

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PADA BAGIAN PROMOSI & PELAYANAN PELANGGAN II  
PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK.**

**FARHAN DIRA ZHIDANE**

**1702517027**



*Building  
Future  
Leaders*

**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***FIELD WORK REPORT  
ON SECTION OF PROMOTION & CUSTOMER SERVICE II  
PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK.***

***FARHAN DIRA ZHIDANE  
1702517027***



*Building  
Future  
Leaders*

***Field work report arranged to meet one of the requirements to earn the title of  
the Associate Expert at Jakarta State University***

***DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2019***

## LEMBAR EKSEKUTIF

**FARHAN DIRA ZHIDANE. 1702517027. Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK., Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2019.**

Laporan ini ditulis untuk menginformasikan kegiatan praktikan selama Praktik Kerja Lapangan pada Bagian Promosi & Pelayanan Pelanggan II PT. Semen Indonesia (persero) Tbk.. Praktikan melaksanakan PKL di PT. Semen Indonesia (persero) Tbk. selama dua bulan dari tanggal 1 Agustus hingga 25 September 2019. Praktikan ditugaskan dan ditempatkan di Bagian Promosi & Pelayanan Pelanggan II. Tugas praktikan di Bagian Promosi & Pelayanan Pelanggan II antara lain membuat *Calendar Event*, membuat administrasi pajak reklame, pendataan distributor peserta program Poin Kita Sahabat, membuat laporan tentang membangun *Brand Awareness* dengan *Integrated Marketing Communication*.. Dengan adanya pengalaman kerja ini praktikan memperoleh keterampilan dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan. Selain itu, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa oleh Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman dalam dunia kerja serta menambah pengetahuan tentang promosi dan pelayanan pelanggan yang merupakan bagian dari pemasaran.

Kata Kunci: Bagian promosi, desain grafis, (*above, below & through the line promotion*), *sales*.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

***FARHAN DIRA ZHIDANE. 1702517027. Field Work Practice Reports at PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK., DIII Study Program in Marketing Management, Faculty of Economics, Jakarta State University 2019.***

*This report was written to inform praktikan activities during the Field Work Practice in the Promotion & Customer Service Section II of PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Practice implementing street vendors at PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. for two months from 1 August to 25 September 2019. Practices are assigned and placed in the Promotion & Customer Service Section II. Practical tasks in the Promotion & Customer Service II Section include creating a Calendar Event, making advertisement tax administration, collecting data on the participants of the Poin Kita Sahabat program, making reports on building Brand Awareness with Integrated Marketing Communication. science and insight. In addition, to fulfill one of the requirements to obtain an Associate Degree required by every student by the Marketing Management Diploma Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.*

*The Field Work Practice aims to gain experience in the world of work and increase knowledge about promotions and customer service that are part of marketing.*

*Keywords: Promotion section, graphic design, (above, below & through the line promotion), sales.*

**LEMBAR PENGESAHAN**

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Dra. Sholikhah, M.M

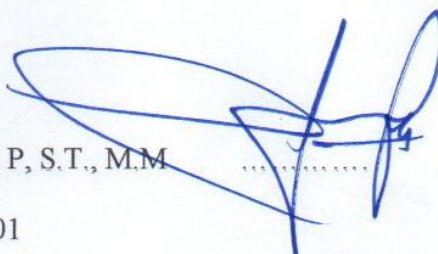
NIP.1962006231990032001

Nama Tanda Tangan Tanggal

Ketua Penguji

Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M

NIP. 197404162006041001



Penguji Ahli

Dra. Sholikhah, M.M

NIP.196206231990032001



Dosen Pembimbing

Shandy Aditya, BIB MPBS

NIP. 198404087019031003



## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya praktikan diberikan kesehatan dan kemudahan serta dukungan dan doa dari orang tua sehingga praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan selama dua bulan di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dengan baik.

