

**STRATEGI PENJUALAN ONLINE PADA ALEXANDRIA
ONLINE SHOP**



LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Strata I Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh :

Vetty Marlina

19.12.0090

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2022

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

STRATEGI PENJUALAN ONLINE

PADA ALEXANDRIA ONLINE SHOP

Disusun oleh :

Vetty Marlina

19.12.0090

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing

Laporan Kuliah Kerja Usaha, guna melengkapi persyaratan untuk dapat
menempuh mata kuliah Tugas Akhir

Program Studi Manajemen

Surakarta, 28 April 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Kepala Program Studi Manajemen



(Andri Nurtantiono, S.E., M.M.)

NIDN: 0616016701



(Tri Ratna Purnamasih, S.E., MBA.)

NIDN: 0610119201

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Usaha yang berjudul **“STRATEGI PENJUALAN ONLINE PADA ALEXANDRIA ONLINE SHOP”**. Laporan ini merupakan pertanggungjawaban penulis selama melakukan kegiatan Kuliah Kerja Usaha.

Dalam menyusun laporan ini tentunya tidak mudah, banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi, maka pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing selama melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Usaha sampai dengan tersusunnya laporan ini kepada :

1. Dr. Pardi, S.E.,M.M.,M.H. selaku ketua STIE Surakarta.
2. Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,MBA.selaku ketua prodi S1 Manajemen.
3. Andri Nurtantiono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing kuliah kerja usaha yang telah memberi bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan laporan ini.
4. Bapak Putra Pra Eka dan Ibu Atik Puspa selaku Owner Alexandria Online Shop yang telah memberi kesempatan untuk melakukan Kuliah Kerja Usaha.
5. Seluruh karyawan Alexandria Online Shop yang telah membantu selama proses Kuliah Kerja Usaha.
6. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan Kuliah Kerja Usaha ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dapat menyempurnakan penulisan Laporan Kuliah Kerja Usaha ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Surakarta, 28 April 2022

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
LAPORAN KULIAH KERJA USAHA	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. DIVISI KERJA	3
C. AKTIVITAS	4
D. POKOK MASALAH	8
E. SOLUSI	8
F. KESIMPULAN	9
G. DAFTAR PUSTAKA	11
H. LAMPIRAN	12

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Perusahaan	1
Gambar 2. Struktur Organisasi Alexandria Online Shop	3
Gambar 3. Produk.....	5
Gambar 4. Kategori Produk.....	5
Gambar 5. Packing Produk.....	6
Gambar 6. Harga Produk.....	6
Gambar 7. Kantor Alexandria Online Shop	7

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Penjualan Bulan Februari	12
Lampiran 2. Laporan Penjualan Bulan Maret	12
Lampiran 3. Shopee Seller Centre	12
Lampiran 4. Rekap Harian	13
Lampiran 5. Transaksi Melalui Transfer.....	13
Lampiran 6. Invoice Shopee.....	13
Lampiran 7. Lembar Absensi	14
Lampiran 8. Lembar Penilaian	15
Lampiran 9. Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing	16

A. Latar Belakang



Gambar 1. Logo Perusahaan

Di era serba digital seperti saat ini, internet telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup sehari-hari. Fungsi awalnya yang hanya sebatas menjadi media untuk bertukar informasi pun kini perlahan-lahan bergeser menjadi media baru yang mampu menjadi penggerak ekonomi. Perkembangan Online Shop atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan Online Shop sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan.

Dimulai pada bulan Oktober 2018, Alexandria Online Shop mulai membuka peluang baru dalam bisnis Online Shop. Dengan perkembangan dunia online yang sangat luas dan raksasa marketplace yang sangat kuat kami rasa bisa memanfaatkan peluang yang ada, dengan masuk ke berbagai platform marketplace sehingga jangkauan bisnis semakin luas. Dengan tersedianya marketplace yang begitu banyak dan sistem yang begitu aman dalam proses jual beli dan pengiriman sehingga sangat memantapkan niat dalam usaha perdagangan melalui Online.

