

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA GO! WET WATERPARK
DIVISI SALES MARKETING**

GRACE PATRICIA

8223136634



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

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

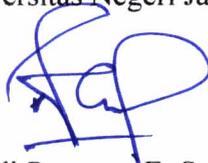
FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

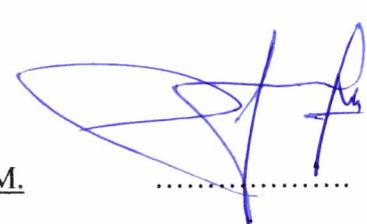
2017

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji, <u>Dra. Sholikhah, MM</u> NIP. 196206231990032001		20 Juli 2017
Penguji Ahli, <u>Agung Kresnamurti R.P.ST, M.M.</u> NIP. 197404162006041001		20 Juli 2017
Dosen Pembimbing, <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031001		20 Juli 2017

LEMBAR EKSEKUTIF

Grace Patricia. 2013. 8223136634. Laporan Praktik Kerja Lapangan Divisi Sales Marketing di Go! Wet Waterpark. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun sesuai dengan pengalaman yang telah praktikan dapatkan selama mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Go! Wet Waterpark yang beralamatkan di Jalan Southern Boulevard Kav. 1 Grand Wisata, Tambun, Bekasi selama 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal 3 Agustus 2016 sampai 3 Oktober 2016. Laporan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun untuk memenuhi tugas yang diberikan oleh prodi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (Amd).

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai dunia kerja yang sebenarnya serta membiasakan praktikan dalam mengerjakan tugas di Go! Wet Waterpark. Praktikan bekerja di Divisi Sales pada bagian Marketing yaitu yang membantu mempromosikan ke banyak instansi seperti sekolah, komunitas, yayasan, Universitas, dan Perusahaan.

Pekerjaan yang dilaksanakan praktikan seperti menerima telepon masuk, menemani pengunjung yang ingin survei area, melakukan promosi ke sekolah, melaksanakan pameran, rapat bulanan tim sales, membuat laporan bulanan. Dari pekerjaan yang telah dilaksanakan, praktikan mendapat pengetahuan tentang bagaimana situasi bekerja dan pekerjaan yang dilakukan di Go! Wet Waterpark di divisi Sales Marketing pada bagian Sales school.

Kata kunci : Pemasaran, Promosi, Penjualan,

EXECUTIVE SUMMARY

Grace Patricia. 8223136634. 2013. Report of Field Work Practice Division Sales Marketing at Go! Wet Waterpark. Program Study Diploma in Marketing Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

Report of Field Work Practice (PKL) is prepared in accordance with the experience that has been praktikan get for following the activities of Field Work Practice (PKL) on the Go! Wet Waterpark is addressed at Jalan Southern Boulevard Kav. 1 Grand Scenic, Tambun, Bekasi for 2 (two) months from the date of August 3, 2016 to October 3, 2016. The activity report Work Practice (PKL) is structured to fulfill the tasks assigned by the Prodi DIII Marketing Management, Faculty of Economics, University of Jakarta to get a degree Ahli Madya (Amd).

Report of Field Work Practice (PKL) is intended to provide an overview of the real world of work as well as familiarize praktikan in doing the task in Go! Wet Waterpark. Praktikan worked in Sales at the Marketing Division is helping to promote to many institutions such as schools, communities, foundations, universities, and the Company. Work performed praktikan such as accepting incoming calls, accompany visitors who wish to survey the area, promoting to school, carrying out exhibitions, monthly meeting sales team, create monthly reports. From the work that has been carried out, the practitioner gain knowledge of how the situation work and the work being done on the Go! Wet Waterpark in Division Sales Sales Marketing at the school

Keywords: Marketing, Promotion, Sales

KATA PENGANTAR

Puji syukur praktikan panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul: Laporan Praktik Kerja Lapangan di Go! Wet Waterpark tepat pada waktunya.

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar ahlimadya di Program Studi D III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Praktikan menyadari bahwa laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu praktikan berterimakasih kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. selaku Pembimbing PKL.
2. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
4. Seluruh dosen dan staf administrasi FE-UNJ.
5. Bapak Hans Lubis di Go! Wet Waterpark yang telah memberikan informasi data yang praktikan butuhkan selama penelitian.
6. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah mendukung selama penyusunan laporan PKL.
7. Kepada teman-teman DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan semangat kepada praktikan dalam pengerjaan laporan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melipat gandakan pahala kepada mereka semua atas bantuan dan dorongan nya sehingga praktikan dapat menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan ini. Praktikan menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat berguna untuk praktikan dan banyak orang.

Jakarta, Februari 2017

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	3
C. Manfaat PKL	4
D. Tempat Pelaksanaan PKL.....	4
E. Waktu Pelaksanaan PKL	5
BAB II. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Perusahaan	6
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
C. Kegiatan Umum Perusahaan	12
BAB III. PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Kerja.....	23
B. Pelaksanaan Kerja.....	26
C. Kendala Yang Dihadapi.....	37
D. Cara Mengatasi Kendala.....	38
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	40
B. Saran-saran	43
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 : Daftar Taman Wisata Air	2
Tabel II.1 : Tarif Pengunjung Regular	16
Tabel II.2 : Jam Operasional	19

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 : Logo Perusahaan Go! Wet Waterpark.....	7
Gambar II.2 : Struktur Organisasi Go! Wet Waterpark.....	8
Gambar II.3 : Struktur Organisasi Divisi Marketing Go! Wet Waterpark.....	9
Gambar II.4 : Alur Proses Penjualan Produk Go! Wet Waterpark.....	20
Gambar III.1 : Flowchart Alur Kerja Sales Marketing.....	25
Gambar III.2 : Flowchart Tahap dalam menerima telepon masuk.....	27
Gambar III.3 : Flowchart Tahap dalam menemani pengunjung yang survey....	29
Gambar III.4 : Flowchart Tahap melakukan promosi ke sekolah.....	31
Gambar III.5 : Flowchart Dalam melaksanakan Pameran.....	33
Gambar III.6 : Flowchart Rapat bulanan Tim Sales.....	34
Gambar III.7 : Flowchart Format laporan bulanan Sales.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kartu konsultasi Pembimbingan PKL

Lampiran 2 : Daftar Hadir PKL

Lampiran 3 : Penilaian PKL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Dewasa ini, rekreasi merupakan salah kebutuhan yang sangat penting. Rekreasi mempunyai manfaat yang dapat menjangkau berbagai dimensi hidup manusia. Manfaat yang diperoleh dari adanya rekreasi selain memberi keseimbangan pada diri pribadi, dapat pula memupuk rasa cinta kasih terhadap sesama dan alam semesta (Patty, 2008 : 5)¹.

Rekreasi hanya bisa dirasakan manfaatnya bila rekreasi itu benar-benar diperuntukkan untuk membangun. Salah satu tempat rekreasi favorit yang disukai yakni taman wisata air (*waterpark*). Rekreasi taman wisata air (*waterpark*) merupakan sarana rekreasi yang menyenangkan dan menyehatkan. Apalagi tren saat ini dimana pengembang perusahaan (*developer*) membangun fasilitas sarana rekreasi keluarga untuk menambah daya tarik pemukimannya..

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang berdekatan dengan Ibukota Jakarta. Kota Bekasi berkembang menjadi tempat tinggal pemukiman perkotaan yang pesat (Wikipedia, 2016). Maka disamping sebagai tempat pemukiman (*urban*), Kota Bekasi memiliki banyak sekali sarana rekreasi salah satunya taman wisata air (*waterpark*). Dengan segala fasilitas-fasilitas

¹ Patty, A. M. 2008. Permainan untuk Segala Usia. Cetakan Kesembilan. Jakarta: Gunung Mulia.//diakses pada tanggal 13 februari 2017)

yang menarik dan menantang, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk mengunjungi taman wisata air (*waterpark*).

Berikut ini merupakan beberapa taman wisata air (*waterpark*) yang terdapat di Kota Bekasi yang menarik untuk dikunjungi konsumen (tempawisataseru.com, 2016), yakni sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Taman Wisata Air (*Waterpark*) di Kota Bekasi

No.	Nama Taman Wisata Air (<i>Waterpark</i>) di Bekasi
1.	Kolam Renang Taman Harapan Baru (THB).
2.	Kolam Renang Bintang <i>Sport Center</i> .
3.	<i>Sport Club</i> Harapan Indah.
4.	Kolam Renang <i>Galaxy</i> Tirta Mas.
5.	<i>Venetian Water Carnaval</i> .
6.	<i>Go! Wet Waterpark Grand</i> Wisata Bekasi.
7.	<i>Waterboom</i> Lippo Cikarang.
8.	<i>Columbus Waterpark</i> Mutiara Gading Timur.
9.	<i>Funpark Waterboom</i> .
10.	<i>Sirkus Waterplay</i> Jati Asih.
11.	<i>Transera Waterpark</i> Harapan Indah.

Sumber: <https://tempatwisataseru.com/kolam-renang-di-bekasi/>, 2016.

Dari keseluruhan tempat rekreasi taman wisata air (*waterpark*) di Kota Bekasi, terdapatlah *Go! Wet Waterpark Grand* Wisata Bekasi sebagai taman wisata air (*waterpark*) terbesar di Indonesia. Dengan luas sekitar 7,5 hektare, terdapat bermacam-macam wahana, toko souvenir, kafe, dan lain sebagainya (Kompas Properti, 2015).

