

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) PADA  
BIDANG PEMASARAN DI PT INDOFARMA (PERSERO) Tbk**

**AISYAH VIANYTA**

**8135161829**



**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**

**JURUSAN EKONOMI ADMINISTRASI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2019**

## LEMBAR EKSEKUTIF

*Aisyah Vianya. 8135161829. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Pada Bidang Pemasaran Di PT. Indofarma (Persero) Tbk., Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2019.*

*Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan di PT. Indofarma (Persero) Tbk. pada bidang Pemasaran selama 1 bulan terhitung pada tanggal 28 Januari 2019 sampai dengan tanggal 28 Februari 2019 yang beralamat di Jalan Tambak No. 2, Manggarai, Jakarta, 13150.*

*Tujuan dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan adalah untuk menambah wawasan dan pengalaman praktikan sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya sesuai dengan keahlian yang dimiliki praktikan, serta keterampilan berkomunikasi.*

*Selama pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan, diantaranya seperti perasaan gugup serta kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja karena keterbatasan pengalaman. Dalam mengatasi kendala tersebut, praktikan harus berusaha menyesuaikan diri, membangun komunikasi yang efektif, membangun kerjasama dengan karyawan lain, dan melakukan manajemen waktu yang baik, serta manajemen stres.*

# LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

## LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

### LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Judul : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)  
PADA BIDANG PEMASARAN DI PT INDOFARMA  
(PERSERO) Tbk.

Nama Praktikan : Aisyah Vianyta

Nomor Registrasi : 8135161829

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Mengetahui

Koordinator Program Studi



Ryna Parlyna, MBA

NIP. 197701112008122003

Dosen Pembimbing



Munawaroh, S.E., M.Si

NIP. 197503302008122002

## LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



**Ryna Parlina, MBA**

NIP. 197701112008122003

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<b><u>Ryna Parlina, MBA</u></b> NIP.197701112008122003	 .....	<u>25 NOVEMBER 2019</u>
Penguji Ahli		
<b><u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u></b> NIP.196610302000121001	 .....	<u>25 NOVEMBER 2019</u>
Dosen Pembimbing		
<b><u>Munawaroh, S.E., M.Si</u></b> NIP.197503302008122002	 .....	<u>25 NOVEMBER 2019</u>

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga Praktikan diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. Indofarma (Persero) Tbk. Laporan PKL ini disusun untuk salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penulisan laporan, praktikan menyadari masih terdapat kekurangan dan laporan ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari seluruh pihak khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan pihak tempat penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

Terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Munawaroh, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing Praktik Kerja Lapangan (PKL)
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Prof. Dr. Dedi Purwana, ES., M. Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. A. Amirul Azhar selaku *Marketing Support Manager* PT Indofarma (Persero) Tbk

5. Sindu Kisworo selaku *Supervisor* Program Promosi sekaligus pembimbing praktikan yang telah banyak membantu selama Praktik Lapangan Kerja berlangsung
6. Seluruh karyawan pada bidang Pemasaran PT Indofarma (Persero) Tbk yang turut membantu praktikan disaat mengalami kendala dikantor
7. Kedua orang tua yang telah memfasilitasi dan memberi dukungan pada praktikan
8. Seluruh Teman-teman Pendidikan Bisnis B 2016 yang telah memberikan dukungan dan bantuan, serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu- persatu.

Praktikan menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan laporan PKL ini jauh dari kata sempurna, walaupun telah berusaha dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan penyusunan dan penulisan laporan selanjutnya agar laporan yang Praktikan buat menjadi lebih baik.

Jakarta, November 2019

Praktikan

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR EKSEKUTIF .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL .....	2
C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan.....	4
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan.....	5
E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan .....	7
1. Tahap Persiapan.....	7
2. Tahap Pelaksanaan.....	8
3. Tahap Penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL .....</b>	<b>11</b>
A. Sejarah Perusahaan.....	11
1. Logo Perusahaan.....	13
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	13
3. Nilai Inti Perusahaan .....	14
B. Struktur organisasi.....	15

1. Non Direktorat .....	16
2. Direktorat Produksi dan <i>Supply Chain</i> .....	18
3. Direktorat Keuangan dan <i>Human Capital</i> .....	20
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	25
- <i>Product</i> .....	26
- <i>Price</i> .....	29
- <i>Place</i> .....	29
- <i>Promotion</i> .....	30
- <i>People</i> .....	32
- <i>Packaging</i> .....	32
- <i>Process</i> .....	33
<b>BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN .....</b>	<b>34</b>
A. Bidang Kerja.....	34
B. Pelaksanaan Kerja .....	37
C. Kendala Yang Dihadapi .....	38
1. Adaptasi di Lingkungan kerja .....	39
2. Kekhawatiran dan Gelisah .....	39
3. Kurangnya Pekerjaan yang di Berikan.....	39
D. Cara Mengatasi Kendala .....	40
<b>BAB IV KESIMPULAN.....</b>	<b>42</b>
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran.....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>44</b>
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN .....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Waktu PKL .....	7
Tabel 2 Tahap Pelaksanaan PKL .....	10

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peta kantor Pemasaran PT Indofarma.....	6
Gambar II.1 Logo Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar II.2 Struktur organisasi PT Indofarma.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar II.3 Struktur Organisasi Divisi Pemasaran/Marketing PT Indofarma... .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar II.4 Alur Produksi Produk Tabel dan Kapsul	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar III.1 Contoh Daftar Kepuasan Pelanggan PT Indofarma .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan PKL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Daftar Hadir PKL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Daftar Hadir PKL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Penilaian PKL.....	48
Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai PKL .....	49
Lampiran 6 Format Penilaian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 7 Log Harian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 8 Jadwal Kegiatan PKL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9 Dokumentasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang PKL**

Persaingan dunia usaha pada era globalisasi seperti sekarang ini semakin kompetitif, serta diikuti dengan kemajuan teknologi yang pesat. Hal ini menuntut perusahaan untuk memiliki sumber daya manusia yang baik. Sumber daya manusia adalah salah satu unsur yang penting bagi setiap perusahaan, dimana sumber daya manusia adalah bagian inti dari berjalan serta berkembangnya suatu perusahaan.

Kebutuhan untuk memperoleh ilmu pengetahuan informasi sangat meningkat dan semua ini di karenakan oleh persaingan manusia atau kelompok/instansi yang sangat ketat demi kemajuan usahanya.

Banyak sekali sumber daya manusia yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi tetapi sulit mendapatkan pekerjaan yang layak karena mereka tidak memiliki pengalaman yang cukup di dalam dunia kerja sehingga di saat mencari pekerjaan, mereka tidak dapat meyakinkan perusahaan untuk menempatkan mereka sebagai tenaga kerja perusahaan tersebut karena mereka tidak memiliki nilai lebih dibandingkan calon tenaga kerja lainnya.

Maka dari itu praktik kerja lapangan dijadikan sebagai suatu sarana bagi mahasiswa untuk meningkatkan wawasan, pengalaman, dan gambaran mengenai

implementasi ilmu di dunia kerja dan diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk lebih memahami bidang studi yang sedang ditekuninya dan mampu menghadapi kendala-kendala dalam melaksanakan PKL.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu syarat kelulusan program sarjana di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini ditujukan bagi mahasiswa dalam rangka memperluas wawasan dunia kerja yang akan dihadapi nantinya. Walaupun praktikan merupakan mahasiswa dari program sarjana pendidikan, namun praktik tersebut memberikan pengalaman berarti untuk persiapan memasuki ke dunia kerja yang sesungguhnya.

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

Praktik Kerja Lapangan yang diprogramkan oleh Universitas Negeri Jakarta memiliki maksud dan tujuan yang berguna bagi mahasiswa yang melakukan Praktik Kerja Lapangan, Universitas, maupun pihak perusahaan tempat mahasiswa melakukan Praktik Kerja Lapangan. Maksud dan tujuan diadakannya Praktik Kerja Lapangan di antaranya yaitu:

#### 1. Maksud Praktik Kerja Lapangan

- a. Mendapatkan pengalaman kerja sesuai dengan kompetensi yang dimiliki sebelum memasuki dunia kerja.
- b. Memenuhi salah satu syarat kelulusan dari program studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- c. Mendapatkan pengalaman sesuai kemampuan yang dimiliki sebelum memasuki dunia kerja.

- d. Dapat menerapkan ilmu dan teori yang telah dipelajari dalam proses perkuliahan di perusahaan tempat Praktik Kerja Lapangan.
- e. Mengarahkan praktikan untuk mendapatkan data yang berguna dalam penulisan laporan PKL.

## 2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

- a. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan di dunia kerja.
- b. Mengetahui secara langsung gambaran kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran dan niaga.
- c. Sebagai sarana pembandingan antara ilmu pengetahuan yang dipelajari saat perkuliahan dengan kondisi dunia kerja yang sesungguhnya.
- d. Memberikan Praktikan kesempatan untuk mengumpulkan data melalui pengamatan langsung guna sebagai bahan pembuatan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
- e. Melatih mahasiswa untuk mensosialisasikan diri pada suasana lingkungan kerja yang sesungguhnya berkenaan dengan disiplin ilmu dan tanggung jawab pekerjaan.
- f. Menciptakan hubungan yang baik antara instansi tempat PKL dengan Universitas Negeri Jakarta.

### **C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan**

#### 1. Bagi Praktikan

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama praktikan melaksanakan kegiatan di Bidang Pemasaran PT. Indofarma (Persero) Tbk. antara lain sebagai berikut :

- a. Menambah ilmu pengetahuan dan melatih keterampilan praktikan sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- b. Mendapatkan pengalaman kerja secara nyata diperusahaan/instansi dan bekerja sama dengan orang lain dengan latar belakang serta disiplin ilmu yang berbeda-beda.
- c. Melatih kedisiplinan Praktikan dan komitmen bekerja saat memasuki dunia kerja yang sesungguhnya
- d. Mengajarkan mahasiswa tentang cara bertanggung jawab terhadap suatu tugas yang diberikan
- e. Memberikan gambaran tentang kondisi lapangan pekerjaan yang sebenarnya.

