

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
DIVISI MARKETING PADA PT.GAMMA ENERGI PRATAMA**

**HERLAMBANG HENRI SYAHPUTRA
8223154294**



Laporan Praktek 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**

**INTERNSHIP REPORT MARKETING DIVISION
AT PT. GAMMA ENERGI PRATAMA**

**HERLAMBANG HENRI SYAHPUTRA
8223154294**



**This internship report has written acquire one of the requirements to get
the title of Ahli Madya Degree at Faculty of Economics State University of
Jakarta**

**STUDY PROGRAM DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017**

LEMBAR EKSEKUTIF

HERLAMBANG HENRI SYAHPUTRA. 8223154294. Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. Gamma Energi Pratama, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini bertujuan untuk menginformasikan kegiatan Praktikan selama 2 bulan (Juli-Agustus 2017) di PT. Gamma Energi Pratama. Praktikan ditempatkan di Marketing Division sebagai Sales. Praktik kerja lapangan bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang tidak didapatkan selama perkuliahan dan pengalaman empiris. Selama melakukan praktik kerja lapangan, praktikan melakukan beberapa pekerjaan seperti follow up customer, membuat surat penawaran dan mengikuti tender di perusahaan lain.

Dengan adanya pengalaman kerja ini Praktikan memperoleh keterampilan dan menambah ilmu pengetahuan. Selain itu, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar ahli madya yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa pada program studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Kata Kunci : Praktik Kerja Lapangan, Sales, PT. Gamma Energi Pratama

EXECUTIVE SUMMARY

HERLAMBANG HENRI SYAHPUTRA. 8223154294. *Internship report at PT. Gamma Energi Pratama, Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.*

The internship report aiming to inform my activities for two months (July-August 2015) at PT. Gamma Energi Pratama. I was placed in the Marketing Division as Sales. Internship aiming to gain insights that are not obtained during the lecture and empirical experience. During the internship I did some task such as follow up customer, make a letter of offer and follow the tender in another company.

With the experience of this work student acquire the skills and increase knowledge. In addition, to meet one of the requirements to earn the title of associate experts that are required for each practitioner on the course Diploma in Marketing Management Faculty of Economics, University Of Jakarta.

Keywords : Internship, Sales, PT. Gamma Energi Pratama

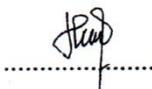
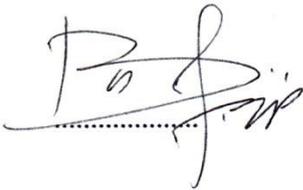
LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah M.M.

NIP. 196206231990032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001		<u>16-1-2018</u>
Penguji Ahli		
<u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031001		<u>16-1-2018</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001		<u>16-1-2018</u>

KATA PENGANTAR

Dengan selalu memohon ridho dan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Lapangan ini. Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini merupakan salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh oleh seluruh mahasiswa Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini disusun sebagai hasil dari Kegiatan Praktek Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan 2 bulan pada periode 10 Juli – 31 Agustus 2017 di PT. Gamma Energi Pratama.

Dengan diselesaikannya Laporan Praktek Kerja Lapangan ini tidak terlepas dari bantuan oleh banyak pihak yang telah memberikan bantuan serta masukan-masukan kepada praktikan. Terutama kepada kedua orang tua yang telah memberikan nasehat, dukungan, dan doa kepada praktikan. Selain itu Praktikan mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis serta telah meluangkan waktunya untuk audiensi.
2. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Dra. Sholikhah M.M, selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
4. Bpk. Ari Cahyo selaku Direktur Marketing yang telah membimbing dan membantu praktikan selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
5. Bpk. Imam selaku staff karyawan yang telah membantu praktikan selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
6. Seluruh karyawan PT. Gamma Energi Pratama yang tidak dapat praktikan satu per satu, tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.

Praktikan menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Laporan Praktik Kerja Lapangan ini.

Jakarta, 1 September 2017

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	4
C. Kegunaan PKL	5
D. Tempat PKL	6
E. Jadwal Waktu PKL	7
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	
A. Sejarah Perusahaan.....	9
B. Struktur Organisasi	11
C. Kegiatan Umum Perusahaan	15
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Kerja	22
B. Pelaksanaan Kerja	22
C. Kendala Yang Dihadapi	30
D. Cara Mengatasi Kendala	31
BAB IV KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	33
B. Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Daftar Harga Produk	17

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Grafik Industri Manufaktur	3
Gambar II.1	Logo	9
Gambar II.2	Struktur Organisasi	10
Gambar II.3	Finetak Product	15
Gambar II.4	Lampu LED Product	16
Gambar III.1	Contoh Surat Penawaran	22
Gambar III.2	Contoh Invoice	23
Gambar III.3	Flowchart Proses Tender	25

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Permohonan PKL
Lampiran 2	Surat Penerimaan PKL
Lampiran 3	Surat Selesai PKL
Lampiran 4	Daftar Kegiatan PKL
Lampiran 5	Daftar Hadir PKL
Lampiran 6	Daftar Hadir PKL
Lampiran 7	Daftar Hadir PKL
Lampiran 8	Daftar Nilai PKL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perusahaan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai aset utama dan mitra strategis dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seringkali bersaing untuk mendapatkan SDM yang kompeten dan berkualitas sedini mungkin. Untuk mendapatkan calon karyawan yang berkualitas unggul dengan lebih cepat dibanding pesaing, perusahaan biasanya memanfaatkan program Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi mahasiswa dari suatu Universitas.

