bersaing di dunia kerja karena, sekali lagi, persaingan di dunia pendidikan tinggi tidak seberat di dunia kerja yang sangat mengandalkan kesiapan mental, kompetensi kerja, dan profesionalisme.

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa agar mampu bersaing di dunia kerja, instansi pendidikan tinggi seperti Universitas Negeri Jakarta mewajibkan mahasiswa untuk melaksanakan PKL. PKL dimaksudkan untuk memberikan pengalaman aktif langsung kepada mahasiswa bagaimana kehidupan dan suasana

dalam dunia kerja. PKL dilaksanakan di perusahaan, baik swasta maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Instansi pendidikan tinggi sedang mempersiapkan mahasiswa dengan tiga kompetensi dasar dalam pendidikan yaitu kognitif, afektif, dan psikomotor, melalui PKL tersebut. Pendidikan di instansi saja tidak cukup untuk membekali mahasiswa karena mahasiswa diwajibkan bekerja di bagian yang relevan dengan jurusan yang di ambil dalam pendidikan tinggi. Maka dari itu, peran PKL sangat penting dalam rangka mempersiapkan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja.

PKL diharapkan menjadi media praktik langsung mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang di dapat dalam dunia pendidikan tinggi. Oleh karena itu PKL menjadi sangat penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan mahasiswa dalam bekerja dilapangan yang sesungguhnya, dan hingga pada akhir studinya mahasiswa siap terjun kedalam masyarakat untuk bekerja sesuai dengan bidang yang dipilihnya.

Harapannya, setelah lulus dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, mahasiswa sudah siap secara kompetensi, mental, dan profesionalisme untuk memasuki dunia kerja. Sehingga, lulusan tidak perlu menghabiskan waktu lebih lama untuk memelajari semua hal yang diperlukan dalam dunia kerja dan dapat bersaing dengan lulusan dari instansi pendidikan tinggi lainnya.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Berdasarkan latar belakang pelaksanaan PKL diatas, maksud dari kegiatan PKL bagi praktikan adalah:

1. Mengetahui relevansi, mengaplikasikan, menerapkan, dan membandingkan pengetahuan akademis yang telah didapatkan selama perkuliahan khususnya dalam bidang pemasaran (marketing).
2. Mengembangkan dan menambah wawasan berpikir serta pengetahuan dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam dunia kerja, terutama dalam bidang pemasaran (marketing).
3. Melakukan praktik kerja sesuai dengan latar belakang pendidikan yang ditempuh dalam bidang pemasaran (marketing).

Dalam melaksanakan kegiatan PKL ini ada beberapa tujuan yang diharapkan dapat tercapai, antara lain:

1. Menjalankan kewajiban PKL yang merupakan mata kuliah prasyarat wajib bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dalam rangka mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.
2. Melakukan pengamatan secara langsung kegiatan dilapangan yang berkaitan dengan teori yang telah dipelajari di dalam perkuliahan dan menerapkan pengetahuan akademis yang telah didapatkan di dunia kerja.
3. Mempersiapkan praktikan sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dengan pengetahuan, keterampilan, serta keahlian yang sesuai dengan kebutuhan dalam dunia kerja.

C. Kegunaan PKL

Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan mahasiswa diharapkan akan memberikan dampak positif bagi praktikan, bagi fakultas ekonomi, serta bagi instansi tempat praktikan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Praktikan

- a. Memahami kehidupan dunia kerja yang sebenarnya serta dapat melatih bersosialisasi dan berinteraksi dengan karyawan yang telah berpengalaman di dunia kerja.
- b. Mendapatkan pengalaman bekerja sebagai karyawan perusahaan swasta yang lebih dinamis dibanding perusahaan negeri dan dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat di perkuliahan serta dapat menggali hal baru yang belum didapat dari pendidikan tinggi sehingga dapat meningkatkan kualitas praktikan meliputi mental, pengetahuan, kompetensi, dan profesionalisme.
- c. Mendapatkan pengetahuan, keterampilan, cara bersikap, serta pola tingkah laku yang diperlukan untuk menjadi seorang pekerja yang profesional dan bertanggung jawab sehingga tidak akan gagap jika sudah memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
- d. Memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.).