#### 2. Bagi Fakultas Ekonomi - UNJ

- a. Mengetahui seberapa besar kemampuan mahasiswa dalam menyerap ilmu yang telah di berikan dan kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikannya pada dunia kerja yang sesungguhnya

- b. Dengan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, lembaga universitas mampu meningkatkan hubungan kemitraan dengan instansi pemerintahan dimana mahasiswa ditempatkan
  - c. FE UNJ mendapatkan standarisasi calon tenaga kerja yang sempurna untuk menyiapkan wisudawan baru
  - d. Mendapatkan masukan guna umpan balik dalam usaha penyempurnaan kurikulum yang sesuai dengan tuntutan dunia industri dan masyarakat.
3. Bagi Instansi Pemerintah, Perusahaan Swasta dan BUMN
- a. Menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi PT Indofarma (Persero) Tbk. dengan Universitas Negeri Jakarta
  - b. Mendukung pendidikan tinggi dalam melakukan program-program pendidikan yang telah direncanakan
  - c. Membantu PT Indofarma (Persero) Tbk. dalam menyelesaikan tugas sehari-hari selama Praktek Kerja Lapangan

#### **D. Tempat Praktik Kerja Lapangan**

Nama Instansi/Perusahaan : PT Indofarma (Persero) Tbk.

Bagian tempat PKL : Bidang *Marketing/* Pemasaran divisi  
*Marketing Support*

Alamat Kantor Pemasaran : Jl. Tambak No. 2, Manggarai, DKI Jakarta  
13150

Telepon : (021) 85908350

Fax : (021) 8574503

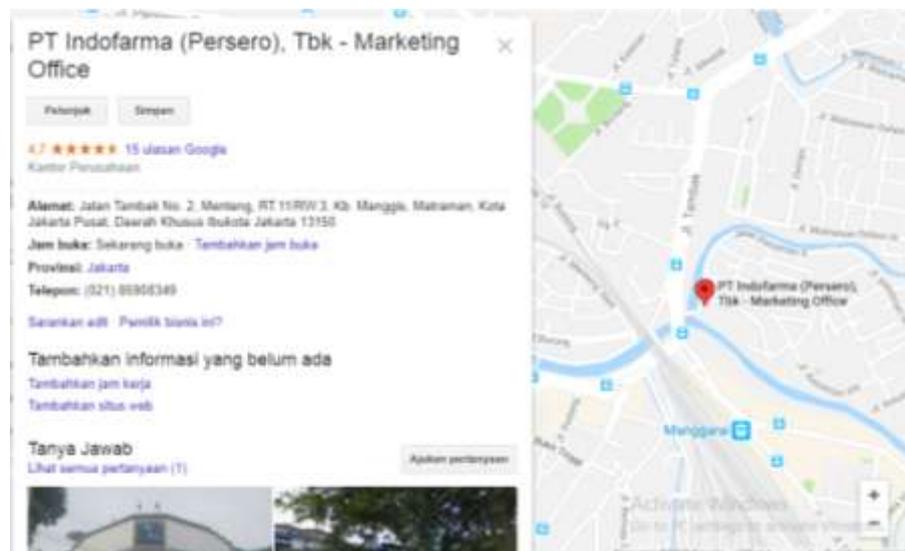
Alamat Kantor Pusat dan Pabrik : Jl. Indofarma No. 1 – Cikarang Barat  
17530, Jawa Barat, Indonesia

Telepon : (021) 88323971, 88323975

Fax : (021) 88323972/ 73

E-mail : [general@indofarma.co.id](mailto:general@indofarma.co.id)

Website : [www.indofarma.co.id](http://www.indofarma.co.id)



**Gambar I.1 Peta Kantor Pemasaran PT Indofarma**

Praktikan memilih PT. Indofarma (Persero) Tbk. sebagai tempat PKL dengan alasan perusahaan ini adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki kegiatan usaha utama dibidang Industri Farmasi. PT. Indofarma (Persero) Tbk dinilai sebagai salah satu perusahaan besar di Indonesia dengan total jumlah karyawan sekitar 800 karyawan. Karena beberapa keunggulan

diatas praktikan memilih untuk melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Indofarma (Persero) Tbk.

Adapun praktikan ditempatkan pada bagian Pemasaran/ *Marketing* sub bagian *Marketing Support*. Bagian tersebut sesuai dengan bidang ilmu yang praktikan dapat saat ini di bangku perkuliahan yaitu Ekonomi dan Administrasi dengan program studi Pendidikan Bisnis.

### **E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan**

Jadwal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan oleh praktikan berlangsung selama satu bulan, yakni terhitung mulai dari tanggal 28 Januari 2019 sampai dengan 28 Februari 2019. Dengan jam kerja mulai pukul 07.30 sampai dengan 16.30 WIB pada hari Senin- Jumat.

**Tabel 1 Jadwal Waktu PKL**

<b>Hari</b>	<b>Jam Kerja</b>	<b>Keterangan</b>
Senin - Jumat	07.30 - 12.00	
	12.00 - 13.00	Istirahat
	13.00 - 16.30	

Dalam rangka pelaksanaan PKL ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu :

#### **1. Tahap Persiapan**

Praktikan telah memenuhi syarat akademis untuk melakukan Praktik Lapangan Kerja yaitu telah lulus minimal 100 sks dan memiliki nilai indeks prestasi kumulatif (IPK) semester tidak kurang dari 2,00 untuk mengambil mata

kuliah Praktik Lapangan Kerja. Praktikan melakukan persiapan di bulan Januari dimulai dari mencari informasi mengenai perusahaan atau dinas pemerintah yang dapat menerima kegiatan PKL.

Praktikan mengetahui bahwa PT Indofarma (Persero) Tbk membuka kesempatan untuk magang dengan melengkapi dokumen permohonan magang dari lembaga pendidikan untuk diajukan ke PT Indofarma.

Setelah mengetahui bahwa di perusahaan yang di inginkan dapat melakukan kegiatan PKL, maka Praktikan membuat surat keterangan PKL mandiri di bagian akademik Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta melalui SIPERMAWA UNJ dan diteruskan ke bagian Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Negeri Jakarta. Pada tanggal 24 Oktober 2018 surat permohonan izin Praktik Kerja Lapangan dikeluarkan oleh BAAK Universitas Negeri Jakarta dengan Nomor Surat: 15856/UN39.12/KM/2018, surat tersebut kemudian Praktikan serahkan pada PT. Indofarma (Persero) Tbk. Pada tanggal 02 Januari 2019 Bidang Umum dan Sumber Daya Manusia (SDM) memberikan balasan dari permohonan magang yang sebelumnya diberikan pada PT Indofarma bahwa praktikan diterima magang pada Bidang Pemasaran/marketing.

## **2. Tahap Pelaksanaan**

Praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Lapangan Kerja selama kurang lebih satu bulan dimulai pada tanggal 28 Januari 2019 dan berakhir pada 28 Februari 2019. Jam kerja mengikuti aturan yang ditetapkan oleh PT. Indofarma (Persero) Tbk, yaitu pukul 07.30 - 16.30 WIB.

Selama pelaksanaan Praktik Lapangan Kerja praktikan mempelajari *Job Desk* sub bagian *Marketing Non Sales* yaitu *Marketing Support*, dan *Marketing Sales* yaitu pemasaran produk- produk PT Indofarma seperti OGB (Obat Generik Berlogo), OTC & Herbal, dan alat- alat kesehatan/Diagnostik. Selain itu, Praktikan juga diberikan tugas untuk menginput data hasil kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dan menginput surat keterangan pemberian insentif penjualan tenaga lapangan pemasaran.

### **3. Tahap Penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan**

Setelah melaksanakan Praktik Kerja selama satu bulan praktikan memiliki kewajiban untuk membuat laporan tertulis sebagai bukti telah melaksanakan PKL. Proses penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan dimulai sejak awal Praktikan melaksanakan PKL. Pembuatan laporan ini merupakan syarat untuk kelulusan bagi Praktikan sebagai mahasiswa Pendidikan Bisnis untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

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

PT Indofarma (Persero) Tbk, berdiri pada tahun 1918 sebagai unit produksi kecil di Rumah Sakit pusat Pemerintahan Hindia Belanda yang pada saat itu hanya memproduksi beberapa jenis salep dan kasa pembalut. Pada tahun 1935 segala unit produksi dipindahkan ke Manggarai, Jakarta yang selanjutnya dikenal sebagai pabrik obat Manggarai tapi pada tahun 1942 pabrik diambil alih oleh Takeda dan dibawah pengawasan Pemerintah Jepang, dan PT Indofarma (Persero) Tbk kembali diambil alih oleh pemerintah Indonesia pada tahun 1950 melalui Departemen Kesehatan.

Pada tanggal 11 Juli 1981 status Perseroan berubah menjadi badan hukum berbentuk Perusahaan Umum Indonesia Farma (Perum Indofarma). Dan pada tahun 1988 diadakan pembangunan pabrik di Cibitung, Bekasi, Jawa Barat, di atas areal seluas 20 Hektar. Status Perseroan kembali berubah pada tahun 1996 menjadi PT Indofarma (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No. 34 tahun 1995 dengan akta pendirian berdasarkan akta no. 1 tanggal 2 Januari 1996 yang diubah dengan akta no. 134 tanggal 26 Januari 1996.

Pada tahun 2000, Perseroan telah mendapatkan sertifikasi ISO 90001:1994 dan terus memperbaharainya secara berkala. Di tahun yang sama, Perseroan melakukan pengembangan ke hilir dalam bidang distribusi dan perdagangan dengan melakukan ekspansi pendirian anak perusahaan PT Indofarma Global Medika (IGM) melalui presentase kepemilikan sebesar 99,999%.