Untuk itu praktikan sebagai mahasiswa dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Jurusan Manajemen Program Studi Diploma III Manajemen

Pemasaran, dalam melaksanakan tugas mata kuliah Praktik Kerja Lapangan² (PKL) merasa tertarik dan tertantang untuk melaksanakan praktik kerja³ lapangan pada *Go! Wet Waterpark Grand Wisata Bekasi* yang dikelola oleh PT Putra Tirta Wisata. Praktikan ingin mengetahui kegiatan dan strategi yang dilakukan *Go! Wet Waterpark Grand Wisata Bekasi* (PT Putra Tirta Wisata) dalam mempromosikan dan pelayanan jasa kepada konsumen. Praktikan di tempatkan pada Divisi *Sales Marketing*.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Maksud Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah:

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran.

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah:

1. Meningkatkan wawasan praktikan mengenai adanya sektor bisnis baru yakni taman wisata air (*waterpark*).
2. Meningkatkan keterampilan dalam hal pengerjaan tugas yang diberikan oleh atasan, terlebih praktikan menjalankan praktik kerja lapangan disektor jasa yang membutuhkan perhatian khusus karena berhubungan langsung dengan konsumen.
3. Memperoleh pengalaman kerja yang sebelumnya belum pernah praktikan dapatkan. Sehingga diharapkan dari adanya pengalaman kerja

² Alexander, Hilda. Kompas Properti: Catat, Taman Air Terbesar di Indonesia Ada di Bekasi!.2015. <http://properti.kompas.com/read/2015/02/08/160000721/Catat.Taman.Air.Terbesar.Indonesia.Ada.di.Bekasi.>/(Diakses tanggal 4 Januari 2017).

³ Nanda. 11 Waterpark dan Kolam Renang di Bekasi yang Menarik Dikunjungi. 2016.<https://tempatwisataseru.com/kolam-renang-di-bekasi/>/(Diakses tanggal 4 Januari 2017).

ini dapat memberikan pengaruh yang baik untuk praktikan didunia kerja kedepannya.

4. Membandingkan teori dan praktik yang didapat di perkuliahan dengan dunia kerja. Sehingga praktikan diharapkan nanti dapat mengaplikasikan ilmu manajemen khususnya pemasaran ditempat praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan.

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Praktik Kerja Lapangan (PKL) bukan hanya berguna bagi mahasiswa yang bersangkutan. Tetapi juga bermanfaat bagi Universitas, dunia usaha atau instansi terkait. Manfaat tersebut antara lain :

1. Bagi Mahasiswa :
 - a. Mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan untuk diterapkan di dunia kerja.
 - b. Mahasiswa dapat mengaplikasikan kreativitasnya ke dunia kerja.
 - c. Mahasiswa dapat mengetahui kemampuannya dalam bekerja.
2. Bagi Universitas :
 - a. Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas kurikulum bagi para mahasiswanya.
 - b. Sebagai bahan evaluasi Universitas untuk memberikan kurikulum yang sesuai bagi dunia kerja.
3. Bagi Perusahaan :
 - a. Sebagai salah satu implementasi tanggung jawab sosial perusahaan.
 - b. Dapat memberikan masukan yang positif bagi perusahaan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan di *Go! Wet Waterpark Grand Wisata Bekasi* (PT Putra Tirta Wisata). Selama pelaksanaan, praktikan ditempatkan di Divisi *Sales Marketing*, alamat kegiatan praktikan berada di *Grand Wisata Bekasi, Jalan Southern Boulevard, Kavling 1, Kelurahan Lambangjaya, Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat, Kode Pos 17510.*

No. Telp. : (021) 2956 0000

Twitter : @Gowetwaterpark

Facebook : Go Wet Grand Wisata Bekasi

Instagram : @gowet_grandwisata

Website : <https://info@gowet-grandwisata.com>

E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Jadwal waktu PKL dilakukan selama dua bulan dimulai dari tanggal 1 Oktober 2016 sampai 30 November 2016. Pada hari Senin sampai dengan Jumat PKL dimulai pukul 10.30 ^{s/d} 18.30 WIB . Sabtu dan Minggu dimulai pukul 09.00 ^{s/d} 20.00 WIB.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Sejarah didapatkan praktikan melalui wawancara langsung oleh pihak perusahaan. Go! Wet Waterpark yang dikelola oleh PT Putra Tirta Wisata di buka untuk umum pada 9 Februari 2015. Go! Wet Waterpark adalah proyek prestisius terbaru Sinarmasland yang di kembangkan dalam kawasan Grand Wisata sebuah persembahan bagi keluarga Indonesia yang ingin menikmati wisata air sekaligus rekreasi. Wahana baru tersebut mengincar konsumen di segmen menengah menengah ke atas dan menghadirkan beragam *waterslide* unik.

Go! Wet Waterpark memiliki luas lahan 7,5 Ha. Go! Wet waterpark dilengkapi dengan berbagai arena bermain premium bagi keluarga. Tempat ini juga memiliki fasilitas lengkap mulai dari Merchandise shop, Café, dan gathering area.

Go! Wet Waterpark di rancang khusus untuk menjadi waterpark terbaik di tanah air dengan waterslide yang di desain langsung oleh Whitewater, International Waterpark Consultant dari Kanada.

Go! Wet Waterpark memiliki permainan wahana air terbaru yang belum pernah ada sebelumnya di Indonesia, yakni Go! Twist Amazing Waterslide dan Go! Lazy River with Rapids. Kedua wahana ini selaras dengan tujuan

kehadiran Go! Wet Waterpark yang di rancang untuk memberikan paket hiburan yang lengkap dan tak terlupakan bagi keluarga.

1. Visi dan Misi Peusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan unggul, terkemuka, dan terdepan dalam layanan kepada *customer*.

b. Misi

1. Bekerja keras menciptakan peluang dan pertumbuhan untuk menjadi perusahaan yang terbaik.
2. Memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas tinggi.
3. Mengutamakan mutu dan pelayanan demi kepuasan pelanggan.

2. Logo Perusahaan

Ini adalah logo Go! Wet Waterpark (PT Putra Tirta Wisata)



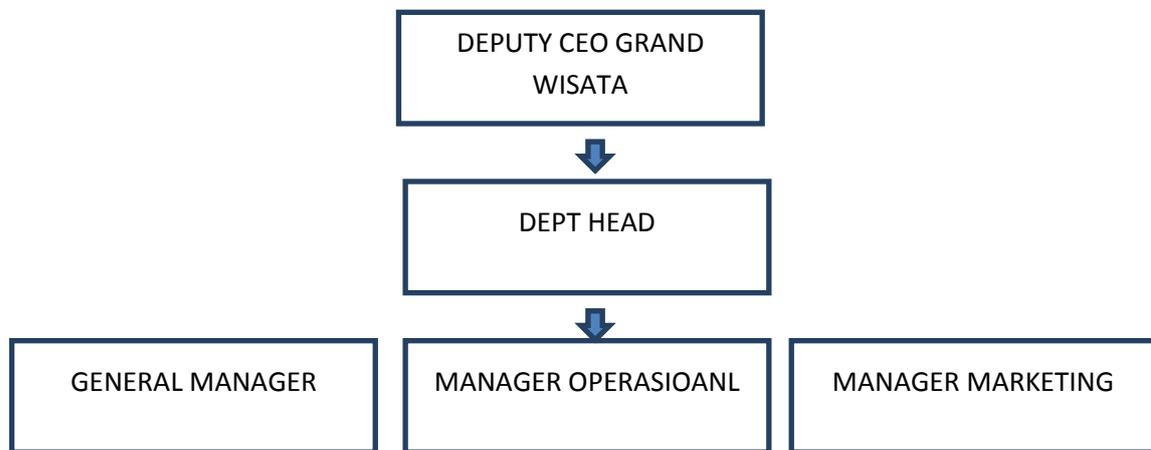
Gambar II.1

Logo Go! Wet Waterpark

Sumber : data di olah oleh penulis

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Ini adalah struktur organisasi perusahaan Go! Wet yang di kelola oleh PT Putra Tirta Wisata. Namun struktur ini hanya terdiri dari pemimpin – pemimpin yang berperan penting di Go! Wet Waterpark. Struktur organisasi perusahaan sebagai berikut :



Gambar II. 2

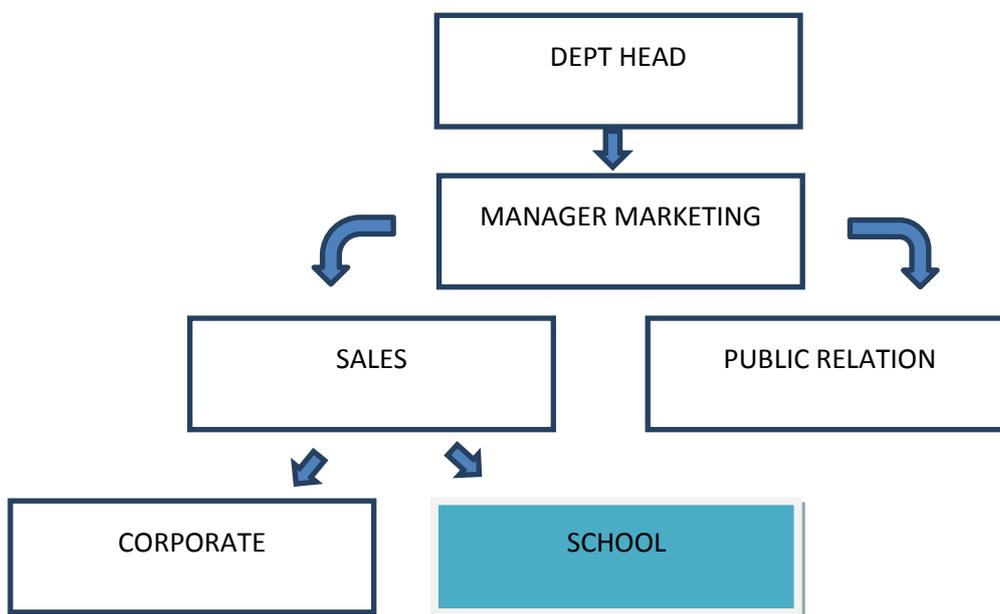
Struktur Organisasi Go! Wet Waterpark

Sumber : Company Profile Go! Wet Waterpark (Tahun 2014)

