

**LAPORAN PROGRAM MAGANG DAN STUDI INDEPENDEN
BERSERTIFIKAT**

**LEARN MAPWAY CERTIFIED INDEPENDENT STUDY PROGRAM :
IDE USAHA TOP IDEAS AGENCY**



Disusun Oleh:

- 1. Muhammad Irfan Aji Prabowo (2011810022)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN REKAYASA
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2021**

**LAPORAN PROGRAM MAGANG DAN STUDI INDEPENDEN
BERSERTIFIKAT**

**LEARN MAPWAY CERTIFIED INDEPENDENT STUDY PROGRAM :
IDE USAHA TOP IDEAS AGENCY**



Disusun Oleh:

- 1. Muhammad Irfan Aji Prabowo (2011810022)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN REKAYASA
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**LAPORAN PROGRAM MAGANG DAN STUDI
INDEPENDEN BERSERTIFIKAT PT. MITRA ADI
PERKASA**

(Periode : 23 Agustus 2021 s.d 26 Januari 2022)

Disusun Oleh:

Muhammad Irfan Aji Prabowo

(2011810022)

Mengetahui,
Kepala Departemen Manajemen
Rekayasa



IZZATI WINDA MURTI, S.T., M.T.
NIP. 8916240

Menyetujui,
Dosen Pembimbing MSIB



IZZATI WINA MURTI, S.T., M.T.
NIP. 8916240

Gresik, 25 Januari 2022

PT. MITRA ADI PERKASA (MAP RETAIL ACADEMY)

Mengetahui,
Mentor Lapangan



REGINA K. MUTTI
General Manager of MAP Retail Academy

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugrah dari-Nya penulis dapat menyelesaikan studi independen “**Learn MAPWAY Certified Independent Study**” di PT Mitra Adi Perkasa tbk selama lima bulan. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita semua jalan yang lurus dan menjadi anugrah terbesar bagi seluruh alam semesta. Selesaiannya studi independen ini tidak lepas dari dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian studi independen, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Izzati Windah Murti, S.T., M.T selaku dosen pembimbing dari jurusan Manajemen Rekayasa untuk kegiatan kampus merdeka penulis
2. Kak Regina K. Mutti Mentor Kegiatan Learn MAPWAY
3. Seluruh keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat
4. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya studi independent

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Gresik, 25 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1Latar Belakang.....	1
1.2Lingkup Kegiatan	2
1.3.Metode Pembelajaran.....	3
1.4.Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan MSIB.....	3
BAB II PROFIL PT. MITRA ADI PERKASA	4
2.1.Sejarah dan Perkembangan PT. Mitra Adi Perkasa.....	4
2.2.Visi dan Misi MAP Retail Academy.....	4
2.3 Lokasi MAP Ritel Academy.....	5
2.4 Struktur Organisasi MAP Retail Academy.....	5
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	6
3.1.Pengertian Retail.....	6
3.2 Smart Planning.....	6
3.3.Pengertian Business ModelCanvas.....	7
BAB IV PEMBAHASAN.....	9
4.1 Materi yang telah dipelajari.....	9
4.2. Insightful Project.....	13
4.3.Business Model Canvas	15
4.4.Jadwal Kegiatan MSIB.....	15
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	18
5.1.Kesimpulan	18
5.2.Saran	18
DAFTAR PUSTAKA	20



LAMPIRAN..... 21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi MAP RETAIL ACADEMY.....	5
Gambar 2 BMC Top Ideas Agency.....	15

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Kegiatan.....	17
------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Mitra Adi Perkasa Tbk. Merupakan perusahaan yang bergerak di industri retail dan telah memimpin lifestyle retailer di Indonesia dengan lebih dari 2600 toko ritel diantaranya Zara, Sport station, Kids Station, Dsb. Mulai dari format brick and mortar hingga ritel omni-channel dengan aset digital yang kuat dan ekspansi regional ke Vietnam, Thailand, dan Filipina. MAP telah berkembang pesat sejak didirikan pada tahun 1995. MAP memiliki Visi “To be the leading omni-channel retailer in Indonesia” dan dengan Misi “To bring health, happiness, and a more fulfilling lifestyle to our valued customer through our portfolio of world class brands and omni-channel retail network”. Dan perusahaan MAP juga memiliki keinginan untuk menyebarkan ilmu ritel kepada masyarakat luas dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan membuat MAP Ritel Academy. MAP Ritel Academy adalah bagian dari Perusahaan MAP yang memiliki visi untuk menjadi most Admired Professional dengan misi untuk menyediakan kompetensi retail lewat ilmu dan pengalaman langsung yang di tujukan untuk merubah murid menjadi professionals di ritel industri.

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut Perusahaan MAP melalui MAP Ritel Academy berkerjasama dengan KEMENDIKBUD ikut berkontribusi di pendidikan di Indonesia dengan ikut serta menyediakan pembelajaran lewat kegiatan Studi Independen yang dinamakan Learn MAPWay Certified Independent Study. Kegiatan ini berfokus untuk mengajarkan poin-poin penting pada industri ritel diantaranya Operations, Merchandising, Visual Merchandising dan Human Resources. MAP Retail Academy (MRA) sendiri merupakan salah satu unit dari MAP Group dalam bidang pendidikan. MRA merupakan Retail Center of Excellence yang pertama dan satu-satunya di Indonesia yang telah mendapatkann lisensi BNSP dan berkolaborasi dengan Australian Retailers Association sebagai institusi ternama dalam membawa ragam pengetahuan di

bidang ritel dan jasa unggulan. MRA lahir dengan Visi “To be the Most Admired Professionals” dan “To provide excellence in Retail Compencies through knowledge and hands-on experience to transform its students into the Most Admired Professionals in Retail Industry

Program yang di design dijalankan dalam 5 bulan ini dari September hingga Januari ini diharapkan bisa menjadikan para peserta atau murid yang mengikuti kegiatan ini bisa menjadi kompeten di industri ritel. Dan juga karena tidak semua masyarakat paham mengenai industri ritel dan merupakan tugas MAP untuk mengenalkan hal tersebut melalui cara apapun salah satunya kegiatan MSIB. Kegiatan MSIB ini memiliki output agar para peserta bisa menyusun suatu project yang dinamakan insightful project yaitu project tentang bagaimana peserta menyusun suatu ide usaha.