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dan berkesinambungan antara Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan perusahaan tempat pelaksanaan PKL, dalam hal ini Blanja.com (PT Metra-Net).

- b. Sebagai masukan untuk program studi Pendidikan Tata Niaga dalam rangka pengembangan program studi agar selalu menyediakan pelayanan pendidikan akademis yang baik.
 - c. Menjalin kerjasama dan mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dilingkungan instansi/perusahaan dan tuntutan pembangunan pada umumnya, sehingga dapat mewujudkan konsep *link and match* dalam meningkatkan kualitas layanan bagi dunia kerja.
 - d. Mengukur seberapa besar peran tenaga pengajar dalam memberikan materi perkuliahan untuk mahasiswa sesuai dengan perkembangan yang terjadi di dunia kerja.
 - e. Untuk memperkenalkan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta kepada khalayak luas dan menunjukkan kualitas mahasiswa Universitas Negeri Jakarta kepada perusahaan.
 - f. Sebagai evaluasi dalam upaya meningkatkan kurikulum yang ada di masa yang akan datang sehingga selalu *up-to-date* dan relevan dengan perkembangan zaman.
3. Bagi Instansi, dalam hal ini Blanja.com (PT Metra-Net)
 - a. Mendapat tenaga sumber daya manusia tambahan dalam menjalankan kegiatan usahanya.
 - b. Dapat membantu menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang ditentukan.
 - c. Dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, maupun memperbaiki kondisi dari lingkungan kerja berdasarkan dari ilmu yang praktikan bagikan.

- d. Dapat menjalin hubungan yang teratur, sehat dan dinamis antara instansi dengan lembaga perguruan tinggi, serta menumbuhkan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan dan bermanfaat.
- e. Instansi dapat merekrut mahasiswa apabila instansi memerlukan tenaga kerja, karena instansi telah melihat kinerja praktikan selama PKL tersebut di masa depan.

D. Tempat PKL



Gambar 1 – Logo Blanja.com (Metra-Net)

1. Nama : Blanja.com (PT Metra-Net)
2. Alamat : Jalan Letjen MT Haryono Kav C 58-60 Jakarta Selatan
3. Telepon/ Fax : (021) 7999 111
4. *E-mail* : support@blanja.com
5. *Website* : www.blanja.com

Blanja.com merupakan sebuah *joint-venture* antara Telkom Indonesia dan eBay. Mengusung konsep sebagai Online-Marketplace, blanja.com memiliki lebih dari ribuan *merchant* yang menawarkan jutaan produk dari berbagai kategori yang terjamin orisinalitas dan kualitasnya. Sebagai media belanja online yang terpercaya, kekuatan blanja.com selain dari variasi produk yang beragam juga dengan berbagai bentuk kerjasama pemasaran yang pastinya menguntungkan semua pihak terkait.

Blanja.com juga menjalin kerjasama dengan sejumlah bank terdepan di tanah air seperti Mandiri, BNI, BCA, BRI, BTN, Mega, Niaga, ANZ, BII, dan lain

sebagainya. Hal ini menjadikan blanja.com sangat fleksibel dalam memberikan promo menarik bagi para pelanggan. Blanja.com sukses melaksanakan berbagai aktifitas online marketing seperti clearance sale, strategic partnership serta exclusive launching Pre-Order untuk berbagai kategori produk antara lain gadget, komputer serta produk-produk elektronik lainnya.

Alasan praktikan memilih Blanja.com (PT Metra-Net) sebagai tempat PKL antara lain, yaitu:

1. Minat

Blanja.com merupakan salah satu toko online ternama di Indonesia yang memiliki pasar luas sampai seluruh Indonesia. Menjadi praktikan di perusahaan ini merupakan salah satu kebanggaan tersendiri karena dapat merasakan suasana kerja dan belajar di perusahaan tersebut.

2. Aplikasi ilmu

Dengan melakukan PKL di Blanja.com, praktikan ingin mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama menempuh bangku perkuliahan. Dengan bekerja di Blanja.com, praktikan dapat mengetahui bagaimana rasanya melaksanakan kegiatan marketing di perusahaan secara aktif, bukan hanya sekedar teori yang pratikan dapatkan saat kuliah.