Dalam usaha Online Shop juga sudah ada pasar yang luas karena dari setiap masing-masing marketplace mempunyai target pasar yang pasti yang bisa dijangkau kaum milenial dan penyediaan jasa kirim yang sudah luas hingga penjuru wilayah di Indonesia dan bahkan ke Luar Negeri tanpa harus mengirimkan barang secara langsung dan resiko barang hilang ataupun rusak karena semua bisa diklaim ke ekspedisi yang ditunjuk marketplace tersebut dan dibantu sampai proses penjualan selesai, keamanan barang dan uang juga terjaga sehingga meminimalisir jumlah kerugian. Alexandria Online Shop saat ini menjual berbagai produk yang dipasarkan ke berbagai wilayah di Indonesia dan ke Luar Negeri dengan cara menjual produk dengan marketplace Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram dan Facebook. Dengan target pembeli dari berbagai usia dan wilayah yang sangat luas.

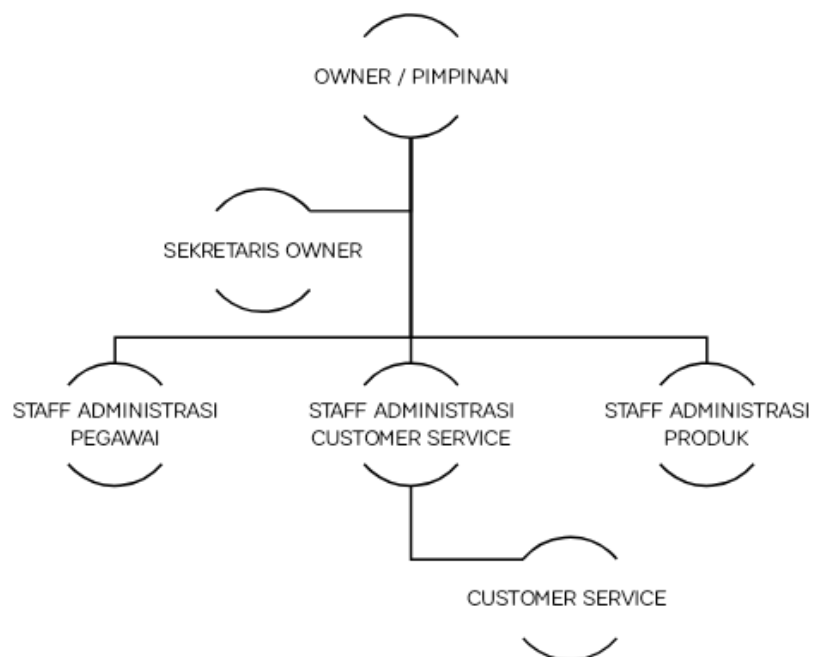
Alexandria Online Shop juga memiliki sistem transaksi dan layanan tersendiri yang belum tentu sama dengan para pesaingnya, sistem layanan yang diterapkan Alexandria Online Shop ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Klasifikasi konsumen Alexandria Online Shop bertujuan untuk memudahkan memilah dan memantau konsumen baru dan konsumen yang telah loyal terhadap Alexandria Online Shop.

Tahapan dalam pembelian melalui ecommerce diantaranya :

- 1) Konsumen memesan produk melalui e-commerce
- 2) Ecommerce mengkonfirmasi bahwa ada rencana pemesanan barang (masuk keranjang pembelian konsumen)
- 3) Konsumen melakukan transfer
- 4) Bank mengkonfirmasi transfer oleh pembeli
- 5) Ecommerce memberikan konfirmasi dan perintah untuk segera mengirimkan barang yang dipesan,
- 6) Pedagang online melakukan proses pengiriman
- 7) Proses pengiriman barang oleh pihak Ekspedisi yang disepakati
- 8) Barang diserahkan kepada pihak konsumen oleh Jasa Ekspedisi

- 9) Konsumen mengkonfirmasi bahwa produk sudah diterima serta memberikan penilaian/rating.
(bintang satu) Artinya konsumen sangat tidak puas
(bintang dua) Artinya konsumen tidak puas
(bintang tiga) Artinya produk biasa-biasa saja
(bintang empat) Artinya produk memuaskan
(bintang lima) Artinya produk sangat sesuai dengan permintaan konsumen online
- 10) E-commerce meminta Bank untuk membuka akses pencairan dana
11) Bank memberi akses pedagang online untuk bisa mencairkan dananya