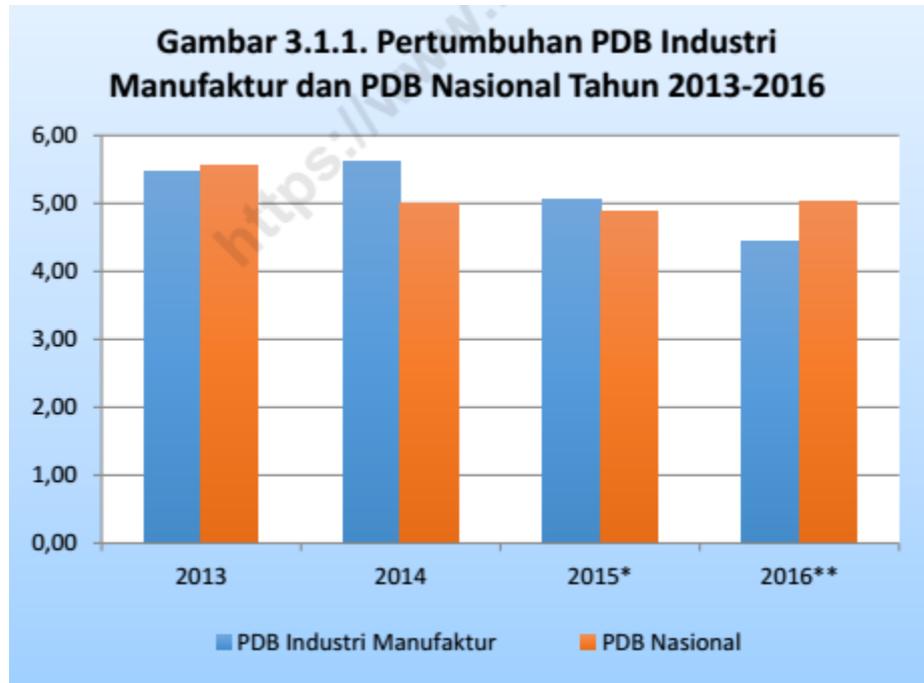
Universitas Negeri Jakarta sebagai salah satu lembaga pendidikan di Indonesia yang memiliki sistem pendidikan yang menitikberatkan pada praktik dan teori, yang diharapkan mampu mencetak atau menghasilkan tenaga-tenaga profesional yang siap pakai sesuai dengan bidang keahliannya. Untuk mewujudkan itu, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta mempunyai program kegiatan Praktik Kerja Lapangan bagi mahasiswa. Praktik Kerja Lapangan diharapkan mampu memberikan gambaran kepada mahasiswa akan dunia kerja yang sebelumnya tidak diketahui.

Selain itu juga dapat menambah wawasan mahasiswa dan membandingkan antara teori dengan praktik di perusahaan atau instansi tertentu sehingga mahasiswa lulusan dari Universitas Negeri Jakarta akan memperoleh

kesiapan dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Praktik Kerja Lapangan dilakukan sesuai dengan jurusan dan konsentrasi mahasiswa sehingga mahasiswa bisa mendapatkan deskripsi mengenai pengimplementasian ilmunya di dunia nyata dan diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk lebih memahami bidang studi yang sedang ditekuninya. Kegiatan PKL juga merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar Ahli Madya (Amd) pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian praktikan tertarik untuk mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang mampu diandalkan di perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

Secara umum sektor-sektor perekonomian Indonesia mengalami peningkatan pertumbuhan. Pada tahun 2017 pertumbuhan sektor industri manufaktur terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sampai dengan Triwulan III tahun 2017 sebesar 4,8%. Sementara itu kontribusi sektor industri manufaktur terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) pada Triwulan III Tahun 2017 sebesar Rp 536.471,4 miliar. Industri manufaktur adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat dengan pemakai akhir.

Berikut praktikan mendapatkan grafik pertumbuhan industri manufaktur.



Gambar I.I

Grafik Industri Manufaktur

Sumber : www.bps.go.id

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan industri manufaktur sampai dengan tahun 2015 sebesar lebih dari 5 persen. Sedangkan pada tahun 2016 pertumbuhan cenderung mengalami perlambatan menjadi kurang dari 5 persen.

Pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, Praktikan mendapatkan kesempatan melakukan PKL di PT. Gamma Energi Pratama. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *supply tools & equipment (mechanical, instrument, electrical)*. Selain itu perusahaan ini juga menawarkan

jasa penyelenggaraan *engineering training* dan *vibration service*. Praktikan memilih PT. Gamma Energi Pratama karena ingin mengetahui dan mempelajari bagaimana promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan oleh Praktikan adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebelum memasuki dunia kerja.
2. Agar mahasiswa dapat menerapkan teori – teori yang telah dipelajari selama perkuliahan untuk diterapkan pada perusahaan tempat PKL.
3. Dapat mempelajari bidang pekerjaan yang sesuai dengan konsentrasi Praktikan yaitu Pemasaran.

Adapun tujuan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan oleh Praktikan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui promosi yang dijalankan oleh PT. Gamma Energi Pratama.
2. Mengetahui tugas dan tanggung jawab Divisi Pemasaran sebagai *sales* di PT. Gamma Energi Pratama.
3. Meningkatkan keterampilan dalam hal *direct marketing*.
4. Membandingkan antara teori yang didapatkan di perkuliahan dengan praktik kerja lapangan.

C. Kegunaan PKL

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ada beberapa kegunaan yang didasarkan, antara lain:

1. Bagi Praktikan
 - a. Mendapatkan pengalaman kerja yang sesungguhnya, sehingga mahasiswa lebih siap dalam memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
 - b. Mempelajari bagaimana berkomunikasi dan bersikap di tempat kerja.
 - c. Mengimplementasikan segala ilmu yang telah diterima mahasiswa diperkuliahan dengan dunia kerja di bagian marketing.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 - a. Terjalannya kerjasama antara Universitas Negeri Jakarta dengan Perusahaan.
 - b. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Praktik Kerja Lapangan.
 - c. Mengetahui sejauh mana efektivitas antara kurikulum (materi perkuliahan, metode dan media) yang diterapkan dengan dinamika dan kondisi dunia kerja yang sesungguhnya.
 - d. Mendapatkan umpan balik (*feedback*) berupa saran, kritik, untuk menyempurnakan dan memperbaharui kurikulum yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

- a. Adanya kerjasama antara dunia pendidikan dengan perusahaan membuat perusahaan dikenal oleh kalangan akademis sehingga menaikkan popularitas perusahaan.
- b. Perusahaan mendapatkan bantuan tenaga kerja dari mahasiswa yang melakukan Praktik Kerja Lapangan.
- c. Dapat menjalankan pekerjaan selama Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan aturan yang diterapkan oleh perusahaan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

1. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada:

Nama Perusahaan : PT. Gamma Energi Pratama

Alamat : Jl. Bintara Jaya No. 2 RT012/09 Kelurahan Bintara
Jaya, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi

Telephone : 021-21386448

Website : www.gammaenergi.com

Praktikan ditempatkan di bagian *marketing* pada PT. Gamma Energi Pratama yang berlokasi di Bintara. Praktikan memutuskan melaksanakan PKL di PT. Gamma Energi Pratama karena divisi dimana praktikan ditempatkan sesuai dengan bidang ilmu yang di dapatkan praktikan selama duduk di bangku perkuliahan yaitu konsentrasi Manajemen Pemasaran. Praktikan memilih PT.