3. Kesempatan

Selain karena minat dan aplikasi pengetahuan, alasan praktikan melakukan kegiatan PKL di Blanja.com adalah karena ada kesempatan. Setelah mengajukan surat permohonan, praktikan dipanggil untuk melakukan wawancara. Beberapa

hari setelah wawancara, praktikan dipanggil untuk langsung melaksanakan PKL di Blanja.com

E. Jadwal Waktu PKL

PKL dilakukan sejak tanggal 4 Januari 2017 sampai dengan 17 Februari 2017 (\pm 6 minggu). Praktikan bekerja *fulltime* dari hari Senin sampai Jum'at mulai pukul 09.00 – 17.00 WIB. Dalam penyusunan Laporan PKL, praktikan menyusun sembari melaksanakan PKL, terutama di malam hari. Proses penyusunan laporan juga cukup lancar dan tidak terganggu jam kuliah karena masih dalam masa liburan.

Adapun jadwal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 – Jadwal PKL

Hari	Jam Kerja	Keterangan
Senin – Jumat	09.00 – 12.00	Bekerja
	12.00 – 13.00	Istirahat
	13.00 – 17.00	Bekerja

Dalam proses pelaksanaan Praktik Kerja lapangan (PKL) dibagi dalam tiga tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan PKL

Sebelum melaksanakan PKL, calon praktikan mengajukan permohonan izin melaksanakan PKL kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

dan juga kepara perusahaan, dalam hal ini Blanja.com (PT Metra-Net). Setelah itu, praktikan menunggu konfirmasi perusahaan untuk melaksanakan PKL.

2. Tahap Pelaksanaan PKL

Praktikan melaksanakan PKL selama 39 hari, terhitung sejak tanggal 4 Januari 2017 sampai tanggal 17 Februari 2017, dengan pelaksanaan kerja mulai Senin sampai Jum'at pukul 09.00-17.00 WIB.

3. Tahap Penulisan Laporan PKL

Pada tahap ini, proses penulisan laporan praktik kerja lapangan dimulai saat pelaksanaan PKL memasuki minggu ke-2. Hal pertama yang dilakukan praktikan adalah mencari data-data yang dibutuhkan dalam penulisan laporan PKL. Setelah itu, praktikan mengolah data yang sudah didapat dan memulai menyusun laporan yang dapat dipertanggungjawabkan.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Pada tanggal 17 September 2012 kerjasama dengan eBay direalisasikan melalui kerjasama (Joint Venture) dengan nama PT.MetraPlasa yang menghasilkan sebuah situs belanja online blanja.com yang beralamat di Mulia Bussines Park, Building J Jl. Letjen MT Haryono Kav. 58 – 60, Pancoran, Jakarta 12780, Indonesia.

Blanja.com sejatinya adalah situs *marketplace* hasil *joint venture* antara induk usaha Telkomsel, Telkom Indonesia dengan eBay, yang bernaung di bawah payung PT. MetraPlasa. Komposisi kepemilikan adalah 60 persen Telkom, sisanya eBay dengan opsi bisa meningkatkan kepemilikan saham nantinya.

Kemitraan antara dua perusahaan tersebut diyakini dapat menyatukan kekuatan, dimana Telkom dikenal sebagai perusahaan telecommunication, information, media and edutainment (TIME) serta network provider terbesar di Indonesia, dengan eBay sebagai perusahaan online marketplace terbesar di dunia sekaligus pemimpin industri mobile commerce. blanja.com semakin melebarkan melebarkan sayapnya dibawah naungan Telkom dan eBay.

Blanja.com memiliki banyak alternatif metode pembayaran, jadi para netizen tidak perlu bingung. Para netizen dapat melakukan pembayaran melalui metode berikut, kartu kredit, transfer antar rekening bank, Internet banking

(mandiri clickpay, bca clickpay), COD (Cash On Delivery), dan digital wallet mereka sendiri TCash. Untuk TCash sendiri untuk topup saldo hanya dapat dilakukan dengan transfer rekening bank saja, namun kelebihan menggunakan TCash adalah perolehan Telkomsel Poin yang bisa di-redeem menjadi voucher belanja.