Pada tanggal 17 April 2001 Perseroan melakukan penawaran saham perdana di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya yang saat ini telah menjad Bursa Efek Indonesia (BEI) – dengan kode saham “INAF” yang kemudian mengubah status perseroan menjadi PT Indofarma (Persero) Tbk. Guna mendukung upaya pengembangan produk, Perseroan memiliki Entitas anak kepemilikan tidak langsung – melalui IGM, yaitu PT Farmalab Indoutama yang didirikan pada tahun 2013 untuk melaksanakan kegiatan dibidang Laboratorium pengujian Ekivalensi dan Klinis.

Saat ini, perseroan telah memiliki 244 persetujuan ijin edar obat yang terdiri dari kategori Obat Generik Berlogo (OGB), Over The Counter (OTC), obat generik bermerek, serta alat kesehatan. Perseroan merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri atas proses nasionalisasi aset usaha disekitaran tahun 1950-an. Dalam aspek hukum Indonesia, Perseroan dibentuk pada 11 Juli 1981 dengan nama Indonesia Farma, yang disingkat menjadi Indofarna. Sejak saat itu, Perseroan tidak pernah mengalami perubahan nama.

Sesuai anggaran dasar, nama perseroan adalah PT Indonesia Farma (Persero) Tbk, yang disingkat menjadi PT Indofarma (Persero) Tbk.

## 1. Logo Perusahaan



**Gambar II.1 Logo Perusahaan**

Logo dari PT Indofarma (Persero) Tbk merupakan logo yang terbaru. PT Indofarma melakukan transformasi dengan mengganti logo perseroan bertepatan dengan hari jadi ke-37 perseroan pada 11 Juli 2018. Logo baru yang dipakai Indofarma sejalan dengan transformasi yang dilakukan. Logo baru yang tersemat menjadi motivasi bagi para karyawan. Hal itu menjadi lambang kesehatan, pertumbuhan, dan pengembangan bisnis perseroan.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

### **Visi PT Indofarma (Perseero) Tbk.**

Menjadi Perusahaan Healthcare Indonesia Pilihan Utama yang Berskala global.

### **Misi PT Indofarma Persero Tbk.**

- Kami adalah perusahaan yang bergerak dibidang Kesehatan.

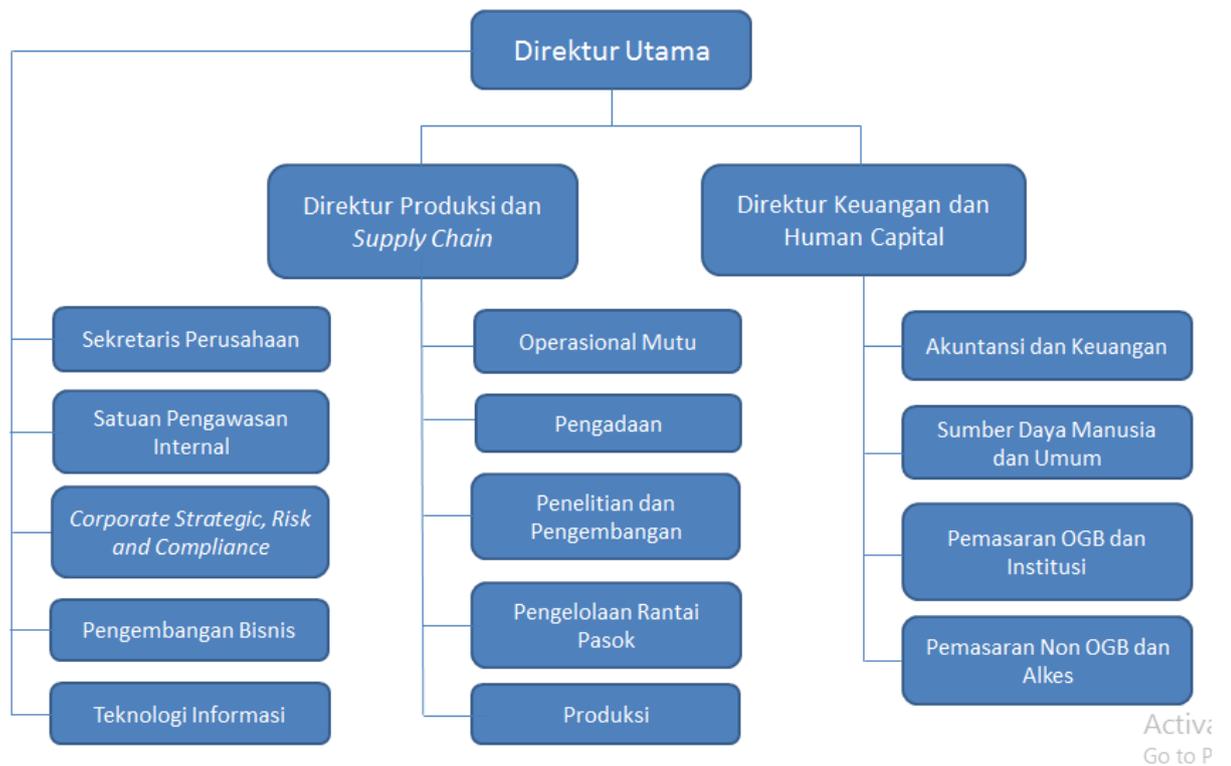
- Kami memiliki nilai tambah melalui proses bisnis yang terintegrasi dan pengembangan produk yang berbasis teknologi modern.
- Kami menjamin ketersediaan produk yang berkualitas, lengkap dan terjangkau secara konsisten.
- Kami berjuan dalam meningkatkan derajat kesehatan dan kualitas hidup yang lebih baik.

### 3. Nilai Inti Perusahaan

#### **BETTER**

Brave	Berani dalam menghadapi tantangan, kesulitan dan resiko dengan penuh percaya diri.
Energetic	Bersemangat, antusias dan pantang menyerah dalam menyelesaikan tugas hingga tuntas.
Trusted	Dapat dipercaya dan diandalkan dalam setiap tindakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.
Teamwork	Kerjasama tim dengan berlandaskan sikap saling mempercayai, melengkapi dan menghargai.
Evolved	Senantiasa berkembang dan melakukan perbaikan terhadap proses kerja agar lebih efektif dan efisien.
Responsible	Bertanggungjawab untuk menyelesaikan pekerjaan secara tuntas, tanpa paksaan dan siap menerima konsekuensi.

## B. Struktur organisasi



**Gambar III.2 Struktur Organisasi PT Indofarma**

\*Struktur organisasi Perseroan

Lampiran Surat Keputusan Direksi

Nomor : 1187/DIR/SK/VII/2016

Tanggal : 28 Desember 2016

## **Tugas dan Tanggung jawab dari setiap Divisi :**

### **1. Non Direktorat**

Memiliki fungsi strategis dalam pengembangan ragam produk Perseroan, khususnya terkait regulasi dalam industri farmasi. Non direktorat terdiri dari bidang Sekretaris Perusahaan, Bidang SPI, Bidang CSRC, Bidang IT, dan Bidang Business Development.

#### ➤ **Sekretaris Perusahaan**

Bidang sekretaris perusahaan terdiri atas *Corporate Communication*, *Investor Relation*, Hukum serta sekretariat sebagai satuan pendukung. Untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan, dilakukan strategi dan program kerja sebagai berikut :

- a) Mengelola ketersediaan akses eksternal
- b) Mengelola kewajiban terhadap ketentuan transparansi dan keakuratan informasi
- c) Menyelenggarakan RUPS dan rapat- rapat lainnya
- d) Mengelola komunikasi internal
- e) Mengelola kegiatan yang mendukung (*supporting*) manajemen

#### ➤ **Satuan Pengawasan Internal (SPI)**

- a) Pelaksanaan audit internal berdasarkan identifikasi resiko
- b) Pelaksanaan audit sesuai dengan standar audit
- c) Penyusunan Laporan Hasil Audit (LHA) memuni quality assurance
- d) Sosialisasi kebijakan pengendalian internal saat pelaksanaan audit
- e) Peningkatan pemantauan terhadap tindak lanjut LHA

➤ ***Corporate Strategic, Risk and Compliance (CSRC)***

Bidang CSRC berperan dalam penerapan GCG dan manajemen risiko perseroan yaitu dengan :

- a) Efektivitas dan efisiensi biaya operasional diunit kerja kepatuhan dan manajemen risiko
- b) Mensosialisasikan infrastruktur GCG kepada seluruh pegawai baik melalui portal perusahaan maupun langsung ke lapangan
- c) Melakukan benchmark ke perusahaan lain untuk melihat pengelolaan berkaitan GCG dan Manajemen Risiko
- d) Mengelola pengendalian risiko
- e) Melaksanakan reuiu kinerja secara periodik secara bulanan, triwulan, semester dan tahunan

➤ **Pengembangan Bisnis**

Strategi dan program kerja *Bidang Business Development* dengan pengembangan alat kesehatan *pharmaceutical engineering, rapid test*, bisnis kosmetik, nutrisi dan insulin bekerja sama dalam investor dalam negeri dan luar negeri untuk pengembangan bisnis.

➤ **Information Technology (IT)**

Merevisi dan menerapkan kembali tata kelola dan pengelolaan IT, rapat reguler antara IT *steering commitee*, penyempurnaan ERP, implementasi aplikasi *budget*, aplikasi konsolidasi, *business intelligence*, meningkatkan penggunaan *video conference*, implementasi IP Phone, penyempurnaan jaringan, penggunaan lisensi aplikasi yang sesuai, menerapkan

penggunaan aplikasi *open source*, pelaksanaan pendidikan dan pelatihan untuk karyawan IT dan pengguna, pelaksanaan rekrutmen karyawan IT, perancangan jenjang karir.

