

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA SUB BAGIAN *MARKETING SPONSORSHIP* DAN
PARTNERSHIP
PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK**

FITRI WAHYU UNDHIYANTIK

8135150595



**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2018

LEMBAR EKSEKUTIF

Fitri Wahyu Undhiyantik. (8135150595). Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Sub Bagian *Marketing Sponsorship dan Partnership* PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2018.

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang bertempat di 1st *Floor Management Building Garuda City Center*, Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 1 (satu) bulan, yakni dimulai sejak tanggal 23 Januari sampai dengan 23 Februari 2018, dengan 5 hari kerja, yaitu Senin – Kamis pada pukul 07.30 sampai dengan 16.30 WIB dan Jumat pada pukul 07.30 sampai dengan 17.00 WIB.

Tujuan dilaksanakan PKL adalah untuk menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Selama PKL, praktikan mengalami beberapa hambatan, baik dari segi teori maupun teknis. Namun, hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan arahan dan bimbingan dari Ali Mujahid selaku ketua sub bagian *Marketing Spnsorship dan Partnership*, Ibu Nina Verantina dan Ibu Chike Handani selaku pembimbing harian, serta pegawai lain yang ikut berperan membantu praktikan dalam bekerja. Sehingga, praktikan dapat mengetahui dan memahami bagaimana cara kerja Sub Bagian *Marketing Sponsorship dan Partnership* dengan baik dan mendapatkan banyak pengetahuan, serta pengalaman.

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA SUB BAGIAN *MARKETING SPONSORSHIP*
DAN *PARTNERSHIP*
PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK

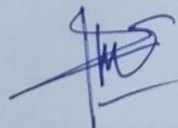
Nama Praktikan : Fitri Wahyu Undhiyantik

Nomor Registrasi : 8135150595

Program Studi : Pendidikan Bisnis

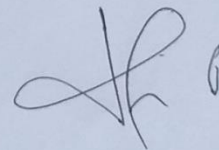
Menyetujui,

Koordinator Program Studi,
Pendidikan Bisnis



Dr. Corry Yohana, MM
NIP. 195909181985032011

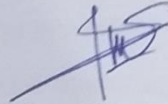
Pembimbing



Ryna Parlyna, MBA
NIP.197701112008122003

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi
Pendidikan Bisnis



Dr. Corry Yohana, MM

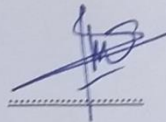
NIP. 195909181985032011

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
------	--------------	---------

Ketua Penguji

Dr. Corry Yohana, MM

NIP. 195909181985032011

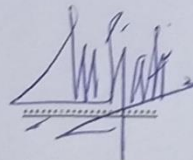


.....

Penguji Ahli

Dra. Rochyati, M.Pd

NIP. 195404031985032002

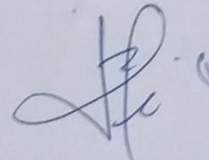


.....

Dosen Pembimbing

Ryna Parlyna, M.BA

NIP. 197701112008122003



.....

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur praktikan panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) tepat pada waktunya.

Laporan ini dibuat sebagai salah satu syarat mata kuliah Praktik Kerja Lapangan dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Strata 1 (S1). Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Dalam penyelesaian laporan Praktik Kerja Lapangan, praktikan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, antara lain kepada :

1. Ibu Ryna Parlyna, MBA, selaku Dosen Pembimbing PKL.
2. Dr. Corry Yohana, MM, selaku Koordinasi Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Imam Rahmadi, selaku *Senior Manager Marketing*.
5. Bapak Ali Mujahid. Selaku *Manager Sub Bagian Marketing Sponsorship dan Partnership*.
6. Ibu Nina Verantina, selaku Pembimbing Harian 1.
7. Ibu Chike Handani, selaku Pembimbing Harian 2.
8. Seluruh Pegawai PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

9. Teman-teman Pendidikan Bisnis yang senantiasa memberikan saran dalam penyusunan laporan PKL ini.

Penulis menyadari masih banyak keterbatasan dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan PKL ini. Oleh karena itu, praktikan memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Praktikan pun mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dalam rangka proses perbaikan dan penyempurnaan. Akhir kata, praktikan pun berharap semoga laporan PKL ini dapat bermanfaat bagi praktikan khususnya, serta bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR EKSEKUTIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan	1
B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan.....	3
C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan.....	5
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan.....	7
E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan	8
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL.....	11
A. Sejarah Perusahaan.....	11

B.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	12
C.	Visi dan Misi	15
D.	Kegiatan Umum Perusahaan	15
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN		16
A.	Bidang Kerja Praktik Kerja Lapangan	16
B.	Pelaksanaan Kerja Praktik Kerja Lapangan	18
1)	Langkah kerja praktikan untuk Proposal pemberian <i>Free Of Charge</i> (FOC)	21
2)	Langkah setelah PIC/ <i>Marketing Analyst</i> menerima proposal beserta disposisi.....	25
3)	Langkah kerja praktikan untuk Proposal pemberian Reduksi Tiket....	27
C.	Kendala Yang Dihadapi Praktik Kerja Lapangan	32
D.	Cara Mengatasi Kendala	33
BAB IV KESIMPULAN		36
A.	Kesimpulan.....	36
B.	Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN.....		42

DAFTAR TABEL

Tabel I – Jadwal kegiatan Praktik Kerja Lapangan	10
--	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II. 1- Logo perusahaan	11
Gambar II. 2 - Struktur Organisasi Bagian Pemasaran dan Penjualan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk	13
Gambar II. 3 - Posisi Praktikan ditempatkan	14
Gambar III. 1- Langkah masuk proposal <i>Free Of Charge</i>	21
Gambar III. 2 - From Exchange Ticket FOC	22
Gambar III. 3 - FOC untuk Java Jazz Festival 2018	23
Gambar III. 4 - PIC/ <i>Marketing Analyst</i> menerima proposal.....	25
Gambar III. 5 - Langkah pemberian Reduksi Tiket	27
Gambar III. 6 - Langkah setelah PIC/ <i>Marketing Analyst</i> menerima proposal beserta disposisi	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.....	42
Lampiran 2 - Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan	43
Lampiran 3 - Sertifikat Praktik Kerja Lapangan dari Perusahaan	44
Lampiran 4 - Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan	45
Lampiran 5 - Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan	47
Lampiran 6 - Format Penilaian Seminar Praktik Kerja Lapangan.....	48
Lampiran 7 - Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan	49
Lampiran 8 - Log Harian Praktik Kerja Lapangan	50
Lampiran 9 - Dokumentasi	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat sekarang ini, membuat kita untuk lebih membuka diri dalam menerima perubahan-perubahan yang terjadi akibat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut.

Dalam masa persaingan yang sedemikian ketatnya, kita pun menyadari sumber daya manusia merupakan modal utama dalam suatu bisnis, maka kualitas tenaga kerja harus dikembangkan dengan baik. Jadi perusahaan atau instansi diharapkan memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk lebih mengenal dunia kerja dengan cara menerima mahasiswa yang ingin mengadakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan Praktek Kerja Lapangan adalah penerapan seorang mahasiswa/i pada dunia kerja yang sesungguhnya, yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan etika pekerjaan, serta untuk mendapatkan kesempatan dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan.

Universitas Negeri Jakarta sebagai salah satu lembaga pendidikan yang mempersiapkan mahasiswanya untuk dapat bermasyarakat, khususnya pada disiplin ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti perkuliahan. Dalam dunia pendidikan hubungan antara teori dan praktik merupakan hal penting untuk membandingkan serta membuktikan sesuatu

yang telah dipelajari dalam teori dengan keadaan sebenarnya dilapangan. Oleh karena itu, diadakan program Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan dijadikan salah satu syarat untuk lulus dari perguruan tinggi khususnya pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan pada sebuah perusahaan dan tentunya pada bagian terkait dengan pemasaran selama 1 (satu) bulan. Praktikan melakukan pengajuan permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, pada bagian Pemasaran. Praktikan memilih perusahaan tersebut karena tertarik ingin mengetahui cara kerja di bagian pemasaran. Praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan di perusahaan tersebut dengan harapan dapat memiliki pengalaman dan menambah keterampilan serta kemampuan kerja di bidang Pemasaran untuk nantinya siap memasuki dan menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka pelaksanaan PKL ini dimaksudkan untuk :

1. Menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan, dan keterampilan dalam bidang Pemasaran, sebelum memasuki dunia kerja.
2. Mempersiapkan mental sebagai calon tenaga kerja, untuk menghadapi lingkungan dunia kerja yang sesungguhnya.
3. Mempelajari bidang kerja pada tempat praktikan PKL, yakni pada Sub Bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership*.
4. Menambah wawasan berpikir dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi dalam dunia kerja.
5. Mengaplikasikan teori-teori khususnya teori Pemasaran yang didapat pada bangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Setelah mengetahui maksud dari PKL, kegiatan PKL ini memiliki tujuan yang diharapkan dapat tercapai, yaitu:

1. Menyiapkan diri untuk menjadi sumber daya manusia berkualitas yang memiliki pengetahuan, keterampilan, serta keahlian yang sesuai dengan perkembangan zaman.
2. Untuk menjalankan kewajiban PKL yang merupakan mata kuliah prasyarat wajib bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Mempelajari mengenai sistem instansi atau tempat Praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan, dalam hal ini yaitu PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
4. Mempelajari bidang kerja *Marketing Sponsorship* dan *Partnership* di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
5. Mengarahkan praktikan untuk menemukan permasalahan maupun data yang berguna dalam penulisan laporan PKL.