1.2 Lingkup Kegiatan

Seperti yang sudah dijelaskan di poin 1.1 bahwasanya lingkup dari project atau kegiatan ini adalah Operations, Merchandising, Visual Merchandising, dan Human Resources. Dan Penjelasannya adalah sebagai berikut :

A. Merchandising

Pada bagian ini peserta diharapkan bisa manage system dan kapasitas dari merchandising untuk memenuhi permintaan. Dan pada bagian ini poin paling utama yang diajarkan kepada para peserta adalah agar mereka bisa manage stock dan penjadwalan stock dan juga bisa mengatur dan juga forecasting terhadap stock yang disesuaikan dengan permintaan.

B. Operational

Pada bagian ini peserta diharapkan bisa paham mengenai jobdesc dan aktivitas di setiap level yang ada didalam store, diantaranya store manager, store supervisor, senior sales assistant, sales assistant dan cashier. Dan diharapkan juga materi ini bisa membentuk peserta menjadi orang yang siap menjadi orang yang siap dan mampu untuk membuat sebuah toko ritel beserta strukturnya.

C. Visual Mechandisng

Pada bagian ini peserta diharapkan bisa paham mengenai jobdesc dan aktivitas dari berbagai level dari visual merchandising. Dan juga peserta melakukan beberapa aktivitas diantaranya menyusun suatu product display dan juga manage visual dari sebuah store seperti titik penempatan suatu produk sesuai harga atau keminatan konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk

1.3 Metode Pembelajaran

Dalam Kegiatan ini dilakukan beberapa metode pembelajaran diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Sinkronus

Pembelajaran sinkronus dilakukan melalui media Zoom meeting untuk semua materi yang materinya diisi oleh bagian dari MAP Ritel Academy dan juga praktisi langsung dari para store manager dari berbagai toko ritel MAP.

2. Asinkronus

Pembelajaran Asinkronus dilakukan secara mandiri melalui website pembelajaran dari MAP Ritel Academy yang adalah imap.worldmanager.com yang dimana dibagi menjadi 2 materi. Yaitu materi pembelajaran sendiri dan juga forum diskusi antar partisipan kegiatan Studi Independen untuk semua materi.

3. Insightful Project

Insightful Project adalah project yang harus diselesaikan oleh semua partisipan kegiatan Learn MAPWAY yang dimana para partisipan harus membuat suatu ide usaha sesuai dengan yang sudah dipelajari selama kegiatan MSIB dan sesuai dengan major di perkuliahan

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan MSIB

Kegiatan MSIB dilaksanakan pada :

Tempat : PT. Mitra Adi Perkasa (MAP Ritel Academy)

Alamat : Sahid Sudirman Center 58th Floor Jl. Jend. Sudirman Kav 86
Jakarta

Waktu : 23 Agustus 2021 – 26 Januari 2022

BAB II

PROFIL PT MITRA ADI PERKASA (MAP RETAIL ACADEMY)

2.1 Sejarah dan Perkembangan PT Mitra Adi Perkasa

PT. Mitra Adiperkasa Tbk (MAP) ialah leading lifestyle retailer di Indonesia dengan lebih dari 2.600 gerai ritel hingga akhir tahun 2020 yang tersebar pada 66 kota di Indonesia. Mulai dari format brick and mortar hingga ritel omni-channel dengan aset digital yang kuat dan ekspansi regional ke Vietnam, Thailand, dan Filipina. MAP telah berkembang pesat sejak didirikan pada tahun 1995. MAP memiliki Visi “To be the leading omni-channel retailer in Indonesia” dan dengan Misi “To bring health, happiness, and a more fullfiling lifestyle to our valued customer through our pourtofolio of world class brands and omni-channel retail network”.

MAP Retail Academy (MRA) merupakan salah satu unit dari MAP Group dalam bidang pendidikan. MRA merupakan Retail Center of Excellence yang pertama dan satu-satunya di Indonesia yang telah mendapatkann lisensi BNSP dan berkolaborasi dengan Australian Retailers Association sebagai institusi ternama dalam membawa ragam pengetahuan di bidang ritel dan jasa unggulan. MRA lahir dengan Visi “To be the Most Admired Professionals” dan “To provide excellence in Retail Compencies through knowledge and hands-on experience to transform its students into the Most Admired Professionals in Retail Industry”.

2.2 Visi dan Misi PT KASURA INDONESIA.

1. Visi PT KASURA INDONESIA.

To be the Most Admired Proffessionals

2. Misi PT KASURA INDONESIA.

To provide excellence in retail rompetencies through knowledge and hands-on experiences to transform its students into the most admired proffessionals in retail academy

2.3 Lokasi PT KASURA INDONESIA

PT. Mitra Adiperkasa Tbk
29th Floor, Sahid Sudirman Center
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86
Jakarta 10220
Indonesia
+62 816 88 1000
mapretail.academy@map.co.id
@mapretailacademy

2.4 Struktur Organisasi Unit Kerja Pada Proyek



Gambar 1 Struktur Organisasi MAP RETAIL ACADEMY

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Pengertian Retail

PT Mitra adi perkasa adalah leading lifestyle retailer di Indonesia yang sudah memiliki lebih dari 2600 gerai ritel yang terafiliasi. Perkembangan jumlah dan ragam gerai yang terafiliasi tidak jauh dari meningkatnya tingkat konsumsi dan keinginan berbelanja masyarakat membuat industri ritel semakin dilirik oleh para pelaku bisnis. Ritel sendiri adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari bahasa perancis diambil dari kata retailer yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil” (Risch, 1991)

Sedangkan menurut (Gilbert, 2003) Retail adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi.

