

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA DIVISI
PEMASARAN PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK**

FITRI SINTYA DEWI

8215165209



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***INTERNSHIP REPORT AT MARKETING DIVISION IN PT.
GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK.***

FITRI SINTYA DEWI

8215165209



***This Internship Report was written to comply one of the
requirements to get a Bachelor of Economics Degree at Faculty
of Economy in State University of Jakarta***

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

Fitri Sintya Dewi. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., *Management Building, Garuda City, Soekarno-Hatta International Airport*, Tangerang 15111, Indonesia, PO BOX 1004 TNG BUSH, 16 Juli – 14 September 2019. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu mata kuliah wajib pada semester 7 dimana Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dapat mengaplikasikan teori-teori dan pelajaran yang telah didapatkan pada semester sebelumnya untuk diaplikasikan secara nyata di dunia pekerjaan. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Departemen Marketing pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Tugas yang diberikan kepada praktikan berkaitan dengan Membuat *Marketing Innovation Idea*, Rapat bersama Klien dan Menghadiri Undangan Acara, *Competitor Intelligent*, *Project Monitoring and Assisting: August-Sept*,

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan (PKL), *marketing innovation idea*, *competitor intelligence*, *project monitoring*, *Marketing Innovation & Research*

ABSTRACT

Fitri Sintya Dewi. *Internship report in PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., Management Building, Garuda City, Soekarno-Hatta International Airport, Tangerang 15111, Indonesia, PO BOX 1004 TNG BUSH, July 30th – September 28th, 2018. Bachelor Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.*

Internship is one of the compulsory courses in semester 7 where students of the Jakarta State University (UNJ) can apply theories and lessons learned in the previous semester to be applied in the world of work. Praktikan carries out Field Work Practices (PKL) in the Marketing Department at PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. The assignment given to the practitioner is related to Creating a Marketing Innovation Idea, Meeting with Clients and Attending Event Invitations, Competitor Intelligence, Project Monitoring and Assisting: August-Sept.

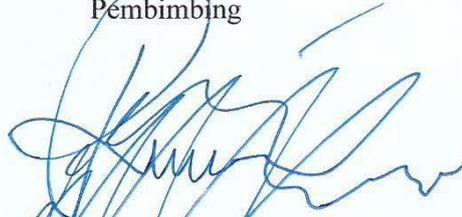
Keywords: Internship, marketing innovation idea, competitor intelligence, project monitoring, Marketing Innovation & Research

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada PT. Garuda
Indonesia (Persero) Tbk.
Nama Praktikan : Fitri Sintya Dewi
Nomor Registrasi : 8215165209
Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Mohamad Rizan, M.M.
NIP. 197206272006041001

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Suherman, S.E., M.Si.
NIP. 197311162006041001

Seminar Pada Tanggal,.....

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

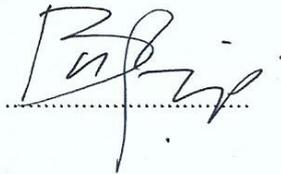


Dr. Suherman, S.E., M.Si.

NIP 197311162006041001

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|---------------|--------------|---------|
| Ketua Penguji | | |

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP 196301191992032001



28 Januari 2020

Penguji Ahli

Ika Febrilia, SE, M.M.
NIP 198702092015042001



28 Januari 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Mohamad Rizan, M.M.
NIP 17206272006041001



28 Januari 2020

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya Praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Laporan ini di susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Praktikan mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini Praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Praktikan yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada Praktikan selama penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
2. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Suherman selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Arsena Permasadhie selaku *Vice President Marketing* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. yang telah menerima dengan baik Praktikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.
5. Bapak Dea Tanyo Iskandar selaku *Ex. Manager of Marketing Innovation and Research* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. serta pembimbing Praktikan

selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dan Bapak Ridho Arindiko selaku *Plh Manager Marketing Innovation and Research* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

6. Segenap pegawai JKTCM Garuda Indonesia yang senantiasa memberikan semangat dan menerima Praktikan sebagai bagian dari Departemen *Marketing* (JKTCM).
7. Keluarga, sahabat dan rekan-rekan yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan.

Praktikan menyadari bahwa dalam penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik serta saran yang membangun sangat Praktikan harapkan. Semoga penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 28 Januari 2020

Praktikan

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I 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 TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN..... | 11 |
| A. Sejarah Umum Perusahaan | 11 |
| B. Struktur Organisasi Perusahaan | 20 |
| C. Kegiatan Umum Perusahaan | 24 |
| BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN..... | 35 |
| A. Bidang Pekerjaan | 35 |
| B. Pelaksanaan Kerja..... | 36 |
| C. Kendala Yang Dihadapi | 61 |
| D. Cara Mengatasi Kendala | 64 |
| BAB IV PENUTUP | 70 |
| A. Kesimpulan | 70 |
| B. Saran..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar II. 1 Logo PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk..... | 19 |
| Gambar II. 2 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. | 20 |
| Gambar II. 3 Struktur Organisasi JKTCM PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. | 21 |
| Gambar III. 1 Presentasi <i>Marketing Innovation Idea</i> | 38 |
| Gambar III. 2 Rapat bersama Klien | 41 |
| Gambar III.3 GA <i>Kids Day</i> 2019 | 42 |
| Gambar III. 4 <i>Launching New Safety Video</i> Garuda Indonesia 2019 | 43 |
| Gambar III. 5 Peringatan Hari Kemerdekaan RI 2019 | 44 |
| Gambar III. 6 Rapat Internal JKTCMI | 45 |
| Gambar III. 7 Pemberian Materi <i>Marketing Strategy</i> oleh Bapak Dea Tanty | 46 |
| Gambar III. 8 Rapat bersama Nature Republik | 47 |
| Gambar III. 9 PPT <i>Competitor Intelligence</i> | 48 |
| Gambar III. 10 <i>Key Visual Book Your Meal</i> | 49 |
| Gambar III. 11 PPT GA <i>Havas Bank Image</i> | 50 |
| Gambar III. 12 <i>Key Visual #GIAUNTUKINDONESIA</i> | 51 |
| Gambar III. 13 PPT <i>Key Visual Promo Garuda Online Sales</i> | 52 |
| Gambar III. 14 Jadwal Liga 2 – <i>Group Timur</i> | 53 |
| Gambar III. 15 <i>Schedule flight PSIM</i> bersama Garuda Indonesia <i>Group</i> | 54 |
| Gambar III. 16 <i>Key Visual New Feature Voice Command and Virtual Assistant</i> pada <i>GIA Mobile App</i> | 55 |
| Gambar III. 17 PPT <i>Editorial Plan Content</i> | 57 |
| Gambar III. 18 <i>Input Data Survei Haji</i> 2019 | 59 |
| Gambar III. 19 <i>Key Visual Rute Baru Manado-Davao</i> | 60 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel II. 1: Tabel <i>SINCERITY</i> sebagai Budaya Perusahaan | 18 |
|---|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1: Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) | 77 |
| Lampiran 2: Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL) | 87 |
| Lampiran 3: Surat Persetujuan Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) | 89 |
| Lampiran 4: Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL) | 90 |
| Lampiran 5: Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL) | 93 |
| Lampiran 6: Sertifikat Penyelesaian Magang | 94 |
| Lampiran 7: Rapat Bersama Klien | 95 |
| Lampiran 8: Menghadiri Undangan Acara <i>Launching New Safety Video Garuda Indonesia & GA Kids Day 2019</i> | 96 |
| Lampiran 9: Daftar Data Survei Kepuasan Haji 2019 | 97 |
| Lampiran 10: Dokumentasi Foto bersama Karyawan <i>Department Marketing Garuda Indonesia</i> | 98 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah kegiatan yang diwajibkan oleh Perguruan Tinggi Negeri (PTN) untuk mengamati dan merasakan bagaimana bekerja di dunia kerja yang sebenarnya, hal ini dilakukan dalam rangka mewujudkan dan menghasilkan tenaga ahli dan profesional yang berkualitas. Mahasiswa mendapat sarana untuk mengaplikasikan pelajaran yang selama ini telah di dapatkan di kampus ke dalam dunia perusahaan langsung. Dengan itu mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk merasakan pengalaman di dunia kerja dan dapat meningkatkan nilai-nilai kognitif maupun afektif serta keterampilan lainnya yang mendukung Praktikan untuk bersaing di dunia kerja. Maka diharapkan kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini dapat menjadi wadah bagi Praktikan untuk menjadi individu yang unggul dalam penguasaan keahlian operasional dan profesionalisme kerja yang baik.

Perkembangan teknologi dan komunikasi serta meningkatnya kebutuhan aktivitas perekonomian dunia menjadi salah satu sarana meningkatnya globalisasi. Globalisasi menyebabkan tingginya mobilitas masyarakat dunia, dalam hal transportasi menjadi hal yang berperan penting untuk menunjang keberlangsungan aktivitas masyarakat. Transportasi udara

adalah salah satu moda transportasi yang berperan dalam menyokong kegiatan masyarakat di dunia. Globalisasi yang menyebabkan tingginya mobilitas masyarakat dunia menjadikan perkembangan didalam industri maskapai penerbangan semakin meningkat. Maskapai penerbangan adalah suatu organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Penyediaan jasa ini dilakukan dengan menyewa atau memiliki pesawat terbang dan membentuk kerjasama dengan maskapai lainnya untuk mencapai keuntungan bersama.

Praktikan memilih untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. karena Praktikan tertarik dengan industri maskapai penerbangan serta bagaimana cara maupun sistem pemasaran yang ada di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Selain itu Praktikan juga mengagumi PT. Garuda Indonesia karena merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang memiliki integritas tinggi dan terkenal memiliki prestasi yang baik di mata masyarakat. Praktikan memanfaatkan kesempatan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. untuk menambah pengetahuan serta wawasan mengenai *marketing* perusahaan ini. Praktikan ingin mengetahui bagaimana cara kerja dari PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dalam memberikan pelayanan terbaiknya dan khususnya cara kerja pada *unit Marketing Innovation and Research* dalam melakukan marketing research dan mengolahnya menjadi inovasi baru serta perbaikan pelayanan pada Garuda Indonesia. Praktikan banyak

belajar dari *unit Marketing Innovation and Research* di mana praktikan ditempatkan selama PKL.

Kemudian Praktikan mengajukan permohonan Praktik Kerja Lapangan pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dan Praktikan ditempatkan di Departemen yang relevan dengan konsentrasi Praktikan di Program Studi S1 Manajemen, yakni Departemen *Marketing* pada *unit Marketing Innovation and Research*.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

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

1. Maksud Praktik Kerja Lapangan

- a. Merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- b. Kesempatan untuk memperoleh pengalaman bekerja dan ilmu pengetahuan baru dalam mengembangkan diri Praktikan, khususnya dalam bidang *Marketing* di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
- c. Mempelajari dan menerapkan ilmu-ilmu bidang Pemasaran yang sesuai dengan konsentrasi Praktikan yaitu Manajemen Pemasaran.

- d. Berkontribusi dalam membantu PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. sebagai instansi dimana Praktikan menjalankan Praktik Kerja Lapangan

2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

- a. Mendapatkan pengetahuan secara langsung mengenai cara kerja divisi Pemasaran di sebuah perusahaan maskapai penerbangan nasional, Khususnya pada *unit Marketing Innovation and Research*. Dapat mengetahui dan menguasai ilmu manajemen yang diterapkan pada *unit Marketing Innovation and Research*. Dan dapat membuat marketing innovation idea.
- b. Mendapatkan pengetahuan untuk mengolah data survei kepuasan pelanggan agar dapat dijadikan sebuah inovasi baru dan perbaikan pelayanan untuk memuaskan pelanggan.
- c. Mahasiswa dapat berinteraksi secara langsung dengan kegiatan kerja di lapangan.

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan selama Praktikan melaksanakan kegiatan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., antara lain:

1. Bagi Praktikan

- a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

- b. Sebagai sarana pembelajaran praktikan untuk melatih pola pikir, kreativitas, dan keberanian yang sangat diperlukan untuk diterapkan pada dunia kerja.
- c. Melatih kemampuan dan keterampilan praktikan sesuai pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- d. Mendapatkan gambaran tentang kondisi nyata dunia kerja dan memiliki pengalaman terlibat langsung dalam suatu instansi, baik itu instansi pemerintah maupun swasta.
- e. Dapat melatih profesionalisme, dan kemampuan penunjang lainnya sesuai dengan standar dunia kerja.
- f. Menjalin relasi dan bersosialisasi dengan karyawan di tempat praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, sehingga di masa yang akan datang diharapkan dapat terjalin kerjasama positif antara karyawan setempat dengan praktikan.

2. Bagi Universitas

- a. Menjalin hubungan baik antara lingkungan akademis dengan lingkungan dengan lingkungan industri, khususnya lingkungan perusahaan.
- b. Dapat menghasilkan sarjana-sarjana yang handal dan memiliki pengalaman di bidangnya.
- c. Sebagai bahan masukan dan penyempurnaan kurikulum perkuliahan bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, khususnya

Program Studi S1 Manajemen sebagai sarana pengenalan, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya jurusan Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran untuk menghasilkan tenaga-tenaga terampil sesuai dengan kebutuhan.

3. Bagi Perusahaan

- a. Menjalinkan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara pihak fakultas dengan perusahaan.
- b. Sebagai sarana untuk mengetahui kualitas pendidikan yang ada di Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta dan untuk mengetahui kriteria tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan.
- c. Merupakan realisasi dari adanya misi sebagai fungsi dan tanggung jawab sosial serta kelembagaan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan pada:

Nama Perusahaan: PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Tempat : Garuda Indoneisa Management Building

Garuda City Center (GCC)

Soekarno-Hatta International Airport

PO Box 1004 BUSH 19120

Cengkareng-Indonesia

Nomor Telepon: 021-25601001 (Head Office)

E. Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Jadwal waktu praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan terdiri dari beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan pelaporan. Pelaksanaan tahapan-tahapan tersebut antara lain:

1. Tahapan Persiapan

Sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan mengurus surat permohonan Praktik Kerja Lapangan di BAAK yang ditujukan ke PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Praktikan mendapatkan informasi tentang program Praktik Kerja Lapangan di tempat tersebut dari senior yang sudah terlebih dahulu melaksanakan PKL dan juga dari rekan Ayah Praktikan yang bekerja di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Pada 25 Oktober 2018 Praktikan meminta pembukaan akses ke Gedung R Fakultas Ekonomi agar praktikan dapat mengakses formulir pendaftaran secara *online* melalui *web* SIPERMAWA, kemudian menunggu proses selesai.

Pada tanggal 1 November 2018, praktikan mengambil surat permohonan yang telah diproses di BAAK. Seminggu kemudian Praktikan menyerahkan berkas-berkas yang di perlukan untuk permohonan Praktik Kerja Lapangan dan bertemu langsung dengan Ibu

Dias Diandra yang merupakan salah satu staff di Garuda Indonesia *Training Center* (GITC) untuk mengajukan permohonan izin PKL serta melakukan wawancara singkat terkait *unit* penempatan yang diinginkan dan peraturan ataupun budaya yang harus dipatuhi saat melangsungkan kegiatan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Pada tanggal 21 Desember 2018, Praktikan menerima konfirmasi dari Ibu Dias Diandra bahwa praktikan diperkenankan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dan diarahkan untuk melanjutkan proses perekrutan lanjutan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Berdasarkan arahan tersebut, Praktikan selanjutnya diminta datang ke Garuda Indonesia *Training Center*, Duri Kosambi, Jakarta Barat dalam hal menyelesaikan proses persiapan administrasi dan penempatan posisi. Kemudian praktikan menandatangani surat pernyataan, mengisi biodata, diberikan absensi dan tata tertib PKL. Ibu Dias Diandra menyiapkan surat pengantar untuk kemudian ditujukan kepada Ibu Euis Ayuantika, salah satu *staff* dari *Departemen Human Capital Management* untuk proses penempatan posisi PKL di unit terkait.

