

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION SUPPORT*
PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA TBK**

**ANGGRAINI DWI UTARI
8223163885**



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

**PROGRAM STUDI DIII MANAJAMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***FIELD WORK PRACTICE REPORT
AT MARKETING COMMUNICATION SUPPORT DIVISION OF
PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA TBK***

**ANGGRAINI DWI UTARI
822363885**



***This Field Work Practice Report arranged to meet one of the requirements to
get the Associate Degree at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018***

LEMBAR EKSEKUTIF

Anggraini Dwi Utari, 8223163885. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada PT Electronic City Indonesia Tbk. Program studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini dibuat untuk memberi informasi mengenai kegiatan praktikan saat melaksanakan praktik kerja lapangan di PT. Electronic City Indonesia Tbk yang dilakukan selama 40 hari kerja, mulai Juli – Agustus 2018

Dalam praktik kerja lapangan ini praktikan ditempatkan pada Divisi *Marketing Communication Support* dan pekerjaan yang praktikan lakukan yaitu memproses pembayaran seperti *Payment Request, Advance, Internal Memo* dan *Purchase Requisition*, membuat *Agreement Overview*, memproses *Sales Order*, membuat laporan *OPEX*.

Dengan adanya pengalaman praktik kerja lapangan ini praktikan dapat menyimpulkan bahwa praktikan memperoleh pengetahuan tentang sistem pembayaran suatu perusahaan untuk keperluan pemasaran dan promosi produk.

Kata kunci: Praktik Kerja Lapangan, Divisi *Marketing Communication Support*, PT Electronic City Indonesia Tbk.

EXECUTIVE SUMMARY

Anggraini Dwi Utari, 8223163885. Field work report at PT. Electronic City Indonesia Tbk. Marketing Management program study. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This report is made to provide information about the practitioner activities when carrying out field work practices at PT. Electronic City Indonesia Tbk for 40 working days starting July - August 2018.

In this field work practice, the practitioner was placed in the Marketing Communication Support Division and the work that the practitioner does is processing payments such as Payment Request, Advance, Internal Memo, and Purchase Requisition, making an Agreement Overview, process Sales Orders, make an opex report.

With the experience of this field work practice, the practitioner can conclude that the practitioner has gained knowledge about the payment system of a company for marketing and product promotion needs.

Keywords: *Field Work Practice, Marketing Communication Support Division, PT. Electronic City Indonesia Tbk.*

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah, M.M.
NIP. 196206231990032001

Nama Ketua Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
-----------------------	--------------	---------

Dra. Sholikhah, M.M.
NIP. 196206231990032001



17-01-2019

Penguji Ahli

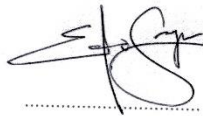
Dra. Umi Mardiyati, M.Si.
NIP. 195702211985032002



08-01-2019

Dosen Pembimbing

M. Edo S. Siregar, S.E., M.BA
NIP. 197201252002121002



31/1/20

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa praktikan panjatkan kepada Allah SWT yang sudah memberikan rahmat, karunia-Nya, karena dengan-Nya praktikan dapat menyusun dan menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan senantiasa mendoakan praktikan dalam proses menyelesaikan kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini yang dimana sebagai salah satu mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa/i D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Laporan kegiatan praktik kerja lapangan ini disusun dari hasil kegiatan praktik kerja lapangan yang dilaksanakan praktikan kurang lebih selama 40 hari kerja, mulai Juli – Agustus 2018. Kegiatan praktik kerja lapangan ini pun dilaksanakan di PT. Electronic City Indonesia Tbk. Dengan terselesaikannya penulisan laporan kegiatan Praktik Kerja Lapangan, praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dedi Purwana S.E, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses penulisan laporan praktik kerja lapangan ini.

4. Ibu Nita dan Bapak Arif yang membimbing praktikan dalam menjalankan PKL di PT Electronic City Indonesia Tbk.
5. Ibu Aulia, selaku HRD PT Electronic City Indonesia Tbk yang telah memberikan kesempatan kepada praktikan untuk melaksanakan PKL di PT. Electronic City Indonesia Tbk.
6. Seluruh karyawan PT Electronic City Indonesia Tbk yang tidak dapat praktikan sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.
7. Dan teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.

Praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 21 November 2018

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan	3
C. Kegunaan PKL	4
D. Tempat PKL	5
E. Jadwal Waktu PKL	6
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	8
A. Sejarah PT Electronic City Indonesia Tbk.	8
B. Struktur Organisasi	13
C. Kegiatan Umum Perusahaan	21
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	27
A. Bidang Kerja	27
B. Pelaksanaan Kerja	27
C. Kendala Yang Dihadapi	42
D. Cara Mengatasi Kendala	42
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel II.1	Daftar Kisaran Harga Produk pada Electronic City	23

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar II.1	<i>E-Commerce EC</i>	9
Gambar II.2	Logo Electronic City	10
Gambar II.3	Struktur Organisasi	15
Gambar II.4	Katalog Harga Promo Electronic City	24
Gambar II.5	Contoh Publisitas yang Diterima Electronic City	25
Gambar III.1	Diagram Alir Memproses <i>Sales Order</i>	29
Gambar III.2	Diagram Alir Memproses <i>Purchase Requisition</i>	31
Gambar III.3	Diagram Alir Memproses <i>Payment Request</i>	33
Gambar III.4	Diagram Alir Memproses <i>Internal Memo</i>	35
Gambar III.5	Diagram Alir Memproses <i>Advance</i>	37
Gambar III.6	Diagram Alir Memproses Lembar Pertanggung Jawaban (Lpj)	39
Gambar III.7	Diagram Alir Membuat <i>Agreement Overview</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan PKL
Lampiran 2	Surat Balasan Perusahaan
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL
Lampiran 4	Penilaian PKL
Lampiran 5	Tabel Kegiatan PKL
Lampiran 6	Contoh <i>Purchase Requisition</i>
Lampiran 7	Contoh <i>Payment Request</i>
Lampiran 8	Contoh <i>Internal Memo</i>
Lampiran 9	Contoh <i>Advance</i>
Lampiran 10	Contoh LPJ

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Perkembangan teknologi dan modernisasi peralatan elektronik telah menyebabkan perubahan yang mendasar didalam aktivitas manusia sehari-hari, dimana manusia selalu menginginkan segala sesuatunya serba otomatis, praktis dan fleksibel. Era globalisasi saat ini waktu dan tenaga sangat berarti sehingga pemakaiannya begitu diperhatikan agar efektif dan efisien. Manusia dituntut untuk bekerja lebih cepat dan efisien dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan perkembangan teknologi yang kian pesat, unjuk kerja peralatan elektronik pun semakin meningkat dan mendorong manusia mencari inovasi baru dalam penyediaan fasilitas dan sarana untuk mencapai tujuan tersebut.

Di Indonesia penjualan alat elektronik semakin berkembang, hal ini disebabkan kebutuhan akan elektronik bagi masyarakat semakin bertambah, mengingat kebutuhan akan produk tersebut bukan lagi merupakan barang mewah, melainkan kebutuhan yang sudah menjadi kebutuhan pelengkap dasar, akibatnya keberadaan toko elektronik semakin berperan di mata masyarakat. Toko elektronik sekarang mudah dijumpai di setiap pelosok pemukiman, tidak seperti dahulu toko elektronik selalu berkumpul di suatu tempat atau lokasi tertentu, dengan semakin tersebarnya mereka akan memudahkan masyarakat berbelanja tanpa harus jauh-jauh lagi untuk menjangkaunya. (Christiani, 2014)

PT Electronic City Indonesia Tbk merupakan salah satu penjual elektronik terbesar di Indonesia. Electronic City menjadi pelopor *retail* elektronik modern di Indonesia dengan membuka toko *standalone* sekaligus toko pertama (*flagship store*) di Sudirman Central Business District (SCBD). Electronic City menerapkan *dual-branding strategy* melalui dua konsep toko Electronic City Store (EC Store) dan Electronic City Outlet (EC Outlet) sebagai metode pemasaran untuk target segmen konsumen yang berbeda. Electronic City juga meluncurkan *platform e-commerce* melalui situs resmi perseroan dalam upaya untuk memperkuat citra Perseroan dan menjangkau konsumen yang lebih memilih untuk membeli produk secara *online*. Dengan memiliki 2 jenis *store* yang sudah tersebar di berbagai daerah juga *e-commerce* dan semakin banyaknya pesaing yang bermunculan seperti electronic solution, bhineka, best denki, dan lainnya. (MIJ, 2017) PT Electronic City Indonesia terus berusaha meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing dan tetap menjadi yang terbaik, salah satu caranya adalah memaksimalkan sumber daya manusia yang dimilikinya terutama pada Divisi *Marketing* yang sangat berperan penting dalam penjualan perusahaan tersebut.

Dalam hal ini, PT Electronic City Indonesia Tbk memberikan kesempatan kepada mahasiswa-mahasiswa untuk melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia di perusahaan. Dan praktikan menjadi salah satu orang yang mendapatkan kesempatan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Electronic City Indonesia Tbk tepatnya di kantor pusat di wilayah SCBD. Praktikan

memilih PT Electronic City Indonesia Tbk, karena perusahaan ini termasuk perusahaan ritel elektronik *modern* terbesar dimana sangat tertarik untuk mempelajari strategi pemasaran yang diterapkan sehingga perusahaan ini bisa disebut sebagai ritel elektronik terbesar. Selain itu, pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini merupakan sarana pembelajaran untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja sesungguhnya. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) juga merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.md) pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian praktikan tertarik untuk mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang mampu diandalkan di perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

B. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan oleh Praktikan adalah:

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar ahli Madya (A.Md).
2. Melakukan praktik kerja sesuai latar belakang pendidikan yaitu di bidang *Marketing*
3. Menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari saat perkuliahan pada saat Praktik Kerja Lapangan.

Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan oleh Praktikan adalah:

1. Mengetahui cara memproses pembayaran yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication Support*.
2. Mengetahui cara membuat laporan *OPEX*.
3. Mengetahui proses pembuatan kerjasama.
4. Mengimplementasikan teori yang sudah didapatkan dalam perkuliahan ke dalam praktik kerja lapangan.

C. Kegunaan PKL

Setelah dilaksanakannya praktik kerja lapangan selama 40 hari diharapkan dapat memberikan kegunaan untuk pihak-pihak yang terkait, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Praktikan:
 - a. Praktikan mendapatkan pembekalan untuk menghadapi dunia kerja yang nyata.
 - b. Sebagai sarana untuk mengimplementasikan teori-teori yang sudah diberikan saat perkuliahan.
 - c. Memperluas wawasan praktikan dalam bidang pemasaran.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:
 - a. Terjalannya kerjasama antara Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomu UNJ dengan Perusahaan tempat pelaksanaan PKL.
 - b. Dengan praktik kerja lapangan selain dapat mengetahui kualitas dalam menyerap dan mengaplikasikan ilmu yang didapat saat perkuliahan, juga

sebagai sarana fakultas untuk mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum agar sesuai dengan kebutuhan, sehingga FE UNJ dapat mencetak lulusan yang kompeten dalam dunia kerja.

3. Bagi Perusahaan:

- a. Menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan Universitas Negeri Jakarta dan kerjasama berupa pemberian saran untuk perkembangan perusahaan.
- b. Perusahaan mendapatkan bantuan Sumber Daya Manusia dari praktikan.

D. Tempat PKL

1. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada:

Nama Perusahaan : PT Electronic City Indonesia Tbk.

