

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA DEPARTEMEN PEMASARAN PT FIF GROUP CABANG
PRAMUKA**

**RATNA KURNIA
8135162424**



*Building
Future
Leaders*

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 (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

LEMBAR EKSEKUTIF

Ratna Kurnia 8135162424. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Bagian Pemasaran di PT FIF GROUP Cabang Pramuka. Jakarta: Program Studi Pendidikan bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2019.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun berdasarkan pengalaman praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan pada bagian Pemasaran di PT FIF GROUP Cabang Pramuka Jl. Pramuka Raya No. 15, RT.12/RW.5, Rawasari, Kec. Cempaka Putih, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10570. Selama 1 (satu) bulan terhitung dari tanggal 28 Januari 2019 sampai dengan 28 Februari 2019. Pelaksanaan PKL bertujuan untuk meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan, dan keterampilan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

Kegiatan yang dilakukan praktikan selama PKL di PT FIF GROUP Cabang Pramuka meliputi melakukan follow up data calon nasabah, membuat laporan harian, dan menginput data nasabah ke dalam FIFAPPS.

Dalam pelaksanaan PKL terdapat beberapa kendala yang sering dihadapi, namun kegiatan PKL dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dengan cukup baik serta tercapainya tujuan PKL diantaranya menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman, kemampuan, dan keterampilan Praktikan mengenai dunia kerja yang sesungguhnya khususnya di PT FIF GROUP Cabang Pramuka.

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Ryna Parlyna, MBA

NIP. 197701112008122003

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001		3 Desember 2019
Penguji Ahli		
<u>Dita Puruwita, S.Pd., M.Si</u> NIP. 198209082010122004		2 Desember 2019
Dosen Pembimbing		
<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003		26 November 2019

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada Departemen
Pemasaran di PT FIF GROUP Cabang Pramuka

Nama Praktikan : Ratna Kurnia

Nomor Registrasi : 8135162424

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Menyetujui,

Koordinator Program Studi
Pendidikan Bisnis,



Ryna Parlyna, MBA
NIP. 19770112008122003

Dosen Pembimbing,



Ryna Parlyna, MBA
NIP. 19770112008122003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah SAW, keluarga, dan sahabatnya. Serta kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT FIFGROUP. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selanjutnya penulis mengucapkan terma kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Ibu Ryna Parlyna, M.B.A. selaku Ketua Prodi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Ibu Ryna Parlyna, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing
4. Keluarga penulis atas doa yang tak henti-hentinya dan dukungannya yang luar biasa.
5. PT FIFGROUP yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan magang.
6. Ibu Aida, selaku Department Head Marketing PT FIFGROUP.
7. Bapak Hudiyono, selaku HRD PT FIFGROUP.
8. Seluruh karyawan PT FIFGROUP, karena sudah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan Praktek Kerja Lapangan. Khususnya karyawan *Marketing* (Pak Ari , mas Bayu, mba Ayu, mba Putri, mba Amel, dan Mba Aida) yang telah senantiasa selalu

memberikan bimbingan kepada penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.

9. Semua sahabat dan rekan-rekan Pendidikan Bisnis B 2016 yang senantiasa mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan Praktek Kerja Lapangan ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu dan telah membantu kelancaran Praktikan dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, November 2019

Ratna Kurnia

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	3
C. Kegunaan PKL.....	4
D. Tempat PKL.....	6
E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL	7
BAB II.....	10
TINJAUAN UMUM PT FIF GROUP.....	10
A. Sejarah umum PT FIF GROUP	10
B. Struktur Organisasi PT FIF GROUP Cabang Pramuka.....	25
C. Kegiatan umum Perusahaan.....	26

BAB III	28
PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	28
A. Bidang kerja	28
B. Pelaksanaan Kerja.....	28
C. Kendala yang dihadapi.....	36
D. Cara mengatasi kendala	38
BAB IV	40
PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
Lampiran	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo PT FIF GROUP	16
Gambar 2 : Lambang PT FIF GROUP perbagian.....	17
Gambar 3 : Bagan struktur organisasi internal PT FIFGROUP Cabang Pramuka	25
Gambar 4 : Bagan struktur Marketing PT FIFGROUP Cabang Pramuka.....	26
Gambar 5 Data <i>Follow up</i> calon nasabah	30
Gambar 6 Data hasil follow up 1 calon nasabah.....	32
Gambar 7 Data <i>daily report</i> SPEKTRA	34
Gambar 8 Laman pada FIFAPPS yang berisi data nasabah	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Penjelasan Sejarah PT FIFGROUP	10
Tabel 2 : Prestasi PT FIFGROUP	18
Tabel 3: Tabel Penjelasan Keterangan Follow up Calon Nasabah	31
Tabel 4 : Daftar Kegiatan Harian.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Penilaian PKL	44
Lampiran 2 : Daftar Hadir PKL	45
Lampiran 3 : Sertifikat PKL	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Perguruan tinggi adalah suatu tempat untuk memperoleh pendidikan yang diharapkan mampu mencetak sarjana-sarjana penerus generasi bangsa yang berkualitas sehingga mampu bersaing dalam dunia kerja. Dalam rangka menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki kemampuan serta keahlian yang cukup, Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Jakarta memiliki tanggung jawab untuk menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan keahlian untuk siap terjun ke dunia kerja.

UNJ mempunyai program Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswanya, khususnya oleh Mahasiswa S1 Prodi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebagai prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi. Tujuan adanya program PKL untuk mengimplementasikan ilmu yang dipelajari pada perkuliahan di dunia kerja serta menambah pengalaman dan wawasan mahasiswa agar lebih siap untuk menghadapi dunia kerja. Kegiatan PKL juga bermanfaat bagi UNJ untuk menyempurnakan kurikulum yang diterapkan di lingkungan Universitas Negeri Jakarta.

Untuk memenuhi kewajiban akademik, maka Praktikan berkesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di *Marketing Department* PT FIFGROUP.

PT Federal International Finance (FIF) adalah perusahaan pembiayaan yang dimiliki sepenuhnya oleh Astra. Bisnis FIF awalnya di fokuskan pada pembiayaan konvensional dan syariah untuk mendukung penjualan ritel sepeda motor Honda. Selanjutnya telah dikembangkan produk pembiayaan sepeda motor bekas dan SPEKTRA sebagai kredit barang konsumsi umum, termasuk elektronik dan peralatan rumah tangga.

Alasan pertama Praktikan memilih PT FIFGROUP karena perusahaan tersebut adalah perusahaan yang beroperasi di bidang jasa pembiayaan (*leasing*) yang cocok dengan apa yang dipelajari dalam bisnis. Praktikan akan mengimplementasikan secara langsung ke PT FIFGROUP berdasarkan pelajaran yang telah di terima saat perkuliahan Bank dan Lembaga keuangan mengenai perusahaan *leasing*. Alasan kedua, PT FIFGROUP merupakan perusahaan besar yang mempunyai lingkup nasional. Cabangnya berdiri di seluruh Kota di Nusantara yang akan memberikan dampak baik bagi Universitas Negeri Jakarta untuk memberikan kesempatan kembali untuk mahasiswa yang ingin PKL di PT FIFGROUP. Alasan ketiga, memilih PT FIFGROUP adalah anak perusahaan dari PT Astra International yang memiliki prospek yang cukup baik dan profit yang dihasilkan terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut merupakan pemicu bagi Praktikan untuk mempelajari cara manajemen agar mendapatkan profit yang terus meningkat dan menjadi pembelajaran untuk dunia kerja yang sesungguhnya

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud dan tujuan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini antara lain:

1. Maksud Praktik Kerja Lapangan

1. Mengimplementasikan pelajaran di bangku perkuliahan pada dunia kerja.
2. Memperoleh pengalaman dan menambah pengetahuan dalam menerapkan teori yang diperoleh selama di bangku perkuliahan dengan kondisi yang ada di lapangan.
3. Melatih kemampuan, disiplin, dan tanggung jawab Praktikan dengan terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya.
4. Membandingkan dan menerapkan pengetahuan akademis berupa teori dan praktek yang telah didapatkan, sesuai dengan ilmu Bisnis
5. Memberikan kontribusi terhadap institusi yang merupakan tempat Praktikan menjalankan praktik kerja lapangan, yaitu PT FIFGROUP.
6. Mempelajari bidang kerja manajemen pemasaran pada instansi yaitu PT FIFGROUP khususnya *Marketing Department*.

2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

1. Merupakan salah satu persyaratan kelulusan bagi Mahasiswa S1 Prodi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan di dunia kerja.
3. Mengimplementasikan ilmu yang diperoleh pada bangku perkuliahan dengan dunia kerja.
4. Menambah pengalaman mahasiswa melalui kegiatan praktik kerja lapangan di bidang manajemen pemasaran.
5. Mengetahui secara langsung gambaran kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.
6. Membangun hubungan yang baik antara instansi tempat PKL dengan Universitas Negeri Jakarta.
7. Mengarahkan mahasiswa untuk menemukan data yang berguna untuk penulisan laporan PKL.
8. Mendapatkan masukan umpan balik berupa penyempurnaan kurikulum yang sesuai dengan instansi Pemerintah atau swasta di tempat mahasiswa melaksanakan PKL.

C. Kegunaan PKL

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama Praktikan melaksanakan kegiatan di PT FIFGROUP diharapkan antara lain :

1. Kegunaan bagi Praktikan

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa program S1 Prodi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi.
2. Melatih kemampuan dan keterampilan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja nyata.
4. Mengembangkan daya pikir, kreativitas, dan keberanian yang sangat diperlukan pada dunia kerja.
5. Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit-unit kerja, baik di lingkungan pemerintah maupun perusahaan.