1. Visi Misi Blanja.com (PT Metra-Net)

A. Visi Blanja.com (PT Metra-Net)

Menjadi Portal Media Diskusi Jual Beli *Online Shop* Terbesar dan Terpercaya di Indonesia

B. Misi Blanja.com (PT Metra-Net)

1. Menjadi media perantara perdagangan *online* yang terbaik di Indonesia.
2. Memajukan bisnis UKM Indonesia.
3. Memberi fasilitas berbelanja yang aman untuk customer.
4. Menjadi media dan alternatif sumber penghasilan.
5. Menghadirkan fitur yang memuaskan pelanggan.
6. Ikut berpartisipasi melahirkan pengusaha *online* yang tangguh dan berbobot.
7. Memasyarakatkan dunia *online* Indonesia.
8. Menyatukan para penjual dan pembeli pada tingkat nasional.
9. Membuat kerjasama dengan berbagai *partner* perusahaan lainnya.

B. Struktur Organisasi

Berikut Struktur Organisasi di Blanja.com (PT Metra-Net) :



Gambar 2 – Struktur Organisasi

B. Kegiatan Umum Perusahaan

Blanja.com merupakan sebuah toko online yang menerapkan model C2C (Customer to Customer). Model ini adalah sebuah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Berikut ialah indikator utama bagi sebuah website marketplace:

- Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan
- Bisa digunakan oleh penjual individual

Kegiatan jual beli di website marketplace harus menggunakan fasilitas transaksi online seperti layanan *escrow* atau rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Keamanan menjadi sangat penting dalam bisnis model ini.

Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli. Selama barang belum sampai, uang akan disimpan di rekening

pihak ketiga. Apabila transaksi gagal, maka uang akan dikembalikan ke tangan pembeli.

Dalam bagian Marketing Blanja.com, Praktikan mengerjakan beberapa kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran Blanja.com. Tahap pemasaran di dalam Blanja.com sudah tidak lagi menumbuhkan brand awareness karena Blanja.com merupakan salah satu toko online terkenal di Indonesia.

Bagian Marketing Blanja.com melaksanakan kegiatan seperti analisa harga produk, memeriksa kompetitor meliputi harga dan kategori produk yang ada dan sebagainya. Bagian Marketing biasanya mengerjakan banyak kegiatan saat hari besar seperti Imlek, Ramadhan, Tahun Baru, dan Hari Belanja Online Nasional yang selalu menawarkan banyak promo dan diskon.

Berikut adalah kegiatan umum yang ada di perusahaan menurut bagian-bagiannya:

1. COO (Chief Operating Officer)

- a. Bertugas sebagai seorang pemimpin.
- b. Bertugas untuk memilih atau menyetujui para calon pekerja di perusahaan
- c. Menerima laporan hasil organisasi perusahaan setiap minggu, bulan, dan tahun

2. CEO (Chief Executif Officer)

- a. Bertugas sebagai seorang komunikator
- b. Sebagai pengambil keputusan dan pengelola (manajer)
- c. Mengawasi operasi organisasi perusahaan setiap hari, bulan, dan tahun.

3. Business Operation

- a. Mengontrol jalannya kinerja operasional perusahaan.
- b. Mengevaluasi kinerja dari leader yang ada di divisi operation.
- c. Bertanggung jawab terhadap jalannya kegiatan operational

4. *Customer Service*

- a. Mengedukasi pihak baik dari *seller* ataupun *buyer* terhadap sistem di *blanja.com*
- b. Memonitor kendala yang terjadi di pihak *seller* dan *buyer*.
- c. Menjembatani pihak *seller* dengan *buyer* atau dengan *department* lain.

5. *Category Management*

- a. Melakukan pemilihan produk yang akan dipromosikan dan di ajukan kepada tim *Marketing*.
- b. Bertanggung jawab untuk mengedukasi *seller* dan menjaga keharmonisan perusahaan dengan *seller*.
- c. Memberikan update data *seller* kepada seluruh *internal* divisi perusahaan guna kecocokan data yang berpengaruh besar terhadap transaksi penjualan.

6. *Finance*

- a. Mengatur segala kebutuhan keuangan perusahaan secara *internal* (gedung, perabotan, peralatan, upah).
- b. Bertanggung jawab atas segala pengeluaran dana perusahaan baik yang diberikan kepada *seller* ataupun pengembalian dana kepada *buyer*.
- c. Bertanggung jawab atas data yang berhubungan dengan harga dan kuantitas yang terdapat pada kode pembayaran secara sistem.