Alamat Perusahaan : Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53 Lot 22 SCBD

Nomor Telepon : 021 – 1500032

Website : www.electronic-city.com

2. Alasan Memilih PT Electronic City Indonesia Tbk

Alasan praktikan memilih PT Electronic City Indonesia Tbk sebagai tempat untuk melaksanakan PKL karena praktikan tertarik dan ingin merasakan bagaimana jika bekerja di PT Electronic City Indonesia Tbk yang merupakan toko ritel elektronik terbaik dan merupakan pelopor di Indonesia.

E. Jadwal Waktu PKL

Jadwal Praktik Lapangan Kerja (PKL) yang dilaksanakan oleh praktikan selama 40 hari kerja dimulai dari tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Agustus 2018. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dari hari Senin hingga hari Jumat dan waktu kerja dimulai dari pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB.

Dalam proses pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dibagi tiga tahap, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan PKL

- a. Pada tanggal 9 April 2018, praktikan meminta surat pengantar untuk membuat surat izin permohonan PKL yang sudah ditandatangani oleh Dra. Solikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran. Setelah praktikan mendapatkan tandatangan yang dibutuhkan, praktikan mengajukan surat pengantar tersebut ke Biro Akademik Kemahasiswaan dan Hubungan Masyarakat.
- b. Pada tanggal 12 April 2018, praktikan mengambil surat izin yang telah selesai dan langsung menuju kantor pusat PT Electronic City Indonesia Tbk. yang berada di Sudirman *Central Business District* (SCBD) untuk mengajukan permohonan izin PKL, lalu praktikan diminta menunggu beberapa hari untuk diberikan kepastian lewat telepon.
- c. Pada tanggal 17 April 2018, praktikan diminta untuk datang kembali ke kantor pusat PT Electronic City Indonesia Tbk untuk diberikan

surat persetujuan bahwa praktikan mendapat izin melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Electronic City Indonesia Tbk.

2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapatkan izin untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan mulai melaksanakan PKL di PT Electronic City Indonesia Tbk pada tanggal 2 Juli 2018 dan berakhir pada tanggal 31 Agustus 2018, dan dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan Jumat. Pelaksanaan PKL di PT Electronic City Indonesia Tbk dimulai pada jam 08.30 WIB sampai dengan 17.30 WIB

3. Tahap Penulisan Laporan PKL

Setelah praktikan menyelesaikan PKL di PT Electronic City Indonesia Tbk praktikan diberikan tugas membuat laporan Praktik Kerja Lapangan. Praktikan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan memulai menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan mulai tanggal 31 Agustus 2018 hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah PT Electronic City Indonesia Tbk.

PT Electronic City Indonesia Tbk merupakan salah satu dari pelopor perusahaan ritel produk elektronik *modern* di Indonesia. Berdiri sejak tahun 2001 dan membuka toko *standalone* sekaligus toko pertama (*flagship store*) di Sudirman *Central Business District* (SCBD), Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53 Lot 22 SCBD. Electronic City memperluas jaringan toko di luar Jabodetabek dengan membuka toko pertama di Denpasar di tahun 2004 dan di Sumatera yang terletak di Medan, Sumatera Utara di tahun 2007.

Electronic City resmi menjadi perusahaan terbuka pada tanggal 3 Juli 2013 dan tercatat di PT Bursa Efek Indonesia (kode saham ECII). Electronic City melepas 333.333.000 saham atau sebanyak 25% dari modal ditempatkan dan disetor penuh setelah penawaran umum dengan harga penawaran Rp 4.050 per saham.

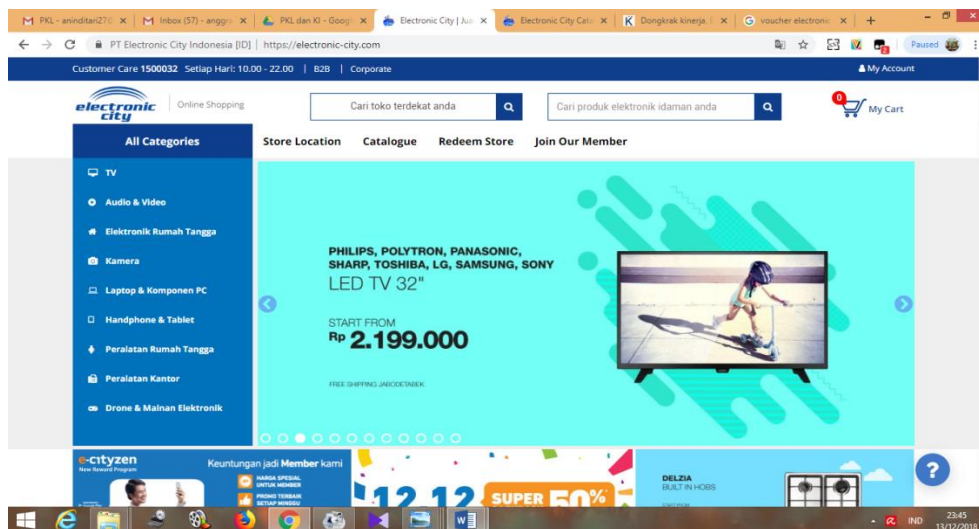
Electronic City menerapkan *dual-branding strategy* melalui dua konsep toko Electronic City Store (EC Store) dan Electronic City Outlet (EC Outlet) sebagai metode pemasaran untuk target segmen konsumen yang berbeda. Electronic City juga meluncurkan *platform e-commerce* melalui situs resmi Perseroan dalam upaya untuk memperkuat citra perseroan dan menjangkau konsumen yang lebih memilih untuk membeli produk secara *online*.

Electronic City Stores (EC Stores) – Tampilan toko dan penyajian produk EC Stores menggunakan konsep berwarna biru. EC Stores memiliki target utama

konsumen kelas menengah ke atas. Pada umumnya, luas area penjualan bruto berkisar antara 600 sampai dengan 2.500 m². Sampai dengan Juni 2014, Electronic City mengoperasikan 45 EC Stores yang berada di lokasi strategis di dalam *mall*, ruko dan berdiri sendiri (*standalone*). Total luas area penjualan bruto 45 EC Stores adalah 55.925 m².

Electronic City Outlet (EC Outlet) – Tampilan toko dan penyajian produk EC Outlet menggunakan konsep berwarna merah. EC Outlet memiliki target utama konsumen tingkat pemula dan kelas menengah. Pada umumnya, luas area penjualan bruto berkisar antara 350 sampai dengan 700 m². Sampai dengan Juni 2014, Electronic City mengoperasikan 16 EC Outlet yang berada di lokasi strategis di dalam mal dan ruko. Total luas area penjualan bruto 16 EC Outlet adalah 8.083 m²

E-commerce



Gambar II.1
E-Commerce EC

Sumber: <https://electronic-city.com/>

Pada tahun 2012, Electronic City meluncurkan *platform E-Commerce* melalui situs resmi perseroan seperti gambar II.1. Tujuan utama dari *E-Commerce* adalah untuk memperkuat citra perseroan dan menjangkau konsumen yang lebih memilih untuk membeli produk secara *online*. Pilihan produk untuk toko online difokuskan pada produk-produk yang mudah terjual dan dikirim seperti gadget, telepon selular juga kamera, dan pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan kartu kredit dan debit.

Logo Electronic City



Gambar II.2

Logo Electronic City

Sumber: data internal perusahaan

Logo Electronic City terdiri dari dua warna, yaitu *orange* dan biru. *Orange* melambangkan Electronic City sebagai brand yang modern, dinamis dan praktis, dan biru melambangkan Electronic City sebagai *brand* yang dapat dipercaya, diandalkan, dan profesional.

Tiga payung di atas kalimat “electronic city” melambangkan Electronic City sebagai *brand* yang bersahabat dan *modern* sehingga menghadirkan kenyamanan.

Penggunaan huruf yang menonjol mencerminkan teknologi yang percaya diri dan berani. Salah satu elemen utama yang terpenting dalam logo Electronic City adalah angka “1” yang menjadi huruf “i” dalam kata “city”. Angka 1 ini tidak hanya melambangkan status Electronic City sebagai pionir, tetapi juga membawa semangat Electronic City untuk tetap menjadi nomor 1.

Tonggak Sejarah PT Electronic City Indonesia Tbk.

2001 : PT. Electronic City Indonesia Tbk. membuka toko *standalone* sekaligus toko pertama (*flagship store*) di Sudirman *Central Business District* (SCBD) melalui PT. Graha Sudirman Center.

2002 : Berdirinya PT. Electronic City Indonesia.

2004 : Membuka toko pertama di Denpasar melalui PT. Graha Bali Center.

2007 : Membuka toko pertama di Sumatera yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara.

2008 : Melakukan penggabungan dengan PT. Graha Sudirman Center, PT. Graha Artha Sentosa Sejati, PT. Graha Bali Center dan PT. Graha Puri Center.

2009 : Melakukan penggabungan dengan PT. Graha Bandung Center dan PT. Graha Karawaci Center.

2012 : Meluncurkan *platform e-commerce* melalui situs resmi Perseroan dan memperluas *branding strategy* dengan membuka toko “Electronic City Outlet” pertama.

- 2013 : Pada 3 Juli 2013, PT. Electronic City Indonesia Tbk. resmi menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan 1.334.333.000 sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham ECII.
- 2014 : Selama tahun 2014, PT. Electronic City Indonesia Tbk. telah membuka 11 toko baru.
- 2015 : Melakukan ekspansi dengan pembukaan 4 toko baru, renovasi 7 toko dan menutup 2 toko. Sehingga total jumlah toko yang dimiliki Electronic City tahun 2015 sebanyak 69 toko.
- 2016 : Membuat inovasi seperti *Value Added*, Toko Keliling, *Mobile Apps*, *Membership Card* dan *E-commerce*. Perubahan sistem *call center* (1500032) menjadi lebih baik untuk membuat customer menjadi merasa lebih nyaman saat berbelanja. Ditambah lagi dengan *Social Media Respond Center* di social media seperti Facebook, Instagram dan Twitter.
- 2017 : Membangun gudang distribusi yang berlokasi di Citereup, Kabupaten Bogor. Pada tanggal 28 April 2017, Electronic City membuka 1 (satu) gerai yang berlokasi di Metropolitan Mall Cileungsi lantai 1, Cileungsi Jawa Barat.

Visi dan Misi

a. Visi

Mengembangkan toko ritel elektronik modern dengan konsep pameran untuk memberikan pelayanan yang terbaik, didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan mitra bisnis profesional untuk menambah kepuasan konsumen.

b. Misi

Untuk menjadi perusahaan terkemuka di Indonesia dalam bisnis ritel elektronik dengan jaringan toko modern berskala luas dan didukung oleh layanan terbaik dan fasilitas lengkap.

Penghargaan

Selain itu PT. Electronic City Indonesia Tbk juga mendapat beberapa penghargaan, diantaranya:

a. Tahun 2013

- 1) *Superbrand Award* untuk kategori *Electronic Supermarket*.
- 2) *Corporate Image Award*.
- 3) *Top Brand 2013* untuk kategori *Electronic Appliances Store*.
- 4) *Social Media Award 2013* untuk kategori *Electronic Appliances Store*.

b. Tahun 2014

- 1) *Superbrands 2014* untuk kategori *Electronic Store*.
- 2) Penghargaan Indonesia *Best New Issuer 2014*.
- 3) *Corporate Image Award* untuk kategori *Supermarket Elektronik*.
- 4) *Top Brand Award 2014* untuk kategori *Electronic Appliances Store* dan *Electronics Online Shop*.
- 5) *Gold Champion Indonesia WOW Brand 2014 Residential Property Developer, Shopping Mall & Retail* untuk kategori *Electronic Store*.

c. Tahun 2015

- 1) *Top Brand Award 2015* untuk kategori *Electronic Appliances Store*.