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Manfaat yang didapatkan setelah melaksanakan PKL, yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam rangka untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.
- b. Melatih kemampuan yang telah didapatkan khususnya dalam bidang Pemasaran selama perkuliahan pada dunia kerja nyata.
- c. Belajar mengenai dinamika dan kondisi nyata pada dunia kerja
- d. Mengembangkan ilmu khususnya dalam bidang Pemasaran yang telah didapat selama bangku kuliah dan mendapatkan pelajaran baru yang tidak didapatkan selama perkuliahan yang terkait dengan bidang *Marketing Sponsorship* dan *Partnership*.
- e. Melatih kemampuan, pengetahuan dan cara bersikap serta pola tingkah laku yang diperlukan untuk menjadi seorang pekerja yang profesional dan bertanggung jawab.
- f. Sarana melatih dan mempersiapkan diri untuk terjun dalam dunia kerja.

2. Bagi Fakultas Ekonomi

1. Menjalin kerjasama dan mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum sesuai dengan kebutuhan dilingkungan instansi/perusahaan, sehingga dapat mewujudkan konsep *link and match* dalam meningkatkan kualitas layanan bagi dunia kerja.
2. Sebagai masukan bagi Pogram Studi Pendidikan Bisnis dalam rangka pengembangan program studi.
3. Mengukur seberapa besar peranan tenaga pengajar dalam memberikan materi perkuliahan untuk mahasiswa sesuai dengan perkembangan yang telah terjadi dalam dunia kerja.
4. Sebagai saran pembinaan hubungan baik terhadap perusahaan atau instansi pemerintah agar nantinya dapat memberikan informasi dunia kerja bagi lulusan-lulusan dari Fakultas Ekonomi khususnya;
5. Untuk memperkenalkan Program studi S1 Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta kepada khalayak luas dan menunjukkan kualitas mahasiswa UNJ.

3. Bagi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

1. Instansi dapat melakukan tanggung jawab sosialnya karena telah memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk PKL.
2. Dapat membantu menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang ditentukan dan pekerjaan karyawan menjadi ringan.

3. Dapat menjalin hubungan yang teratur, sehat, dan dinamis antara instansi dan perguruan tinggi, serta menumbuhkan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL pada bagian Pemasaran (*Marketing*) terkhusus pada Sub Bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership* di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Berikut data instansi tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan:

Nama Instansi : PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

Alamat : *1st Floor Management Building Garuda City*

Center, Bandara Internasional Soekarno-Hatta

Telepon : 021-2500-1055

Website : www.garuda-indonesia.com

Salah satu alasan praktikan memilih PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, yaitu ingin melihat dan memahami secara langsung praktik pemasaran yang telah dipelajari dalam mata kuliah. Dengan demikian, praktikan membandingkan antara teori dan praktik yang terjadi.

E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan

Selama melakukan PKL, praktikan melalui beberapa tahap yang harus dilalui. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan praktikan, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Sebelum melaksanakan PKL, Praktikan mencari informasi instansi/perusahaan yang sesuai dan bersedia menerima mahasiswa/i PKL. Setelah itu, praktikan mengurus surat permohonan pelaksanaan PKL di Biro Akademik Administrasi dan Kemahasiswaan Universitas Negeri Jakarta yang sebelumnya membuat surat pengantar dari Gedung R (Fakultas Ekonomi), kemudian ditujukan kepada Bapak Harry Herlambang. Setelah surat diproses dan selesai dibuat oleh Biro Akademik Administrasi dan Kemahasiswaan Universitas Negeri Jakarta, kemudian surat permohonan tersebut diberikan kepada pihak perusahaan. Praktikan memberikan surat permohonan tersebut yang dilampirkan Proposal dan *Curriculum Vitae* secara langsung ke Garuda Indonesia *Training Center*. Setelah beberapa minggu PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk memberikan konfirmasi kepada praktikan melalui *e-mail* dan telepon yang menyatakan bahwa praktikan diterima untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di perusahaan tersebut. Praktikan melaksanakan PKL di perusahaan tersebut selama 1 bulan.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan PKL di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, dimulai pada tanggal 23 Januari sampai dengan 23 Februari 2018, dengan ketentuan jam operasional sebagai berikut:

Hari Masuk : Senin s/d Jumat.

Jam Kerja : 07.30 s/d 16.30 WIB (Senin –Kamis)

07.30 s/d 17.00 WIB (Jumat).

Waktu Istirahat: 12.00 s/d 13.00 WIB.

3. Tahap Penulisan Laporan

Pada tahap ini, praktikan melakukan proses penulisan laporan setelah tahap pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan selesai. Praktikan menuliskan laporan Praktik Kerja Lapangan dengan memanfaatkan data-data yang telah diperoleh selama tahap pelaksanaan di tempat Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dan melakukan studi kepustakaan dari *draft* SOP (Standar Operasional Prosedur) dan melakukan *browsing* di internet atau buku yang berkaitan. Kemudian, laporan Praktik Kerja Lapangan diserahkan kepada Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi untuk diadakan seminar pada waktu tertentu.

4. Tahap Pelaporan

Setelah selesai melaksanakan PKL, praktikan menyusun laporan PKL untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Praktikan mempersiapkan laporan PKL dimulai dari bulan Februari sampai bulan Desember 2018.

Tabel I – Jadwal kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Tahapan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Des
	2017	2017	2017	2018	2018	2018
Observasi						
Persiapan						
Pelaksanaan						
Pelaporan						

Sumber: Data diolah oleh Praktikan

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan



Gambar II. 1- Logo perusahaan

Sumber: www.wikipedia.co.id/Garuda Indonesia

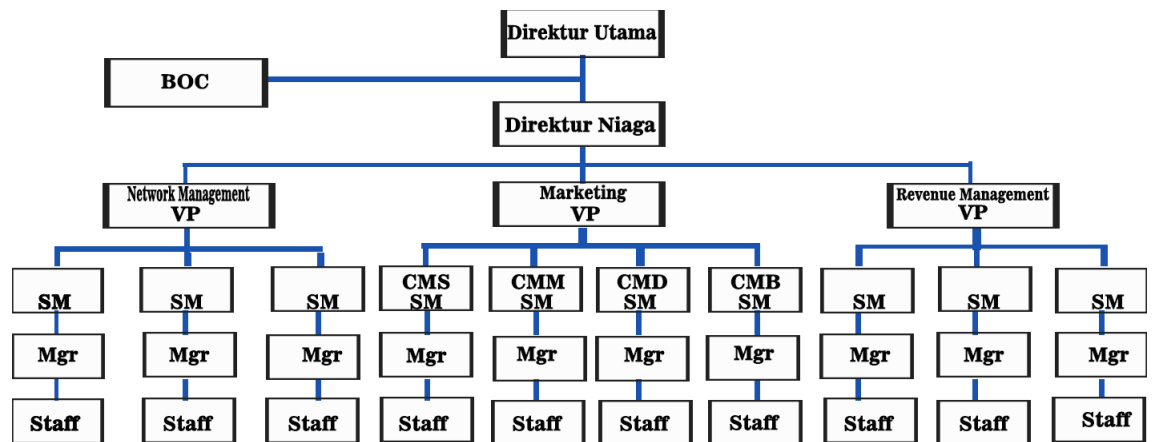
Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan Indonesia yang didirikan pada 26 Januari 1949, yang berkonsep sebagai *full service airline*. Saat ini, Garuda Indonesia memiliki lebih dari 146 armada, melayani sekitar 60 rute domestik dan lebih dari 73 rute internasional termasuk Asia (Regional Asia Tenggara, Timur Tengah, China, Jepang, dan Korea Selatan), Australia, serta Eropa (Belanda).