7. *Marketing*

- a. Memantau seluruh promo yang sedang dan akan berlangsung di perusahaan.
- b. Mengeluarkan biaya promo, mengatur serta memilah promo yang akan berlangsung dari segi efektifitas dan *traffic* pengunjung.

- c. Menghadirkan segala fitur dan ide demi berkembangnya perusahaan serta bertanggung jawab dalam bidang penjualan dan pengenalan kepada publik.

8. *Marketing Leader Campaign Management*

- a. Menjembatani keinginan promo dari para *seller* yang telah diajukan sebelumnya oleh tim *Category Management* untuk ditampilkan di *website*.
- b. Mendedikasikan tim desain untuk membuat program *banner* untuk ditampilkan di *website*.
- c. Memonitor kinerja promo yang sedang berlangsung di *website* Perusahaan.

9. *Marketing Leader Promo On Channel*

- a. Monitor kinerja promo yang sedang berlangsung untuk ditampilkan dan disebar ke semua *channel* yang bekerjasama dengan perusahaan.
- b. Mengatur resolusi *banner* yang telah ada dari *website* untuk disesuaikan di promo *channel*.
- c. Mengakuisisi terlebih dahulu dengan melakukan pengecekan *regular* kepada setiap pengajuan promo dengan atau tanpa *budget* pengeluaran biaya untuk setiap promo secara media sosial dan *channel*.

10. *Product & Onsite Analyst*

- a. Melakukan analisis terhadap produk yang telah *request* sebelumnya oleh tim *Category Management*.
- b. Bertanggung jawab atas analisis produk apapun yang akan diajukan dalam promo *website* perusahaan dan yang untuk dijadikan *search engine* utama di pencarian *online*.
- c. Melampirkan *review* dari pelanggan kedalam konten dengan bahasa yang baik dan benar.

11. *Graphic Design*

- a. Membuat desain gambar ataupun video yang menjelaskan produk yang akan dipomosisikan.
- b. Menyesuaikan permintaan desain produk untuk promo dengan berbagai ukuran dan juga menampung permintaan tambahan dari tim *Category Management*.
- c. Menjadi tim media kreatif perusahaan yang ikut mengembangkan segala *event* yang berhubungan dengan kreativitas.

12. *SEO & Social Media*

- a. Bertanggung jawab untuk merubah konten atau deskripsi pada produk yang telah diajukan untuk promo.
- b. Membuat dan mempublikasikan link produk promo dalam media sosial yang telah ada dan bekerjasama dengan perusahaan.
- c. Mengatur deskripsi, judul dan tema untuk kebutuhan iklan promo dalam media sosial.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

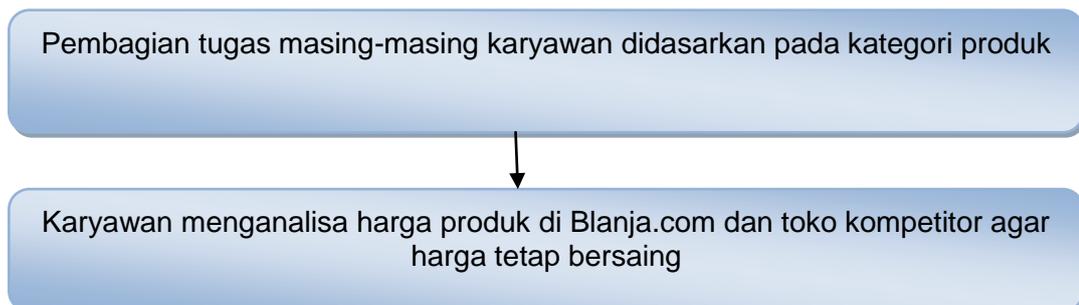
A. Bidang Kerja

Dalam melaksanakan PKL di Blanja.com, praktikan ditempatkan di bagian Marketing. Alasan kenapa praktikan ditempatkan di bagian tersebut adalah adanya relevansi divisi di perusahaan dengan jurusan kuliah praktikan. Selain itu, pada saat pelaksanaan PKL, bagian Marketing sedang membutuhkan beberapa Sumber Daya Manusia (SDM) magang.