Praktikan langsung menuju Garuda *City Center*, terletak di Garuda Indonesia *Management Building*, Cengkareng. Praktikan langsung menyampaikan surat pengantar kepada Ibu Euis Ayuantika, dan dimohon untuk menunggu kabar penempatan hingga mendapat kabar langsung dari Departemen SDM.

Praktikan senantiasa mem-*follow up* proses penempatan kepada Ibu Euis, hingga pada hari Senin tanggal 21 Januari 2019 praktikan dihubungi oleh Ibu Euis untuk datang ke kantor, beliau mengabarkan bahwa kuota magang untuk periode 21 Januari 2019 – 15 Maret 2019 sudah penuh, kemudian saya meminta beliau untuk menjadwalkan ulang periode PKL praktikan menjadi tanggal 15 Juli – 6 September 2019.

Setelah menjadwalkan ulang, praktikan senantiasa mem-*follow up* hingga pada hari Jum'at, tanggal 12 Juli 2019 Praktikan dinyatakan dapat memulai PKL pada hari Senin, 16 Juli 2019 di *Departemen Marketing* (CM) tepatnya di *Unit Marketing Innovation and Research* (JKTCMI).

2. Tahapan Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 40 hari kerja, terhitung mulai tanggal 16 Juli s.d 9 September 2019.

Dengan Ketentuan jam operasional:

Hari Kerja: Senin s.d Jumat.

Jam Kerja: 07.30 – 16.30 WIB.

Jam Istirahat: 12.00 – 13.00 WIB.

3. Tahapan Pelaporan

Setelah Praktikan menyelesaikan kegiatan PKL selanjutnya Praktikan memiliki kewajiban untuk memberikan laporan mengenai aktivitas dan hasil kerja selama Praktik Kerja Lapangan kepada Universitas. Penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan dimulai September s.d 2019. Penulisan dimulai dengan mencari data-data yang

dibutuhkan untuk menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan, dimana data-data tersebut diolah dan diserahkan sebagai tugas akhir laporan Praktik Kerja Lapangan.

BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Umum Perusahaan

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. didirikan berdasarkan akta No. 137 tanggal 31 Maret 1950 dari notaris Raden Kadiman. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam surat keputusannya No. J.A.5/12/10 tanggal 31 Maret 1950 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Serikat No. 30 tanggal 12 Mei 1950, tambahan No. 136.

Berdasarkan Akta No. 8 tanggal 4 Maret 1975 dari Notaris Soeleman Ardjasasmita, S.H., PT Garuda Indonesia Tbk berubah menjadi Persero dari Perusahaan yang awalnya merupakan Perusahaan Negara. Hal tersebut merupakan realisasi Peraturan Pemerintah No. 67 tahun 1971. Perubahan ini telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 68 tanggal 26 Agustus 1975, tambahan No. 434.

Anggaran Dasar tersebut beberapa kali mengalami perubahan dan kemudian diubah seluruhnya berdasarkan Akta No. 35 tanggal 17 Mei 2018 dari Aulia Taufani, S.H., notaris di Jakarta, sehubungan harmonisasi dan sinkronisasi anggaran dasar di Kementerian BUMN. Kementerian Hukum dan Asasi Manusia Republik Indonesia menerima perubahan tersebut

melalui Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Anggaran Dasar No. AHU. AH.01.03-0214641 tanggal 8 Juni 2018.

Pada tahun 1956, untuk pertama kalinya maskapai tanah air membawa penumpang jamaah Haji ke Mekkah sebagai manifestasi dari perkembangan Perseroan dan memasuki kawasan Eropa pada tahun 1965 dengan tujuan akhir di Amsterdam. Dua dekade berikutnya menandai titik penting dalam sejarah Perseroan di mana terjadi revitalisasi dan restrukturisasi terhadap seluruh struktur Perseroan dan kegiatan operasional guna memasuki era persaingan terbuka industri penerbangan baik di kalangan nasional maupun internasional.

Revitalisasi yang dilakukan Perseroan antara lain diwujudkan melalui pembangunan kapasitas sumber daya manusia yang baik dan berkelanjutan. Melalui pendirian sebuah pusat pelatihan karyawan, yaitu Garuda Indonesia *Training Center* (GITC) yang berlokasi di Jakarta Barat, Perseroan berhasil melahirkan karyawan yang unggul dan kompeten guna memasuki era persaingan terbuka industri penerbangan secara nasional maupun internasional. Revitalisasi juga dilakukan terhadap struktur dan kegiatan operasional sebagai manifestasi dari kegigihan Perseroan. Demi mendukung perkembangan yang berkesinambungan, Garuda Indonesia juga mendirikan Pusat Perawatan Pesawat, *Garuda Maintenance Facility Aero Asia* (GMFAA) di Bandara Internasional Soekarno-Hatta pada rentang waktu yang sama.

Pertumbuhan bisnis Perseroan meningkat secara signifikan di era 90-an dan awal milenium, di mana masa tersebut merupakan momentum kolektif yang digunakan dengan baik oleh Garuda Indonesia dalam menyusun strategi jangka panjang sebagai tolok ukur prestasi Perseroan beberapa tahun ke depannya. Manajemen baru tersebut membawa Perseroan mengkritisi faktor internal secara konsisten melalui pembaharuan, standardisasi evaluasi, langkah strategis serta peningkatan efisiensi.

Pada tahun 2008, Garuda Indonesia menorehkan sejarah baru di industri penerbangan dengan berhasil menjadi satu-satunya maskapai Indonesia yang memperoleh sertifikasi IATA *Operational Safety Audit (IOSA) Operator*. Prestasi yang diraih merupakan refleksi dari Perseroan dalam bersungguh-sungguh menerapkan Nilai-Nilai Perusahaan yang telah menjadi landasan penyusunan pola strategi terhadap penyempurnaan diri.

Pada tanggal 11 Februari 2011, kredibilitas Garuda Indonesia berhasil membawa Perseroan menuju ke langkah baru dengan menjadi perusahaan publik setelah melakukan penawaran umum perdana (*Initial Public Offering*) atas 6.335.738.000 saham Garuda Indonesia kepada masyarakat. Saham tersebut telah dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia pada 11 Februari 2011 dengan kode GIAA.

Beragam apresiasi nasional dan internasional berhasil diraih oleh Garuda Indonesia melalui performa yang menunjukkan kegigihan, kedisiplinan, serta integritas tinggi semua pihak yang telah memberikan kontribusi nyata.

Tahun 2013 merupakan momen bersejarah bagi kemajuan Perseroan; Garuda Indonesia memperoleh penghargaan “*The World’s Best Economy Class*” dan “*Best Economy Class Airline Seat*”, serta berada pada peringkat ke-7 dalam jajaran “*The World’s Top 10 Airlines*” dan “*Airline Terbaik di Kawasan Asia dan Australasia*” (“*Best in Region: Asia and Australasia*”) pada “*Passenger Choice Award 2013*”. Selain itu, pada tahun 2014 Garuda Indonesia adalah salah satu dari tujuh maskapai bintang lima di dunia. Selanjutnya, penghargaan “*The World’s Best Cabin Crew*” juga diperoleh Garuda Indonesia selama empat tahun berturut-turut hingga tahun 2017.

Untuk menopang kemantapan langkah di atmosfer penerbangan internasional, Garuda Indonesia bergabung bersama aliansi penerbangan sebagai bagian dari program eskalasi jaringan internasional. Bersama aliansi *SkyTeam*, Garuda Indonesia melakukan ekspansi terhadap kuantitas wilayah baik di dalam dan luar negeri. Pengembangan jaringan tersebut memberikan kemudahan kepada para pengguna jasa Garuda Indonesia untuk terhubung ke 1.074 destinasi di 177 negara dengan total penerbangan lebih dari 17.000 penerbangan per hari yang dilayani oleh seluruh maskapai penerbangan anggota *SkyTeam*. Selain itu, *SkyTeam* menyediakan 672 lounges terbaik di seluruh dunia yang dapat diakses bagi para pengguna jasa. Dengan melakukan perjanjian codeshare dengan 27 maskapai internasional di Asia Timur, Asia Tenggara, Timur Tengah, Eropa bahkan Amerika, Garuda Indonesia memperkuat eksistensi dengan daya saingnya.

Terdapat 7 (tujuh) entitas anak yang dimiliki oleh Garuda Indonesia hingga tahun 2017. Fokus dari ketujuh entitas anak merupakan produk/jasa pendukung bisnis perusahaan induk yang mana tanggung jawab tersebut dioperasikan oleh PT Aero Wisata, PT Sabre *Travel Network Indonesia*, PT Garuda *Maintenance Facility Aero Asia Tbk*, PT Aero *Systems Indonesia*, PT Citilink Indonesia, PT Gapura Angkasa, dan Garuda Indonesia (GIH) France. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Garuda Indonesia didukung oleh SDM unggul sebanyak 7.946 orang karyawan, termasuk 377 orang siswa yang tersebar di kantor pusat dan kantor cabang. Sebagai maskapai milik pemerintah, Garuda Indonesia terus berevolusi dari sebuah maskapai nasional pertama menjadi salah satu maskapai kelas dunia kebanggaan Indonesia yang melayani berbagai destinasi. Keuntungan ekspansi destinasi yang diperoleh dari transformasi ini bukan hanya akses yang lebih besar, tetapi juga frekuensi penerbangan dan konektivitas rute secara global.

1. Visi Misi Perusahaan

Visi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah menjadi Kelompok Penerbangan Berbasis Nilai, Membawa Keramahan Indonesia ke Dunia.

Sedangkan Misi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah sebagai berikut:

1) Pemegang Saham

Maksimalkan nilai grup untuk pengembalian pemegang saham yang lebih baik di antara maskapai regional,

2) Pelanggan

dengan memberikan keramahan Indonesia yang sangat baik dan pengalaman terbaik dunia kepada pelanggan,

3) Proses

saat menerapkan kepemimpinan & sinergi biaya dalam grup,

4) Karyawan

dan dengan melibatkan karyawan yang bersemangat & bangga di salah satu perusahaan yang paling dikagumi untuk bekerja di Indonesia.

2. Budaya Perusahaan

Visi, Misi, serta strategi perusahaan yang baru perlu mendapatkan dorongan dari nilai-nilai yang mampu mengakselerasi pencapaian target perusahaan. Strategi perseroan saat ini yaitu *Sky Beyond 3.5* perlu mendapatkan landasan kuat berupa nilai-nilai yang harus dimiliki oleh setiap insan Garuda Indonesia. *Fokus corporate culture management* tahun 2017 adalah melakukan tahapan sosialisasi dan internalisasi budaya perusahaan baru yaitu “*SINCERITY*” agar menjadi landasan berperilaku setiap pegawai Garuda Indonesia dalam melakukan aktivitas kerja. Setelah melakukan proses *redefine new values* pada tahun 2016, budaya perusahaan *SINCERITY* secara resmi diluncurkan pada tanggal 20 Januari 2017. Selain sosialisasi dan internalisasi, *program corporate*

culture management saat ini juga berfokus pada penyesuaian program-program budaya perusahaan agar selaras dengan strategi *Sky Beyond 3.5*.

Setelah melalui proses diskusi selama 3 tahap, akhirnya disepakati bahwa “*SINCERITY*” menjadi budaya perusahaan yang baru menggantikan “*FLY-HI*”. *SINCERITY* ini merupakan kependekan dari *Synergy* (Kami berkomitmen menyokong pertumbuhan perseroan dengan keterkaitan antar entitas perseroan dan dengan mitra potensial), *Integrity* (Kami menjunjung tinggi etika bisnis, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial dalam menciptakan budaya terpercaya.), *Customer Focus* (Kami terus mendorong terciptanya pengalaman customer yang lebih baik untuk menghasilkan kesuksesan usaha berjangka panjang), *Agility* (Kami membangun perilaku strategis melalui kemampuan beradaptasi dan tindakan kreatif untuk memperkuat daya tahan perseroan), *Safety* (Kami menyediakan produk dan layanan berkualitas dengan mengutamakan keamanan dan keselamatan).

Kelima nilai tersebut yang akan menjadi pedoman dari insan Garuda Indonesia dalam bekerja, bersikap, dan berperilaku dalam aktivitas kerja sehari-hari untuk mendukung tercapainya target perseroan.

Berikut merupakan penjabaran mengenai kelima nilai yang dijadikan pedoman bagi insan Garuda Indonesia:

**Tabel II.1: Tabel *SINCERITY* sebagai Budaya Perusahaan
Sumber: Database PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.**

| Nilai | Perilaku Utama | Definisi |
|---------------------------|------------------------------|---|
| <i>SYNERGY</i> | <i>Collaborate</i> | Berkolaborasi untuk menghasilkan nilai |
| | <i>Empower Diversity</i> | Bekerja sama menyatukan kekuatan keberagaman yang berlandaskan saling keberagaman yang berlandaskan saling menghormati dan saling percaya |
| <i>INTEGRITY</i> | <i>Honesty</i> | Berpikir, berkata dan bertindak dengan dasar kejujuran, etika dan profesionalisme kerja |
| | <i>Commitment</i> | Bertanggung jawab menjaga reputasi baik perusahaan di mata semua pemangku kepentingan |
| <i>CUSTOMER FOCUS</i> | <i>Care and Polite</i> | Peduli untuk melayani lebih dari harapan customer dengan interaksi personal yang saling menghormati |
| | <i>Fast and Easy</i> | Memberikan layanan yang menghadirkan kenyamanan |

| Nilai | Perilaku Utama | Definisi |
|---------|------------------------------|---|
| AGILITY | <i>Adaptive and Creative</i> | Melihat dan menangkap peluang untuk menghasilkan ide-ide yang memberikan kontribusi positif |
| | <i>Persistent</i> | Ulet dan tidak mudah menyerah |
| SAFETY | <i>Compliance</i> | Memastikan setiap produk, proses dan layanan memiliki kepatuhan atas standar keamanan dan keselamatan |
| | <i>Risk Management</i> | Melakukan analisis dan mitigasi risiko dalam setiap pengambilan keputusan |

3. Logo Perusahaan



Gambar II.1: Logo PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Sumber: www.garuda-indonesia.com

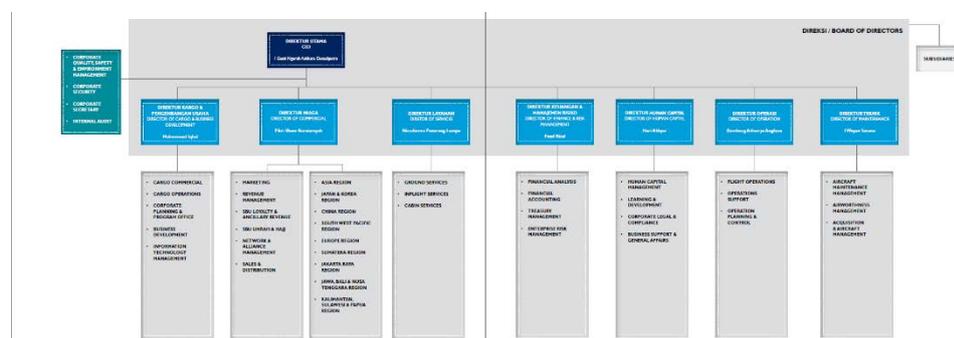
Logo yang digunakan merupakan logo yang dinamakan *Modern Bird Symbol*, digunakan sejak tahun 1985 hingga saat ini.