Gamma Energi Pratama sebagai tempat PKL karena perusahaan ini merupakan perusahaan yang boleh dikatakan baru karena berdiri pada tahun 2015 oleh karena itu Praktikan ingin mengetahui awal perkembangan perusahaan tersebut.

E. Jadwal Praktik Kerja Lapangan

Jadwal waktu praktikan melaksanakan PKL di PT. Gamma Energi Pratama selama dua bulan terhitung dari tanggal 10 Juli 2017 sampai dengan tanggal 31 Agustus 2017. Praktikan melaksanakan PKL dari hari Senin sampai dengan hari Jumat dan waktu kerja dimulai dari pukul 09.00 WIB hingga pukul 16.30 WIB. Dalam proses persiapan pelaksanaan PKL dibagi tiga tahap yaitu:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini praktikan yang akan melakukan kegiatan PKL meminta surat permohonan untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan ke bagian Akademik yang berada di Gedung R (Gedung Fakultas Ekonomi), kemudian surat permohonan tersebut diberikan kepada Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk disetujui dan ditandatangani. Setelah Ketua Program Studi menyetujuinya lalu surat tersebut diserahkan ke kantor Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK) yang nantinya akan diproses sesuai dengan permintaan yang tercantum dalam surat permohonan tersebut. Setelah 3 (tiga) hari pemrosesan pembuatan surat permohonan melaksanakan PKL yang ditujukan kepada perusahaan yang telah praktikan pilih maka surat tersebut praktikan kirimkan kepada perusahaan tempat praktikan akan melaksanakan

Praktik Kerja Lapangan. Lalu menunggu konfirmasi dari perusahaan kapan bisa memulai kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

b. Tahap Pelaksanaan

Setelah diterima di perusahaan yang praktikan pilih praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Gamma Energi Pratama yang berlokasi di Jl. Bintara Jaya No. 2 Bintara Jaya, Bekasi Barat. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di mulai pada tanggal 10 Juli – 31 Agustus 2017 dengan waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan jam kerja di PT. Gamma Energi Pratama.

c. Tahap Penulisan Laporan

Setelah menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan selama 2 bulan maka praktikan diberikan tugas membuat Laporan Praktik Kerja Lapangan. Praktikan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan memulai menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 28 Agustus 2017 hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM PT. GAMMA ENERGI PRATAMA

A. Sejarah Perusahaan

Bahwa berdasarkan permohonan Notaris Tita Eka Citaresmi, SH, sesuai salian Akta Nomor 06 Tanggal 12 Febuari 2015 yang dibuat oleh Tita Eka Citraresmi, SH, tentang pendirian Badan Hukum PT. Gamma Energi Pratama pada tanggal 27 Febuari 2015 telah sesuai dengan persyaratan pengesahan Pendirian Badan Hukum Perseroan yang telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomer AHU-0011240.AH.01.01.

PT. Gamma Energi Pratama pada awalnya berkedudukan di Kota Bandung Jawa Barat kemudian telah berpindah tempat di Kota Bekasi tepatnya di Jl. Bintara Jaya No. 2 RT12/09 Kelurahan Bintara Jaya Kecamatan Bekasi Barat.

Perusahaan ini didirikan oleh bapak Dede Wahdiat dan Ari Cahyo Hidayatulloh, Dede Wahdiat sebagai Direktur Utama dan Ari Cahyo Hidayatulloh sebagai Direktur di perusahaan ini. Perusahaan ini bergerak di bidang *supply tools & equipment (mechanical, instrument dan electrical)*, penyelenggaraan *engineering training*, dan *vibration service*.

Berikut gambar Logo PT. Gamma Energi Pratama



Gambar II.1

Logo PT. Gamma Energi Pratama

Sumber: www.gammaenergi.com

1. Visi

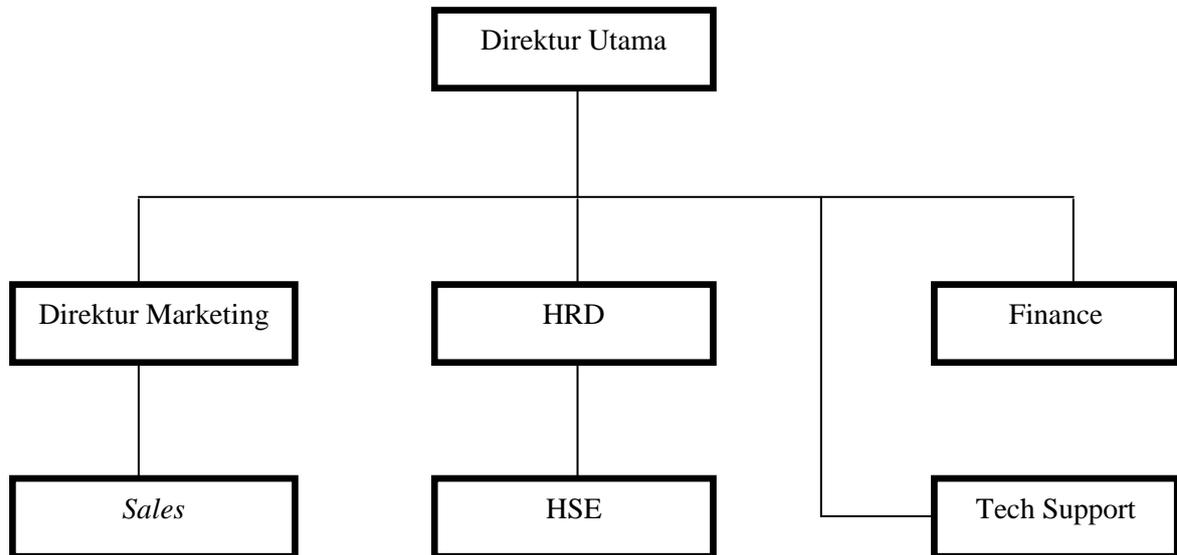
Menjadi mitra yang dapat diandalkan untuk industri dalam memasok teknologi dan layanan teknis yang berkualitas tinggi di Indonesia.