Bagian Marketing merupakan salah satu bagian penting dalam perusahaan. Dalam kegiatan PKL tersebut, praktikan diberi tanggung jawab untuk melaksanakan beberapa tugas yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran di perusahaan.

Beberapa tugas yang diemban oleh praktikan adalah mengurus persoalan pricing di blanja.com. selain itu, praktikan juga bertanggung jawab untuk menganalisa harga-harga produk di kompetitor. Bagian Marketing bertanggung jawab untuk memastikan bahwa harga produk di Blanja.com harus bersaing dengan harga yang ada di kompetitor.

Standard Operating Procedures (SOP) dari kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 3 – Prosedur Kerja Bagian Marke

Uraian Prosedur bagian Marketing:

1. Memantau seluruh promo yang sedang dan akan berlangsung di perusahaan.
2. Mengeluarkan biaya promo, mengatur serta memilah promo yang akan berlangsung dari segi efektifitas dan *traffic* pengunjung.
3. Menghadirkan segala fitur dan ide demi berkembangnya perusahaan serta bertanggung jawab dalam bidang penjualan dan pengenalan kepada publik.
4. Menjembatani keinginan promo dari para *seller* yang telah di ajukan sebelumnya oleh tim *Category Management* untuk ditampilkan di *website*.
5. Mendedikasikan tim desain untuk membuat program *banner* untuk ditampilkan di *website*.
6. Memonitor kinerja promo yang sedang berlangsung di *website* Perusahaan.
7. Monitor kinerja promo yang sedang berlangsung untuk ditampilkan dan disebar ke semua *channel* yang bekerjasama dengan perusahaan.
8. Mengatur resolusi *banner* yang telah ada dari *website* untuk disesuaikan di promo *channel*.
9. Mengakuisisi terlebih dahulu dengan melakukan pengecekan *regular* kepada setiap pengajuan promo dengan atau tanpa *budget* pengeluaran biaya untuk setiap promo secara media sosial dan *channel*.

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan PKL mulai 4 Januari 2017 sampai 17 Februari 2017 di salah satu toko online terbesar di Indonesia, Blanja.com. Dalam melaksanakan tugas PKL, praktikan banyak dibantu oleh rekan kerja di bagian Marketing, baik karyawan tetap maupun karyawan magang.

Selain mempekerjakan karyawan tetap, Blanja.com juga merekrut karyawan magang untuk belajar di Blanja.com. Mayoritas karyawan magang

masih berstatus mahasiswa dari berbagai kampus di Jakarta seperti Universitas Indonesia, Universitas Negeri Jakarta, Universitas Bina Nusantara, LP3I, Universitas Budi Luhur, Universitas Parahyangan Bandung, Australia University, Universitas PGRI Indraprasta, dan sebagainya.

Dalam melaksanakan PKL di bagian Marketing, praktikan melaksanakan tugas-tugas perusahaan yang berhubungan dengan bidang pemasaran. Hal ini relevan dengan apa yang praktikan pelajari di bangku perkuliahan. Bidang pemasaran adalah salah satu komponen dari sebuah roda bisnis.

Di bagian Marketing Blanja.com, praktikan sangat terbantu dalam segi praktis. PKL mengajarkan praktikan untuk tak hanya lihai dalam teori saja, namun bagaimana untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam sebuah implementasi nyata.

Bagian Marketing di Blanja.com adalah salah satu bagian yang paling vital karena berhubungan dengan pihak eksternal seperti kompetitor, sponsor, serta perusahaan lain yang bekerja sama dengan Blanja.com.

Bagian Marketing di Blanja.com terbagi dalam dua subbagian, yaitu bagian Pricing dan Operations. Pricing bertanggung jawab untuk analisa harga produk baik di Blanja.com maupun di toko online lain sebagai kompetitor Blanja.com. Sedangkan bagian Operations mengurus ke sistem pemasaran di website.

Adapun Pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan di Bagian Marketing yaitu :

1. Analisa Harga Produk

Sebelum di upload oleh tim Operations ke toko online Blanja.com, Bagian Marketing bertanggung jawab untuk memastikan bahwa harga produk yang ada di Blanja.com dapat dipertanggungjawabkan di muka umum dan sesuai dengan harga pasar yang ditetapkan oleh merchant.