- 2) Indonesia *WOW Brand 2015 Residential Property Developer, Shopping Mall & Retail* untuk kategori *Electronic Store*.
- 3) *Digital Marketing Award 2015 (DM Award)* untuk kategori *Electronic Shop Online*.

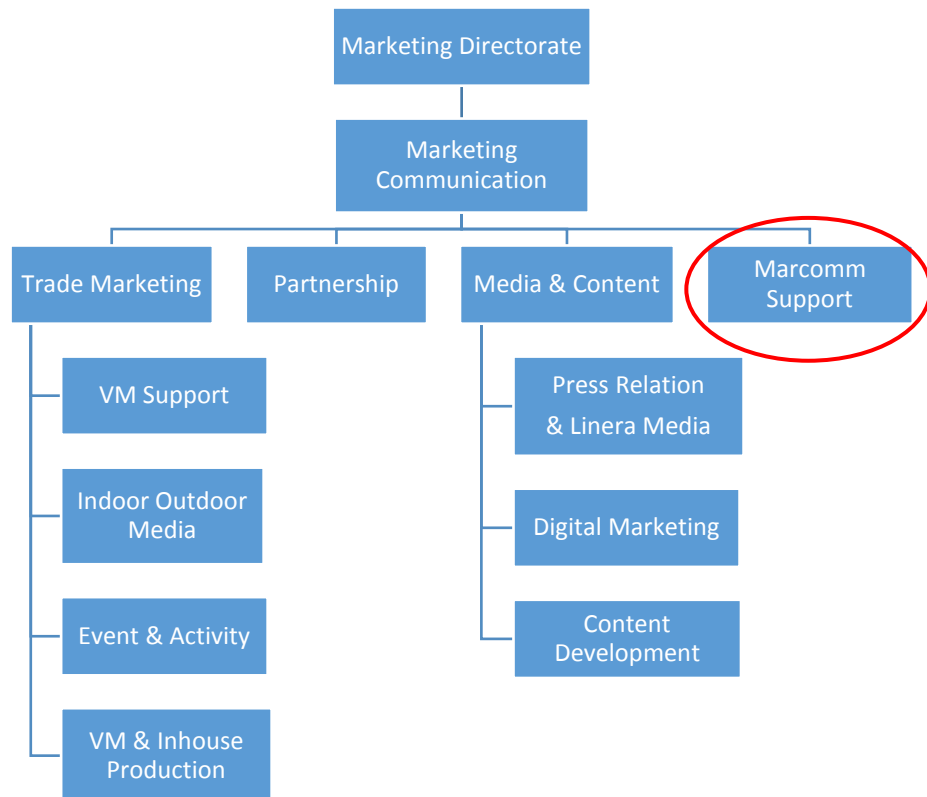
d. Tahun 2016

- 1) Indonesia *Original Brand (IOB) 2016* untuk kategori Ritel Elektronik.
- 2) *Top 100 Most Valuable Indonesian Brands 2016* dengan menempati urutan ke-80.
- 3) Indonesia *Digital Popular Brand Award (IDPBA) 2016* untuk dua kategori yaitu *Electronic City* sebagai Supermarket Elektronik dan www.electronic-city.com sebagai *Online Shop* Elektronik.
- 4) *Digital Marketing Award 2016 (DM Award 2016)*.

e. Tahun 2017

- 1) Indonesia *WOW Brand 2017* untuk kategori produk *Property & Retail* dan sub-kategori *Electronic Store*.
- 2) *Corporate Image Award* dengan kategori *Electronics Supermarket*.
- 3) Penghargaan Indonesia *Original Brand 2017*.
- 4) *Digital Marketing Award 2017 (DM Award 2017)*.
- 5) *Social Media Award 2017*.

B. Struktur Organisasi



Gambar II.3

Struktur Organisasi

Sumber: Data Internal Perusahaan

Struktur organisasi PT. Electronic City berbentuk gabungan divisional dan fungsional dimana kebijakan dan wewenang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Pimpinan setiap departemen dapat memberikan perintah kepada semua *staff* dan anggota yang ada sesuai dengan bidang kerjanya.

Pada saat praktik kerja lapangan praktikan ditempatkan sebagai *Marketing Communication Support/Marcomm Support*. Adapun tugas, tanggung jawab, dan wewenang dari masing-masing jabatan pada PT Electronic City yang

berkaitan dengan saluran distribusi dalam layanan penjualan adalah sebagai berikut :

1. Direktur *Marketing*

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Mengawasi dan mengendalikan seluruh kinerja pemasaran, penjualan dan promosi agar kegiatan umum perusahaan tetap berjalan dengan baik.
- b. Menciptakan, memelihara dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.
- c. Merencanakan dan membuat kebijakan-kebijakan strategi pemasaran dengan melihat kondisi pasar dan sumber daya perusahaan.
- d. Mengesahkan segala bentuk surat menyurat yang akan dikirim ke konsumen, seperti surat dukungan, surat perjanjian kerja sama, dan surat penawaran.
- e. Merumuskan target penjualan dan standar harga jual dengan Direksi *Finance* dan Operasional serta jajaran lainnya.

2. *Marketing Communication*

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Menganalisis perilaku konsumen, termasuk kebutuhan dan kesukaannya.
- b. Mengkomunikasikan atau mempromosikan produk perusahaan.
- c. Membentuk pangsa pasar yang *loyal*.
- d. Membentuk opini publik.
- e. Menunjang program atau rencana perusahaan.

- f. Mempertahankan tingkat permintaan.
- g. Membuat *marketing plan*.
- h. Membuat strategi untuk meningkatkan penjualan, mengangkat produk yang dipasarkan, serta *branding*.
- i. Memonitoring *digital traffic*.
- j. Membuat program atau acara yang kreatif.

3. *Trade Marketing*.

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Memfasilitasi penjualan dan pengembang bisnis dengan merancang dan melaksanakan berbagai BTL kampanye dan inisiatif baik promosi beli 2 gratis satu atau program *redemption*. Dalam hal ini *trade marketer* sebagai fasilitator.
- b. Menganalisis dengan menginterpretasi data penjualan dan *market* secara berkala dan berusaha mengetahui sebab akibatnya, seperti seberapa besar celah di pasar dan mencari peluang yang bisa meningkatkan *sales*, sehingga mengakibatkan ujungnya kearah keuntungan.
- c. Berperan sebagai manajer proyek dan mendesain program yang dasarnya berorientasi ke *trade* dan *sales*, dan bertanggung jawab terhadap perancangan dan penyampain kegiatan BTL untuk kampanye pemasaran seperti *POSM (Point of Sales Materials)*, *theatrics*, *in-store* promosi dan sebagainya.

4. *Partnership*. Tugas utamanya adalah mencari *sponsorship*, menjalin link dan komunikasi dengan *media partner*, *banking partner* dan juga *financing partner*.

5. *Media & Content*. Tugas utamanya adalah membuat *design* semua iklan untuk promosi Electronic City, seperti katalog, *billboard*, spanduk, *roll up banner*.

6. *Marketing Communication Support*.

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Mendukung kegiatan operasional *Marcomm* dengan melakukan proses sirkulasi dan *monitoring document Purchase Order (PO)*, *Advance*, *Purchase Request*, *Purchase Requisition (SAP)*, *Internal Memo Regular* dan *Project* secara *soft* dan *hard copy*.
- b. Mendukung kegiatan *event Marcomm* Electronic City.
- c. Membuat *Purchase Requisition (SAP)*
- d. Berhubungan dengan *store* dan pemenang untuk koordinasi mekanisme pengambilan hadiah atas undian.
- e. Mendukung kegiatan operasional *Marcomm* dengan melakukan proses sirkulasi dan *monitoring document Sales Order*, *Agreement Overview*, Perjanjian Kerja Sama, Surat untuk *Internal* dan *Eksternal*, *Petty Cash*, *Voucher*, *Advance* dan Laporan Pertanggung Jawaban.

7. *Visual Merchandiser Support*

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertanggung jawab untuk menciptakan tampilan *visual* yang menarik di *store*.
- b. Membuat toko terlihat seperti yang diharapkan dengan menggunakan kreativitas mereka untuk meningkatkan daya tarik estetika tampilan *display & counter* di dalam toko.
- c. Meningkatkan penjualan dan perhatian pembeli dengan memanfaatkan kecenderungan pembeli dengan menampilkan '*window-shop*' yang menarik.
- d. Mempromosikan peluncuran produk baru sesuai dengan tema atau musim yang berlangsung, seperti Lebaran, Natal, atau *Chinese New Year*.
- e. Membuat sketsa dari tampilan *visual* berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dan disetujui oleh manajemen.
- f. Menyelesaikan desain dan menciptakan rencana *display* secara rinci, dari proses desain, alat peraga, bahan dan aksesoris yang diperlukan agar tercipta tampilan desain yang maksimal.
- g. Bertanggung jawab untuk aktif menyiapkan *display* serta turut mengawasi *staff* yang bertugas mengubah desain *display* sesuai ketentuan.
- h. Memastikan keseragaman *display* di toko.

- i. Bekerjasama dengan bagian terkait lainnya, seperti bagian pemasaran dan *merchandiser* untuk memastikan setiap toko memiliki dampak *visual* yang tepat.

8. Indoor Outdoor Media

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Mendukung seluruh kebutuhan toko terhadap media promosi baik *indoor* maupun *outdoor*.
- b. Melakukan pemeriksaan terhadap media promosi yang sudah diimplementasikan.
- c. Memastikan media promosi sesuai dengan kebutuhan toko/lapangan secara efektif dan efisien.
- d. Membina hubungan dengan para *vendor* atau kontraktor guna memastikan setiap media promosi yang diproduksi memiliki kualitas yang baik.
- e. Menyiapkan laporan dan dokumentasi media promosi yang akan atau sudah digunakan untuk menunjang promosi toko.
- f. Melakukan *survey* media promosi ke lapangan/toko terkait kebutuhan dan informasi terkini.

9. Event & Activity

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Membuat anggaran untuk *event* seperti pameran
- b. Mengkoordinasikan tempat/lahan yang akan disewa selama *event* berlangsung dengan pihak yang mengadakan *event*.

10. In-house Production

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Membuat atribu-atribut untuk dekorasi *display*
- b. Berkoordinasi dengan *Visual Merchandiser Support* untuk membuat *display* semenarik mungkin agar menarik pengunjung.

11. Press relation

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Melakukan hubungan baik dengan media-media, baik cetak maupun elektronik dengan melakukan/mengadakan media *visit* (kunjungan) ke media-media terpilih.
- b. Melakukan kerjasama dengan media dalam hal *prescom* atau barter dalam beberapa hal seperti ketika *EC GO* (*grand Opening*/ pembukaan toko baru)

12. Digital marketing. Tugas utamanya adalah Bertanggung jawab dengan semua sosial media EC (FB,IG, Twitter) dalam hal ini membuat dan memasukkan content-content yg berhubungan dengan penjualan seperti promo, kuis dll.

13. Content Development, tugas utamanya adalah membuat *design* dan materi promo.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Electronic City Indonesia merupakan perusahaan ritel yang menawarkan berbagai produk elektronik.