2. Kegunaan bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

1. Membuka peluang kerja sama antara Universitas dengan instansi dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di waktu yang akan datang.
2. Meningkatkan citra Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebagai pencetak bibit-bibit unggul yang berkualitas.
3. Memperkenalkan Fakultas Ekonomi UNJ kepada perusahaan.

4. Mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi/perusahaan dan tuntutan pembangunan pada umumnya.

3. Kegunaan bagi PT FIFGROUP

1. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi PT FIFGROUP dan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Perusahaan mendapat tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya dan berwawasan akademik dari praktik kerja perusahaan.
3. Menjalinkan hubungan yang teratur, sehat dan dinamis antara instansi/perusahaan dengan Lembaga Perguruan Tinggi.

D. Tempat PKL

Nama Instansi : PT FIF GROUP

Alamat : Jl. Pramuka Raya No. 15, RT.12/RW.5, Rawasari, Kec. Cempaka Putih, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10570

Telepon : (021) 21475044

Website : CorporateSecretary@PT FIFGROUP.astra.co.idc

Faximile : (021) 21475044

Praktikan ditempatkan pada bagian *Marketing Departement* pada PT FIF GROUP Cabang Pramuka. Bagian tersebut sesuai dengan bidang ilmu yang

Praktikan dapat saat ini di bangku perkuliahan yaitu Pendidikan Bisnis terutama pada matakuliah Manajemen Pemasaran. Alasan Praktikan memilih PKL di PT FIFGROUP karena PT FIFGROUP merupakan perusahaan besar yang ada di Indonesia dan merupakan bagian dari Astra *Group*. Selain itu PT FIFGROUP yang sudah berdiri kurang lebih 28 tahun, mampu menunjukkan kemampuan dan eksistensinya dengan mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. PT FIFGROUP merupakan jasa pembiayaan yang kegiatan usahanya mulai dari pembiayaan konsumen, sewa guna usaha, dan anjak piutang. PT FIFGROUP memfokuskan usahanya pada pembiayaan konsumen secara konvensional maupun syariah. Perusahaan ini memiliki dukungan lebih banyak gerai yang sudah menjangkau kota kecil di seluruh pelosok Indonesia. Selain itu, banyaknya cabang yang dimiliki PT FIF Group memudahkan praktikan untuk memilih tempat PKL yang mudah dijangkau. Oleh sebab alasan tersebut, praktikan memilih PT FIF GROUP sebagai tempat praktek kerja lapangan.

E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL

Jadwal waktu pelaksanaan PKL praktikan terdiri dari beberapa bagian. Diantaranya tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pelaporan. Adapun penjabaran dari tahapan tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, Praktikan mengurus seluruh kebutuhan dan administrasi yang diperlukan untuk mencari tempat PKL yang tepat. Dimulai

dengan pengajuan surat permohonan PKL kepada pihak BAAK Universitas Negeri Jakarta yang ditujukan kepada PT FIFGROUP Cabang Pramuka.

Setelah surat jadi, Praktikan segera mendatangi kantor PT FIFGROUP Cabang Pramuka untuk menyampaikan surat tersebut. Setibanya di kantor PT FIFGROUP, Praktikan dipersilahkan untuk menemui Bapak Hudiyono selaku *Human Capital Department PT FIFGROUP*, kemudian Praktikan diminta untuk menunggu konfirmasi dari pihak *Human Capital PT FIFGROUP* kurang lebih tiga hari.

Tiga hari kemudian Praktikan dihubungi oleh pihak *Human Capital PT FIFGROUP* untuk dikonfirmasi terkait penerimaan PKL pada saat itu juga *Human Capital PT FIF GROUP Cabang Pramuka* juga melakukan wawancara dan arahan terkait penempatan dan pekerjaan yang akan dilakukan. Lalu satu minggu kemudian Praktikan mulai melaksanakan PKL di PT FIFGROUP Cabang Pramuka mulai tanggal 28 Januari 2019.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan PKL di PT FIFGROUP Cabang Pramuka pada bagian *Marketing Department* selama 32 (tiga puluh dua) hari, terhitung mulai tanggal 28 Januari 2019 hingga 28 Februari 2019.

Praktikan melakukan kegiatan PKL dari hari Senin sampai Jumat, mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB.

3. Tahap Pelaporan

Pada tahap pelaporan Praktikan diwajibkan untuk membuat laporan PKL sebagai bukti telah melaksanakan PKL. Pembuatan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk lulus dalam mata kuliah PKL yang menjadi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini berisi hasil pengamatan dan pengalaman Praktikan selama masa PKL di PT FIFGROUP Cabang Pramuka. Data-data yang diambil Praktikan diperoleh langsung dari PT FIFGROUP Cabang Pramuka pada Departemen Pemasaran.

BAB II

TINJAUAN UMUM PT FIF GROUP

A. Sejarah umum PT FIF GROUP

Tabel 1: Penjelasan Sejarah PT FIFGROUP

Tahun	Keterangan
1989	Berdiri pada tanggal 1 Mei 1989 dengan nama Mitrapusaka Atha Finance. Awalnya, bergerak dibidang usaha pembiayaan konsumen, sewa usaha, dan anjak piutang.
1991	Mengubah nama Mitrapusaka Artha Finance menjadi Federal International Finance pada tanggal 21 Oktober.
1996	Memutuskan untuk berfokus pada pembiayaan ritel sepeda motor merek Honda.
1997	Mengimplementasikan FIFSYS. Sistem teknologi informasi yang terintegrasi.
1998	Bertahan sebagai salah satu pemain industri yang meneruskan kegiatan pembiayaan, di saat kondisi Perekonomian negara sedang terpuruk oleh krisis moneter.
1999	Restrukturisasi utang sampai tahun 2003 tanpa potongan bunga dan pokok.
2000	Meresmikan inisiatif kerja sama dengan bank lokal untuk melakukan pembiayaan bersama.
2001	Mengimplementasikan sistem online yang terintegrasi dan terpusat.
2002	Pada bulan Maret, berhasil menyelesaikan proses restrukturisasi utang yang dimulai dari tahun 1999. Untuk pertama kalinya FIF menerbitkan oligasi senilai Rp 300 miliar, dengan metode pembayaran penuh dan

	amortisasi.
2003	<p>Menerbitkan obligasi kedua senilai Rp 750 miliar dengan metode pembayaran penuh dan amortisasi.</p> <p>Memulai diversifikasi usaha, dengan memasuki bisnis jasa pembiayaan sepeda motor bekas.</p>
2004	<p>Menerbitkan obligasi ketiga dan keempat dengan metode pembayaran penuh, masing-masing senilai Rp 500 miliar.</p> <p>Melakukan diversifikasi pembiayaan dengan memasuki bisnis jasa pembiayaan elektronik (Spektra).</p>
2005	<p>Mendapatkan pinjaman sindikasi off-sharo pertama, dengan nilai total US\$ 50 juta.</p> <p>Menerbitkan obligasi kelima senilai Rp 1.000 miliar dengan metode pembayaran penuh.</p> <p>Menjadi perusahaan pembiayaan pertama di Indonesia dengan layanan Syariah (FIF Syariah)</p>
2006	<p>Meningkatkan modal ditempatkan dan disetor menjadi Rp 280 miliar.</p> <p>Menerbitkan obligasi keenam senilai Rp 600 miliar dengan pembayaran penuh dan amortisasi.</p> <p>Pinjaman sindikasi off-shore senilai US\$ 100 juta.</p> <p>Federal International Finance menerapkan i-Learning system.</p>
2007	<p>Penyempurnaan sistem dan strategi penagihan dan penanganan tagihan bermasalah.</p> <p>Menerbitkan obligasi ketujuh senilai Rp 1000 miliar dengan pembayaran penuh dan amortisasi.</p> <p>Pinjaman sindikasi offshore senilai US\$ 120 juta.</p> <p>Federal International Finance mendapat penghargaan Top of mind Islamic Multifinance dari Karim Konsultan.</p> <p>FIF meluncurkan JUST IN SECOND sebagai monitor performance.</p>

2008	<p>Federal International Finance mulai mengembangkan Micro Financial Services.</p> <p>Mencapai laba bersih Rp 612 miliar di tengah krisis global, bertumbuh 49% dari tahun sebelumnya.</p> <p>Menerbitkan obligasi kedelapan senilai Rp 1150 miliar dengan pembayaran penuh dan amortisasi.</p>
2009	<p>Mencapai laba bersih senilai Rp 812 miliar.</p> <p>Menerbitkan obligasi kesembilan senilai Rp 1000 miliar dengan pembayaran penuh dan amortisasi.</p> <p>Melakukan pengembangan pembiayaan dengan penandatanganan perjanjian kerjasama kartu FIF dengan Bank Permata Tbk.</p> <p>Meluncurkan kartu FIF pada tanggal 1 Agustus 2009.</p>
2010	<p>Mencatat rekor tertinggi laba bersih Rp 1.174 triliun, atau tumbuh 45% dari tahun sebelumnya.</p> <p>Menerbitkan obligasi kesepuluh senilai Rp 1500 miliar dengan pembayaran penuh dan amortisasi.</p>
2011	<p>Menciakan pemimpin-pemimpin bisnis melalui implementasi "People Readiness & Succession Planning".</p> <p>Menerbitkan obligasi kesebelas senilai Rp 3.000 miliar dengan pembayaran penuh dan amortisasi.</p>

Sumber : Diolah Praktikan

Mitrapusaka Artha Finance berdiri pada tahun 1989 adalah perusahaan pembiayaan yang dimiliki sepenuhnya oleh Astra International, Tbk. Pada tahun 1991 hingga kini, Mitrapusaka Artha Finance berganti nama menjadi Federal International Finance (FIF). Mengawali usaha di bidang pembiayaan konsumen, sewa guna usaha, dan anjak piutang.