## **2. Direktorat Produksi dan *Supply Chain***

Kebijakan pada direktorat ini menitikberatkan pada efisiensi produksi dan rantai pasok, yang akan berdampak langsung terhadap laba Perseroan. Sasaran kegiatan produksi pada anggaran tahun 2017 adalah sebagai berikut :

### **➤ Operasional Mutu**

- a) Optimasi formula/ proses
- b) Meningkatkan revidu mutu yaitu meningkatkan review kualitas utamanya post production evaluation melalui *Product Quality Review* (PQR) dan sampling produk dipasaran
- c) Meningkatkan Realiasi Pelaksanaan Kualifikasi/ validasi
- d) Meningkatkan pemenuhan persyaratan untuk mendapatkan Sertifikasi CPOB dan CPOTB
- e) Meningkatkan kepatuhan terhadap pemenuhan ijin edar produk untuk meminimalkan ijin edar yang kadaluarsa.

### **➤ Pengadaan**

- a) Membeli bahan baku, bahan pengemas dan obat jadi dari origin yang sudah tercantum dalam daftar Rekanan Resmi dan Daftar Produsen Resmi
- b) Mencari berbagai alternatif sumber penyedia bahan baku dan bahan pengemas agar mendapatkan harga yang paling kompetitif

- c) Melaksanakan pembelian dengan sistem kontrak jangka panjang (minimal enam bulan) untuk bahan baku/ bahan pengemas yang frekuensi pemesanan sering dan bernilai tinggi
- d) Menerapkan penerapan sistem informasi antara permintaan barang, penerimaa barang dipabrik dan bidang pengadaan.

➤ **Penelitian dan Pengembangan**

Bidang Litbang akan melasanakan program kerja sebagai berikut :

- a) Memprioritaskan penelitian produk ARV, Narkotika, Program Pemerintah
- b) Melakukan penelitian yang mendukung pengembangan pabrik bahan baku dan klinik Haemodialisa
- c) Meningkatkan kemampuan baik *knowledge*, peralatan penelitian untuk pengembangan produk kosmetik
- d) Meningkatkan koordinasi dengan Bidang Marketing dan Bidang Produksi dalam menetapkan item produk penelitian
- e) Meningkatkan kapasitas penelitian melalui kerjasama penelitian produk frama dengan cara proses transfer teknologi atau penelitian oleh pihak ketiga

➤ **Pengelolaan Rantai Pasok**

Guna mencapai sasaran bidang *supply chain* yang sudah disusun akan dilakukan strategi dan program kerja sebagai berikut :

- a) Strategi pertumbuhan penjualan yaitu mendukung peningkatan dan pertumbuhan penjualan produk perseroan

- b) Strategi peningkatan profit dengan program kerja
- c) Strategi pengembangan proses bisnis internal
- d) Melakukan strategi tersebut akan dilakukan program kerja review membangun SDM yang kompeten dan berkomitmen.

➤ **Produksi**

- a) Penyerahan produk tepat mutu, serta tepat jumlah
- b) Realisasi Harga Pokok Produksi tidak melampaui rencana anggaran
- c) Peningkatan mutu produk
- d) Tercapainya peringkat biru dalam pengolahan limbah diseluruh fasilitas produksi
- e) Peningkatan mutu sumber daya manusia
- f) Tercapainya launching produk baru sesuai rencana pemasaran.

**3. Direktorat Keuangan dan *Human Capital***

Direktorat ini melindungi bidang Akuntansi, keuangan dan pajak, bidang human capital dan bidang pemasaran. Berikut adalah sasaran dan program kerja masing- masing :

➤ **Akuntansi dan Keuangan**

Untuk dapat dicapainya sasaran yang sudah disusun seperti tersebut diatas, akan dilakukan strategi dan program kerja sebagai berikut :

Bidang Akuntansi Keuangan dan Pajak

- a) Memanfaatkan sumber dana dengan *cost of capital* seminimal mungkin

- b) Efektifitas penjadwalan pembayaran hutang dagang di Holding & Plant/ Unit
  - c) Mendorong unit kerja untuk melakukan perencanaan dan mengoptimalkan fungsi *cash budget* dalam pembiayaan
  - d) Laporan kinerja tahunan, Semesteran, Triwulanan, dan RKAP tepat waktu serta akurat
  - e) Mengoptimalkan peran IT dalam Pengembangan sistem Komputerisasi Akuntansi dan pajak yang terintegrasi
  - f) Melakukan pembinaan dan monitoring di bidang akuntansi holding dan anak perusahaan
  - g) Mengoptimalkan penerapan *Standard Operasional Procedur (SOP)* keseluruhan unit kerja dan anak perusahaan
  - h) Penerapan penyusunan Laporan Keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang mengacu kepada IFRS (*International Financial Report Statement*)
  - i) Perhitungan, penyetoran, pelaporan SPT akurat, dan tepat waktu sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.
- **Sumber Daya Manusia dan Umum**
- a) Implementasi Talent Management dengan melakukan evaluasi terhadap kinerja masing- masing Divisi, Unit Kerja, Bagian sampai ke Individu (Kompetensi individu) sesuai *Objective Goals Strategy Measurement (OGSM)*

- b) Implementasi Sistem Rekrutmen dengan melalui *pool talent* yang berasal dari internal perusahaan serta bersumber dari eksternal
- c) Menerapkan Sistem Manajemen Kinerja dengan menetapkan *target performance* berdasarkan RKAP dan KPI dari Individu dan Divisi
- d) Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan karyawan sesuai dengan kebutuhan perseroan
- e) Membuat perencanaan karir karyawan
- f) Menerapkan management reward dan punishment bagi karyawan sesuai ketentuan yang berlaku
- g) Merencanakan program pelatihan bagi Direksi dan Dewan Komisaris untuk peningkatan kompetensi.

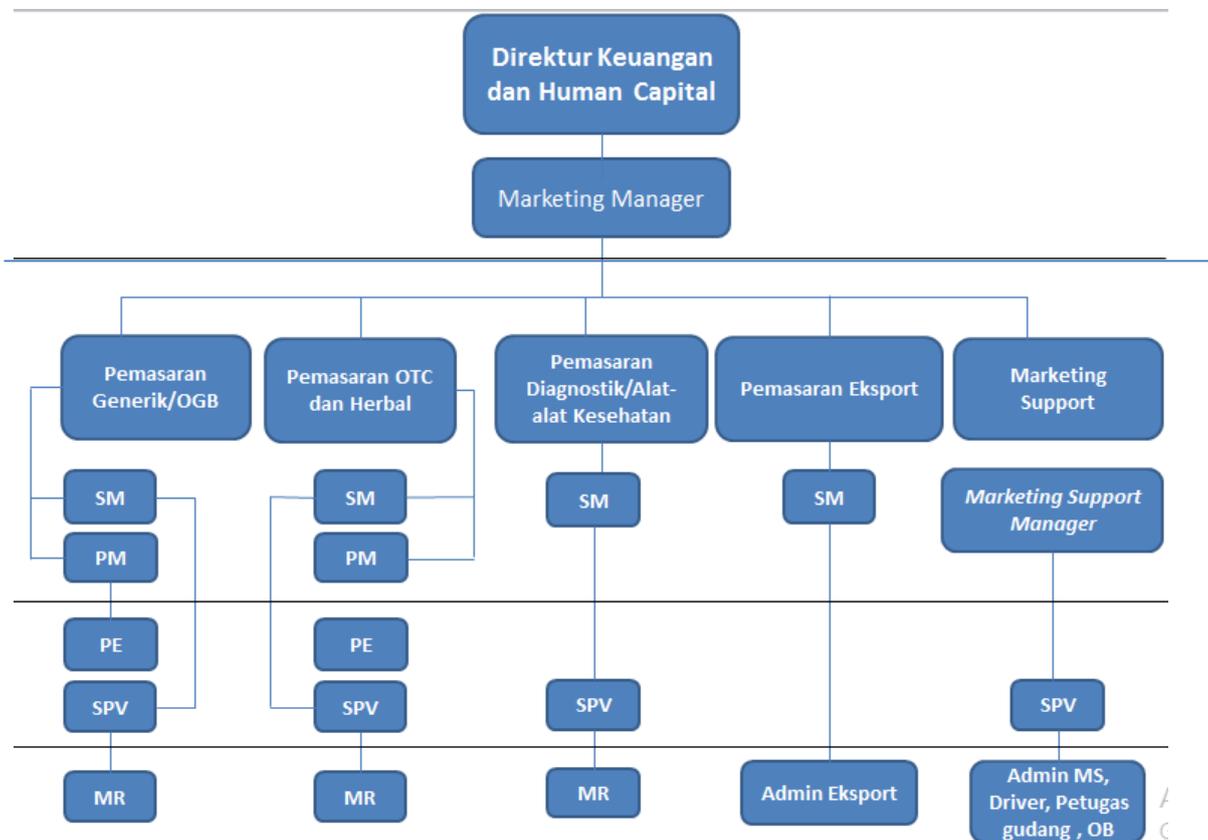
➤ **Pemasaran**

- a) Membangun dan meningkatkan penetrasi pasar untuk optimalisasi pasar dan mendapatkan perluasan cakupan daerah pemasaran
- b) Melakukan kegiatan promosi yang lebih agresif
- c) Meningkatkan *brand awareness* produk *Ethical& Generik*
- d) Meningkatkan penulisan resep produk *Ethical&Generik* dilakukan intensifikasi promosi
- e) Mempersiapkan program- program khusus dengan tujuan percepatan peningkatan pendapatan
- f) Membangun *customer relation management*
- g) Meningkatkan kinerja dan produktivitas tenaga lapangan
- h) Meningkatkan kualitas data, informasi dan komunikasi

i) Menetapkan harga pokok yang kompetitif.

Struktur organisasi yang dimiliki PT Indofarma (Persero) Tbk Kantor Pusat adalah struktur lini dan staff. Dalam struktur organisasi tersebut terdapat 2 direktorat dan non direktorat yang dipimpin oleh Direktur Utama yaitu Direktur Produksi dan Supply Chain, dan Direktur Keuangan dan Human Capital yang masing-masing dipimpin oleh seorang Direksi. Adapun masing-masing Direktur membawahi tiap Divisi dan tiap Divisi membawahi sub bagian.