Adapun bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada PT Electronic City Indonesia Tbk adalah sebagai berikut:

1. *Product*

PT. Electronic City Indonesia Tbk merupakan toko ritel yang menjual berbagai jenis produk elektronik, seperti peralatan rumah tangga, perangkat seluler, gadget, kamera, serta peralatan kantor. Produk yang dijual oleh PT. Electronic City Indonesia merupakan produk yang diperoleh dari *supplier*, yang merupakan kerjasama antara PT. Electronic City Indonesia Tbk dengan beberapa *brand*, seperti Samsung, Panasonic, Toshiba, Sony, Sharp, Polytron, Philips, LG, Starks, Canon, *Electrolox*, Nikon, Sandisk, Modena, Denpoo, Fujifilm, Miyako, V-Gen, ASUS, dan Sanken.

PT. Electronic City Indonesia juga memberikan beberapa layanan tambahan untuk konsumen, seperti perawatan secara berkala, perbaikan elektronik, dan juga asuransi.

2. *Price*

Harga yang ditawarkan PT Electronic City Indonesia untuk setiap produk elektronik berbeda, tergantung kepada kategori produk dan harga yang diberikan oleh *supplier/brand* yang bekerja sama dengan PT Electronic City Indonesia. Berikut pada tabel II.1 adalah kisaran harga produk berdasarkan kategorinya.

Tabel II.1
Daftar Kisaran Harga Produk pada Electronic City

Kategori Produk	Harga
TV	Rp 1,449,000 ~ Rp 26,999,999
Audio & Video	Rp 85,000,000 ~ Rp 18,000,000
Elektronik Rumah Tangga	Rp 225,000 ~ Rp 53,399,000
Kamera	Rp 29,000 ~ Rp 18,399,000
Laptop & Komponen PC	Rp 69,000 ~ Rp 26,279,000
Handphone & Tablet	Rp 39,000 ~ Rp 12,999,000
Peralatan Rumah Tangga	Rp 109,000 ~ Rp 28,759,000
Peralatan Kantor	Rp 1,679,000 ~ Rp 15,399,000
Drone & Mainan Elektronik	Rp 125,000 ~ 1,349,000

Sumber: Diolah oleh Praktikan

3. *Place*

Dalam mendistribusikan produknya, PT Electronic City Indonesia Tbk. memiliki toko sebanyak 53 cabang yang terdiri dari 45 toko Electronic City Store dan 8 toko Electronic City Outlet. 4 cabang toko merupakan *standalone store*, 16 cabang toko merupakan *shophouse*, dan 33 cabang toko berada di *shopping mall*. Selain itu, PT Electronic City Indonesia Tbk juga memiliki *warehouse* sebagai gudang penyimpanan produk berjumlah 9 gudang yang tersebar di Jakarta, Medan, Pontianak, Bandung, Solo, dan Denpasar.

PT. Electronic City Indonesia Tbk memiliki *head office* yang terletak di Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53 Lot 22 Sudirman *Central Business District*

(SCBD) Jakarta. *Head office* tersebut juga terdapat toko sebagai tempat penjualan produknya.

4. *Promotion*

Berikut adalah bauran promosi (*Promotion Mix*) yang dilakukan PT. Electronic City Indonesia yaitu:

a. *Advertising*

Salah satu cara PT. Electronic City Indonesia Tbk mempromosikan produknya dengan membuat iklan menggunakan media-media promosi seperti *videotron*, *billboard*, *wallboard*, spanduk, *flyer* dan katalog. Gambar II.5 merupakan contoh katalog harga promo Electronic City.

Gambar II.4

Katalog Harga Promo Electronic city

Sumber: <https://electronic-city.com/catalog>

b. Publisitas – *Public Relation*

Publisitas adalah cara mempromosikan suatu perusahaan dimana perusahaan tersebut akan bekerja sama dengan media seperti media cetak maupun elektronik untuk melakukan publikasi terhadap sebuah strategi pemasaran. Salah satu publisitas yang diterima oleh PT Electronic City Indonesia Tbk dapat dilihat pada gambar II.6 dimana PT Electronic City Tbk membuat suatu *event* yaitu mendirikan studio memasak dan membuka kelas memasak di Electronic City SCBD Bintaro, sehingga hal tersebut dapat membangun citra yang baik bagi perusahaan.



Gambar II.5

Contoh Publisitas yang Diterima Electronic City

Sumber: <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/105813-cook-and-bake-city-wadah-pencinta-masak-untuk-mengasah-bakat-di-dapur>

c. *Personal Selling*

Personal selling adalah suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya. PT Electronic City Indonesia melakukan komunikasi dengan konsumen secara langsung melewati sales, sales harus mempunyai kemampuan untuk memberikan informasi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan konsumen mengenai suatu produk dengan baik dan harus bisa meyakinkan konsumennya untuk membeli produk tersebut.

d. *Sales Promotion*

Sales Promotion yang dilakukan oleh PT Electronic City Indonesia adalah memberikan voucher potongan harga kepada konsumen dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, memberikan promosi mingguan yang berbeda tiap minggunya, setiap promo ini dapat dilihat di katalog ataupun flyer, serta mengikuti berbagai *event* atau menjadi sponsor suatu *event* seperti pameran elektronik dan ikut andil mendukung *Asian Games* 2018.

e. *Direct Marketing*

Direct marketing dilakukan untuk berkomunikasi dan melakukan pemasaran secara langsung dengan konsumen melalui media elektronik. PT Electronic City Indonesia melakukan *direct marketing* seperti memberikan pemberitahuan akan promosi kepada konsumen yang loyal melalui telepon, *e-mail*, atau surat.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Selama 40 hari melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Electronic City, praktikan ditempatkan pada Divisi *Marketing Communication Support*. Praktikan mempunyai tugas pada divisi tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Memproses suatu pembayaran
2. Membuat laporan *OPEX*
3. Proses pembuatan kerjasama

B. Pelaksanaan Kerja

1. Memproses suatu pembayaran

- a. Merekap data untuk *Home Credit* dan *Spektra* dengan mencari berkas *Invoice*.**

PT Electronic City Indonesia Tbk menjalin kerja sama dengan perusahaan pemberi kredit, jadi pelanggan yang ingin membeli barang elektronik di Electronic City dapat membelinya secara kredit dengan menggunakan jasa dari *Home Credit* atau *spektra*. Dalam hal ini tugas *Marcomm Support* adalah merekap data *invoice* untuk *Home Credit* dan *Spektra* dan memastikan bahwa *invoice* dari pelanggan yang membeli menggunakan jasa dari dua perusahaan tersebut ada, karena *invoice* dan data dari *invoice* tersebut diperlukan untuk dilaporkan ke *Home Credit* atau *Spektra* untuk dibayarkan kepada Electronic city.

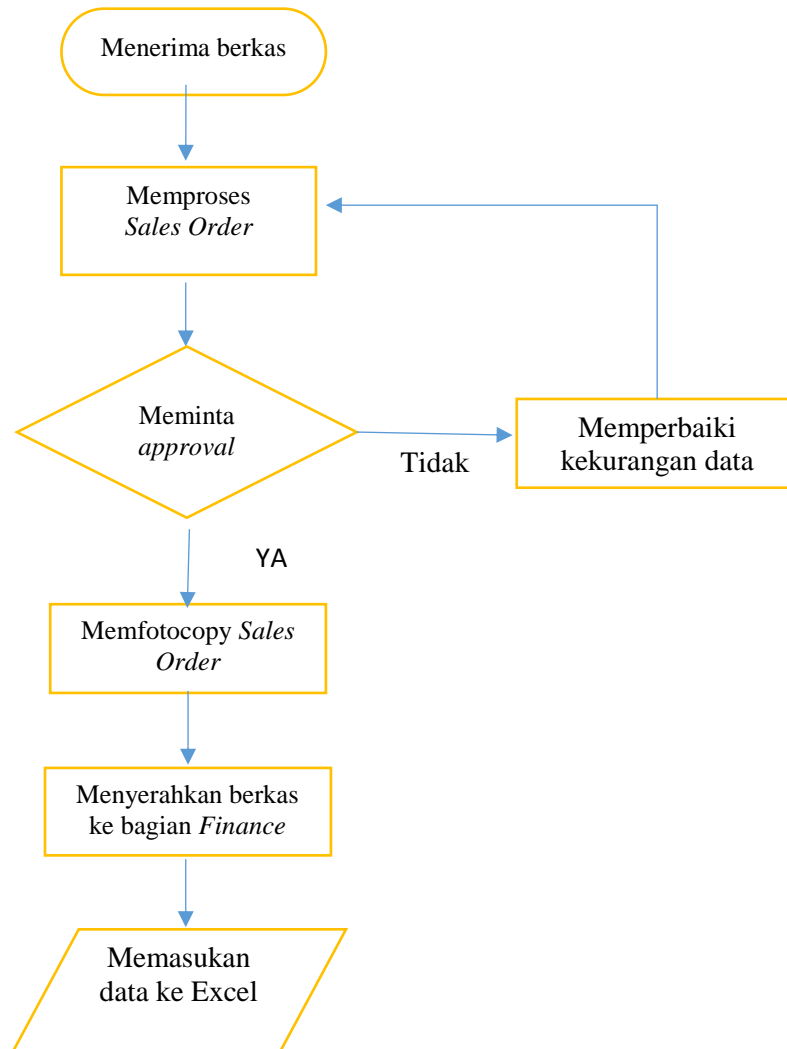
Dalam kegiatan ini praktikan hanya membantu mentor untuk mencari *invoice* yang diperlukan setiap satu bulan sekali. Jika *invoice* yang dibutuhkan tidak ditemukan maka pihak *Home Credit* tidak akan membayarkan kewajibannya yang dimana itu bisa merugikan pihak yang mengeluarkan *invoice* tersebut.

b. Memproses *Sales Order*

Dalam melaksanakan sebuah acara Electronic City biasanya didukung oleh *brand*, dan juga bank. Pembuatan *Sales Order* bertujuan untuk permintaan pembuatan *invoice* kepada *finance* agar membuat tagihan atas pembayaran oleh *brand/vendor* dalam *support* suatu *event*. Dalam pembuatan *Sales Order* menggunakan *software database* milik Electronic City yang disebut SAP. Kegiatan yang dilakukan praktikan saat membuat *Sales Order* yaitu:

- 1) Menerima surat konfirmasi pameran yang sudah disetujui oleh *brand participant*.
- 2) Memproses *Sales Order* dengan SAP, data yang dibutuhkan adalah kode bank/vendor, jenis pembayarannya, periode, informasi tentang pajak.
- 3) Proses *approval* dari *internal marcomm*.
- 4) Lalu mengirim berkas ke Divisi *Finance*.
- 5) Memasukan data *Sales Order* ke dalam Excel.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam memproses *Sales Order*:



Gambar III.1

Diagram Alir Memproses *Sales Order*

Sumber: Data diolah oleh praktikan

c. Memproses *Purchase Requisition*

Pada Divisi *Marcomm Support* memiliki beberapa jenis sistem pembayaran salah satunya adalah *PO (Purchase Order)* yang dimana *PO* ini dibutuhkan oleh *vendor* untuk pengadaan barang, *PO*