B. Divisi Kerja



Gambar 2. Struktur Organisasi Alexandria Online Shop

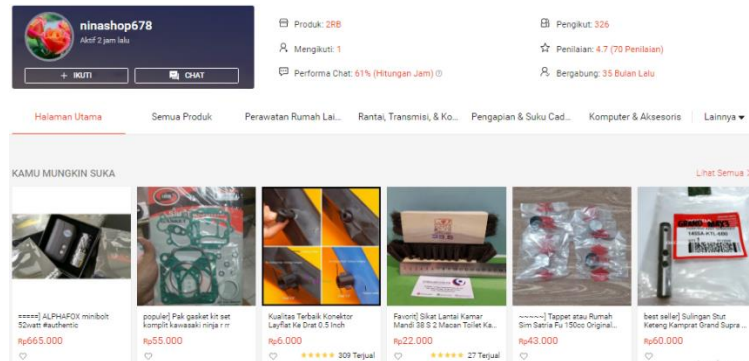
Bagian dan tugasnya :

- a. Owner/Pimpinan
 - 1. Menetapkan rencana kerja dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan rencana kerja secara keseluruhan.
 - 2. Bertanggung jawab atas segala akibat dari pengambilan keputusan.
- b. Sekretaris Owner
 - 1. Melakukan entry data.
 - 2. Mengecek ulang penjualan.
 - 3. Mengelola dokumen perusahaan.
- c. Staff Administrasi Pegawai
 - 1. Membuat agenda kantor
 - 2. Melakukan pengarsipan data
 - 3. Memastikan persediaan ATK
- d. Staff Administrasi Customer Servis
 - 1. Memberikan informasi terkait perusahaan.
 - 2. Komunikator dalam menerima keluhan dan memberikan solusi.
- e. Staff Administrasi Produk
 - 1. Memilih dan mencari produk yang layak di jual.
 - 2. Memasarkan produk.
- f. Customer Servis
 - 1. Melayani customer.
 - 2. Membangun hubungan baik dengan customer.
 - 3. Memberikan penawaran.

C. Aktivitas

Strategi marketing mix yaitu cara menerapkan strategi dalam bauran pemasaran untuk mencapai hasil yang maksimal dan mendapatkan profit yang baik. Seperti pada Alexandria Online Shop yang selalu berusaha menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang pas. Berikut strategi marketing mix yang diterapkan di Alexandria Online Shop:

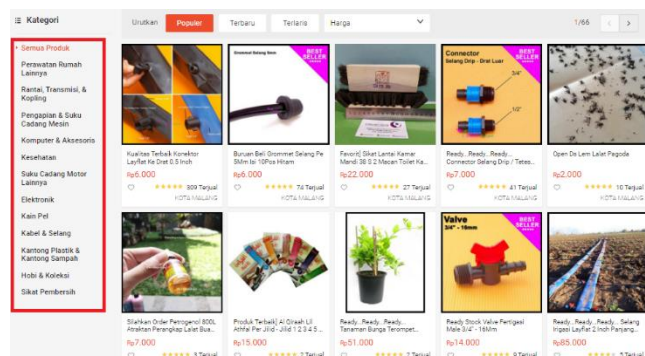
1. Product (Produk)



Gambar 3. Produk

Produk adalah salah satu hal penting dalam sebuah perusahaan. Di Alexandria Online Shop juga menawarkan beberapa produk. Untuk produknya lebih dari 200 produk dengan berbagai macam bentuk, ukuran, gambar dan warna. Berikut strategi produk yang ada di Alexandria Online Shop :

- a. Strategi bauran produk (produk line dan produk item), Alexandria Online Shop mengelompokkan produknya sesuai dengan kategori dan kegunaannya. Penamaannya pun sesuai dengan gambar dan warna yang terdapat pada produk tersebut.