Sebagai pelopor maskapai nasional, Garuda Indonesia menambahkan kembali *tagline* “*The Airline Of Indonesia*” sebagai penanda kepeloporan dan identitas maskapai pembawa bendera bangsa (*flag carrier*) di tengah persaingan industri penerbangan yang semakin ketat baik di tingkat nasional, maupun internasional, dengan *tagline* ini Garuda Indonesia semakin memantapkan posisinya menuju maskapai kelas dunia. Pada pertengahan tahun 2014, Garuda Indonesia mendapat penghargaan “*World's Best Cabin Crew*”. Beberapa anak perusahaan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, yaitu:

1. *Abacus Distribution Systems Indonesia*
2. *Aero Systems Indonesia*
3. *Aerowisata*
4. *Citilink*
5. *GMF AeroAsia*

B. Struktur Organisasi Perusahaan

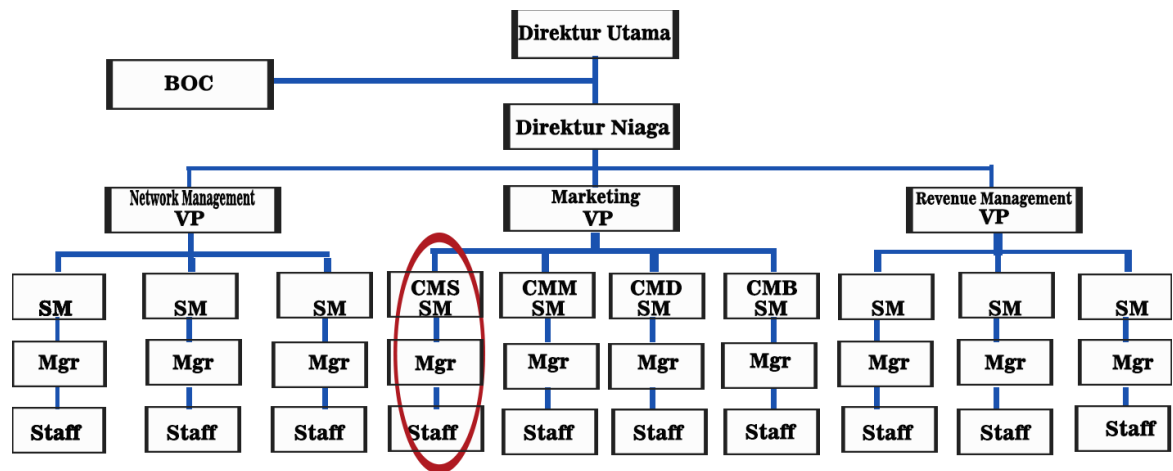
Setiap organisasi baik itu organisasi besar atau kecil harus memiliki struktur organisasi untuk membagi tugas, tanggung jawab, wewenang, fungsi, dan peran agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Bagan struktur organisasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dapat dilihat pada lampiran. Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.



Gambar II. 2 - Struktur Organisasi Bagian Pemasaran dan Penjualan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

Sumber: Data diolah oleh praktikan

Gambar diatas merupakan struktur organisasi Bagian Pemasaran dan Penjualan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Dari bagan tersebut dapat dilihat bahwa manajemen puncak adalah Direksi Utama dengan jajaran direksi lainnya, dibawah dari jajaran direksi terdapat BOC atau *Board Of Comissioners*, dibawah BOC terdapat jajaran direksi tetapi jika dalam Bagian Pemasaran dan Penjualan terdapat DN atau Direksi Niaga. Dalam Divisi atau bagian Pemasaran dan Penjualan terdapat unit-unit divisi yaitu Unit Divisi *Network Management*, *Marketing*, dan *Revenue Management*



Gambar II. 3 - Posisi Praktikan ditempatkan

Sumber: Data diolah oleh praktikan

Praktikan di tempatkan pada gambar seperti di lingkaran merah, praktikan ditempatkan di Sub Bagian dari *marketing*, yaitu Sub Bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership*. Dimana pada sub Unit ini terdapat satu orang *Senior Manager* (SM), satu orang *Manager* (Mgr), dan 4 orang *staff* yang terdiri dari 3 *Marketing Analyst* dan 1 orang Admin.

C. Visi dan Misi

a. Visi

To be a sustainable airline company through customer-oriented services and growth in profit.¹

Menjadi perusahaan maskapai penerbangan yang berkelanjutan melalui pelayanan yang berorientasi kepada pelanggan.

b. Misi

To maximize shareholder return through strong revenue growth, cost leadership in full service operations, and group synergy while providing the highest value to customers through excellent Indonesian hospitality.²

Memaksimalkan laba perusahaan melalui peningkatan pertumbuhan pendapatan, biaya kepemimpinan pada kegiatan pelayanan, dan sinergi tim dengan menyediakan nilai yang tinggi untuk pelanggan melalui keramahan Indonesia.

D. Kegiatan Umum Perusahaan

Melakukan pelayanan jasa berupa pelayanan maskapai penerbangan dengan memiliki 146 armada, melayani sekitar 60 rute domestik dan lebih dari 73 rute internasional.

¹ www.garuda-indonesia.com, diakses pada tanggal 12 Februari 2018, pukul 09.44 WIB.

² *ibid*

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja Praktik Kerja Lapangan

Pelaksanaan PKL dimulai pada tanggal 23 Januari sampai dengan 23 Februari 2018. Pada saat itu praktikan ditempatkan pada Sub Bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership* dengan Ibu Nina Verantina dan Ibu Chike Handani sebagai pembimbing. Sub Bagian ini memiliki ruang lingkup yang mencakup aktifitas dan langkah kerja mulai dari menerima proposal, analisa, verifikasi, koordinasi, negosiasi, dan pembuatan surat kerjasama, distribusi, monitoring selama *event* berlangsung hingga menerima dan membuat laporan, serta evaluasi pelaksanaan.

Pada SOP perusahaan menyatakan bahwa “Memastikan kerjasama dengan mendapatkan *support* dalam bentuk *benefit* dan *value* dari *partner* yang sesuai dengan *brand* Garuda Indonesia dengan *impact exposure brand* yang luas sesuai dengan strategi perusahaan guna mendukung pencapaian *revenue* perusahaan serta sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku dan melaksanakan kaidah-kaidah tata kelola perusahaan yang baik”³.

³ Standar Operasional Perusahaan Sub Bagian Marketing Sponsorship dan Partnership

Praktikan diposisikan untuk menganalisa proposal yang masuk dan memiliki tanggung jawab yang sama. Tanggung jawab tersebut antara lain:

1. *Mereview* proposal dari internal dan eksternal.
2. Menganalisa proposal yang masuk dan merekomendasikan *sponsorship* dengan kategori *support own media asset*, Diskon tiket, Promo Material (Promat), *Free of Charge ticket* dan *excess baggage*.
3. Mengkoordinasikan proposal tersebut kepada tim terkait.
4. Memvalidasikan serta memberikan rekomendasi proposal tersebut layak atau tidak untuk ditindaklanjuti sesuai ketentuan yang berlaku dengan perusahaan.

B. Pelaksanaan Kerja Praktik Kerja Lapangan

Pada saat awal pelaksanaan PKL, praktikan memberikan surat penempatan kepada bagian *Human Resource and Development* (HRD). Setelah menunggu 5 hari, praktikan dihubungi oleh bagian HRD untuk informasi dimulainya PKL. Pada hari pertama PKL, praktikan diperkenalkan mengenai divisi dimana praktikan ditempatkan. Praktikan diberikan Standar Operasional Prosedur Sub Bagian *Marketing Sponsorship dan Partnership*. Yaitu sebagai berikut :

1. *Sponsorship*

Merupakan kegiatan komunikasi pemasaran dalam bentuk partisipasi perusahaan secara aktif dan pasif pada penyelenggaraan suatu kegiatan *event* atau program sponsor yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta.

2. *Brand Image*

Seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. Karena itu, sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Dan juga bahwa citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat dan citra adalah persepsi yang relatif konsisten dan jangka panjang.

3. *Brand Associations*

Segala hal yang berkaitan dengan ingatan mengenai merek. Asosiasi itu tidak hanya eksis, namun juga memiliki suatu tingkat kekuatan.

Ketertarikan pada suatu merek akan lebih kuat apabila dilandasi pada banyak pengalaman atau penampakan untuk mengkomunikasikannya.

4. *Brand Awareness*

Daya ingat konsumen atau calon konsumen dengan suatu *brand*, daya ingat konsumen ini adalah suatu elemen penting yang menentukan keputusan pembelian suatu produk berdasarkan *brand*. Tolak ukur dari *brand awareness* ini bisa didapatkan dari hasil *Brand Health Tracking*.

5. Dokumen Perjanjian

Merupakan dokumen atau surat perjanjian kesepakatan kerjasama yang ditandatangani oleh para pihak (Garuda Indonesia dan Penyelenggara Kegiatan/*Partner*) yang memuat detail mengenai ruang lingkup, periode, kerjasama, mekanisme kerjasama, penjelasan hak dan kewajiban dari para pihak, dan hal lainnya yang bersifat mengikat serta sah secara hukum.

6. *Form Analisa*

Form yang berisikan analisa *Marketing Analyst*, mengapa Garuda Indonesia memberikan dukungan *sponsorship* terhadap suatu *event*, mencakup tentang *audience, contact, interact, action*.