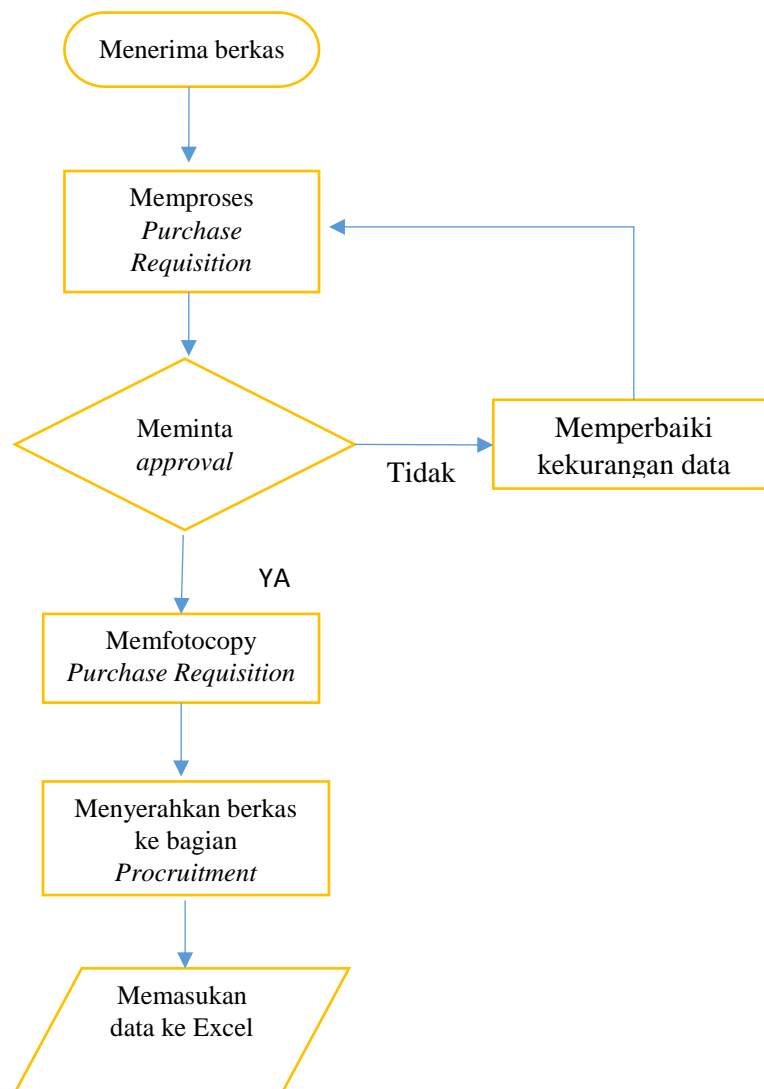
akan diterbitkan oleh bagian *Procruitment* jika *Marcomm Support* sudah memproses *Purchase Requisition*.

Untuk membuat *Purchase Requisition* menggunakan *software database* milik *Electronic City* yang disebut *SAP*. Dalam mengakses *SAP* ini tidak dapat dilakukan sembarangan, harus *login* menggunakan akun khusus.

Adapun kegiatan yang dilakukan praktikan untuk memproses *Purchase Requisition* adalah:

- 1) Menerima berkas permintaan pembayaran dari divisi lain dalam *Marketing Communication*, yang berisi *detail* barang yang ingin diadakan, toko yang dituju dan perbandingan harga.
- 2) Memproses *Purchase Requisition* dengan sistem (*SAP*). Adapun data yang dimasukkan dalam pembuatan *Purchase Requisition* adalah *detail* barang, *quantity*, nama toko, *budget code*, tanggal, harga dan kode barang.
- 3) Meminta tanda tangan atau *approval* dari *requestor*, dan untuk tanda tangan *Direktur Marketing* diminta oleh mentor.
- 4) Memfotocopy *Purchase Requisition* sebagai berkas bukti untuk divisi *Marcomm Support* bahwa mereka sudah membuat *Purchase Requisition* untuk *request* tersebut.
- 5) Mensirkulasikan/menyerahkan *Purchase Requisition* kepada bagian *Procruitment* untuk dibuatkan *Purchase Order*.
- 6) Memasukan data *Purchase Requisition* ke dalam *Excel*.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam memproses *Purchase Requisition*:



Gambar III.2

Diagram Alir Memproses *Purchase Requisition*

Sumber: Data diolah dari praktikan

d. Memproses *Payment Request*

Masih dalam lingkup untuk kegiatan promosi, dan pengadaan barang. Jenis Sistem Pembayaran lainnya adalah *Payment Request*.

Sistem pembayaran ini bisa diproses jika *vendor* telah melakukan aktivitasnya terlebih dahulu. Lalu *vendor* tersebut harus memberi beberapa berkas seperti:

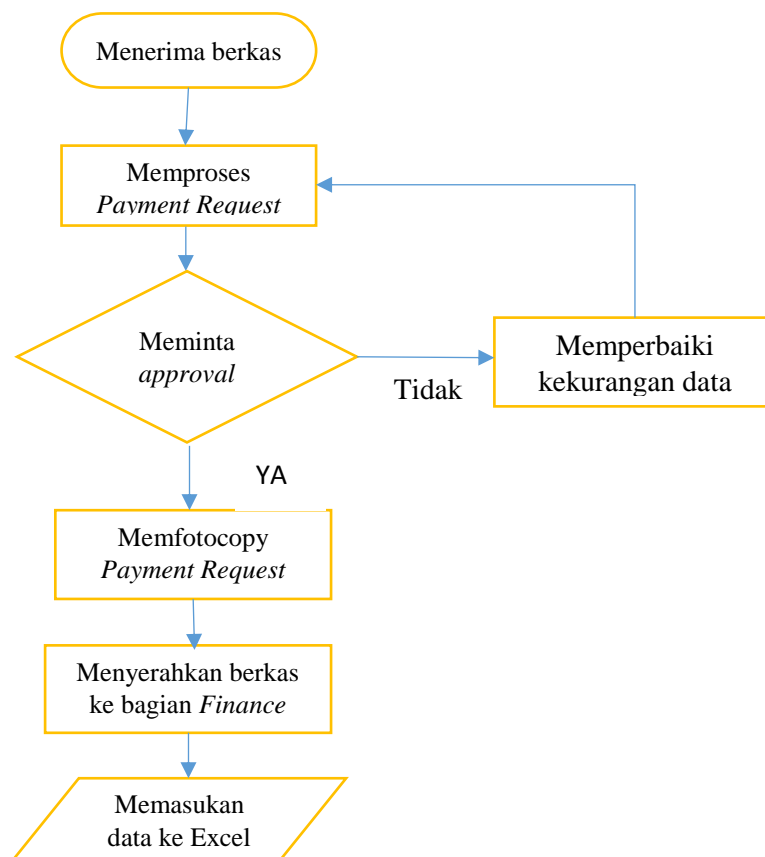
- 1) *Invoice* Asli
- 2) Faktur Pajak
- 3) Surat Jalan
- 4) NPWP
- 5) TDP (Tanda Daftar Perusahaan)

Setelah *vendor* melakukan aktivitas dan melengkapi berkasnya lalu Divisi *Marcomm Support* akan memproses *Payment Request*. Yang pembayarannya akan dilakukan oleh *Finance* 14 hari kerja setelah *Invoice* diterima. Adapun kegiatan yang dilakukan praktikan saat memproses *Payment Request* adalah:

- a) Menerima kelengkapan berkas dan bukti foto pengerjaan dari divisi yang bertanggung jawab pada kegiatan tersebut.
- b) Memproses *Payment Request* dengan memasukkan tanggal, data tentang detail aktivitas yang dilaksanakan, kode *budget* dan biaya yang dikeluarkan pada *form Payment Request*.
- c) Meminta tanda tangan atau *approval* dari *requestor*/divisi yang bertanggung jawab, dan tanda tangan Direktur *Marketing* diminta oleh mentor.

- d) Memfotocopy *Payment Request* sebagai berkas bukti untuk Divisi *Marcomm Support* bahwa mereka sudah membuat *Payment Request* tersebut.
- e) Menyerahkan *Payment Request* beserta kelengkapan berkasnya ke Divisi *Finance*.
- f) Memasukan data *Payment Request* ke dalam Excel.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam memproses *Payment Request*:



Gambar III.3

Diagram Alir Memproses *Payment Request*

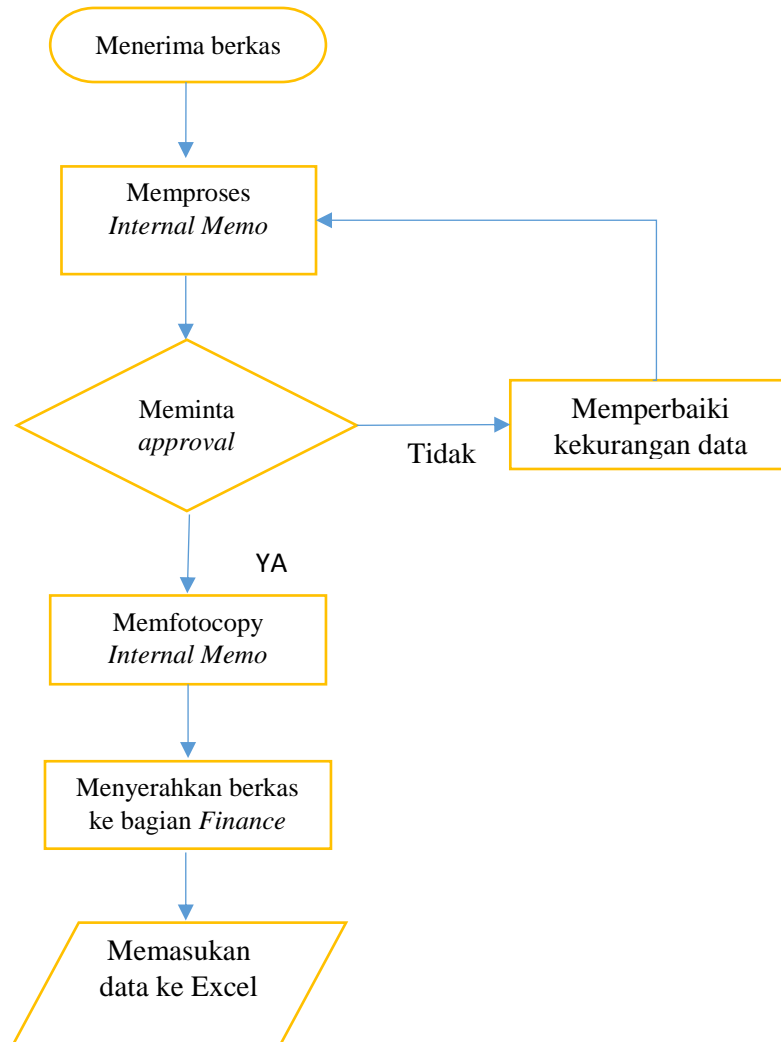
Sumber: Data diolah oleh praktikan

e. Memproses *Internal Memo*

Dalam setiap acara yang diadakan oleh Electronic City selalu menyediakan *voucher* belanja, untuk pengadaan *voucher* belanja ini *Marcomm Support* harus memproses *Internal Memo* dan mengirimkannya ke bagian *Finance* untuk dibuatkan *voucher* sesuai dengan nominal yang diperlukan. Kegiatan yang dilakukan untuk memproses *Internal Memo* yaitu:

- 1) Menerima rincian dari divisi yang sedang melaksanakan acara. Berapa *voucher* yang diinginkan, dan dengan nominal berapa.
- 2) Setelah itu baru dibuatkan *Internal Memo* dengan data yang dimasukkan adalah nama *event*, periode *event*, jumlah *voucher*, nominal *voucher* dan juga kode *budget*.
- 3) Meminta tanda tangan atau *approval* dari Direktur *Marketing* yang dilakukan oleh mentor.
- 4) Memfotocopy *Internal Memo* sebagai berkas bukti untuk divisi *Marcomm Support* bahwa mereka sudah membuatkan *Internal Memo* tersebut.
- 5) Menyerahkan berkas *Internal Memo* beserta berkas pendukung lainnya ke Divisi *Finance*.
- 6) Mengambil *voucher* jika sudah selesai dibuat
- 7) Memasukan data *Internal Memo* ke dalam Excel.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam memproses *Internal Memo*:



