

# **LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN CV. ANDAFCORP**

**FACHMI RINALDI**

**82231452996**



**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**

**2016**

**FIELD PRACTICE REPORT CV. ANDAFCORP**

**FACHMI RINALDI**

**82231452996**



**This scientific paper arranged to meet one of the requirements to get the title  
of the Experts Associate at Faculty Of Economics University of Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2016**

## **EXECUTIVE SHEET**

**Fachmi Rinaldi. 8223145296. *Internship report at CV. ANDAFCORP.***  
***Department of management. Faculty of economics. State university of Jakarta.***

*This internship report aiming to inform my activities at CV. ANDAFCORP. I was placed as an executive account. Internship aiming to gain insights that are not obtained during the lecture and empirical experience. The work that is done is a promotional products company by finding the target market through the media linkedin and send offers via email.*

*Keywords: Internship, commercial division, CV. ANDAFCORP*

## **LEMBAR EKSEKUTIF**

**Fachmi Rinaldi. 8223145296. Laporan Praktik Kerja Lapangan di CV. AndafCorp, Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2014.**

Laporan ini bertujuan untuk menginformasikan kegiatan praktikan selama 2 bulan di CV. AndafCorp sebagai Digital Marketing Agency. Praktik kerja lapangan bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang tidak didapatkan selama perkuliahan dan pengalaman empiris. Adapun pekerjaan yang dilakukan adalah promosi produk perusahaan dengan cara mencari target pasar melalui media linkedin dan mengirimkan penawaran via email.



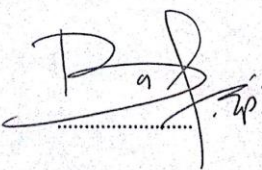
Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan, CV. ANDAFCORP, Digital Marketing Agency

**LEMBAR PENGESAHAN**

Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Umi Mardiyati, M.Si  
NIP. 19570221 198503 2 002

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 19570221 198503 2 002		<u>10-01-2017</u>
Penguji Ahli		
<u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001		<u>28-12-2016</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001		<u>3-01-2017</u>

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan serta dapat menyelesaikan laporannya tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti.

Kerja praktek lapangan ini merupakan salah syarat wajib yang harus ditempuh mahasiswa dalam Program Studi D3 Manajemen Pemasaran. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh kerja praktek ini ternyata banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun untuk pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di bangku kuliah.

Dalam penyusunan laporan hasil kerja praktek lapangan ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses penulisan laporan praktik kerja lapangan ini.
2. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati M.Si, selaku ketua program studi Manajemen Pemasaran.

4. Bapak Nugraha Andaf yang membimbing praktikan dalam menjalankan PKL di CV. AndafCorp
5. Seluruh karyawan CV. AndafCorp yang tidak dapat praktikan sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.
6. Bapak, Ibu, serta Kakak tercinta terima kasih atas doa dan semangatnya sehingga laporan ini dapat selesai
7. Dan teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih praktikan atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Praktikan akui penulisan ini tidaklah sempurna seperti kata pepatah tak ada gading yang tak retak begitu pula dalam penulisan ini, apabila nantinya terdapat kekeliruan dalam penulisan laporan kerja praktik ini praktikan sangat mengharapkan kritik dan sarannya.

Jakarta, 4 Januari 2017

Praktikan

## **DAFTAR ISI**

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR .....</b>	i
<b>LEMBAR EKSEKUTIF.....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	3
C. Kegunaan PKL.....	3
D. Tempat PKL.....	4
E. Jadwal Waktu PKL.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL</b>	
A. Sejarah Perusahaan.....	7
B. Struktur Organisasi.....	10
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	17
<b>BAB III. PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN</b>	
A. Bidang Kerja.....	30
B. Pelaksanaan Kerja.....	30
C. Kendala Yang Dihadapi.....	33
D. Cara Mengatasi Kendala.....	33
<b>BAB IV KESIMPULAN</b>	
A. Kesimpulan.....	35
B. Saran-Saran.....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	37
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	



## DAFTAR TABEL

<b>No Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel II.1	Tabel Harga SEO dan SMM	24

## DAFTAR GAMBAR

<b>No Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar II.1	Logo CV. AndafCorp	9
Gambar II.2	Struktur Organisasi CV. AndafCorp	10
Gambar II.3	Flowchart Kegiatan Umum CV. AndafCorp	24
Gambar II.4	Logo Datamaya Consulting	25
Gambar III.1	Flowchart Kegiatan Pekerjaan	28
Gambar III.2	Flowchart Kegiatan Dalam Kantor	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Surat Pengajuan Praktik Kerja Lapangan	36
Lampiran 2	Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan	37
Lampiran 3	Penilaian Hasil Praktik Kerja Lapangan	38
Lampiran 4	Daftar Absensi Praktik Kerja Lapangan	39
Lampiran 5	Contoh Surat Penawaran	42
Lampiran 6	Tabel Kegiatan Praktik Kerja Lapangan	44

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia pemasaran telah memasuki era baru yang revolusioner. Pada saat efektivitas komunikasi pemasaran tradisional mengalami penurunan, sebuah metode baru di dunia pemasaran mengalami perkembangan signifikan. Cara baru tersebut dikenal sebagai “pemasaran digital” yang menggabungkan faktor-faktor psikologis, humanis, antropologis, dan teknologis melalui multimedia dengan kapasitas besar dan interaktif. Hasilnya adalah babak baru interaksi antara produsen, intermediari pasar, dan konsumen, dengan perantaraan medium teknologi bergerak (mobile) sebagai unsur dominan.

Perkembangan zaman yang semakin modern seperti sekarang ini, kian mendorong keras pebisnis pemula untuk mengikuti kemajuan zaman sebagai mana trendnya agar bisnis yang dilakoni bisa membuahkan hasil. Seperti halnya sekarang ini orang banyak menawarkan produk bukan dengan cara *door to door* lagi, melainkan menggunakan media sosial di antaranya ada website, Instagram, LinkedIn, Facebook, dan masih banyak lagi. Penggunaan media sosial ini bahkan dikatakan jauh lebih efektif dibandingkan cara yang terdahulu (*door to door*), di mana selain bisa menghemat tenaga juga bisa hemat waktu. Bahkan, dalam waktu yang sama pebisnis bisa merespon segala pertanyaan pengunjung dari kawasan yang berbeda.

Pemasaran bisnis yang ditekuni melalui internet juga akan semakin menjanjikan bilamana dilakukan dengan sungguh-sungguh. Contoh, walau saat ini blog dapat dibuat secara gratis tapi akan lebih baik jika membuat website dengan tarif tertentu, sebab kualitas website ketika diakses tentu akan berbeda. Tidak mengherankan bila orang banyak menggunakan jasa digital marketing untuk memasarkan bisnis supaya mendapat penghasilan yang memuaskan.

Dengan tujuan menghasilkan lulusan yang mampu bersaing dalam dunia kerja, maka Universitas Negeri Jakarta mengharuskan para mahasiswanya untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Kegiatan PKL merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.md) pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Mahasiswa yang mengambil Program Sarjana diharuskan melaksanakan PKL kerana mahasiswa lulusan Program ini dipersiapkan untuk dapat memasuki dunia kerja. Pelaksanaan PKL ini merupakan sarana pembelajaran untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja sebenarnya. Hal ini sangat membantu mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan maupun menghadapi kendala-kendala dalam melaksanakan PKL

## **B. Maksud dan Tujuan PKL**

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

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebelum memasuki dunia kerja.
2. Agar mahasiswa dapat menerapkan teori - teori yang telah dipelajari selama perkuliahan berlangsung pada perusahaan tempat PKL.
3. Dapat mempelajari bidang pekerjaan yang sesuai dengan konsentrasi praktikan yaitu pemasaran.