7. *Form Evaluasi*

Form yang berisikan evaluasi *Marketing Analyst* untuk menjelaskan secara *detail* terkait *cost* yang dikeluarkan dan *benefit*/kontraprestasi yang didapatkan oleh Garuda Indonesia.

8. *Form Contact Report*

Form yang berisikan *detail history* komunikasi antara *Marketing Analyst* dengan pihak *sponsor/partner*.

9. Surat Konfirmasi

Surat yang dikeluarkan oleh Garuda Indonesia dan ditandatangani oleh *Vice President (VP) Marketing /Senior Manager (SM) Marketing Sponsorship & Partnership* / Pejabat setingkat dari pihak *partner*. Isi surat konfirmasi menyatakan keikutsertaan Garuda Indonesia sebagai sponsor dalam sebuah kegiatan disertai dengan item-item yang dikeluarkan dan yang didapatkan oleh Garuda Indonesia.

10. Disposisi

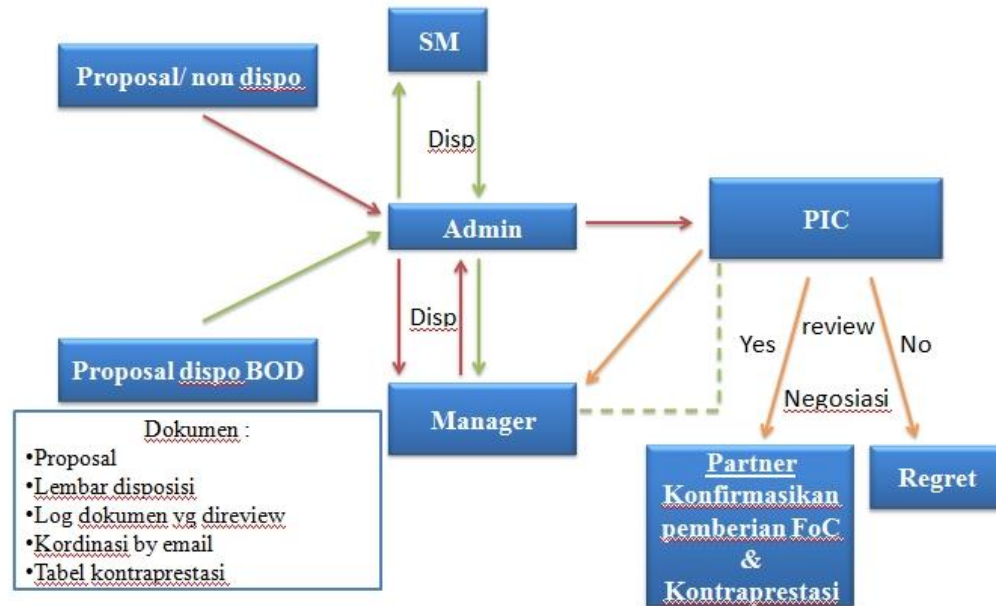
Arahan yang diberikan oleh atasan kepada *Marketing Analyst* sebagai pedoman terhadap proses analisa atau evaluasi.

11. FoC (*Free of Charge*)

Pemberian *Free of Charge* tiket atau tiket cuma-cuma tanpa dipungut biaya yang diberikan oleh Garuda Indonesia kecuali *taxes* sebagai salah satu bentuk *sponsorship* kepada pihak penyelenggara sebuah *event*.⁴

⁴ Standar Operasional Perusahaan bagian Marketing Sponsorship dan Partnership

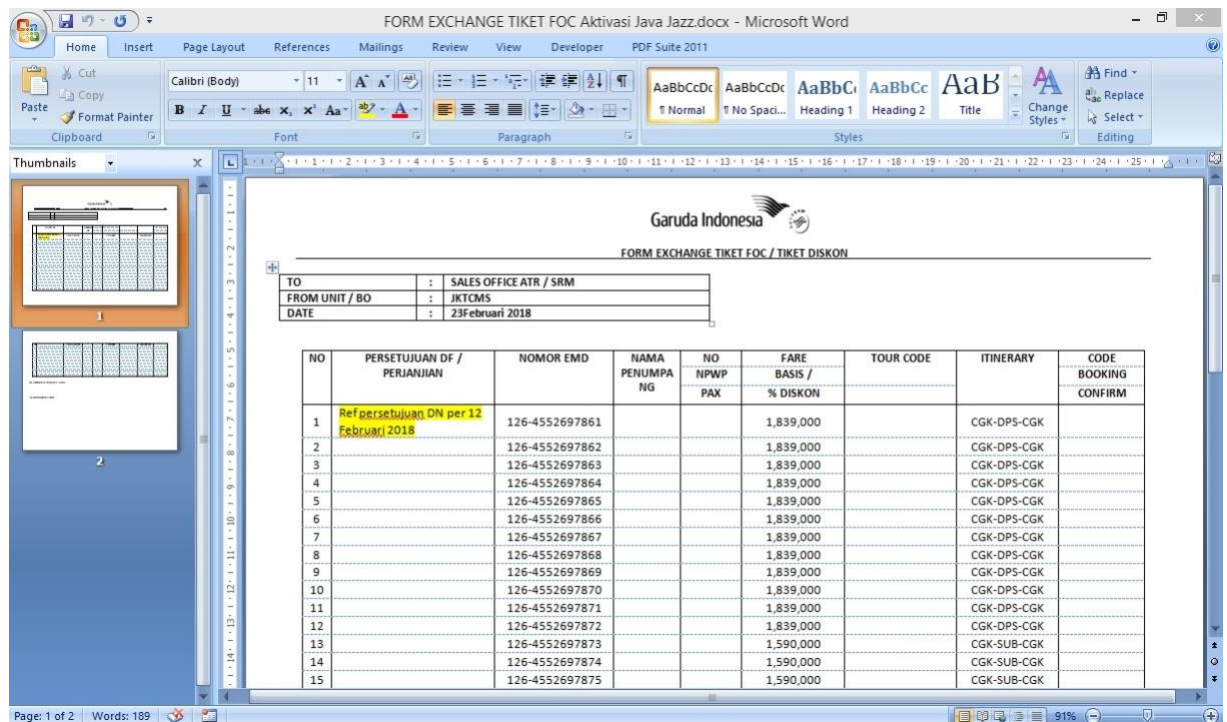
1) Langkah kerja praktikan untuk Proposal pemberian *Free Of Charge*



Gambar III. 1- Langkah masuk proposal *Free Of Charge*

Sumber: Data diolah oleh praktikan

Dalam Sub Bagian ini, proposal dibagi menjadi dua jenis. Proposal Internal merupakan proposal yang masuk berdasarkan dispo *Board Of Comissioners* (BOC)/*Board Of Directors* (BOD)/*Vice President* (VP), *Garuda Airlines* (GA) *Other units*. Sedangkan, proposal external merupakan proposal yang masuk dari *luar corporate, non corporate, social media, e-mail*, dll. Maka kita akan mengetahui dua langkah kerja masuknya dokumen.



Gambar III. 2 - From Exchange Ticket FOC

Sumber: Data diolah oleh praktikan

Pada saat melakukan Praktik Kerja Lapangan, penulis membantu dalam hal pembuatan daftar *Free Of Charge* tiket. Praktikan menyalin data Nomor EMD yang diberikan dan merapikan dalam bentuk *Microsoft Word*.

JAVA JAZZ FESTIVAL Aktivasi (2) (1).xls [Compatibility Mode] - Microsoft Excel

SPONSORSHIP JAVA JAZZ FESTIVAL											
NO	Activity	ROUTES	RBD	NIVALENT	FADTAL PA	DDI	DOT	Total Covered by JKTCM	NO EMD	REMARKS	Tour Code
1		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697861	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
2		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697862	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
3		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697863	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
4		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697864	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
5		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697865	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
6		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697866	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
7		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697867	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
8		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697868	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
9		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697869	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
10		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697870	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
11		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697871	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
12		CGK-DPS-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.839,000	126-4552697872	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
13		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697873	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
14		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697874	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
15		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697875	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
16		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697876	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
17		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697877	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
18		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697878	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
19		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697879	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
20		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697880	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
21		CGK-SUB-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 1.580,000	126-4552697881	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
22		CGK-TYO-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 6.943,100	126-4552697882	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
23		CGK-TYO-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 6.943,100	126-4552697883	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
24		CGK-TYO-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 6.943,100	126-4552697884	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
25		CGK-TYO-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 6.943,100	126-4552697885	JKTCM cover RSP and TFC	R210082CM18
26		CGK-TMC-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 2.220,000	126-4552697886	JKTCM cover RSP only	R210082CM18
27		CGK-TMC-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 2.220,000	126-4552697887	JKTCM cover RSP only	R210082CM18
28		CGK-BUV-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 2.470,000	126-4552697888	JKTCM cover RSP only	R210082CM18
29		CGK-BUV-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 2.470,000	126-4552697889	JKTCM cover RSP only	R210082CM18
30		CGK-WNI-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 2.650,000	126-4552697890	JKTCM cover RSP only	R210082CM18
31		CGK-WNI-CGK				11 MAR 18 - 30 APR 18	12 MAR 18 - 30 DEC 18	IDR 2.650,000	126-4552697891	JKTCM cover RSP only	R210082CM18
						31		IDR 78.830.400			

Average: IDR 1,839,000 Count: 11 Sum: IDR 20,229,000

Gambar III. 3 - FOC untuk Java Jazz Festival 2018

Sumber: Data diolah oleh praktikan

Penulis membuat *draft Free Of Charge* untuk Java Jazz Festival 2018 yang sebelumnya dimulai dengan masuknya proposal dispo, proses penyetujuan dan lain sebagainya.