Gambar III.4

Diagram Alir Memproses *Internal Memo*

Sumber: Data diolah oleh praktikan

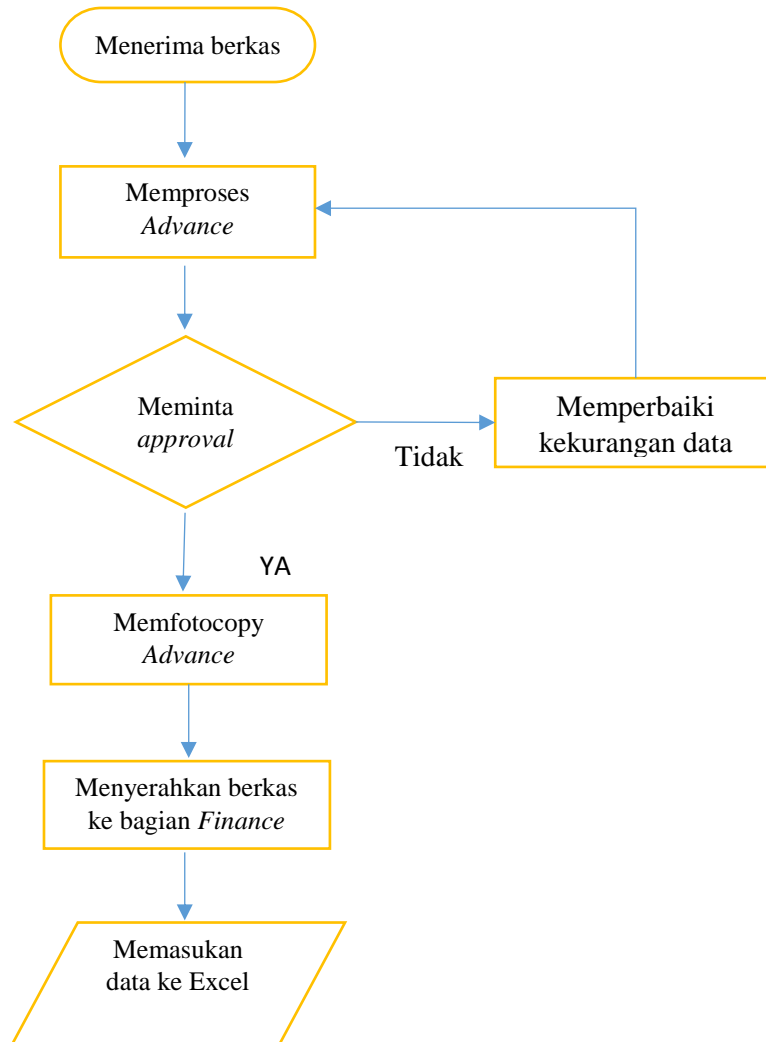
f. Memproses *Advance*

Advance adalah sistem pembayaran untuk mendanai suatu kegiatan penjualan perusahaan atau promosi seperti pameran, yang memerlukan uang *cash* diawal dan setelah kegiatan tersebut selesai harus membuat Lembar Pertanggung Jawaban (LPJ).

Kegiatan yang dilakukan praktikan untuk memproses *advance* tidak jauh berbeda dengan sistem pembayaran yang lain yaitu:

- 1) Menerima kelengkapan berkas seperti detail pameran/acara dari divisi yang bertanggung jawab pada kegiatan tersebut.
- 2) Memproses *Advance* dengan memasukan tanggal, data tentang detail aktivitas yang dilaksanakan, kode *budget* dan biaya yang dikeluarkan pada *form Advance*.
- 3) Meminta tanda tangan atau *approval* dari *requestor*/divisi yang bertanggung jawab, dan tanda tangan Direktur *Marketing* diminta oleh mentor.
- 4) Memfotocopy *Advance* sebagai berkas bukti untuk divisi *Marcomm Support* bahwa mereka sudah membuatkan *Advance* tersebut.
- 5) Menyerahkan *Advance* beserta kelengkapan berkasnya ke Divisi *Finance*.
- 6) Memasukan data *Advance* ke dalam Excel.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam memproses *Advance*:



Gambar III.5

Diagram Alir Memproses *Advance*

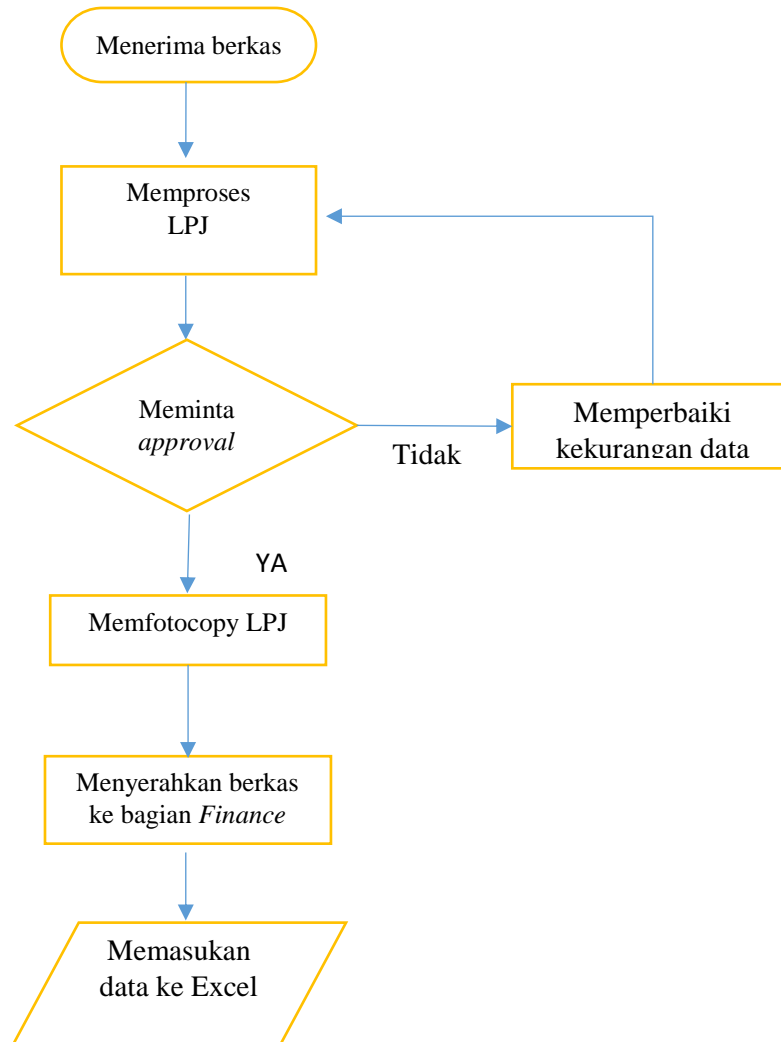
Sumber: Data diolah praktikan

g. Memproses LPJ

Kegiatan memproses LPJ ini berkaitan dengan pendanaan dengan sistem pembayaran *Advance* karena sistem pembayaran ini memerlukan lembar pertanggung jawaban (LPJ) setelah kegiatan yang dilaksanakan selesai, pembuatan LPJ dimaksudkan untuk mengetahui rincian pengeluaran untuk kegiatan tersebut, apakah uang yang diberikan oleh *Finance* kurang atau lebih. Kegiatan yang dilakukan oleh praktikan untuk memproses LPJ yaitu:

- 1) Menerima rincian serta detail pengeluaran untuk kegiatan yang dilaksanakan bererta bukti pembayaran atau kwitansi.
- 2) Memproses LPJ beserta rincian pajak yang dikenakan jika kita menggunakan jasa seseorang ataupun jasa perusahaan lain, dan dalam LPJ tersebut terdapat informasi apakah uang yang diberikan kurang atau lebih.
- 3) Meminta tanda tangan atau *approval* dari Direktur *Marketing* yang dilakukan oleh mentor.
- 4) Memfotocopy LPJ sebagai berkas bukti untuk divisi *Marcomm Support* bahwa mereka sudah membuatkan LPJ tersebut.
- 5) Menyerahkan berkas LPJ ke Divisi *Finance* beserta uang jika uang yang diberikan saat awal lebih.
- 6) Memasukan data LPJ ke dalam Excel.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam membuat LPJ:



Gambar III.6

Diagram Alir Memproses Lembar Pertanggung Jawaban (LPJ)

Sumber: Data diolah oleh praktikan

2. Membuat Laporan OPEX

OPEX (Operating Expenditure) adalah pembiayaan yang sifatnya reguler dan akan terus menerus dilakukan untuk aktifitasnya. Praktikan setiap 1 minggu sekali melakukan perekapan *OPEX* untuk mengetahui

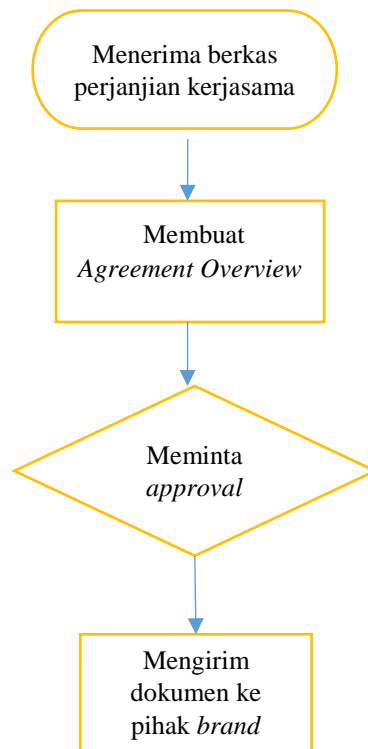
setiap minggunya berapa pengeluaran yang dikeluarkan untuk aktifitas reguler ini, praktikan merekap sesuai dengan kode *budget* dari masing-masing kegiatan. Praktikan merekap pengeluaran dari beberapa sistem pembayaran yang ada yaitu *Payment Request*, *Advance*, dan *Internal Memo*.

3. Proses pembuatan kerjasama

Membuat *Agreement Overview*

Dalam suatu kegiatan pastinya perusahaan akan menjalin kerja sama dengan perusahaan lainnya. Sebelum menjalin kerjasama dengan perusahaan lain tentunya kedua perusahaan harus membuat sebuah perjanjian, menetapkan syarat-syarat untuk kerja sama tersebut yang nantinya harus disepakati oleh kedua pihak agar kerja sama mereka bisa berjalan dengan lancar. Salah satu tugas Divisi *Marcomm Support* adalah membuat *Agreement Overview* untuk berkas perjanjian kerja sama yang sudah diperiksa oleh Divisi *Legal* dan disetujui oleh kedua belah pihak yaitu pihak *Electronic City* dan Pihak dari *brand* tersebut. Setelah *Agreement Overview* itu dibuat dan mendapatkan *approval* dari *internal marcomm* dan *finance* lalu berkas tersebut dikirim untuk dilakukan proses *approval* oleh pihak *brand*, setelah kedua pihak sudah menyetujui perjanjian kerja samanya baru kerja sama itu akan terlaksana. Dan berkas asli yang bermaterai akan menjadi bukti untuk masing-masing perusahaan.