## Struktur Organisasi Marketing



**Gambar II.3 Struktur Organisasi Divisi Pemasaran/Marketing PT Indofarma**

Catatan :

SM (Sales Manager – Asman)

PM (Product Manager – Asman)

PE ( Product Executive)

SPV (Supervisor)

MR (Medical Reps)

Dari struktur diatas dapat dilihat bahwa Divisi Pemasaran berada dibawah direktur Keuangan dan *Human Capital*. Dalam bagian divisi marketing/pemasaran terdapat bagian pemasaran generik, pemasaran OTC dan herbal, pemasaran diagnostik, pemasaran ekspor, dan marketing support. Dalam setiap divisi dalam pemasaran terdapat SM (*Sales Manager – Asman*), PM (*Product Manager – Asman*), PE (*Product Executive*), SPV (*Supervisor*), MR (*Medical Reps*) yang mengelola pemasran setiap produk. Dan juga termasuk admin generik dan diagnostik, admin tender, dan admin OTC.

### **C. Kegiatan Umum Perusahaan**

PT Indofarma (Persero) Tbk merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki kegiatan usaha utama di bidang industri Farmasi. Kegiatan umum yang dilakukan PT Indofarma (Persero) Tbk yaitu menyediakan barang dan/ jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat dibidang farmasi, diagnostik, alat kesehatan serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan barang dan/ jasa yang bermutu tinggi, berdaya saing kuat, dan mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai perusahaan dengan menerapkan prinsip- prinsip Perseroan Terbatas.

PT Indofarma tidak langsung menjual hasil produk langsung kepada pelanggan. Produk dari Indofarma akan didistribusikan oleh distributor yang terdiri dari IGM (PT Indofarma Global Medika) ini merupakan anak perusahaan dari PT Indofarma, MBS (PT. Mensa Bina Sukses), KFTD (*Kimia Farma Trading and Distribution*), dan *Great* Batam. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak

dibidang industri farmasi dan alat kesehatan nasional, Perseroan terdaftar sebagai anggota :

1. Gabungan Perusahaan Farmasi Indonesia (GPFarmasi)
2. Gabungan Perusahaan Alat Kesehatan dan Laboratorium (GAKESLAB)
3. Kamar Dagang dan Industri (KADIN)

Dengan bergabungnya PT Indofarma (Persero) Tbk pada organisasi diatas diharapkan dapat senantiasa mengikuti perkembangan dan perubahan regulasi. Selain itu perusahaan dapat memanfaatkannya sebagai forum komunikasi dan konsultasi dengan perusahaan lainnya dan pemerintah serta pihak- pihak lain yang terkait yang brehubungan dengan prooduksi, distribusi serta pelayanan obat dan alat kesehatan. PT Indofarma (Persero) Tbk merupakan perusahaan yang kepemilikannya bersifat terbuka.

Dalam Perusahaan terdapat konsep 7P pada *Marketing Mix*/Bauran Pemasaran. Berikut bauran pemasaran PT Indofarma.

#### **- Product**

PT Indofarma (Persero) Tbk merupakan salah satu market leader produk obat generik yang memiliki penguasaan pangsa pasar yang signifikan, di segmen Obat Generik Berlogo (OGB) dan merupakan produsen obat generik nomor empat di Indonesia. Sebagai salah satu market leader obat generik, PT Indofarma (Persero) Tbk mengambil fokus terhadap pasar dan para pelanggan yang mencakup seluruh saluran distribusi secara luas, baik kategori saluran pemasaran

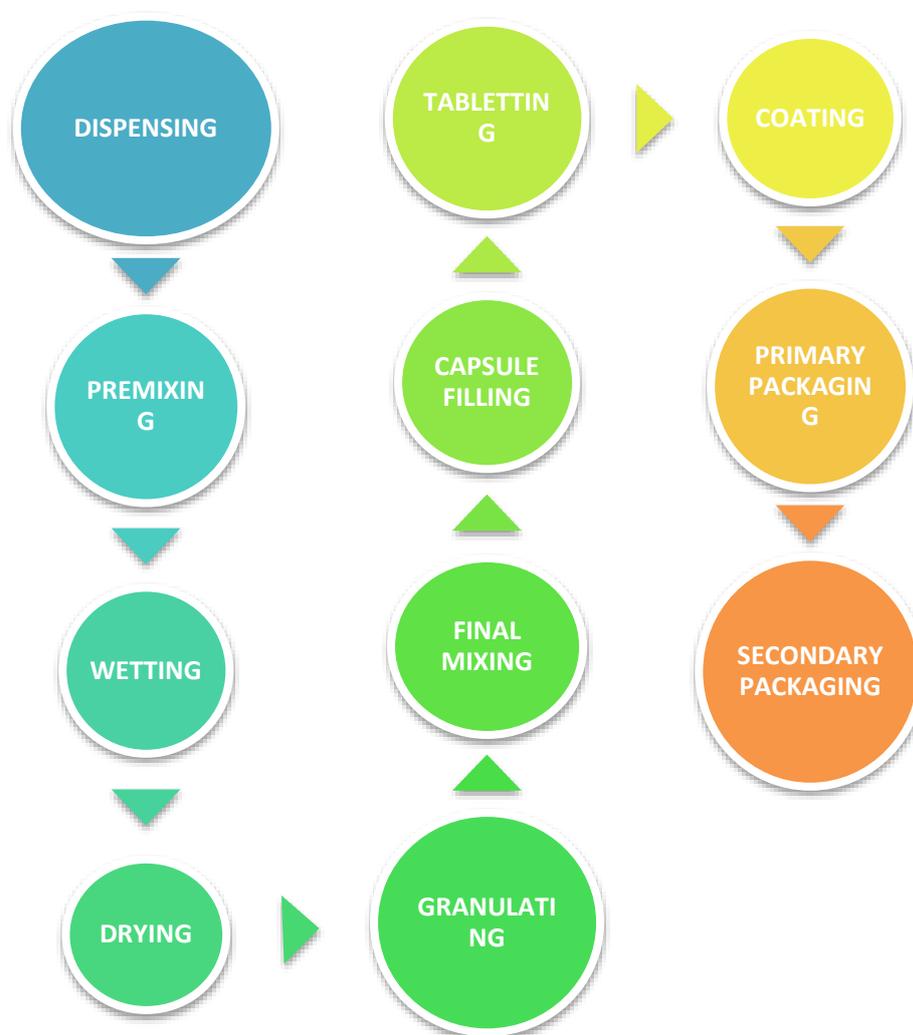
ritel seperti apotek dan rumah sakit, maupun pelanggan *wholeseller* yang bersifat rutin atau pasar reguler.

Selain disektor pasar reguler, PT Indofarma (Persero) Tbk juga menjadi pemeran utama di sektor pengadaan non rutin atau tender di institusi pelayanan kesehatan, baik di level daerah (Dinas Kabupaten/ Kota) maupun untuk mendukung kebutuhan obat nasional yang diperlukan oleh Kementerian Kesehatan khususnya untuk menopang kebutuhan Obat Program khususnya dalam program pemberantasan Tuberculosis Paru (TB Paru).

Fasilitas produksi obat menghasilkan produk sediaan tablet, kapsul, serbuk, semisolid (salep, gel, krim), sirup serta sediaan injeksi, baik yang masuk dalam turunan Betalaktam maupun Non Betalaktam; sementara fasilitas produksi obat tradisional dilengkapi dengan mesin dan alat- alat untuk memproduksi ekstrak cair, kental dan kering serta sediaan produk jadi seperti kapsul, serbuk, tablet dan gel.

Yang rincian jumlah produknya yaitu *Over the Counter* (OTC) 17 produk, *EthicalGeneric* (OGB) 160 produk, Alat kesehatan 36 produk, dan *Ethical branded* 31 produk.

**Contoh alur produksi Tablet dan Kapsul :**



**Gambar II.4 Alur Produksi Produk Tablet dan Kapsul**

Selain memproduksi Tablet dan Kapsul, Fasilitas produksi utama dari PT Indofarma (Persero) Tbk yang lain yaitu produk Salep, Krim, Gel, Sirup, Sirup kering, Serbuk dan Elikzir. Sebagai bentuk komitmen dalam menjaga produk mutu yang dihasilkan, renovasi fasilitas produksi menjadi salah satu program utama perseroan. Upaya pembangunan dan perbaikan yang dilakukan disesuaikan

dengan regulasi terkini yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

**- Price**

PT Indofarma (Persero) Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang Farmasi. Harga produk yang ditetapkan oleh PT Indofarma tidak terlalu tinggi karena kebanyakan produk Indofarma merupakan obat generik yang harganya merakyat. Contohnya, produk BioVision Dus isi 30 harganya sekitar RP 85.000, produk Bioprost Dus isi 30 harganya sekitar RP 100.000, dan produk OBH Indoplus botol 100 ml harganya sekitar RP 12.500.

**- Place**

PT Indofarma memiliki cabang anggota yang tersebar di seluruh Indonesia. Kantor cabang tersebut dibagi berdasarkan tiga daerah regional. Yang rinciannya sebagai berikut :

Regional 1 :	- Banda Aceh	- Pontianak
	- Bandung	- Padang
	- Batam	- Pekanbaru
	- Jakarta 1	- Jambi
	- Medan	- Lampung

- Regional 2 :
- Bekasi
  - Denpasar
  - Kupang
  - Samarindal
  - Mataram
  - Purwokerto
  - Yogyakarta
  - Semarang
  - Solo
  - Tegal
  - Serang
  - Tangerang
- Regional 3 :
- Bogor
  - Jember
  - Cirebon
  - Makassar
  - Malang
  - Madiun
  - Banjarmasin
  - Manado
  - Jakarta 2
  - Papua
  - Surabaya 1
  - Surabaya 2

Di bidang jasa, Perseroan memberikan bentuk layanan jasa, berupa Sitem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIM RS) berbasis teknologi informasi yang bekerjasama dengan prinsipal IT untuk mengembangkan sistem IT sebuah rumah sakit secara keseluruhan. Layanan ini dikembangkan oleh entitas anak, PT Indofarma Global Medika (IGM).