Penambahan logo *SkyTeam* dilakukan setelah Garuda Indonesia bergabung dengan aliansi *SkyTeam* pada tahun 2014.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi.

Berikut adalah struktur organisasi induk Garuda Indonesia per 7 November 2018. Struktur ini disahkan melalui Surat Keputusan No. JKTDZ/SKEP/50062/2018 tentang Organisasi Induk PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk tanggal 7 November 2018.



Gambar II.2: Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Sumber: Database perusahaan

Jajaran Dewan Direksi (*Board of Directors*):

Direktur Utama: I Gusti Ngurah Askhara Danadiputra

Direktur Niaga: Pikri Ilham Kurniansyah

Direktur Kargo dan Pengembangan Usaha: Mohammad Iqbal

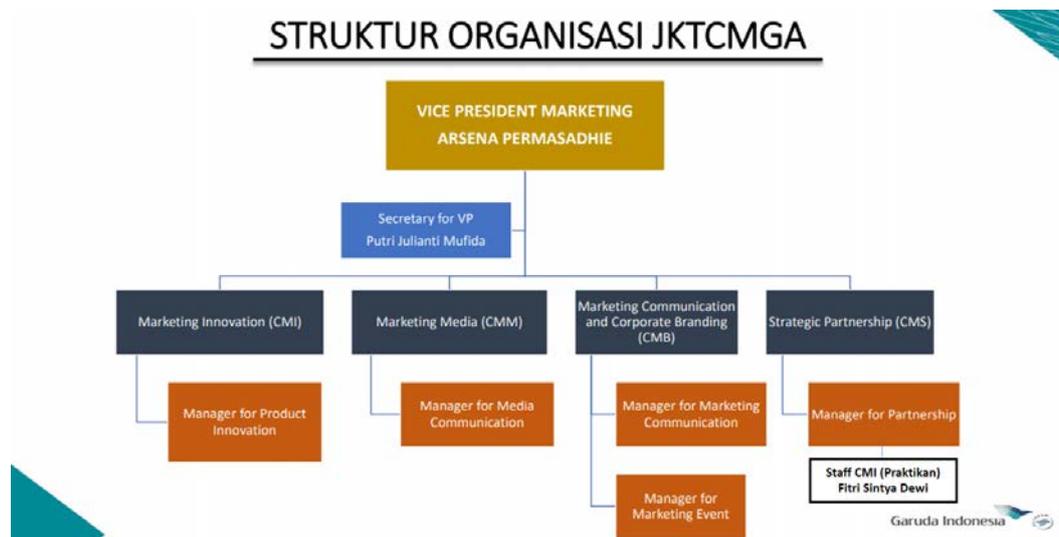
Direktur Operasi: Bambang Adisurya Angkasa

Direktur Keuangan & Manajemen Risiko: Fuad Rizal

Direktur Human Capital: Heri Akhyar

Direktur Teknik dan Layanan: Iwan Joeniarto

Adapun stuktur Departemen Marketing hingga tanggal 15 September 2019 yakni tanggal Praktikan menyelesaikan masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut :



Gambar II.3: Struktur Organisasi JKTCM PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Sumber: Database perusahaan

Vice President Marketing

Bertanggungjawab untuk berkoordinasi langsung dengan Direktur Niaga serta Direktur Teknik dan Layanan, memimpin dan juga mengawasi

kinerja karyawan *Marketing* terhadap *project-project* yang direncanakan maupun dijalankan agar dapat mencapai tujuan bersama dengan cara yang efektif dan efisien.

Secretary for Vice President

Membantu tugas-tugas *Vice President* dalam menetapkan jadwal *meeting* serta jadwal tugas pekerjaan dan kegiatan yang dilakukan *Vice President* maupun *project* terkait pada *unit-unit Departemen Marketing*. Serta bertanggungjawab mengelola data-data administrasi karyawan maupun departemen.

Manager for Product Innovation (CMI)

Bertanggungjawab untuk berkoordinasi dengan *staff* CMI terhadap penciptaan ide-ide baru yang memiliki value untuk meningkatkan customer attraction maupun *revenue* yang ada, serta mengawasi dan memimpin *project-project* yang dijalankan oleh *unit*. Memantau setiap saat pergerakan kompetitor dan menganalisa kebijakan yang harus diambil oleh *Departemen Marketing* untuk dipresentasikan pada *Bord of Director* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. agar tercapai strategi pemasaran yang baik.

Manager for Media Communication (CMM)

Mengontrol dan memimpin serta menjamin kualitas aktifitas *Social Media* (Facebook, Twitter, Instagram, Web GA, GA *Mobile Apps*) dan

penciptaan konten-konten yang dilakukan CMM, serta berkoordinasi dengan unit departemen lain jika memiliki keperluan terkait sosialisasi yang harus di *posting* di *Social Media* Garuda Indonesia.

Manager for Marketing Communication (CMB)

Bertanggungjawab atas kegiatan *Marketing Communication and Corporate Branding* seperti memimpin dan mengawasi aktivitas unit CMB yang berkaitan dengan *Branding* Garuda Indonesia berupa penciptaan *Thematic Corporate Branding* yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan Berkoordinasi dengan pihak terkait (internal dan eksternal) mengenai kebutuhan *Image, Design, Photoshoot, Shooting* yang diperlukan untuk mendukung *Corporate Branding* PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk.

Manager for Marketing Event (CMA)

Manajer bertanggungjawab untuk memimpin *Sub Unit* dari CMM yaitu CMA. Memastikan bahwa setiap *event* yang dijalankan oleh Departemen Marketing terorganisir dengan baik. Serta berkoordinasi dengan pihak internal maupun eksternal terkait *event* ataupun aktivasi yang dilakukan berjalan dengan efektif dan efisien.

Manager for Partnership (CMS)

Bertanggungjawab untuk memimpin, berkoordinasi dan mengawasi kerjasama *Partnership* agar program *partnership* tersebut sesuai dengan

Brand Image Garuda Indonesia serta terciptanya *maximum value* yang didapatkan dari program *partnership* tersebut.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Merujuk pada pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan sebagaimana termuat dalam Akta Nomor 35 tanggal 17 Mei 2018, ruang lingkup kegiatan usaha Perseroan mencakup kegiatan usaha utama sesuai ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti dijabarkan berikut ini :

- 1) Angkutan udara niaga berjadwal untuk penumpang, barang dan pos dalam dan luar negeri;
- 2) Jasa angkutan udara niaga tidak berjadwal untuk penumpang, barang dan pos dalam negeri dan luar negeri;
- 3) Reparasi dan pemeliharaan pesawat udara, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga;
- 4) Jasa penunjang operasional angkutan udara niaga, meliputi katering dan *ground handling* baik untuk keperluan sendiri maupun pihak ketiga;
- 5) Jasa layanan sistem informasi yang berkaitan dengan industry penerbangan;
- 6) Jasa layanan pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan industri penerbangan, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga;

- 7) Jasa layanan kesehatan personil penerbangan, baik untuk keperluan sendiri maupun pihak ketiga.

Selain itu, sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, maka dalam rangka optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, Perseroan dapat melakukan kegiatan usaha penunjang yakni pergudangan, perkantoran, fasilitas pariwisata, serta penyewaan dan pengusahaan sarana dan prasarana yang terkait industri penerbangan.

Saat ini, Perseroan telah menjalankan seluruh ruang lingkup kegiatannya kecuali jasa layanan konsultasi yang berkaitan dengan industri penerbangan.

1) Product

Untuk menyajikan produk jasa berstandar internasional, Perseroan berkomitmen untuk menghadirkan *Garuda Indonesia Experience* yang meliputi pelayanan *preflight, in-flight dan post-flight* melalui 5 (lima panca indera), yaitu:

1. Sight

Pengalaman visual yang memanjakan mata penumpang.

2. Sound

Menghadirkan *Garuda Indonesia Experience* melalui perangkat mutakhir *Audio & Video on Demand (AVOD)*.

3. Scent

Membawa aroma yang menyegarkan sekaligus menenangkan di kantor penjuakan dan lounge.

4. Taste

Menyuguhkan cita rasa makanan dan minuman khas nusantara.

5. Touch

Mengahdirkan konsep touch yang tercermin dalam layanan tulus dan bersahabat.

2) Price

Salah satu hal penting yang harus menjadi pertimbangan dalam sebuah maskapai penerbangan adalah penetapan harga. Penetapan harga dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya dari perusahaan. Garuda Indonesia merupakan satu-satunya maskapai Indonesia yang telah dinobatkan sebagai *5-STAR AIRLINE* oleh *Skytrax*, sebuah perusahaan konsultan yang melakukan riset terhadap maskapai penerbangan. Tarif penerbangan bersama Garuda Indonesia relatif lebih tinggi dibandingkan maskapai Indonesia lainnya, karena Garuda Indonesia merupakan maskapai berbentuk *full-service airline* yang bersaing dengan maskapai internasional. Penetapan harga yang relatif mahal tersebut juga diiringi dengan kualitas layanan yang diberikan, sehingga sesuai dengan statusnya sebagai *5-STAR AIRLINE*. Garuda Indonesia menyediakan tiga sub kelas utama dalam layanannya, antara lain:

1. Economy Class

- a. *Eco-Special Promo*
 - b. *Eco-Promo*
 - c. *Eco-Affordable*
 - d. *Eco-Flexible*
- 2. *Business Class*
 - 3. *First Class*

Hal paling mendasar yang menjadi pedoman utama penetapan tarif atau harga adalah Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 14 Tahun 2016 tentang Mekanisme Formulasi Perhitungan dan Penetapan Tarif Batas Atas dan Batas Bawah Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 106). Peraturan tersebut ditujukan kepada *Economy Class* seluruh maskapai Indonesia. Sedangkan, untuk *Business Class* atau *First Class* diberikan keleluasaan bagi maskapai untuk menetapkan tarif pada penumpang.

Tidak menutup kemungkinan bahwa tarif tiket penerbangan Garuda Indonesia akan mengalami potongan harga. Hal ini biasanya dilakukan ketika mendekati momentum tertentu, seperti Hari Raya Idul Fitri. Namun, harga tiket justru dapat meningkat pada *peak season* yakni momen di mana jumlah calon penumpang Garuda Indonesia meningkat pesat.

3) *Place*

Maskapai Garuda Indonesia memiliki kantor pusat yang terletak di *Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center*, Cengkareng. Lokasi ini berdekatan dengan Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Hal ini sesuai dengan jasa yang ditawarkan, yakni jasa transportasi udara. Tidak hanya kantor pusat, Garuda Indonesia pun memiliki 56 kantor cabang domestik dan 81 *Sales Office* serta 10 kantor cabang internasional dan 15 *Sales Office*. Armada Garuda Indonesia sendiri dikelola di Pusat Perawatan Pesawat, *Garuda Maintenance Facility Aero Asia (GMFAA)* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta, dan operasional transportasi Garuda Indonesia sudah sepenuhnya berada di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno Hatta.

4) Promotion

Promosi yang dilakukan Garuda Indonesia secara garis besar menggunakan strategi *marketing communication*. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:116) *Marketing Communication* merupakan paduan spesifik *Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, Word of Mouth*, dan *Direct Marketing* yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan. Sebagai perusahaan penerbangan terbesar di Indonesia, *Advertising* sebagai media promosi masih perlu dilakukan guna menyadarkan serta memberikan informasi baru tentang Garuda Indonesia kepada masyarakat.

Promosi yang dilakukan secara *offline* antara lain secara langsung di kantor-kantor cabang Garuda Indonesia di seluruh Indonesia, juga di luar negeri. *Advertising* juga ditampilkan melalui banner, baliho, papan reklame, dan lainnya yang dapat dipasang di beberapa titik strategis di pusat kota yang menjadi sasaran promosi. Tidak hanya itu, promosi *offline* juga dilakukan dengan bantuan media cetak seperti koran ataupun majalah. Bahkan, saat ini bentuk promosi yang berupa Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* juga menjadi cara untuk melakukan promosi. Hal ini tidak hanya untuk menginformasikan potongan harga atau penjualan, namun juga berguna untuk meraih loyalitas pelanggan. Cara yang paling sering digunakan adalah melalui kotak saran dan *customer service*.

Bentuk promosi lain yang sudah secara rutin dilakukan oleh Garuda Indonesia adalah dengan *Sales Promotion* yaitu mengadakan pameran perjalanan yang dinamai *Garuda Indonesia Travel Fair* (GATF), kegiatan ini dilaksanakan selama dua kali dalam satu tahun. Kegiatan ini dilakukan selama jangka waktu tertentu dan diselenggarakan di banyak kota besar di Indonesia. Promosi secara *online* juga sangatlah dibutuhkan, ditambah lagi mengetahui bahwa kompetitor Garuda Indonesia adalah maskapai internasional yang menysasar pelanggan di luar negara asalnya. Iklan secara aktif ditampilkan di situs Garuda Indonesia (www.garuda-indonesia.com) dan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Youtube*. Jika secara *offline*

ada *Garuda Indonesia Travel Fair*, pada bentuk *online* pun Garuda Indonesia juga mengadakan pameran perjalanan yang dinamakan *Garuda Indonesia Online Travel Fair (GOTF)* sebagai bentuk promosi dari *Sales Promotion*. Hal ini semakin menarik perhatian pelanggan untuk dapat selalu bertransaksi dan menggunakan layanan Garuda Indonesia dan dengan ini juga dapat meningkatkan *Word of Mouth*.

Garuda Indonesia juga menggunakan *Personal Selling* sebagai bagian dari promosi mereka yaitu dengan menjual tiket secara langsung melalui Aplikasi *Garuda Mobile App* maupun web resmi Garuda Indonesia.

Selain itu Garuda Indonesia juga memiliki Public Relation yang menjadi bagian penting dari promosi yaitu menjaga Brand Image yang dimiliki Garuda Indonesia dengan menciptakan kegiatan-kegiatan promosi secara *Thematic*. Seperti menciptakan video maupun konten lain yang berhubungan dengan *Brand Image* Garuda Indonesia.

Dukungan dari pihak ketiga adalah hal yang tidak dapat dilupakan. Garuda Indonesia bekerja sama dengan banyak pihak baik skala korporasi maupun perseorangan. Hal ini juga menjadi kunci pemerataan penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

5) *Process*

Proses (*Process*), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam

jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

Proses penyediaan layanan yang baik adalah komponen penting bagi maskapai penerbangan agar dapat diterima sesuai dengan ekspektasi penumpangnya. Proses awal yang secara umum dapat dijabarkan adalah proses pengadaan armada. Pembelian armada Garuda Indonesia bekerja sama dengan *The Boeing Company*, *Airbus*, dan *Avions de Transport Regional (ATR)*. Utilisasi dan perawatan armada dilakukan di *Garuda Maintenance Facility AeroAsia (GMF AeroAsia)*, pelatihan bagi pilot dan awak kabin dilaksanakan di *Garuda Indonesia Training Center (GITC)*.

Penyediaan layanan tidak hanya sebatas itu saja, makanan yang disajikan ketika perjalanan juga sangat diperhatikan. Perusahaan yang bertugas menyediakan *In-Flight Meal* adalah *Aerofood ACS*.

Garuda Indonesia telah dinobatkan sebagai *The Best Cabin Crew for 5 Consecutive Year* oleh *Skytrax*, hal ini didukung oleh *Garuda Indonesia Experience* yang ditunjukkan dengan layanan yang akan dirasakan penumpang dari *preflight*, *in-flight*, hingga *post-flight experience*. Semua proses itu telah dikemas sedemikian rupa hingga kualitas layanan dapat disampaikan secara maksimal kepada pelanggan.