1

¹ Company Profile Go! Wet Waterpark (Tahun 2014)/(di akses pada tanggal 13 februari 2017)

Terdapat struktur perusahaan dimana praktikan ditempatkan untuk Praktik Kerja Lapangan, yaitu Struktur Organisasi pada Departement Marketing. Praktikan bekerja di bagian Sales Marketing yang bisa dilihat pada struktur organisasi tertanda berwarna biru. Struktur Organisasi bisa dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar II.3
Struktur Organisasi Departement Marketing
Go! Wet Waterpark

Sumber : Company Profile Go! Wet Waterpark (Tahun 2014)

Tugas dan Wewenang

1. Tugas dan wewenang pada struktur organisasi Go! Wet Waterpark :

a. *Deputy CEO:*

- 1) Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
- 2) Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif.
- 3) Menjaga sustainabilitas keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kompetensi utama perusahaan dan mengimplementasikannya.

b. *Dept Head :*

- 1) Memimpin departemennya sesuai dengan tugas pokok yang telah di gariskan oleh Direktur Utama dan membina aparatur departemennya agar berdaya dan berguna

c. *General Manager :*

- 1) Memimpin perusahaan dan menjadi motivator bagi karyawannya.

d. *Manager Operational :*

- 1) Meningkatkan sistem operasional, proses dan kebijakan dalam mendukung visi dan misi perusahaan.

e. *Manager Marketing :*

- 1) Bertanggung-jawab terhadap bagian pemasaran dan melihat perkembangan tiap bulan sesuai target yang sudah di buat.

2. Tugas dan wewenang pada struktur organisasi Departement *Marketing*

Go! Wet Waterpark :

a. *Dept Head* :

- 1) Memimpin departemennya sesuai dengan tugas pokok yang telah di gariskan oleh Direktur Utama dan membina aparatur departemennya agar berdaya dan berguna

b. *Manager Marketing* :

- 1) Bertanggung-jawab terhadap bagian pemasaran dan melihat perkembangan tiap bulan sesuai target yang sudah di buat.

c. *Sales* :

- 1) Bekerja sama dengan personil lain untuk memastikan kelancaran operasional.

d. *Public Relation* :

- 1) Sebagai penghubung dengan klien, manajerial dan staf jurnalistik tentang anggaran, rentang waktu dan tujuan

C. Kegiatan Umum Perusahaan

1. *Product*

Definisi produk menurut Kotler & Armstrong, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen. PT Putra Tirta Wisata terus melakukan inovasi dan menyediakan berbagai solusi.

Produk yang dimiliki 15 jenis yaitu :

a. *Go! Splash.*

Merupakan wahana yang memiliki kedalaman air hanya 30 cm dan di perbolehkan untuk anak – anak dan damping oleh orang tua. Di wahana ini terdapat maskot yang bisa menarik perhatian pengunjung khususnya anak – anak yaitu Prof Wacko dan Waldo.

Di wahana ini tidak menggunakan ban sama sekali karena memang kondisi dari wahana ini sendiri tidak memiliki kedalaman yang signifikan. Terdapat ember tumpah berdiameter 60 yang setiap jamnya beroperasi selama 15 menit. Wahana ini terdapat 4 penjaga di setiap sisi wahana.

b. *Go! Boomer, Go! Fun, Go! Play, Go! Round, Go! Spray.*

Merupakan wahana yang di desain khusus untuk anak – anak. Ini merupakan wahana kedua yang dapat di nikmati oleh anak –anak. Memiliki kedalaman hanya 30 cm saja dan disini tidak memakai ban. Terdapat ember tumpah juga tetapi hanya berdiameter 30 dan setiap jamnya beroperasi selama 15 menit sama seperti wahana Go! Splash. Terdapat penjaga di beberapa titik untuk menjaga setiap aktivitas yang di lakukan di wahana ini berjalan dengan baik.

c. *Go! Wave*

Merupakan wahana yang sangat di minati oleh pengunjung. Di wahana ini memiliki kedalaman dari 0 cm sampai dengan 2 m. Wahana ini juga memiliki 8 ombak yang beroperasi selama 15 menit. Di wahana ini wajib menggunakan ban dan pelampung. Ban juga di siapkan khusus untuk wahana ini berbeda bannya. Ban untuk wahana ini berwarna hijau. Ban ini agak sedikit berat karena memang untuk menahan ombak yang sangat besar. Di wahana ini juga terdapat penjaga yang siap di titik tertentu untuk memantau aktivitas selama ombak berlangsung.

d. *Go! Fast, Go! Flash, Go! Speed, Go! Sprint.*

Wahana ekstrim untuk pengunjung yang memiliki tinggi badan lebih dari 120 cm. Wahana ini wajib menggunakan ban yang terdiri dari tiga orang saja. Ketinggian wahana ini mencapai 160 m dan wahana ini memiliki *waterslides* yang hanya berkelok – kelok saja.

Dan wahana ini menantang adrenalin para pengunjung dengan situasi di dalam waterslides kurang pencahayaan. Setibanya dibawah, kedalaman air hanya 90 cm, hanya seukuran pinggang orang dewasa saja. Dan dibawah sudah siap penjaga untuk membantu pengunjung naik ke atas setelah terhempas ke air.

e. ***Go! Sport***

Merupakan wahana tanpa permainan, wahana ini di minati oleh pengunjung yang hanya ingin renang biasa saja, mengaplikasikan gaya renang sesuai kemampuan. Di wahana ini memiliki kedalaman hanya 90 cm, sepinggang orang dewasa. Di wahana ini tidak perlu memakai ban seperti wahana lainnya. Hanya renang biasa saja. Banyak sekali pengunjung yang berenang di wahana ini. Dan istimewanya di wahana ini, pengunjung selain berenang juga bisa melakukan aktivitas lain seperti foto di dalam air oleh fotografer yang sudah ahli di bidangnya. Wahana ini tidak kalah di minati dengan wahana lainnya.

f. ***Go! Lazy.***

Wahana ini merupakan wahana santai untuk para pengunjung yang datang ke Go! Wet Waterpark. Wahana ini memiliki lintasan yang panjang berbeda dengan waterpark lainnya. Sehingga para pengunjung puas berlama – lama di wahana ini. Kedalaman di wahana ini hanya 90 cm saja. Dan wajib menggunakan ban yang

sudah tersedia di pinggiran kolam. Wahana ini cocok untuk anak – anak dan orang dewasa.

g. ***Go! Spin dan Go! Twist.***

Wahana ini merupakan wahana kedua yang ekstrim dan dapat di nikmati oleh orang dewasa dan yang memiliki tinggi badan lebih dari 120 cm. Tinggi wahana ini 18 m, ini merupakan wahana yang paling tinggi dan paling ekstrim dari wahana lainnya. World Water Kanada hanya membuat 1 wahana ini dan itu di miliki oleh Go! Wet Waterpark. Yang ekstrim dari *waterslide* **Go! Spin** yaitu luncurannya sangat cepat dan akan tertahan di tengah yang memiliki kemiringan 75 derajat dan di putar sebanyak dua kali lalu terhempas ke bawah. Dan setibanya dibawah kedalaman dari wahana ini hanya 90 cm . Berbeda dengan *waterslide* **Go! Twist**, ini juga hanya satu – satunya *waterslide* yang ada di Indonesia dan dibuat oleh World Water Kanada, desain dari wahana ini seperti ular piton besar dan panjang. *Waterslide* ini juga memiliki luncuran yang sangat cepat, dan sesampainya di perut piton ini pengunjung akan di ombang – ambing sebanyak 7 kali dan kemiringan *waterslide* ini sampai 90 derajat. Ini merupakan *waterslide* andalan dari Go! Wet Waterpark yang tidak dimiliki oleh waterpark lainnya. Kedalaman air nya hanya 90 cm dan wahana ini wajib memakai ban. Kapasitas ban hanya untuk 3 orang saja tidak bisa kurang ataupun lebih. Wahana ini juga memiliki kestabilan yang

sangat baik jadi tidak akan membahayakan pengunjung yang bermain di *waterslide* ini.

2. *Price*

Definisi price menurut Kotler adalah kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual.

Tabel berikut adalah tarif pengunjung regular :

Tabel II. 1

Tarif Pengunjung Regular

DAY	ADULT / DEWASA	KID / ANAK-ANAK
Weekday (Senin – Jumat)	Rp 150, 000, 00	Rp 100, 000, 00
Weekend (Sabtu – Minggu)	Rp 225, 000, 00	Rp 175, 000, 00

Sumber : data di olah oleh penulis

3. *Place*

Definisi menurut Philip Kotler mengenai tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang

tepat. Penempatan produk untuk dipasarkan sangat berpengaruh dalam menentukan apakah produk yang dipasarkan tepat sasaran.

Go! Wet Waterpark berlokasi di kota Bekasi, yang memberikan warna berbeda dari waterpark lainnya dan mempermudah untuk pengunjung yang berada di Bandung ataupun kota lain, karena Go! Wet Waterpark memiliki akses tol, yaitu Tol Tambun.