3.2 Smart Planning

Menurut (Oktriwina, 2020) SMART PLANNING merupakan salah satu metode untuk merancang suatu project maupun kegiatan. SMART sendiri merupakan singkatan dari lima elemen yang digunakan dalam sebuah metode untuk menyusun sebuah project management. Kelima elemen tersebut adalah Specific Measureable, achevable, relevant, time-bound goals.

Yang dimana setiap elemen tersebut memiliki makna sebagai berikut :

1. Specific

Bermakna saat menetapkan suatu tujuan sebuah prject yang dilakukan, tujuan tersebut harus jelas, rinci dan spesifik agar tujuan lebih mudah dicapai dan persiapan/plan bisa disiapkan lebih mendetail

2. Measureable

Bermakna saat menentukan suatu tujuan, haruslah sebagai tim project memastikan bahwa tujuan dapat diukur. Agar supaya tujuan lebih jelas dan target lebih mudah

ditentukan

3. Achievable

Agar tujuan dari suatu project dapat tercapai, tujuan tersebut harus realistis. Para penanggung jawab project harus tau kapasitas dari SDA maupun SDM yang ada agar lebih bisa untuk memaksimalkan peluang yang ada.

4. Relevant

Tujuan proj haruslah relevan dengan misi dari si penggagas dan tim, agar project bisa di lakukan dengan konsisten hingga target tercapai

5. Time-bound Goals

Diperlukan sekali tenggat waktu yang jelas agar setiap tujuan yang ingin dicapai bisa selesai. Tanpa adanya tenggat waktu yang jelas, project akan bingung darimana harus memulai dan mengakhiri

3.3 Business Model Canvas

Menurut (Osterwalder & Pigneur, 2010) Business model canvas adalah seperti bentuk visual suatu strategi yang dilaksanakan dalam sebuah proses ataupun sistem, yang dimana memiliki tujuan untuk mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana. Dan Business model canvas dibagi menjadi sembilan elemen diantaranya

1. Customer Segment

Customer segment adalah pihak yang menggunakan jasa/produk dari organisasi dan mereka berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi organisasi tersebut. Karena menurut (Osterwalder & Pigneur, 2010) pelanggan merupakan kunci utama dari suatu organisasi/perusahaan yang harus bisa dijangkau oleh perusahaan/organisaasi

2. Value Proposition

Merupakan kumpulan produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan

3. Channels

Adalah bagaimana cara perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan sehingga dapat menghasilkan proposisi nilai. Dang fungsi dari channels adalah

untuk memungkinkan pelanggan untuk membeli produk dan jasa

4. Customer Relationship

Merupakan hubungan perusahaan dengan pelanggan yang menggunakan produk dari perusahaan yang bisa dilakukan melalui berbagai media dan cara

5. Revenue streams

ialah pendapatan yang didapat oleh perusahaan berupa uang tunai yang diperoleh dari pelanggan

6. Key Resources

Mempunyai arti lain yaitu berupa aset terpenting yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga model bisnis dapat berjalan dengan baik. Key Resources dapat berupa fisik, keuangan, intelektual, atau manusia. Sumber Daya Kunci ini dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau diakuisisi dari key partner

7. Key Activities

Yaitu kegiatan yang harus dilakukan perusahaan dalam membuat model bisnis. Sama halnya dengan key resources, key activities diwajibkan untuk membuat serta menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan pelanggan, dan mendapatkan pendapatan

8. Key Partnership

adalah jaringan yang dimiliki oleh perusahaan yang berhubungan dengan pemasok bahan baku dan mitra bisnis dari perusahaan sehingga dapat membuat model bisnis berjalan. Perusahaan menciptakan aliansi untuk mengoptimalkan model bisnis mereka, mengurangi resiko, dan akuisisi sumber daya

9. Cost Structure

Merupakan semua biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digunakan untuk mengoperasikan model bisnis.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Materi Yang Di Pelajari

Berikut adalah materi-materi apa saja yang telah penulis pelajari selama kegiatan Learn MAPWAY :

1. Retail

Pembelajaran yang diajarkan adalah secara asinkronus melalui Website IMAP.worldmanager.com dan juga sinkronus melalui zoom meeting yang dimana disana diajarkan beberapa ilmu mengenai apa itu ritel dan fungsinya.