Selain itu, Bagian Marketing juga harus memastikan bahwa harga-harga yang ada di Blanja.com masih dalam level bersaing; tidak terlalu mahal maupun tidak terlalu murah sehingga mengakibatkan kerugian bagi merchant.

2. Competitor Checking

Blanja.com memiliki beberapa kompetitor utama. Dalam menjalankan kerjanya, Blanja.com selalu fokus kepada kurang lebih lima kompetitor. Kompetitor yang dimaksud adalah beberapa toko online yang sudah menjalar pasar Indonesia.

Dalam rangka memastikan kerja Blanja.com yang lebih efektif dan efisien, Bagian Marketing melakukan competitor checking agar selalu up-to-date dengan informasi terbaru dari kompetitor. Beberapa hal yang diperiksa adalah kategori produk dan harga produk.

3. Melakukan *Scan* Dokumen

Dokumen-dokumen yang tercetak harus dirubah formatnya menjadi sebuah file di layar komputer.

Berikut cara men-*Scan* dokumen:

- a. Lembar kertas yang akan *discan* diletakkan di atas mesin fotocopy digital.
- b. Selanjutnya praktikan mengatur tata letak kertas berdasarkan ukuran kertas yang diinginkan.
- c. Pilih menu "*Send*" pada monitor mesin fotocopy.
- d. Klik "*Address Book/Server*"
- e. Akan muncul daftar komputer yang akan menerima hasil *Scan*.
- f. Setelah dipilih, klik "ok" lalu "*start*"
- g. Hasil *scan* akan tersimpan di komputer yang sudah dipilih.

4. Membuat Laporan Kegiatan Mingguan

Bagian Marketing, terutama Subbagian Pricing memiliki tim sekitar 20 karyawan, termasuk karyawan magang. Tim Marketing memiliki koordinator utama. Setiap minggunya, karyawan diminta membuat laporan kegiatan mingguan yang di setor ke koordinator untuk dipertanggungjawabkan kepada Chief Executive.

5. Mengkoordinasi Riset tentang Perilaku Konsumen

Dalam rangka merumuskan strategi pemasaran yang baik, Bagian Marketing menginisiasi sebuah program riset yang khusus meneliti tentang perilaku konsumen dalam berbelanja online pada masyarakat seluruh Indonesia. Riset ini juga melibatkan praktikan sebagai karyawan magang untuk ikut serta berdiskusi, menentukan metode, sampai menganalisa data yang sudah dikumpulkan.

C. Kendala Yang Dihadapi

PKL bisa dibidang sebagai proses belajar bagaimana berlaku sebagai karyawan profesional di sebuah perusahaan. Dalam proses belajar tersebut, seringkali kegiatan tidak selalu berjalan lancar.

Praktikan mendapat banyak sekali pelajaran berharga dan pengalaman yang bisa praktikan implementasikan di dunia kerja nantinya. Meski begitu, praktikan mengalami beberapa kendala dalam menjalani PKL tersebut. Beberapa kendala Praktikan ketika melaksanakan PKL, yaitu:

1. Bagian Marketing menjadi bagian di blanja.com yang berhubungan tidak dengan kompetitor, terutama masalah harga produk yang di jual di toko online. Karena kondisi pasar yang selalu fluktuatif, maka harga juga selalu naik-turun hampir setiap hari. Hal tersebut yang membuat bagian Marketing harus bekerja dua kali yang membuat pekerjaan kurang efektif.
2. Letak gedung yang berbeda antara karyawan (Gedung A) dan karyawan magang (Gedung D) membuat komunikasi langsung jarang terjadi sehingga membuat komunikasi kadang kurang jelas dan menimbulkan kesalahpahaman antara karyawan magang (praktikan) dengan karyawan tetap (user) yang bertugas membimbing dan mengkoordinasi.