Berikut penjelasan alur masuk proposal :

Proposal dispo:

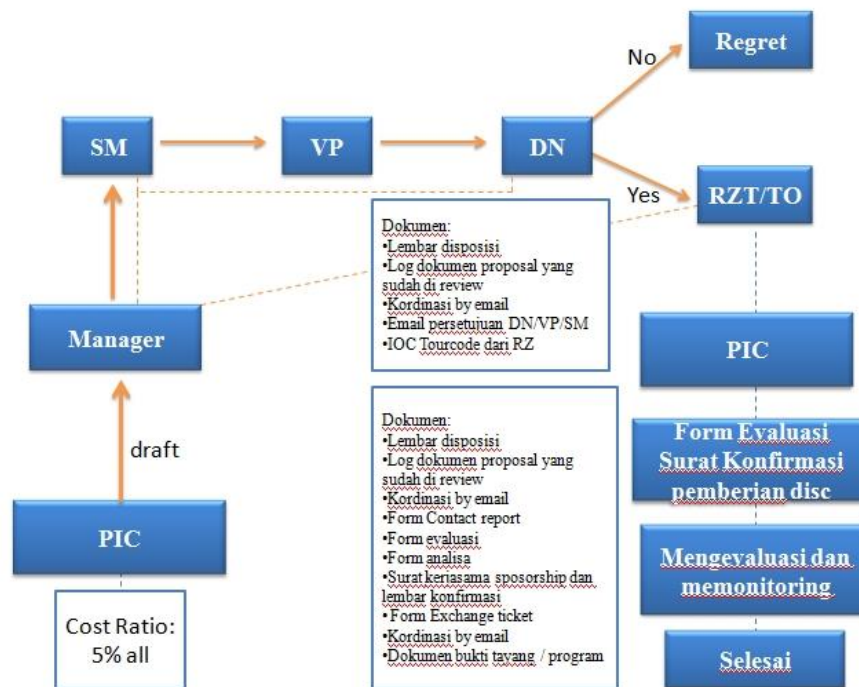
- a. Proposal dispo masuk ke admin.
- b. Admin mendokumentasikan proposal yang masuk dan memberikan kepada *Senior Manager* (SM).

- c. SM *mereview* dan memberikan disposisi lalu memberikan kepada admin, dan akan diberikan kepada *manager* untuk *direview* dan mendisposisikan kepada PIC/*Marketing Analyst*.

Proposal non dispo:

- a. Proposal non dispo masuk ke Admin.
- b. Admin mendokumentasikan proposal yang masuk dan memberikan kepada *Manager*.
- c. *Manager* *mereview* dan mendisposisikan kepada PIC/*Marketing Analyst*.

2) Langkah setelah PIC menerima proposal beserta disposisi



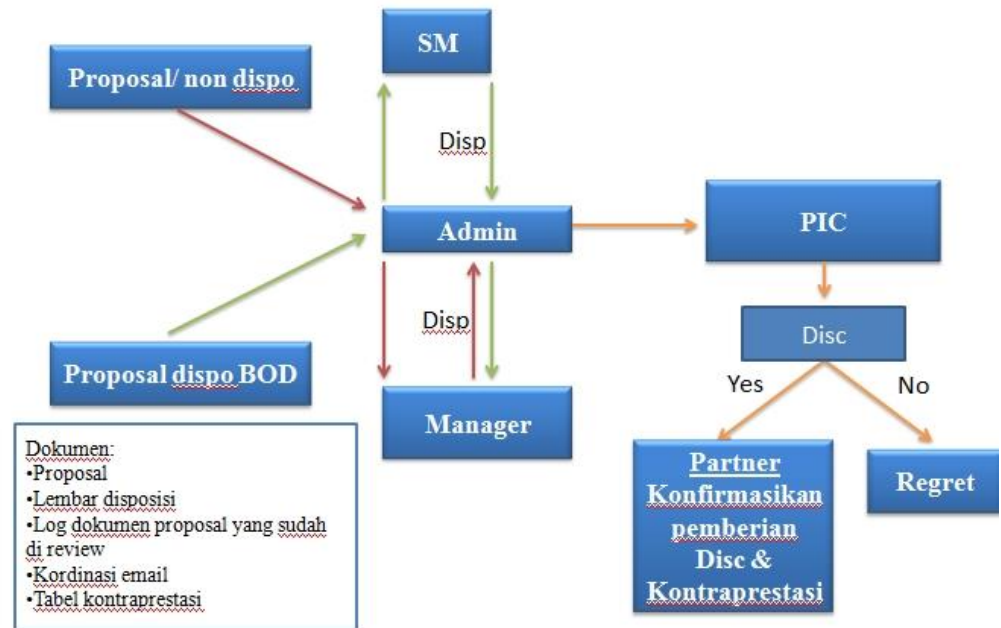
Gambar III. 4 - PIC/Marketing Analyst menerima proposal

Sumber: Data diolah oleh praktikan

- d. PIC mereview dan negosiasi terkait proposal yang diterima. Marketing Analyst melakukan review berdasarkan *cost* dan *benefit* yang akan diterima Garuda Indonesia dan beberapa pertimbangan tertentu.
- e. Jika layak Marketing Analyst mengkonfirmasi kepada *partner* mengenai pemberian *Free Of Charge*.
- f. Jika tidak layak maka Marketing Analyst akan *meregret* proposal tersebut.

- g. Setelah itu, *Marketing Analyst* mengajukan *draft* permohonan pemberian *Free Of Charge* kepada *Manager*.
- h. *Manager* mengajukan *draft* permohonan ke SM.
- i. SM meneruskan *draft* permohonan tersebut ke VP.
- j. VP meneruskan *draft* permohonan tersebut ke DN untuk proses *approval*.
- k. Apabila DN memberikan *approval draft* permohonan tersebut, maka SM/*Manager* akan meminta persetujuan pengeluaran atau pemberian *Tourcode* dan *Promo code* kepada JKTRZ.
- l. RZ mengeluarkan *Tourcode* untuk *Free Of Charge*.
- m. TO Gunung Sahari mengeluarkan *EMD Number* berdasarkan *Tourcode* dan *issued* tiket.
- n. *Marketing Analyst* akan mengeluarkan *Form Exchange Ticket* untuk dokumentasi TO dalam pengeluaran *Free Of Charge*, Form Analisa, *Form Contact Report* dan Form Evaluasi yang ditandatangani oleh SM CMS sebagai dokumen internal.
- o. *Marketing Analyst* distribusi/kordinasi dengan BO terkait.
- p. *Marketing Analyst* meminta Lembar Konfirmasi yang telah ditandatangani oleh *partner*.
- q. *Marketing Analyst* meminta Laporan Bukti Kontraprestasi kepada partner H+14 setelah acara selesai.
- r. *Marketing Analyst* melakukan monitoring, dokumentasi, dan evaluasi terhadap kegiatan sponsorship tersebut.

3) Langkah kerja praktikan untuk Proposal pemberian Reduksi Tiket



Gambar III. 5 - Langkah pemberian Reduksi Tiket

Sumber: Data diolah oleh praktikan

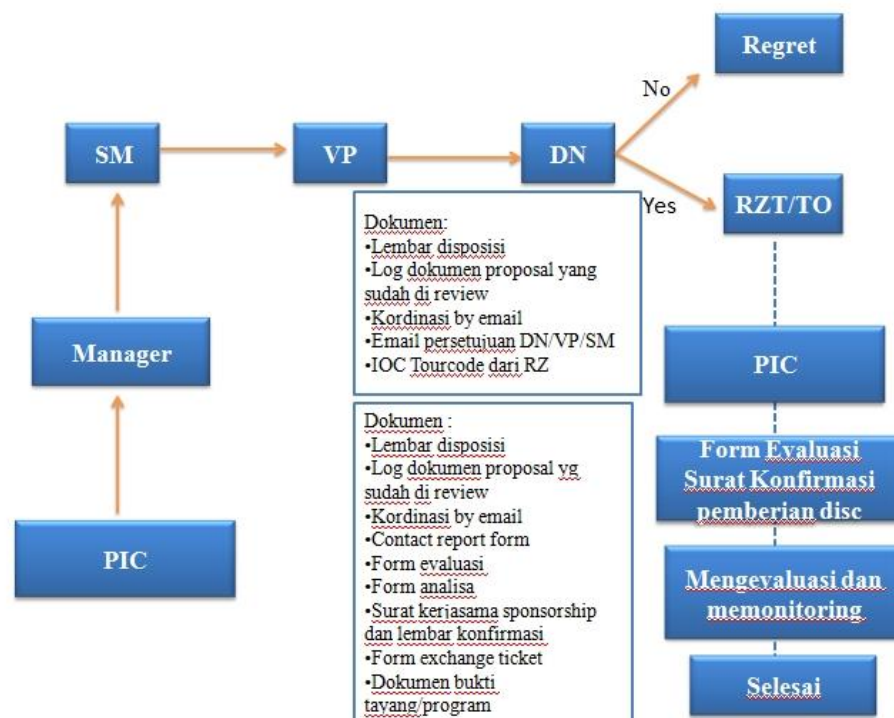
Dalam Sub Bagian ini, proposal dibagi menjadi dua jenis. Proposal Internal merupakan proposal yang masuk berdasarkan dispo Sedangkan proposal *external* merupakan proposal yang masuk dari luar *corporate*, *non corporate*, *social media*, *e-mail*, dll. Maka, kita akan mengetahui dua langkah kerja masuknya dokumen.