Diantaranya adalah :

- a. Retail dibagi 2 yaitu instore(Goods dan Services) dan nonstore(ecommerce)
- b. Ritel juga dibagi berdasarkan masa yaoitu Tradisional dan Modern
- c. Concept ritel memiliki orientasi utama untuk menservice pelanggan
- d. Ilmu utama dalam menganalisa ritel adalah melakukan competitor analysis dan memforecast trend

Dilakukan 2 kali pertemuan secara sinkronus (6 September 2021) dan asinkronus (19 Agustus 2021)

2. Store Management

Pembelajaran yang diajarkan adalah secara asinkronus melalui Website IMAP.worldmanager.com dan juga sinkronus melalui zoom meeting yang dimana disana diajarkan mengenai ilmu dalam memanage toko ritel. Dan dibagi menjadi 2 tahap yaitu Store Management 1 dan Store Management 2. Berikut materinya adalah :

- a. Diajarkan mengenai cara menata dan menyusun susunan toko dari sdm hingga desain dan layout toko
- b. Diajarkan mengenai on the job training (Coaching, Mentoring,, rotasi Pekerjaan, Pelatihan, Undestudy)

-
- c. Diajarkan tehnik dalam melatih para staff toko, dengan tehnik GROW(Goals, Reality, Options, Will)
 - d. Diajarkan pentingnya Inovasi dalam me manage store dengan menggunakan metode 6 thinking hats

Dilakukan 4 kali pertemuan secara asinkronus(23 Agustus 2021 & 18 october 2021) dan sinkronus (6 September 2021 & 21 Oktober 2021)

3. Customer Engangement

Pembelajaran yang diajarkan adalah secara asinkronus melalui Website IMAP.worldmanager.com dan juga sinkronus melalui zoom meeting yang dimana disana diajarkan mengenai ilmu dalam memanage toko ritel. Dan dibagi menjadi 3 tahap yaitu Customer Engangement 1, 2 dan 3. Berikut materinya adalah :

1. Diajarkan mengenai cara untuk meningkatkan hubungan baik dengan customer dengan pemberian feedback, promo dan discount, memberikan informasi lebih untuk pelanggan dan menerima keluhan pelanggan sekaligus memberikan solusi atas keluhan tersebut
- 2 Diajarkan cara untuk menangani Keluhan Pelanggan dengan metode AQUA(Acknowledge, Question, Understanding, Answer))
- 3 Menjaga hubungan baik dengan customer bisa dengan berbagai cara, dan MAP mengajarkan bisa dengan mengumpulkan data konsumen(Customer demographic, buying preferences, buying profile, service profile) dan memberi promo terhadap customer-customer khusus
4. Membuat Member card agar pelanggan memiliki perasaan senang dalam berbelanja di toko kita

Dilakukan 6 kali pertemuan secara asinkronus(30 Agustus 2021, 4 October 2021, 20 Desember 2021) dan sinkronus (6 September 2021 & 21 Oktober 2021, 6 Januari 2022)

5. Visual Merchandising

Pembelajaran yang diajarkan adalah secara asinkronus melalui Website IMAP.worldmanager.com dan juga sinkronus melalui zoom meeting yang dimana

disana diajarkan mengenai Pentingnya design layout toko dan pemosisian produk sesuai dengan psikologis pelanggan. Dan dibagi menjadi 3 tahap yaitu Customer Engagement 1, 2 dan 3. Berikut materinya adalah :

- a. Posisi produk yang di display di toko dan design toko sebisa mungkin disesuaikan dengan kelima indra manusia, dengan tujuan untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualan
- b. Layout toko harus disesuaikan dengan jenis produk yang dijual, beberapa jenis layout tersebut diantaranya : Straight floor, Diagonal floor, Angular Floor, Geometric Floor, Mixed Floor
- c. Produk yang di display juga di kategorikan di beberapa kategori diantaranya : Key best seller, High Margin lines, basic lines, impulse lines, seasonal lines, Advertise lines, problem stock
- d. Alur pelanggan sangatlah penting dan memudahkan store management untuk mengelompokkan produk

Dilakukan 6 kali pertemuan secara asinkronus(20 September 2021, 29 November 2021, 29 Desember 2021) dan sinkronus (6 Januari 2022, 6

Desember 2021, 4 Oktober 2021)

6. Loss and Prevention

Pembelajaran yang diajarkan adalah secara asinkronus melalui Website IMAP.worldmanager.com dan juga sinkronus melalui zoom meeting yang dimana disana diajarkan mengenai cara untuk meminimalisir loss karena tindakan kriminal internal maupun eksternal. Dan dibagi menjadi 2 tahap yaitu Loss and Prevention 1 dan 2 Berikut materinya adalah :

- a. Melakukan checklist setiap tutup toko untuk menghindari stock produk hilang
- b. Menambah instrumen keamanan dengan sensor, cctv, cermin, pemeriksaan tas, security tag dan juga Alarm
- c. Menerapkan Program K3 untuk menjamin keselamatan setiap karyawan.

Dan juga menambahkan instrumen perencanaan saat terjadi keadaan darurat

-
-
- d. Memastikan kejujuran pegawai merupakan salah satu langkah preventif tindakan pencurian

Dilakukan 6 kali pertemuan secara asinkronus(6 September 2021, 4 October 2021) dan sinkronus (1 November 2021 & 25 November 2021)

7. Merchandising Implementaation

Pembelajaran yang diajarkan adalah secara asinkronus melalui Website IMAP.worldmanager.com dan juga sinkronus melalui zoom meeting yang dimana disana diajarkan mengenai memanage stock produk agar tersimpan dan terdata dengan baik, yang diamana hal ini juga berhubungan dengan loss dan prevention. Dan dibagi menjadi 2 tahap yaitu Loss and Prevention 1, 2 dan 3 Berikut materinya adalah :

- a. Diajarkan bagaimana cara mengatur stock saat berada di posisi stock baru datang Dan stock yang sudah ada belum habis
- b. Diajarkan metode pengadaan barang a, diantaranya alokasi perdana dan alokasi ulang
- c. Diajarkan stock control untuk menyeimbangkan jumlah barang yang dimiliki dengan potensi jumlah penjualan. Dan juga diajarkan mengenai stock inventory
- d. Diajarkan metode First in First out untuk menghindari produk rusak atau kadaluarsa melalui perputaran stock
- e. Untuk meningkatkan penjualan bisa dengan meningkatkan produktivitas staff, stock dan store