Praktikan mendapatkan bimbingan dan saran baik pada pelaksanaan PKL maupun saat melakukan Praktikanan laporan PKL. Maka dalam kesempatan ini praktikan ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Shandy Aditya BIB., MPBS selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses Praktikanan laporan praktik kerja lapangan ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Riska Inayatul Aini, selaku Pembimbing Lapangan, Bapak Joko Suroso, Ibu Nimas Narulita, Bapak Rendy, Ibu Ferlin, Ibu Ani, Bapak Arga dan Seluruh karyawan PT. Semen Indonesia yang tidak dapat praktikan sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.
6. Serta Semua pihak yang turut berkontribusi dan tidak dapat praktikan sebutkan

satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih praktikan atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 5 Agustus 2019

Farhan Dira Zhidane

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR EKSEKUTIF</b> .....	i
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL .....	3
C. Kegunaan PKL .....	3
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan .....	4
E. Jadwal Pelaksanaan PKL .....	5
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL</b> .....	7
A. Sejarah Perusahaan .....	7
B. Struktur Organisasi .....	10
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	13
<b>BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN</b> .....	25
A. Bidang Kerja .....	25
B. Pelaksanaan Kerja .....	25
C. Kendala Yang Dihadapi .....	43
D. Cara Mengatasi Kendala .....	44
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	45
A. Kesimpulan .....	45
B. Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Tabel harga Semen Gresik, Padang, Tonasa .....	17
Tabel III.2 Tabel contoh <i>calendar event</i> .....	27
Tabel III.3 Tabel keikutsertaan program <i>Superstar</i> .....	37
Tabel III.4 Tabel keikutsertaan program Poin Merdeka .....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. ....	9
Gambar II.2 Logo PT. Semen Gresik .....	9
Gambar II.3 Struktur Organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. ....	10
Gambar II.4 Struktur Bagian Biro <i>Sales &amp; Planning Control II</i> .....	10
Gambar II.5 Semen Jenis <i>OPC</i> .....	14
Gambar II.6 Semen Jenis <i>PCC</i> .....	15
Gambar II.7 Semen Jenis <i>PPC</i> .....	16
Gambar II.8 Semen Jenis <i>Whice Cement</i> .....	16
Gambar II.9 Praktikan Sedang Berkunjung Ke Pabrik Gresik .....	19
Gambar III.1 Diagram alir Pembuatan <i>Calendar Event</i> .....	26
Gambar III.2 Halaman Utama <i>Website</i> Keluarga Kokoh .....	28
Gambar III.3 Halaman Utama <i>Website</i> Bisnis Kokoh .....	28
Gambar III.4 Contoh Artikel dari <i>Website</i> Keluarga Kokoh .....	29
Gambar III.5 Contoh Konten Dalam <i>Instagram</i> .....	30
Gambar III.6 Diagram alir penagian pajak reklame .....	31
Gambar III.7 Kuitansi .....	32
Gambar III.8 <i>E-Invoice</i> .....	32
Gambar III.9 Berita Acara Pemeriksaan Kerja .....	33
Gambar III.10 Faktur Pajak .....	33
Gambar III.11 Perintah kerja .....	34
Gambar III.12 Nomor Registrasi Faktur Pajak .....	34
Gambar III.13 Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) .....	35
Gambar III.14 Diagram alir Pendataan distributor peserta program Poin Kita Sahabat. .....	36
Gambar III.15 Diagram alir pembuatan laporan membangun <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Integrated Marketing Communication</i> . .....	39
Gambar III.16 <i>Cover</i> buku laporan .....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Permohonan PKL .....	48
Lampiran 2 Surat Konfirmasi PKL .....	49
Lampiran 3 Surat Keterangan PKL.....	50
Lampiran 4 Daftar Hadir PKL .....	51
Lampiran 5 Surat Penilaian PKL .....	54
Lampiran 6 Tabel Kegiatan PKL .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring berkembangnya zaman, maka teknologi digital pun semakin berkembang pula. Seperti yang kita lihat bahwa pada era digital ini, sekarang di mana-mana sudah menggunakan sistem *online* yang dilakukan melalui *internet*. Salah satu yang dipengaruhi oleh era digital adalah pemasaran suatu produk atau *brand* dengan menggunakan via *online*. Dengan mengetahui perkembangan tersebut maka Anda tidak akan ketinggalan saat sudah terjun ke dunia bisnis digital. Sadarkah kita bahwa di Indonesia sendiri, sekarang hampir semua metode promosi dilakukan dengan cara *digital marketing*. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan *digital marketing* sangat cocok dipraktikkan untuk masyarakat Indonesia, terutama bagi para pebisnis yang sudah terjun ke dunia bisnis digital.