6) *People*

Dalam upaya mendukung kebutuhan Perseroan untuk terus berkembang dan memenangi pasar pada tahun 2017, proses rekrutmen telah dilakukan terhadap awak pesawat, yaitu pilot dan awak kabin, serta pegawai darat, terutama di posisi yang terkait dengan teknik dan komersial. Dalam hal awak kabin, pemenuhan kebutuhan awak kabin yang dilakukan yaitu melalui tiga program rekrutmen, yaitu *Walk in Interview*, rekrutmen bulanan di Pusdiklat,

dan melalui lulusan siswa *Flight Attendant Training* GITC. Sedangkan dari sisi pegawai darat, Perseroan telah melakukan proses rekrutmen pegawai darat sebanyak 32 kali dengan hasil 38 *Management Trainee*, 7 *Analyst*, dan 1 *Officer*.

Selain itu, untuk pemenuhan posisi *critical* di level atas yang belum dapat dipenuhi dari internal, telah dilakukan rekrutmen *professional hire* sebanyak 1 (satu) orang. Perseroan berkomitmen untuk melakukan perekrutan secara transparan. Oleh karena itu, Perseroan memberikan kesempatan yang sama bagi pelamar terlepas dari jenis kelamin dan SARA. Proses rekrutmen dilakukan secara transparan dan independen melalui *website* karir perusahaan <http://career.garuda-indonesia.com>. Perseroan juga menggunakan media sosial Twitter (*@recruitmentGA*).

Untuk memastikan kemampuan sumber daya manusia dalam menjaga keselarasan perubahan lingkungan, pertumbuhan usaha dan pengembangan organisasi, Perseroan memiliki komitmen kuat untuk

meningkatkan kompetensi dan kualitas sumber daya manusia melalui program pengembangan dan program pelatihan berkesinambungan. Pengembangan pegawai dilakukan berdasarkan identifikasi dari kekuatan dan bidang yang perlu ditingkatkan dari masing-masing individu. Perseroan melalui divisi *Learning & Development* menerapkan pendekatan model *Corporate University* sebagai dasar pengembangan SDM yang telah diimplementasikan mulai tahun 2012. Dengan mengusung konsep *Corporate University*, Perseroan menyelenggarakan kegiatan pembelajaran terpadu yang dilandasi oleh inisiatif bisnis. Pembelajaran diciptakan sebagai suatu kegiatan proaktif, dengan tujuan yang sudah jelas dan rencana strategis jangka panjang.

Dengan pemahaman 10 Program *training* yang terdiri dari:

1. *Pilot Training*;
2. *Flight Attendant Training*;
3. *Flight Operation Officer Training*;
4. *Operation Support Training*;
5. *Maintenance and Engineering Training*;
6. *Cargo Training*;
7. *Finance Training*;
8. *Leadership Training*;
9. *Ground Service Training*; dan
10. *Marketing and Sales Training*.

7) *Physical Evidence*

Beberapa bukti fisik perusahaan maskapai penerbangan di antaranya dapat berupa kantor perwakilan yang bersih dan nyaman, agen penjualan yang ramah, pesawat yang bersih dan indah, dan logo perusahaan yang menarik.

Garuda Indonesia memiliki 56 kantor cabang domestik dan 81 *Sales Office* serta 10 kantor cabang internasional dan 15 *Sales Office*. Kantor cabang Garuda Indonesia memiliki klasifikasi kelas yang terdiri dari Kelas A, B, C, dan D. Untuk Kantor Cabang Kelas A dan B, dipimpin oleh *General Manager* (DM) yang membawahi *Supervisor Sales & Services* (SS), *Supervisor Station & Services* (KK), dan *Finance Manager* (AA). Sedangkan untuk Kantor Cabang Kelas C dan D, hanya dipimpin oleh *Supervisor Sales & Services* dan *Supervisor Station & Services*.

Jumlah armada yang dimiliki Garuda Indonesia per tahun 2017 adalah sebanyak 144 pesawat. Pesawat tersebut terdiri dari jenis Boeing, Airbus, CRJ, ATR yang dioperasikan sesuai spesialisasinya.

Logo Garuda Indonesia terdiri dari simbol Burung Garuda, tulisan “Garuda Indonesia”, slogan *The Airline of Indonesia*, serta tambahan logo *SkyTeam* di sisi kanan.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Pekerjaan

Selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Praktikan ditempatkan pada Departemen Marketing (CM) tepatnya di *Unit Marketing Innovation and Research* (JKTCMI). Pekerjaan pada unit tersebut berfokus kepada mencari dan membuat inovasi-inovasi terbaru baik berupa pelayanan di pesawat maupun kegiatan atau *event* penunjang agar menjadikan relasi perusahaan dengan customer dan rekan bisnis (dalam hal ini partner) perusahaan lainnya lebih kuat.

Selain itu, *unit* ini juga bertanggungjawab atas riset pemasaran terkait yang dilakukan oleh perusahaan, baik dari segi *customer* maupun pesaing, *unit* ini bertanggungjawab memantau pergerakan pesaing dan juga evaluasi-evaluasi produk yang dikeluarkan oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Unit Marketing Innovation and Research juga bertanggungjawab pada kegiatan kerjasama strategis (dalam hal pembuatan konsep acara) yang berguna membangun *branding* serta pelaksanaan *marketing campaign* jika diperlukan oleh perusahaan.

Walaupun Praktikan ditempatkan di *Unit Marketing Innovation & Research*, Praktikan banyak belajar dari *unit* lainnya di *Departement*

Marketing PT. Garuda Indonesia. Karena praktikan diberi kesempatan untuk bertanya dan meminta tugas ataupun pekerjaan dari *unit* lain.

Praktikan selama Praktik Kerja Lapangan berlangsung berada dibawah bimbingan Bapak Ridho Arindiko, selaku Plh Manager *Marketing Innovation and Research*.

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan PKL di *Unit Marketing Innovation and Research* (JKTCMI) *Departement Marketing* (CM) PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. yang berada di *Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center* (GCC), Soekarno-Hatta *International Airport*, Cengkareng. Di dalam *Departemen Marketing* (CM) terdapat 4 *unit*, yaitu: *Media and Event* (CMM), *Partnership and Sponsorship* (CMS), *Brand and Marketing Communication* (CMB), *Marketing Innovation and Research* (CMI).

Praktikan ditempatkan di *Unit Marketing Innovation and Research* dan dibimbing oleh Bapak Dea Tanyo, selaku *Manager Marketing Innovation and Research* yang kemudian digantikan oleh Bapak Ridho Arindhiko sebagai Plh *Manager Marketing Innovation and Research*, hal ini dikarenakan Bapak Dea Tanyo *Resign* dari PT. Garuda Indonesia dan pindah ke perusahaan lain, maka terjadi penyesuaian dan pemindahan tugas kepada Plh.

Pada *Departement Marketing* masing-masing unit dipimpin oleh seorang *Senior Manager* yang berkoordinasi langsung ke *Vice President Marketing*. Terdapat dua Senior Manajer dan masing-masing SM membawahi dua *unit* terkait dalam *Departemen Marketing*.

Kegiatan PKL dimulai tanggal 16 Juli 2019 hingga September 2019 sesuai dengan jadwal kerja yang berlaku yaitu Senin-Jum'at pukul 07.30-16.30 WIB. Dan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00-13.00 WIB.

Pada Hari pertama PKL, Praktikan ditempatkan oleh Ibu Euis di *departemen marketing* dan kemudian diserahkan kepada Bapak Dea Tanyo untuk dibimbing dan diberi pengarahan tentang tugas dan tanggungjawab pekerjaan tersebut. Selanjutnya Praktikan dikenalkan kepada Bapak Arsena Permasadie selaku *VP Marketing* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dan diajak berkeliling di departemen untuk bersosialisasi dengan karyawan lain, kemudian ditempatkan di ruang/bilik khusus yang tersedia untuk para peserta magang. Pada hari berikutnya Praktikan langsung diberi tugas membuat rancangan *Innovation Idea* dan diarahkan/dibimbing langsung oleh Bapak Dea Tanyo dalam pengerjaannya.

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Praktikan memiliki beberapa tugas, seperti berikut ini:

1. Membuat *Marketing Innovation Idea*



Gambar III.1: Presentasi *Marketing Innovation Idea*
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Praktikan mendapatkan tugas awal untuk membuat *marketing innovation idea*, Praktikan perlu memahami betul pekerjaan yang dilakukan oleh unit CMI yaitu membuat ide-ide inovasi yang dapat digunakan untuk keperluan pemasaran baik yang mendatangkan *revenue* maupun *customer attraction*. Dengan membuat *marketing innovation idea* Praktikan banyak belajar tentang konsep terbaru yang dimiliki PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dalam memasarkan produknya, yaitu konsep “*Zero Cost*” berupa kegiatan pemasaran harus sangat memperhatikan *cost* yang keluar agar nilai yang didapatkan dari pengorbanan *cost* tersebut terbilang efektif dan efisien, dan bekerjasama dengan berbagai *partner business* agar mendapat perhatian khalayak yang bagus serta menjalin kerjasama yang menguntungkan kedua pihak.

Dalam tugas ini Praktikan dilatih menciptakan ide-ide kreatif untuk kegiatan pemasaran perusahaan namun harus tetap memperhatikan serta mempertimbangkan adanya konsep tersebut.

a. *Thematic Flight*

Garuda Indonesia melalui “*Garuda Indonesia Experience*” sangat memperhatikan kualitas pelayanan serta pengalaman penerbangan yang tidak dapat ditemukan di maskapai lain melalui keramahtamahan Indonesia. Berdasarkan konsep tersebut Praktikan mengembangkan ide berupa *Thematic Flight* dan berkolaborasi dengan *designer* dan *conceptor* ternama Didiet Maulana.

Strategi pemasaran ini dibuat untuk meningkatkan *customers attraction*, agar para penumpang tidak merasa bosan dengan penerbangan. Dengan mengusung ide *Thematic Flight*, penerbangan akan memberikan *service experiences* yang berkesan.

b. *GA Exhibition*

Pada dasarnya, target market PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. merupakan kalangan menengah keatas dan terfokus pada kalangan dewasa maupun tua. Namun, sebenarnya banyak anak muda yang termasuk kalangan menengah keatas yang sebenarnya dapat pula ditargetkan menjadi market segment baru bagi perusahaan.

Praktikan melihat peluang tersebut untuk mengajak anak muda agar beralih ke Garuda Indonesia dengan mengadakan *event-event* yang dapat menarik antusias kaum muda terhadap PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Salah satunya yaitu dengan mengadakan *GA Exhibition*, yang didalamnya terdapat museum sejarah Garuda Indonesia, *live music perform* dari artis-artis ternama Indonesia, *cafe-cafe* serta restoran makanan, serta *spot-spot instagramable* yang paling diminati kaum muda. Terdapat pula penawaran menarik untuk mencoba simulasi *business class* Garuda Indonesia agar memberikan pengalaman berkesan yang hasilnya anak-anak muda tidak ragu untuk membeli tiket Garuda Indonesia sebagai transportasi udara pilihan mereka saat *travelling*.

c. GA X Namaazdining

Namaazdining merupakan *restaurant molecular gastronomy* pertama di Indonesia, didirikan oleh Andrian Ishak dengan mengusung konsep sajian makanan khas Indonesia sebagai hidangan andalannya.

Dengan menggabungkan “*Garuda Indonesia Experiences*” dan pengalaman makan di restoran *Namaazdining* yang tidak terlupakan, Praktikan memiliki ide untuk menggabungkan keduanya dalam kolaborasi selaras untuk menghadirkan

pengalaman berkesan pada penumpang setia Garuda Indonesia.

d. Giving Console Game Free

Perjalanan penerbangan dengan waktu yang panjang akan membuat penumpang merasa jenuh. Untuk menghindari kejenuhan tersebut maka PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. telah menyediakan *Inflight Entertainment (Audio, Video, Game)* yang dapat menjadi sarana hiburan bagi para penumpang. Bekerjasama dengan perusahaan penyedia *console game*, PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dapat memberikan *console game* gratis kepada para penumpang sebagai strategi pemasaran yang menguntungkan pihak-pihak yang bekerjasama.

2. Rapat bersama Klien dan Menghadiri Undangan Acara



Gambar III.2: Rapat bersama Klien
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

a. Rapat Internal Kebijakan *Service Inflight* Baru

Pada 22 Juli 2019, Praktikan ikut serta dalam rapat bersama CM dengan *unit Inflight F&B Planning and Development* untuk membahas dan mensosialisasikan terkait kebijakan *service inflight* yang baru. Perubahan tersebut berkaitan dengan *food & beverages* yang ditawarkan di dalam penerbangan, bahwa terdapat stardarisasi baru terkait waktu pemberian *F&B* serta menu-menu yang ditawarkan di setiap classnya. Dalam rapat tersebut juga dibahas fitur baru “*Book Your Meal*” dimana penumpang *first class* dan *business class* bisa menentukan pilihan menu makanan yang akan mereka santap selama penerbangan.

b. GA Kids Day 2019



Gambar III.3: GA Kids Day 2019
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Pada Juli 2019, Praktikan menghadiri undangan *Launching New Safety Video* Garuda Indonesia di Hotel Grand Hyatt, M.H. Thamrin, Jakarta.

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. mengadakan *Launching New Safety Video* yang turut bekerjasama dengan PT Maxindo *International* Nusantara Indah.

d. Peringatan Hari Kemerdekaan 2019



Gambar III.5: Peringatan Hari Kemerdekaan RI 2019
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Pada 19 Agustus 2019, Praktikan menghadiri dan mengikuti acara peringatan kemerdekaan dengan mengikuti berbagai kegiatan salah satunya senam zumba bersama. Memperingati Hari Kemerdekaan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. mengadakan serangkaian acara mulai dari Upacara Peringatan Kemerdekaan pada 17 Agustus 2019 yang dihadiri oleh Struktural Birokrasi dan juga mengadakan

lomba-lomba serta acara hiburan bagi karyawan Garuda Indonesia pada 19 Agustus 2019.

e. **Rapat Internal *THE GIANT FEST* 2019**



Gambar III.6: Rapat Internal JKTCMI
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

GIA X Nissan Festival (GIANT) 2019 merupakan acara kerjasama Garuda Indonesia dan Nissan dalam rangka mendukung kegiatan promosi *Launching Nissan Terra*, dimana terdapat berbagai acara hiburan serta undian yang dapat diikuti oleh penumpang Garuda Indonesia.

Penumpang yang memiliki tiket penerbangan bersama Garuda Indonesia dalam kurun waktu paling lama satu tahun kebelakang dapat mengikuti acara ini dan mendapatkan kesempatan menukar Garuda Miles dengan hadiah yang telah disediakan (Mobil Nissan Terra, Tiket Liburan Gratis, *Discount Merchant Product*).

f. *Sharing Session* CMI



Gambar III.7: Pemberia Materi *Marketing Strategy* oleh Bapak Dea Tantyo
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Unit CMI selalu melakukan *Sharing Session* dengan bertukar pengetahuan terkait penugasan *review* buku yang diberikan oleh Bapak Dea Tantyo selaku *Manager* CMI pada waktu itu. *Sharing session* bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan karyawan serta membahas hal-hal lain yang sedang menjadi prioritas unit ataupun dapat pula menjadi bentuk dari *problem solve* masalah yang ada dalam unit. Bapak Dea Tantyo sebagai *Manager* CMI selalu menanamkan kepada karyawan bahwa “mereka harus terus belajar dan tidak boleh cepat puas dalam pencapaian” karena CMI merupakan *unit* yang bertanggungjawab akan penciptaan ide inovasi dan juga riset perusahaan, oleh karena itu karyawan unit ini harus selalu *update* akan berita dan hal-

hal yang sedang terjadi ataupun menjadi perhatian masyarakat.

g. Rapat Bersama Rivera

Pada 19 Agustus 2019, Praktikan menghadiri rapat bersama Rivera di Ruang Sulawesi GCC Cengkareng, Tangerang terkait Project Beauty One Week tepatnya *Sheet Mask Inflight* serta *Make Up Challenge*.