2. Misi

Kami melakukan bisnis untuk memenuhi kebutuhan klien seperti:

- Memahami masing-masing kebutuhan yang mereka inginkan.
- Memberikan kemampuan teknis yang unggul untuk setiap pengiriman proyek.
- Menunjukkan nilai tambah.
- Melakukan layanan proyek dan pelatihan teknik dengan sangat baik.
- Memberikan produk berkualitas tinggi dan terpercaya.

B. Struktur Organisasi



Gambar II.2

Struktur Organisasi PT. Gamma Energi Pratama

Sumber: Arsip PT. Gamma Energi Pratama

Tugas dan Tanggung Jawab setiap divisi

1. Direktur Utama

- a. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
- c. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.

- d. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
- e. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
- f. Menetapkan strategi-strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
- g. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

2. Direktur Marketing

- a. Bertanggung jawab terhadap manajemen bagian pemasaran.
- b. Bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.
- c. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
- d. Merumuskan target penjualan.
- e. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
- f. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran.

3. HRD

- a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia.
- b. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.

- c. Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- d. Memberikan pelatihan dan pengembangan staff.
- e. Monitoring kinerja dari setiap karyawan.

4. Finance

- a. Bertanggung jawab merencanakan, mengatur dan mengontrol perencanaan, laporan dan pembiayaan perusahaan.
- b. Manajer keuangan bekerja sama dengan manajer lain, bertugas merencanakan dan meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perpencanaan umum keuangan perusahaan.
- c. Manajer keuangan bertugas mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
- d. Manajer keuangan bertugas sebagai penghubung antara perusahaan dengan pasar keuangan sehingga bisa mendapatkan dana dan memperdagangkan surat berharga perusahaan.

5. Sales

- a. Membuat daftar pelanggan sesuai dengan segmentasi yang diinginkan perusahaan.
- b. Melakukan proses penjualan sesuai daftar target yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan koordinator.
- c. Menyiapkan materi/tools yang akan digunakan dalam proses penjualan ke pelanggan dan melakukan presentasi.

- d. Melakukan proses penjualan mulai dari awal pengenalan, negosiasi sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.
- e. Membuat laporan aktivasi *sales* mingguan sesuai format laporan yang disepakati dengan koordinator dan laporan bulanan sesuai format laporan yang sudah ditentukan.

6. HSE

- a. Melakukan pemeriksaan pada peralatan kerja, tenaga kerja, kesehatan tenaga kerja serta lingkungan kerja.
- b. Meninjau keselamatan kerja dan pelatihan keselamatan.
- c. Meninjau dan mengarahkan karyawan bekerja sesuai kewajiban dan sesuai dengan sistem operasi perusahaan.
- d. Melakukan promosi HSE dan *Safety Communication* (*Safety Meeting*, rambu-rambu HSE) kepada karyawan.

7. Tech Support

- a. Melakukan instalasi *Operating System*.
- b. Melakukan instalasi jaringan Komputer.
- c. Mengumpulkan informasi pelanggan dan menganalisis gejala untuk mencari tahu dasar masalah yang umum seperti reset *username*, *unblok IP address*, memperbaiki info *subscription*.
- d. Melakukan pertolongan pertama pada *downtime server*, pemantauan performa *server*.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Gamma Energi Pratama adalah perusahaan yang bergerak di bidang *supply tools & equipment (mechanical, instrument, electrical)*, penyelenggaraan *engineering training* dan *vibration service*. Menurut Kotler & Armstrong, “bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan *respons* yang diinginkan dalam pasar sasaran.”¹ Adapun praktikan dapat mengetahui kegiatan umum perusahaan dilihat dari bauran pemasaran (*marketing mix*) ialah sebagai berikut:

a. *Product*

PT. Gamma Energi Pratama menawarkan produk untuk dijual kepada *customer* yaitu produk/alat-alat pabrik yang berupa flowmeter, genset, lampu led, dan pump. PT. Gamma Energi Pratama juga memiliki jasa yang ditawarkan yaitu penyelenggaraan *engineering training* dan *vibration service*. Untuk *engineering training* PT. Gamma Energi Pratama menyelenggarakan *training* untuk para peserta *training* sesuai judul *training* yang diadakan oleh perusahaan. Dengan *trainer* yang sudah berpengalaman sehingga peserta *training* akan lebih mudah memahaminya. Untuk *vibration service* PT. Gamma Energi Pratama melakukan *condition monitoring* yaitu proses *monitoring*

¹Fariz Ghazzan, “Pengertian marketing mix menurut para ahli”, diakses dari <http://catatanmarketing.wordpress.com/tag/pengertian-marketing-mix-menurut-para-ahli/>, pada tanggal 4 September 2017 pukul 20.10

kondisi mesin atau mengukur getaran mesin sehingga bisa diketahui kondisi mesin tersebut apakah dalam kondisi baik atau ada kerusakan. Tujuan monitoring mesin ini untuk memelihara kondisi mesin dan mencegah kerusakan lebih parah pada mesin. Berikut ini beberapa gambar produk yang ditawarkan PT. Gamma Energi Pratama



Gambar II.3

Finetak Product

Sumber : Arsip PT. Gamma Energi Pratama



Gambar II.4

Lampu LED Product

Sumber : Arsip PT. Gamma Energi Pratama

b. Price

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Atau dapat juga diartikan sebagai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari produk atau jasa yang dibutuhkan. Setiap produk yang ditawarkan ke *customer* di PT. Gamma Energi Pratama memiliki harga yang berbeda. Selain itu perusahaan juga melihat harga kompetitor sebagai referensi untuk menentukan harga jual yang kompetitif untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Berikut adalah harga jual yang ditetapkan oleh PT. Gamma Energi Pratama

Tabel II.1**Daftar Harga Produk PT. Gamma Energi Pratama**

Produk	Harga
Elektromagnetik Flow Meter	Rp. 59.900.000
Genset	Rp. 21.000.000
Lampu LED	Rp. 4.900.000
Pump	Rp. 8.000.000