Di era digital ini perkembangan teknologi terjadi sebuah evolusi pada teknologi media, sebut saja *new media* atau orang juga sering menyebutnya media *online* atau orang lebih akrab lagi menyebutnya dengan istilah *internet*, media ini tentunya sudah tidak asing lagi di telinga. Media ini juga disebut-sebut sebagai media yang sampai saat ini belum ada yang menandingi pertumbuhan jumlah penggunaanya.

Praktikan memilih untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Yang bertempat di Gedung Utama yakni agar praktikan bisa merasakan suasana baru di kota Gresik dan supaya praktikan

bisa mempelajari bagaimana strategi pemasaran dari perusahaan tersebut. Serta harapan utama dari Praktik Kerja Lapangan ini adalah agar praktikan dapat mengetahui bagaimana dunia kerja dan wajib dilaksanakan oleh para mahasiswa/i di Universitas karena merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) penghasil semen terbesar di Indonesia dengan kapasitas produksi mencapai 35 juta ton/tahun. PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk memiliki empat anak perusahaan besar yang bergerak di bidang penghasil semen, diantaranya adalah PT. Semen Gresik dengan lokasi *plant* di Kabupaten Tuban, PT. Semen Padang dengan lokasi *plant* di Kabupaten Indarung, PT. Semen Tonasa dengan lokasi *plant* di Kabupaten Pangkep, dan Thang Long Cement Company dengan lokasi *plant* di Vietnam. PT. Semen Gresik memproduksi berbagai jenis semen, diantara yaitu *Ordinary Portland Cement (OPC)*, *Portland Composite Cement (PCC)*, *Portland Pozzoland Cement (PPC)*, *Super White Cement*, dan *Ready Max Strength Cement*. Oleh karena hal tersebut, dipilih PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk pabrik Gresik sebagai tempat melaksanakan kerja praktik yang merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang besar dengan karyawan lebih dari 100 orang. ([www.semenindonesia.com](http://www.semenindonesia.com))

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

### **1. Maksud PKL**

Adapun maksud pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan oleh praktikan adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui gambaran dunia kerja yang sebenarnya dan mendapat pengalaman kerja guna menghadapi persaingan dalam dunia kerja sesungguhnya.
- b. Ajang implementasi bagi praktikan setelah mendapat ilmu dari bangku perkuliahan.
- c. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan serta keterampilan dalam hal pekerjaan di bidang pemasaran, khususnya dalam bagian promosi.
- d. Membangun hubungan baik dan menumbuhkan sikap profesionalisme.

### **2. Tujuan PKL**

Tujuan dilaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) oleh praktikan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui mekanisme pembuatan *Calendar Event*.
- b. Untuk mengetahui alur proses membuat surat pengihan pajak reklame.
- c. Untuk mengetahui cara mendata para distributor peserta program Poin Kita Sahabat.
- d. Serta mengetahui bagaimana cara menyusun laporan tentang membangun *Brand Awareness* dengan *Integrated Marketing Communication* yang baik dan benar.