Beauty One Week merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan Garuda Indonesia untuk memanjakan penumpang dengan mengedukasi penumpang terkait kebutuhan *skincare* selama penerbangan dan juga *challenge* menarik, dimana dalam satu minggu penerbangan Garuda Indonesia akan memberikan *experience* yang berbeda, yang di dalamnya terdapat *Skincare Challenge*, *Sheet Mask Inflight*, dan *Makeup Challenge*.

h. Rapat Bersama Nature Republik



Gambar III.8: Rapat bersama Nature Republik
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Praktikan menghadiri rapat bersama Nature Republik di Kantor Garuda Indonesia GCC Cengkareng terkait *Project Beauty One Week* tepatnya *Sheet Mask Inflight* serta *Skincare Challenge*.

i. Rapat Internal CMM

Rapat ini membahas tentang aktivitas media sosial yang dilakukan di Bulan September 2019 serta membahas tentang kebijakan baru untuk penitipan materi dari unit lain untuk di naikkan pada media sosial Garuda Indonesia.

3. *Competitor Intelligence*



Gambar III.9: PPT *Competitor Intelligence*
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Sebagai unit yang bertanggungjawab terhadap riset pasar, maka Praktikan harus mengetahui lebih dalam tentang persaingan

di dunia maskapai penerbangan. Oleh karena itu, Praktikan mendapat tugas untuk menganalisis kompetitor yang terfokus pada maskapai yang menerima penghargaan TOP 10 *SKYTRAX Airline*, Terutama pada maskapai Eva Air, Hainan Airlines, Qantas Airways, Lufthansa, dan Thai Airlines. Praktikan diminta untuk menganalisis hal-hal yang membuat Garuda Indonesia turun peringkat di *SKYTRAX* dan juga menganalisis kelebihan yang dimiliki oleh kompetitor sehingga mereka mampu menggeser posisi peringkat Garuda Indonesia pada *SKYTRAX*.

Parameter yang digunakan praktikan pada analisis ini yaitu Rating Maskapai, Peringkat *SKYTRAX* pada Tahun 2018, *Alliance, Service, Innovation Idea, Brand Popularity and Activity, Brand Speciality, Brand Benchmark (social media performance and brand positioning)*.

4. Project Monitoring and Assisting: August – Sept

a. Book Your Meal

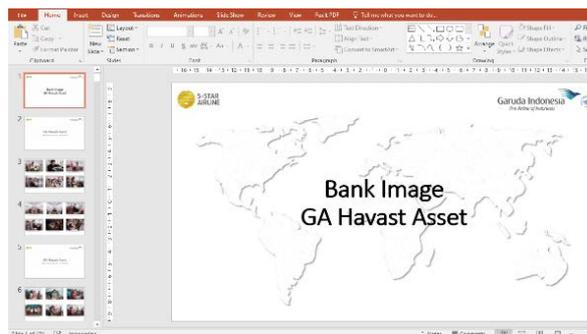


**Gambar III.10: Key Visual Book Your Meal
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)**

Book Your Meal merupakan fitur baru Garuda Indonesia yang mengusung konsep pelayanan di mana penumpang *first class* maupun *business class* dapat memilih makanan yang ingin mereka santap pada penerbangan tersebut sebelum keberangkatan. Dengan kata lain, penumpang dapat menentukan (reservasi) makanan yang ingin mereka santap di penerbangan yang tersebut sebelum waktu penerbangan selambat-lambatnya 48 jam sebelum penerbangan.

Dengan adanya fitur ini penumpang *first class* serta *business class* dapat memilih menu hidangan utama mereka dengan pilihan menu yang lebih banyak dan beragam.

b. GA Havas *Bank Image*



Gambar III.11: PPT GA Havas *Bank Image*
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Garuda Indonesia selalu menyiapkan *Image* untuk kebutuhan *branding* dan *marketing*. Bekerjasama dengan *Digital Agency* Havas Media, Marketing Garuda Indonesia melakukan *shooting* dan *photoshoot* dalam rangka memenuhi kebutuhan *image* dan *video* untuk *branding* dan *marketing*.

Semua hasil tersebut dikumpulkan dan diseleksi serta dikelompokkan sesuai dengan kebutuhannya.

c. GIA Untuk Indonesia



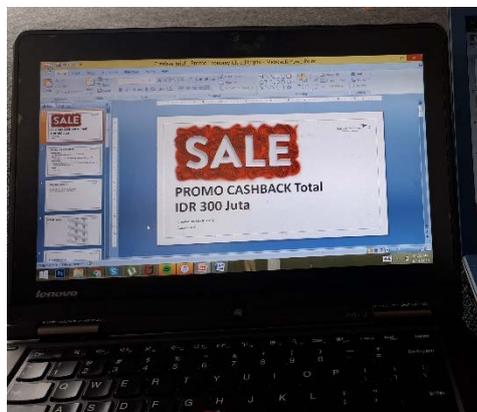
Gambar III.12: *Key Visual #GIAUNTUKINDONESIA*
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Bekerjasama dengan salah satu artis Indonesia yaitu Ramon Y Tunga, Garuda Indonesia melakukan ekspedisi ke Tangkahan, Sumatera Utara pada tanggal 8-11 Agustus 2019 untuk mengunjungi Taman Nasional Gunung Leuser dalam rangka memperkenalkan daerah tersebut sebagai daerah konservasi alam habitat dari gajah dan orang utan Sumatera yang memiliki potensi pariwisata sekaligus berbagi dengan masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia. Garuda Indonesia juga membagikan buku-buku dari hasil sumbangan untuk anak-anak di Sekolah Alam di Tangkahan.

Garuda Indonesia juga turut memperkenalkan *GIA Box* yang digunakan untuk membawa buku-buku sumbangan ke Tangkahan. *GIA Box* sendiri merupakan kardus kargo ramah lingkungan yang kuat dan *water resistant* serta sudah memiliki sertifikat FSC (*Forest Stewardship Council*) yang bahannya berasal dari bahan daur ulang. Dengan ini Garuda Indonesia mengajak para pengguna jasa untuk mengganti penggunaan styrofoam dengan *GIA Box* sebagai bentuk langkah penyelamatan lingkungan.

d. Promo Garuda Online Sales (GOS)

Garuda Online Sales (GOS) merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. kepada mitra usaha (*GOS Member*) untuk memasarkan tiket Garuda Indonesia secara *online* atau melalui internet.



**Gambar III.13: PPT Key Visual Promo Garuda Online Sales untuk Program Cashback Top Up DTU via BRI
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)**

| No | Route | Tanggal | Waktu | Tarif | Total | Total | Total Harga | |
|----|--------------|---------|-------------------------------|-------|-------|----------------|-------------|-----------------|
| 1 | ATA-BIA (PP) | 11-Sep | 09:00 / 11:30 | 40 | | Rp. 6.533.300 | GA | Rp. 277.352.000 |
| 2 | ATA-BIA (PP) | 16-Sep | 15:10 / 18:25 | 7 | | Rp. 6.146.700 | GA | Rp. 44.406.500 |
| 3 | ATA-BIA (PP) | 20-Sep | 13:00 / 15:05 | 7 | | Rp. 4.179.800 | GA | Rp. 30.418.200 |
| 4 | ATA-BIA (PP) | 26-Sep | 09:00 / 11:30 | 40 | | Rp. 11.999.900 | GA | Rp. 476.618.000 |
| 5 | ATA-BIA (PP) | 01-Oct | 13:00 / 15:05 | 7 | | Rp. 4.221.600 | GA | Rp. 25.201.200 |
| 6 | ATA-BIA (PP) | 08-Oct | 09:00 / 11:30 | 40 | | Rp. 2.888.200 | GA | Rp. 115.448.000 |
| 7 | ATA-BIA (PP) | 14-Oct | 14:00 / 16:00 | 7 | | Rp. 3.256.600 | GA | Rp. 25.201.200 |
| 8 | PSI-BIA (PP) | 06-Sep | 07:00 / 13:25 / 14:10 / 17:45 | 20 | 40 | Rp. 12.821.500 | GA/NI | Rp. 238.208.000 |
| 9 | PSI-BIA (PP) | 09-Sep | 15:20 / 17:25 / 19:45 / 15:40 | 20 | 40 | Rp. 2.738.800 | GA/NI | Rp. 113.728.000 |

Gambar III.15: Schedule flight PSIM bersama Garuda Indonesia Group

Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Praktikan dilibatkan dalam pengaturan jadwal penerbangan serta kalkulasi biaya yang dibutuhkan untuk mensponsori PSIM pada pertandingan Liga Dua 2019.

f. GIA X Nissan Festival (GIANT) 2019

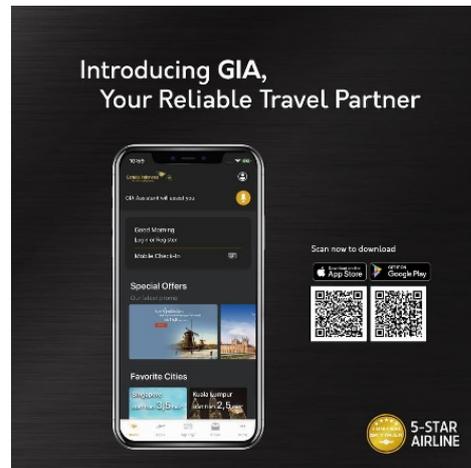
Sebagai unit yang bertanggungjawab atas inovasi-inovasi yang untuk menunjang kegiatan pemasaran Garuda Indonesia maka CMI mengusung ide bekerjasama dengan Nissan untuk berkolaborasi pada acara *Launching* produk baru Nissan yaitu Nissan Terra.

GIA X Nissan Festival (GIANT) 2019 merupakan acara kerjasama Garuda Indonesia dan Nissan dalam rangka mendukung kegiatan promosi *Launching* Nissan Terra, dimana terdapat berbagai acara hiburan serta undian yang dapat diikuti oleh penumpang Garuda Indonesia.

Penumpang dengan tiket penerbangan Garuda Indonesia dalam kurun waktu paling lama satu tahun kebelakang dapat

mengikuti acara ini dan mendapatkan kesempatan menukar *Garuda Miles* dengan hadiah yang telah disediakan.

g. *Feature Voice Command* dan *Virtual Assistant* GIA Mobile App



Gambar III.16: Key Visual New Feature Voice Command and Virtual Assistant pada GIA Mobile App
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. selalu mencoba untuk meningkatkan layanan agar dapat mempermudah pengguna dalam mengakses informasi dan reservasi layanan penerbangan. *Fitur Voice Command* dan *Virtual Assistant* pada *GIA Mobile App* merupakan salah satu fitur yang dapat mempermudah pengguna *GIA Mobile App* dalam memperoleh kemudahan dalam memenuhi kebutuhan informasi dan reservasi layanan penerbangan hanya dengan melalui perintah suara kepada *virtual assistant* GIA.

Dengan adanya inovasi ini Garuda Indonesia berhasil menjadi pelopor group maskapai penerbangan pertama

dalam menghadirkan *fitur virtual assistant* dan *voice command* pada *direct application mobile app* maskapai penerbangan di Indonesia. Namun, departemen *marketing* selalu memantau dan mengevaluasi implementasi setiap inovasi agar dapat memenuhi kebutuhan serta memuaskan hati konsumen.

Praktikan mendapat tugas untuk memantau *social media* Garuda Indonesia terkait penambahan *fitur Virtual Assistant and Voice Command GIA Mobile Apps* dan melaporkan setiap kritik maupun saran pengguna agar menjadi bahan evaluasi serta perbaikan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

h. Beauty One Week

Beauty One Week juga merupakan inovasi yang dilakukan oleh unit CMI dimana dalam satu minggu penerbangan pada rute tertentu penumpang akan mendapatkan kesempatan untuk mengikuti acara/kegiatan pada penerbangan khusus *Beauty One Week* ini. Inovasi ini tercipta karena trend kecantikan yang dinilai semakin diminati oleh masyarakat, dan juga sekaligus untuk mensosialisasikan pentingnya menjaga kesehatan kulit saat penerbangan.

i. Program Umrah 2019

Setelah kepulangan jamaah haji *fase* kedua, maka program umrah PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. pun

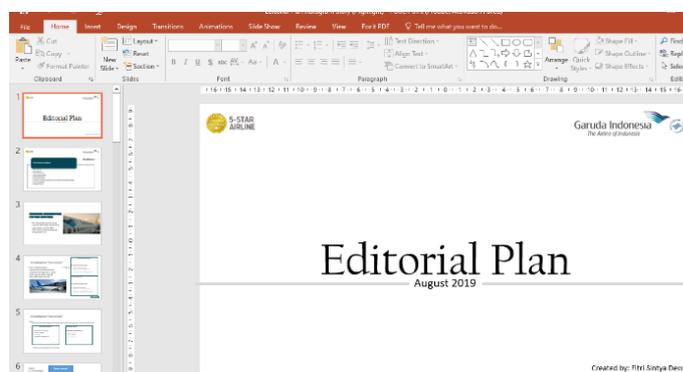
dibuka kembali. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk melalui anak perusahaannya yaitu Aerowisata mengembangkan program umrah.

Sebagai *unit* yang bertanggungjawab untuk senantiasa melakukan inovasi dan peningkatan, maka CMI melakukan *marketing intelligence* terhadap *travel* haji dan umrah terbaik yang ada di Indonesia.

Hal ini bertujuan untuk mengetahui strategi pesaing serta dapat mengetahui strategi *marketing* dan inovasi yang tepat dilakukan.

Praktikan diminta menyediakan data berupa program yang ditawarkan, harga, serta fasilitas yang ada pada beberapa *travel* haji dan umrah terbaik di Indonesia.

5. Membuat *Editorial Planning*



Gambar III.17: PPT *Editorial Plan Content*
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Pada setiap bulannya, Departemen *Marketing* Garuda Indonesia khususnya unit *marketing communication* (CMM) membuat *Editorial Plan* yang berisi jadwal *Social Media Activity* baik untuk kegiatan promosi maupun *event-event* Garuda Indonesia. Praktikan dilibatkan dalam membuat *Editorial Plan* unit CMM dan membuat konten untuk *Intagram Story* yaitu:

EnsiklopeGIA

Konten ini berisi informasi-informasi seputar dunia aviasi yang mungkin belum diketahui oleh sebagian masyarakat. EnsiklopeGIA bertujuan untuk membuat masyarakat khususnya penumpang Garuda Indonesia lebih mengetahui dunia aviasi serta menambah wawasan seputar dunia aviasi.