Dilakukan 6 kali pertemuan secara asinkronus dan sinkronus

8. Forum

Selain kegiatan asinkronus dan sinkronus. Ada juga kegiatan diskusi melalui forum yang juga di lakukan melalui platform website imap.worldmanager.com yang diaman diskusi dilakukan terhadap semua materi yang diberikan. Dari materi retail hingga materi visual merchandising. Di forum tersebut MAP Ritel Academy akan memberi study case beserta pertanyaan mengenai materi yang sudah

diajarkan. Disana para peserta saling bertukar pikiran

4.2 Insightful Project

Para peserta yang mengikuti kegiatan Learn MAPWAY Certifiedn independent Study akan mempelajari berbagai ilmu mengenai Ritel dan bagaimana cara mengurus dan memmanage toko ritel. Para peserta di minta untuk membuat sebuah project yang berisi ide usaha dan berhubungan dengan ilmu ritel yang bisa merupakan prduk maupun jasa. Dan juga ide usaha itu harus berhubungan dengan major kuliah yang peserta ambil. Maka dari itu penulis memilih untuk membuat usaha Creative agency di dasarkan dari pengalaman pribadi dan salah satu mata kuliah yang ada di major Manajemen Rekayasa yaitu manajemen proyek.

Ide usaha penulis, penulis namakan TOP Ideas Agency dengan fokus penjualan jasa advertising, promotion, dan event organization. Yang dimana memeiliki target pasar berbagai organisasi smp-kuliah yang memiliki orientasi terhadap kegiatan-kegiatan penting hingga kreatif atau juga middle to small industries yang butuh untuk ide-ide promotif terhadap produk yang dijual. **Dan juga ide usaha ini memiliki unique selling point yang adalah menjual jasa event and promotion consultant.** Dan setelah sharing dengan mentor unique selling point ini merupakan hal yang jarang di lakukan oleh beberapa agency lainnya. Dan juga peserta diwajibkan untuk membuat sebuah Business model canvas.

Dalam menyusun ide usaha ini penulis mulai menemukan ide dari metode 5w+1h, yang dimana diantaranya :

1. What

Apa potensi yang menjadi alasan untuk membuat ide usaha ini ?

- Lomba dan event pentas seni merupakan salah satu kegiatan SMA dan Kuliah yang paling sering diadakan di kota Surabaya
- Kebutuhan untuk SDM Tambahan untuk setiap event yang beragam

2. Why

Kenapa memilih ide usaha ini ?

- Keterbatasan Skill SDM pada setiap Instansi atau Kelompok saat ingin melakukan suatu project maupun kegiatan kreatif
- Motivasi pengalaman pribadi penulis

3. When

Kapan ide usaha ini ingin di relelalisasikan ?

Penulis ingin merealisasikan ide usaha ini pada tahun 2006, karena penulis ingin mengumpulkan pengalaman dan koneksi terlebih dahulu agar bisa memperkuat potensi ide usaha ini berhasil

4. Where

Dimana Ide Usaha ini akan berdomisili ?

Surabaya

5. Who

Siapa yang menjadi target pasar dari ide usaha ini ?

- Event organization tahunan SMP, SMA, Kampus
- Any event yang butuh untuk mempromosikan event mereka di social media
- Middle to small industries yang butuh mempromosikan produk mereka

6. Bagaimana cara penulis mengenalkan ide usaha penulis ?

Melalui Website, Social Media dan mouth to mouth

4.3 Business Model Canvas

Top Ideas Agency				
Bisnis yang berfokus ke penjualan jasa advertising, promotion and event organizations				
Key Partners Any vendor that related, ex: music or venue vendor any big or famous venue controller influencer dan content creator segala platform	Key Activities Advertising Event Organizer (online/offline) Content analyst & Promotion Consultant & promotion product Design service Key Resources Zoom maker stuff Social media transportasi	Value Proposition team yang disiplin Event yang sesuai dengan tema dan trend yang ada Ide promosi yang mengikuti trend Musical/seminar event organizer Bantuan design untuk multilevel industri/usaha	Customer Relationships Bonus fasilitas untuk client yang menggunakan jasa ke 3 kali Bundling untuk beberapa event atau jasa promosi produk Channels Any Social media Website mulut ke mulut(testimoni)	Customer Segments Highschool or University yearly event organization Any event that need to promote their event on social media Middle to small industries that need to promote their product
Cost Structure Biaya marketing anggota/pegawai Biaya produksi/bahan untuk persiapan event atau pembuatan produk (ide dll) infrastructure website tempat sewa kantor/ruko		Revenue Streams Gaji Client needs Sponsor		

Gambar 2 BMC Top Ideas Agency

4.4 Jadwal Kegiatan MSIB

Jadwal kegiatan dibawah mengacu pada jadwal materi dan kegiatan yang diberikan oleh MAP Ritel Academy pada awal kegiatan :

06/09/2021	Zoom session (Retail 101; Cust. Engangement 1; Store Management 1) dan Materi Loss and Prevention	Live Zoom and Website(asinkronus)
13/09/2021	Merchandising Implementation	website (asinkronus)
15/09/2021	Forum discussion (Loss & Prevention + Merchandising Implementation 1)	website (asinkronus)
20/09/2021	Zoom session (Loss and Prevention 1 + Merchandising	Live Zoom and Website(asinkronus)