### **C. Kegunaan PKL**

Dilaksanakannya PKL selama 40 hari kerja ini, praktikan mempunyai harapan agar dapat memberikan kegunaan kepada pihak-pihak terkait, antara lain:

#### **1. Bagi praktikan**

- a. Menambah wawasan mahasiswa tentang sebuah perusahaan produsen semen yang terbesar di Indonesia yaitu PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
- b. Mendapatkan pengalaman langsung mengenai kegiatan yang dilakukan di perusahaan manufaktur guna menjadi bekal untuk memasuki dunia kerja setelah lulus menjalani masa perkuliahan.
- c. Mengaplikasikan ilmu atau teori yang didapatkan pada masa perkuliahan secara langsung saat berada dalam kondisi nyata di lingkungan perusahaan.

#### **2. Bagi Fakultas Ekonomi UNJ**

- a. Menjalinkan kerjasama dengan perusahaan.
- b. Mengetahui keefektifan dari kurikulum yang sudah diterapkan di perkuliahan dengan dunia kerja sesungguhnya, sehingga dapat membuat suatu kurikulum yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

#### **3. Bagi Perusahaan**

- a. Merupakan sarana untuk mengembangkan hubungan kerjasama antara perusahaan dengan perguruan tinggi negeri khususnya Universitas Negeri Jakarta di masa yang akan datang.
- b. Mendapatkan tambahan tenaga kerja *marketing* untuk mempercepat

pencapaian target perusahaan.

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

Tempat Praktik Kerja Lapangan Praktikan memperoleh kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada perusahaan:

Nama Perusahaan : PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Tempat : Jl. Veteran Gresik 61122 Jawa Timur, Indonesia.

Nomor Telepon : +62 31 3981732

#### **E. Jadwal Pelaksanaan PKL**

Jadwal waktu praktikan melaksanakan PKL di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. kurang lebih selama dua bulan terhitung dari tanggal 1 Agustus sampai dengan tanggal 25 September 2019. Praktikan melaksanakan PKL dari hari Senin sampai dengan hari Jumat dan waktu kerja dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB.

Dalam proses pelaksanaan PKL dibagi 3 tahap, yaitu:

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

- a. Pada tanggal 19 Juli 2019, praktikan mendaftarkan diri melalui Gedung R untuk membuat surat izin permohonan PKL di situs [sipermapwa](http://sipermapwa.unj.ac.id), kemudian praktikan membuat surat tersebut di situs [sipermapwa.unj.ac.id](http://sipermapwa.unj.ac.id) dan menunggu selama 3 sampai 5 hari kerja
- b. Pada tanggal 22 Juli 2019, praktikan mengambil surat izin yang telah selesai di BAKHUM kemudian mengirimkan *scan* surat izin

permohonan PKL beserta proposal dan CV ke *e-mail* Diklat Grup selaku *Unit of Training and Development* PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

- c. Pada tanggal 31 Juli, praktikan mendapatkan informasi dari Diklat Grup selaku *Unit of Training and Development* PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. bahwa diterima untuk melakukan PKL selama dua bulan di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dan ditempatkan di *Section of Promotion and Customer Service II*.

## 2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat informasi bahwa diterima untuk melaksanakan PKL di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk., praktikan mulai melakukan kegiatan PKL pada tanggal 01 Agustus 2019 dan berakhir pada tanggal 25 September 2019 dan dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan Jumat. Pelaksanaan PKL dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB.

## 3. Tahap Praktikanan Laporan PKL

Tahapan Praktikanan laporan PKL dimulai sejak tanggal 01 Agustus 2019 dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk Praktikanan laporan PKL pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan berlangsung.