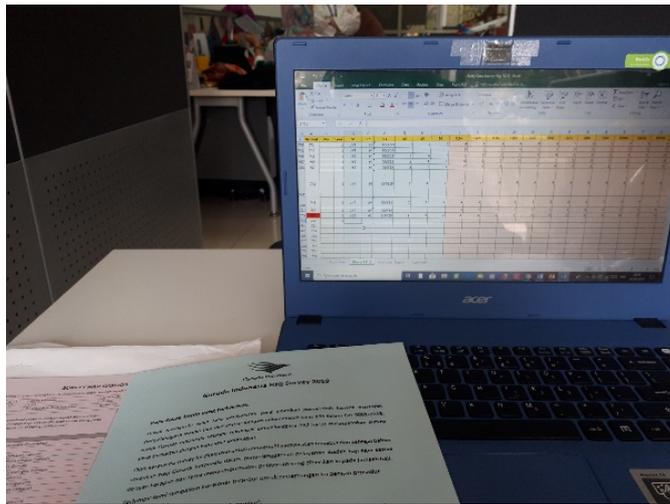
6. Membuat Rancangan SOP & *Flow Chart Partnership*

Konsep baru yang dimiliki PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Dalam kegiatan pemsarannya menjadikan Departemen Marketing khususnya unit CMS harus membuat SOP dan *Flow Chart Partnership* yang baru SOP dan *Flow Chart* sebelumnya berdasarkan kebijakan 5 tahun yang lalu.

Praktikan diminta untuk memberi masukan dengan cara membuat Rancangan SOP dan *Flow Chart Partnership* yang baru dengan pertimbangan konsep “*Zero Cost*” yang dimiliki

Garuda Indonesia. Karena kedepannya Garuda Indonesia akan banyak melakukan kegiatan partnership untuk mendukung kegiatan pemasaran mereka.

7. Survei Kepuasan Haji 2019



Gambar III.18: Input Data Survei Kepuasan Haji 2019
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Pada tanggal 28 Agustus 2019, *Fase Pertama* Jamaah Haji telah tiba di Tanah Air. Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai penerbangan yang melayani para Jamaah Haji. Sebagai *unit* yang bertanggungjawab atas riset maka CMI meng-*input* serta menganalisis kepuasan Jamaah Haji Periode 2019 dengan melakukan survei.

Praktikan dilibatkan dalam penginputan data kuesioner Jamaah Haji *Fase Pertama* 2019. Hasil dari Kuesioner tersebut nantinya akan dianalisis sebagai bahan perbaikan dan

peningkatan kualitas Garuda Indonesia sebagai salah satu maskapai penerbangan yang melayani Jamaah Haji.

8. Davao

Davao merupakan salah satu kota di Philipina yang memiliki banyak destinasi wisata, mulai dari wisata alam, sejarah, kuliner, dll.



Gambar III.19: Key Visual Rute Baru Manado-Davao
Sumber: Data diolah Praktikan (2019)

Garuda Indonesia akan membuka rute penerbangan Manado – Davao, oleh karena itu Praktikan diminta untuk membuat *wording* tentang Davao untuk kebutuhan *Web* Garuda Indonesia.

Membuat *Wording* untuk *Discover Page Web* GA karena Garuda Indonesia memiliki *Web* yang tidak hanya dapat digunakan untuk reservasi tiket pesawat, namun juga menyimpan berbagai informasi yang dibutuhkan penumpang

maupun masyarakat. Salah satunya yaitu Destinasi Wisata yang dilayani maskapai Garuda Indonesia pada *Page Discovery*.

Di setiap wilayah terdapat rekomendasi tempat wisata maupun kuliner yang dapat dijadikan referensi oleh para wisatawan ketika berwisata di tempat tersebut. Praktikan membuat *wording* tentang Davao mulai dari informasi geografis, tempat wisata, penginapan, serta kuliner.

C. Kendala yang Dihadapi

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. tepatnya pada *Unit Marketing Innovation & Research*, terdapat beberapa kendala yang praktikan alami, beberapa diantaranya yaitu:

1. Ketatnya sistem keamanan pada Kantor Pusat (*Head Office*) Garuda Indonesia membuat mobilitas Praktikan menjadi terbatas. Karena untuk dapat berpindah dari satu ruangan keruangan lainnya dan menggunakan fasilitas kantor seperti *lift*, mesin *fotocopy*, *printer*, *scanner* dan lainnya dibutuhkan kartu akses khusus. Praktikan tidak mendapatkan kartu akses tersebut karena kartu hanya di miliki oleh pegawai tetap di departemen *marketing*. Namun beberapa departemen lain membuatkan kartu akses tersebut untuk peserta magang di Garuda Indonesia. Hal ini berbeda-beda karena kebijakan masing-masing departemen

pun berbeda. Pada Departemen *Marketing* tempat Praktikan melaksanakan PKL hal tersebut tidak diperkenankan, oleh karena itu Praktikan tidak mendapatkan kartu akses khusus.

Praktikan juga tidak dapat mengikuti beberapa *event* yang melibatkan Departemen *Marketing* Garuda Indonesia karena kegiatan tersebut berada di GMF Hanggar. Untuk dapat memasuki area Hanggar Praktikan memerlukan kartu khusus. Kartu khusus tersebut hanya dapat dimiliki oleh karyawan tetap, bahkan karyawan tetap yang memiliki kartu tersebut pun tingkatan wewenang yang berbeda untuk dapat mengakses area Hanggar maupun Bandara Internasional Soekarno Hatta.

2. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. merupakan perusahaan besar yang memiliki beberapa anak perusahaan dan departemen serta *unit* yang banyak, Banyaknya *unit* tersebut membuat Garuda Indonesia memakai kode *unit* tersendiri untuk mempermudah proses koordinasi di kantor. Namun, hal ini membuat Praktikan bingung karena pada awal Praktikan memulai PKL, Praktikan merasa asing dan tidak mengerti kode *unit* yang dibahas ataupun dibicarakan pada saat rapat maupun pengerjaan tugas.
3. Banyak istilah khusus di industri maspakai penerbangan yang tidak Praktikan ketahui sebelumnya. Ketika melaksanakan PKL di Garuda Indonesia, Praktikan dihadapkan dengan banyaknya

istilah khusus di industri maskapai penerbangan. Hal ini membuat praktikan bingung karena Praktikan tidak mendapat pembekalan tersebut di dunia perkuliahan. Banyaknya istilah khusus ini membuat Praktikan kesulitan dalam memahami informasi untuk melaksanakan pekerjaan yang ditugaskan oleh atasan maupun karyawan lainnya.

4. Praktikan secara khusus ditempatkan melaksanakan PKL di bawah *unit Marketing Innovation and Research*. Namun, pada praktik kerjanya Praktikan tidak hanya mendapat tugas khusus dari *unit* tersebut, melainkan dari seluruh *unit* yang ada di Departemen *Marketing Garuda Indonesia*. Hal ini membuat Praktikan tidak fokus pada *unit CMI* saja, dan menyebabkan Praktikan tidak mengikuti beberapa kegiatan yang dilakukan *unit CMI* karena terkadang Praktikan harus mengerjakan tugas dari *unit* lain.
5. Melaksanakan PKL pada *Unit Marketing Innovation and Research* mengharuskan Praktikan menyajikan data dengan lengkap dan terperinci serta melalui *website* maupun sumber yang relevan. Pada awal pengerjaan tugas Praktikan kurang memahami cara kerja *unit* ini, maka tugas yang dikerjakan Praktikan dinilai kurang memuaskan oleh Pembimbing dan membuat Praktikan harus merevisi tugas tersebut agar sesuai dengan yang diharapkan. Terkadang Praktikan sulit

mendapatkan informasi maupun data yang diminta karena data tersebut hanya diketahui oleh karyawan yang bersangkutan. Hal ini akan menghambat kinerja Praktikan apabila tidak dapat diatasi.

D. Cara Mengatasi Kendala

Ketika memasuki sebuah dunia yang baru bagi Praktikan, pasti akan selalu ada kendala yang mengiringi. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan beberapa cara yang Praktikan lakukan untuk berusaha mengatasi kendala yang ada agar tidak menjadi sebuah hambatan untuk mempelajari hal baru, yaitu dengan melakukan:

1. Praktikan menghadapi kendala awal berupa tidak adanya kartu akses yang memudahkan mobilitas Praktikan untuk berpindah dari satu ruangan ke ruangan lainnya serta untuk menggunakan beberapa fasilitas yang ada. Untuk mengatasi hal tersebut, Praktikan senantiasa meminjam kartu akses yang dimiliki oleh pegawai maupun *security* bila praktikan ingin berpindah dari satu ruangan ke ruangan lain maupun menggunakan fasilitas kantor yang ada seperti *lift*, *mesin fotocopy*, *printer*, *scanner* dan lainnya. Meminjam berarti memakai barang (uang dan sebagainya) orang lain untuk waktu tertentu (KBBI Online 2018). Walaupun praktikan awalnya merasa sungkan karena terus meminta tolong orang di sekitar praktikan membantu

mobilitas praktikan, namun praktikan tetap harus memberanikan diri untuk meminta bantuan agar praktikan dapat berpindah dari satu ruangan ke ruangan lainnya maupun menggunakan fasilitas kantor yang ada. Selanjutnya, karena praktikan tidak mendapat kesempatan untuk mengikuti kegiatan yang diadakan di Hanggar maupun Bandara maka praktikan mengikuti kegiatan-kegiatan lainnya yang berada diluar area tersebut.

2. Garuda Indonesia sebagai perusahaan maskapai penerbangan besar di Indonesia memiliki beberapa anak perusahaan dan departemen serta *unit* yang banyak, oleh karena itu untuk mempermudah koordinasi diantara banyaknya *unit* tersebut Garuda Indonesia memakai kode *unit* tersendiri. Pada hari pertama Praktikan menjalani PKL di Garuda Indonesia Praktikan merasa bingung dan asing karena karyawan Garuda Indonesia terus memakai kode-kode *unit* yang ada di setiap rapat maupun kegiatan koordinasi lainnya. Ketidaktahuan praktikan terhadap kode-kode yang disebutkan membuat praktikan bingung dan pada akhirnya praktikan mencari solusi untuk mengatasi ketidaktahuan kode-kode unit tersebut. Praktikan mencari informasi dengan melihat buku-buku yang ada di ruang inspirasi maupun di ruang tempat praktikan melaksanakan PKL. Namun buku yang praktikan temui bukanlah buku yang membahas tentang hal tersebut, maka untuk memahami kode

unit yang ada di Garuda Indonesia praktikan senantiasa mencari informasi dan bertanya kepada karyawan, mencatat serta menghafalkan kode-kode *unit* tersebut untuk mempermudah koordinasi dengan atasan maupun karyawan lainnya serta mempermudah pengerjaan tugas yang diberikan. Bertanya memiliki arti yaitu meminta keterangan (penjelasan dsb); meminta supaya diberi tahu tentang sesuatu (KBBI Online 2018).

3. Saat menjalani perkuliahan Praktikan tidak mendapatkan bekal khusus untuk terjun ke dunia kerja maskapai penerbangan. Maka itu praktikan tidak mengetahui istilah khusus yang ada pada perusahaan maskapai penerbangan. Istilah tersebut terkait dengan hal-hal teknis maupun operasional yang ada di perusahaan maskapai penerbangan, contohnya seperti *push back car*, *aileron*, *ground service*, *ground handling*, *FSC*, *LCC* dan lain sebagainya. Praktikan mempelajari, yang memiliki makna belajar (sesuatu) dengan sungguh-sungguh; mendalami sesuatu (KBBI Online 2018) istilah-istilah khusus yang ada di industri maskapai penerbangan untuk mengatasi ketidaktahuan tersebut, Praktikan mencari dan mempelajari informasi dari internet, *website* khusus sekolah penerbangan maupun sumber lainnya seperti karyawan maupun relasi peserta magang yang telah menyelesaikan praktik magangnya di Garuda Indonesia. Setelah

mendapatkan informasi tersebut praktikan senantiasa belajar untuk memahami istilah khusus tersebut. Hal ini selalu praktikan lakukan apabila terdapat istilah khusus baru yang asing dan belum praktikan pelajari. Praktikan menyadari bahwa adanya hal ini menambah wawasan baru untuk praktikan dan praktikan senang karena dapat mempelajari hal baru yang tidak praktikan dapatkan sebelumnya di dunia perkuliahan. Praktikan juga bersyukur mendapat kesempatan mempelajari hal baru yang tidak akan praktikan dapatkan di tempat lain.

4. Dalam pelaksanaan praktik kerjanya, Praktikan tidak hanya menerima tugas dari *Unit Marketing Innovation and Research* (CMI), melainkan dari semua *unit* yang ada di Departemen *Marketing Garuda Indonesia*. Hal ini membuat Praktikan tidak fokus untuk lebih memahami dan mendalami *unit* tempat praktikan melaksanakan PKL, mendalami di sini memiliki makna meresapi; menyelami; mempelajari (menelaah, menyelidiki) dalam-dalam (KBBI Online 2018). Karena praktikan diminta membantu dan mengerjakan tugas dari semua *unit* yang ada di departemen *marketing Garuda Indonesia* secara periodik (seminggu). Praktikan tetap berada di naungan *unit* CMI, namun praktikan harus mengerjakan tugas yang diberikan *unit* lain secara bergilir. Misalnya, pada minggu pertama sampai dengan minggu ketiga praktikan menjalani kegiatan PKL di

Garuda Indonesia praktikan fokus mengerjakan tugas-tugas yang ada di CMI tetapi minggu keempat Praktikan harus membantu *unit* CMM selama satu pekan kedepan. Namun, di sisi lain praktikan memahami bahwa penugasan dari *unit* lain juga bermanfaat karena semua *unit* di Departemen *Marketing* Garuda Indonesia saling terhubung satu sama lain. Hal ini juga membuat Praktikan belajar bagaimana cara *unit* lain dalam praktik kerjanya menjalankan kegiatan pemasaran di Garuda Indonesia. Praktikan bersyukur karena mendapat kesempatan untuk belajar dari semua *unit* yang ada di Departemen *Marketing* Garuda Indonesia.

5. Mengatasi kendala terakhir ini praktikan seringkali berkonsultasi dengan pembimbing maupun atasan yang memberikan tugas kepada praktikan, berkonsultasi memiliki makna bertukar pikiran atau meminta pertimbangan dalam memutuskan sesuatu (KBBI Online 2018). Hal ini dilakukan demi memastikan bahwa tugas yang praktikan kerjakan telah sesuai dengan standar yang diinginkan oleh pemberi tugas. Praktikan juga senantiasa bertanya kepada karyawan untuk membantu praktikan menyelesaikan tugas dan mendapatkan akses data yang praktikan perlukan dan meminta tolong kepada karyawan yang bersangkutan untuk mencarikan data yang dibutuhkan praktikan untuk menyelesaikan tugas yang

diberikan. Awalnya, Praktikan sungkan untuk meminta data tersebut kepada karyawan yang bersangkutan, karena praktikan takut merepotkan dan mengganggu pekerjaan karyawan tersebut. Namun, karyawan Garuda Indonesia sangat kooperatif dan membantu praktikan dalam melengkapi data maupun informasi yang dibutuhkan kepada pemberi tugas. Praktikan sangat berterimakasih kepada karyawan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. karena ramah dan baik hati memberikan data yang praktikan butuhkan untuk penyelesaian tugas. Setelah belajar memahami situasi yang ada selama PKL akhirnya praktikan terbiasa untuk mengerjakan tugas yang diberikan dengan standar ketentuan yang ada.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah menjalani Kegiatan Praktik Kerja Lapangan selama kurang lebih dua bulan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Praktikan menyadari bahwa terdapat banyak wawasan, serta pengalaman baru yang menambah pengetahuan dan keterampilan praktikan dalam menjalani kehidupan di dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Banyak pelajaran yang Praktikan dapatkan setelah menjalani PKL di Departemen *Marketing*, dan Praktikan memiliki bekal untuk terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya. Dari kegiatan PKL ini, Praktikan dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktikan mengetahui dan memahami cara kerja Departemen *Marketing* salah satu perusahaan maskapai penerbangan di Indonesia yaitu Garuda Indonesia, khususnya pekerjaan di *Unit Marketing Innovation and Research*. Praktikan dapat membuat marketing innovation idea yang digunakan untuk mengaktifkan serta mendukung kegiatan pemasaran Garuda Indonesia.
2. Praktikan juga dapat mengolah data-data hasil survei kepuasan pelanggan sebagai bentuk dari perbaikan pelayanan Garuda Indonesia

maupun sebagai bentuk inovasi baru yang dapat menarik minat pelanggan agar tetap loyal terhadap Garuda Indonesia.