Pada tahun 1996 FIF memutuskan memusatkan kegiatan usahanya pada pembiayaan sepeda motor Honda. Komitmen dan dedikasi FIF telah membawa FIF menjadi perusahaan pembiayaan motor Honda yang terdepan di Indonesia. Dengan jangkauan pasar di seluruh Indonesia FIF mengelola 206 kantor cabang, 413 *Point of services*, dan lebih dari 15 ribu orang karyawan. Di segi segmen usaha, selain pembiayaan sepeda motor baru, FIF juga memiliki solusi pembiayaan sepeda motor bekas dan pembiayaan multi guna di bawah unit usaha FIF SPEKTRA, serta skema pembiayaan konvensional dan Syariah. Sepanjang 28 tahun beroperasi, FIF telah mencetak banyak prestasi dan meraih berbagai penghargaan. Berkeinginan untuk selalu mengembangkan diri, pada tahun 2012, FIF melakukan internalisasi nilai-nilai baru perusahaan dan memulai perjalanan transformasi bisnis menuju perwujudan visi dan misinya.

Pencapaian FIF hari ini menjadi awal bagi prestasi-prestasi selanjutnya di masa mendatang. Pada tanggal 1 Mei 2013, Federal International Finance merayakan hari ulang tahun yang ke-24. Pada tanggal tersebut FIF juga resmi meluncurkan brand barunya (*new rebranding*), dengan nama PT FIFGROUP. Peluncuran nama dan logo baru ini merupakan wujud strategi transformasi bisnis FIF ke arah yang lebih baik dari segala elemen perusahaan. Dalam rangka memantapkan

proses transformasi yang dijalankan, PT FIFGROUP kini menjadi grup manajemen beberapa perusahaan. Bisnis FIFROUP yang bergerak di industri pembiayaan sepeda motor sekarang bernama FIFASTRA. Sementara untuk pembiayaan elektronik serta perabot rumah tangga tetap bernama SPEKTRA.

1. Nilai, Visi, dan Misi PT FIF GROUP

a. Nilai PT FIF GROUP

Dengan semakin ketatnya tingkat persaingan dalam dunia usaha, setiap perusahaan dituntut untuk memberikan kinerjanya yang terbaik. Kinerja perusahaan yang baik tidak terlepas dari budaya kerjanya. PT FIFGROUP unggul dalam mengembangkan budaya kerja yang terinspirasi dari *Astra Management System (AMS)* yang biasa diketahui dengan nilai TEAM.

Adapun TEAM merupakan singkatan dari:

1. Team work

Kerjasama sinergis secara professional antar individu/ kelompok berlandaskan saling menghargai dan saling percaya dengan semangat kebersamaan untuk mencapai tujuan Perusahaan. *Sub values* dari *Team Work* yaitu sinergis, semangat kebersamaan, saling menghargai, dan saling percaya.

2. *Excelent*

Proaktif meningkatkan kualitas layanan dan produk melalui optimalisasi sumber daya dan perbaikan proses berkesinambungan untuk menghasilkan nilai tambah bagi *stakeholder*. *Sub values* dari *Excellence* yaitu peningkatan kualitas dan perbaikan berkesinambungan.

3. *Achieving*

Berkomitmen menghasilkan inovasi-inovasi berlandaskan integritas, semangat pemenang dan pantang menyerah untuk mencapai prestasi terbaik. *Sub values* dari *Achieving* yaitu inovatif, professional, dan fokus pada prestasi.

4. *Moving Forward*

Berwawasan luas dan berpandangan jauh ke depan dalam menemukan dan menciptakan peluang untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan.

b. Visi PT FIFGROUP

Menjadi Pemimpin Industri yang Dikagumi Secara Nasional.

c. Misi PT FIFGROUP

Membawa Kehidupan yang Lebih Baik untuk masyarakat, yang dijabarkan dalam 4 poin dibawah ini:

1. Kekuatan manusia/ komunitas yang lebih baik

Menjadi kekuatan yang menginspirasi untuk meningkatkan kualitas hidup rakyat Indonesia.

2. Tempat yang lebih baik untuk beraktifitas

Mendukung terciptanya masa depan yang inspiratif, yaitu menguntungkan dan melengkapi bagi karyawan kami.

3. Sinergi yang lebih baik

Membangun dasar yang kokoh untuk pertumbuhan bisnis yang tak terbatas melalui proses sinergi yang strategis dari anak perusahaan kami.

4. Untuk bangsa yang lebih baik

Mendukung pembangunan sosial ekonomi bangsa melalui keunggulan grup dan kepemimpinan yang bersinergi.

1. Logo Perusahaan



Gambar 1 : Logo PT FIF GROUP

Sumber : www.fitgroup.ac.id



Gambar 2 : Lambang PT FIF GROUP perbagian

Sumber : www.fifgroup.ac.id

Brand New Identify PT FIFGROUP membawa ide sentral dari PT FIFGROUP, yaitu “Menjalani Kehidupan Yang Lebih Baik Untuk Masa Depan Yang Lebih Baik”. Ide tersebut dilambangkan dalam bentuk logo sidik jari yang telah didesain khusus. Sidik jari ini memiliki karakteristik simbol visual yang melambangkan 3 poin berikut:

a. Komitmen

Menggambarkan komitmen tertinggi dari FIFROUP (*Share & Stakeholder*) terhadap individu, pelanggan, dan mitranya.

b. Fokus Terhadap Konsumen

Memposisikan konsumen sebagai sentral dalam bisnis PT FIFGROUP.

c. Kustomisasi

Mengekspresikan kebutuhan setiap pelanggan.

2. Prestasi PT FIF Group

Tabel 2 : Prestasi PT FIFGROUP

Tahun	Keterangan
2003	<i>ICSA Award: The Best in Achieving Total Costumer Satisfaction 2003</i>
2004	<i>ICSA Award: The Best in Achieving Total Costumer Satisfaction 2004</i> Penghargaan dari Majalah Investor; <i>Multifinance</i> Terbaik 2004
2005	<i>ICSA Award: The Best in Achieving Total Costumer Satisfaction 2005</i> <i>PIP (Pride In Performance) Awards 2005</i> Penghargaan dari Astra Awards 2005
2006	Mendapat penghargaan dari <i>Islamic Finance Quality Award & Islamic Financial Award</i> Mendapat penghargaan TOP BRAND Award dari Frontier
2007	Mendapat penghargaan <i>Service Quality Award 2007</i> dari <i>Majalah marketing</i> Mendapat penghargaan <i>Indonesian Employer Choice Award 2007</i> dari <i>SWA dan Haygroup</i>
2012	Penghargaan Indonesia Original Brand 2012 dari Majalah SWA, kategori Pembiayaan Sepeda Motor IERMA (Indonesia Enterprise Risk Management Award) Trophy untuk kategori Perusahaan Swasta-Jasa Keuangan terbaik bidang Manajemen Resiko Kredit-Collection 2012

	<p>Anugerah <i>Business Review Award</i> 2012 untuk kategori CEO terbaik.</p> <p><i>Digital Marketing Award</i> 2012 untuk kategori <i>The For Human Capital Initiative, Copetency Management</i>, dari Indonesia <i>Human Capital Study</i>.</p> <p>Infobank Award 2012 untuk kategori Kinerja Keuangan Sangat Baik.</p> <p><i>Indonesia Service to Care Champion 2012</i> untuk kategori <i>Motorcycle Leasing</i> dari <i>Marketers</i>.</p> <p>Pemenang MAKE (<i>Most Admire Knowledge Enterprise</i>) Award Indonesia Tahun 2012.</p> <p><i>Marketing Award</i> 2012 untuk kategori <i>The Best in Sharia Marketing Net Promoter Costumer Loyalty Award 2012</i> untuk kategori <i>Motorcycle Leasing</i> dari <i>Marketers</i>.</p> <p><i>Service Quality Award</i> 2012 untuk kategori Pembiayaan Otomotif 2W.</p> <p>Mendapat penghargaan <i>Word Of Mouth</i> 2012 dari SWA.</p> <p>Trophy Spex2 Award 2012 untuk kategori Industri Leasing.</p>
2013	<p>Penghargaan <i>Excellent Service Experience Award</i> untuk kategori <i>Automotive 2 Wheel Financing institusi Care Center for Customer Satisfaction Loyalty (CCSL)</i>.</p> <p>Penghargaan Bank Indonesia untuk kategori Emiten Obligasi Terbaik untuk Non Perusahaan terbuka institusi OJK & BEI.</p> <p>Penghargaan <i>Capital Market Award</i> 2013 untuk kategori Emiten Obligasi terbaik untuk Non Perusahaan terbuka institusi OJK & BEI</p> <p>Penghargaan <i>Service Quality Award</i> 2013 untuk kategori <i>Leasing Two Wheels</i> institusi</p>