Tujuan PKL:

1. Dapat mengenal suatu perusahaan tempat PKL yang dituju, mengetahui banyak hal operasional yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan berbagai informasi yang didapat selama PKL.
2. Memperoleh pengalaman dalam hal pemasaran usaha kecil menengah.
3. Membandingkan teori yang telah dipelajari sebelumnya pada bangku perkuliahan dengan dunia kerja yang sesungguhnya.

## **C. Kegunaan PKL**

Dengan dilaksanakannya PKL diharapkan dapat mempunyai manfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Praktikan

Dengan adanya PKL yang telah dilaksanakan diharapkan dapat memberikan wawasan, keterampilan, dan gambaran agar dapat memahami benar tentang

dunia kerja, sehingga menjadi bekal untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Fakultas Ekonomi UNJ

Mendapatkan timbal balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan di lingkungan perusahaan dan tuntutan pembangunan pada umumnya.

3. Bagi Perusahaan

- a. Dengan dilaksanakannya PKL oleh Praktikan, diharapkan Perusahaan mendapatkan saran guna pengembangan kegiatan Perusahaan.
- b. Dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja mahasiswapada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

**D. Tempat Praktik Kerja Lapangan**

1. Tempat Praktik Kerja lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada:

Nama Perusahaan : CV. AndafCorp

Tempat : Villa Tampak Siring B.10 No.15, Puri Gading,

Bekasi 17425

Nomor Telepon : (021) 807 203 73

## 2. Alasan Pemilihan CV. AndafCorp

Alasan Praktikan memilih CV. AndafCorp sebagai tempat praktik kerja lapangan karena CV. AndafCorp merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Digital Marketing Agency. Praktikan tertarik dengan bidang yang dijalani oleh perusahaan ini dan ingin mengetahui bagaimana cara kerja dari CV. AndafCorp dalam memberikan pelayanan sebaik mungkin dan khususnya cara kerja pada klien.

## **E. Jadwal Waktu PKL**

Jadwal waktu praktikan melaksanakan PKL di CV. AndafCorp selama dua bulan terhitung dari 20 juni 2016 sampai dengan 22 agustus 2016 , mulai pukul 10.00 sampai dengan pukul 17.00 dari hari Senin sampai dengan Jum'at.

Dalam proses persiapan pelaksanaan PKL dibagi tiga tahap yaitu:

### 1. Tahap persiapan PKL

- a. Pada tanggal 2 juni 2014 praktikan meminta surat pengantar untuk membuat surat izin permohonan PKL yang sudah ditandatangani oleh Dra. Umi Mardiyati M.Si selaku KaJur Prodi D3. Setelah praktikan mendapatkan tanda tangan yang dibutuhkan, praktikan mengajukan surat pengantar tersebut ke Biro Administrasi dan Kemahasiswaan.
- b. Pada tanggal 6 juni 2016, praktikan mengambil surat izin yang telah jadi dan langsung menuju CV. AndafCorp untuk mengajukan permohonan izin PKL.



- c. Pada tanggal 15 juni 2016, praktikan mendapat kabar dari CV. AndafCorp praktikan diterima untuk PKL di perusahaan tersebut dan diminta untuk datang pada tanggal 20 juni 2016 untuk melaksanakan Peraktik Kerja Lapangan di CV. AndafCorp ditempatkan di Divisi penawaran/LinkedIn

## 2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat panggilan untuk datang pada tanggal 20 Juni 2016, praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di CV. AndafCorp. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dimulai pada tanggal 20 Juni 2016 dan berakhir pada tanggal 22 agustus 2016 dan dilaksanakan dari hari senin sampai dengan Jum'at. Pelaksanaan kerja yang dilakukan di CV. AndafCorp dimulai pada jam 10.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

## 3. Tahap penulisan Laporan PKL

Setelah praktikan menyelesaikan praktik kerja di perusahaan yang bersangkutan, praktikan diharapkan membuat laporan PKL. Praktikan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan memulai menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 15 September 2014 hingga seles

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

AndafCorp adalah perusahaan digital marketing agency yang didirikan pada tahun 2010 oleh bapak Nugraha Andaf beserta kelima teman kampusnya di Universitas Indonesia. Awal mula perusahaan ini berdiri bernama Andaf Idea Consulting yang bergerak dibidang jasa konsultan bisnis.

Kegiatan dari Andaf Idea Consulting adalah membantu Usaha Kecil Menengah (UKM). Andaf Idea Consulting memberikan solusi bagi UKM yang ingin mengembangkan usaha mereka dengan jasa konsultan yang relatif terjangkau.

Pada awal Andaf Idea Consulting mempromosikan bisnisnya sudah banyak sekali tanggapan dari konsumen. Klien pertama Andaf Idea Consulting adalah QueenBeer, yaitu salah satu *brand clouthing* didaerah Bekasi. QueenBeer memiliki masalah pada keuangan, pembagian saham, pembagian tugas, pembagian hasil, dll. QueenBeer menjadi *brand clouthing* ternama khususnya di wilayah Bekasi setelah masalah yang dimiliki dibenahi oleh Andaf Idea Consulting.

Seiring berjalannya waktu, Andaf Idea Consulting mendapatkan cukup banyak klien dan rata-rata permintaan dari klien adalah membuat *marketing plan* secara detail untuk perusahaan-perusahaan. Karena pada saat itu sebagian besar klien adalah UKM dan *budget marketing* nya rendah maka Andaf Idea Consulting mengarahkan semuanya ke *online marketing*. Tetapi masalah baru timbul yaitu UKM tersebut tidak memiliki tenaga ahli untuk menjalani strategi *marketing online*

dan mereka meminta kepada Andaf Idea Consulting untuk menjalani strategi *marketing online*. Dan pada akhirnya Andaf Idea Consulting membuat divisi khusus yang menjalankan *digital marketing* yang terkonsentrasi pada *Sosial Media Marketing* (SMM).

Pada tahun 2013 Andaf Idea Consulting berubah nama menjadi AndafCorp dan bergerak dibidang digital marketing agency. Sudah banyak sekali klien yang ditangani diantaranya:

1. Snowbay
2. Majun Seaweed
3. Female Apartement
4. Gwoods
5. Taman Sari Urbano
6. Dwagweel
7. Indocom
8. Arha Debang Development
9. Traveling Care
10. PT. Arto Bangun Cahaya
11. PT. Wirabima Turbo Indonesia
12. Java Recycled Teak
13. PT. Sumber Rahayu Jaya
14. PT. Pratmaeka Bigco Indonesia

1. **Visi**

Menjadi perusahaan *Digital Marketing Agency* terbaik di Indonesia

2. **Misi**

- a. Memberikan solusi *integrative* bagi setiap permasalahan *digital marketing* yang dibutuhkan *client*
- b. Mampu memaksimalkan sumberdaya untuk mencapai tujuan
- c. Memberikan *service* secara *exelent* dan melebihi ekspetasi

3. **Moto**

Mari Beralih ke Digital Marketing untuk bisnis masa depan yang lebih baik.