Berikut adalah Bagan Alir praktikan dalam membuat *Agreement Overview*:



Gambar III.7

Diagram Alir Membuat *Agreement Overview*

Sumber: Data diolah oleh praktikan

C. Kendala Yang Dihadapi

Kendala yang dihadapkan oleh praktikan adalah praktikan tidak memiliki komputer sendiri untuk mengerjakan pekerjaan yang diminta, ini terjadi karena adanya perpindahan tempat pada minggu terakhir di bulan pertama praktikan PKL. Karena praktikan tidak mendapatkan komputer sendiri praktikan terhambat dalam mengerjakan tugas yang diberikan.

D. Cara Mengatasi Kendala

Dari kendala yang telah disebutkan di atas, cara praktikan mengatasinya adalah membawa laptop pribadi agar tidak menghambat dalam pengerjaan suatu tugas. Untuk dapat menyelesaikan tugas yang diberikan selain membawa laptop pribadi praktikan juga harus didukung dengan pemasangan aplikasi yang dibutuhkan untuk tugas tersebut.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah dua bulan praktikan menjalani praktik kerja lapangan di PT Electronic City Indonesia Tbk, ada beberapa kesimpulan yang dapat praktikan sampaikan. Beberapa kesimpulannya adalah:

1. Praktikan mengetahui cara memproses suatu pembayaran dalam Divisi *Marcomm Support* seperti memproses *Purchase Requisition, Payment Request, Internal Memo, dan Advance*. Dimana proses pembayaran ini dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam hal promosi maupun peralatan kantor. Juga mengetahui bagaimana memproses suatu *Sales Order* agar perusahaan menerima uang dari suatu bank atau perusahaan lain yang menjadi *sponsor event* yang dilaksanakan oleh PT Electronic City Indonesia Tbk.
2. Praktikan memahami dan mengerti cara membuat suatu laporan *OPEX*. Dimana Divisi *Marcomm Support* setiap minggunya akan membuat laporan pengeluaran yang disebut *OPEX* atau *Operating Expenditure*. Pembuatan laporan ini berdasarkan pengeluaran-pengeluaran dari *Purchase Requisition, Payment Request, Advance, dan Internal Memo*.
3. Praktikan mengetahui proses pembuatan kerjasama yang dilakukan oleh Divisi *Marcomm* dengan suatu bank atau perusahaan lain. Dimana sebelum suatu perjanjian ditandatangani, berkas yang dikirimkan dari *partner* harus diperiksa terlebih dahulu oleh Divisi Legal baru berkas tersebut akan

dibuatkan *Agreement Overviewnya* oleh Divisi *Marcomm Support* yang nantinya akan diberikan kepada Direktur *Marketing*.

4. Praktikan dapat mengimplementasikan teori yang sudah didapatkan dalam perkuliahan ke dalam praktik kerja lapangan. Seperti mata kuliah aplikasi komputer yang mengajarkan praktikan untuk menggunakan rumus dalam penggunaan excel, dimana pengetahuan ini berguna untuk praktikan pada saat merekap data pengeluaran mingguan.

B. Saran

Beberapa saran yang ingin praktikan sampaikan adalah:

1. Untuk perusahaan PT Electronic City Indonesia Tbk.

PT Electronic City Indonesia Tbk seharusnya mengizinkan praktikan untuk *download* aplikasi pada laptop pribadi praktikan, agar praktikan bisa mengerjakan tugasnya pada laptop pribadinya dan tidak harus menunggu ada komputer yang tidak digunakan untuk mengerjakan tugasnya.

2. Untuk Universitas Negeri Jakarta

Universitas sebaiknya bisa membangun / melakukan kerja sama dengan sebuah perusahaan dimana perusahaan tersebut bisa menyediakan tempat untuk mahasiswa UNJ melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di perusahaannya. Hal ini dapat memberikan suatu kemudahan bagi mahasiswa dalam menemukan tempat PKL.

DAFTAR PUSTAKA

Chritiani, J. Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Barang Elektronik Antara Toko Khusus dan Hypermarket di Surabaya. Surabaya: Widya Mandala Catholic University, 2014.


Hajat, Nurahman, *et al.* Pedoman Praktik Kerja Lapangan. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2012.

MIJ. 10 Toko Elektronik Terbaik di Jakarta. 2017. <http://miner8.com/id/21248> (Diakses 16 September 2018).

PT Electronic City Indonesia. Sekilas Perusahaan. 2018. <https://www.corp.electronic-city.com/> (Diakses 27 September 2018).

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan PKL


Building Future Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 0566/UN39.12/KM/2018
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

12 April 2018


Yth. HRD PT. Electronic City Indonesia Tbk.
Jl. Jend. Sudirman kav.52-53
Sudirman Central Businss District (SCBD)
Jakarta Selatan 12190

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Anggraini Dwi Utari
Nomor Registrasi : 8223163885
Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 081224849452

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 1 Juli s.d. 31 Agustus 2018
Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat
ANORO Sasmojo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001



Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Manajemen Pemasaran (D3)

Lampiran 2: Surat Balasan dari Perusahaan



Nomor : 167/HRD-ECI/IV/2018
Lampiran : -
Perihal : Peretujuan Permohonan Kegiatan Praktek Kerja Industri

Kepada Yth:

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat

Universitas Negeri Jakarta

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat dari Universitas Negeri Jakarta perihal Permohonan Kegiatan Praktek Kerja Industri dengan nomor surat **0566/UN39.12/KM/2018**, maka dengan ini kami ingin memberitahukan bahwa kami menerima dan mengizinkan Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Industri di PT. Electronic City Indonesia, Tbk.

Berikut adalah nama Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta yang akan melakukan kegiatan praktek kerja industri di perusahaan kami:

Angraini Dwi Utari

Adapun periode pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Industri dimulai dari tanggal **01 Juli 2018** s.d **31 Agustus 2018**.

Demikian Surat Persetujuan ini kami sampaikan, terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.


Jakarta, 17 April 2018

Daniel Darwin
HR Sr. Manager

PT Electronic City Indonesia Tbk.


Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53 Lot 22, Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta Selatan 12190 - Indonesia
Tel: +62.21.515.1177 | Fax: +62.21.515.5919/20 | Web: www.electronic-city.com

Lampiran 3: Daftar Hadir PKL



Building Future Leaders



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.fk.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 ... SKS

Nama : Anggrani Dwi Utari
 No. Registrasi : 8223163885
 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik : PT. Electronic City Indonesia Tbk.
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Jend. Sudirman No. 52-53 SCBD
 Senayan Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 2 Juli 2018	1. <i>Amuf</i>	
2.	Selasa, 3 Juli 2018	2. <i>Amuf</i>	
3.	Rabu, 4 Juli 2018	3. <i>Amuf</i>	
4.	Kamis, 5 Juli 2018	4. <i>Amuf</i>	
5.	Jum'at, 6 Juli 2018	5. <i>Amuf</i>	
6.	Senin, 9 Juli 2018	6. <i>Amuf</i>	
7.	Selasa, 10 Juli 2018	7. <i>Amuf</i>	
8.	Rabu, 11 Juli 2018	8. <i>Amuf</i>	
9.	Kamis, 12 Juli 2018	9. <i>Amuf</i>	
10.	Jum'at, 13 Juli 2018	10. <i>Amuf</i>	
11.	Senin, 16 Juli 2018	11. <i>Amuf</i>	
12.	Selasa, 17 Juli 2018	12. <i>Amuf</i>	
13.	Rabu, 18 Juli 2018	13. <i>Amuf</i>	
14.	Kamis, 19 Juli 2018	14. <i>Amuf</i>	
15.	Jum'at, 20 Juli 2018	15. <i>Amuf</i>	

Jakarta, 30 Agustus 2018
 Penilai,


 (.....)
PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk

Catatan :
 Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fk.unj.ac.id



IPB (INSTITUT PERTANIAN BOGOR) CERTIFIED COMPANY

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Angraeni Dwi Utari
No. Registrasi : 8223162885
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. Electronic City Indonesia Tbk
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jend. Sudirman No. 52-53 SCBD
Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 23 Juli 2018	1. Angraeni	
2.	Selasa, 24 Juli 2018	2. Angraeni	
3.	Rabu, 25 Juli 2018	3. Angraeni	
4.	Kamis, 26 Juli 2018	4. Angraeni	
5.	Jum'at, 27 Juli 2018	5. Angraeni	
6.	Senin, 30 Juli 2018	6. Angraeni	
7.	Selasa, 31 Juli 2018	7. Angraeni	
8.	Rabu, 1 Agustus 2018	8. Angraeni	
9.	Kamis, 2 Agustus 2018	9. Angraeni	
10.	Jum'at, 3 Agustus 2018	10. Angraeni	
11.	Senin, 6 Agustus 2018	11. Angraeni	
12.	Selasa, 7 Agustus 2018	12. Angraeni	
13.	Rabu, 8 Agustus 2018	13. Angraeni	
14.	Kamis, 9 Agustus 2018	14. Angraeni	
15.	Jum'at, 10 Agustus 2018	15. Angraeni	

Jakarta, 30 Agustus 2018
Penilai,

PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk

Catatan :
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 471227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Anggrani Dwi Utari
No. Registrasi : 8223163885
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. Electronic City Indonesia Tbk.
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53 SCBD
Sunterbebe Selatan


NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 13 Agustus 2018	1. <i>Amuf</i>	
2.	Selasa, 14 Agustus 2018	2. <i>Amuf</i>	
3.	Rabu, 15 Agustus 2018	3. <i>Amuf</i>	
4.	Kamis, 16 Agustus 2018	4. <i>Amuf</i>	
5.	Jum'at, 17 Agustus 2018	5. <i>Amuf</i>	
6.	Senin, 20 Agustus 2018	6. <i>Amuf</i>	
7.	Selasa, 21 Agustus 2018	7. <i>Amuf</i>	
8.	Rabu, 22 Agustus 2018	8. <i>Amuf</i>	
9.	Kamis, 23 Agustus 2018	9. <i>Amuf</i>	
10.	Jum'at, 24 Agustus 2018	10. <i>Amuf</i>	
11.	Senin, 27 Agustus 2018	11. <i>Amuf</i>	
12.	Selasa, 28 Agustus 2018	12. <i>Amuf</i>	
13.	Rabu, 29 Agustus 2018	13. <i>Amuf</i>	
14.	Kamis, 30 Agustus 2018	14. <i>Amuf</i>	
15.	Jum'at 31 Agustus 2018	15. <i>Amuf</i>	

Jakarta, 30 Agustus 2018
Penilai,

PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk


Catatan :
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 4: Penilaian PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Sawangan Raya, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.fk.unj.ac.id



PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA



PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA
 Jl. Raya Sukaatmaja No. 5A - 5B, SCBD
 10260 Jakarta Selatan

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
... SKS

Nama : Anwarani Dwi Utami
 No Registrasi : B220162885
 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik : PT. Electronic City Indonesia
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Sukaatmaja No. 5A - 5B, SCBD
 10260 Jakarta Selatan

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN				
		46-100					
1	Kehadiran	98	1. Keterangan Penilaian :				
2	Kedisiplinan	98	Skor Nilai Bobot				
3	Sikap dan Kepribudihan	98	86-100 A 4				
4	Kemampuan Dasar	98	81-85 A- 3,7				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	98	76-80 B+ 3,3				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	95	71-75 B 3,0				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	97	66-70 B- 2,7				
8	Aktivitas dan Kreativitas	98	61-65 C+ 2,3				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95	56-60 C 2,0				
10	Hasil Pekerjaan	98	51-55 C- 1,7				
			46-50 D 1				
			2. Alokasi Waktu Praktik :				
			2 sks : 80-160 jam kerja efektif				
			(2 Minggu s.d 1 bulan)				
			Nilai Rata-rata :				
			$\frac{973}{10 \text{ (sepuluh)}} = 97,3$				
			Nilai Akhir :				
			<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 50%;">97</td> <td style="text-align: center; width: 50%;">Sembilan puluh tujuh</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center; font-size: small;">huruf</td> </tr> </table>	97	Sembilan puluh tujuh	Angka bulat	huruf
97	Sembilan puluh tujuh						
Angka bulat	huruf						
	Jumlah	97,3					