	<p>Majalah <i>Service excellent</i>.</p> <p>Penghargaan Indonesian <i>Most Admired Knowledge Enterprise</i> (Make Award 2013) untuk kategori <i>Winner of 2013 Indonesian MAKE Study institusi Dunams Consulting & Most Admired Knowledge Enterprise</i>. Penghargaan Best Choice Award 2013 untuk kategori <i>The Best Motorcycle Finance Chosen by Indonesia Franchise Company Based on Brand Usage Survey 2013 institusi Into Franchise Indonesia</i>.</p> <p>Penghargaan Spex Award untuk kategori <i>The Best in Leasing Industry institusi GML Performance Consulting</i>.</p> <p>Penghargaan Social Media Award 2013 untuk kategori <i>Trusted Company Based on Corporate Governance Perceion Index (CGPI) institusi SWA dan The Indonesian Institute for Corporate Governance</i>. Penghargaan Majalah Investor Referensi Investasi untuk kategori <i>Nominasi Top Excecutive of Multifinance Company 2013 institusi Majalah Investor, Berita Satu Media</i>.</p> <p>Penghargaan infobank Multifinance Award 2013 untuk kategori <i>Predikat Sangat Bagus atas Kinerja Keuangan Tahun 2012 institusi infobank</i>.</p>
2014	<p>Penghargaan <i>Excellent Service Experience Award</i> untuk kategori <i>Financng 2W, for Good Performance in Delivering Positive Customer Experience Based on Mystery Shopping Research ESSEI 2014 institusi Care Center</i>.</p> <p>Penghargaan <i>Infobank Multifinance Award 2014</i> untuk kategori <i>Peringkat 1 Digital Brand Perusahaan Pembiayaan institusi Infobank</i>. Penghargaan <i>Capital Market Award 2014</i> untuk kategori <i>Emiten Obligasi terbaik untuk Non Perusahaan terbuka institusi OJK & BEI</i> Penghargaan <i>Rebrand 100 Global Awards</i></p>

	<p>2014 untuk kategori <i>Most respected recognition for repositioned brands institusi Rebrand TM. Penghargaan Indonesia Most Admired CEO 2014</i> untuk kategori <i>Most Admired CEO 2014 institusi Warta Ekonomi.</i></p> <p>Penghargaan <i>Corporate Image Award 2014</i> untuk kategori <i>The Best in Building and Managing Corporate Image Automotive Leasing (2 wheels) institusi Tempo Media Group & Frontier.</i></p> <p>Penghargaan <i>Indonesia Original Brands 2014</i> untuk kategori <i>FIFASTRA, Indonesia Original Brand 2014 Category Motorcycle Financing institusi SWA.</i></p> <p>Penghargaan <i>Indonesia Original Brands 2014</i> untuk kategori <i>SPEKTRA, Indonesia Original Brand 2014 Category Multicredit institusi SWA.</i></p> <p>Penghargaan <i>WOW Brand Award 2014</i> untuk kategori <i>Motorcycle Financing Company institusi MarkPlus Inc.</i></p> <p>Penghargaan <i>Infobank Multifinance Award 2014 Golden Trophy</i> untuk kategori <i>Atas Kinerja Keuangan Sangat Bagus 2009-2013 institusi Infobank.</i></p>
2015	<p>Penghargaan <i>Nama Award</i> untuk kategori institusi institusi <i>Penghargaan SPEX2 Award 2014</i> untuk kategori <i>The Best Across All Industries 2014</i> institusi <i>Kompas Gramedia.</i></p> <p>Penghargaan <i>SPEX2 Award 2014</i> untuk kategori <i>The Best In Two Wheel Leasing Industry 2014</i> institusi <i>Kompas Gramedia.</i> <i>Penghargaan Gold Transform Award Asia Pacific 2014</i> untuk kategori <i>The Best Visual Brand Identity 2014</i> institusi <i>Transform Asia Pacific Magazine.</i></p> <p>Penghargaan <i>No 1 Original Brand 2015</i> untuk kategori <i>FIFASTRA Motorcycle Financing</i></p>

	<p>institusi Majalah SWA.</p> <p>Penghargaan No 1 Original Brand 2015 untuk kategori SPEKTRA Multi Financing institusi Majalah SWA.</p> <p>Penghargaan Corporate Image Award untuk kategori <i>The Best In Building and Managing Corporate Image Automotive Leasing</i> institusi <i>Tempo Media Group</i>.</p> <p>Penghargaan <i>Excellence Service Experience from Care Center 2015</i> untuk kategori <i>Industry Category: Financing 2W</i> institusi Bisnis Indonesia.</p> <p>Penghargaan Digital Brand Award untuk kategori Best Digital Brand Financing Company institusi Infobank.</p> <p>Penghargaan WOW Brand untuk kategori FIFASTRA <i>Motorcycle Financing Company</i> institusi <i>Markplus Inc.</i></p> <p>Penghargaan Anugerah Business Review untuk kategori <i>The Best Innovative Leader 2015</i> institusi Business Review.</p> <p>Penghargaan Anugerah <i>Business Review</i> untuk kategori <i>The Best Non Listed Company 2015</i> institusi <i>Business Review</i>.</p> <p>Penghargaan Anugerah <i>Business Review</i> untuk kategori <i>The Best CEO of the Year 2015</i> institusi <i>Business Review</i>.</p> <p>Penghargaan Anugerah <i>Business Review</i> untuk kategori <i>The Best Corporate of The Year 2015</i> institusi <i>Business Review</i>.</p> <p>Penghargaan <i>WOW Brand Excellet Award</i> untuk kategori <i>Bronze Champion WOW Service Excellence Award 2015 Region Jawa Bali</i> institusi <i>Markplus Inc.</i></p> <p>Penghargaan Infobank <i>Multifinance Awards 2015</i> untuk kategori Kinerja SPEKTRA 2015</p>
--	--

	<p>institusi infobank.</p> <p>Penghargaan Infobank <i>Multifinance Awards</i> 2015 untuk kategori Kinerja FIFGROUP 2015 institusi infobank.</p> <p>Penghargaan <i>Sindo Weekly CSR Award</i> 2015 untuk kategori <i>Best CSR Education Program</i> institusi <i>Sindo Weekly</i>.</p> <p>Penghargaan Indonesia <i>Best eMark Award</i> 2015 untuk kategori <i>Financial Institution Non Bank</i> institusi SWA.</p> <p>Penghargaan TOP IT & TELCO 2015 untuk kategori <i>Top Implementation On Multifinance Sector</i> institusi <i>Itech Magazine</i>.</p> <p>Penghargaan <i>TOP IT & TELCO 2015</i> untuk kategori <i>Suhartono Top ICT Leadership</i> institusi <i>Itech Magazine</i>.</p> <p>Penghargaan <i>Indonesia Good Corporate Governance Award 2015</i> untuk kategori <i>industry Financing Sector</i> institusi <i>Economic Review</i>. Penghargaan Infobank <i>Golden Trophy</i> 2015 untuk kategori Kinerja FIFGROUP 2010-2014 institusi Infobank.</p> <p>Penghargaan SPEX2 Award untuk kategori <i>Best of the Best Across All Industries</i> institusi Tempo Media Group.</p> <p>Penghargaan Marketeer Award untuk kategori <i>Marketeer Of The Year Indonesia Marketing Championship 2015 Best CEO Multifinance</i> institusi <i>Markplus Inc</i>.</p> <p>Penghargaan Investor Award untuk kategori 2015 <i>Multifinance</i> Terbaik institusi Majalah Investor.</p> <p>Penghargaan Investor Award untuk kategori investor Award 2015 Nominasi Tokoh Financial Indonesia institusi Majalah Investor</p>
--	---

<p>2016</p>	<p>Penghargaan Warta Ekonomi Award untuk kategori Top 3 Warta Ekonomi Indonesia <i>Consumer Choice Multifinance Award 2015 2016 (Motor Leasing)</i> institusi Majalah Warta Ekonomi.</p> <p>Penghargaan Warta Ekonomi Award untuk kategori Top 3 Warta Ekonomi Indonesia <i>Consumer Choice Multifinance Award 2015 (Electronic & Household Leasing)</i> institusi Majalah Warta Ekonomi Penghargaan Apresiasi APPI untuk kategori Best Multi Finance 2015 dengan Asset diatas 5T institusi APPI.</p> <p>Penghargaan <i>Excellent Service Experience Award</i> untuk kategori <i>Industry Category 2 Wheels Financing</i> institusi <i>Carre CCSL</i>. Penghargaan <i>1st WOW Brand Festive Day 2016</i> untuk kategori <i>Best 300 Brand in Financing Industry</i> institusi <i>Markplus Inc.</i></p> <p>Penghargaan Astra Award untuk kategori Inovastra dengan Kinerja Terbaik Selama 2015 institusi Astra Management Development Institute.</p> <p>Penghargaan <i>Jakarta Meeting Week</i> untuk kategori <i>Wow Brand Bronze Champion Jabodetabek Service Excellence Category Motorcycle Leasing</i> institusi <i>Markplus Inc.</i></p> <p>Penghargaan <i>#1 Champion Indonesia Original Brand</i> untuk kategori <i>FIFASTRA Motorcycle Financing</i> institusi Majalah SWA. Penghargaan <i>Corporate Image Award 2016</i> untuk kategori <i>Federal Multi Finance: The Best in Building and Managing</i> institusi <i>Tempo Media Grup</i></p> <p>Penghargaan <i>Corporate Image Award 2016</i> untuk kategori <i>Astra Multi Finance: The Best in Building and Managing</i> institusi <i>Tempo Media Grup</i></p>
--------------------	---

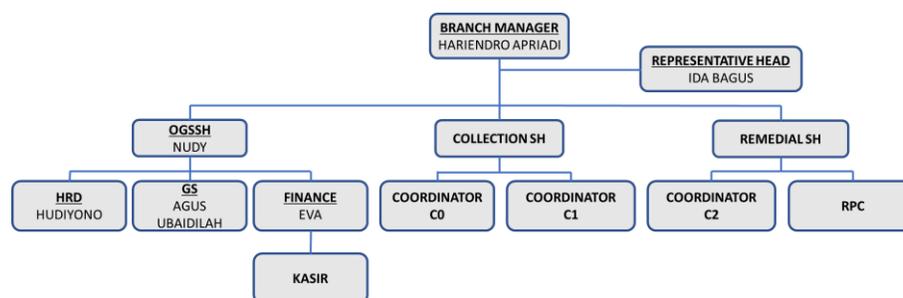
	<p>Penghargaan IHCS Award 2016 untuk kategori <i>Suhartono Best Of CEO Commitment on Human Capital Development</i> institusi Indonesia <i>Human Capital Study</i>.</p> <p>Penghargaan IHCS Award 2016 untuk kategori <i>Best Engagement (Sektor Pembiayaan)</i> institusi Indonesia <i>Human Capital Study</i>.</p>
--	---

Sumber : www.fifgroup.ac.id

B. Struktur Organisasi PT FIF GROUP Cabang Pramuka

Dalam struktur organisasi terdapat susunan yang akan mempertahankan kegiatan dalam lingkungan organisasi untuk mencapai tujuan organisasinya. Dengan melihat struktur organisasi maka pembagian tugas dan tanggung jawab akan lebih mudah dipahami oleh setiap bagian bagian yang sudah ditentukan mulai dari pemimpin organisasi hingga anggota organisasi.