4. Promotion

Promosi adalah hal yang sangat penting dalam kegiatan penjualan. Promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media maupun non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk. Definisi promosi menurut Kotler, Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

Adapun strategi promosi yang dilakukan perusahaan untuk mengadakan kegiatan komunikasi yang efektif dan efisien kepada pelanggan, yaitu:

- a. Pameran
- b. *Flyering*
- c. *Canvasing*
- d. *Telemarketing*

5. *People*

Menurut Philip Kotler yaitu proses seleksi, pelatihan, dan pemotivasian karyawan yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. *People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *product knowledge* yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar. Faktor penting lainnya dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan dalam industri jasa. *Moment of truth* akan terjadi pada saat terjadi kontak antara karyawan dan konsumen. *Attitude* sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

Dalam menjawab tantangan jaman yang semakin kompleks, Go! Wet Waterpark lebih memantapkan langkahnya untuk menghadapi persaingan global. Untuk itu diperlukan kesiapan dari sumber daya manusia untuk tetap bisa meningkatkan kemajuan perusahaan. Go! Wet Waterpark mengembangkan SDM melalui pelatihan agar dapat terus mengikuti perkembangan teknologi di bidang informatika dan

telekomunikasi. Selain itu, Go! Wet Waterpark juga membina hubungan kemitraan dengan institusi terkait serta *customer* yang sudah pernah berkunjung atau mengadakan gathering di Go! Wet Waterpark. Semua itu dilakukan agar Go! Wet Waterpark mampu terus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para *customer* dan *customer* datang kembali untuk gathering di Go! Wet Waterpark. Dalam Operational Go! Wet Waterpark didukung oleh tenaga-tenaga yang memiliki keahlian berkomunikasi dengan baik dan paham administrasi sesuai dengan SOP yang berlaku.

6. *Process*

Proses yaitu semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa (Boom dan Bitner yang dikutip oleh Buchari Alma (2000:234). Proses merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan.

Berikut merupakan jam operasional yang terdapat di Go! Wet Waterpark :

Tabel II. 2

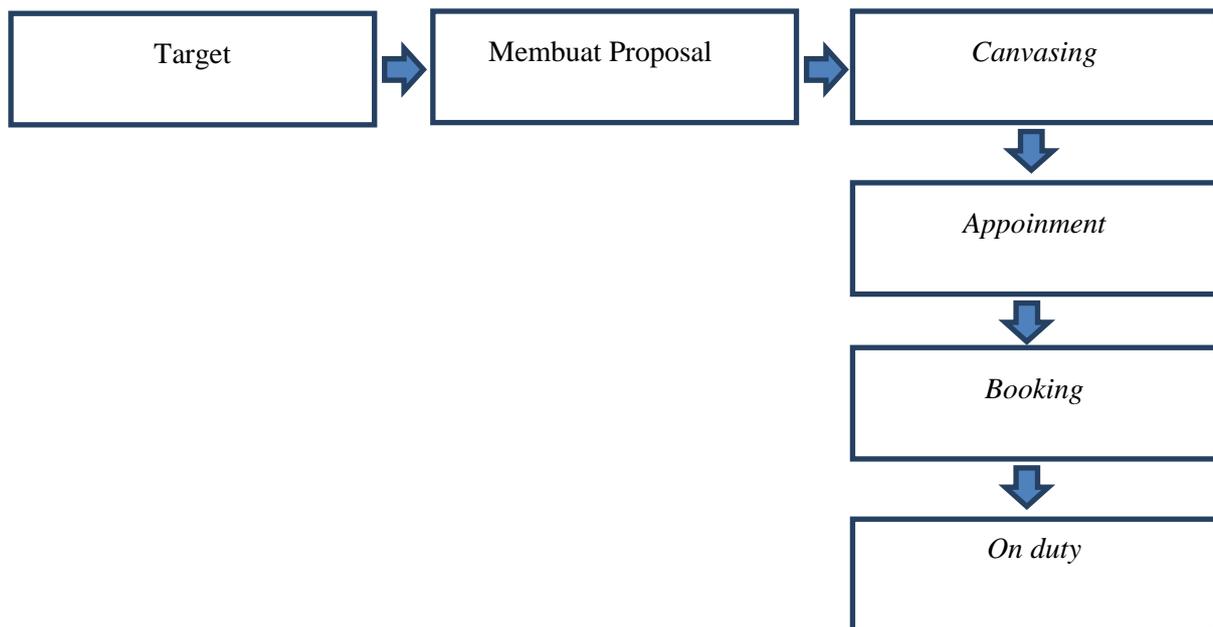
Jam Operasional

HARI	JAM OPERASIONAL
Senin – Jumat	10:30 – 18:30
Sabtu / Minggu / Libur Nasional	09:00 – 20:00

Sumber : data di olah oleh penulis

Dalam menjual produknya, Go! Wet Waterpark menjual produknya melalui beberapa proses.

Proses penjualan produk Go! Wet Waterpark dapat dilihat pada gambar II.4:



Gambar II.4
Alur Proses Penjualan Produk Go! Wet Waterpark (PT. Putra Tirta Wisata)
Sumber : data di olah oleh penulis

Berikut adalah penjelasan secara rinci pada proses penjualan produk Go! Wet Waterpark :

- 1) **Memilih Target Konsumen** adalah langkah pertama seorang *Sales* mencari konsumen untuk menawarkan produk perusahaan.
- 2) **Membuat Proposal** adalah yang harus dilakukan oleh *Sales* untuk diajukan kepada konsumen tentang produk perusahaan yang akan ditawarkan dengan cara melalui email atau mendatangi langsung konsumen.
- 3) **Canvassing** membawa proposal yang sudah di buat berisi penawaran harga, foto wahana serta data *Sales* untuk dapat di hubungi kembali, apakah konsumen tertarik atau tidaknya terhadap proposal yang telah diajukan.
- 4) **Appoitment** adalah hal yang dilakukan *Sales* setelah konsumen tertarik dengan produk dan harga yang ditawarkan, lalu *Sales* bertemu dengan konsumen untuk mempresentasikan tentang produk secara lebih rinci, seperti, Keunggulan, tarif, cara penggunaan, dan sebagainya kepada konsumen tatap muka di Go! Wet Waterpark
- 5) **Booking** ditahap ini konsumen membayar setengah harga untuktanggal kedatangan setelah sudah *Appoitment*.
- 6) **On Duty** ditahap ini konsumen dengan *Sales* bertemu kembali untuk melangsungkan gathering di Go! Wet waterpark.

7. *Physical Evidence*

Bukti fisik menurut Philip Kotler yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan.

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang didalamnya merupakan tempat beroperasinya layanan produk yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Gedung merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter.

Gedung kantor Go! Wet Waterpark bertempat di Jl Southern Boulevard Kav 1, Grand Wisata, Lembangjaya, Tambun, Bekasi.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Dalam pelaksanaan PKL ini, praktikan melaksanakan PKL di PT Putra Tirta Wisata sebagai *Sales Marketing* pada divisi *Marketing*. *Sales Marketing* merupakan sebuah profesi penting dalam dunia *Marketing*. *Sales Marketing* memiliki peran sebagai kunci dalam menjalankan bauran promosi dengan baik, membantu pihak perusahaan dalam meningkatkan jumlah pengunjung agar sesuai dengan target, dan bertanggung jawab atas segala hal yang terjadi di lapangan maupun selama proses administrasi, dari pra administrasi hingga pasca produksi.

Dalam hal ini, *Sales Marketing* dikomando oleh *Sales Manager Marketing*, yang merumuskan SOP dari hasil evaluasi yang telah dibuat, disepakati dan diputuskan oleh *General Manager*. *Sales Marketing* selalu terlibat dalam *event gathering* dengan cara mengamati langsung di lapangan sebagai koordinator lapangan dan memastikan semua yang terjadi di lapangan berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan. Berikut hal-hal yang dilakukan oleh seorang *Sales Marketing*:

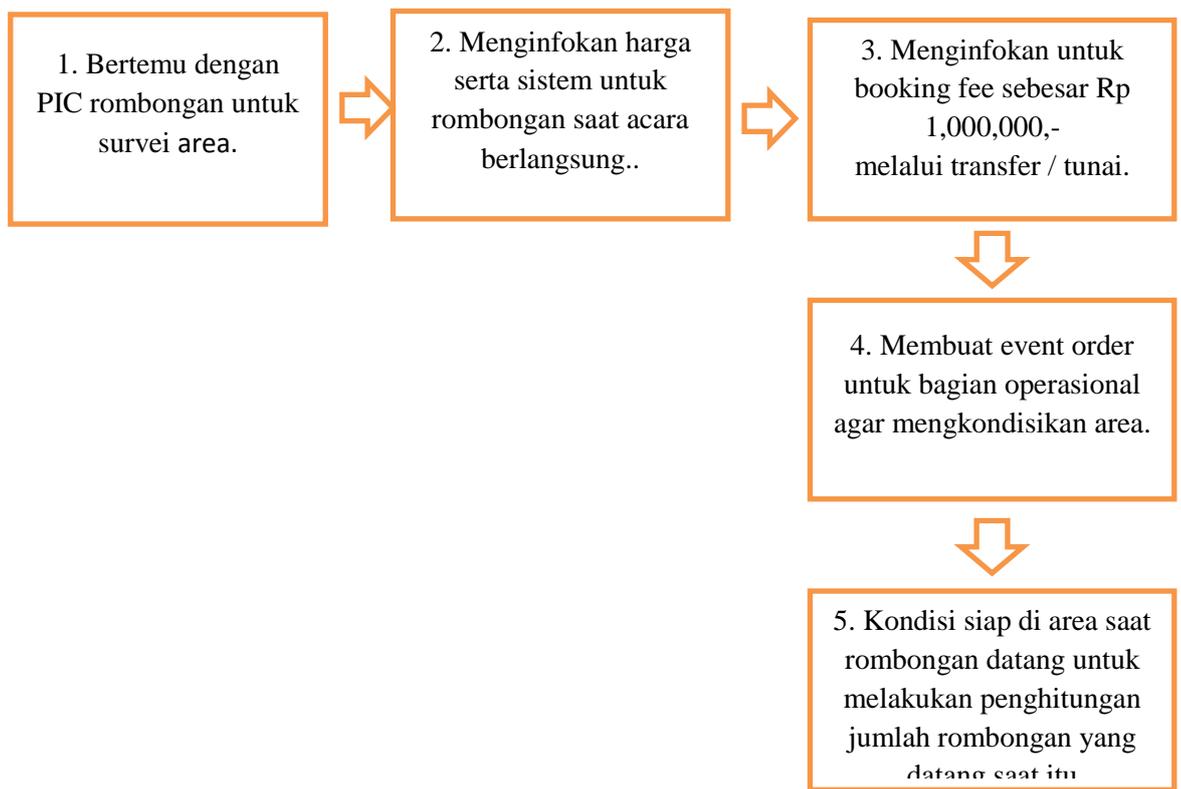
- 1) Pra-Administrasi
 - a) Menanyakan jumlah pax, tanggal acara dan apa saja yang di butuhkan *customer*.