4. **Logo dan Filosofi Perusahaan**



**Gambar II.1**

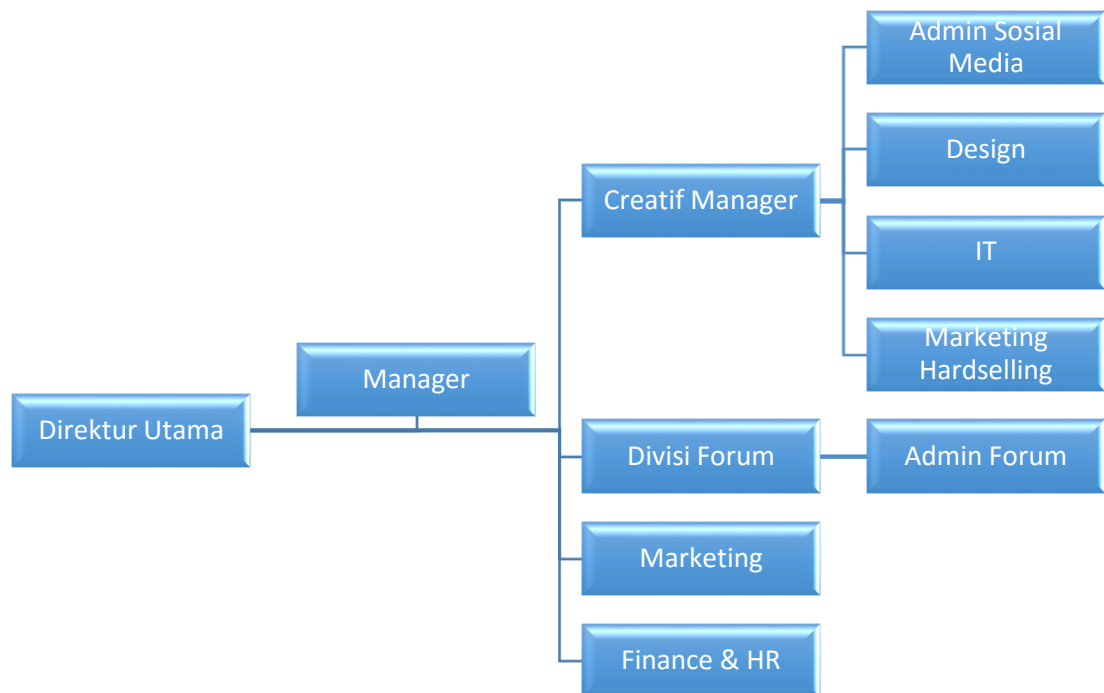
**Logo CV. AndafCorp**

*Sumber : AndafCorp.com*

Bentuk, warna dan makna lambang Perusahaan resmi yang digunakan sejak tahun 2013. Logo CV. AndafCorp modifikasi daripada bentuk huruf **A** yang merupakan huruf awal dari nama perusahaan. Bentuk dari visual bebaas ini juga menunjukkan tiga buah pilar yang saling berkaitan.

Warna hijau yang berarti tenang, dan segar. Perusahaan diharapkan dapat memberikan sebuah penyegaran atau pembaharuan ide dengan cara dan konsep yang berbeda disbanding kompetitor lainnya. Warna abu – abu tua yang berarti memberikan keyakinan bahwa perusahaan memiliki sidat stabil, dapat diandalkan dan penuh tanggung jawab.

## B. Struktur Organisasi



**Gambar II.2**

### **Gambar Struktur Organisasi CV. AndafCorp**

*Sumber : CV. AndafCorp*

*Diolah Praktikan*

CV. AndafCorp merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa *marketing*. Dalam struktur organisasi CV. AndafCorp terdapat beberapa bidang. Berikut wewenang dan tanggung jawab masing-masing bidang:

**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 strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan
- g. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.
- h. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan

**2) Manager**

- a. Menjadi motivator bagi karyawannya
- b. Mengelola operasional harian perusahaan
- c. Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi dan mengalisis semua aktivitas bisnis perusahaan

- d. Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan
- e. Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan
- f. Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal
- g. Memastikan setiap departemen melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal
- h. Mengelola anggaran keuangan perusahaan
- i. Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan
- j. Membuat prosedur dan standar perusahaan
- k. Membuat keputusan penting dalam hal investasi, integrasi, aliansi dan divestasi
- l. Merencanakan dan mengeksekusi rencana strategis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan
- m. Menghadiri pertemuan, seminar, konferensi maupun pelatihan

### **3) Kreatif Manager**

- a. Bertanggung jawab atas project yang di handle
- b. Memimpin dan mengontrol divisi *project*
- c. Mengeluarkan ide ide untuk *project*
- d. Bertanggung jawab atas kepuasan klien dan bertemu dengan klien dalam hal evaluasi *project*
- e. Membuat laporan progres setiap *project*

#### **4) Divisi Forum**

- a. Bertanggung jawab atas kegiatan di divisi forum
- b. Berkoordinasi dengan Creatif Manager dalam menjalankan *project*
- c. Mengontrol dan menerima laporan dari staf forum

#### **5) Marketing**

- a. Bertanggung jawab Atas Penjualan Produk perusahaan
- b. Menjalankan Strategi pemasaran yang telah ditetapkan
- c. Mengevaluasi Strategi pemasaran
- d. Membuat Laporan Progres kegiatan Marketing

#### **6) Finance & HR**

- a. Melakukan pengelolaan keuangan perusahaan
- b. Melakukan penginputan semua transaksi keuangan
- c. Melakukan transaksi keuangan perusahaan
- d. Melakukan pembayaran kepada Pihak luar
- e. Melakukan penagihan kepada klien
- f. Mengontrol aktivitas keuangan atau transaksi keuangan perusahaan
- g. Membuat laporan mengenai aktivitas keuangan perusahaan
- h. Melakukan Evaluasi budget
- i. Menyiapkan dokumen penagihan invoice atau kwitansi tagihan beserta kelengkapannya



- j. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam hal ini termasuk perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.
- k. Membuat sistem HR yang efektif dan efisien, misalnya dengan membuat SOP, job description, training and development system dll.
- l. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.
- m. Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- n. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- o. Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- p. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.

## **7) Sosial Media Admin**

- a. Bertanggung jawab terhadap performa suatu perusahaan di media sosial
- b. Memberikan informasi terbaru dari perusahaan dan mensosialisasikannya melalui media sosial online
- c. Mengedukasi pelanggan apabila mengalami kesusahaan, mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusi untuk pelanggan
- d. Menjalin komunikasi yang berkesinambungan, dan tentu saja mempromosikan perusahaan atau individu yang ingin membangun brand image melalui situs jejaring sosial.
- e. Membuat Report progress

## **8) Design**

- a. Menciptakan desain yang sempurna dengan memasukan karya seni dan bahasa
- b. Menyampaikan pesan berupa jasa atau produk perusahaan kepada masyarakat dengan cara yang unik
- c. Memposisikan diri sebagai pemecah masalah dalam kebuntuan komunikasi dengan menciptakan komunikasi baru dalam bentuk visual
- d. Menciptakan desain yang informatif dan komunikatif yang bisa menyentuh sisi psikis audiens
- e. Selalu kreatif dan memiliki wawasan baru akan perkembangan audiens yang selalu berubah sewaktu-waktu.