3. Praktikan dapat berinteraksi secara langsung dan menjalin hubungan yang baik dengan karyawan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Karena Praktikan menyadari bahwa dalam dunia kerja sangatlah penting untuk membangun dan menjalin hubungan baik dengan semua orang.

B. Saran

Setelah melaksanakan kegiatan PKL ini, Praktikan ingin memberikan saran dan masukan bagi perusahaan, universitas, dan para mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, yaitu:

1. Saran untuk Mahasiswa

- a. Mahasiswa harus banyak mencari informasi tentang kegiatan magang yang dibuka di suatu perusahaan. Sebaiknya hal ini dilakukan sekurang-kurangnya 4 bulan sebelum waktu yang ditetapkan untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
- b. Pelajari perusahaan yang menjadi target mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan PKL.
- c. Mempelajari dan pahami prosedur pengurusan baik administrasi maupun hal-hal teknis sebelum melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

- d. Mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan PKL.
- e. Jalinlah hubungan baik dengan banyak orang untuk mempermudah dalam mendapatkan tempat pelaksanaan PKL.
- f. Melatih kemampuan diri dalam komunikasi, *leadership*, *team work*, serta berinisiatif untuk selalu mempelajari hal-hal baru agar dapat menghadapi situasi di dunia kerja.

2. Saran untuk Universitas Negeri Jakarta

- a. Universitas seharusnya senantiasa menjalin hubungan baik dengan berbagai institusi, lembaga maupun perusahaan yang memiliki potensi untuk mengembangkan pengetahuan serta keterampilan mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan PKL.
- b. Memberi arahan kepada mahasiswa untuk melengkapi syarat-syarat yang diperlukan untuk menunjang kegiatan PKL, serta mempermudah mahasiswa dalam proses pelengkapan syarat tersebut.
- c. Senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan akademik secara menyeluruh, khususnya pada tahap persiapan Praktik Kerja Lapangan.
- d. Mengadakan sistem yang terintegrasi dengan perusahaan agar memudahkan mahasiswa dalam pemantauan lamaran Praktik

Kerja Lapangan yang dilakukan apakah diterima atau ditolak oleh perusahaan tersebut.

3. Saran untuk PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

- a. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. sebaiknya memperbaiki sistem dalam perekrutan maupun penerimaan mahasiswa magang, agar terdapat penjadwalan waktu pelaksanaan yang lebih jelas dan kepastian bahwa bidang kerja yang diinginkan oleh mahasiswa untuk menjalani PKL dapat menerima peserta magang atau tidak. Dan senantiasa mengabari mahasiswa yang melamar sebagai peserta magang tentang kelanjutan prosesnya apakah diterima atau ditolak untuk melaksanakan kegiatan PKL tersebut.
- b. Peserta magang yang berada di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. sangatlah banyak serta memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Tidak semua peserta magang di Garuda Indonesia memiliki latar belakang pendidikan aviasi, maka itu dengan adanya buku panduan khusus untuk peserta magang akan sangatlah membantu para peserta magang dari berbagai institusi dalam mempelajari dan beradaptasi dengan dunia kerja maskapai penerbangan yang banyak memiliki istilah khusus.
- c. Praktikan berharap agar kedepannya peserta magang yang melaksanakan kegiatan magang atau PKL selama sebulan lebih

di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. akan mendapatkan kartu akses khusus berjangka yang dapat digunakan untuk memudahkan mobilitas peserta magang di Garuda Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Annual Report. Garuda Indonesia. 2018
https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate_Actions/New_Info_JSX/Jenis_Informasi/01_Laporan_Keuangan/04_Annual%20Report//2018/GIAA/GIAA_Annual%20Report_2018_revisi.pdf
 (Diakses tanggal 20 Agustus 2019)
- Board of Directors
<https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/organization/board-of-directors.page?> (Diakses tanggal 5 September 2019)
- Jochen Wirtz, Christopher Lovelock. *Services Marketing Strategy: People, Technology, Strategy*. 8th ed. USA: World Scientific Publishing Co. Inc., 2016 (Diakses tanggal 7 November 2019)
- KBBI Online. (2018). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*. Diambil kembali dari <https://kbbi.web.id/tanya>. (Diakses tanggal 24 Januari 2020)
- Pedoman Praktik Kerja Lapangan FE UNJ. (2012)
http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PRAKTIK-KERJA-LAPANGAN_0.pdf (Diakses tanggal 18 Agustus 2019)
- Visi dan Misi Perusahaan
<https://www.garuda-indonesia.com/th/en/partner/corporate-partners/>
 (Diakses tanggal 10 September 2019)

LAMPIRAN – LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL)

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|----------------------|-------------|--------|---|------------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 1 | Senin, 15 Juli 2019 | | | <ul style="list-style-type: none"> Praktikan belum memulai kegiatan PKL dan baru memulainya hari Selasa sesuai arahan Ibu Euis | Ibu Euis |
| 2 | Selasa, 16 Juli 2019 | 07.20 | 16.30 | <ul style="list-style-type: none"> <i>Briefing</i> dengan staf <i>Human Capital</i> (Ibu Euis) Diperkenalkan dengan pegawai Departemen <i>Marketing</i> dan ditempatkan di <i>unit Marketing Innovation & Research</i> oleh Bapak Arsena selaku VP of Departemen <i>Marketing</i> <i>Briefing</i> dengan Pembimbing dan <i>Manager of CMI</i> Bapak Dea Tantyo Membuat PPT <i>Innovation Idea</i> | Bapak Dea Tantyo |
| 3 | Rabu, 17 Juli 2019 | 07.22 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> Melanjutkan PPT <i>Innovation Idea</i> Memantau Media Sosial Garuda Indonesia | Bapak Dea Tantyo |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|----------------------|-------------|--------|---|------------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 4 | Kamis, 18 Juli 2019 | 07.20 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan PPT <i>Innovation Idea</i> • Memantau Media Sosial Garuda Indonesia • Analisis <i>Case Garuda Indonesia</i> | Bapak Dea Tantyo |
| 5 | Jum'at, 19 Juli 2019 | 07.24 | 16.45 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat PPT <i>GA Exhibition</i> • Membantu membuat wording Book <i>Your Meal</i> | Bapak Dea Tantyo |
| 6 | Senin, 22 Juli 2019 | 07.28 | 16.14 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan PPT <i>GA Exhibition</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Bapak Dea Tantyo |
| 7 | Selasa, 23 Juli 2019 | 07.22 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat PPT <i>Innovation Idea GA X Namaazdining</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Bapak Dea Tantyo |
| 8 | Rabu, 24 Juli 2019 | 07.21 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • PPT <i>Innovation Idea GA X Namaazdining</i> • Membuat PPT <i>Innovation Idea Console Game Inflight</i> • Memantau Sosial Media | Bapak Dea Tantyo |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|----------------------|-------------|--------|--|------------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 9 | Kamis, 25 Juli 2019 | 07.19 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan PPT <i>Innovation Idea Console Game Inflight</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Bapak Dea Tantyo |
| 10 | Jum'at 26 Juli 2019 | 07.20 | 16.55 | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Meeting</i> Internal CMI • Presentasi PPT <i>Innovation Idea</i> | Bapak Dea Tantyo |
| 11 | Senin, 29 Juli 2019 | | | Izin Sakit | |
| 12 | Selasa, 30 Juli 2019 | 07.22 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri undangan acara <i>GA Kids Day</i> • Membuat <i>Editorial Planning</i> • Memantau <i>Social Media</i> Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Mba Indah |
| 13 | Rabu, 31 Juli 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat konten <i>Editorial Planning</i> • Menghadiri undangan acara <i>Launching New Safety Video</i> Garuda Indonesia | Bapak Arsena |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|------------------------|-------------|--------|---|------------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 14 | Kamis, 1 Agustus 2019 | 07.21 | 16.17 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Competitor Intelligence</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Bapak Dea Tantyo |
| 15 | Jum'at, 2 Agustus 2019 | 07.20 | 16.45 | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi <i>Competitor Intelligence</i> • Revisi PPT <i>Competitor Intelligence</i> | Bapak Dea Tantyo |
| 16 | Senin, 5 Agustus 2019 | 07.19 | 16.18 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan Revisi PPT <i>Competitor Intelligence</i> • Membuat konten EnsiklopeGIA • <i>Meeting</i> Internal CMI membahas <i>GIANT</i> (Garuda Indonesia X Nissan Tera) • <i>Sharing Session</i> Internal CMI | Bapak Dea Tantyo |
| 17 | Selasa, 6 Agustus 2019 | 07.21 | 16.13 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan materi konten EnsiklopeGIA • Melanjutkan Revisi PPT <i>Competitor Intelligence</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Bapak Dea Tantyo |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|-------------------------|-------------|--------|---|---------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 18 | Rabu, 7 Agustus 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan materi konten EnsiklopeGIA • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Mba Indah |
| 19 | Kamis, 8 Agustus 2019 | 07.17 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Key Visual (KV)</i> EnsiklopeGIA • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Mba Indah |
| 20 | Jum'at, 9 Agustus 2019 | | | Izin Sakit | |
| 21 | Senin, 12 Agustus 2019 | 07.20 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Menyeleksi <i>Image</i> dari GA <i>Havast Asset</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Bapak Ali |
| 22 | Selasa, 13 Agustus 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat GA <i>Bank Image</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Bapak Ali |
| 23 | Rabu, 14 Agustus 2019 | 07.20 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat KV <i>Promo Garuda Online Sales (GOS)</i> • Melanjutkan GA <i>Bank Image</i> | Mba Pathricia |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|----------------------------|-------------|--------|---|--------------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 24 | Kamis, 15 Agustus 2019 | 07.22 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan GA <i>Bank Image</i> • <i>Meeting</i> bersama Rivera | Bapak Ridho |
| 25 | Jum'at, 16 Agustus 2019 | 07.16 | 11.30 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan GA <i>Bank Image</i> • Membantu mencari <i>venue</i> untuk <i>Launching GIA Box</i> | Bapak Ali |
| 26 | Senin, 19 Agustus 2019 | | | Izin | |
| 27 | Selasa, 20 Agustus 2019 | 07.10 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Mencari <i>jadwal</i> penerbangan yang sesuai dengan PSIM Liga 2 • <i>Budgeting</i> keperluan tiket PSIM Liga 2 | Mba Cut Keumala |
| 28 | Rabu, 21 Agustus 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Flowchart Partnership</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Mba Cut Keumala |
| 29 | Kamis, 22 Agustus 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>Flowchart Partnership</i> • Melanjutkan <i>Bank Image GA</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Mba Cut Keumala |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|-------------------------|-------------|--------|--|-----------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 30 | Jum'at, 23 Agustus 2019 | 07.20 | 16.45 | <ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti Acara Pringatan Kemerdekaan Republik Indonesia • Melanjutkan <i>Bank Image</i> GA • <i>Meeting</i> bersama Nature Republik | Bapak Ridho |
| 31 | Senin, 26 Agustus 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan <i>Bank Image</i> GA • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Mba Cut Keumala |
| 32 | Selasa, 27 Agustus 2019 | 07.12 | 16.14 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat KV EnsiklopeGIA • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Mba Indah |
| 33 | Rabu, 28 Agustus 2019 | 07.10 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Input Data</i> Survei Haji <i>Fase</i> 1 2019 • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Bapak Ridho |
| 34 | Kamis, 29 Agustus 2019 | 07.20 | 16.16 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan <i>Input Data</i> Survei Haji <i>Fase</i> 1 2019 • Memantau Sosial Media GIA | Bapak Ridho |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|--------------------------|-------------|--------|--|-----------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 35 | Jum'at, 30 Agustus 2019 | 07.18 | 16.50 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan <i>Input Data Survei Haji Fase 1 2019</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan lain | Bapak Ridho |
| 36 | Senin, 2 September 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan <i>Input Data Survei Haji Fase 1 2019</i> • <i>Meeting</i> Internal CMM terkait kebijakan baru internal mengelola Sosial Media Garuda Indonesia • Memantau GIA <i>Mobile App</i> | Bapak Ridho |
| 37 | Selasa, 3 September 2019 | 07.15 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Hari Pelanggan Nasional • Memantau GIA <i>Mobile App</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Mba Indah |
| 38 | Rabu, 4 September 2019 | 07.20 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat SOP <i>Partnership</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Mba Cut Keumala |
| 39 | Kamis, 5 September 2019 | 07.10 | 16.20 | <ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>Flow Chart Partnership</i> | Mba Cut Keumala |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|------------------------------|-------------|--------|---|-----------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 40 | Jum'at, 6 September 2019 | 07.15 | 16.45 | <ul style="list-style-type: none"> • Revisi SOP <i>Partnership</i> • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia • Membuat konten untuk <i>Web Garuda Indonesia</i> terkait rute baru penerbangan ke Davao Filipina | Mba Cut Keumala |
| 41 | Senin, 9 September 2019 | 07.20 | 12.00 | <ul style="list-style-type: none"> • Membantu sosialisasi kepada peserta magang baru di Departemen <i>Marketing Garuda Indonesia</i> • Melanjutkan materi konten untuk <i>Web Garuda Indonesia</i> terkait rute baru penerbangan ke Davao Filipina • Izin Kampus | Mba Indah |
| 42 | Selasa, 10 September 2019 | 07.18 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan materi konten untuk <i>Web Garuda Indonesia</i> terkait rute baru penerbangan ke Davao Filipina • Memantau Sosial Media GIA | Mba Indah |

| No | Hari/Tanggal | Waktu (WIB) | | Kegiatan | PIC |
|----|------------------------------|-------------|--------|---|-------------|
| | | Masuk | Keluar | | |
| 43 | Rabu, 11 September 2019 | 07.20 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan materi konten untuk <i>Web Garuda Indonesia</i> terkait rute baru penerbangan ke Davao Filipina • Memantau Sosial Media Garuda Indonesia | Mba Indah |
| 44 | Kamis, 12 September 2019 | 07.15 | 16.15 | <ul style="list-style-type: none"> • Revisi materi konten untuk <i>Web Garuda Indonesia</i> terkait rute baru penerbangan ke Davao Filipina • Membantu mencari materi untuk bahan presentasi CMI terkait Program Umrah 2019 | Bapak Ridho |
| 45 | Jum'at, 13 September 2019 | 07.16 | 16.45 | <ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti Kajian bulanan bersama Karyawan Garuda Indonesia yang diisi oleh Ust. Wijayanto • Membantu mencari materi untuk bahan presentasi CMI terkait Program Umrah 2019 | Bapak Ridho |

LAMPIRAN 2

Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 15910/UN39.12/KM/2018

01 November 2018

Lamp. : 1 lembar

Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan Kelompok

Kepada Yth.

Bpk. Harry Herlambang SM Genera Suport, JKTVZUGA

Jl. Raya Duri Kosambi No.125, RT.3/RW.1, Duri Kosambi

Cengkareng Jakarta Barat

Sehubungan dengan adanya tugas salah satu mata kuliah, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

| | |
|---------------|--|
| Program Studi | : Manajemen |
| Fakultas | : Ekonomi |
| Jenjang | : S1 |
| Sebanyak | : 3 orang (Fitri Sintya Dewi, dkk) Daftar nama terlampir |
| Dalam Rangka | : Memenuhi Tugas Mata Kuliah " Praktik Kerja Lapangan " pada tanggal 21 Januari 2019 sampai dengan tanggal 15 Maret 2019. |
| No. Telp/Hp | : 085959640868 |

Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan
dan Hubungan Masyarakat


Woro Sasmoyo, SH.

NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Program Studi Manajemen

Lamp. : 1 lembar
Nomor : 15910/UN39.12/KM/2018

DAFTAR NAMA MAHASISWA PESERTA PKL KELOMPOK

| No. | Nama | Noreg | No. Telp/HP |
|-----|---------------------------|------------|--------------|
| 1. | Fitri Sintya Dewi | 8215165209 | 085959640868 |
| 2. | Nur Laely Ramadhani Ridha | 8215160862 | 081291442025 |
| 3. | Yusuf Ardi Nugroho | 8215162580 | 083822143032 |
| 4. | | | |
| 5. | | | |
| 6. | | | |
| 7. | | | |
| 8. | | | |
| 9. | | | |
| 10. | | | |

Ketua Kelompok



Fitri Sintya Dewi
NOREG. 8215165209

LAMPIRAN 3

Surat Persetujuan Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)



Kepada Yth.,
Bapak/ Ibu Woro Sasmoyo SH.
Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan dan Hubungan Masyarakat
Universitas Negeri Jakarta
Di Tempat

Jakarta

11 Januari 2019

Nomor Kami

GARUDA/JKTVZU/20011/2019

Perihal

KONFIRMASI MAGANG

PT Garuda Indonesia (Persero)
Tbk.
Kantor Pusat / Registered Office
Garuda Indonesia Building
Jalan Kebon Sirih No. 46 A
Jakarta 10110, Indonesia

Dengan hormat,

Kantor Manajemen/ Management
Office
Management Building Garuda
City, Ground Floor, Soekarno-
Hatta
International Airport
Tangerang 15111
PO. BOX. 1004 TNG BUSH
Phone : 62-21-55915671
Facsimile : 62-21-55915673
Email : Garuda-
indonesia.com

Mengacu kepada surat dari Universitas Negeri Jakarta No: 15910/UN39.12/KM/2018 perihal permohonan Magang di PT. Garuda Indonesia (PERSERO) Tbk, dengan data :

| NO | NAMA | NIM | PROG/ JURUSAN | RENCANA WAKTU |
|----|------------------------------|------------|---------------|--------------------------------|
| 1. | Fitri Sintya Dewi | 8215165209 | S1/ Manajemen | 15 Juli – 06 September 2019 |
| 2. | Nur Laely Ramadhani Ridha | 8215160862 | S1/ Manajemen | 15 Juli – 06 September 2019 |
| 3. | Yusuf Ardi Nugroho | 8215162580 | S1/ Manajemen | 15 Juli – 06 September 2019 |

Unit Penempatan : Unit Employee Service Center

Dengan ini disampaikan bahwa rencana kegiatan Magang bagi Mahasiswa tersebut diatas dapat dilaksanakan dengan menyesuaikan waktu yang telah ditentukan. Untuk konfirmasi lebih lanjut dapat menghubungi Sdri Andias atau Sdri Ester di No. Telp. 021-29295678 Ext. 3047 atau email : diasdiandra9@gmail.com atau ester.bortus1@gmail.com

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) Tbk.
LEARNING & DEVELOPMENT
SM. GENERAL SUPPORT & TRAINING FACILITIES


Ir. LUIS PARADA, MBA

LAMPIRAN 4

Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 17220
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.fic.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
 PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Nama : Fitri Sintya Dewi
 No. Registrasi : 8215165209
 Program Studi : SI Manajemen
 Tempat Praktik : PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
 Alamat Praktik/Telp : Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center (GCC)
 Soekarno-Hatta International Airport, PO Box 1004 Biliel 19120 Cengkayong Jakarta
 021-25601001 (Head Office)

| NO | HARI/TANGGAL | PARAF | KETERANGAN |
|-----|-------------------------|-----------------|--|
| 1. | Selasa / 16 Juli 2019 | 1. <i>Autu</i> | - Pengenalan divisi JKTU |
| 2. | Rabu / 17 Juli 2019 | 2. <i>Autu</i> | - Membuat PPT Inovasi (Thematic Flight) |
| 3. | Kamis / 18 Juli 2019 | 3. <i>Autu</i> | - Analisis Case GA |
| 4. | Jumat / 19 Juli 2019 | 4. <i>Autu</i> | - Inovasi PPT GA Exhibition BYG |
| 5. | Senin / 22 Juli 2019 | 5. <i>Autu</i> | - melanjutkan PPT GA Exhibition |
| 6. | Selasa / 23 Juli 2019 | 6. <i>Autu</i> | - PPT Inovasi Idea GA x Naman & dining |
| 7. | Rabu / 24 Juli 2019 | 7. <i>Autu</i> | - PPT Inovasi console game Inflight |
| 8. | Kamis / 25 Juli 2019 | 8. <i>Autu</i> | - PPT GA x Nintendo (console game) |
| 9. | Jumat / 26 Juli 2019 | 9. <i>Autu</i> | - Presentasi PPT Inovasi |
| 10. | Selasa / 30 Juli 2019 | 10. <i>Autu</i> | - Membuat EP (Editorial Plan) |
| 11. | Rabu / 31 Juli 2019 | 11. <i>Autu</i> | - membuat konten EP, launching new saving video GA |
| 12. | Kamis / 1 Agustus 2019 | 12. <i>Autu</i> | - Analisis TOP 10 Skytrax |
| 13. | Jumat / 2 Agustus 2019 | 13. <i>Autu</i> | - Present result / hasil analisis TOP 10 Skytrax |
| 14. | Senin / 5 Agustus 2019 | 14. <i>Autu</i> | - Present Book Review Marketing |
| 15. | Selasa / 6 Agustus 2019 | 15. <i>Autu</i> | - membuat konten Etnsklope GIB, Meeting Internal CMI (GIANT), GIB x Nissan TERBA |

Jakarta, 13 September 2019
 Penilai,

(Signature)
 Ridho Pradika

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



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung E, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4731227/4706385, Fax: (021) 4706385
Laman: www.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Fitri Sintya Dewa
No. Registrasi : 231165209
Program Studi : FI Manajemen
Tempat Praktik : PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Alamat Praktik/Telp : Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center CGLE,
Soekarno-Hatta International Airport PO BOX 1004 GELI H120 Cengkareng Indonesia
04 - 26501001 (Head Office)

| NO | HARI/TANGGAL | PARAF | KETERANGAN |
|-----|--------------------------|------------------|--|
| 1. | Rabu / 7 Agustus 2019 | 1. <i>Fitri</i> | menyampaikan Enklapedia |
| 2. | Kemis / 8 Agustus 2019 | 2. <i>Fitri</i> | membuat Key Visual (KV) Enklapedia G1A |
| 3. | Senin / 12 Agustus 2019 | 3. <i>Fitri</i> | Seleksi foto dan Hapusif Asset |
| 4. | Selasa / 13 Agustus 2019 | 4. <i>Fitri</i> | Membuat GA Bank Image |
| 5. | Rabu / 14 Agustus 2019 | 5. <i>Fitri</i> | Membuat KV promo Formula Online sales |
| 6. | Kamis / 15 Agustus 2019 | 6. <i>Fitri</i> | Meeting bersama Ruvra |
| 7. | Jumat / 16 Agustus 2019 | 7. <i>Fitri</i> | Mencari vendor lokasi dan branching G1A Box |
| 8. | Selasa / 20 Agustus 2019 | 8. <i>Fitri</i> | Budgeting keperluan iklan PSIR liga 2 |
| 9. | Rabu / 21 Agustus 2019 | 9. <i>Fitri</i> | Memeriksa flow chart CAS (Simulasi) |
| 10. | Kamis / 22 Agustus 2019 | 10. <i>Fitri</i> | Revisi Flowchart CAS |
| 11. | Jumat / 23 Agustus 2019 | 11. <i>Fitri</i> | Meeting bersama Makara Republik |
| 12. | Senin / 26 Agustus 2019 | 12. <i>Fitri</i> | menyampaikan Bank Image GA |
| 13. | Selasa / 27 Agustus 2019 | 13. <i>Fitri</i> | membuat KV Enklapedia |
| 14. | Rabu / 28 Agustus 2019 | 14. <i>Fitri</i> | Input data survei May 2019 |
| 15. | Kamis / 29 Agustus 2019 | 15. <i>Fitri</i> | Input data survei kepuasan May 2019 |

Jakarta, 13 September 2019

Penilai

Fitri Sintya Dewa
Garuda Indonesia
Redha - RSTIP

Catatan :

Formulir ini dapat dipertukarkan sesuai kebutuhan
Mekan legalitas dengan menandatangani cap instansi/perusahaan



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung K, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 472123/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fk.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
...2... SKS

Nama : Fitri Sintya Dewi
No. Registrasi : 015165209
Program Studi : SI Manajemen
Tempat Praktik : PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Alamat Praktik/Telp : Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center (GCC)
Soekarno-Hatta International Airport POBOX 1004 BUIH 19120 Tangerang (Indonesia)
021-25601001 (Head Office)

| NO | HARI/TANGGAL | PARAF | KETERANGAN |
|-----|----------------------------|-----------------|--|
| 1. | Jumat / 30 Agustus 2019 | 1. <i>Autu</i> | Input data survei kepuasan haji 2019 |
| 2. | Senin / 2 September 2019 | 2. <i>Autu</i> | Meeting Internal CRM terkait kebijakan baru internal mengelola komisi GA |
| 3. | Selasa / 3 September 2019 | 3. <i>Autu</i> | Haru pelanggan Nasional |
| 4. | Rabu / 4 September 2019 | 4. <i>Autu</i> | membuat SOP CMS |
| 5. | Kamis / 5 September 2019 | 5. <i>Autu</i> | Revisi flow chart CMS |
| 6. | Jumat / 6 September 2019 | 6. <i>Autu</i> | Revisi membuat konten untuk website terkait reue baru Voda |
| 7. | Senin / 9 September 2019 | 7. <i>Autu</i> | |
| 8. | Selasa / 10 September 2019 | 8. <i>Autu</i> | |
| 9. | Rabu / 11 September 2019 | 9. <i>Autu</i> | |
| 10. | Kamis / 12 September 2019 | 10. <i>Autu</i> | |
| 11. | Jumat / 13 September 2019 | 11. <i>Autu</i> | |
| 12. | | 12..... | |
| 13. | | 13..... | |
| 14. | | 14..... | |
| 15. | | 15..... | |

Jakarta, 13 September 2019
Penilai,

Ridha A. Alina, S.Pd
Ridha A. Alina, S.Pd
(.....)

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

LAMPIRAN 5

Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

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



AN ISO 9001:2015 CERTIFIED COMPANY

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

Nama : Fitri Sintya Dewi
No.Registrasi : 9215165209
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk
Alamat Praktik/Telp : Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center (G.C.C.)
Sukarno-Hatta International Airport, PO Box 1009 BUSH 19120 Cengkayang Indonesia
telp: 25601001 (Head Office)

| NO | ASPEK YANG DINILAI | SKOR | KETERANGAN | | | | |
|-------------|---|--------|---|----|---|-------------|-------|
| | | 46-100 | | | | | |
| 1 | Kehadiran | 90 | 1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Bobot 86-100 A 4 81-85 A- 3,7 76-80 B+ 3,3 71-75 B 3,0 66-70 B- 2,7 61-65 C+ 2,3 56-60 C 2,0 51-55 C- 1,7 46-50 D 1 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : $\frac{950}{10 \text{ (sepuluh)}} = 95$ Nilai Akhir : <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">95</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">A</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 2px;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">huruf</td> </tr> </table> | 95 | A | Angka bulat | huruf |
| 95 | A | | | | | | |
| Angka bulat | huruf | | | | | | |
| 2 | Kedisiplinan | 90 | | | | | |
| 3 | Sikap dan Kepribadian | 100 | | | | | |
| 4 | Kemampuan Dasar | 90 | | | | | |
| 5 | Ketrampilan Menggunakan Fasilitas | 90 | | | | | |
| 6 | Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan | 100 | | | | | |
| 7 | Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan | 100 | | | | | |
| 8 | Aktivitas dan Kreativitas | 90 | | | | | |
| 9 | Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas | 100 | | | | | |
| 10 | Hasil Pekerjaan | 100 | | | | | |
| Jumlah | | 950 | | | | | |

Jakarta, 13 September 2019
Penilai,

Ridho Pirindoko

Catatan :
Mohon kepatutan dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 6**Sertifikat Penyelesaian Magang**

Garuda Indonesia

CERTIFICATE
NO : GAVZU/SKET/0284/19

This is to certify that :

FITRI SINTYA DEWI
NIM : 8215165209

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
MAJORING MANAGEMENT**

Has completed the term of apprenticeship
**IN UNIT MARKETING INNOVATION AND PRODUCT
PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) Tbk.**

Period : July 15, 2019 to September 13, 2019

With result Very Good

Jakarta, September 12, 2019
**PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) Tbk.
LEARNING & DEVELOPMENT
SM. GENERAL SUPPORT & TRAINING FACILITIES**



LUIS A PARADA

Garuda Indonesia
LEARNING & DEVELOPMENT

Garuda Indonesia
Training Center

02 109213

LAMPIRAN 7

Rapat Bersama Klien



LAMPIRAN 8**Menghadiri Undangan Acara *Launching New Safety Video Garuda Indonesia*
& *GA Kids Day 2019******Launching New Safety Video Garuda Indonesia******GA Kids Day 2019***

LAMPIRAN 9

Daftar Data Survei Kepuasan Haji 2019

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P |
|----|----------------------------|---------------------|-----------------|--------------|---------|---------------|-------|---|-----|-----|-----|-----|---|---|---|---|
| 1 | Fase | | 1 | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | S1 EMBARKASI | BDJ | | BPN | BTJ | CGK | KNO | | LOP | PDG | SOC | UPG | | | | |
| 3 | S2 KLOTER | 1 s/d Habis | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | S3 TANGGAL | ddmmyy | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | S4 Jenis kelamin | 1 Perempuan | 2 Laki-laki | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | S5 Usia | 1 < 20 | 2 20-29 | 3 30-39 | 4 40-49 | 5 50-59 | 6 >59 | | | | | | | | | |
| 7 | S6 Pengalaman naik pesawat | 1 Pernah | 2 Baru Saat Ini | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Q1a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 9 | Q2a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 10 | Q3a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 11 | Q4a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 12 | Q5a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 13 | Q6a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 14 | Q7a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 15 | Q8a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 16 | Q9a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 17 | Q10a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 18 | Q11a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 19 | Q12a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 20 | Q13a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 21 | Q14a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 22 | Q15a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |
| 23 | Q16a | 1 Sangat tidak puas | 2 Tidak Puas | 3 Biasa Saja | 4 Puas | 5 sangat puas | | | | | | | | | | |

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V |
|----|---------|----|------|-----|----|--------|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|
| 1 | No urut | No | Fase | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S6 | Q1a | Q2a | Q3a | Q4a | Q5a | Q6a | Q7a | Q8a | Q9a | Q10a | Q11a | Q12a | Q13a |
| 2 | 1 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 2 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | | 1 | BDJ | 2 | 100719 | 2 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 6 | 5 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | 6 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 2 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 8 | 7 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 9 | 8 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | 9 | | 1 | BDJ | 2 | 110719 | 1 | 2 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |

LAMPIRAN 10**Dokumentasi Foto bersama Karyawan *Department Marketing Garuda*
Indonesia**