Adapun struktur organisasi dalam PT FIFGROUP cabang Pramuka adalah sebagai berikut:



Gambar 3 : Bagan struktur organisasi internal PT FIFGROUP Cabang Pramuka

Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar 4 : Bagan struktur Marketing PT FIFGROUP Cabang Pramuka

Sumber : diolah oleh Praktikan

C. Kegiatan umum Perusahaan

Bisnis yang dikelola oleh PT FIFGROUP adalah jasa keuangan atau disebut juga sebagai perusahaan pembiayaan. Kegiatan usahanya mulai dari pembiayaan konsumen, sewa guna usaha (*Leasing*), dan anjak piutang (*Factoring*). Saat ini, PT FIFGROUP memfokuskan usahanya pada kegiatan pembiayaan konsumen secara konvensional maupun syariah.

1) Pembiayaan Konsumen

Kegiatan penyediaan dana bagi konsumen untuk pembelian barang berdasarkan kebutuhan konsumen yang pembayarannya dilakukan secara angsuran atau berkala oleh konsumen.

2) Leasing

Penyediaan dana untuk pengadaan barang modal bagi penyewa guna usaha (konsumen), baik dengan maupun tanpa hak opsi untuk membeli barang tersebut. Dalam kegiatan tersebut, pengadaan barang modal dapat juga dilakukan dengan cara membeli barang penyewa guna usaha yang kemudian di sewa guna usahakan kembali. Sepanjang perjanjian sewa guna usaha masih berlaku, hak milik atas barang modal obyek transaksi sewa guna usaha berada pada perusahaan pembiayaan.

3) Factoring

- a. Pembelian atau pengalihan piutang/ tagihan jangka pendek dari transaksi perdagangan dalam atau luar negeri.
- b. Penatausahaan dan penagihan piutang perusahaan penjualan piutang.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang kerja

Selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT FIFGROUP, Praktikan ditempatkan pada *Marketing Department*. Tugas Praktikan selama di *Marketing Department* sebagai berikut :

1. Melakukan *follow up* data calon nasabah.
2. Membuat *Daily Report* calon nasabah *Fix* dan batal dari hasil *follow up*.
3. Membuat *Daily Report* terhadap penjualan harian SPEKTRA di cabang terdekat.
4. *Input* data nasabah ke dalam FIFAPPS untuk pembuatan kartu nasabah.
5. Membuat Form kepuasan nasabah menggunakan *google form*.

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 32 hari terhitung mulai tanggal 28 Januari 2019, hari senin. Praktikan ditempatkan pada bagian *telemarketing* di *Marketing Department* dengan bimbingan dari ibu Ryna selaku dosen pembimbing PKL juga bimbingan dari Ibu Putri selaku mentor selama melaksanakan PKL di *Marketing Department*. selama satu bulan melaksanakan

PKL, seluruh tugas yang Praktikan kerjakan selama pelaksanaan PKL tertera secara terperinci di lampiran. Berikut ini adalah tugas serta penjelasan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT FIFGROUP:

1. Melakukan *Follow up* data nasabah via telepon

Dalam menjaring nasabah, tim pemasaran FIF GROUP tidak hanya mengandalkan *Sales Promotion* untuk memasarkan produk produk andalan FIF GROUP. FIF GROUP juga memanfaatkan jejaring media sosial sebagai *platform* yang mampu menghubungkan calon nasabah dengan tim pemasaran FIF GROUP. *Fan Page* Facebook dipilih tim pemasaran sebagai cara alternatif untuk menggaet nasabah. Dimana dalam *Fan Page* tersebut, calon nasabah yang memiliki niatan untuk melakukan pemesanan kendaraan bermotor dapat dengan mudah melakukan *input* data diri dan pesanan ke dalam *goole form* yang sudah disediakan. *Google form* tersebut nantinya akan diproses oleh tim pemasaran melalui proses *follow up*.

Praktikan diberi tugas oleh mentor pembimbing untuk melakukan *Follow up* data facebook yang sudah diisi oleh para calon nasabah melalui telepon. Pada proses ini, tim pemasaran mengubah teknik komunikasi pemasarannya dengan cara *Direct Marketing*. Berikut merupakan tahapan dalam melakukan *follow up* calon nasabah:

1. Praktikan diberi data olahan *google form* berupa dokumen Ms.Excel
2. Praktikan diberi nomor kode telepon oleh mentor untuk mengakses telepon

3. Praktikan menghubungi calon nasabah dari tanggal terlama
4. Praktikan memverifikasi kecocokan data antara data yang tertera di *google form* dengan data yang disebutkan calon nasabah
5. Praktikan melakukan *follow up* 1 kepada calon nasabah terkait pemesanan yang sudah dilakukan
6. Setelah dipastikan, praktikan menulis keterangan di kolom hasil *Follow up* 1 sesuai dengan jawaban calon nasabah

		PIC Cabang						
	Name	Tanggal FU 1	status	status	status	status	Keterangan	KETERANGAN
3	Dirlik marnadi	28/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak diangkat
4	syafudin	28/01/2019					Stop	
5	Irio segara	28/01/2019					Stop	Batal
6	Artief Fajar	28/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak diangkat
7	Gilang Ptdtrm	28/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	
8	Bayu Andriawan	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Dialihkan
9	Muhamad Vino	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	
10	Eko Gampang Santoso	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak aktif
11	Budi Santoso	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak diangkat
12	Tuki Sankputra Permata	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Dialihkan
13	Matakaji Semarang Ngsiseng	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	
14	syarifudin	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak diangkat
15	Titik Situmorang	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak diangkat
16	Andriyanto	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Dialihkan
17	Agha	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Dialihkan
18	Ahmad Royhan	29/01/2019					Stop	
19	Rossyad	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	
20	Daeng Sofyan	29/01/2019					Lanjut ke kolom FU 2 jika baru 1x tlpn atau ke kolom FU 3 jika sudah 2x tlpn	Tidak diangkat

Gambar 5 Data *Follow up* calon nasabah

Sumber : diolah oleh praktikan

2. Membuat *Daily Report* data nasabah *Fix order* dan Batal pesan

Laporan Bisnis adalah suatu pesan yang objektif dan tersusun teratur, yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari suatu bagian organisasi atau institusi ke lembaga yang lainnya (Dewi, 2017). Dalam sistem order melalui

facebook tidak semua nasabah ingin melanjutkan pemesanan. Hal ini menyebabkan terdapat dua laporan yang harus dilaporkan berdasarkan hasil *follow up* data calon nasabah. Dalam hal ini, setiap hari nya praktikan tidak hanya diminta untuk melakukan *follow up* kepada calon nasabah namun juga membuat laporan perharinya terkait nasabah yang ingin melanjutkan pemesanan dan nasabah yang membatalkan pesanan. Adapun langkah langkah membuat *Daily Report* adalah sebagai berikut:

1. Setelah melakukan *Follow up* melalui telepon, praktikan menulis keterangan pemesanan di kolom data Ms.Excel. Keterangan hasil *Follow up* ditulis sebagai berikut :

Tabel 3: Tabel Penjelasan Keterangan Follow up Calon Nasabah

Hasil Follow up	Keterangan
Sudah ambil	Batal
Tanya keluarga dulu	Follow up 2
Ingin tanya lebih lanjut	Alihkan <i>Customer Service</i>
Fix Order	Alihkan Dealer
Tidak Bisa dihubungi	Follow up 2
Nomor tidak terdaftar	Batal

Sumber : Diolah oleh Praktikan

2. Setelah diberi keterangan. Praktikan membuat rekapitulasi hasil *Follow up* harian. Dalam sehari Praktikan ditargetkan melakukan *Follow up* sebanyak 100 nasabah.
3. Praktikan memberikan nomor telepon calon nasabah yang ingin bertanya lebih lanjut kepada *Customer Service*, untuk nasabah *Fix Order* Praktikan memberikan datanya langsung kepada Dealer Regional calon nasabah.
4. Untuk nasabah yang tidak dapat dihubungi, Praktikan memberi tanda berupa warna kuning pada kolom sebagai tanda calon nasabah tersebut harus di *follow up* kembali dan masuk kedalam data *follow up 2*.