Proposal dispo:

- a. Proposal dispo masuk ke Admin.
- b. Admin mendokumentasikan proposal yang masuk dan memberikan kepada *Senior Manager*.
- c. *Senior Manager* mereview dan memberikan disposisi lalu memberikan kepada Admin, dan akan diberikan kepada manager untuk direview dan mendisposisikan kepada *PIC/Marketing Analyst*.

Proposal non dispo:

- a. Proposal non dispo masuk ke Admin.
- b. Admin mendokumentasikan proposal yang masuk dan memberikan kepada *Manager*.
- c. *Manager* mereview dan mendisposisikan kepada *PIC/Marketing Analyst*.



Gambar III. 6 - Langkah setelah PIC/*Marketing Analyst* menerima proposal beserta disposisi

Sumber: Data diolah oleh praktikan

- d. PIC mereview dan negosiasi terkait proposal yang diterima. *Marketing Analyst* melakukan *review* berdasarkan *cost* dan *benefit* yang akan diterima Garuda Indonesia dan beberapa pertimbangan tertentu.
- e. Jika layak *Marketing Analyst* mengkonfirmasi kepada partner mengenai pemberian Reduksi Tiket.
- f. Jika tidak layak maka *Marketing Analyst* akan meregret proposal tersebut.

- g. Setelah itu, *Marketing Analyst* mengajukan *draft* permohonan pemberian Reduksi tiket kepada *Manager*.
- h. *Manager* mengajukan *draft* permohonan ke *Senior Manager*.
- i. *Senior Manager* meneruskan *draft* permohonan tersebut ke *Vice President*.
- j. *Vice President* meneruskan *draft* permohonan tersebut ke DN untuk proses *approval*;
- k. Apabila Direksi Niaga memberikan *approval draft* permohonan tersebut, maka *Senior Manager/Manager* akan meminta persetujuan pengeluaran atau pemberian *Tourcode* dan *Promocode* kepada JKTRZ.
- l. RZ mengeluarkan *Tourcode* untuk Reduksi Tiket.
- m. TO Gunung Sahari mengeluarkan *Electronic Miscellaneous Document (EMD) Number* berdasarkan *Tourcode* dan *issued* tiket.
- n. PIC akan mengeluarkan *Form Exchange Ticket* untuk dokumentasi dalam pengeluaran Reduksi Tiket, *Form Analisa*, *Form Contact Report* dan *Form Evaluasi* yang ditandatangani oleh SM *Marketing Sponsorship* sebagai dokumen internal.
- o. *Marketing Analyst* distribusi/kordinasi dengan BO terkait.
- p. *Marketing Analyst* meminta Lembar Konfirmasi yang telah ditandatangani oleh *partner*.
- q. *Marketing Analyst* meminta Laporan Bukti Kontraprestasi kepada *partner* H+14 setelah acara selesai.

- r. *Marketing Analyst* melakukan monitoring, dokumentasi, dan evaluasi terhadap kegiatan *sponsorship* tersebut.

1) Fasilitas yang dibutuhkan selama pelaksanaan kerja

Dalam melaksanakan pekerjaan, praktikan menggunakan:

- a. Alat Tulis Kantor
- b. Laptop milik *Marketing Analyst* untuk pekerjaan yang menggunakan *Microsoft Excel*
- c. Jaringan *Internet*

2) Kemampuan yang diperlukan

Dalam melaksanakan pekerjaan, praktikan perlu memiliki kemampuan:

- a. Menggunakan *Microsoft Excel*
- b. Ketelitian
- c. Kedisiplinan waktu penyelesaian.

C. Kendala Yang Dihadapi Praktik Kerja Lapangan

Kendala merupakan suatu hal yang pasti dihadapi oleh Praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, karena praktikan masih dalam tahap belajar dan tidak sepenuhnya sempurna.

Beberapa kendala yang dihadapi praktikan saat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yaitu:

1. Pada saat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, praktikan mengalami permasalahan dalam hal berkomunikasi dengan karyawan, karena masih dalam tahap awal dan belum mengetahui karakter dari masing-masing rekan karyawan sehingga cukup sulit untuk meminta penjelasan tentang pekerjaan yang akan praktikan lakukan.
2. Adanya keterlambatan koordinasi unit lain (sub bagian *Marketing Sponsorship*, sub bagian *Marketing Partnership* dan bagian *Marketing Media*) sehingga untuk penghitungan *cost* dan *benefit* nya sedikit terhambat.

D. Cara Mengatasi Kendala

1. Pada masa awal melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan mengalami permasalahan dalam hal berkomunikasi. Praktikan harus bisa membangun komunikasi yang baik dengan rekan karyawan yang ada di lingkungan kerja agar tercipta suasana kerja yang kondusif dan nyaman untuk permasalahan komunikasi dengan karyawan.

Menurut Everett M Rogers & Lawrence Kincaid bahwa “Komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi dan membentuk informasi dengan cara sedemikian rupa sehingga pada akhirnya tercipta suatu rasa saling mengerti yang mendalam”⁵.

Berdasarkan teori diatas, Praktikan menyadari bahwa komunikasi menjadi hal yang penting khususnya dalam dunia kerja. Dalam hal ini praktikan mencoba untuk menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, yaitu dengan cara berkenalan, saling tegur sapa dan juga *sharing* mengenai pengalaman masing-masing sehingga praktikan mampu berinteraksi sosial yang baik terhadap lingkungan yang baru, sehingga dengan demikian akan tercipta suatu rasa saling mengerti dengan karyawan

⁵ Everett M Rogers & Lawrence Kincaid dalam buku *Communication Network: Towards a New Paradigm for Research* tahun 1981
<http://www.pengertianahli.com/2013/07/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli.html> (Diakses tanggal 08 desember 2017)

khususnya para *staff* di sub bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership* yang Praktikan lakukan.

2. Problema yang terjadi dilapangan adalah adanya keterlambatan kordinasi unit lain sehingga untuk penghitungan *cost* dan *benefit* nya sedikit terhambat.

Dalam kegiatan ini sub bagian *Marketing Sponsorship* dan bagian *Marketing Media* melakukan kerja sama dengan pihak sub bagian *Marketing Partnership* dan bagian *Marketing Media*. Sebagaimana dikutip oleh

Abdulsyani, Roucek dan Warren, mengatakan bahwa ”Kerjasama berarti bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Ia adalah salah satu proses sosial yang paling dasar. Biasanya kerjasama melibatkan pembagian tugas, dimana setiap orang mengerjakan setiap pekerjaan yang merupakan tanggung jawabnya demi tercapainya tujuan bersama”⁶.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kerja sama adalah kegiatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Tetapi dalam pelaksanaan di lapangan pihak sub bagian *Marketing Partnership* dan bagian *Marketing Media* sering terlambat dalam memberikan respon kordinasi terkait suatu *event* dikarenakan pada bagian dan sub bagian ini sering melakukan *meeting* dengan *partner* di luar. Oleh sebab itu, agar kendala tersebut tidak merugikan pihak PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk perlu

⁶ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1994 h.12

melakukan pengawasan secara langsung serta memberikan *timing* penyelesaian kerja suatu *event* dan pembatasan *meeting* di luar pada pihak sub bagian *Marketing Partnership* dan bagian *Marketing Media* agar segala sesuatu yang berkaitan dengan kerja sama baik dari pihak sub bagian *Marketing Sponsorship*, *Marketing Partnership* dan bagian *Marketing Media* berjalan sebagaimana mestinya.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Praktik Kerja Lapangan merupakan kegiatan dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didatkan dari kegiatan belajar di bangku perkuliahan. Selain itu, PKL juga bertujuan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bekerja bagi praktikan untuk bekal masa depan ketika sudah lulus dan bekerja nanti.