Sumber : Diambil dari data Internal Perusahaan

Untuk jasa yang ditawarkan PT. Gamma Energi Pratama berupa *engineering training* harga yang ditetapkan berbeda-beda tergantung dari *training* apa yang diadakan oleh perusahaan karena setiap *training* memiliki komposisi atau bobot yang berbeda. Untuk jasa *vibration service* harga yang ditawarkan berdasarkan kesepakatan penawaran kedua belah pihak perusahaan jadi PT. Gamma Energi Pratama tidak ada *price list* tetap untuk kedua jasa tersebut.

c. Place

Tempat menyangkut kemudahan akses yang terjangkau bagi para pelanggan. Dilihat juga dari potensialnya apakah tempat tersebut mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. PT.Gamma Energi Pratama memiliki tempat yang strategis karena terletak di jalan raya sehingga masyarakat dapat dengan mudah melihat perusahaan ini. Dikantor ini merupakan tempat untuk pelayanan jasa purna jual *supply tools & equipment* (menyuplai peralatan dan perlengkapan) pabrik di wilayah Jabodetabek.

Alamat Kantor : Jl. Bintara Jaya No.2 RT 12/09 Kelurahan Bintara
Jaya, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi
17136

Telepone : 021-21386448

Fax : 021-21386448

d. *Promotion*

Untuk meningkatkan penjualan diperlukan sistem yang baik salah satunya adalah promosi. Dalam pengembangan usaha yang dijalankan oleh PT. Gamma Energi Pratama yang bergerak di bidang jasa, promosi penjualan juga merupakan hal yang penting guna menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama dan untuk meningkatkan penjualan berupa jasa. Promosi yang dilakukan PT. Gamma Energi Pratama menggunakan metode bauran promosi yaitu dengan cara pemasaran langsung (*direct marketing*). Misalkan PT. Gamma Energi Pratama mengadakan *engineering training* maka perusahaan akan menghubungi calon peserta *training* melalui telepon atau e-mail dengan menawarkan secara langsung ke calon peserta *training* tersebut.

E. *People*

People merupakan aset utama dalam industri jasa. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan yang berkinerja tinggi akan menimbulkan rasa puas dan loyal di mata pelanggan. Faktor penting lainnya dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan dalam industri jasa. Karyawan PT.

Gamma Energi Pratama memiliki orang-orang yang berkompeten serta profesional di bidangnya masing-masing. Dengan orang-orang yang berkompeten ini menghasilkan tim yang solid dan dapat bekerja sama dengan baik untuk mencapai target yang diinginkan klien.

F. *Physical Evidence*

Building merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter.²

Bukti fisik yang dimiliki PT. Gamma Energi Pratama yaitu berupa bangunan rumah yang ditata rapih kemudian dijadikan sebuah kantor. Media pendukung atau fasilitas pendukung untuk kegiatan perusahaan PT. Gamma Energi Pratama menyediakan peralatan seperti tiga *unit* mesin *printer*, satu *unit* perangkat komputer yang terhubung internet, empat buah laptop, serta kendaraan dinas. Semua fasilitas tersebut digunakan untuk menunjang kegiatan perusahaan.

G. *Process*

Keseluruhan proses layanan jasa sangat bergantung pada proses layanan jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan, seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur

²Rifkie Muhammad, "Bauran pemasaran 7p" diakses dari http://rifkiemuhammad.blogspot.co.id/2012/11/bauran-pemasaran-7p_8878.html, pada tanggal 4 September 2017 pukul 21.25

yang berstandarisasi oleh karyawan yang bekompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan. PT. Gamma Energi Pratama memiliki karyawan yang berkinerja tinggi, sehingga proses layanan dapat berjalan dengan baik dan juga lancar.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Menyesuaikan Program Studi yang diambil PT. Gamma Energi Pratama menempatkan praktikan di bagian Divisi *Marketing* sebagai *sales* yang mempunyai tugas sebagai berikut :

1. *Follow up customer* sesuai dengan database yang diberikan.
2. Membuat surat penawaran kepada *customer*.
3. Mengikuti tender yang di ikuti perusahaan.

B. Pelaksanaan Kerja

1. *Follow up customer* sesuai dengan database yang diberikan

Direktur *Marketing* memberikan database klien yang dijadikan target untuk dihubungi sebagai calon peserta *engineering training*. *Engineering training* adalah pelatihan yang dilakukan untuk para peserta training yaitu teknisi mesin yang ada di perusahaan tersebut. Tujuan dari training ini agar para teknisi mesin ini mendapatkan keahlian mengenai mesin dan dapat mengoperasikan mesin dengan baik.

Dari database yang disediakan tersebut praktikan menghubungi calon peserta *engineering training* untuk menawarkan *training* yang diadakan oleh PT. Gamma Energi Pratama. Setelah itu praktikan memberitahu jumlah peserta training yang berminat untuk ikut training tersebut kepada Direktur

Marketing sebelum dibuat list peserta training oleh Direktur *Marketing*. Jika klien tersebut berminat untuk mengikuti training maka bagian yang mengurus *training* akan mengirimkan e-mail yang berisikan silabus atau brosur yang berisikan tentang training tersebut.

Pada saat praktikan menghubungi peserta *training* terkadang mendapat respon yang kurang enak, yaitu menolak panggilan telepon dengan alasan tidak berada di kantor, sedang sibuk, atau sedang diluar kota jadi praktikan belum sempat menawarkan training tersebut. Selain itu praktikan juga mengalami kesulitan pada saat *follow up customer*, praktikan merasa canggung ketika menghubungi peserta *training* karena baru pertama kali melakukan tugas *follow up customer*.

Manfaat yang praktikan dapat setelah melakukan *follow up customer* ialah praktikan mendapatkan pengalaman tentang cara menawarkan jasa kepada klien dan dapat mengasah ketrampilan praktikan dalam *telemarketing*. Pada tugas ini praktikan harus dapat berkomunikasi dengan baik dan benar karena kalau ada salah kata pada saat menelepon, *customer* dapat kecewa dan tidak bisa memakai jasa training dari PT. Gamma Energi Pratama lagi dan bisa merugikan perusahaan.