**9) IT**

- a. Menerima permintaan user untuk masalah-masalah yang harus diselesaikan.
- b. Menyediakan dukungan dan penyelesaian masalah konsumen baik untuk konsumen internal maupun eksternal.
- c. Bertanggung jawab atas kepuasan terkini pelanggan.
- d. Mendesain, membangun, atau memelihara situs web, menggunakan authoring atau bahasa scripting, alat penciptaan konten, alat manajemen, dan media digital.
- e. Melakukan atau update situs web langsung.
- f. Menulis, desain, atau mengedit konten halaman web, atau yang lain langsung memproduksi konten.
- g. Back up atau memodifikasi aplikasi dan data yang terkait untuk menyediakan pemulihan kerusakan.
- h. Menentukan sumber halaman web atau masalah server, dan mengambil tindakan untuk memperbaiki masalah tersebut.
- i. Meninjau atau memperbarui konten halaman web atau link pada waktu yang tepat, menggunakan tool-tool.
- j. Memonitor sistem untuk intrusi atau serangan denial of service, dan melaporkan pelanggaran keamanan untuk personil yang tepat.
- k. Menerapkan langkah-langkah keamanan situs web, seperti firewall atau enkripsi pesan.
- l. Mengelola internet / intranet infrastruktur, termasuk komponen seperti web, file transfer protocol (FTP), berita dan server mail.

### 10) Marketing Hardselling

- a. Menjalankan kegiatan sales dari produk klien melalui media online
- b. Menjalankan arahan dari creative Manager
- c. Membuat laporan progress dan menyerahkan kepada creative manager

### 11) Admin Forum

- a. Memasang iklan produk klien di website penjualan
- b. Memonitoring iklan tersebut
- c. Memasang iklan produk klien di forum forum dan grup grup secara online dan berhubungan dengan produk tersebut
- d. Membuat report progress dan menyerahkan ke kepala forum

## C. Kegiatan Umum Perusahaan

CV. Andaf Corp adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Digital Marketing Agensi bauran pemasarannya (*marketing mix*) adalah sebagai berikut:

### 1. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Semua produk CV. AndafCorp adalah ***Digital Online Marketing*** yaitu merupakan proses pemasaran produk dan jasa melalui media-media secara online. Adapun proses pemasarannya dapat berupa Online Marketing Social Media Manajemen. Merupakan pemasaran produk dan jasa melalui social media.

Social Media Advertising Manajemen. Merupakan proses pemasaran produk dengan menggunakan advertising untuk meningkatkan jangkauan audience sehingga dapat meningkatkan inquiry. Online Event Management. Memanage sebuah event secara online untuk menunjang keefektifan agar sebuah *event* berjalan dengan baik.

Adapun produk dan *jobdesc* dari *Digital Online Marketing* adalah sebagai berikut:

### **1) Online Marketing Social Media Manajemen**

- 1) membuat perencanaan pemasaran online, dari mulai Segmenting, targetting, positioning, hingga Tools yang akan dipakai (media social, web, dll)
- 2) membuat jadwal update rutin per hari di semua tools yang dipersiapkan, dari mulai website hingga media social
- 3) membuat konten dan editing artikel terkait yang akan diupdate
- 4) melaksanakan update rutin di jam dan waktu yang ditentukan, 24 Jam, 7 hari seminggu di website dan media social
- 5) membuat Desain Grafis pendukung pemasaran Online
- 6) membuat laporan evaluasi hasil efektifitas pemasaran online

### **2) Social Media Advertising Manajemen**

- 1) membuat perencanaan advertising untuk meningkatkan inquiry
- 2) melaksanakan dan menjalankan advertising sesuai dengan jadwal perencanaan secara update berkala

- 3) membuat laporan evaluasi hasil efektifitas penayangan advertising secara online

### **3) Online Event Management**

- 1) membuat perencanaan event secara online, yang dapat terintegrasi dengan Online Marketing Social Media Manajemen dan Social media Advertising manajemen
- 2) membuat jadwal proses berjalannya event, dan update rutin perhari.
- 3) melaksanakan update rutin

### **4) Website**

Meliputi jasa Pembuatan website, Maintenance, dan SEO. Dengan adanya website yang informatif akan mempermudah proses pemasaran suatu barang atau jasa sehingga dapat meningkatkan inquiry bagi sebuah usaha ataupun perusahaan.

Adapun jobdesk dari divisi Website antara lain:

- 1) membuat / mengupgrade website sesuai kebutuhan dengan design kreatif, responsif, dan mobile friendly yang dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen terhadap perusahaan
- 2) memastikan website perusahaan bertengger di PAGE ONE GOOGLE di banyak keyword yang diinginkan. dengan berada di page one google maka akan meningkatkan kemungkinan penjualan karena website akan diklik oleh ribuan calon pembeli potensial.
- 3) Melakukan Whitehat SEO practice yang membuat website aman dari banned google akibat praktek seo yang ilegal

## 2. Price

**Tabel II.1**  
**Daftar Harga jasa SEO dan SMM**

Produk	Kisaran harga	Keterangan
Sosial Media Marketing	Rp 2.500.000 – Rp 10.000.000/ Bulan	Berdasarkan Target yang ditentukan
Jasa SEO	Rp 2.500.000 – Rp 30.000.000 / Project	Berdasarkan tingkat kesulitan

*Sumber: CV. AndafCorp*

Harga yang tercantum berdasarkan keterangan ditabel bahwa harga tercipta berdasarkan perhitungan perhitungan yang dilakukan perusahaan mulai dari pendapatan perusaan, gaji karyawan dan lain lain. Kisaran harga sosial media manajemen, ditentukan berdasarkan target yang ditentukan. Maksudnya adalah target yang ditentukan atau diminta oleh klien seberapa besar, maikn besar jumlahnya maka makin besar pula biaya atau harganya. Dan juga seberapa besar tingat kesuitan untuk melakukan tahap-tahap promosi.

## 3. Place

AndafCorp adalah perusahaan yang bergerak dibidang digital marketing. Produknya ialah jasa pemasaran digital. Internet adalah tempat dan media dimana AndafCorp menjalankan bisnisnya. Melalui internet, AndafCorp memasarkan peoduk-produk klien yang dijadikan promosi dan dibuat dalam sosial media seperti facebook, instagram, website, dll.

#### 4. Promotion

Promosi produk klien yang dilakukan oleh Andaf Corp adalah dengan menggunakan metode direct selling, hard selling dan soft selling secara online. Andaf corp mengkombinasikan metode promosi dan menyesuaikan dengan kebutuhan klien. Dengan mencari kombinasi dan metode promosi yang tepat diharapkan dapat mencapai target yang ditentukan dan mendapatkan hasil inquiry bagi perusahaan ataupun sebuah unit usaha. Adapun promosi yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produk perusahaan CV. AndafCorp yaitu *direct marketing*. CV. AndafCorp tidak menggunakan media iklan ataupun semacamnya sebagai media promosinya.

Media yang digunakan CV. AndafCorp untuk promosi adalah linkedin yang mana LinkedIn adalah jejaring sosial yang mempunyai konsep unik, di mana sebagian besar penggunanya adalah profesional yang memiliki latar belakang bisnis. Layaknya sebuah identitas, LinkedIn kerap dijadikan media untuk memperkenalkan diri atau bisnis ke calon kolega atau perusahaan dengan tujuan yang beragam. Maka dari itu media ini cocok untuk mempromosikan bisnis terlebih produk yang ditawarkan adalah jasa. Penting nya LinkedIn untuk CV Andaf Corporation untuk membangun bisnis melalui kekuatan jaringan sosial profesional. Sebuah bisnis tentang penjualan tetapi juga tentang koneksi dan jaringan profesional. LinkedIn menawarkan banyak kesempatan untuk meningkatkan rujukan dan pengetahuan dasar, menarik bisnis baru, menarik karyawan berkualitas, meningkatkan kredibilitas dan mengekspos produk / jasa. Karena dengan



menerima rekomendasi dan memiliki pengikut diLinkedIn, sebuah perusahaan menyajikan kesempatan besar untuk mengembangkan bisnis.

dalam bauran promosi yang terdiri dari :

- a) Advertising (Periklanan)
- b) Sales Promotion (Promosi penjualan)
- c) Public Relation (Hubungan massa)
- d) Personal selling (Penjualan perorangan)
- e) Direct Marketing (Pemasaran langsung)

Divisi *marketing* yang ada pada CV. AndafCorp berada pada “pemasaran langsung” dalam bauran promosi yang mana jika dijelaskan pemasaran langsung adalah Menurut Kotler & Gary Armstrong (1996: 53) *Direct Marketing* adalah pemasaran yang menggunakan berbagai media untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, biasanya menelepon konsumen untuk mendapat respons langsung.