- b) Meminta data lengkap instansi/sekolah, nomor handphone, dan alamat email,
 - c) Mengirimkan Surat Penawaran Harga kepada *customer*.
 - d) Proses negosiasi terhadap *customer*.
 - e) Bila harga sudah sesuai, menginfokan kepada *customer* untuk *booking fee* sebesar Rp 1,000,000 bisa tunai atau transfer ke rekening PT. Putra Tirta Wisata.
 - f) Meminta fotokopi KTP *customer* untuk data PT. Putra Tirta Wisata. Lalu, membuat kwitansi sementara sebagai tanda bukti *booking fee*.
 - g) Membuat *event order* untuk tanggal yang sudah di tentukan untuk koordinasi dengan operasional, dan *food order* yang akan di berikan ke *tenant* jika *customer* membawa rombongan untuk *gathering* kurang dari 200 pax.
- 2) Pra *On Duty* : *Handle* Rombongan Sekolah
- a) Datang lebih awal untuk sterilisasi area sebelum rombongan datang.
 - b) Menyediakan *checker* serta stempel untuk penghitungan jumlah rombongan dan tanda masuk rombongan.
 - c) Koordinasi kembali dengan bagian operasional yang ada di lapangan.
 - d) Menghubungi kembali *customer* untuk memastikan posisi.
- 3) Pasca *On duty* : *Handle* rombongan Sekolah
- a) Posisi siap di pintu masuk utama untuk menyambut rombongan.
 - b) Mengarahkan rombongan untuk ke pintu masuk rombongan.
 - c) Mengawasi dan memantau selama rombongan masuk ke area.

4) Pasca Administrasi

- a) Menginfokan kepada PIC rombongan untuk melakukan pelunasan.
- b) Melakukan pembayaran secara tunai.
- c) Memberikan kwitansi asli dengan menunjukkan *Group Order* sesuai dengan rombongan yang datang saat itu.

Berikut merupakan alur kerja *Sales Marketing* dalam acara *Gathering*



Gambar III.1

Alur Kerja Sales Marketing

Sumber: diolah oleh penulis

Adapun hal-hal yang dilakukan oleh praktikan selama melaksanakan PKL adalah sebagai berikut:

1. Menerima telpon masuk, untuk menginfokan berbagai macam promo yang ada di Go! Wet Waterpark.
2. Menerima, menemani dan menginfokan untuk pengunjung yang ingin melakukan survey area.
3. Melakukan kegiatan promosi satu bulan selama tiga kali ke beberapa sekolah / perusahaan yang ingin dituju.
4. Melaksanakan kegiatan pameran yang sudah terjadwal.
5. Melaksanakan kegiatan rapat bulanan untuk memberikan info mengenai progress yang sudah berjalan.
6. Membuat laporan bulanan dan di kumpulkan setiap akhir bulan.
7. Mengawasi proses acara *gathering*.

B. Pelaksanaan Kerja

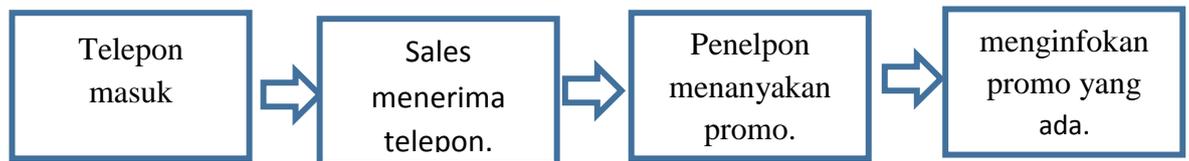
PKL telah dilakukan selama dua bulan di Go! Wet Waterpark yang di kelola oleh PT Putra Tirta Wisata. Pada kesempatan ini, praktikan melakukan PKL sebagai *sales*, Divisi *Marketing*. Praktikan berperan sebagai *sales school*. Praktikan melakukan PKL berdasarkan kesepakatan jam kerja yang telah ditetapkan pihak PT Putra Tirta Wisata.

Kegiatan PKL dimulai pada pukul 09.00 hingga pukul 17.00 WIB untuk *sales*. PKL terhitung mulai 3 Agustus 2016 dan berakhir pada 3 Oktober 2016. Dengan demikian praktikan mengerjakan PKL selama 8 minggu dengan total jam kerja sebanyak 320 jam.

Tugas-tugas yang diberikan selama melaksanakan PKL adalah sebagai berikut:

1. Menerima telepon masuk

Sales marketing harus siap menjawab telpon dari pengunjung yang ingin mengetahui tentang promo yang ada di Go1 Wet Waterpark. Promo yang ada tidak boleh sampai salah dalam menginfokan. Panduan untuk promo sudah disediakan dari awal bulan dan dipegang oleh masing – masing divisi. Tetapi yang wajib untuk menerima telpon masuk adalah bagian dari *Sales*. Ada beberapa tahap yang dilakukan saat menerima telepon masuk yaitu, harus menyiapkan satu lembar kertas berisikan promo yang ada di bulan tersebut, menjawab sesuai yang ditanyakan oleh calon pengunjung, dan setelah penelpon merasa sudah puas dengan jawaban yang diinformasikan maka berakhir pula percakapan itu.



Gambar III.2

***FlowChart* tahap dalam menerima telepon masuk untuk menginfokan promo.**

Sumber: di olah oleh penulis

Dalam memberikan informasi mengenai promo yang ada, praktikan tidak boleh salah dalam menyampaikannya. Karena sangat fatal jika salah kasih informasi. Harus meminimalisir komplain dari para penelpon. Praktikan memiliki panduan mengenai promo yang ada yang sudah di bagikan setiap awal bulan oleh bagiam Humas. Jika penelpon masih kurang jelas, praktikan harus mampu memberikan jawaban terbaik agar mereka dapat mengerti tanpa harus salah mengartikan apa yang sudah di jelaskan.

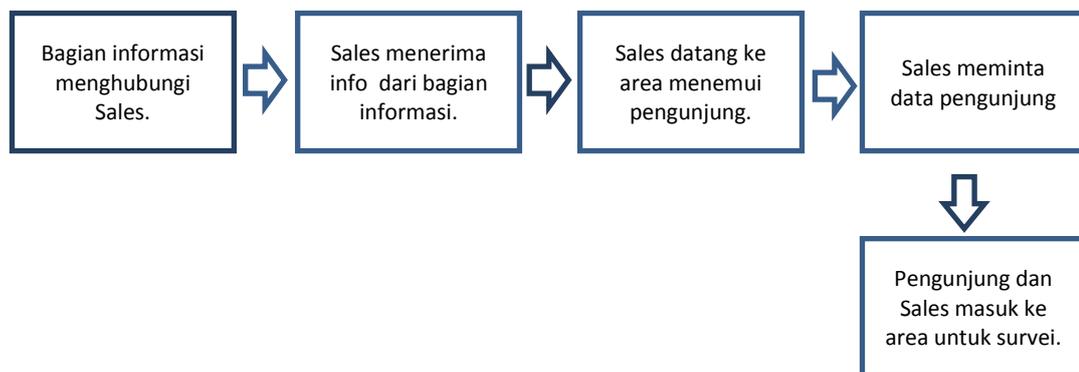
Untuk perhari telepon masuk bisa mencapai 20 kali telepon, jarak waktu teleponnya tidak tentu. Sebagian besar pengunjung bertanya tentang promo yang sedang berlangsung dan meminta untuk di jelaskan setiap ketentuan yang ada. Dengan demikian, manfaat yang di dapat oleh praktikan adalah mampu menjelaskan dengan kata-kata sendiri tanpa harus mengurangi info yang sudah ada. Praktikan juga bisa lebih baik dalam bertutur kata karena menyampaikan informasi tidak bisa menggunakan bahasa yang tidak formal harus menggunakan bahasa formal.

2. Menemani pengunjung yang ingin survei area.

Pengunjung akan datang tiba – tiba dan menemui loket informasi, setelah itu pengunjung akan memberitahukan keperluan mereka datang ke Go! Wet Waterpark. Setelah itu, bagian informasi akan menghubungi ke Sales untuk turun ke area menemui pengunjung yang akan melakukan survei.