2. Membuat surat penawaran kepada customer

Direktur *Marketing* juga memberikan tugas yaitu praktikan ditugaskan membuat surat penawaran kepada *customer*. Surat penawaran adalah surat yang berisikan penawaran dari *supplier* atau vendor dan diberikan kepada

customer setelah adanya permintaan penawaran dari *customer*. Surat penawaran ini biasanya berisikan data perusahaan termasuk alamat dan nomer telepone, kode atau nomer barang, jumlah barang, diskon atau pajak, total harga barang dan biaya ongkos kirim, tata cara pembayaran, dan nomer rekening perusahaan.

Praktikan mengerjakan tugas membuat surat penawaran harga di microsoft excel dengan menggunakan format perusahaan. Setelah selesai membuat penawaran harga praktikan mengirim e-mail ke Direktur *Marketing* untuk dilihat dan dicek terlebih dahulu agar tidak ada kesalahan dalam menghitung harga. Adapun contoh surat penawaran adalah sebagai berikut.



PT. GAMMA ENERGI PRATAMA
 Building IS PLAZA Lt.5 No. 504
 Jl. Pramuka Raya Kav.150 Jakarta Timur 13120
 Phone : 021-29613933
 Fax : 021-29613933ext*81

PRICE DETAIL				
To : PT PINDO DELI PULP AND PAPER MILLS Quo. No. : 32/Q-GEP/III/2017 Date : 24-Mar-17				
ITEM	UNIT	DESCRIPTION	UNIT PRICE (IDR)	QTY PRICE (IDR)
1	8 Pcs	CABLE CTC <i>Detail :</i> CB104-C555-010-D2C Black polyurethane coiled cable, 10 ft; CONNECTOR NO LONGER AVAILABLE. REPLACED WITH C555 CONNECTOR. 5 pin Turck connector, for acceleration input to CSI 2130; 2 socket MIL connector with custom bending strain relief, 250 F; Brand : CTC	-	36,000,000.00
TOTAL PRICE EXCL. 10% VAT				36,000,000.00

Notes: - Pricing includes all applicable quantity discounts. If quantity requirements should change, please contact PT GAMMA ENERGI PRATAMA for an update quotation.
 - Original Country : USA

Gambar III.1

Contoh Surat Penawaran

Sumber : Data Internal PT. Gamma Energi Pratama

Setelah surat penawaran disetujui oleh *customer* kemudian praktikan ditugaskan mengirimkan *invoice* ke *customer* via email. *Invoice* adalah surat penagihan yang dikeluarkan oleh pihak *supplier* atau vendor kepada *customer* sesuai kesepakatan di PO (*Purchase Order*). Pengertian *Purchase Order* itu sendiri adalah surat pemesanan yang dikeluarkan setelah terjadi kesepakatan berdasarkan surat penawaran (*Quotation*). Contoh *invoice* adalah sebagai berikut

No	Description	Quantity	Unit Price	Total Price	
1	Cable Assy; B104-C555-010-DC, CTC Sesuai PO No KRW-49725999/Jul 18, 2017	6	Rp4,575,000	Rp27,450,000	
				Sub Total	27,450,000
				VAT	2,745,000
				TOTAL	30,195,000

Says : Thirty million one hundred thirty five thousand rupiah

Note
 All payment is transfer to :
 Bank Mandiri KCP ITC Depok
 - No Rekening : 1570004660693 (IDR)
 - Beneficiary : PT. Gamma Energi Pratama

Gambar III.2

Contoh Invoice

Sumber : Data Internal PT. Gamma Energi Pratama

Pada saat praktikan membuat surat penawaran praktikan mengalami kesulitan pada saat menghitung harga. Praktikan belum terlalu paham pada saat membuat penawaran karena praktikan baru pertama kali diberikan tugas membuat penawaran harga untuk *customer*. Setelah selesai membuat surat penawaran praktikan disuruh merevisi oleh Direktur *Marketing* karena surat penawaran harga yang praktikan buat ada kesalahan pada perhitungan harga jadi praktikan merevisi surat penawaran tersebut. Pada tugas ini praktikan harus teliti dan cermat pada saat menghitung harga karena jika ada kesalahan menghitung harga akan sangat merugikan perusahaan dan juga merugikan *customer* sebab harganya tidak sesuai.

Manfaat yang praktikan dapat setelah membuat surat penawaran harga adalah praktikan mengetahui cara perhitungan harga dan cara membuat surat penawaran menggunakan format perusahaan.

3. Mengikuti tender yang di ikuti perusahaan

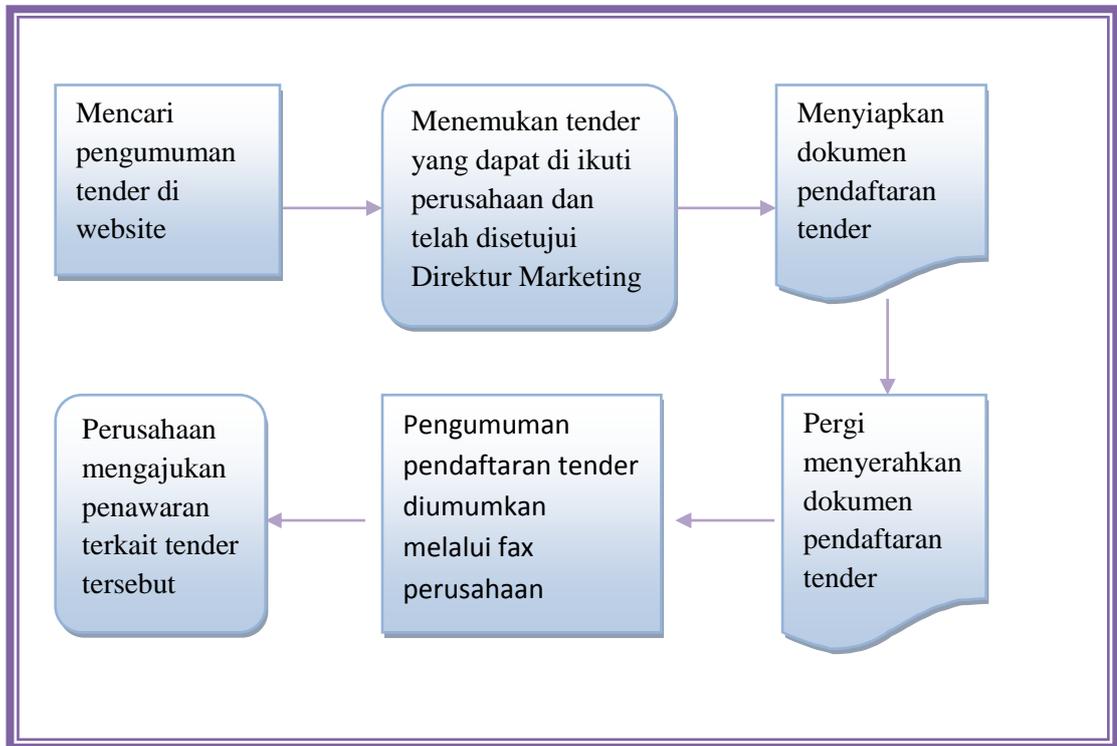
Praktikan juga ditugaskan membantu perusahaan untuk mengikuti tender perusahaan lain. Tender adalah tawaran untuk mengajukan harga, memborong pekerjaan, pengadaan barang atau peralatan yang diberikan oleh perusahaan swasta atau pemerintah kepada perusahaan-perusahaan lain. Mengikuti tender adalah salah satu cara untuk mendapatkan kontrak bisnis dalam skala besar dan dapat memperluas bidang usaha perusahaan.