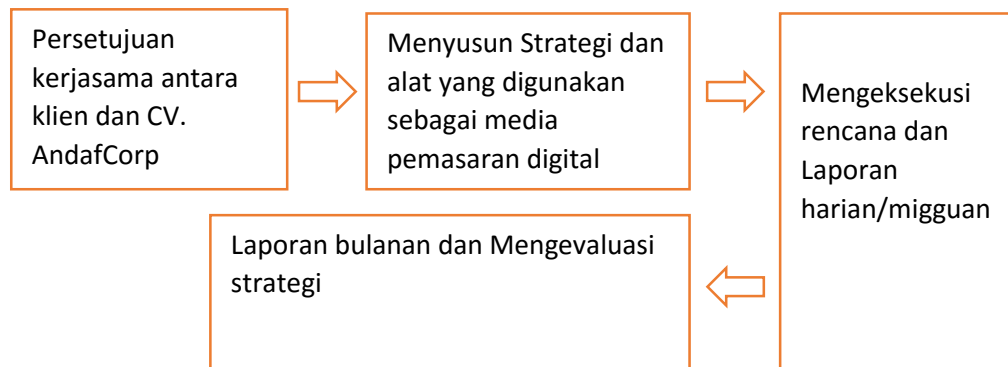
*Direct Marketing* bisa menjadi salah satu sistem pemasaran interaktif yang dapat dikembangkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan langsung dari pelanggan yang ditargetkan. Dengan melakukan dengan teknik promosi ini, pihak perusahaan akan mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan.

## **5. People**

Karyawan dari Andaf Corp diisi oleh orang-orang yang berkompeten serta professional dalam bidang promotion dan communication. Dengan integrasi dari orang-orang yang berkompeten menghasilkan tim yang solid dan dapat bekerjasama dengan baik untuk mencapai target yang diinginkan klien.

## **6. Process**

Awal mula proses yaitu perusahaan CV. AndafCorp melakukan promosi dan memberikan penawaran melalui online atau melalui tender dan menjelaskan mengenai produk dari CV. AndafCorp kepada calon klien, produk jasa CV. AndafCorp tidak hanya promosi produk klien, tetapi juga sekaligus menjual produk klien. Setelah deal dengan kesepakatan kerja sama yang telah dibuat oleh kedua belah pihak maka, proses kerjasama akan dimulai. Lama periode kontrak kerjasama antara CV. AndafCorp dan klien minimal 6 bulan yang sudah ditentukan oleh CV. Andafcorp. Mengenai target promosi atau target penjualan, klien bisa menentukan berapa besar promosi dan penjualan produknya kepada CV. Andafcorp.



**Gambar II.3**

**Flowchart Kegiatan Umum CV. AndafCorp**

*Sumber : Diolah oleh praktikan.*

## 7. Physical evidence

Kantor CV. AndafCorp adalah rumah yang dijadikan sebagai kantor. Berada ditengah tengah komplek perumahan memiliki bangunan satu lantai dengan luas kurang lebih 200 meter persegi. Terdapat beberapa ruang didalamnya, tetapi tidak semua ruangan ber AC. Peralatan kantor yang digunakan juga kurang diperhatikan perawatannya. Contohnya kursi yang sudah kurang layak pakai, keadaan ruangan yang kurang sirkulasi udara, dll. Keadaan ini mungkin tidak berpengaruh kepada keputusan klien karena yang dijual CV. AndafCorp adalah produk jasa. Sehingga yang penting bagi klien adalah kinerjanya yang baik. Dan jika ada meeting dengan klienpun dilakukan diluar kantor sehingga memberikan kenyamanan pada klien daripada meeting di kantor.

Dalam dunia Digital Marketing Agency tentu tidak hanya satu perusahaan saja yang bergerak didalamnya. Pasti ada beberapa atau bahkan banyak perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam dunia Digital Marketing Agency.



**Gambar II.4**

**Logo Datamaya Consulting**

*Sumber : Datamaya.com*

Datamaya Consulting adalah salah satu pesaing dari AndafCorp, berawal sebagai web design agency dan penyedia jasa SEO, kini Datamaya telah memperluas layanannya sebagai all-in-one digital dan online marketing services, mencakup pembuatan website, e-commerce, jasa SEO, Google Adwords, social media marketing, dan solusi digital marketing yang sifatnya customized. Adapun visi dan misi Datamaya Consulting sebagai berikut:

**VISI** – Menjadi online marketing agency di Indonesia yang terpercaya, profesional, dan berorientasi pada hasil yang diinginkan oleh klien.

**MISI** – Memberikan hasil ROI terbaik kepada klien dengan berfokus pada strategi yang efektif, tepat sasaran, dengan biaya terjangkau.

Dilihat dari segi pelayanan, kedua perusahaan tersebut sudah cukup baik. Keduanya sama sama mengoptimalkan layanan seperti Website, seo, social media marketing, dan layanan All In One. Tetapi ada keunggulan yang dimiliki oleh AndafCorp yaitu AndafCorp tidak hanya mempromosikan produk-produk klien melainkan sekaligus melakukan proses penjualan terhadap produk klien. Dalam bauran promosi yang dilakukan, keduanya melakukan promosi dengan baik hanya saja AndafCorp tidak menggunakan semua strategi dalam bauran promosi seperti

yang dilakukan oleh para pesaingnya. AndafCorp hanya menggunakan beberapa dari strategi bauran promosi. Jika saja AndafCorp menggunakan semua dari strategi bauran promosi maka penjualan akan lebih optimal dan efektif. Dan tentu saja mampu bertahan dalam persaingan di dunia Digital Marketing Agency.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Bidang Kerja**

Praktikan melaksanakan dua bulan kegiatan CV. AndafCorp, dimana ditempatkan di Divisi *Marketing* yang bertugas:

1. Bertanggung jawab pada penjualan produk perusahaan
2. Menjalankan strategi pemasaran yang telah ditetapkan
3. Mengevaluasi strategi pemasaran
4. Membuat laporan progres kegiatan marketing
5. Melakukan penawaran pada target pasar

#### **B. Pelaksanaan Kerja**

Selama pelaksanaan PKL, praktikan membantu dan memberikan masukan kepada *Supervisor* untuk menyelesaikan pekerjaannya. Tugas yang diberikan pada awal pertemuan PKL adalah membantu memeriksa pelanggan yang menunggak melalui database kantor dan mengaplikasikan dalam bentuk excel.