Name	Status FU 1	Tanggal FU 1	Status FU 2	Tanggal FU 2	Status FU 3	Tanggal FU 3	Status FU 4	Tanggal FU 4	Status FU 5	Tanggal FU 5	Status FU 6	Tanggal FU 6	Status FU 7	Tanggal FU 7	Status FU 8	Tanggal FU 8	Status FU 9	Tanggal FU 9	Status FU 10	Tanggal FU 10	Status FU 11	Tanggal FU 11	Status FU 12	Tanggal FU 12	Status FU 13	Tanggal FU 13	Status FU 14	Tanggal FU 14	Status FU 15	Tanggal FU 15	Status FU 16	Tanggal FU 16	Status FU 17	Tanggal FU 17	Status FU 18	Tanggal FU 18	Status FU 19	Tanggal FU 19	Status FU 20	Tanggal FU 20	Status FU 21	Tanggal FU 21	Keterangan												
Robbi Firmansyah																																																							
Chandra Kelana																																																							
Ahmad Roni	Gagal Dihubungi	29/10/2018																																													nomor telepon tidak aktif								
Ddy Baztian																																																							
Eko Eko	Sudah	29/10/2018																																														sudah di follow up (bersedia difollowup ulang)							
Amirullah yasin	Gagal Dihubungi	07/11/2018																																																NOMOR DI ALIHKAN					
Trisno Hadison	Sudah	29/10/2018																																																minta kirim ulang daftar harganya di WA					
Muhammad Syaifullah	Sudah																																																	Undangan Com gath FB					
Andi Triribowo	Sudah	29/10/2018																																																sudah di follow up dan sudah memiliki status pengajuan (untuk bulan de					
Moullana Muchank	Sudah	29/10/2018																																																	Undangan Com gath FB				
Marwan	Gagal Dihubungi	29/10/2018																																																			ketika customer belum mengangkat telpon sebanyak 3x / no telpon tidak		
Ardy Thama																																																							
Syaiful Arfin	Sudah	29/10/2018																																																					Berminat pengajuan tapi dengan tenor 17 bulan
Hendri Tanias																																																							
Yusuf Salmin																																																							
Nano Suwarno	Gagal Dihubungi	29/10/2018																																																				nomor telepon tidak aktif	
Benny Asmoro																																																							
Mohammad Yusron																																																							
Nur chaidir komarantaka																																																							
Muhamad Subur																																																							

Gambar 6 Data hasil follow up 1 calon nasabah

Sumber : diolah oleh praktikan

3. Membuat *Daily Report* penjualan SPEKTRA Cabang Jakarta Timur

Selain pembiayaan sepeda motor, FIF GROUP juga menyediakan layanan pembiayaan barang elektronik yang disebut sebagai SPEKTRA. Sama halnya dengan FIF ASTRA, FIF SPEKTRA juga membuat laporan harian terkait penjualan *Sales Counter* dari konter konter yang ada di Regional FIF GROUP cabang Pramuka. Adapun langkah langkah membuat *Daily Report* penjualan adalah sebagai berikut:

1. Praktikkan membuka aplikasi FIFAPPS untuk mengambil data harian konter yang sudah di *upload*
2. Membuka data *Order dan Booking* di Ms. Excel, lalu *input* data yang baru diunduh dari FIFAPPS
3. Setelah data dimasukan, hilangkan data data ganda dengan menggunakan tools *Duplicate*.
4. *Copy* data yang sudah dirapihkan ke *sheet* baru dan juga ke data master.
5. Pindah ke *Sheet* data master lalu *refresh*.
6. Selanjutnya Praktikkan membuat peringkat SAO (*Sales Account Officer*) dari konter konter regional FIF Cabang Pramuka.

BOOKING TOKO								
NAMA TOKO	SUPPLIER CODE	SAA	BOOKING		GROWTH	TARGET	SELISIH TO TARGET	ACHIEVEMENT TO TARGET
			OKTOBER	NOVEMBER				
MITRA ELEKTRONIK	1010338	NURHIKMAH	50.558.000	30.200.000	- 20.358.000	100.000.000	69.800.000	-43,27%
TOKO TERATAI CELLULAR BUNGUR	1170092	NURHIKMAH	4.300.000	10.094.000	5.794.000	30.000.000	19.906.000	-50,71%
G2000 CELLULER PGC	1010549	NURHIKMAH	3.208.000	2.516.000	- 692.000	25.000.000	22.484.000	-11,19%
ELECTRONIC CITY (ECJ) RUKO BUARAN	1010271	OLOAN	48.094.000	37.630.000	- 10.464.000	111.250.000	73.620.000	-51,11%
TRANS HELLO BUARAN	1010353	YUNI AYU PURWANTI	53.344.000	130.816.000	77.472.000	160.000.000	29.184.000	-448,25%
GIANT UIUNG MENTENG GRAND CAKUNG	1010317	AYU AISYAH ADILLA + DONA	40.085.000	86.707.900	46.622.900	150.000.000	63.292.100	-137,00%
CARREFOUR BUARAN	1010193	TIAR M SIBARANI	57.856.000	70.126.000	12.270.000	120.000.000	49.874.000	-140,61%
VARIA DAYA SAKTI	1010415	HERIYANA + DWI PRADIPTA SARI	109.715.000	105.213.000	- 4.502.000	250.000.000	144.787.000	-72,67%
TRANSHELLO TRANSMART CEMPAKA PUTIH	1170051	FAISUL	3.999.000	15.262.000	11.263.000	45.000.000	29.738.000	-51,32%
TRANSMART CEMPAKA PUTIH BUNGUR	1170045	FAISUL	3.149.000	34.977.000	31.828.000	45.000.000	10.023.000	-348,97%
JOSAPAT PENIRWANTA			374.308.000	523.542.900	149.233.900	1.036.250.000	512.708.100	50,52%
ELECTRONIC CITY LIPPO KRAMAT JATI	1330013	YUNI SETYOWATI	38.193.000	41.655.000	3.462.000	100.000.000	58.345.000	-71,39%
JATI INDAH ELEKTRONIK DAN FURNITURE JAKARTA 3	1160284	NURMALASARI	20.905.000	63.769.000	42.864.000	70.000.000	6.231.000	-1023,42%
GIANT KALIBATA	1160242	DANU KUSWORO & MELZA	211.005.000	140.742.000	- 70.263.000	350.000.000	209.258.000	-67,26%
CARREFOUR TAMINI SQUARE	1160180	NENY DWIYANTHIE	53.563.000	37.855.001	- 15.707.999	93.750.000	55.894.999	-67,73%
TRANS HELLO CARREFOUR TAMINI SQUARE	1160275	NENY DWIYANTHIE	48.697.001	44.496.000	- 4.201.001	120.000.000	75.504.000	-58,93%
CARREFOUR LEBAK BULUS	1350065	DINDA WIDYASARI	23.547.000	21.522.000	- 2.025.000	30.000.000	8.478.000	-253,86%
ELECTRONIC CITY PLAZA KALIBATA	1160403	MELZA SRIVANI	4.140.000	0	- 4.140.000	-	-	#DIV/0!
STATION ELEKTRONIK BUNGUR	1170069	SITI FATIMAH	0	10.000.000	10.000.000	-	-	#DIV/0!
TOKO SURYAMAS ELEKTRONIK JAKARTA 3	1160248	SITI FATIMAH	0	0	-	-	-	#DIV/0!
TRANSHELLO LEBAKBULUS JAKARTA	1350069	DINDA WIDYASARI	24.084.000	20.277.000	- 3.807.000	70.000.000	49.723.000	-40,78%
HARTONO ELEKTRONIKA	1110152	0	0	12.285.000	12.285.000	-	-	#DIV/0!
YUDHA ADI SAPUTRA			424.194.001	392.601.001	- 31.593.000	833.750.000	441.148.999	47,09%
ELECTRONIC CITY RAWAMANGUN	1010277	MUHAMAD NURPAEDI	22.643.000	22.544.000	- 99.000	56.250.000	33.706.000	-66,88%
KLENDER BARU (SINAR ABADI)	1010329	MUHAMAD NURPAEDI	6.587.000	6.494.000	- 93.000	48.750.000	42.256.000	-15,37%
TRANS HELLO CARREFOUR CEMPAKA MAS	1280026	SILVIA NONA SINCE + NABILIA PUTRI	211.923.000	239.095.000	27.172.000	360.000.000	120.905.000	-197,75%
CARREFOUR CEMPAKA MAS	1280017	AULIA OKTAVIANI	61.377.001	75.921.000	14.543.999	170.000.000	94.079.000	-80,70%
RAJAWALI ELEKTRONIK	1170057	NABILA PUTRI	0	0	-	-	-	#DIV/0!
BAHAGIA ELEKTRONIK SUNTER	1280028	FADILLA ISKANDAR GALA	54.724.000	33.183.000	- 21.541.000	75.000.000	41.817.000	-79,35%
AA CELLULAR	1280109	CRE CABANG	68.878.000	48.989.000	- 19.889.000	150.000.000	101.011.000	-48,50%
CARREFOUR DUTA MERLIN	1120116	NADHIFAH ROHADATUL	17.624.000	4.624.000	- 13.000.000	30.000.000	25.376.000	-18,22%
TRANS HELLO CARREFOUR DUTA MERLIN	1120115	NADHIFAH ROHADATUL	10.550.000	2.942.000	- 7.608.000	30.000.000	27.058.000	-10,87%
SQUARE	1170034	JESIKA OKTAVIA NINGRUM	9.999.000	16.928.000	6.929.000	32.000.000	15.072.000	-112,31%
CARREFOUR MANGGA DUA	1280018	JESIKA OKTAVIA NINGRUM	4.352.000	4.163.000	- 189.000	28.000.000	23.837.000	-17,46%
SITI SITATUN SYAUMI			468.657.001	454.883.000	- 13.774.001	980.000.000	525.117.000	46,42%
GRANDTOTAL			1.287.099.902	1.371.023.901	103.926.899	2.850.000.000	2.746.078.101	48,11%