Sales membawa proposal dalam amplop yang isinya merupakan peta kecil Go! Wet Waterpark, stiker Go! Wet Waterpark, dan kartu nama

Sales. Tahapan pertama dalam pekerjaan ini, bagian informasi akan menghubungi bagian *sales* melalui telepon. *Sales* akan menerima info bahwa akan ada yang melakukan survei. Bagian informasi akan memberikan data si pengunjung kepada *Sales*. Setelah telepon selesai, pihak *sales* harus langsung turun ke area untuk menemui pengunjung yang akan survei. Sebelum mengajak berkeliling untuk melihat keadaan di dalam. *Sales* harus menanyakan kembali data-data yang di perlukan seperti nama instansi, jumlah rombongan yang akan di bawa, estimasi bulan dan tanggal kedatangan, serta alamat email dan nomor telepon yang dapat di hubungi. Setelah meminta data, pengunjung dan sales langsung ke area untuk melakukan survei. *Sales* wajib untuk menjelaskan secara detail mengenai produk yang ada di Go! Wet Waterpark.



Gambar III. 3

***FlowChart* tahap dalam menemani pengunjung yang ingin survei area.**

Sumber: data di olah oleh penulis

Praktikan harus bisa menguasai area secara keseluruhan. Mulai dari kelebihan serta apa saja yang di miliki oleh Go! Wet Waterpark. Praktikan harus mampu menjawab dan membuat pengunjung yakin sehingga memilih Go! Wet Waterpark jadi tempat gathering instansinya. Dalam sehari minimal yang datang untuk melakukan survei sampai 3 sekolah, maksimal yang datang lima sekolah dan waktu tidak tentu. Untuk sekolah yang hadir biasanya merupakan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, ataupun perwakilan guru dari sekolah tersebut. Jumlahnya dari tiga sampai enam orang. Pertanyaan yang sering di ajukan pihak sekolah yang datang untuk survei adalah jam operasional, ketentuan harga untuk rombongan sekolah, fasilitas apa saja yang di dapat, bisa dapat free guru atau tidak. Kalau bisa, jumlah yang tidak bayar berapa orang, barang bawaan apa saja yang boleh di bawa dan apa yang tidak boleh dibawa ke area saat acara. Serta ketentuan untuk baju renang. Dengan demikian, manfaat yang di dapatkan oleh praktikan bisa lebih percaya diri dan bisa lebih memperdalam ilmu marketing yaitu dengan membuat pengunjung jadi memilih Go! Wet Waterpark sebagai tempat Gathering.

3. Promosi ke sekolah.

Untuk lebih memperkenalkan Go! Wet Waterpark, setiap bulan praktikan yang sebagai *Sales* harus pergi ke sekolah-sekolah untuk mempromosikan Go! Wet Waterpark. Mengajak sekolah – sekolah untuk mengadakan acara sekolah seperti acara perpisahan atau kegiatan lainnya

di Go! Wet Waterpark. Dan fungsi lainnya dalam promosi ke sekolah ini adalah sebagai *database* untuk *Sales*. Ini sebagai bukti sudah seberapa banyak sekolah yang di datangi untuk melakukan promosi. Tahapan yang di lakukan praktikan dengan menyiapkan proposal yang berisi harga untuk pengunjung, stiker Go! Wet Waterpark, serta kartu nama praktikan yang membantu pengunjung untuk menghubungi di kemudian hari.



Gambar III. 4

***FlowChart* tahap promosi ke sekolah.**

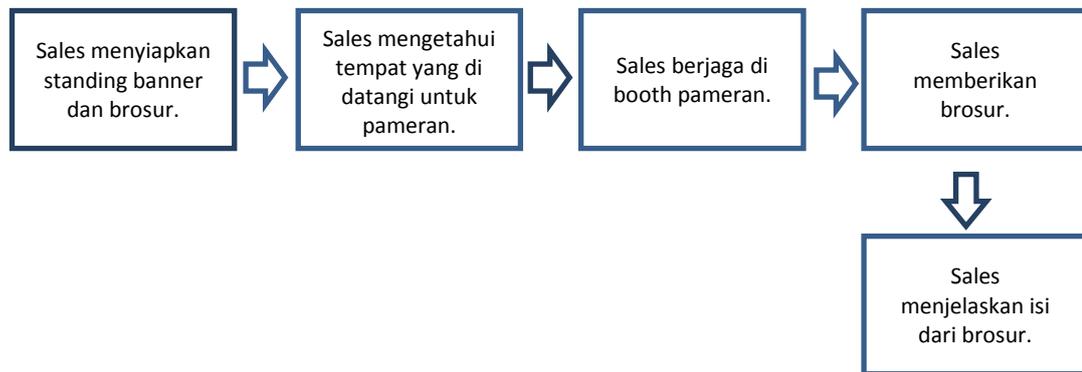
Sumber: data di olah oleh penulis

Praktikan harus mampu membuat penawaran menarik saat memberikan proposal kepada sekolah-sekolah yang di tuju. Dan harus mampu menerima data juga dengan pihak sekolah yang di datangi. Ini guna untuk *database* perusahaan yang sewaktu-waktu sekolah tersebut akan di hubungi kembali untuk di berikan penawaran kembali sehingga mereka mau untuk melakukan kegiatan di Go! Wet Waterpark. Untuk promosi ke sekolah dalam sebulan harus dapat 90 sekolah. Karena itu merupakan target *Sales* sekolah. Dalam sebulan praktikan memiliki enam hari untuk promosi, dalam satu hari harus bisa mendapatkan 15 sekolah. Praktikan

mendapatkan bagian di daerah Jakarta dan Tangerang. Saat promosi ke sekolah, praktikan tidak melakukan presentasi hanya saja praktikan menanyakan secara langsung kegiatan sekolah yang di laksanakan di luar ada di bulan apa saja dan berapa banyak pesertanya. Pertanyaan yang di ajukan saat promosi ke sekolah adalah lokasi dari Go! Wet Waterpark, apa saja fasilitasnya, sekolah apa saja yang sudah pernah melakukan gathering di Go! Wet Waterpark, wahana apa saja yang terdapat di Go! Wet Waterpark, dan minimal untuk jumlah rombongan yang bisa melaksanakan acara di Go! Wet Waterpark. Dengan demikian, manfaat yang di dapatkan praktikan, praktikan jadi mengenal kepala sekolah di tiap sekolah yang di kunjungi untuk melakukan promosi, mengetahui kegiatan di sekolah tersebut, dan mengetahui berbagai macam karakter dari sekolah itu sendiri.

4. Melaksanakan Pameran.

Pameran tidak tentu jadwalnya, hanya saat hari-hari besar saja untuk pameran. Pameran di bulan – bulan tertentu dan di mulai pada hari jumat, sabtu, dan minggu saja. Pameran seperti biasanya yaitu open booth dan menjual tiket kepada pengunjung yang ada di area Pameran. Ini juga berfungsi untuk promosi karena mempermudah pengunjung lainnya yang mungkin belum pernah berkunjung ke Go! Wet Waterpark untuk bertanya atau sekalian membeli tiket masuk yang harganya lebih murah dari harga ketika beli secara langsung.



Gambar III. 5

***FlowChart* dalam melaksanakan pameran.**

Sumber: data di olah oleh penulis

Praktikan melakukan kegiatan pameran bersama tim sales lainnya di Metropolitan Mall. Dalam satu bulan, kegiatan di lakukan di akhir pekan dan di mulai dari hari jumat sampai dengan hari minggu saja. Senin sampai kamis di gunakan untuk aktifitas lainnya. Untuk pameran, tiket yang di jual merupakan tiket yang memiliki batas pemakaian selama dua bulan senilai seratus ribu rupiah dan tidak bisa di pesan. Pembelian tiket hanya berlaku *on the spot*. Tiket terjual tidak pasti jumlahnya saat pameran. Jadi praktikan harus lebih aktif untuk mengajak pengunjung Metropolitan Mall membeli tiket tersebut. Tidak ada pertanyaan apapun karena sebelum akhirnya pengunjung membeli, praktikan sudah menjelaskan terlebih dahulu ketentuan dari tiket masuk yang di jual saat pameran. Dengan demikian, manfaat yang di dapatkan oleh praktikan adalah praktikan bisa bertemu dengan banyak orang, mengetahui beragam macam tipe pengunjung dan melatih kemampuan dalam hal menjelaskan isi dari brosur yang di berikan.

5. Rapat Bulanan tim *Sales*.

Rapat bulanan ini untuk meng-review aktifitas yang sudah dilakukan selama sebulan oleh Sales. Apa saja yang sudah berhasil dikerjakan, apa saja yang belum dapat terealisasi oleh tim *Sales*. Dan dalam rapat bulanan ini wajib untuk hadir semua dalam rapat. Dan tim sales akan memberikan solusi serta langkah kedepan yang akan di lakukan dalam strategi berikutnya yang belum maksimal di bulan sebelumnya.

Sales akan di berikan info mengenai rapat oleh bagian Humas. Biasanya sehari sebelum rapat, bagian humas menghubungi Sales melalui pesan singkat berisi tanggal dan jam rapat. Sales harus memenuhi isi pesan yang di kirimkan oleh bagian Humas.



Gambar III. 6

FlowChart Rapat bulanan Tim Sales.

Sumber: data di olah oleh penulis

Saat rapat bulanan tim *Sales*, praktikan melaporkan apa saja yang sudah di jalankan selama satu bulan mulai dari kegiatan di kantor maupun di luar kantor. Target dari kantor dan target yang di jalan kan tercapai atau tidak. Jika target yang di berikan tidak tercapai apa saja langkah

selanjutnya untuk memperbaiki di bulan berikutnya. Topik pembicaraan selanjutnya mengenai target selama satu tahun, uang yang harus masuk, serta jumlah rombongan yang harus di bawa setiap bulannya.