	Implementation 1) dan Materi Visual Merchandising 1	
29/09/2021	Insight Project Topic Submission + Forum Discussion (Visual Merchandising 1)	website (asinkronus)
04/10/2021	Zoom session (VM 1) & Cust. Engangement 2 & Smart planning	Live Zoom and Website(asinkronus)
18/10/2021	Store Management 2 & Bomber B	website (asinkronus)
19/10/2021	Forum Discussion (CE 2 + SM 2)	website (asinkronus)
21/10/2021	Zoom session (CE 2;SM 2;Smart Planning & Bomber B)	Live zoom
25/10/2021	Final test Operation Department 1	website (asinkronus)
04/11/2021	Loss & Prevention 2	website (asinkronus)
15/11/2021	Merchandising Implementation 2	website (asinkronus)
22/11/2021	Forum Discussion (LP2 + MI 2)	website (asinkronus)

25/11/2021	Zoom session (LP2 + Merchandising 2)	Live zoom
29/11/2021	Visual Merchandising 2	website (asinkronus)

Tabel 1Jadwal Kegiatan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari kegiatan Learn MAPWAY Certified Independent study di PT Mitra Adi Perkasa yang telah dilaksanakan oleh penulis selama kurang lebih 5 bulan. Kompetensi dan skill yang didapatkan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Program ini diadakan untuk memperkenalkan ilmu ritel di perusahaan toko ritel terbesar di Indonesia dengan tujuan untuk memaksimalkan efisiensi kinerja toko
2. Terdapat 3 point utama dari pembelajaran ini diantaranya ilmu Operation, Visual Merchandising dan Merchandising yang dibagi dimana 3 point utama tersebut dibagi menjadi 6 materi *Ritel, Visual Merchandising, Merchandising implementation, Loss and Prevention, Customer Engagement* dan *Store Management* di multi level (Staff hingga Supervisor)
3. Program ini memiliki output yang dinamakan insightful project yang dibuat agar penulis bisa menjadi siap dalam bersaing di bisnis ritel atau bergelut di dunia ritel

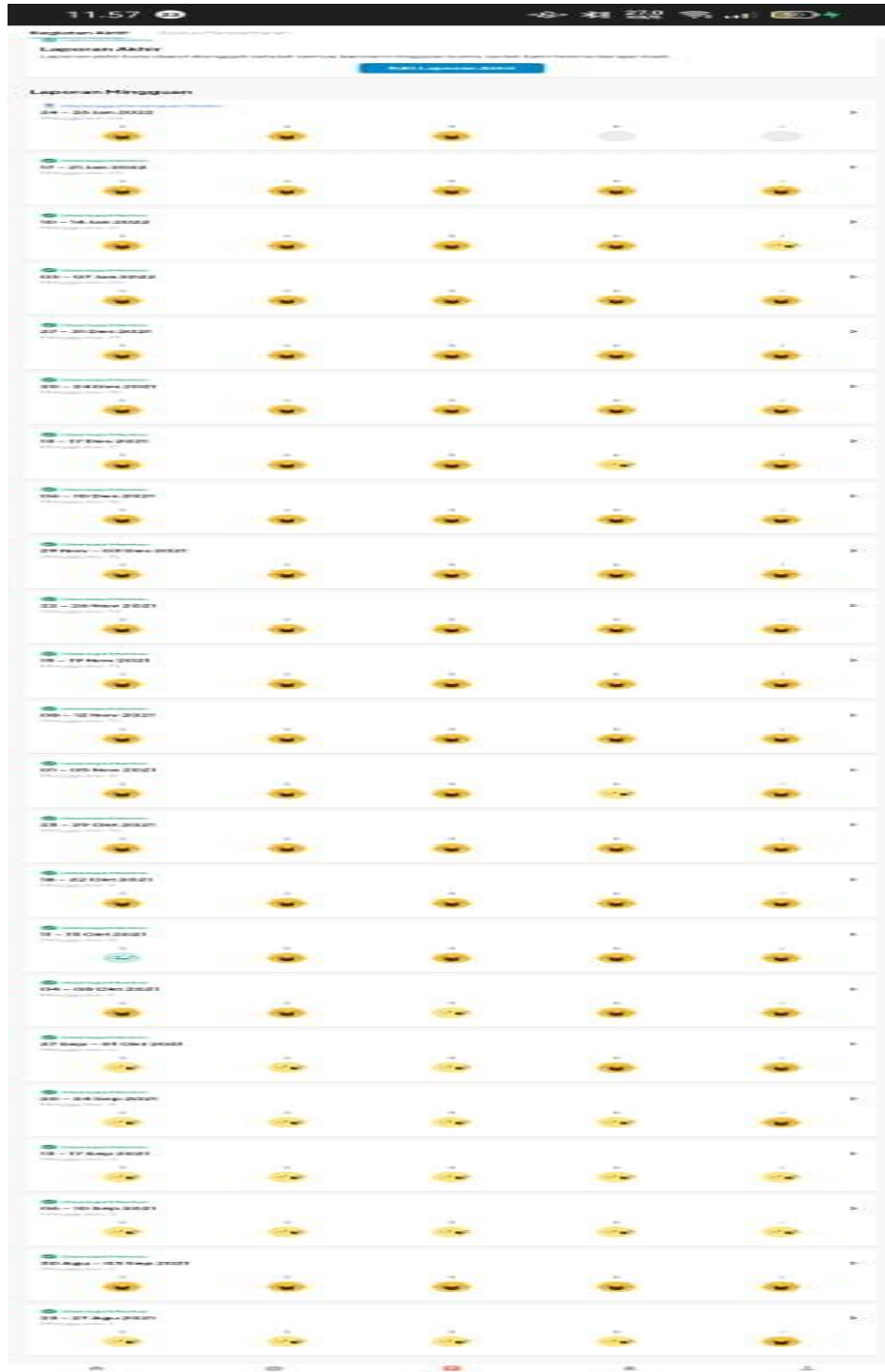
5.2 Saran

1. PT. Mitra Academy (MAP Retail Academy) sebagai mitra dan instansi penulis mengikuti program selama kurang lebih 5 bulan untuk kedepannya lebih memadatkan jadwal dan memberikan materi yang lebih banyak lagi serta terjadwal kedepannya dan tindakan disiplin kepada peserta yang tidak mengikuti program sesuai dengan ketentuan awal.
2. Untuk Kemendikbud Ristek sebagai pelaksana dari program Magang dan Studi Independen Bersertifikat, lebih banyak mengajak mitra baru dari berbagai perusahaan yang sesuai sehingga calon peserta mempunyai banyak pilihan, dan sosialisasi kepada kampus-kampus terkait pelaksanaan dan aturan sehingga menghindari komunikasi searah terhadap kebijakan yang diterbitkan mengenai program magang dan studi independen bersertifikat selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