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

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

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (“SMGR”) didirikan pada tahun 1957 di Gresik, dengan nama NV Semen Gresik. Pada tahun 1991, PT Semen Gresik merupakan perusahaan BUMN pertama yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. Selanjutnya, pada tahun 1995, PT Semen Gresik (Persero) Tbk melakukan konsolidasi dengan PT Semen Padang dan PT Semen Tonasa yang kemudian dikenal dengan nama Semen Gresik Group. ([www.semenindonesia.com](http://www.semenindonesia.com))

Dalam perkembangannya pada tanggal 7 Januari 2013, PT Semen Gresik (Persero) Tbk bertransformasi menjadi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, dan berperan sebagai *strategic holding company* yang menaungi PT Semen Gresik, PT Semen Padang, PT Semen Tonasa, dan Thang Long Cement Company. ([www.semenindonesia.com](http://www.semenindonesia.com))

Pada tanggal 31 Januari 2019, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk melalui anak usahanya PT Semen Indonesia Industri Bangunan (SIIB) telah resmi mengakuisisi 80,6% kepemilikan saham Holderfin B.V. yang ditempatkan dan disetor di PT Holcim Indonesia Tbk. Selanjutnya pada tanggal 11 Februari 2019, melalui mekanisme Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa, telah disahkan perubahan nama PT Holcim Indonesia Tbk menjadi PT Solusi Bangun Indonesia Tbk. ([www.semenindonesia.com](http://www.semenindonesia.com))

Dengan prinsip “Membangun Kekuatan Memajukan Indonesia“ Semen

Indonesia terus meningkatkan sinergi dan inovasi demi mencapai keunggulan kualitas, menjaga keterpaduan dan kesinambungan kinerja ekonomi, berkomitmen terhadap lingkungan serta memberikan manfaat sosial dalam seluruh kegiatan operasional. Semen Indonesia berhasil meraih penghargaan bergengsi berkat program-program inovasi yang dinilai mumpuni. Emiten berkode saham SMGR ini menyabet Indonesia *Stock Exchange (IDX) Channel Innovation Award* 2019 kategori *The Most Innovative Company In Basic Industry And Chemicals Sector*. Penghargaan diserahkan di *Main Hall* Bursa Efek Indonesia, Jakarta. ([www.semenindonesia.com](http://www.semenindonesia.com))

### **Profil Perusahaan**

Nama Perusahaan : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.  
Tempat : Jl. Veteran Gresik 61122 Jawa Timur Indonesia.  
Nomor Telepon : +62 31 3981732  
Website : [www.semenindonesia.com](http://www.semenindonesia.com)  
Visi : Menjadi Perusahaan Penyedia Solusi Bahan Bangunan Terbesar di Regional.  
Misi : Berorientasi pada kepuasan pelanggan dalam setiap inisiatif bisnis. Menerapkan standar terbaik untuk menjamin kualitas. Fokus menciptakan perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan. Memberikan nilai

tambah terbaik untuk seluruh pemangku kepentingan. Menjadikan sumber daya manusia sebagai pusat pengembangan perusahaan.

### Logo Perusahaan



**Gambar II.1**  
**Logo PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.**

*Sumber:* [www.google.co.id](http://www.google.co.id)