Gambar 4. Kategori Produk

- b. Strategi produk kemasan (packaging), produk yang telah dibeli akan dibungkus dengan menggunakan kardus dan bubble wrap.

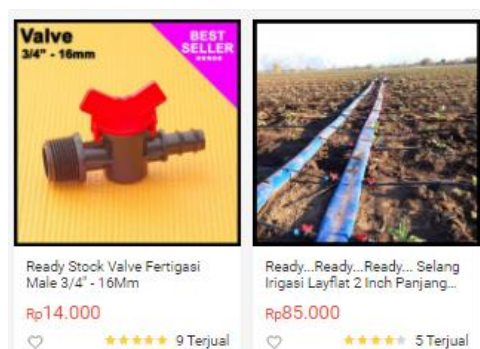


Gambar 5. Packing Produk

- c. Strategi produk pelayanan (service), Customer Service harus mampu melayani pembeli dengan baik dan ramah. Mengkonfirmasi ulang jika pesanan yang diminta kosong dan menawarkan barang lain yang mempunyai fungsi sama.

Penjualan di Alexandria Online Shop menggunakan sistem tanpa harus memiliki stok barang. Jadi menjual barang yang dimiliki oleh supplier tanpa harus membelinya terlebih dahulu. Penjual yang menerima pesanan dari pembeli akan menghubungi supplier.

2. Price (Harga)



Gambar 6. Harga Produk

Harga merupakan unsur dalam pemasaran yang kritis, tetapi dengan adanya harga maka terjadi transaksi yang dianggap sebagai pertukaran

uang dengan produk, dan uang tersebut adalah harga dari suatu produk. Alexandria Online Shop dalam strategi menetapkan harga tentu saja akan memberikan harga yang relatif sesuai dengan pasar.

3. Place (Tempat / Saluran Distribusi)



Gambar 7. Kantor Alexandria Online Shop

Tempat atau saluran distribusi adalah unsur terpenting dalam marketing mix karena dengan tempat atau lokasi yang strategis dapat meningkatkan penjualan. Alexandria Online Shop memiliki beberapa toko yang terletak di Solo, Surabaya, Jakarta, Medan, Bandung dan lain sebagainya. Semakin banyak jangkauannya semakin meningkat juga penjualannya.

4. Promotion (Promosi)

Salah satu unsur terpenting dalam pemasaran adalah promosi sebagai sarana untuk memberikan informasi dan komunikasi perusahaan dengan pembeli. Alexandria Online Shop sendiri tidak mempunyai promosi khusus. Promosi dengan menggunakan media social yaitu via Whatsapp. Memberikan diskon dan voucher gratis ongkir kepada pembeli.

D. Pokok Masalah

1. Product (Produk)

Pada unsur produk penjual menemukan beberapa kendala seperti susahnya mendapat supplier yang sesuai dengan keinginan. Produk yang telah dikirim pun terkadang mengalami kerusakan / cacat yang mengharuskan untuk reject, terkadang supplier terlambat mengirim barang dari jadwal yang sudah ada.

2. Price (Harga)

Dalam menentukan harga penjual mendapat kendala yaitu munculnya keluhan dari pembeli mengenai harga yang terlalu mahal, tak jarang pembeli menawarkan untuk mendapatkan harga murah tetapi penjual menetapkan harga pas sehingga tidak dapat ditawar.

3. Place (Tempat/Saluran Distribusi)

Kendala yang ditemukan dalam elemen place (tempat/saluran distribusi) yaitu penjual hanya melayani via online dan tidak mempunyai toko fisik. Pembeli tidak bisa datang ke toko melihat barang secara langsung.

4. Promotion (Promosi)

Kendala yang dihadapi penjual dalam elemen promosi yaitu hanya mengandalkan satu media untuk beriklan dan kurangnya komunikasi dengan konsumen.

E. Solusi

1. Product (Produk)

Saat melakukan pembelian ke supplier meminta untuk packing yang aman menggunakan kardus dan bubble wrap serta gunakan asuransi jadi sewaktu-waktu barang rusak penjual bisa komplain ke suppliernya. Karena barang tidak ready stok jadi pengiriman sedikit terlambat, solusinya penjual minta tolong ke supplier untuk mengirimkan barang yang penjual pesan menggunakan kode booking dari market place yang penjual gunakan.