**- Promotion**

Promosi yang dilakukan oleh PT Indofarma dilakukan biasa dilakukan oleh bagian marketing. Seperti diketahui, fungsi marketing adalah *create demand* yang programnya yaitu berupa promosi. Semua sub bagian penjualan memiliki

budget untuk melakukan promosi. Program promosi itu terdiri dari Sponsorship, Entertaint, KPLK (Kegiatan Promosi Luar Kota).

Dana untuk promosi dan KPLK harus disetujui terlebih dahulu oleh *Sales Manager* (SM). Bentuk promosi yang dilakukan oleh marketing yaitu kunjungan ke outlet yang terencana (Untuk MR target kunjungan yaitu 15 outlet per hari dan untuk Spv target kunjungan 7 outlet). Dalam setiap penjualan harus ada target. Jika target tersebut sukses akan mendapatkan *reward* dan jika gagal akan diberikan punishment yang bentuknya pembinaan.

Contoh kegiatan promosi yang dilakukan sebagai berikut. Di dalam marketing terdapat 3 divisi penjualan produk yaitu :

1. DME (*Diagnostics*/alat kesehatan) = Produknya berupa alat kesehatan ex: alat deteksi kanker dan Smart Diagnostic. Cara mempromosikan produk : dengan melakukan demonstrasi langsung alat kesehatan tersebut.
2. CHP/OTC (*over the counter/consumer health product*) = Produknya obat bebas ex: Biovision, Prolipid, zinkidzinc, dan OBH Indoplus. Cara mempromosikan produk : dengan membuka stan produk yang ingin dikenalkan kepada target konsumen.
3. OGB (Obat Generik Berlogo) = Produknya obat generik ex : Tablet tambah darah, Urispas 200, Obat kategori II-KDT (FDC) untuk TB, dan obat untuk memelihara kesendian. Cara mempromosikan produk : Dengan *up country* atau Kegiatan Promosi Luar Kota (KPLK).

Dalam *up country* tempat yang dituju harus yang *historical sales* nya bagus. Pasti ada dana- dana yang diberikan yaitu intercity (ongkos bensin), ongkos makan, dll. Rencana biaya tersebut sudah baku dan pasti ada.

### **- People**

Bagi PT Indofarma, Sumber Daya Manusia adalah salah satu elemen penting dalam hal pertumbuhan perusahaan. Pegawai menjadi ujung tombak Perusahaan dalam usahanya menjalankan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin kuat.

Menurut data tahun 2017, jumlah karyawan PT Indofarma sebanyak 881 orang. Komposisi karyawan berdasarkan Level Organisasi dan Jabatan yaitu, Manajer berjumlah 14 karyawan, Asisten Manajer berjumlah 45 karyawan, Supervisor berjumlah 161 orang, dan pelaksana berjumlah 661 orang.

### **- Packaging**

Packaging produk yang menarik dan baik pasti akan menarik minat untuk para konsumen. Untuk produk yang dikeluarkan PT Indofarma packagingnya sudah cukup dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu contoh produk yaitu, produk Bio Vision merupakan produk untuk menjaga kesehatan mata, jadi produk tersebut memiliki packaging yang bergambar mata yang sehat, agar konsumen yang membeli percaya produk tersebut akan bermanfaat jika dikonsumsi.

**- *Process***

Dalam proses kegiatan bisnisnya, PT Indofarma selalu berusaha untuk bekerja dengan baik dan optimal agar pelanggan setia tetap loyal terhadap perusahaan dan selalu berusaha untuk mencari pelanggan baru. Penggerak perusahaan seperti yang telah diketahui merupakan karyawan dari perusahaan itu sendiri.

Para karyawan selalu menjaga mutu produk dan layanan agar konsumen/pelanggan tetap loyal terhadap PT Indofarma. Seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi dalam perusahaan tersebut.

## BAB III

### PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

#### A. Bidang Kerja

Bidang Pemasaran/ Marketing PT Indofarma terdapat beberapa sub bagian yaitu pemasaran OGB/Generik, Pemasaran OTC &Herbal, Pemasaran Diagnostik/Alat-alat kesehatan, Pemasaran ekspor dan Marketing Support.

Pada hari pertama bimbingan praktikan dijelaskan mengenai ruang lingkup kegiatan perusahaan dan melakukan perkenalan diri kepada *staff* di bagian pemasaran. Sebelum melaksanakan pekerjaan pembimbing memaparkan terlebih dahulu proses kerjanya untuk selanjutnya praktikan mengaplikasikannya.

Bidang kerja praktikan adalah divisi *Marketing Support*. Pada bagian *Marketing Support*, terdapat beberapa *jobdesk* atau tugas utama seperti berikut:

1. Merencanakan, menganalisa, mengintegrasikan, mengendalikan, mengoptimalkan dan memonitor anggaran biaya pemasaran
2. Pelayanan klaim distributor
3. Verifikasi program promosi dan pelaporan performance/ kinerja pemasaran

4. Memberikan *support* sarana/ prasarana fasilitas yang dibutuhkan seluruh bidang marketing untuk membantu pencapaian kinerja tim pemasaran bisa berjalan efektif dan efisien

Merencanakan, menganalisa, mengintegrasikan, mengendalikan, mengoptimalkan dan memonitor anggaran biaya pemasaran. Kegiatan tersebut dimulai dari Rencana mingguan. Rencana tersebut adalah rencana aktivitas kunjungan yang dilakukan oleh *Supervisor* dan *Medical Representative*. *Medical Representative (MR)/Detailer* = Merupakan wakil perusahaan untuk menjelaskan produk dan promosi. Harus mampu menjelaskan seluk beluk produk yang ditawarkan secara detail kepada pelanggan. Yang termasuk pelanggan adalah dokter, apotik, dan Dinas Kesehatan.

Jadi, *Supervisor* dan MR harus memiliki komunikasi yang baik dengan para pelanggan dan harus bisa menanyakan kembali tentang pemesanan yang lalu, tanyakan apabila ada barang yang mereka tidak beli disertai dengan alasannya. Yang dilakukan saat kunjungan outlet diantaranya detailing produk dengan dokter dan membina hubungan yang baik (dengan memberitahu adanya promosi). Mereka harus mendapatkan informasi produk obat yang dijelaskan. Yang dilakukan dari hari Senin sampai dengan Jumat. Setiap kunjungan harus bisa dibuktikan dengan kartu kunjungan. Harus juga melaporkan Absensi serta bukti kunjungan per harinya dengan menyertakan bukti foto yang disertai waktu dan tanggal.

Data absensi dan kunjungan yang ada memiliki fungsi masing-masing. Absensi berfungsi untuk pemberian gaji karyawan sedangkan kunjungan untuk melihat pencapaian target. Ada bagian khusus yang menangani rekap hasil kunjungan dan absensi per bulannya. Untuk bukti telah melakukan kunjungan dan absensi melalui aplikasi *Instaplace*. Pencapaian target akan terlihat pada hasil kunjungan nantinya.

Pelayanan klaim distributor. Bidang marketing dalam pelayanan klaim oleh distributor harus melayani dengan optimal. Karena pengaruh distributor sangat besar terhadap penjualan maka harus maksimal dalam menangani klaim yang dilakukan oleh distributor agar konsumen/pelanggan tidak kecewa.

Verifikasi program promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seorang *supervisor marketing support* untuk memastikan kesesuaian realisasi program dengan skema yang telah ditetapkan sebelumnya. Kegiatan tersebut sangat penting karena promosi merupakan bagian dari kegiatan di Bidang Marketing.

Apabila dana yang diajukan untuk kegiatan promosi terlalu besar maka bisa saja kegiatan promosi tersebut tidak perlu diadakan. Sedangkan pelaporan performance/ kinerja pemasaran penting dilakukan karena setiap karyawan bidang marketing memiliki *Key Performance Indicator* (KPI) yang apabila tidak tercapai ada punishment berupa teguran, Surat Peringatan, sampai dengan mutasi.

Memberikan *support* sarana/ prasarana fasilitas yang dibutuhkan seluruh bidang marketing. Salah satu tugas penting dalam *marketing support* yaitu

memberikan bantuan/ dorongan sarana atau prasaran yang dibutuhkan untuk operasional Bidang Marketing di cabang, memberikan informasi *sales achievement* seminggu dua kali, memverifikasi usulan kegiatan promosi sampai dengan transfer biaya promosi ke cabang.

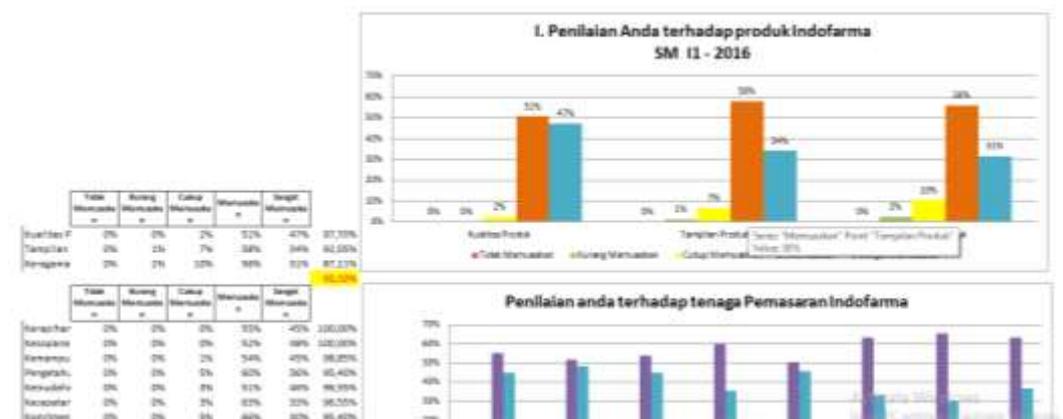
### **B. Pelaksanaan Kerja**

Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan berusaha menyelesaikan semua tugas yang diberikan dengan cepat dan tepat sesuai dengan arahan pembimbing. Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Indofarma, Praktikan ditugaskan untuk merekap data hasil survey kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan cabang beserta saran dan tanggapannya, merekap outlet cabang Indofarma yang ada di seluruh Indonesia, membandingkan data kepuasan tahun 2017 dengan tahun 2018 dan juga menginput data rekap SK pemberian insentif penjualan tenaga lapangan pemasaran tahun 2010, 2012, 2013 dan 2014.