Gambar 7 Data daily report SPEKTRA

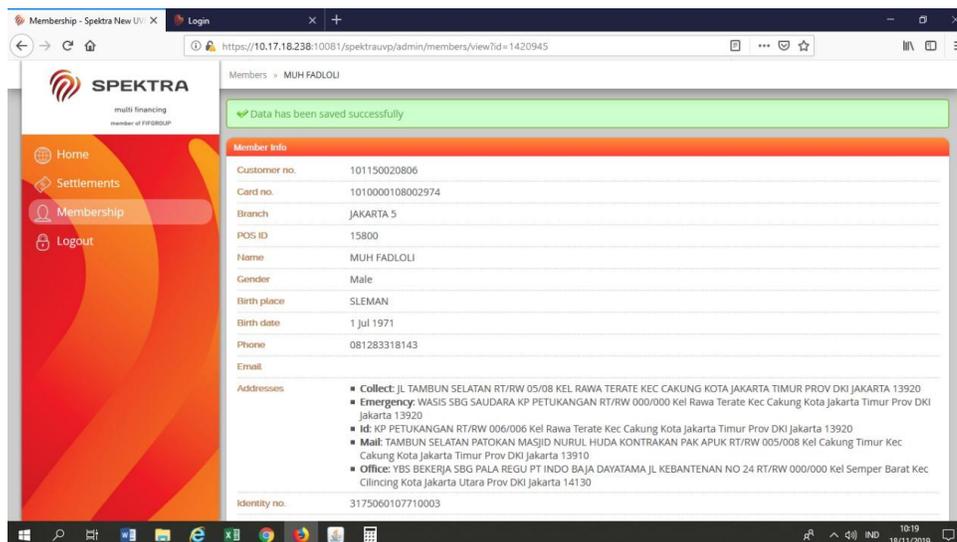
Sumber : diolah oleh praktikan

4. Input data nasabah kedalam FIFAPPS

FIFAPPS adalah website yang digunakan oleh karyawan FIF GROUP sebagai database perusahaan, penyimpanan data data karyawan dan nasabah, tempat unduh dan unggah data data laporan harian dari masing masing cabang dan konter FIF GROUP se Indonesia. Aplikasi ini hanya bisa diakses melalui komputer yang sudah dipasang aplikasi FIFAPPS dan didalam pengaksesannya memerlukan kode yang hanya dimiliki oleh karyawan FIF GROUP saja.

Selain menghubungi calon nasabah, Praktikan juga diminta untuk membantu memasukan data nasabah ke dalam aplikasi FIFAPPS sebagai bagian dari database perusahaan. Adapun langkah langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Buka folder di *My Computer* yang berisikan scan formulir *offline* yang sudah diisi nasabah.
2. Pada halaman pembuatan *card member*, terdapat kolom data yang harus diisi (Nama, Alamat, No KTP).
3. Isi kolom-kolom tersebut sesuai dengan data *offline*.
4. Pilih oke, untuk *save data*.



Gambar 8 Laman pada FIFAPPS yang berisi data nasabah

Sumber : Diolah oleh praktikan

5. Membuat Form kepuasan pelanggan melalui *Google form*

Nasabah dapat dikategorikan sebagai konsumen perusahaan. Dalam hal ini, setiap konsumen memiliki keinginan dan keluhan yang berbeda-beda. Perilaku

konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu atau kelompok dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk sebagai pengalamannya dengan produk, layanan, atau sumber sumber lainnya (Sudaryono, 2014). Untuk memahami perilaku konsumen, PT FIFGROUP khususnya bagian *marketing department* melakukan riset kepada nasabah melalui form keluhan dan kepuasan pelanggan yang berbasis *google form*. Adapun langkah langkah pengerjaannya adalah sebagai berikut:

1. Membuka layanan *google form*
2. Membuat daftar Pertanyaan yang sudah di terima oleh kepala departemen
3. Menyalin link untuk dibagikan ke nasabah baik melalui nomor *Whatsapp* maupun melalui *Fan page* facebook.

C. Kendala yang dihadapi

Didalam melaksanakan PKL, praktikan tidak luput dari kendala dan masalah masalah yang harus dihadapi. Adapun kendala kendala tersebut adalah:

1. Di minggu pertama PKL, Praktikan belum mampu beradaptasi dengan seluruh karyawan yang ada di PT FIFGROUP dikarenakan Praktikan belum mengetahui karakteristik dari para karyawan PT FIFGROUP terutama karyawan karyawan dibagian *Marketing Department*.

2. Diawal PKL, tidak ada pekerjaan rutin yang harus dilakukan. Hal ini bisa jadi disebabkan karena perusahaan tidak memiliki program khusus untuk mahasiswa yang melaksanakan PKL sehingga pemberian tugas belum cukup efektif.
3. Praktikan belum memahami langkah langkah pada FIFAPPS
4. Praktikan juga tidak begitu memahami rumus rumus sulit yang terdapat pada Ms. Excel seperti rumus VLOOK UP dimana rumus tersebut tidak digunakan pada prosesi perkuliahan.
5. Adanya penggunaan ID dan Password yang berbeda untuk setiap fasilitas (seperti komputer, wifi, FIFAPPS, data harian, dsb.) membuat pekerjaan praktikan tidak efektif karna harus terus bertanya untuk setiap fasilitas yang ingin diakses.
6. Kurangnya sarana dan prasarana yang baik untuk menunjang pekerjaan praktikan. Seperti tidak tersedianya kursi yang nyaman untuk praktikan duduk dan meja yang terpisah jauh dengan mentor pembimbing.
7. Orang orang tidak berkepentingan yang keluar masuk bagian *Marketing Department* untuk sekedar bersenda gurau menyebabkan akses praktikan kepada karyawan *Marketing department* sedikit terhambat dikarenakan ruangan yang sempit.
8. Nasabah yang sulit dihubungi atau sinyal yang jelek pada saat menelepon.

D. Cara mengatasi kendala

Meskipun banyak kendala yang dihadapi oleh Praktikan selama melaksanakan PKL, namun Praktikan dapat mengatasi kendala-kendala tersebut sehingga mampu menyelesaikan PKL dengan lancar. Adapun cara-cara yang dilakukan praktikan untuk mengatasi kendala adalah sebagai berikut:

1. Dalam teori *Interpersonal Attraction* terdapat beberapa alasan mengapa daya tarik antar manusia bisa terjadi. Salah satunya adalah adanya kesempatan untuk berinteraksi. Hal ini dapat dipahami secara jelas bahwasannya orang yang jarang melihat atau berbicara satu sama lain sulit dapat tertarik (Thoha, 2010) dengan teori ini praktikan mencoba beradaptasi dengan menyapa setiap karyawan dan mencoba menanyakan apakah ada yang perlu dibantu sebagai upaya penyesuaian diri terhadap lingkungan pekerjaan dan mendapat daya tarik diantara para karyawan.

2. Formalisasi Organisasi adalah Dimensi dalam organisasi yang berkaitan dengan seberapa banyak sebuah organisasi membuat dan mendokumentasikan aturan. Termasuk dalam aturan organisasi yang didokumentasikan misalnya deskripsi kerja, prosedur kerja, manual kerja, dan aturan tertulis lainnya (Sobirin, 2009). Dalam hal ini praktikan menanyakan pekerjaan yang bisa dibantu sehingga *Head of Marketing Department* memberikan data nasabah facebook sebagai pekerjaan harian yang rutin dilaksanakan praktikan selama menjalani PKL di PT FIFGROUP cabang Pramuka selain itu berhubungan dengan teori formalisasi organisasi, *Head of Marketing*

Department juga memberikan prosedur cara melakukan pekerjaan *Follow up* data sebagai acuan yang dipakai praktikan dalam melaksanakan tugas tersebut.

3. Praktikan meminta bantuan kepada mentor pembimbing untuk menggunakan FIFAPPS.

4. Praktikan menulis langkah langkah penggunaan Ms. Excel termasuk pengaplikasian rumus VLOOK UP sebagai ganti dari manual kerja penggunaan rumus VLOOK UP yang belum didokumentasikan.

5. Praktikan memanfaatkan waktu waktu senggang mentor pembimbing untuk bertanya terkait pekerjaan yang sulit dilakukan dengan membuat catatan pertanyaan terlebih dahulu.

6. Praktikan mencatat setiap ID dan Password yang sudah diberikan didalam catatan pribadi Praktikan

7. Praktikan menelepon ulang nasabah yang tidak bisa dihubungi maksimal 2 kali dalam sehari sebelum memasukannya kedalam kolom *Follow up 2*. Praktikan juga menerapkan etika dalam bertelepon seperti:

- Menjawab telepon dengan nada sopan
- Tidak menunjukkan respon bernada marah
- Tidak bernada kasar
- Mencerminkan keramahan dan ketulusan (Prof. Dr. Mas'ud Machfoedz, 2012)

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah Melaksanakan PKL selama 30 hari di *Marketing Department* PT FIFGROUP cabang Pramuka, Praktikan mendapat banyak pembelajaran yang dapat Praktikan terapkan dalam dunia kerja yang nyata setelah mendapat gelar sarjana pendidikan nanti. Diantaranya adalah:

1. Praktikan telah menyelesaikan PKL selama 30 hari terhitung sejak 28 Januari 2019 sampai dengan 28 Februari 2019
2. Praktikan mendapatkan banyak pengalaman bekerja secara nyata yang tidak didapatkan di bangku perkuliahan
3. Praktikan dapat mempelajari sistem FIFAPPS dan rumus rumus Excel yang tidak dipelajari di perkuliahan
4. Praktikan membangun rasa disiplin dan bertanggungjawab terhadap pekerjaan yang sudah diberikan. Hal ini diperlukan dalam membangun karakter baru yang diperlukan untuk lulusan sarjana pendidikan yang bermartabat.

B. Saran

1. Saran untuk Universitas Negeri Jakarta

- a. Pihak Fakultas Ekonomi, khususnya Prodi S1 Pendidikan Bisnis sebaiknya memberikan pengarahan terlebih dahulu sebelum melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), sehingga mahasiswa lebih terarah dan siap untuk melaksanakan PKL.
- b. Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, memberikan rekomendasi tempat PKL di perusahaan-perusahaan yang bekerja sama dengan Universitas negeri Jakarta.
- c. Sebaiknya pemberian dosen pembimbing sebelum PKL berlangsung sehingga memudahkan mahasiswa/i untuk sharing ketika proses pencarian tempat PKL dan pelaksanaannya.
- d. Sebaiknya Fakultas Ekonomi, khususnya Prodi S1 Pendidikan Bisnis memberikan materi mengenai rumus rumus Ms. Excel yang standar digunakan oleh perusahaan perusahaan keuangan.