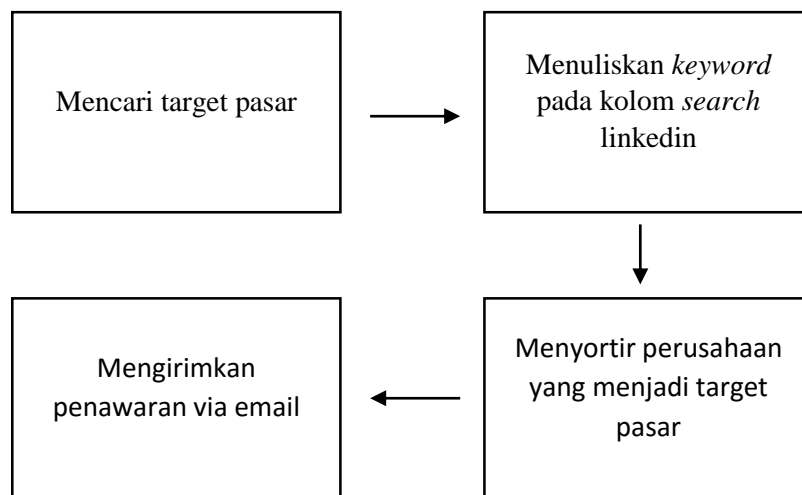
Berikut adalah penjelasan dan rincian kegiatan yang dilakukan praktikan selama dua bulan di Bagian LinkedIn :

1. Membuat database penawaran

Menuliskan daftar penawaran melalui linkedin yang dilakukan selama beberapa periode.

2. Mencari target pasar untuk melakukan penawaran

Mencari target pasar dengan cara menuliskan *keyword* “pemasaran” pada kolom *search* pada linkedin lalu menyortir perusahaan yang menjadi target pasar dan mengirimkan penawaran via email.



**Gambar III.1**

**Flowchart Kegiatan Pekerjaan**

*Sumber: Data Hasil Olahan Praktikan*

**Kegiatan Praktik Kerja Lapangan**

Pada hari senin tanggal 20 juni 2016 yaitu hari pertama praktikan PKL di CV. AndafCorp, yang pertama dilakukan adalah perkenalan terlebih dahulu dengan manajer dan karyawan – karyawan. Lalu briefing mengenai alur kerja yang akan dilakukan untuk 2 bulan kedepan. Pada keesokan harinya praktikan mulai bekerja sesuai apa yang telah diinstruksikan oleh manajer CV. AndafCorp. Awal praktikan bekerja ditempatkan di divisi *Marketing Hard Selling* yaitu menangani promosi salah satu klien yang

bernama TravellingCare yang mempunyai produk bernama Kantong Mu dan Polarklin. Kedua produk tersebut adalah produk inovasi masa kini yang cocok untuk orang – orang yang suka berpergian jauh dan suka traveling.

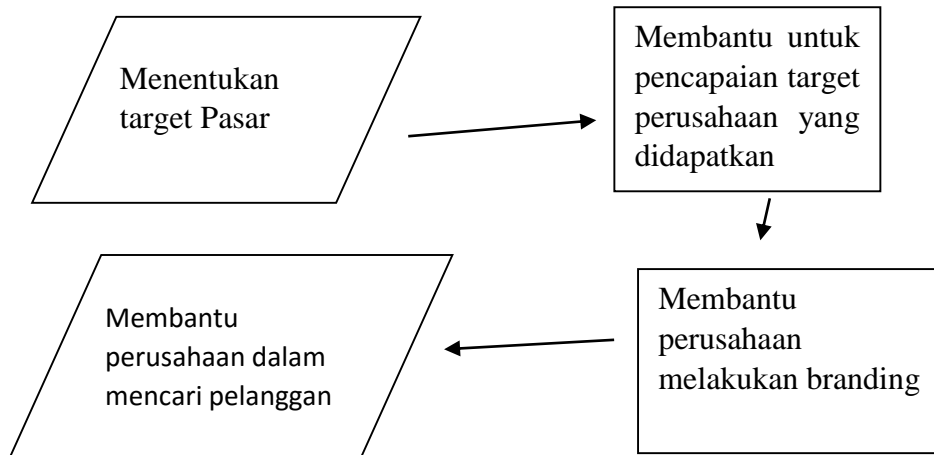
Tetapi praktikan tidak akan menjelaskan secara detail mengenai promosi produk klien melalui sosial media yang dijalankan oleh divisi *Marketing Hard Selling*. Karena setelah beberapa minggu berjalan, Praktikan dipindahkan oleh manajer CV. AndafCorp ke Divisi *Marketing* yang bertugaskan pada penjualan produk perusahaan CV. AndafCorp. Setelah praktikan dipindahkan pada divisi *Marketing*, maka manajer melakukan briefing dan pengarahan terhadap praktikan tentang bagaimana menggunakan Linked In sebagai media penawaran.

Lalu, praktikan diajarkan oleh supervisor tentang bagaimana merancang kalimat penawaran dan cara mencari target pasar. Dan sampai praktikan selesai PKL, praktikan hanya ditugaskan untuk mencari target pasar sekaligus melakukan penawaran dan setiap 2 minggu membuat laporan atau database yang berisikan data penawaran selama 2 minggu.

Dan pada 2 minggu sebelum praktikan selesai menjalani PKL di CV. AndafCorp, praktikan mulai mencari dan mengumpulkan bahan – bahan untuk membuat laporan PKL sekaligus menjalankan tugas PKL di CV. AndafCorp. Pada hari senin, 22 agustus 2016 praktikan dinyatakan telah usai menjalani PKL di CV. AndafCorp.



Selain itu, praktikan juga membuat *flowchart* yang berkaitan dengan kegiatan kerja praktikan sebagai berikut:



**Gambar III.2**

### **Flowchart Kegiatan di dalam Kantor**

*Sumber: Data Hasil Olahan Praktikan*

#### **C. Kendala Yang Dihadapi**

Selama pelaksanaan PKL di CV. AndafCorp praktikan menemui beberapa kendala yang dihadapi, diantaranya ialah :

Praktikan dituntut untuk menjawab tantangan yang diberikan *Owner dan supervisor* yakni membantu pekerjaan sehari hari karyawan di divisi *Marketing*. Lingkungan kerja yang baru ditambah minimnya pengetahuan mengenai LinkedIn menghambat kinerja praktikan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh *Owner dan supervisor*. Banyaknya fungsi-fungsi dalam linkedin juga membingungkan praktikan dalam mencari target pasar untuk melakukan penawaran.

#### D. Cara Mengatasi Kendala

Praktikan meminta masukan atau saran kepada *Supervisor* yang sudah berpengalaman. Dalam menyelesaikan berbagai macam masalah dan tugas, praktikan mulai bertanya mengenai bidang yang sedang praktikan teliti. Sikap *Supervisor* yang *friendly* dan tidak pelit informasi membuat praktikan lebih mudah mengkomunikasikan masalah yang dihadapi. *Supervisor* dapat menciptakan suasana bersahabat dengan sedikit candaan, tapi tetap serius. Suasana ini yang praktikan butuhkan agar dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di CV. AndafCorp tidak merasa bosan dan canggung.

Menurut Soeharto Heerdjan (1987), “Penyesuaian diri adalah usaha atau perilaku yang tujuannya mengatasi kesulitan dan hambatan”. Adaptasi merupakan pertahanan yang didapat sejak lahir atau diperoleh karena belajar dari pengalaman untuk mengatasi stres. Cara mengatasi stres dapat berupa membatasi tempat terjadinya stres, mengurangi, atau menetralisasi pengaruhnya.