Untuk dapat menyelesaikan tugas yang diberikan, Praktikan dibimbing oleh Bapak Sindu Kisworo selaku *Supervisor* sehingga Praktikan dapat memahami bidang pekerjaan yang dilakukan. Adapun pelaksanaan kerja yang Praktikan lakukan diantaranya sebagai berikut:

1. Melakukan input data rekap hasil survey kepuasan pelanggan tahun 2018 sesuai dengan arahan dari pembimbing.
2. Melakukan input data rekap saran/ tanggapan kepuasan pelanggan Cabang sesuai dengan arahan dari pembimbing.
3. Mengelompokkan saran- saran kepuasan pelanggan

4. Mengelompokkan saran- saran ketidakpuasan pelanggan
5. Melakukan input rekap outlet pelanggan cabang Indofarma sesuai dengan arahan dari pembimbing.
6. Melakukan analisis data pengajuan biaya promosi KPLK dan sponsorship cabang sesuai dengan arahan dari pembimbing.
7. Melakukan input data rekap SK pemberian insentif penjualan tenaga lapangan pemasaran tahun 2010, 2012, 2013 dan 2014.



**Gambar III.1 Contoh Daftar Kepuasan Pelanggan PT Indofarma**

### C. Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan berusaha agar pekerjaan yang dilakukan dapat selesai dengan hasil yang maksimal dan tepat waktu. Namun dalam pelaksanaannya tidak semua pekerjaan dapat diselesaikan dengan sempurna.

Beberapa kendala yang dihadapi Praktikan diantaranya:

### **1. Adaptasi di Lingkungan kerja**

Karena Praktik Lapangan Kerja ini merupakan pengalaman pertama bagi praktikan, pada awal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan praktikan mengalami permasalahan dalam hal berkomunikasi dengan karyawan, karena masih dalam tahap awal dan belum mengetahui karakter dari masing-masing rekan karyawan. Sehingga praktikan membutuhkan waktu untuk beradaptasi dalam lingkungan kerja dalam cara berkomunikasi dan manajemen waktu.

Praktikan mengalami kesulitan dalam hal penyesuaian diri di lingkungan kerja, karena suasana di lingkungan kerja sangat berbeda dengan suasana lingkungan di perkuliahan. Yang berbeda yaitu dari segi komunikasi dan manajemen waktu.

### **2. Kekhawatiran dan Gelisah**

Pada awal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan Praktikan memiliki rasa khawatir dan gelisah tidak dapat melaksanakan tugas yang diberikan. Karena Praktikan belum mengetahui sebelumnya tugas- tugas apa saja yang akan dikerjakan diperusahaan. Praktikan juga belum memiliki pengalaman bekerja disebuah perusahaan sebelumnya.

### **3. Kurangnya Pekerjaan yang di Berikan**

Praktikan merasa kurang dengan pekerjaan yang diberikan. Setelah Praktikan mengerjakan tugas yang diberikan, Praktikan tidak langsung diberi tugas yang lainnya. Tugas selanjutnya diberikan di minggu selanjutnya.

#### **D. Cara Mengatasi Kendala**

1. Dalam mengatasi kendala adaptasi di lingkungan kerja praktikan meminta saran dari orangtua dan teman sesama PKL bagaimana menghadapi lingkungan kerja yang berbeda dengan perkuliahan. Praktikan berbaur dengan karyawan yang lain dengan makan siang bersama dan kegiatan senam bersama. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Dawis and Lofquist (1984) mendefinisikan penyesuaian kerja sebagai hubungan antara individu dengan lingkungan kerja. Hubungan keduanya dapat digambarkan dengan hubungan yang harmonis antara individu dengan lingkungannya, kecocokan individu dengan lingkungannya, begitu juga sebaliknya, dan hubungan saling melengkapi antara individu dengan lingkungannya. Setiap individu mempunyai keinginan yang harus dipenuhi oleh lingkungannya, begitu juga lingkungan, juga memiliki persyaratan untuk dipenuhi oleh individu. Choirunnisa, Justitia, and Wahyuni (2014)

2. Cara Praktikan dalam mengatasi kendala di tempat kerja harus maksimal dalam memecahkan atau mengatasi masalah yang ada. Praktikan harus belajar lebih untuk mengatasi masalah di dalam pekerjaan. Semua masalah dalam pekerjaan pada dasarnya harus dipelajari lagi pada hal-hal yang membuat kita mengalami kesulitan. O'Hara mengemukakan postulat bahwa perkembangan karir pada dasarnya merupakan sebuah proses belajar. Karena proses pembuatan keputusan melibatkan apa yang sudah dipelajari oleh

individu tentang karir, maka tingkat belajarnya itu akan menentukan keefektifan pilihan-pilihannya. Pendekatan teori belajar pada dasarnya memandang perkembangan karir sebagai sebuah proses belajar. Misalnya, keterampilan dan peranan kerja dipelajari dan langsung diaplikasikan pada proses pembuatan keputusan. Tarsidi (2007)

Luthar and Cicchetti (2000) memaknai resiliensi karir sebagai proses perkembangan individu yang bersifat dinamis, bukan hanya sekedar karakteristik personal sehingga siapapun bisa menguasai kemampuan tersebut Anggraeni (2017). Resiliensi karir juga dimaknai sebagai kedewasaan karir yang dicirikan dengan kemampuan karyawan untuk bekerja lebih cerdas, beradaptasi lebih baik, pencapaian lebih tinggi dan kinerja yang lebih unggul (Crites, 1978).

3. Cara Praktikan dalam mengatasi kendala kurangnya pekerjaan yang diberikan yaitu Praktikan meminta informasi tentang perusahaan kepada karyawan. Praktikan mencatat informasi yang diberikan oleh karyawan perusahaan yang akan dimasukkan ke dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan. Apabila masih ada waktu luang Praktikan akan mulai menyusun Laporan Praktik Kerja Lapangan sembari menunggu tugas yang lain diberikan.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

PKL (Praktik Kerja Lapangan) merupakan salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. PKL sangat bermanfaat bagi mahasiswa karena dapat memperoleh keterampilan, pengalaman kerja dan pengetahuan yang belum pernah mahasiswa rasakan. Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dalam jangka waktu selama satu bulan dimulai dari tanggal 28 Januari sampai 28 Februari 2019, praktikan memperoleh kesimpulan dari apa yang telah dikerjakan dan dilaporkan sebagai berikut:

1. Praktikan ditempatkan di divisi Marketing Support yang tugasnya melakukan input data survey kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dicabang. Kegiatan ini berguna bagi praktikan untuk mengaitkan antara teori dari buku dan pelajaran yang didapat dari perkuliahan mengenai dunia pemasaran.
2. Praktikan mulai memahami bagaimana proses pemasaran PT. Indofarma (Persero) Tbk dalam mengelola pemasaran produknya yaitu produk OGB, OTC dan alat- alat kesehatan.

3. Banyak manfaat dan pelajaran yang tidak didapat praktikan selama perkuliahan dan dapat praktikan peroleh dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, praktikan mencoba untuk memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan guna kemajuan dimasa mendatang, diantaranya:

### **- Bagi PT Indofarma (Persero) Tbk**

Perusahaan diharapkan dapat memberi Job desk yang cukup dan jelas supaya praktikan bisa memaksimalkan tugasnya dan terbiasa dengan dunia kerja.

### **- Bagi Universitas**

Sebaiknya diadakan pembekalan bagi para mahasiswa yang akan melaksanakan PKL seperti informasi mengenai proses yang harus dilakukan untuk mengajukan izin PKL ke perusahaan.

### **- Bagi Praktikan lain**

Mahasiswa patut mempersiapkan diri sebaik mungkin dengan memperbanyak wawasan tentang bidang kerja apa yang akan menjadi tujuan tempat PKL agar memudahkan dalam beradaptasi dan bersosialisasi dengan lingkungan kerja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annual Report Tahun 2017 PT Indofarma (Persero) Tbk.
- Anggraeni, A. I. (2017). Membangun Resiliensi Karir Karyawan di Dalam Organisasi: Tinjauan Teori Konstruktivis Sosial. *Sustainable Competitive Advantage-7 (SCA-7) FEB UNSOED*.
- Choirunnisa, S. C., Justitia, D., & Wahyuni, E. (2014). GAMBARAN PENYESUAIAN KERJA SISWA YANG MENJALANKAN PRAKTEK KERJA INDUSTRI DI PT GM (Studi Kasus pada Siswa Kelas IX SMK Jakarta 1). *INSIGHT: Jurnal Bimbingan Konseling*, 3(2), 96-102.
- Dawis, R. V., & Lofquist, L. H. (1984). *A psychological theory of work adjustment: An individual-differences model and its applications*: University of Minnesota Press.
- Luthar, S. S., & Cicchetti, D. (2000). The construct of resilience: Implications for interventions and social policies. *Development and psychopathology*, 12(4), 857-885.
- Tarsidi, D. (2007). Teori perkembangan karir. *Artikel.[Online]. Tersediadi: <http://D-TARSIDI.BLOGSPOT.COM/200/100/10/TEORI-PERKEMBANGANKARIR.HTML>*.