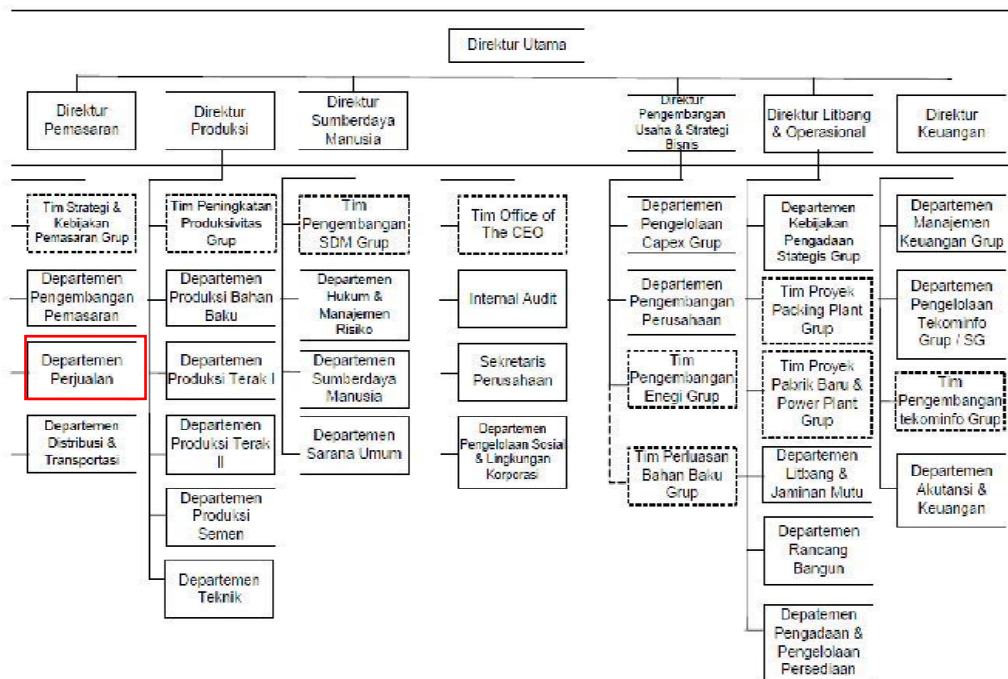


**SEMENTEN INDONESIA GROUP**

**Gambar II.2**  
**Logo PT. Semen Gresik**

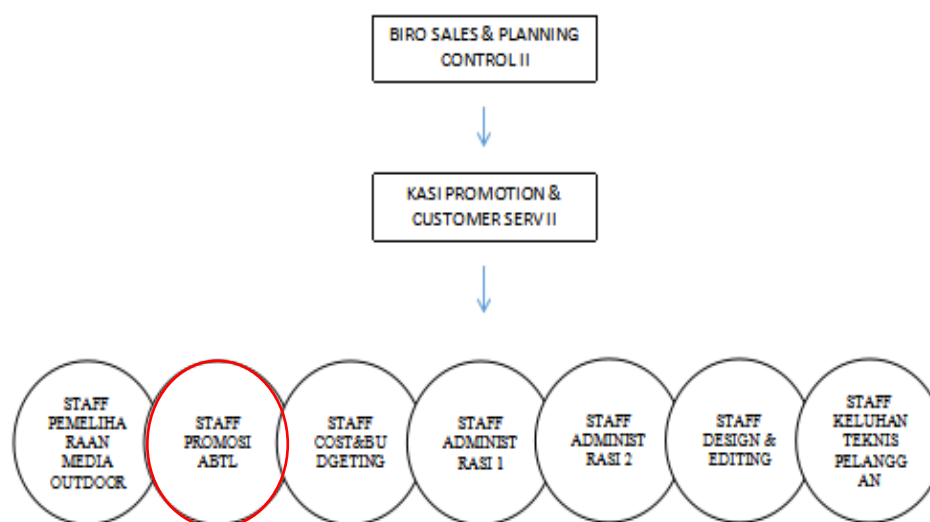
*Sumber:* [www.google.co.id](http://www.google.co.id)

**B. Struktur Organisasi**



**Gambar II.3**  
**Struktur Organisasi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.**

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2019



**Gambar II.4**  
**Struktur Bagian Biro Sales & Planning Control II**

Sumber: Data diolah oleh Praktikan, 2019  
PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Memiliki sebuah struktur organisasi

yang berfungsi sebagai penunjang bagi masing-masing bagian yang mempunyai tugas dan kewajiban guna mencapai tujuan perusahaan. Berikut adalah tugas dari *Section of Promotion and Customers Service II*, menurut data internal dari Semen Gresik Corp yaitu sebagai berikut:

### **1. Biro Sales & Planning Control II**

Memimpin dan mengatur peran administratif utama dalam mendukung tim penjualan dan memberikan hubungan penting antara wiraniaga dan klien. Selain itu ada beberapa poin penting selain tugas utamanya, yaitu:

- a. Menentukan, menetapkan, menekan harga jual.
- b. Menentukan, dan mengejar target penjualan baik harian, bulanan maupun tahunan.
- c. Menetapkan kelompok atau sasaran konsumen yang ingin dijangkau.
- d. Menyusun perkiraan jumlah penjualan produk di masa mendatang.
- e. Menyusun strategi dan kebijakan pemasaran agar konsumen merasa puas sehingga produk dapat terjual yang sesuai dengan tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba dan tujuan-tujuan lainnya.