D. Cara Mengatasi Kendala

Meskipun ada beberapa kendala, namun Praktikan bisa mengatasinya. Berikut ada beberapa usaha yang Praktikan lakukan:

1. Untuk membuat pekerjaan efektif, praktikan mengerjakan pekerjaan yang lebih mudah terlebih dahulu. Menurut Siagian (2007:24) efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas kegiatan yang dijalankan. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapainya sasaran yang ditetapkan.¹
2. Untuk mengatasi kendala komunikasi, praktikan sering berkunjung ke gedung A untuk berkonsultasi terkait pekerjaan. Komunikasi sangat penting untuk menunjang pekerjaan. Komunikasi adalah kombinasi dari berbagai elemen seperti kata, simbol, gambar, grafis, suara, nada, ekspresi muka, dan bahasa tubuh.²

¹ Siagian, *Efektivitas Kerja* (Jakarta: Jurnal Efektivitas Kerja, 2007), hlm. 24

² FME Team, *Effective Communication Skills* (New York: Communication Journal ISBN Free Management Ebook), hlm. 6

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Sudah sejak lama Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta mengadakan program PKL. Program ini diwajibkan untuk seluruh mahasiswa karena PKL merupakan salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Keberadaan PKL tidak tanpa alasan. PKL dimaksudkan untuk membekali mahasiswa gambaran nyata kegiatan yang ada di dunia kerja.

Dalam PKL tersebut, mahasiswa dapat memperoleh keterampilan, pengalaman kerja dan pengetahuan yang tidak pernah mahasiswa dapatkan sebelumnya di dalam ruang kelas. Selain itu, dengan diadakannya PKL mahasiswa akan memperoleh gambaran mengenai dunia kerja khususnya dalam bidang Pemasaran yang relevan dengan ilmu pengetahuan yang di dapat dari Prodi Pendidikan Tata Niaga.

Setelah Praktikan melaksanakan PKL di Bagian Marketing Blanja.com (PT Metra-Net) dan membuat laporan ini, maka praktikan mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. PKL dilaksanakan di Bagian Marketing Blanja.com (PT Metra-Net), Komplek Mulia Business Park, Jalan Letjen MT Haryono Kav C 58-60, Pancoran, Jakarta Selatan.
2. PKL dilaksanakan 39 hari kerja dimulai pada 4 Januari 2017 sampai 17 Februari 2017 secara penuh waktu.
3. Praktikan ditempatkan pada Bagian Marketing Blanja.com bersama beberapa mahasiswa magang dan karyawan lainnya. Praktikan bekerja dengan profesionalisme tinggi; pengumpulan tugas tepat waktu dan bekerja tepat waktu dari pukul 09.00 WIB sampai 17.0 WIB.
4. Selama menjalani PKL, Praktikan melakukan kegiatan bisnis dalam bidang marketing seperti Analisa harga produk dan Competitor Checking. Selain itu, Praktikan juga melaksanakan pekerjaan umum seperti mencetak dokumen dan penggandaan dokumen.
5. Selama menjalankan PKL, praktikan menemukan beberapa kendala. Kendala tersebut yaitu :
 - a. Fluktuasi harga di pasar yang membuat tim marketing bekerja kurang efisien
 - b. Kurang berjalannya komunikasi langsung yang efektif antara karyawan dan karyawan magang (praktikan)

6. Cara mengatasi kendala – kendala tersebut yakni:
 - a. Mengefektifkan pekerjaan
 - b. Komunikasi yang lebih baik

B. Saran

Bedasar kesimpulan yang penulis rangkum diatas, Praktikan mencoba untuk memberikan beberapa saran kepada pihak terkait. Penulis berharap saran yang penulis tampilkan dalam laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka perbaikan di masa mendatang. Adapun penulis menyarankan beberapa hal, diantaranya:

1. PKL tidak hanya dijadikan sebagai panggung belajar mahasiswa untuk menjalani kehidupan di dunia kerja, namun juga sebagai perekat hubungan kerja sama antara instansi pendidikan tinggi (dalam hal ini Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta) dengan instansi perusahaan (dalam hal ini Blanja.com).
2. Perlu ada program yang bertujuan untuk mempererat hubungan antarkaryawan agar kinerja karyawan semakin baik karena ada komunikasi yang baik antarkaryawan.

DAFTAR PUSTAKA

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pedoman Praktik Kerja Lapangan.
Jakarta. FE UNJ. 2012

Hasson, G. (2012), *Brilliant Communication Skills*, Pearson.

Siagian. *Jurnal Efektivitas Kerja*. Jakarta. 2004