2. Price (Harga)

Memberikan diskon dengan minimal pembelian agar bisa menjadi langganan dan pembeli bisa melakukan pemesanan ulang di kemudian hari.

3. Place (Tempat/Saluran Distribusi)

Walaupun tidak ada toko fisik tetap di optimalkan untuk penjualan online , karena di keadaan pandemi saat ini banyak orang membeli barang dengan cara online, tanpa harus ribet datang ke pusat pembelanjaan. Tinggal pilih barang yang di inginkan dari rumah melalui handphone dan barang diantar sampai tujuan.

4. Promotion (Promosi)

Memperluas promosi dengan menggunakan Instagram dan Facebook. Menawarkan audiens sebagai reseller. Informasikan review produk dan testimoni pelanggan kepada calon pembeli.

F. Kesimpulan

Strategi marketing mix yaitu cara menerapkan strategi dalam bauran pemasaran untuk mencapai hasil yang maksimal dan mendapatkan profit yang baik. Marketing mix yang diterapkan yaitu 4P. Pertama product, satu hal penting dalam sebuah perusahaan. Disini penjual mengalami kendala supplier terlambat mengirim barang dari jadwal yang sudah ada. Karena barang tidak ready stok jadi pengiriman sedikit terlambat, solusinya penjual minta tolong ke supplier untuk mengirimkan barang yang penjual pesan menggunakan kode booking dari market place yang penjual gunakan. Kedua price, unsur dalam pemasaran yang kritis. Kendala yang dihadapi penjual, munculnya keluhan dari pembeli mengenai harga yang terlalu mahal, solusinya memberikan diskon kepada pembeli dengan minimal pembelian. Ketiga place, unsur terpenting dalam marketing mix karena dengan lokasi yang strategis dapat meningkatkan penjualan. Kendalanya, hanya melayani via online dan tidak mempunyai toko fisik. Walaupun tidak ada toko fisik tetap di optimalkan untuk penjualan online , karena di keadaan pandemi saat ini banyak orang membeli barang dengan cara online, tanpa harus ribet datang ke pusat

pembelanjaan. Keempat promotion, salah satu unsur terpenting dalam pemasaran sebagai sarana untuk memberikan informasi dan komunikasi perusahaan dengan pembeli. Kendalanya, hanya mengandalkan satu media untuk beriklan dan kurangnya komunikasi dengan konsumen. Solusinya memperluas promosi agar penjualan dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

<https://fe.unars.ac.id/index.php/2017/11/02/berkembanganya-proses-transaksi-ecommerce-indonesia/>

http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:LXI4xp_GSZEJ:scholar.google.com/+prosedur+penjualan+online+melaui+transfer&hl=id&as_sdt=0,5

<https://www.taupasar.com/2020/06/pemasaran-online-definisi-jenis-jenis.html?m=1>

<https://www.hestanto.web.id/online-shop/>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Penjualan Bulan Februari