6. Membuat Laporan Bulanan.

Laporan bulanan ini sangat berfungsi untuk mengukur kinerja *Sales* setiap harinya. Ini akan sebagai acuan dalam rapat bulanan dan penentuan dalam membuat strategi baru untuk bulan yang akan datang. Kinerja sangat di lihat dalam laporan bulanan *Sales*. Dan laporan ini harus di buat oleh semua *Sales* dan di serahkan kepada *Sales Manager* pada saat akhir bulan dalam kondisi sudah di print. Tahapan yang di lakukan praktikan adalah dengan menyusun kegiatan selama sebulan dalam bentuk laporan secara rinci mengenai kegiatan sehari-hari, rombongan yang sudah datang dalam sebulan itu, sekolah mana saja yang sudah lakukan promosi, dan apa berapa dana yang sudah masuk untuk bulan berikutnya. Dengan demikian, manfaat yang di dapatkan oleh praktikan adalah praktikan bisa mengetahui seberapa banyak yang sudah di lakukan dan apa saja yang mencapai target dan tidak mencapai target. Kinerja selama sebulan bisa terlihat secara jelas dalam laporan bulanan tersebut. Rata-rata kinerja *sales* tidak ada yang mengecewakan.

praktikan adalah praktikan jadi paham mengenai sistem koordinasi yang baik di lapangan.

C. Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan PKL selama dua bulan terhitung mulai tanggal 3 Agustus 2016 – 3 Oktober 2016 di Go! Wet Waterpark, praktikan mengalami beberapa kendala dikarenakan baru pertama kali bergabung dengan instansi/perusahaan untuk menjalankan pekerjaan yang belum pernah dilakukan oleh praktikan dalam dunia kerja. Namun seiring berjalanya waktu praktikan mulai terbiasa dengan aktivitas pekerjaan yang diberikan Sales Manager di perusahaan tersebut. Beberapa kendala yang dihadapi dalam kegiatan PKL, antara lain:

1. Praktikan memiliki beberapa kesulitan pada dua minggu pertama PKL dikarenakan masih belum memahami dengan tugas yang diberikan. Karena sebagai seorang *Sales* banyak tugas yang harus dilakukan, tidak hanya satu atau dua tugas. Paling utama harus memahami produk sendiri.
2. Kesulitan umum yang dihadapi misalnya pada saat proses pembelajaran *Product Knowledge*, karena sebagai *Sales* harus memahami setiap produk secara rinci yang ada di Go! Wet Waterpark, sehingga dapat menjelaskan dengan baik kepada pengunjung yang datang untuk survei ataupun menginformasikan ke pengunjung apa saja yang menjadi keunggulan dari Go! Wet Waterpark. Dan ini menjadi tambah sulit di karenakan saat pembelajaran *Product Knowledge*, praktikan tidak di bimbing secara maksimal. Praktikan mencari tahu sendiri.

3. Saat bertemu dengan pengunjung yang datang untuk survey masih sangat kaku dalam menyampaikan informasi dan menjelaskan produk dari Go! Wet Waterpark. Belum menguasai dengan baik apa yang harus di sampaikan kepada pengunjung yang survei.
4. Disaat sudah mendapat rombongan dan harus melewati proses administrasi. Beberapa kali sering salah dalam pembuatan kwitansi saat itu. Seperti memasukkan harga ke dalam *Group Order*.

D. Cara Mengatasi Kendala

Hal yang praktikan lakukan untuk mengatasi pembelajaran tentang produk adalah dengan tidak malu bertanya kepada siapa pun yang lebih dulu sudah bekerja di Go! Wet Waterpark. Melakukan pendekatan ke seluruh karyawan yang bekerja di Go! Wet Waterpark. Selalu berusaha mencari tahu sendiri tanpa harus di beritahu. Tidak malu jika salah karna memang masih dalam tahap pembelajaran di dua minggu awal praktikan melakukan praktik kerja lapangan.

Saat masih di tahap *product knowledge*, tidak usah ragu untuk mencatat dan membuat resume mengenai berbagai macam produk yang ada di Go! Wet Waterpark. Harus bisa memilah dengan baik apa saja yang harus bisa di sampaikan kepada pengunjung saat melakukan survey. Melatih pembicaraan yang baik sehingga pengunjung dapat mengerti apa yang kita sampaikan. Percaya diri dengan apa yang sudah kita sampaikan kepada pengunjung, karena kita harus percaya produk kita lebih unggul dengan *waterpark* lainnya.

Berlatih presentasi dengan teman satu tim agar lebih mudah mengetahui dimana letak salah dalam menyampaikan informasi dan seberapa jauh kita bisa mengajak pengunjung untuk lebih memilih Go! Wet Waterpark sebagai tempat *gathering*.

Dalam memasukkan harga ke dalam Group order masih salah saat awal praktikan mulai dapat rombongan. Sebelum memasukkan harga ke dalam *group order* seharusnya di buat dulu dalam kertas lain supaya lebih mempermudah penghitungan total yang harus dibayarkan oleh pengunjung an kwitansi tidak salah.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Selama dua bulan praktikan menjalankan di Go! Wet Waterpark, maka praktikan dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Praktikan dapat meningkatkan wawasan praktikan mengenai adanya sektor bisnis baru yaitu taman wisata air (*waterpark*). Khususnya praktikan mengetahui aktivitas divisi *Sales Marketing* di Go! Wet Waterpark. Praktikan memperoleh pengalaman baru tentang dunia kerja yang sebenarnya pada pelaksanaan PKL di Go! Wet Waterpark. Melalui keterlibatan dalam kegiatan *Sales* Go! Wet Waterpark praktikan memperoleh hal-hal baru yang sangat berarti di karenakan jurusan dalam perkuliahan sesuai dengan divisi yang di laksanakan dalam PKL. Praktikan di tuntut untuk dapat bekerja di bawah tekanan, bekerja sama dalam tim, jujur serta dapat di andalkan dalam setiap tugas yang sudah di berikan oleh pihak perusahaan. Dan praktikan bias lebih mendalami pergerakan sektor bisnis baru yakni taman wisata air.
2. Praktikan mampu meningkatkan keterampilan sebagai *marketing* dalam hal keterampilan berkomunikasi, keterampilan berkoordinasi dengan baik, dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi komputer seperti Microsoft Power Point untuk presentasi. Di

karenakan praktikan menjalankan praktik kerja lapangan di sektor jasa yang membutuhkan perhatian khusus karena berhubungan langsung dengan konsumen. Dan praktikan lebih siap lagi dalam dunia pekerjaan setelah lulus dari Universitas Negri Jakarta.

3. Memperoleh pengalaman kerja seperti menerima telepon masuk dengan komunikasi yang baik, menemani pengunjung yang ingin survey sehingga praktikan harus benar-benar menguasai produk dari Go! Wet Waterpark, promosi ke sekolah-sekolah, melaksanakan pameran, rapat bulanan Tim Sales, membuat laporan bulanan Sales, dan mengawasi melalui koordinasi yang baik oleh bagian operasional saat gathering. Pekerjaan tersebut yang sebelumnya belum pernah praktikan dapatkan. Dan saat praktikan melaksanakan PKL, praktikan harus mampu bekerja di bawah tekanan dengan tuntutan target, pengamalan bekerja yang harus bisa bertanggung jawab dalam kondisi apapun, dan pengalaman bekerja yang bisa di andalkan dalam setiap kondisi. Sehingga di harapkan dari adanya pengalaman kerja ini dapat memberikan pengaruh yang baik untuk praktikan di dunia kerja kedepannya.
4. Membandingkan teori dan praktik yang di dapat dalam perkuliahan dengan dunia kerja. Seperti praktikan ketahui tentang teori penjualan personal dalam perkuliahan adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman

pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Dan ini sesuai dengan divisi yang di jalankan oleh praktikan. Sehingga praktikan di harapkan nanti dapat mengaplikasikan teori tersebut di tempat praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan. Sehingga praktikan benar-benar paham mengenai teori penjualan personal tanpa harus meraba-raba.

B. Saran-Saran

Berdasarkan pengalaman selama PKL, praktikan melalui laporan PKL ini bermaksud memberikan saran agar di masa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan yang positif, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun saran-saran yang praktikan dapat berikan yang mungkin akan bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1) Bagi Go! Wet Waterpark

Sebelum praktikan melaksanakan PKL, sebaiknya perusahaan memberikan kesempatan untuk praktikan mengembangkan ide-ide yang ada dalam melakukan promosi ke sekolah-sekolah dalam sisi presentasi dan perusahaan memberikan masukan hal apa saja yang perlu dan tidak perlu ditambahkan dalam materi presentasi sehingga praktikan lebih percaya diri untuk presentasi di sekolah-sekolah karena praktikan lebih bisa memahami materi yang dibuat oleh praktikan sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Hilda. Kompas Properti: Catat, Taman Air Terbesar di Indonesia Ada di Bekasi!.2015. <http://properti.kompas.com/read/2015/02/08/160000721/Catat.Taman.Air.Terbesar.Indonesia.Ada.di.Bekasi>.
(Diakses tanggal 4 Januari 2017).
- Hajat, Nurahma *et.al.* 2012. Pedoman Praktik Kerja Lapangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- Nanda. 11 *Waterpark* dan Kolam Renang di Bekasi yang Menarik Dikunjungi. 2016.<https://tempatwisataseru.com/kolam-renang-di-bekasi/>
(Diakses tanggal 4 Januari 2017).
- Patty, A. M. 2008. Permainan untuk Segala Usia. Cetakan Kesembilan. Jakarta: Gunung Mulia.
- Wikipedia. Kota Bekasi. 2016. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Bekasi
(Diakses tanggal 4 Januari 2017).