Awal mula praktikan ditugaskan oleh Direktur *Marketing* untuk monitor tender di website tender Indonesia kemudian praktikan mencari pengumuman

lelang yang sesuai dengan bidang perusahaan yang praktikan tempati yaitu alat-alat mekanikal, instrumen, dan elektrikal. Di website tersebut merupakan tempat untuk mencari pengumuman tender-tender perusahaan. Setelah menemukan pengumuman pelelangan yang sesuai kemudian praktikan menginfokan kepada Direktur *Marketing* bahwa pelelangan tersebut dapat di ikuti perusahaan. Jika pelelangan tersebut disetujui oleh Direktur *Marketing* maka praktikan ditugaskan mempersiapkan dokumen untuk pendaftaran tender. Setelah itu praktikan pergi ke perusahaan yang mengadakan tender untuk menyerahkan dokumen pendaftaran tender. Pengumuman tahap pendaftaran akan di umumkan melalui fax perusahaan. Jika lolos tahap pendaftaran maka perusahaan yang mengadakan tender mengundang peserta tender untuk mengajukan penawaran serta membawa persyaratan dokumen terkait pelelangan tender tersebut.

Pada saat praktikan menyerahkan dokumen pendaftaran tender praktikan mendapatkan respon yang kurang baik dari pegawai loket yaitu pelayanannya kurang ramah dan tidak langsung dilayani terkadang praktikan menunggu terlebih dahulu untuk dipanggil, disela-sela menunggu giliran untuk pendaftaran tender praktikan diajak mengobrol dengan karyawan lain yang ingin mendaftar tender juga, jadi praktikan dapat bertukar informasi mengenai dokumen-dokumen tender, posisi karyawan tersebut di perusahaan, dll dengan karyawan tersebut. Selain itu praktikan mengalami kesulitan saat monitor tender di website. Praktikan mengalami kesulitan untuk menentukan tender mana yang bisa di ikuti perusahaan karena banyak sekali lelang-lelang

yang ada pada website tersebut. Berikut adalah beberapa langkah proses tender yang di ikuti praktikan selama PKL di PT. Gamma Energi Pratama



Gambar III.3

Flowchart Proses Tender

Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan

Manfaat yang praktikan dapat setelah mengikuti tender yaitu praktikan mendapat pengalaman mengikuti tender dan mengerti mekanisme perusahaan mengikuti tender yang diadakan perusahaan. Menurut praktikan tugas ini merupakan tugas yang besar karena jika praktikan salah dalam menyiapkan dokumen maka perusahaan gagal dalam tahap registrasi pendaftaran tender dan merugikan perusahaan untuk mengikuti tender.

Bauran pemasaran yang digunakan PT. Gamma Energi Pratama adalah *event marketing*. Menurut Duncan (2005:14), *event marketing* adalah suatu bentuk promosi merek dengan cara memberikan bantuan keuangan atau yang bersifat mendukung dari sebuah organisasi, perorangan, atau kegiatan yang menghubungkan suatu merek dengan kegiatan olahraga, hiburan, budaya, sosial (*public activity*) yang menimbulkan ketertarikan yang tinggi, dengan memberikan timbal balik untuk mengiklankan perusahaan. Adapun alasan-alasan penyediaan *event marketing* menurut Jefkins (2004:267) adalah

1. Untuk melancarkan suatu kampanye periklanan melalui publikasi nama serta produk-produk perusahaan yang seluas-luasnya oleh media massa yang meliputi acara yang diberi sponsor itu.
2. Untuk mendukung strategi atau kebijakan pemasaran.
3. Untuk memperlihatkan niat baik organisasi ataupun perusahaan guna melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Menurut praktikan, PT. Gamma Energi Pratama telah melakukan *event marketing* dengan benar. PT. Gamma Energi Pratama mengikuti tender demi tercapainya tujuan daripada *event marketing* tersebut sesuai dengan teori ahli. Tujuan PT. Gamma Energi Pratama mengikuti *event marketing* yaitu untuk memberikan gambaran berupa produk dan jasa yang ada pada perusahaan, selain itu untuk menjalankan kegiatan pemasarannya dan untuk melaksanakan tanggung jawabnya baik di lingkungan sosial maupun kepada klien.

C. Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan PKL praktikan mengalami berbagai kendala pada beberapa kegiatan. Berikut ini merupakan kendala yang dialami praktikan selama PKL.

- a. Ketika membuat surat penawaran harga praktikan mengalami kesulitan pada saat menghitung harga. Praktikan belum terlalu paham pada saat membuat penawaran dikarenakan baru pertama kali membuat surat penawaran harga untuk *customer*. Praktikan juga tidak mendapatkan *price list* terkait penawaran tersebut.
- b. Pada saat mengikuti tender praktikan juga mengalami kesulitan mengerjakan kegiatan tersebut. Pada saat praktikan diberi tugas untuk monitor tender di website praktikan mengalami kesulitan untuk menentukan tender mana yang bisa di ikuti oleh perusahaan karena banyak sekali lelang-lelang yang ada pada website tersebut. Selain itu juga pada saat pergi ke perusahaan yang mengadakan tender untuk melakukan pendaftaran terkadang ada kekurangan dokumen untuk di lampirkan, praktikan harus melengkapi dokumen tersebut dan pergi kembali ke perusahaan tersebut.