## LAMPIRAN- LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Permohonan PKL



Building  
Faktor  
Indones

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220

Telepon Faksimile : Rektor : (021) 4892854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982

BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752100

Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486

Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 15856/UN39.12/KM/2018

24 Oktober 2018

Lamp. :-

Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan Mandiri

Kepada Yth.

HRD PT. Indofarma (Persero) Tbk.

Jl. Indofarma No. 1 Cikarang Barat - Bekasi 17530

Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama	: Aisyah Vianya
Nomor Registrasi	: 8135161829
Program Studi	: Pendidikan Bisnis
Fakultas	: Ekonomi
Jenjang	: S1
No. Telp/Hp	: 085920747481

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah "Praktek Kerja Lapangan (PKL)" pada tanggal **28 Januari 2019** sampai dengan tanggal **28 Februari 2019**.

Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan  
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sugumoyo, SH.  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis

## Lampiran 2 Daftar Hadir PKL


**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R. Jalan Bojonegara Makin, Jakarta 13220  
 Telpun (021) 4721227-4706285, Fax: (021) 4706285  
 Laman: www.unj.ac.id



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

Nama : Aisyah Vianita  
 No. Registrasi : 8135161829  
 Program Studi : Pendidikan Bisnis  
 Tempat Praktik : PT. Indofarma (Persero) Tbk.  
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Tambora No 1, Manggala, Jakarta 13150

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 28 Januari 2019	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 29 Januari 2019	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 30 Januari 2019	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 31 Januari 2019	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jum'at, 01 Februari 2019	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 04 Februari 2019	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Rabu, 06 Februari 2019	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Kamis, 07 Februari 2019	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Jum'at 08 Februari 2019	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Senin, 11 Februari 2019	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Selasa, 12 Februari 2019	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Rabu, 13 Februari 2019	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Kamis, 14 Februari 2019	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Jum'at 15 Februari 2019	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Senin, 18 Februari 2019	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 28.2.2019  
 Penilai,  
  
**indofarma**  
 (A Amical A)  
 Marketing Support Manager

Catatan:  
 Formasi ini dapat dipertanyakan secara berkesinambungan  
 Melalui telepon dengan menyalakan cap Internet/Permanenan

**Lampiran 3 Daftar Hadir PKL**



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
 Telepon (021) 4721227-4706283, Fax (021) 4706283  
 Laman: www.uj.ac.id



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

Nama : Aisyah Vianita  
 No. Registrasi : 9135161879  
 Program Studi : Pendidikan Bisnis  
 Tempat Praktik : PT Indofarma (Persero) Tbk.  
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Tamlak No 2, Manggabaya, Jakarta, 13150

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

Jakarta, 28-2-2019  
 Penulis,  
  
[Signature]  
 Marketing Support & Promosi

**Catatan:**  
 Formasi ini dapat dipertanggung jawabkan  
 Mohon legittim dengan menandatangani cap Instansi/Pertemuan

Lampiran 4 Penilaian PKL



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Dehong II, Jalan Baworangan Mula, Jakarta 13229  
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
 Laman: www.uj.ac.id



---

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

Nama : Aisyah Vianita  
 No.Registrasi : 5135161829  
 Program Studi : Pendidikan Bisnis  
 Tempat Praktik : PT Indofarma (Persero) Tbk  
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Tambora No 3 Manggarai, Jakarta 13150

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																																		
1	Kehadiran	100	1. Keterangan Penilaian : <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: left;">Skor</td> <td style="text-align: left;">Nilai</td> <td style="text-align: left;">Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table> 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; width: fit-content; margin: 5px auto;"> <math>\frac{965}{10 \text{ (sepuluh)}} = 96,5</math> </div> Nilai Akhir : <table style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px;">97</td> <td style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px;">A</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center; font-size: small;">huruf</td> </tr> </table>	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	97	A	Angka bulat	huruf
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																																			
97	A																																				
Angka bulat	huruf																																				
2	Kedisiplinan	95																																			
3	Sikap dan Kepribadian	93																																			
4	Kemampuan Dasar	98																																			
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	97																																			
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	95																																			
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	96																																			
8	Aktivitas dan Kreativitas	96																																			
9	Kecopatan Waktu Penyelesaian Tugas	97																																			
10	Hasil Pekerjaan	98																																			
<b>Jumlah</b>		<b>965</b>																																			

Jakarta, 28-2-2017  
  
**Indofarma**  
 A. Anisul A.,  
 Marketing Support Manager

Catatan :  
 Mohon legatlas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

**Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai PKL****SURAT KETERANGAN**

Nomor : 085 / SDM / KET / III / 2019

Kami yang bertandatangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : AISYAH VIANYTA  
N P M : 8135161829  
Program Studi : Strata 1 (S1) Pendidikan Bisnis  
Universitas Negeri Jakarta  
Jurusan : Ekonomi

Telah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Indofarma (Persero) Tbk. dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah, pada tanggal 28 Januari – 28 Februari 2019.

Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 1 Maret 2019

PT. Indofarma (Persero) Tbk.

**RAHMAT KOMARUDIN, SE., MM.**  
Asisten Manajer SDM

**Lampiran 6 Format Penilaian****FORMAT PENILAIAN****SEMINAR PRAKTIK KERJA LAPANGAN****FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**Nama** : Aisyah Vianyta  
**No reg** : 8135161829  
**Program Studi** : Pendidikan Bisnis

<b>NO.</b>	<b>Kriteria Penilaian</b>	<b>Interval Skor</b>	<b>Skor</b>
<b>A. Penilaian Laporan PKL</b>			
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>B. Penilaian Presentasi Laporan</b>			
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 argument	0 - 20	
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	

Jakarta, .....

Penilai,

.....

## Lampiran 7 Log Harian

### Log Harian Praktk Kerja Lapangan

#### Pada Bidang Pemasaran

#### PT Indofarma (Persero) Tbk.

Tanggal 28 Januari – 28 Februari 2019

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan yang Dilakukan
1.	Senin, 28 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan briefing oleh Pak Sindu Kisworo selaku <i>Supervisor</i> di bagian <i>Marketing Support</i>.</li> <li>• Diperkenalkan dengan seluruh karyawan Bidang Pemasaran.</li> <li>• Mempelajari serta Melakukan Input data Rekap Hasil Survey Kepuasan Pelanggan Tahun 2018</li> </ul>
2.	Selasa, 29 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan Input data Rekap Saran/ Tanggapan Kepuasan Pelanggan di cabang</li> </ul>
3.	Rabu, 30 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelompokkan data saran pelanggan tahun 2018 menjadi</li> </ul>

		beberapa bagian
4.	Kamis, 31 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan pekerjaan mengelompokkan data saran pelanggan</li> </ul>
5.	Jumat, 01 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelompokkan data Rekap Saran kepuasan pelanggan tahun 2018</li> </ul>
6.	Senin, 04 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelompokkan Rekap Saran Ketidakpuasan pelanggan tahun 2018</li> </ul>
7.	Rabu, 06 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menginput data Rekap Engagement pelanggan dicabang</li> </ul>
8.	Kamis, 07 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan input data Rekap outlet (apotek, Rumah Sakit, dan PT) cabang PT Indofarma.</li> </ul>
9.	Jumat, 08 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan input data Rekap outlet.</li> </ul>
10.	Senin, 11 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan input data Rekap outlet (apotek, Rumah Sakit, dan PT) cabang PT Indofarma.</li> </ul>
11.	Selasa, 12 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merapikan berkas- berkas saran kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan.</li> </ul>

12.	Rabu, 13 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dijelaskan cara merekap kunjungan oleh <i>Supervisor</i> dan MR (<i>Medical Representative</i>) yang ada di cabang</li> </ul>
13.	Kamis, 14 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput data Rekap perbandingan Kepuasan pelanggan tahun 2017 dan 2018.</li> </ul>
14.	Jumat, 15 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput data Rekap perbandingan Kepuasan pelanggan tahun 2017 dan 2018.</li> </ul>
15.	Senin, 18 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput data Rekap perbandingan Ketidakpuasan pelanggan tahun 2017 dan 2018.</li> </ul>
16.	Selasa, 19 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput data Rekap perbandingan Ketidakpuasan pelanggan tahun 2017 dan 2018.</li> </ul>
17.	Rabu, 20 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput data Rekap perbandingan Ketidakpuasan pelanggan tahun 2017 dan 2018</li> </ul>
18.	Kamis, 21 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dijelaskan Rekap Survey Ketidakpuasan pelanggan sekaligus batas <i>Margin of Error</i> pada data</li> </ul>

		tahun 2018
19.	Jumat, 22 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dijelaskan Rekap Survey Kepuasan pelanggan pada data tahun 2018</li> </ul>
20.	Senin, 25 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun dan merapihkan data Kepuasan dan Ketidakpuasan pelanggan tahun 2018</li> </ul>
21.	Selasa, 26 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput data Rekap SK pemberian insentif penjualan tenaga lapangan bagian pemasaran tahun 2010</li> </ul>
22.	Rabu, 27 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memeriksa dan menyocokkan data SK pemberian insentif penjualan oleh tenaga lapangan pemasaran tahun 2012, dan 2013.</li> </ul>
23.	Kamis, 28 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memeriksa dan menyocokkan data SK pemberian insentif penjualan oleh tenaga lapangan pemasaran tahun 2014.</li> </ul>

**Lampiran 8 Jadwal Kegiatan PKL**

No.	Bulan/Kegiatan	Okt 2018	Nov 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019	Mar 2019	Nov 2019
1	Pendaftaran PKL							
2	Surat Permohonan PKL ke Perusahaan							
3	Pelaksanaan Program PKL							
4	Penulisan Laporan PKL							
5	Penyerahan Laporan PKL							
6	Koreksi Laporan PKL							
7	Batas akhir Penyerahan Laporan PKL							

**Lampiran 9 Dokumentasi**