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang beralamat di *1st Floor Management Building Garuda City Center* yang dilaksanakan selama 1 (satu) bulan yakni sejak tanggal 23 Januari sampai dengan 23 Februari 2018 dengan 5 (lima) hari kerja yaitu hari Senin sampai dengan Kamis pukul 07.30 sampai dengan 16.30 WIB, dan hari Jumat pada pukul 07.30 sampai dengan 17.00 WIB ditempatkan di Sub Bagian *Marketing Sponsorship dan Partnership*.

Berdasarkan pengalaman yang didapat oleh praktikan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dapat disimpulkan bahwa :

1. Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan, Praktikan memperoleh banyak pengalaman dan pengetahuan yang berkaitan dengan Pemasaran.
2. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sesuai dengan bidang dan mata kuliah Manajemen Pemasaran, dan *Feasibility Study* di semester 1 dan 5, mengetahui pentingnya *cost ratio* sebagai acuan dari kelayakan suatu kerjasama termasuk kerjasama *sponsorship*.
3. Praktikan lebih memahami pentingnya pendidikan, keterampilan, dan kepribadian yang dibutuhkan dalam dunia kerja, khususnya di Perusahaan.
4. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi Praktikan seperti komunikasi saat awal kegiatan Praktik Kerja Lapangan dan keterlambatan kordinasi dengan unit lain. Dalam menghadapi kendala komunikasi pada awal Praktik Kerja Lapangan, praktikan memiliki solusi berupa meningkatkan komunikasi dengan karyawan dengan cara bertegur sapa dan saling sharing pengetahuan dan pekerjaan di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, untuk keterlambatan kordinasi praktikan memiliki solusi dengan membatasi meeting dengan partner di luar, *timing* kerja yang baik, sehingga proses proposal suatu *event* dapat selesai dengan cepat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut ini adalah saran yang dapat praktikan berikan dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan :

Bagi mahasiswa

1. Mahasiswa perlu mempersiapkan perencanaan yang baik sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan jika perlu dari jauh-jauh hari seperti menentukan pilihan tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dan mempersiapkan kebutuhan administrasi secara lengkap.
2. Mahasiswa perlu memperhatikan bagian penempatan Praktik Kerja Lapangan yang sesuai dengan bidang kuliah agar memudahkan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dan pelaporannya.
3. Mahasiswa harus memiliki motivasi yang tinggi untuk memperoleh banyak pengetahuan dan keterampilan dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini.
4. Mahasiswa harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk memudahkan beradaptasi serta bersosialisasi dengan pegawai serta dapat memahami pekerjaan yang diberikan.

Bagi Universitas

1. Pihak Fakultas Ekonomi dan Universitas Negeri Jakarta perlu meningkatkan kualitas pelayanan akademik dalam menunjang kebutuhan persiapan Praktik Kerja Lapangan mahasiswa, baik dari segi administrasi, maupun informasi.
2. Sebaiknya pihak universitas menjalin kerjasama dengan beberapa pihak perusahaan. Hal tersebut agar memudahkan mahasiswa pada saat akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di perusahaan, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi.

Bagi Instansi

1. Perusahaan memiliki sikap keterbukaan dan loyal dengan praktikan-praktikan, sebaiknya dipertahankan agar semakin tercipta hubungan yang baik antara pegawai dengan praktikan.
2. Memasukan para calon-calon anak yang ingin melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan jurusan agar memudahkan calon praktikan dalam kegiatannya.

Bagi Sub Bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership*

1. Hubungan kekeluargaan di Sub Bagian *Marketing Sponsorship* dan *Partnership* sudah sangat baik, untuk itu perlu dipertahankan agar suasana kerja mampu mendukung produktivitas pegawai.

2. Hal yang disukai praktikan terhadap pegawai yang senang berbagi ilmu, mengajarkan praktikan berbagai hal yang sangat berharga bagi praktikan sendiri.
3. Koordinasi dengan unit lain seperti sub Bagian *Partnership* dan Bagian *Marketing Media* harus ditingkatkan agar tidak menghambat pekerjaan dalam mereview proposal.
4. Jangan ragu untuk meminta bantuan praktikan, karena praktikan hadir untuk membantu dan belajar kehidupan dunia kerja yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

Everett M Rogers & Lawrence Kincaid dalam buku Communication Network:
Towards a New Paradigm for Research tahun 1981

FE UNJ. 2012. Pedoman Praktek Kerja Lapangan.



<http://www.pengertianahli.com/2013/07/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli.html> (Diakses tanggal 16 Oktober 2018 pukul 20:00 WIB)

Kamus Bahasa Indonesia, 2005,hal;30

Standar Operasional Perusahaan Sub Bagian Marketing Sponsorship dan
Partnership.


www.garuda-indonesia.com, diakses pada 12 Februari 2018 pukul 09:44 WIB.

Lampiran 2 Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan

 <p><i>Building Future Leaders</i></p>	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
	Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220 Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982 BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180 Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486 Laman : www.unj.ac.id
<hr/>	
Nomor : 1827/UN39.12/KM/2017 Lamp : - Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan	9 November 2017
Yth. Senior Manager General Support & Training Facility Garuda Indonesia Training Center Jl. Duri Kosambi No.125 Cengkareng Jakarta Barat	
<p>Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta</p>	
Nama : Fitri Wahyu Undhiyantik Nomor Registrasi : 8135150595 Program Studi : Pendidikan Tata Niaga Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta No Telp/HP : 082211594530	
<p>Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah, pada tanggal 17 Januari s.d. 17 Februari 2018.</p>	
<p>Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.</p>	
Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat	
	
Woro Sasmoyo, SH NIP. 19630403 198510 2 001	
Tembusan : 1 Dekan Fakultas Ekonomi 2 Koordinator Prodi Pendidikan Tata Niaga	


Lampiran 3 - Sertifikat Praktik Kerja Lapangan dari Perusahaan

Lampiran 4 - Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rowamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon: (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706393
Laman: www.fec.unj.ac.id

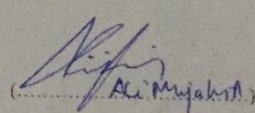


**DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS**

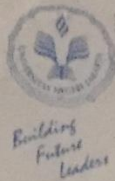
Nama : FITRI WAHYU UNDHYANTIK
No. Registrasi : 8135150593
Program Studi : PENDIDIKAN BISNIS
Tempat Praktik : PT. GALUDA INDONESIA (Persero) Tbk.
Alamat Praktik/Telp : Mangrove Building, Seneca City
Soekarno-Hatta International Airport, Cengkareng

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	23 JANUARI 2018 - SELASA	1. <i>FW</i>	
2.	RABU, 24 JANUARI 2018	2. <i>FW</i>	
3.	KAMIS 25 JANUARI 2018	3. <i>FW</i>	
4.	JUMAT, 26 JANUARI 2018	4. <i>FW</i>	
5.	SENIN 29 JANUARI 2018	5. <i>FW</i>	
6.	SELASA 30 JANUARI 2018	6. <i>FW</i>	
7.	KAMIS, 31 JANUARI 2018	7. <i>FW</i>	
8.	KAMIS 1 FEBRUARI 2018	8. <i>FW</i>	
9.	JUMAT, 2 FEBRUARI 2018	9. <i>FW</i>	
10.	SENIN, 5 FEBRUARI 2018	10. <i>FW</i>	
11.	SELASA, 6 FEBRUARI 2018	11. <i>FW</i>	
12.	RABU, 7 FEBRUARI 2018	12. <i>FW</i>	
13.	KAMIS, 8 FEBRUARI 2018	13. <i>FW</i>	
14.	JUMAT, 9 FEBRUARI 2018	14. <i>FW</i>	
15.	SENIN, 12 FEBRUARI 2018	15. <i>FW</i>	

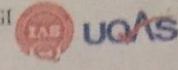
Jakarta, 23 FEBRUARI 2018
Penilai,


 (..... Ali Mujahid)

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



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



Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Pajadiran Muka, Jakarta 13220
 Telpun (021) 47212374/706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.fk.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
 PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Nama : FITRI WATI UNDIHYANTI
 No. Registrasi : 0185150505
 Program Studi : PENDIDIKAN BAHASA
 INDIONESIA (PERSER) TBL
 Tempat Praktik : MAREPOND BUILDING, GARDEN CITY, SOKOGONO HARBOR
 INTERNASIONAL AIRPORT, CENJURUK

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	SELASA, 13 FEBRUARI 2018	1. <i>fw</i>	
2.	RABU, 14 FEBRUARI 2018	2. <i>fw</i>	
3.	KAMIS, 15 FEBRUARI 2018	3. <i>fw</i>	
4.	JUMAT, 16 FEBRUARI 2018	4. <i>fw</i>	— IMLBK —
5.	SENIN, 19 FEBRUARI 2018	5. <i>fw</i>	
6.	SELASA, 20 FEBRUARI 2018	6. <i>fw</i>	
7.	RABU, 21 FEBRUARI 2018	7. <i>fw</i>	
8.	KAMIS, 22 FEBRUARI 2018	8. <i>fw</i>	
9.	JUMAT, 23 FEBRUARI 2018	9. <i>fw</i>	
10.	10.....	
11.	11.....	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	


Jakarta, 23 FEBRUARI 2018

Penilai,

[Signature]
 Garuda Indonesia
 (..... MARKETING.....)