TARGET MINIMAL C S 22.000.000										97,68%
TARGET LABA BULANAN ALL TIM 30.000.000										71,64%
TARGET LABA UPLOADTER 30.000.000										46,59%
OMSET PENJUALAN										36.829.150
OMSET LABA										21.490.619
OMSET SEBENARNYA										63,53%
REKAP OMSET							DANA BELUM DITARIK			
NAMA	LABA	TAMBAHAN LABA	TOTAL LABA	OMSET PENJUALAN	PROSENTASE	TOTAL PROSENTASE	TOTAL PENJUALAN	BELUM DITARIK	PROSENTASE	
TANASYA	Rp3.767.805	Rp2.364.205	Rp6.132.010	Rp9.832.695	62,80%	102,20%	Rp16.775.000	Rp0	0,00%	
FEBY	Rp1.303.674	Rp690.176	Rp1.993.850	Rp3.759.156	32,59%	49,85%	Rp6.098.000	Rp42.867	1,14%	
FIDIYA	Rp1.796.819	Rp793.841	Rp2.590.660	Rp6.106.331	58,88%	86,36%	Rp9.262.150	Rp40.000	0,67%	
EVI	Rp2.545.661	Rp1.199.000	Rp3.744.661	Rp5.999.185	84,86%	124,82%	Rp9.980.846	Rp0	0,00%	
LINA	Rp2.302.952	Rp1.253.545	Rp3.556.497	Rp5.383.066	76,77%	118,55%	Rp9.664.110	Rp0	0,00%	
SEKAR	Rp1.962.465	Rp1.037.897	Rp3.000.362	Rp4.768.625	65,42%	100,01%	Rp7.965.250	Rp0	0,00%	
VIA	Rp183.900	Rp104.273	Rp288.173	Rp689.100	6,13%	9,61%	Rp1.099.000	Rp0	0,00%	
SANTI	113.000	71.406	Rp184.406	Rp291.000	3,77%	6,15%	491.000	Rp0	0,00%	
TOTAL	13.976.276	7.514.343	21.490.619	Rp36.829.158	69,88%	97,68%	61.335.356	Rp82.867	0,23%	

Lampiran 2. Laporan Penjualan Bulan Maret

TARGET MINIMAL CS 20.000.000										155,25%
TARGET LABA BULANAN ALL TIM 42.000.000										107,19%
TARGET LABA UPLOADER 42.000.000										105,9%
OMSET PENJUALAN										108.229.443
OMSET LABA										45.021.422
OMSET SEBENARNYA										105,95%
REKAP OMSET							DANA BELUM DITARIK			
NAMA	LABA	TAMBAHAN LABA	TOTAL LABA	OMSET PENJUALAN	PROSENASE	TOTAL PROSENASE	TOTAL PENJUALAN	GLOBAL, BLM DITRK	BELUM DITARIK	PROSENASE
EVI	Rp7.457.804	Rp113.949	Rp7.571.753	Rp14.352.876	149,16%	151,44%	Rp27.069.780		Rp0	0,00%
LINA	Rp5.011.602	Rp20.000	Rp5.031.602	Rp12.667.438	100,23%	100,63%	Rp20.984.540		Rp0	0,00%
SEKAR	Rp6.462.143	Rp94.023	Rp6.556.166	Rp21.643.147	169,24%	171,12%	Rp34.871.490		Rp0	0,00%
FIDIVA	Rp6.317.011	Rp90.686	Rp6.407.697	Rp15.150.329	126,34%	128,15%	Rp25.188.940		Rp0	0,00%
OLIF	Rp3.576.852	Rp82.591	Rp3.659.443	Rp9.821.348	71,54%	73,19%	Rp16.325.000		Rp0	0,00%
SANTI	Rp5.485.831	Rp24.800	Rp5.510.631	Rp12.284.655	137,15%	137,77%	Rp20.734.886		Rp0	0,00%
DEVYA	Rp3.868.906	Rp0	Rp3.868.906	Rp9.807.280	128,96%	128,96%	Rp16.022.308		Rp0	0,00%
NANDA	Rp4.318.330	Rp96.892	Rp4.415.222	Rp12.494.370	143,94%	147,17%	Rp19.585.500		Rp0	0,00%
TOTAL	Rp44.498.481	Rp522.941	Rp45.021.422	Rp108.229.443	153,44%	155,25%	Rp180.782.524		Rp0	0,00%

Lampiran 3. Shopee Seller Centre

Shopee Seller Centre

PENTING: Karena adanya lonjakan pesanan pada puncak 3.3 Fashion Sale, batas masa pengemasan pesanan non-Pre-order yang masuk pada 3, 5, dan 6 Mar diperpanjang 1 hari untuk semua jasa kirim.