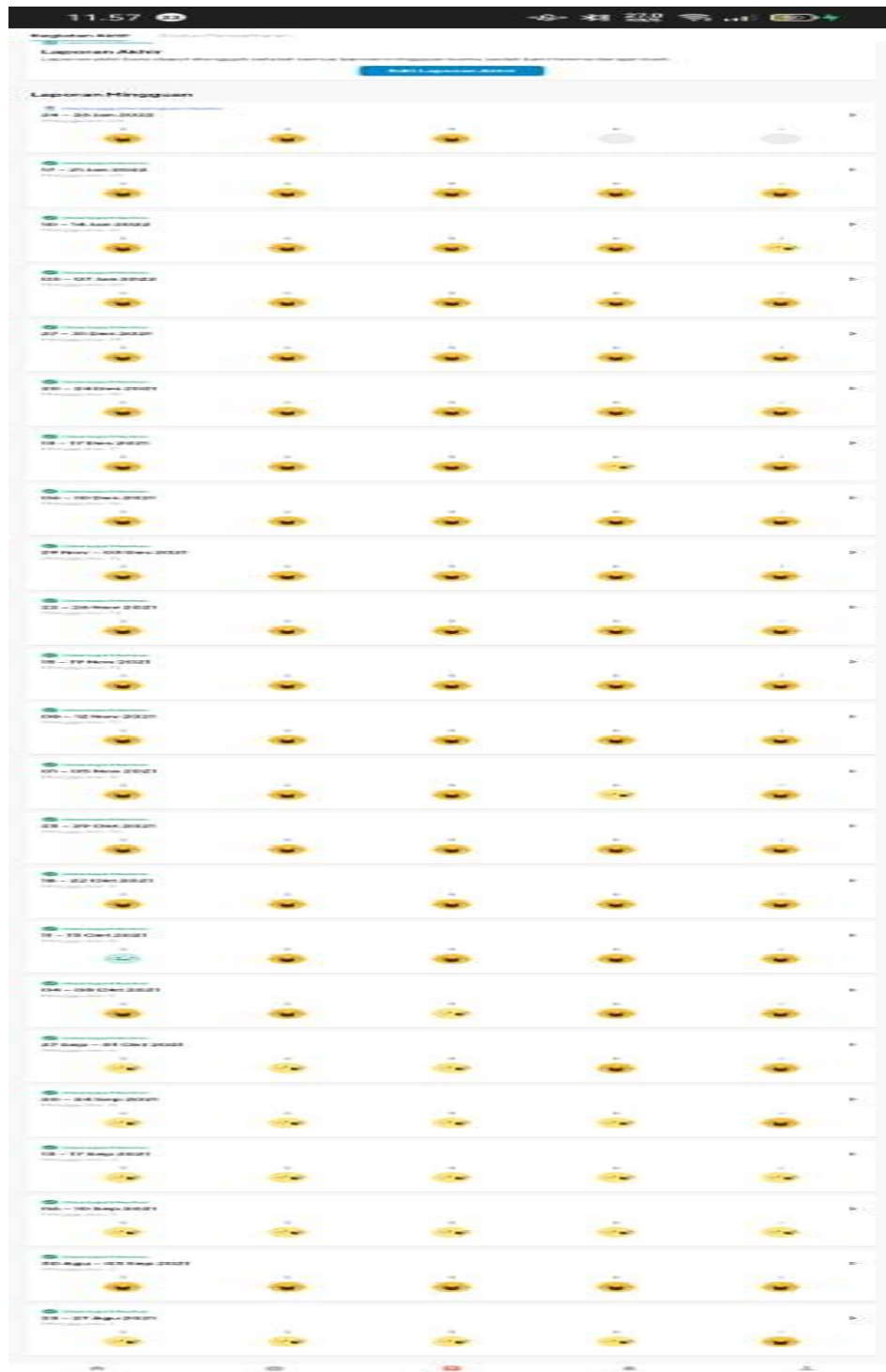
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management (2nd ed.)*. England: Pentice-hall.
- Oktriwina, A. S. (2020, December 23). *Berkenalan dengan SMART, Metode untuk ProjectManagement yang efektif*. From <https://glints.com/id/lowongan/metode-smart-adalah/#.YfUIPtVBxhE>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Canvas (T. Clark, Ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Risch, E. (1991). *Retail Merchandising(2th ed.)*. Macmillan Publishing.