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Bimbingan PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Rampok Universitas Negeri Jakarta Gedung 6, Jalan Pahlawan 104A, Jakarta 13226
 Telpone (021) 4212213/022517 Fax: (021) 4760281
 E-mail: www.unj.ac.id



TAS
TEKNOLOGI, INOVASI, DAN SUSTAINABILITAS

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN PKL

1. Nama Mahasiswa : **GRACE PATRICKA**

2. No. Registrasi : **942 36 346 04**

3. Program Studi : **Manajemen Pemasaran**

4. Dosen Pembimbing : **Syega Ferry Widodo S.E., N.S.**

NIP : **197206171999031061**

5. Judul PKL : **Lampiran Praktik Kerja Lapangan PPA Plus GRES MASTETRIE DI SOLWET WATERPROOF (PT. RUTRA TUSA WEDAS)**

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	27 Desember 2016	Bab I		
2	29 Desember 2016	Revisi bab I		
3	12 Januari 2017	Halal Revisi revisi Bab I	Perombakan tren industri wisata air tidak sesuai tidak ada revisi	
4	16 Januari 2017	Bab I oke, lanjut bab II		
5	22 Januari 2017	Bab II		
6	23 Januari 2017	Ambil Revisi bab II		
7	25 Januari 2017	bab II oke, lanjut Bab II (tambah bab III)	Gak penerapan dibaku penerapan, + jam operasi	
8	31 Januari 2017	Ambil Revisi pertama bab III	bop top pterpan diuraikan dikasus ini	
9	6 Februari 2017	Bab III oke, lanjut bab IV (tambah bab IV)		
10	7 Februari 2017	Bab IV Revisi pertama		
11	8 Februari 2017	Bab IV Revisi kedua	masih ada revisi yang ada di bab III kembalikan bab detail U di bagian kesimpulan	
12				

SETUJU UNTUK UJIAN PKL

Catatan :

- Kartu ini dibawa dan diandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
- Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergantikan sebagai bukti pembimbingan

Lampiran 2 Lembar Daftar Hadir PKL



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 / 4796293, Fax: (021) 4786281
 Laman: www.unj.ac.id/ib



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Name : Grace Patricia
 No. Registrasi : 8223136634
 Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik : Go! Wet Waterpark
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Southern Boulevard Kav. 1 Grand Wisata, Tambora, Bekasi

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	3 Agustus 2016	1. <u>has</u>	
2.	4 Agustus 2016	2. <u>has</u>	
3.	5 Agustus 2016	3. <u>has</u>	
4.	6 Agustus 2016	4. <u>has</u>	
5.	7 Agustus 2016	5. <u>has</u>	
6.	8 Agustus 2016	6. <u>has</u>	
7.	9 Agustus 2016	7. <u>has</u>	
8.	10 Agustus 2016	8. <u>has</u>	
9.	11 Agustus 2016	9. <u>has</u>	
10.	12 Agustus 2016	10. <u>has</u>	
11.	13 Agustus 2016	11. <u>has</u>	
12.	14 Agustus 2016	12. <u>has</u>	
13.	15 Agustus 2016	13. <u>has</u>	
14.	16 Agustus 2016	14. <u>has</u>	
15.	17 Agustus 2016	15. <u>has</u>	

Jakarta.....
 Penulis
has

Catatan :
 Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
 Mohon legalkan dengan menandatangani cap Instansi/Perusahaan



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.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama: Grace Patricia
No. Registrasi: 8223136634
Program Studi: DIII Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik: G1 Wet Waterpark
Alamat Praktik/Telp: Jl Southern Boulevard Kav. 1 Grandiasa, Tambora, Bekasi

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	18 Agustus 2016	1. hms	
2.	19 Agustus 2016	2. hms	
3.	20 Agustus 2016	3. hms	
4.	21 Agustus 2016	4. hms	
5.	22 Agustus 2016	5. hms	
6.	23 Agustus 2016	6. hms	
7.	24 Agustus 2016	7. hms	
8.	25 Agustus 2016	8. hms	
9.	26 Agustus 2016	9. hms	
10.	27 Agustus 2016	10. hms	
11.	28 Agustus 2016	11. hms	
12.	29 Agustus 2016	12. hms	
13.	30 Agustus 2016	13. hms	
14.	31 Agustus 2016	14. hms	
15.		15. hms	

Jakarta _____

Peserta _____

Catatan:

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legittas dengan menandatangani cap Instansi/Perwakilan

(_____)



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawasari Raya, Jakarta 13220
Telepon: (021) 4721227 - 4706285, Fax: (021) 4704285
Laman: www.unj.ac.id



INSTITUT AKADEMI MANAJEMEN
GEBUNG 07A-08
UNIVERSITAS

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
----- SKS

Name: Grace Patricia
No. Registrasi: 8323156634
Program Studi: D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik: Gd. Wot Waterpark
Alamat Praktik/Telp: Jl. Southern Boulevard Kav. 1, Grandlirisata, Tambora, Bekasi

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	1 September 2016	1. hms	
2.	2 September 2016	2. hms	
3.	3 September 2016	3. hms	
4.	4 September 2016	4. hms	
5.	5 September 2016	5. hms	
6.	6 September 2016	6. hms	
7.	7 September 2016	7. hms	
8.	8 September 2016	8. hms	
9.	9 September 2016	9. hms	
10.	10 September 2016	10. hms	
11.	11 September 2016	11. hms	
12.	12 September 2016	12. hms	
13.	13 September 2016	13. hms	
14.	14 September 2016	14. hms	
15.	15 September 2016	15. hms	

Jakarta _____

Penilai _____

Catatan:

Formulir ini dapat dipergunakan sesuai kebutuhannya

Mohon legalitas dengan menandatangani 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) 4721227-4706283, Fax: (021) 4706283
Laman: www.unj.ac.id



ASosiasi Akuntan Indonesia
INDONESIAN ACCOUNTING ASSOCIATION
IAS

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama :
No. Registrasi :
Program Studi :
Tempat Praktik :
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	16 September 2016	1. <i>[Signature]</i>	
2.	17 September 2016	2. <i>[Signature]</i>	
3.	18 September 2016	3. <i>[Signature]</i>	
4.	19 September 2016	4. <i>[Signature]</i>	
5.	20 September 2016	5. <i>[Signature]</i>	
6.	21 September 2016	6. <i>[Signature]</i>	
7.	22 September 2016	7. <i>[Signature]</i>	
8.	23 September 2016	8. <i>[Signature]</i>	
9.	24 September 2016	9. <i>[Signature]</i>	
10.	25 September 2016	10. <i>[Signature]</i>	
11.	26 September 2016	11. <i>[Signature]</i>	
12.	27 September 2016	12. <i>[Signature]</i>	
13.	28 September 2016	13. <i>[Signature]</i>	
14.	29 September 2016	14. <i>[Signature]</i>	
15.	30 September 2016	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 3 Oktober 2016

Pencatat

[Signature]

Catatan :

Formulir ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Melalui legalitas dengan menambahkan cap Instansi/Perusahaan



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 11220
Telepon (021) 4711227-4706285, Fax (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id



INDONESIA ASSOCIATION OF ACCOUNTANTS
INDONESIA ASSOCIATION OF ACCOUNTANTS

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama: Grade Patricia
No. Registrasi: 8223136634
Program Studi: D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik: Go! Wet Waterpark
Alamat Praktik/Telp: Jl Southern Boulevard Kav. 1 Grandlirisata, Tambora, Bekasi.

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	1 Oktober 2016	1.	
2.	2 Oktober 2016	2.	
3.	3 Oktober 2016	3.	
4.		4.	
5.		5.	
6.		6.	
7.		7.	
8.		8.	
9.		9.	
10.		10.	
11.		11.	
12.		12.	
13.		13.	
14.		14.	
15.		15.	

Jakarta 3 Oktober 2016
Penilai:

Catatan:

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

Lampiran 3 Lembar Penilaian PKL



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 6721227 / 4704503, Fax: (021) 4704245
 Laman: www.unj.ac.id/3



PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
 SKS

Nama: Grace Patricia
 No. Registrasi: 8223136634
 Program Studi: D3 Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik: Gal Wet Waterpark
 Alamat Praktik/Telp: Jl. Southern Boulevard Kiri 1 Grand Wisata, Tambora, Bekasi

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	80	1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Predikat 80-100 A Sangat baik 70-79 B Baik 60-69 C Cukup 55-59 D Kurang				
2	Kedisiplinan	70					
3	Sikap dan Kepribadian	80					
4	Kemampuan Dasar	85					
5	Kemampuan Menggunakan Fasilitas	70					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	75	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 wk : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85	Nilai Rata-rata : <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> $\frac{775}{10} = 77,5$ 10 (sepuluh) </div> Nilai Akhir : <table border="1" style="border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 50px;">80</td> <td style="text-align: center;">diapakai penuh</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">Angka bulat</td> <td style="font-size: small;">huruf</td> </tr> </table>	80	diapakai penuh	Angka bulat	huruf
80	diapakai penuh						
Angka bulat	huruf						
8	Aktivitas dan Kreativitas	80					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	70					
10	Hasil Pekerjaan	80					
Jumlah		775					

Jakarta, 3 October 2016
 Penilai,

Hans A. Lubis

Catatan :
 Mohon legittas dengan menandatangani cap Instansi/Perusahaan