Yang Perlu Dilakukan

Hai! hai yang perlu kamu lakukan

Belum Bayar 0	Pengiriman Perlu Diproses 1	Pengiriman Telah Diproses 1	Menunggu Respon Penjual 0
Menunggu Respon Pengiriman	Produk Dibatal/Diturunkan 0	Produk Habis 26	Promo Akan Datang 0

Bisnis Saya

(Waktu update terakhir GMT+7 14:02)

Tampilkan data toko untuk pesanan yang siap dikirim

Perjualan	Total Pengiriman	Produk Dibatil
0	26	38
- vs kemarin: -	- vs kemarin: -3.70%	- vs kemarin: -28.33%

Pesanan	Tingkat Konversi
0	0.00%
- vs kemarin: 0.00% -	- vs kemarin: 0.00% -

Seller Missions

- Buat 1 Voucher Toko**
Dapatkan Saldo Sken Shopee senilai \$200
- Buat 1 Promo Toko**
Dapatkan Saldo Sken Shopee senilai \$200

Chat

Lampiran 4. Rekap Harian

08/2022	02	Naturalshop	53.000	✓
		Flyshop	31.900	✓
		Larvashop	89.000	✓
		Gajahshop	70.000	✓
		TH		
01/2022	03	Lokushop	299.400	✓
		Rameshop	34.000	✓
		Zeddshop	41.200	✓
		Gitashop	36.000	✓
		Hivishop	46.000	✓
		Kartikashop	45.300	✓
		Aullashop	52.300	✓
		Larvashop	53.000	✓
		Larvashop	126.000	✓
		TH	65.000	✓
02/2022	03	Larvashop	31.000	✓
		Gitashop	32.200	✓
		Gitashop	300.500	✓
		Greenshop	72.000	✓
		Zeddshop	283.200	✓
		Kartikashop	53.800	✓
		Serbashop	83.500	✓
		TH	806.200	✓

08/2022	03	Primashop	121.000	✓
		Letashop	13.900	✓
		Lokushop	150.000	✓
		Zeddshop	80.900	✓
		Larvashop	26.300	✓
		TH	152.800	✓
04/2022	03	Greenshop	604.500	✓
		Antengshop	56.000	✓
		Antengshop	31.200	✓
		Greenshop	56.000	✓
		Antengshop	26.000	✓
		Gitashop	10.500	✓
		Leahstore	488.000	✓
		Zeddshop	26.000	✓
		Zeddshop	140.700	✓
		TH	874.300	✓
05/2022	03	Kolashop	31.000	✓
		Primashop	39.000	✓
		Zeddshop	147.800	✓
		Greenshop	56.000	✓
		Gitashop	21.000	✓
		Putihshop	34.800	✓
		Songyuu	50.000	✓
		TH	460.200	✓

INVOICE OFFLINE 8/3/2022

Nama: BASANTA

NO	KET	HARGA
1.	ANS AMINO TABLET 500 TABS ESSENTIAL ESENSIAL AMINO	Rp. 525.000
	Ongkir pengiriman	Rp. 0.
TOTAL		Rp. 525.000

Bukti pembayaran

Transfer Berhasil

Tanggal: 08 Mar 2022 11:21:43

Ke: ANISSA PUSPITA SARI WUA 6106811499

Nominal: Rp 525.000,00

Referensi: 525000000

Limitless

Shopee

Peris Dikirim

Detail Pesanan

No. Pesanan: 12345678901234567890

Alamat Pengiriman: Jl. Raya ...

Informasi Jasa Kirim: Paket 1: Reguler (Dikirim) / JST Express

Informasi Pembayaran

Transaksi: 1

Detail Transaksi: 1

Total Pesanan: Rp72.000

Subtotal Ongkos Kirim: Rp0

Ongkos Kirim: Rp0

Biaya Admin: Rp1.800

Total Pembayaran: Rp70.200

Pembayaran Pribadi: Rp72.000

Lampiran 5-Transaksi Melalui Transfer

Lampiran 6-Invoice Shopee

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
Jl. Slamet Riyadi Makamhaji 435 - 437
Telp. (0271) 717785 Fax (0271) 724810
Kartasura, Sukoharjo, Surakarta
Website : www.stiesurakarta.ac.id
Email : info@stiesurakarta.ac.id / sties1@yahoo.co.id

Nama mahasiswa
NIM
Dosen Pembimbing, WA
Nama Perusahaan
Alamat Perusahaan
Periode KKU