Praktikan mulai mencari tahu tentang penggunaan dan fungsi-fungsi yang ada pada linkedin sekaligus *sharing* kepada *Supervisor* bagaimana cara efektif memberikan penawaran terhadap target pasar, lalu informasi apa saja yang dicantumkan dalam penawaran. Sikap *Supervisor* yang *friendly* dan tidak pelit informasi membuat praktikan semakin betah dan bersemangat mengerjakan semua tugas yang diberikan.

Menurut Cronbach dalam Djamarah (2002:13) Pengertian belajar *sebagai usaha aktivitas yang ditunjukkan oleh perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman*. Menurut Djamarah (2002:13) ini belajar juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan dua unsur yaitu jiwa dan raga. Gerak tubuh yang nampak harus sejalan dengan proses jiwa untuk memperoleh perubahan. Perubahan yang didapatkan itu bukan perubahan fisik saja, tetapi juga perubahan jiwa dengan sebab masuknya kesan-kesan yang baru. Perubahan sebagai hasil dari proses belajar adalah perubahan yang berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah praktikan melaksanakan PKL selama dua bulan di CV. AndafCorp, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

1. Dengan kegiatan PKL ini praktikan dapat mengenal suatu perusahaan tempat PKL yang dituju, mengetahui banyak hal operasional yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan berbagai informasi yang didapat selama PKL. Praktikan jadi lebih mengenal tentang CV. AndafCorp yaitu perusahaan yang bergerak dibidang *digital marketing agency*. Selain itu Praktikan juga mendapatkan informasi lebih perihal kegiatan harian perusahaan tempat Praktikan melaksanakan PKL, hal apa saja yang dilakukan di perusahaan tersebut terutama dalam hal memasarkan produk CV. AndafCorp dan produk klien CV.AndafCorp.
2. Dengan kegiatan PKL ini praktikan memperoleh pengalaman dalam hal pemasaran melalui media online. Pengalaman tersebut berupa pengetahuan mengenai media online yang digunakan sebagai media pemasaran.
3. Dengan kegiatan PKL ini praktikan dapat membandingkan teori yang telah dipelajari sebelumnya pada bangku perkuliahan dengan dunia kerja yang sesungguhnya. Teori yang telah praktikan pelajari sebelumnya di bangku

perkuliahan ternyata sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan pekerjaan seperti dalam hal promosi.

## **B. Saran-saran**

Bagi Perusahaan

CV. AndafCorp melakukan promosi hanya menggunakan satu dari beberapa bauran promosi yaitu pemasaran langsung. Maka dari itu, ada baiknya jika menggunakan semua bauran promosi diantaranya:

1. Iklan
2. Promosi Penjualan
3. Hubungan massa
4. Penjualan perorangan
5. Pemasaran langsung

Hal tersebut dilakukan guna meningkatkan penjualan yang akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya dan lebih efektif dan efisien dalam menjalankan promosi produk perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 2012. *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Jakarta: FE UNJ

Kevin L. Keller, Philip Kotler, *Marketing Management*, 2012

Amstrong, Gary & Philip, **Kotler**. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih.

Logo CV.AndafCorp diambil dari: <http://www.andafcorp.com> (diakses pada September 2013)

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Soeharto Heerdjan (1987), “Penyesuaian diri adalah usaha atau perilaku yang tujuannya mengatasi kesulitan dan hambatan”. <https://books.google.co.id> (diakses pada 3 juni 2010)

## Lampiran 1

### Surat Pengajuan Praktik Kerja Lapangan



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
 Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
 BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180  
 Bagian UHTP : Telepon. 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian HUMAS : 4898486  
 Laman : [www.unj.ac.id](http://www.unj.ac.id)

Nomor : 3880/UN39.12/KM/2016 2 Juni 2016  
 Lamp. : -  
 Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

Yth. Owner CV. Andacorp  
 Perum Purigading, Jatiwarna,  
 Bekasi 17425

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

Nama : **Fachmi Rinaldi**  
 Nomor Registrasi : 8223145396  
 Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)  
 Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
 No. Telp/HP : 089699217057

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada bulan Juni s.d. Agustus 2016.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Administrasi  
 Akademik dan Kemahasiswaan  
 Drs. Syaifullah  
 NIP 195702161984031001


**Tembusan :**  
 1. Dekan Fakultas Ekonomi  
 2. Kaprog Manajemen Pemasaran (D3)






## Lampiran 3

## Penilaian Hasil Praktik Kerja Lapangan



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/fe



PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III  
..... SKS

Nama : Fachri Rinaldi  
No.Registrasi : 8223145296  
Program Studi : 03. Mana Jemen Pemasaran  
Tempat Praktik : CV. AndarCorp  
Alamat Praktik/Telp : Villa Tampele Siring B.10. Nols. Purtegading. Bekasi

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	95	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	95					
3	Sikap dan Kepribadian	100					
4	Kemampuan Dasar	90					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	95					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	100	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)  Nilai Rata-rata : <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"><math>\frac{945}{10 \text{ (sepuluh)}} = 94,5</math></div> Nilai Akhir : <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"><tr><td style="padding: 2px 10px;">95</td><td style="padding: 2px 10px;">Sembilan puluh lima</td></tr><tr><td style="padding: 2px 10px;">Angka bulat</td><td style="padding: 2px 10px;">huruf</td></tr></table>	95	Sembilan puluh lima	Angka bulat	huruf
95	Sembilan puluh lima						
Angka bulat	huruf						
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90					
8	Aktivitas dan Kreativitas	95					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	90					
10	Hasil Pekerjaan	95					
Jumlah		945					


Jakarta, Senin, 22 Agustus 2016  
Penilai, 

**ANDAR IDEA  
CONSULTING**

Catatan :


## Lampiran 4

## Daftar Absensi Praktik Kerja Lapangan



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/fe



**DAFTAR HADIR**  
**PRAKTEK KERJA LAPANGAN**  
..... SKS

Nama : Fachmi Rinaldi  
No. Registrasi : 0223145296  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : CV. Andaf Corp  
Alamat Praktik/Telp : VIII, Tampek Siring B.10 No.15, Putri Lading, Bekasi

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 10 Juli 2016	1. <u>[Signature]</u>	
2.	Selasa, 19 Juli 2016	2. <u>[Signature]</u>	
3.	Rabu, 20 Juli 2016	3. <u>[Signature]</u>	
4.	Kamis, 21 Juli 2016	4. <u>[Signature]</u>	
5.	Jumat, 22 Juli 2016	5. <u>[Signature]</u>	
6.	Senin, 25 Juli 2016	6. <u>[Signature]</u>	
7.	Selasa, 26 Juli 2016	7. <u>[Signature]</u>	
8.	Rabu, 27 Juli 2016	8. <u>[Signature]</u>	
9.	Kamis, 28 Juli 2016	9. <u>[Signature]</u>	
10.	Jumat, 29 Juli 2016	10. <u>[Signature]</u>	
11.	Senin, 1 Agustus 2016	11. <u>[Signature]</u>	
12.	Selasa, 2 Agustus 2016	12. <u>[Signature]</u>	
13.	Rabu, 3 Agustus 2016	13. <u>[Signature]</u>	
14.	Kamis, 4 Agustus 2016	14. <u>[Signature]</u>	
15.	Jumat, 5 Agustus 2016	15. <u>[Signature]</u>	

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

Jakarta, Senin, 20 Juni 2016  
Penilai, [Signature]  
(.....)  
**ANDAF IDEA**  
CONSULTING  
Kusuma A. A. F.