D. Cara Mengatasi Kendala

Adapun cara-cara praktikan dalam mengatasi kendala selama berlangsungnya PKL.

- a. Praktikan sering berbicara dengan staff karyawan di sela waktu istirahat untuk diajarkan cara perhitungan dan diberitahu setiap harga yang ada pada penawaran harga tersebut. Sikap karyawan yang tidak pelit informasi dan bersahabat membuat praktikan lebih mudah mengkomunikasikan kendala yang di hadapi. Shannon dan Weaver mendefinisikan "komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi."¹
- b. Pada saat praktikan monitor tender di website praktikan bertanya kepada staff karyawan dan Direktur *Marketing* tender seperti apa yang bisa di ikuti perusahaan. Dengan kesabaran Bapak Ari Cahyo sebagai Direktur Marketing dan Bapak Imam sebagai staff karyawan memberikan informasi yang diberikan memudahkan praktikan dalam bekerja. Setelah diberi arahan praktikan mengerti tender seperti apa yang bisa di ikuti oleh perusahaan. Praktikan juga mempunyai cara sendiri yaitu memilih kategori di website yang sesuai dengan bidang perusahaan yaitu mekanikal, instrumen, dan elektrikal. Untuk kekurangan dokumen ketika melampirkan

¹Komunikasi praktis, "Daftar definisi komunikasi menurut para ahli", diakses dari www.komunikasipraktis.com/2014/10/daftar-definisi-komunikasi-menurut-para-ahli.html?m=1, pada tanggal 13 September 2017 pukul 20.30 WIB

pendaftaran tender praktikan harus lebih teliti dan melakukan pengecekan dokumen terlebih dahulu agar tidak ada kekurangan dokumen ketika melakukan pendaftaran tender. Praktikan semakin aktif bertanya kepada Direktur Marketing dan karyawan lain mengenai data-data perusahaan yang dibutuhkan praktikan untuk menyusun Laporan Praktik Kerja Lapangan. Illeris dan Ormorod mendefinisikan "pembelajaran secara umum adalah sebagai suatu proses yang menyatukan kognitif, emosional, dan lingkungan pengaruh dan pengalaman untuk memperoleh, meningkatkan, atau membuat perubahan pengetahuan, keterampilan, nilai, dan pandangan dunia."²

²Belajar psikologi, "Macam-macam teori belajar", diakses dari <http://belajarpsikologi.com/macam-macam-teori-belajar/>, pada tanggal 13 September 2017 pukul 20.50 WIB

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

- a. Praktikan mendapat pengetahuan bahwa salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Gamma Energi Pratama adalah dengan cara pemasaran langsung (*direct marketing*). Contohnya PT. Gamma Energi Pratama mengadakan *engineering training* maka perusahaan akan menghubungi calon peserta *training* melalui telepon atau e-mail dengan menawarkan secara langsung ke calon peserta *training* tersebut.
- b. Praktikan memperoleh pengetahuan dan pengalaman kerja pada Divisi Pemasaran sebagai sales yaitu bagaimana cara berinteraksi dengan calon pelanggan melalui telephone, mengetahui cara membuat penawaran harga, dan mekanisme perusahaan mengikuti tender yang di adakan oleh perusahaan lain.
- c. Praktikan dapat meningkatkan keterampilan dalam hal *direct marketing*. Dengan adanya arahan dari Direktur *Marketing* dengan diberitahu etika bertelepon, praktikan dapat melaksanakan tugas menelepon peserta *engineering training* dengan baik. Hal tersebut dapat mengasah keterampilan praktikan dalam *telemarketing*.
- d. Praktikan dapat membandingkan teori antara teori yang didapatkan diperkuliahan dengan Praktik Kerja Lapangan. Perusahaan

menggunakan salah satu dari bauran pemasaran untuk melakukan kegiatan pemasarannya yaitu *event marketing*. Praktikan mendapat teori tentang event marketing pada mata kuliah Manajemen Pemasaran I. PT. Gamma Energi Pratama mengikuti tahapan proses tender dengan benar dan sesuai dengan teori yang praktikan peroleh di perkuliahan.

B. Saran

Ada beberapa saran yang hendak praktikan sampaikan kepada perusahaan tempat praktikan melakukan PKL yaitu PT. Gamma Energi Pratama yaitu perlu ditambahkan bauran promosi (*promotion mix*) agar dapat meningkatkan penjualan barang atau jasa karena tempat perusahaan praktikan di tempatkan hanya menggunakan satu unsur dalam bauran promosi yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*). Contohnya PT. Gamma Energi Pratama dapat menggunakan iklan (*advertising*) sebagai media promosinya yaitu menggunakan media cetak dengan merancang brosur atau memasang iklan di majalah/tabloid yang menjelaskan tentang keunggulan produk dan jasa yang dimiliki dan dapat juga menggunakan media elektronik seperti internet dan *website* untuk mempromosikan produk dan jasa perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hajat, Nurahma, dkk. Pedoman Praktik Kerja Lapangan. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2012.
- Belajar Psikologi. Macam-macam Teori Belajar. 2017. <http://belajarpsikologi.com/macam-macam-teori-belajar/>. (diakses tanggal 13 September 2017)
- Ghazzan, Fariz. Pengertian Marketing Mix Menurut Para Ahli. 2017. <http://catatanmarketing.wordpress.com/tag/pengertian-marketing-mix-menurut-para-ahli/>. (diakses tanggal 4 September 2017)
- Komunikasi Praktis. Daftar Definisi Komunikasi Menurut Para Ahli. 2017. www.komunikasipraktis.com/2014/10/daftar-definisi-komunikasi-menurut-para-ahli.html?m=1. (diakses tanggal 13 September 2017)
- Muhammad, Rifkie. Bauran Pemasaran 7p. 2017. http://rifkiemuhammad.blogspot.co.id/2012/11/bauran-pemasaran-7p_8878.html. (diakses tanggal 4 September 2017)