LAMPIRAN



The screenshot displays a mobile application interface for reporting MBKM activities. The title is "Laporan MBKM" and the subtitle is "Laporan PT. Mitra Adi Perkasa". Below the title, there is a "Laporan Mingguan" section. The main content is a list of weekly reports, each with a date range and a corresponding icon. The reports are as follows:

Week	Date Range	Status
1	24 - 30 Aug 2021	Completed
2	31 - 06 Sep 2021	Completed
3	07 - 13 Sep 2021	Completed
4	14 - 20 Sep 2021	Completed
5	21 - 27 Sep 2021	Completed
6	28 - 04 Okt 2021	Completed
7	05 - 11 Okt 2021	Completed
8	12 - 18 Okt 2021	Completed
9	19 - 25 Okt 2021	Completed
10	26 - 01 Nov 2021	Completed
11	02 - 08 Nov 2021	Completed
12	09 - 15 Nov 2021	Completed
13	16 - 22 Nov 2021	Completed
14	23 - 29 Nov 2021	Completed
15	30 Nov - 06 Dec 2021	Completed
16	07 - 13 Dec 2021	Completed
17	14 - 20 Dec 2021	Completed
18	21 - 27 Dec 2021	Completed
19	28 Dec - 03 Jan 2022	Completed
20	04 - 10 Jan 2022	Completed
21	11 - 17 Jan 2022	Completed
22	18 - 24 Jan 2022	Completed
23	25 - 31 Jan 2022	Completed
24	01 - 07 Feb 2022	Completed
25	08 - 14 Feb 2022	Completed
26	15 - 21 Feb 2022	Completed
27	22 - 28 Feb 2022	Completed
28	01 - 07 Mar 2022	Completed
29	08 - 14 Mar 2022	Completed
30	15 - 21 Mar 2022	Completed
31	22 - 28 Mar 2022	Completed
32	29 Mar - 04 Apr 2022	Completed
33	05 - 11 Apr 2022	Completed
34	12 - 18 Apr 2022	Completed
35	19 - 25 Apr 2022	Completed
36	26 - 02 Mei 2022	Completed
37	03 - 09 Mei 2022	Completed
38	10 - 16 Mei 2022	Completed
39	17 - 23 Mei 2022	Completed
40	24 - 30 Mei 2022	Completed
41	31 Mei - 06 Jun 2022	Completed
42	07 - 13 Jun 2022	Completed
43	14 - 20 Jun 2022	Completed
44	21 - 27 Jun 2022	Completed
45	28 Jun - 04 Jul 2022	Completed
46	05 - 11 Jul 2022	Completed
47	12 - 18 Jul 2022	Completed
48	19 - 25 Jul 2022	Completed
49	26 - 01 Aug 2022	Completed
50	02 - 08 Aug 2022	Completed



The screenshot displays a mobile application interface for a weekly activity report. At the top, the status bar shows the time 11:57 and various system icons. The app header includes the title 'Laporan MBKM' and a blue button labeled 'Lihat Laporan MBKM'. Below this, the title 'Laporan Mingguan' is followed by a list of weekly periods from 23/08/2021 to 26/01/2022. Each row represents a week, and each column represents a day within that week. The cells in the grid contain a yellow circular icon with a green checkmark, signifying that the activities were completed successfully. The interface is clean and organized, with a white background and clear text.



Browser tabs: (237) WhatsApp, MAP Way - Progra..., Produk : Penyiram..., Power Point Intro..., Laporan Akhir_Su..., Informasi Kunjuri..., MAP - IMAP

URL: imap.worldmanager.com/admin/ctrl?page=yourTrainingSub&categoryID=345

#LearnMAPWay

Individual Performance

My Training Average Results

Muhammad Irfan Aji Prabowo
Team Member

92%

MAP Way - Operation Department 1

Name	Status	Score
MAP Way - Operation Department 1 - Visual Merchandising	Pass	5/5 (100%)
MAP Way - Store Management Case Study	Pass	1/1 (100%)
Operation Department 1 - Customer Engagement	Not Attempted	—
Operation Department 1 - Loss and Prevention 1	Pass	10/10 (100%)
Operation Department 1 - Merchandising 1	Pass	5/5 (100%)
Operation Department 1 - Retail 101	In Progress	—
Operation Department 1 - Store Management 1	Pass	5/5 (100%)
Operation Department 1 - Visual Merchandising (Zoom)	Pass	1/1 (100%)

MAP Way - Operation Department 2

MAP Way - Operation Department 3

MAP Way - Operational Department 1 - Sign Off

MAP Way - Operational Department 3 - Sign Off



MAP Retail Academy Transcript – MAP Way Program



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Name : Muhammad Irfan Aji Prabowo
Program : Certified Independent Study

Operation Department 1 (OD 1)

Learning Material	Average Score	Grade
Retail 101	93.75	A
Customer Management 1	93.75	A
Store Management 1	93.75	A
Loss and Prevention 1	81.5	A
Visual Merchandising 1	96.25	A
Merchandising 1	85	B
Final Test OD 1	53	C
Total Average Score OD 1	81.9	A

Operation Department 2 (OD 2)

Learning Material	Average Score	Grade
Customer Management 2	89.5	A
Store Management 2	91.25	A
Loss and Prevention 2	81.25	A
Visual Merchandising 2	62.5	B
Merchandising 2	85.5	A
Final Test OD 2	75	B
Total Average Score OD 2	80.6	B

The average score is based on :

1. 20% LMS
2. 20% Case Study
3. 20% Forum
4. 20% Participation
5. 20% Final Test

Operation Department 3 (OD 3)

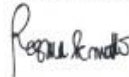
Learning Material	Average Score	Grade
Operational Department 3	78	B
Final Project	88	A
Total Average Score OD 3	95.6	A

Grade Description

Grade	Score Range
A	81-100
B	61 - 80
C	41 - 60
D	21 - 40
E	0 - 20

The student's final score is **85.52/ Grade A**

Jakarta, January 25, 2022



Regina K. Mutti
General Manager of MAP Retail Academy



Sahid Sudirman Center 58th Floor. 📍
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86, Jakarta 10220
(62-21) 574-5808 | 0816-88-1000 📞 @mapretailacademy 📷