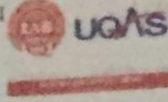
Catatan :
 Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5 - Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Kuningan Raya, Jakarta 13770
 Telp: (021) 67212274/702201, Fax: (021) 4796301
 Email: www.unj.ac.id

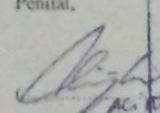



**PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
 PROGRAM SARJANA (S1)
 SKS**

Nama: EMMA WAHYU UNDIHYANTIK
 No. Registrasi: B135102505
 Program Studi: PENDIDIKAN BISNIS
 Tempat Praktik: GARUDA INDONESIA (Pusat) Tbk
 Alamat Praktik/Telp: Manajemen Business Garuda City
 Soekarno-Hatta International Airport, Cengkareng

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN				
		46-100					
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Bobot 86-100 A 4 81-85 A- 3,7 76-80 B+ 3,3 71-75 B 3,0 66-70 B- 2,7 61-65 C+ 2,3 56-60 C 2,0 51-55 C- 1,7 46-50 D 1				
2	Kedisiplinan	90					
3	Sikap dan Kepribadian	98					
4	Kemampuan Dasar	80					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	80					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	88					
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	98					
8	Aktivitas dan Kreativitas	80					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	90					
10	Hasil Pekerjaan	86					
Jumlah		880	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> $\frac{880}{10 \text{ (sepuluh)}} = 88$ </div> Nilai Akhir : <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 50px;">88</td> <td style="text-align: center; width: 100px;">dituliskan dalam huruf</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center;">huruf</td> </tr> </table>	88	dituliskan dalam huruf	Angka bulat	huruf
88	dituliskan dalam huruf						
Angka bulat	huruf						

Jakarta, 23 Februari 2016
 Penilai,

Catatan :
 Mohon legalitas dengan menandatangani cap Instansi Perusahaan

Lampiran 6 - Format Penilaian Seminar Praktik Kerja Lapangan

FORMAT PENILAIAN
SEMINAR PRAKTIK KERJA LAPANGAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Nama : Fitri Wahyu Undhiyantik

No. Reg : 8135150595

Program Studi : Pendidikan Bisnis

No	Kriteria Penilaian	Internal Skor	Skor
A. Penilaian Laporan PKL			
1	Format Makalah : a. Sistematika penulisan b. Penggunaan bahasa yang baku, baik dan benar	0-15	
2	Penyajian Laporan : a. Relevansi topik dengan keahlian bidang studi b. Kejelasan uraian	0-25	
3	Informasi : a. Keakuratan informasi b. Relevansi informasi dengan uraian tulisan	0-15	
B. Penilaian Presentasi Laporan			
1	Penyajian : a. Sistematika penyajian b. Penggunaan alat bantu c. Penggunaan bahasa lisan yang baik, benar dan efektif	0-20	
2	Tanya Jawab : a. Ketepatan jawaban b. Kemampuan mempertahankan argumen	0-20	
Jumlah		100	

Jakarta,
Penilai,

.....

Lampiran 7 - Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

No	Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Des
1	Pendaftaran PKL						
2	Kontrak dengan perusahaan untuk PKL						
3	Surat Permohonan PKL ke perusahaan						
4	Pelaksanaan PKL						
5	Penulisan Laporan PKL						
6	Penyerahan Laporan PKL						
7	Koreksi Laporan PKL						
8	Penyerahan Kkoreksi laporan PKL						
9	Batas akhir penyerahan laporan PKL						
10	Sidang PKL						

Lampiran 8 - Log Harian Praktik Kerja Lapangan

Tanggal	Aktivitas
23 Januari 2018	Kegiatan Kontak Kerja (perkenalan singkat tentang gambaran secara umum PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, cara berperilaku yang baik terhadap rekan kerja, peraturan-peraturan yang harus dilakukan selama PKL
24 Januari 2018	Kegiatan Kontak Kerja (perkenalan singkat tentang gambaran secara umum PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, cara berperilaku yang baik terhadap rekan kerja, peraturan-peraturan yang harus dilakukan selama PKL
25 Januari 2018	Kegiatan Kontak Kerja (perkenalan singkat tentang gambaran secara umum PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, cara berperilaku yang baik terhadap rekan kerja, peraturan-peraturan yang harus dilakukan selama PKL
26 Januari 2018	Pengenalan ke bagian Marketing Sponsorship & partnership , kepada pembimbing lapangan, dan pengenalan kepada Manager dan staf di sub bagian Marketing Sponsorship
29 Januari 2018	Mengikuti Meeting untuk Marketing Plan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk
30 Januari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Nina Verantina selaku staff/Marketing Analyst • Belajar cara menganalisis jenis proposal
31 Januari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Nina Verantina selaku staff/Marketing Analyst • Belajar menganalisis data atau paket sponsor yang ditawarkan calon partner
1 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Nina Verantina selaku staff/Marketing Analyst • Belajar menganalisis data atau paket sponsor yang ditawarkan calon partner
2 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Nina Verantina selaku staff/Marketing Analyst • Belajar menganalisis data atau paket sponsor yang ditawarkan calon partner

5 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Nina Verantina selaku staff/Marketing Analyst • Belajar menganalisis data atau paket sponsor yang ditawarkan calon partner
6 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Chike Handani selaku staff/Marketing Analyst • Belajar menghitung Cost Ratio
7 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Chike Handani selaku staff/Marketing Analyst • Belajar alur proses Free Of Charge Ticket
8 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Chike Handani selaku staff/Marketing Analyst • Belajar alur proses Reduksi Tiket
9 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Chike Handani selaku staff/Marketing Analyst • Belajar alur proses Excess Baggage
12 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbingan PKL Harian dengan Ibu Chike Handani selaku staff/Marketing Analyst • Membantu dalam penyelesaian proses approval sebuah proposal
13 Februari 2018	Menganalisis proposal yang masuk
14 Februari 2018	Menganalisis proposal yang masuk
15 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Menggantikan posisi Admin sementara • Mendokumentasikan proposal yang masuk kepada manager
16 Februari 2018	Libur Imlek
19 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam project Java Jazz 2018 • Membantu membuat data untuk Java Jazz 2018
20 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam project Java Jazz 2018 • Membantu list Tourcode
21 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • membantu dalam project Java Jazz 2018 • Membantu membuat power point untuk meeting Java Jazz Festival 2018
22 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam project Java Jazz 2018 • Mengikuti meeting Java Jazz Festival 2018
23 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam project Java Jazz 2018 • Membantu pengecekan Tiket Java Jazz Festival 2018

Lampiran 9 – Dokumentasi

Copy of Free Entrance Ticket Distribution JIF 2018.xlsx - Microsoft Excel

No	Unit	Jumlah Tiket	Keterangan	Jumat	Sabtu	Minggu	Daily Pass			
							Sisa Jumat	Sisa Sabtu	Sisa Minggu	JUMLAH
1	VP CM	12		4	4	4	195	170	170	535
2	SM CMS	6		2	2	2	4	10	18	32
3	SM CMB	2								
4	SM CMD	2								
							Special Show			
							Sisa Sabtu	Sisa Minggu	JUMLAH	
5	SM CMM	2			2					
6	VP EC	2				2		10	50	60
7	VP RZ	2						0	10	10
8	SM RZT	2								
9	SM RZD	2		2						
10	SM RZI	2		2						
							VIP Lounge			
							Sisa Jumat	Sisa Sabtu	Sisa Minggu	JUMLAH
11	VP JKTAM	6		2	2	2	50	50	50	150
12	SM JKTNS	2		2			0	8	10	18
13	SM JKTNA	2		2						
14	SM JKTAMB	2		2						
15	SM JKTSO	2		2						
16	Elvira	2				1				
17	VP NL	9		3	4	2				
18	SM NLN	2				2				
19	SM NLP	2		2						
20	SM NLI	2		2						
21	SM NLS	2				2				

Presentation Java Jazz 2018.pptx - Microsoft PowerPoint

The slide features the BNI logo at the top right, with the text 'Sponsorship GA - Java Jazz 2018' and 'Updated 12 Jan 2018' on the left. The main graphic is the 'JAYA JAZZ Festival' logo, which includes the text 'JAKARTA INTERNATIONAL', 'BNI', 'JAYA JAZZ Festival', and '2.3.4 MARCH 2018'. The Garuda Indonesia logo is visible in the bottom right corner.