Building Future Leaders

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

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



ISO 9001:2008 CERTIFIED  
CERTIFICATE NO.  
IAS/TA/3549

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Fachmi Rinaldi  
No. Registrasi : 022345296  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : CV. ANDAF CORP  
Alamat Praktik/Telp : Villa Tampak Siring B.10 No.15, Puri Gading, Bekasi

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 8 Agustus 2016	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 9 Agustus 2016	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 10 Agustus 2016	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 11 Agustus 2016	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 12 Agustus 2016	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 15 Agustus 2016	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 16 Agustus 2016	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 18 Agustus 2016	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis, 19 Agustus 2016	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 22 Agustus 2016	10. <i>[Signature]</i>	
11.	.....	11.....	
12.	.....	12.....	
13.	.....	13.....	
14.	.....	14.....	
15.	.....	15.....	

Jakarta, Senin, 20 Juni 2016

Penilai,

*[Signature]*  
(.....)

ANDAF IDEA  
CONSULTING

Catatan :

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



*Building Future Leaders*

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

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



ISO 9001:2008 CERTIFIED  
CERTIFICATE NO.  
IAS/INA/3649

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Fachmi Kinaldi  
No. Registrasi : 0223145296  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : CV. Andafcorp  
Alamat Praktik/Telp : Villa Tampak Sring B.10 No.15 Puri Gading, Bekasi

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 20 Juni 2016	1. <i>df</i>	
2.	Selasa, 21 Juni 2016	2. <i>df</i>	
3.	Rabu, 22 Juni 2016	3. <i>df</i>	
4.	Kamis, 23 Juni 2016	4. <i>df</i>	
5.	Jumat, 24 Juni 2016	5. <i>df</i>	
6.	Senin, 27 Juni 2016	6. <i>df</i>	
7.	Selasa, 28 Juni 2016	7. <i>df</i>	
8.	Rabu, 29 Juni 2016	8. <i>df</i>	
9.	Kamis, 30 Juni 2016	9. <i>df</i>	
10.	Jumat, 1 Juli 2016	10. <i>df</i>	
11.	Senin, 11 Juli 2016	11. <i>df</i>	
12.	Selasa, 12 Juli 2016	12. <i>df</i>	
13.	Rabu, 13 Juli 2016	13. <i>df</i>	
14.	Kamis, 14 Juli 2016	14. <i>df</i>	
15.	Jumat, 15 Juli 2016	15. <i>df</i>	

Jakarta, Senin, 20 Juni 2016

Penilai,

(.....)

**ANDAFIDEA**  
CONSULTING

*Karyawan Andaf*

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

## Lampiran 5

### Contoh Kalimat Penawaran

Dear PT ...

Perkenalkan saya Vero dari Andaf Corporation, perusahaan internet marketing, social media management, & SEO Master

Kami menawarkan Solusi permasalahan internet marketing yang mungkin perusahaan Bapak/Ibu sedang hadapai secara komprehensif:

1. Kami menyediakan sebuah TIM berjumlah untuk mengurus SEMUA Jobdesk Online marketing secara TIM. Kami berorientasi kepada hasil.
2. Jobdesk Online Marketing social media specialist :
  - a. membuat perencanaan pemasaran online, dari mulai Segementing, targetting, positioning, hingga Tools yang akan dipakai (media social,web, dll)
  - b. membuat jadwal update rutin per hari di semua tools yang dipersiapkan, dari mulai website hingga media social
  - c. membuat konten dan editing artikel terkait yang akan diupdate
  - d. melaksanakan update rutin di jam dan waktu yang ditentukan
  - e. membuat Desain Grafis pendukung pemasaran Online
  - f. membuat laporan evaluasi hasil efektifitas pemasaran online

### 3. Jobdesk SEO Master:

- a. membuat / mengupgrade website sesuai kebutuhan dengan design kreatif, responsif, dan mobile friendly yang dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen terhadap perusahaan
  - b. memastikan website perusahaan bertengger di PAGE ONE GOOGLE di banyak keyword yang diinginkan. dengan berada di page one google maka akan meningkatkan kemungkinan penjualan karena website akan diklik oleh ribuan calon pembeli potensial.
  - c. Melakukan Whitehat SEO practice yang membuat website aman dari banned google akibat praktek seo yang ilegal
- 4) Bekerja sama dengan kami akan Meningkatkan Efektifitas Manajemen di perusahaan Bapak/Ibu karena Menggaji seorang Staff Admin Online dan IT Maintenance jatuhnya akan lebih mahal daripada Fee TIM kami.
- 5) Kami bekerja berorientasi hasil untuk dapat meningkatkan value perusahaan klien, oleh karena itu kami memberi GARANSI CASH BACK untuk SEO practice apabila dalam masa kontrak kami tidak mampu menembus page one google.

Kami telah melampirkan Company Profile untuk dipelajari. Besar harapan kami agar kita bisa melanjutkan pembicaraan ini secara langsung.

Best Regards,

Veronicha Sary

Andaf Corporation Group

Villa Tampak Siring B10 no.15, Puri Gading Jatiasih Bekasi

Office: 02180720373 | Mobile/WA: 0896 6162 5949 [www.andafcorp.com](http://www.andafcorp.com)

## Lampiran 6

Tabel Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
Senin, 20 Juni 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkenalan dengan manajer dan karyawan CV. ANDAFCORP</li> <li>Briefing alur kerja</li> </ul>
Selasa, 21 Juni 2016	Brefing tentang penggunaan sosial media sebagai media promosi produk klien
Rabu, 22 Juni 2016	Promosi produk klien
Kamis, 23 Juni 2016	Promosi produk klien
Jum'at, 24 Juni 2016	Promosi produk klien
Senin, 27 Juni 2016	Promosi produk klien
Selasa, 28 Juni 2016	Promosi produk klien
Rabu, 29 Juni 2016	Promosi produk klien
Kamis, 30 Juni 2016	Promosi produk klien
Jum'at, 1 Juli 2016	Promosi produk klien
Senin, 11 Juli 2016	Promosi produk klien
Selasa, 12 Juli 2016	Promosi produk klien
Rabu, 13 Juli 2016	Promosi produk klien
Kamis, 14 Juli 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Praktikan dipindahkan divisi</li> <li>Briefing mengenai fungsi divisi <i>marketing</i></li> <li>Pengarahan melakukan penawaran</li> </ul>

Jum'at, 15 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Senin, 18 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Selasa, 19 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Rabu, 20 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Kamis, 21 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Jum'at, 22 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Senin, 25 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Selasa, 26 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Rabu, 27 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Kamis, 28 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Jum'at, 29 Juli 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Senin, 1 Agustus 2016	Membuat database
Selasa, 2 Agustus 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Rabu, 3 Agustus 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Kamis, 4 Agustus 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran



Jum'at, 5 Agustus 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Senin, 8 Agustus 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Selasa, 9 Agustus 2016	Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran
Rabu, 10 Agustus 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran</li> <li>• Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL</li> </ul>
Kamis, 11 Agustus 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran</li> <li>• Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL</li> </ul>
Jum'at, 12 Agustus 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran</li> <li>• Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL</li> </ul>
Senin, 15 Agustus 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran</li> <li>• Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL</li> </ul>
Selasa, 16 Agustus 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari Target Pasar sekaligus melakukan penawaran</li> <li>• Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL</li> </ul>

Kamis, 18 Agustus 2016	Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL
Jum'at, 19 Agustus 2016	Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk laporan PKL
Senin, 22 Agustus 2016	Pamit kepada Owner dan seluruh karyawan CV. AndafCrop karena masa PKL Praktikan telah usai

Sumber: diolah oleh praktika