Vitty Marlina
19120920
Ardi Nurliantono, S.E., MM 7081326495673
Alexandria Online Shop
Perum Tiana Ardi, Jl. Palembang SLEF 6 No. 22, Purbayan, Baki Sth.
1 Februari 2022, S/D 31 Maret 2022

April 2022				Jumat / 1	Sabtu / 2	Minggu / 3
Senin / 4	Selasa / 5	Rabu / 6	Kamis / 7	Jumat / 8	Sabtu / 9	Minggu / 10
Senin / 11	Selasa / 12	Rabu / 13	Kamis / 14	Jumat / 15	Sabtu / 16	Minggu / 17
Senin / 18	Selasa / 19	Rabu / 20	Kamis / 21	Jumat / 22	Sabtu / 23	Minggu / 24
Senin / 25	Selasa / 26	Rabu / 27	Kamis / 28	Jumat / 29	Sabtu / 30	

Badan Usaha


PUTRA EKA SSI

Lampiran 8-Lembar Penilaian



STIE Surakarta

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
Jl. Slamet Riyadi Makhajji 435 - 437
Telp. (0271) 717785 Fax. (0271) 724816
Kartasura, Sukoharjo, Surakarta
Website : www.stiesurakarta.ac.id
Email : info@stiesurakarta.ac.id / sties1@yahoo.co.id

NILAI KULIAH KERJA USAHA (KKU)

Nama Mahasiswa : Vetty Marlina
NIM : 12120080
Dosen Pembimbing : Andri Murtanono, S.E., M.M
Nama Perusahaan : Alexandria Online Shop
Judul : Strategi penjualan Online Pada Alexandria Online Shop

NO.	KETERANGAN	NILAI PERUSAHAAN
A	KEDISIPLINAN	
1	Ketepatan Waktu / Disiplin	90
2	Sikap Kerja / Prosedur Kerja	85
3	Tanggungjawab Terhadap Tugas	90
4	Kehadiran / Absensi	90
5	Mematuhi Peraturan	85
B	PRESTASI KERJA	
1	Kemampuan Kerja	85
2	Keterampilan Kerja	90
3	Kualitas Hasil Kerja	85
4	Kemampuan Beradaptasi	90
5	Kerjasamanya	85
6	Kerajinan / Inisiatif	90
C	KREATIVITAS	
1	Mampu berpendapat	85
2	Mampu menganalisis masalah	90
3	Mampu memecahkan masalah	85
D	PERFORMANCE	
1	Penampilan	90
2	Etika Berpakaian	90
Nilai Rata-Rata Perusahaan		87,8
Nilai Dosen Pembimbing KKU		87,8
Total Nilai (Perusahaan dan Pembimbing KKU)		175,6

Apakah Bapak/Ibu Pimpinan bersedia merekrut mahasiswa KKU tersebut diatas untuk menjadi karyawan di perusahaan/instansi yang Bapak/Ibu pimpin?

☒ YA

☐ TIDAK



DOSEN PEMBIMBING

Andri Murtanono
NIDN:

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Putra M. Eka, S.Si
NIDN: 0660119201

Catatan : Pedoman Penilaian

Nilai dalam Huruf	Poin	Rentang Skor
A	4.0	85.00-100.00
A-	3.75	80.00-84.99
B+	3.50	75.00-79.99
B	3.00	70.00-74.99
B-	2.75	65.00-69.99
C+	2.50	60.00-64.99
C	2.00	55.00-59.99
D	1.00	40.00-54.99
E	0	00.00-39.99

Lampiran 9-Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing

Lampiran 9. Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing

Nama : Vetty Marlina

NIM : 19120090

Pogram Sstudi : Manajemen

Judul : Strategi Penjualan Online Pada Alexandria Online Shop

Dosen Pembimbing : Andri Nurtantiono, S.E., M.M.

No.	Hari/Tanggal	Keterangan	TTD
1	Rabu, 2 Maret 2022	Pengajuan judul	
2	Kamis, 21 April 2022	Konsultasi laporan	
3	Rabu, 27 April 2022	Konsultasi laporan	
4	Kamis, 28 April 2022	Konsultasi laporan (ACC)	