2. Saran untuk Mahasiswa

- a. Melatih dan meningkatkan kemampuan dalam berinteraksi dan berkomunikasi yang baik dengan orang lain khususnya dalam dunia kerja.

- b. Sebelum pelaksanaan PKL, sebaiknya mahasiswa memahami terlebih dahulu bidang pekerjaan di tempat PKL agar merasa lebih siap saat pelaksanaannya.
- c. Menjadi mahasiswa yang aktif dan cepat beradaptasi dengan lingkungan baru.
- d. Memulai untuk memperluas jaringan komunikasi agar lebih mudah mencari dan mendapatkan tempat PKL.

3. Saran untuk PT FIFGROUP Cabang Pramuka

- a. Diharapkan PT FIFGROUP kedepannya mampu menyediakan fasilitas yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja mahasiswa yang sedang melakukan PKL, sehingga mahasiswa/i mudah dalam melaksanakan tugasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S. (2017). *Komunikasi Bisnis*. Denpasar: Penerbit ANDI.
- Prof. Dr. Mas'ud Machfoedz, M. (2012). *Komunikasi Bisnis Modern untuk Mahasiswa*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Sobirin, A. (2009). *Budaya Organisasi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sudaryono, D. (2014). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Jakarta: CAPS.
- Thoha, M. (2010). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Pengaplikasiannya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Lampiran

Lampiran 1 : Hasil Penilaian PKL



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

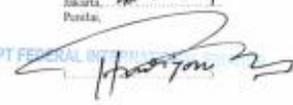


Kampus Terpadu Depok, Jalan Tegalay II, Satek Hutanmangrove Utara, Depok 16122
Telp: (021) 471227-496395, Fax: (021) 4794387
Email: www.unj.ac.id

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

Nama: Purba Kurnia
No. Registrasi: 0130162024
Program Studi: Pend. Bisnis B 204
Tempat Praktik: FIF Jakarta 1
Alamat Praktik/Telp: Di. Pramuka Pr. 04/200 05. Utan
Ragoe Alara, Matraman, Jakarta Timur

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 40-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian: Skor Nilai Bobot 80-100 A 4 81-85 A- 3,7 76-80 B+ 3,5 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	100					
4	Kemampuan Dasar	100					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	100					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	100					
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	100					
8	Aktivitas dan Kreativitas	100					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	100					
10	Hasil Pekerjaan	100					
	Jumlah	980	2. Alokasi Waktu Praktik: 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata: $\frac{980}{10 \text{ (aspek)}} = 98$ Nilai Akhir: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">98</td> <td style="text-align: center;">A</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center;">huruf</td> </tr> </table>	98	A	Angka bulat	huruf
98	A						
Angka bulat	huruf						

Jakarta, 26 2 2019
Penilai,


Catatan:
Mohon ingatkan dengan menandatangani cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 2 : Daftar Hadir PKL



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



Kampus 1: Gedung 10, Jalan Sekeloa Selatan 1, Jakarta Selatan 12510
 Kampus 2: Gedung 10, Jalan Sekeloa Selatan 1, Jakarta Selatan 12510
 Kampus 3: Gedung 10, Jalan Sekeloa Selatan 1, Jakarta Selatan 12510

DAFTAR HADIR
PRAKTIK KERJA LAPANGAN
di SKS

Nama: Putra Nurca
 No. Registrasi: 151140101
 Program Studi: Prodi D-III S. Saku
 Tempat Praktik: PT Sampo 1
 Alamat Praktik/Telp: Jl. Pemuda Di 04/De 02, Mar. Ayu Utara, Menteng, Jakarta Timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1	Senin, 28 Januari 2019	1	
2	Selasa, 29 Januari 2019	2	
3	Rabu, 30 Januari 2019	3	
4	Kamis, 31 Januari 2019	4	
5	Jum. 1 Februari 2019	5	
6	Senin, 4 Februari 2019	6	
7	Rabu, 6 Februari 2019	7	
8	Kamis, 7 Februari 2019	8	
9	Jum. 8 Februari 2019	9	
10	Senin, 11 Februari 2019	10	
11	Selasa, 12 Februari 2019	11	
12	Rabu, 13 Februari 2019	12	
13	Kamis, 14 Februari 2019	13	
14	Jum. 15 Februari 2019	14	
15	Senin, 18 Februari 2019	15	

Jakarta, 28 Februari 2019
Praktis,

(Signature)
PT Sampo 1
Indraguna

CAMER
 Formasi ini dapat dipergunakan untuk keabsahan
 sebelum kegiatan dengan menggunakan cap Instansi/Pembimbing



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Cendekia Tegal Muaraluhur K. Sekeloa Selatan 1 No. 100
 Tegal 52127-474000 Telp. (085) 4741300
 Email: unj@unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 ... 3 ... SKS

Nama: Putra Ariya
 No. Registrasi: 1012140009
 Program Studi: Prodi. Akuntansi & Pajak
 Tempat Praktek: PT. Sinarita 1
 Alamat Praktek/Tempat: Jl. Pemuda No. 09/Pulau Untan
Kayu Jati, Matraman, Jakarta Timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	<u>Selasa, 19 Februari 2019</u>	<u>1</u>	
2.	<u>Rabu, 20 Februari 2019</u>	<u>2</u>	
3.	<u>Kamis, 21 Februari 2019</u>	<u>3</u>	
4.	<u>Jumat, 22 Februari 2019</u>	<u>4</u>	
5.	<u>Senin, 25 Februari 2019</u>	<u>5</u>	
6.	<u>Selasa, 26 Februari 2019</u>	<u>6</u>	
7.	<u>Rabu, 27 Februari 2019</u>	<u>7</u>	
8.	<u>Kamis, 28 Februari 2019</u>	<u>8</u>	
9.		<u>9</u>	
10.		<u>10</u>	
11.		<u>11</u>	
12.		<u>12</u>	
13.		<u>13</u>	
14.		<u>14</u>	
15.		<u>15</u>	

Jakarta, 28 Februari 2019
 Putra

(Handwritten signature)
 1. Putra Ariya

LEGENDA:
 Tanda centok atau stempel di bagian atas dan bawah
 Tanda centok atau stempel di bagian atas dan bawah

Lampiran 3 : Sertifikat PKL



Lampiran 4

Tabel 4 : Daftar Kegiatan Harian

Sumber : Diolah oleh praktikan

Hari dan Tanggal	Waktu	Keterangan
Senin, 28 Januari 2019	08.00 – 16.00	- Perkenalan dengan karyawan <i>Marketing Department</i>
Selasa, 29 Januari 2019	08.00 – 16.00	- Pengenalan Lingkungan kantor - Latihan menginput data nasabah ke FIFAPPS
Rabu, 30 Januari 2019	08.00 – 16.00	- Input data nasabah ke FIFAPPS
Kamis, 31 Januari 2019	08.00 – 16.00	- Input data nasabah ke FIFAPPS - Membuat Form Kepuasan Nasabah bulan januari
Jumat, 1 Februari 2019	08.00 – 16.00	- Input data nasabah ke FIFAPPS - Membuat Form Kepuasan Nasabah bulan januari - Culture Day
Senin, 4 Februari 2019	08.00 – 16.00	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Doa pagi
Selasa, 5 Februari 2019	08.00 – 16.00	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah
Kamis, 7 Februari 2019	08.00 – 16.00	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Mempelajari sistem pemasaran di PT FIF

				GROUP
Jumat, Februari 2019	8	08.00 16.00	-	- Culture day - Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah
Senin, Februari 2019	11	08.00 16.00	-	- Doa pagi - Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah
Selasa, Februari 2019	12	08.00 16.00	-	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Membantu input nomor STNK pemesanan baru
Rabu, Februari 2019	13	08.00 16.00	-	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Pelatihan membuat Daily Report penjualan SPEKTRA - Pengenalan Struktur Organisasi FIF GROUP Cabang Pramuka
Kamis, Februari 2019	14	08.00 16.00	-	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Pelatihan membuat Daily Report penjualan SPEKTRA
Jumat, Februari 2019	15	08.00 16.00	-	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Pelatihan membuat Daily Report penjualan SPEKTRA - Culture day

Senin, Februari 2019	18	08.00 16.00	-	- Follow up data calon nasabah - Membuat Daily Report data calon nasabah - Membuat Daily Report penjualan SPEKTRA - Doa pagi
Selasa, Februari 2019	19	08.00 16.00	-	- Membuat Daily Report penjualan SPEKTRA
Rabu, Februari 2019	20	08.00 16.00	-	- Perayaan ulang tahun PT Astra Internasional - Membuat daily report penjualan SPEKTRA
Kamis, Februari 2019	21	08.00 16.00	-	- Membuat daily report penjualan SPEKTRA
Jumat, Februari 2019	22	08.00 16.00	-	- Membuat daily report penjualan SPEKTRA - Culture day
Senin, Februari 2019	25	08.00 16.00	-	- Doa Pagi - Membuat daily report penjualan SPEKTRA
Selasa, Februari 2019	26	08.00 16.00	-	- Membuat daily report penjualan SPEKTRA
Rabu, Februari 2019	27	08.00 16.00	-	- Membuat daily report penjualan SPEKTRA - Membuat form kepuasan konsumen bulan februari
Kamis, Februari 2019	28	08.00 16.00	-	- Membuat daily report penjualan SPEKTRA - Membuat form kepuasan konsumen bulan februari