Jakarta, 31 Agustus 2018
 Penilai,

PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk

Catatan :
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap instansi/Perusahaan

Lampiran 5: Tabel Kegiatan PKL

No	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
1	Senin, 2 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none">• Perkenalan dengan seluruh divisi dan lingkungan kantor• Diberitahu cara menggunakan SAP
2	Selasa, 3 Juli 2018	Merekap data Payment Request, dan LPJ ke Excel
3	Rabu, 4 Juli 2018	Membuat Purchase Requisition menggunakan sistem
4	Kamis, 5 Juli 2018	Merekap Income Sales Order
5	Jumat, 6 Juli 2018	Membuat Sales Order dan merekap data Advance
6	Senin, 9 Juli 2018	Membuat Payment Request dan Purchase Requisition
7	Selasa, 10 Juli 2018	Mencari Invoice bulan Mei untuk kebutuhan rekap data Homecredit dan Spektra
8	Rabu, 11 Juli 2018	Mencari Invoice bulan Mei untuk kebutuhan rekap data Homecredit dan Spektra
9	Kamis, 12 Juli 2018	Merekap OPEX periode 6-12 juli
10	Jumat, 13 Juli 2018	Membuat Advance dan Internal Memo
11	Senin, 16 Juli 2018	Membuat Paymnet Request dan merevisi Purchase Requisition
12	Selasa, 17 Juli 2018	Merekap Payment Request, Internal Memo ke dalam Excel, dan membuat Payment Request
13	Rabu, 18 Juli 2018	Membuat Purchase Requisition
14	Kamis, 19 Juli 2018	Merekap OPEX periode 13 – 19 Juli

15	Jumat, 20 Juli 2018	Membuat Sales Order dan Purchase Requisition
16	Senin, 23 Juli 2018	Merekap Payment Request dan LPJ
17	Selasa, 24 Juli 2018	Membuat Purchase Requisition dan Advance.
18	Rabu, 25 Juli 2018	Membuat surat untuk pemenang event piala dunia dan membuat Agreement Overview
19	Kamis, 26 Juli 2018	Merekap Income Sales Order dan Merekap Payment Request
20	Jumat, 27 Juli 2018	Membuat Purchase Requisition dan Merekap OPEX periode 20-27 Juli
21	Senin, 30 Juli 2018	Membuat LPJ dan Advance
22	Selasa, 31 Juli 2018	Membuat Agreement Overview dan Purchase Requisition
23	Rabu, 1 Agustus 2018	Membuat Sales Order
24	Kamis, 2 Agustus 2018	Membuat Surat Pemenang event piala dunia tahap 2 dan membuat Payment Request
25	Jumat, 3 Agustus 2018	Merekap OPEX periode 28 Juli – 3 Agustus dan membuat Payment Request
26	Senin, 6 Agustus 2018	Membuat Purchase Requisition dan Payment Request
27	Selasa, 7 Agustus 2018	Membuat Agreement Overview
28	Rabu, 8 Agustus 2018	Membuat Internal Memo
29	Kamis, 9 Agustus 2018	Merekap Income Sales Order dan membuat Payment Request
30	Jumat, 10 Agustus 2018	Merekap OPEX periode 4-10 Agustus

31	Senin, 13 Agustus 2018	Mencari Invoice bulan Juni untuk kebutuhan rekap data Homecredit dan Spektra
32	Selasa, 14 Agustus 2018	Mencari Invoice bulan Juni untuk kebutuhan rekap data Homecredit dan Spektra
33	Rabu, 15 Agustus 2018	Membuat Agreement Overview dan merekap Payment Request, Advance, IM juga LPJ
34	Kamis, 16 Agustus 2018	Merekap OPEX periode 11-17 Agustus dan membuat Purchase Requisition
35	Senin, 20 Agustus 2018	Membuat Sales Order dan Payment Request
36	Selasa, 21 Agustus 2018	Membuat Payment Request dan Advance
37	Kamis, 23 Agustus 2018	Membuat Internal Memo dan Payment Request
38	Jumat, 24 Agustus 2018	Merekap Opex periode 18-24 Agustus
39	Senin, 27 Agustus 2018	Mencari Invoice bulan Juli untuk kebutuhan rekap data Homecredit dan Spektra
40	Selasa, 28 Agustus 2018	Mencari Invoice bulan Juli untuk kebutuhan rekap data Homecredit dan Spektra
41	Rabu, 29 Agustus 2018	Membuat Purchase Requisition, Agreement Overview, dan Advance
42	Kamis, 30 Agustus 2018	Membuat Agreement Overview, Payment Request dan Internal Memo
43	Jumat, 31 Agustus 2018	Merekap OPEX periode 25-31 Agustus dan membuat Purchase Requisition

Lampiran 6: Contoh Purchase Requisition

PURCHASE REQUISITION

by ARAHMANNI at 20.08.2018 on 11:48:30
Page 13 of 23

DEPT : MARCOMM
PR No : 7300006874

Tgl. : 29 August 2018

No.	Nama Barang/ Service	Qty	UoM	Harga	Tgl	Asset	Article	Store	G/L	Cost Center	Order
	ELECTRONIC CITY - REVO TOWN BEKASI Revo Town Bekasi Lower Ground Jl. Jend. Ahmad Yani, Pekayon Jaya BEKASI										

NOTE : SPANDUK - PROMO BULAN SEPTEMBER 2018.
BNI RABU REMAT SEPT (6,12,19,26 SEPT)-NOV 2018. CITIBANK "KRMIS" (6,13,20,27 SEPT)-NOV 2018. BCA:7-13 SEPT. TF:14-20,BNI:21-27,CIMB NIAGA: 28 SEPT - 4 OKT 2018.

Requestor :	Acknowledge By :	Approved By :	Checked By If Necessary	Approved By BOD
<i>[Signature]</i> 30/8 108	<i>[Signature]</i> 14/8	<i>[Signature]</i>		

PURCHASE REQUISITION

by ARAHMANNI at 20.08.2018 on 11:48:30
Page 22 of 23

DEPT : MARCOMM
PR No : 7300006874

Tgl. : 29 August 2018

No.	Nama Barang/ Service	Qty	UoM	Harga	Tgl	Asset	Article	Store	G/L	Cost Center	Order
590	CILEGON JASA PRODUKSI EC PLAZA MEDAN FAIR Delivered to: ELECTRONIC CITY - MEDAN FAIR Plaza Medan Fair 3rd Floor. Jl. Jend Gatot Subroto No. 30, Medan, Zona Selatan MEDAN	6	PC	30.000 IDR	05.09.2018		VERTICAL BANNER	0060	610602	EC09100090	MO-57
600	SPANDUK UK.1MX1M Delivered to: ELECTRONIC CITY - REVO TOWN BEKASI Revo Town Bekasi Lower Ground Jl. Jend. Ahmad Yani, Pekayon Jaya BEKASI	4	PC	150.000 IDR	05.09.2018		VERTICAL BANNER	0090	610602	EC09100090	MO-57
610	JASA PRODUKSI Delivered to:	4	PC	50.000 IDR	05.09.2018		VERTICAL BANNER	0090	610602	EC09100090	MO-57

Lampiran 7: Contoh Payment Request

PT ELEKTRONIC CH INDONESIA IDR

DATE: 20/08/2018

MO-24.25

HO	
OUTLET	
PAYMENT FOR	

PAYMENT REQUEST

U DP 1 Reklame RM	= Rp 31.793.013
PPN	= Rp 3.179.301
	<u>Rp 34.972.314</u>

Giro / Cheque
 Cash
 TRANSFER, NO REK terlampir.

AMOUNT ▶ Rp 34.972.314.

Prepared by <i>[Signature]</i> 20/8/18	Checked by <i>[Signature]</i>	Approved by <i>[Signature]</i>
--	----------------------------------	-----------------------------------

[Signature]
20/8/18

Lampiran 8: Contoh Internal Memo

electronic city
www.electronic-city.net

INTERNAL MEMO

To :	Finance Manager	No. 40/MKT/Int/VIII/2018
From :	Marketing Dept.	Memo Reference(s) : -
Cc. :	- Bpk. Deny Alung	
Re :	Request Voucher EC.	Date : 16 Agustus 2018

Dengan hormat,

Dalam rangka event Asian Fest @ Gelora Bung Karno, Jakarta. Periode 18 Agustus – 2 September 2018. yang akan berlangsung di Jakarta. Marcomm akan mengadakan EC Challenge Mini Golf dan EC Dart Games, pada event tersebut.

Maka kami mohon bantuan FA Departemen untuk menyediakan Voucher Belanja Electronic City nominal Rp. ~~100.000,-~~ sebanyak Rp. 40.000.000,- (~~400~~ lembar) yang akan diberikan pada saat event berlangsung.
50.000 / 16.000.000

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Handwritten initials
Denny Firman

Mengetahui
Handwritten signature
Wiradi

Menyetujui
Handwritten signature
Dedy Djafarli

Handwritten notes:
MKT
6/18
18
Formulir
2/18

Lampiran 9: Contoh Advance

PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk

DATE: 16/08/2018

Ref. #

EST. DATE FOR SETTLEMENT

OUTLET

PAYMENT FOR

ADVANCE FORM *110-29*



DESCRIPTION	AMOUNT
Pengeluaran budget Asian Fest @ Gelora bung Karno Periode 10 Agustus - 2 September 2018	
TOTAL	Rp 46.430.000 Rp 33.630.000

Notes: CASH

Prepared by, Input by, Checked by, Approved by, Given by

F. H. H.
20/8/18

Lampiran 10: Contoh LPJ

PT ELECTRONIC CITY INDONESIA, TBK
 LAPORAN PERTANGGUNG JAWABAN ADVANCE
 EXHIBITION FESTIVAL ELEKTRONIK BOEMI KEDATON MALL LAMPUNG
 YEAR 2018
 PERIODE 6 - 13 AGUSTUS 2018

Tanggal: 30 AGUSTUS 2018

No.	Asset	Qty	Cost Center	Budget Code (Order)	Asset No.	Amount
	Advance No: _____					4.100.000
1	KARPET BUANA	2	EC09100001			IDR (2.040.000)
2	DOUBLE TAPE	1	EC09100001			IDR (26.000)
3	LAKBAN SILVER	4	EC09100001			IDR (52.000)
4	LAKBAN HITAM	8	EC09100001			IDR (96.000)
5	ISI CUTTER	3	EC09100001			IDR (37.500)
6	ISOLASI KABEL	2	EC09100001			IDR (13.000)
7	SOLASI KABEL	1	EC09100001			IDR (15.000)
8	KABEL LISTRIK 10 METER	1	EC09100001			IDR (145.000)
9	STEKER	3	EC09100001			IDR (24.000)
10	STOP KONTAK	3	EC09100001			IDR (90.000)
11	KONSUMSI LOADING & UNLOADING	8	EC09100001			IDR (369.550)
TOTAL PENGELUARAN ADVANCE						IDR (2.908.050)
KEKURANGAN YANG HARUS DIBAYARKAN-FINANCE / KELEBIHAN YANG HARUS DIKEMBALIKAN KE FINANCE						IDR 1.191.950

Note:

Created by: _____ Approved By: _____ Acknowledge By: _____

Arif Niti Wiradi Dedy Djafarli (Accounting)