### **2. Kasi Promosi & Pelayanan Pelanggan II**

Merencanakan kebijakan iklan dan program atau memproduksi bahan jaminan, seperti poster, kontes, dan kupon, untuk membuat nilai tambahan dalam pembelian suatu produk atau jasa untuk sebuah departemen, seluruh organisasi, atau secara individual. Selain penjelasan umum di atas praktikan juga merangkum dalam bentuk poin-poin sebagai berikut:

- a. Membuat perencanaan, mendesain, dan mengatur segala urusan terkait kegiatan promosi baik melalui media cetak atau elektronik guna

meningkatkan penjualan.

- b. Mengerjakan tender ke vendor.
- c. Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

### **3. Staff Pemeliharaan Media Outdoor**

- a. Menjalin hubungan dengan pihak luar terkait rekan kerja seperti perusahaan media cetak maupun elektronik terutama media luar ruang.
- b. Mengurus kontrak kerja dengan rekan kerja.
- c. *Me-maintenance* kerja sama dengan perusahaan lain yaitu kegiatan promosi luar ruangan seperti *billboard*, *spanduk*, *neon box*, dan berbagai *merchandise*.

### **4. Staff Promosi ABTL (Above, Below, Through The Line)**

- a. Membuat *calendar event* untuk rangkaian dan agenda kegiatan promosi di media elektronik.
- b. Mengurus program-program yang terkait dengan penjualan.

### **5. Staff Cost & Budgeting**

- a. Mengatur dan melaksanakan proses *inventory* setiap bulan.
- b. Memastikan kebenaran dari setiap transaksi (terutama transaksi pengeluaran/ Pembelian).
- c. Membantu *management* agar cermat dan teliti dalam pengambilan keputusan operasional.
- d. Serta mengidentifikasi berbagai kemungkinan yang akan terjadi, sehingga dapat ditentukan apakah itu hal yang menguntungkan atau sebaliknya.

### **6. Staff Administrasi I**

- a. Pengurusan hal-hal administrasi yang terkait dengan reklame.

#### **7. Staff Administrasi II**

- a. Pengurusan hal-hal administrasi yang terkait dengan vendor.

#### **8. Staff Design & Editing**

- a. Membantu menentukan sebagaimana konsep desain yang akan dipilih lalu akhirnya digunakan.
- b. Membuat desain untuk berbagai macam promosi dan dalam berbagai bentuk, seperti brosur, spanduk, dan *merchandise*.

#### **9. Staff Keluhan Teknis Pelanggan**

- a. Menangani berbagai keluhan pelanggan.
- b. Menjalin hubungan baik.
- c. Melakukan kegiatan seputar *customer care*.

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

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak di berbagai kegiatan industri, saat ini kegiatan utama perusahaan ini adalah bergerak di industri semen. Adapun praktikan dapat mengetahui kegiatan umum perusahaan dilihat dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni sebagai berikut:

#### **1. Product**

Pada perkembangannya kegiatan produksi yang ada di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Terbagi menjadi 4 jenis semen yaitu:

##### **a. Ordinary Portland Cement (OPC)**

Penggunaan konstruksi umum untuk semua mutu beton. Keunggulannya yakni cepat kering, dapat digunakan untuk semua mutu beton, memiliki kinerja yang tinggi. Dapat diaplikasikan

pada pembuatan Gedung, jembatan, jalan raya, rumah pemukiman, landasan pacu pesawat terbang, beton *precast*.



**Gambar II.5**  
**Semen Jenis OPC**

Sumber: <https://semenindonesia.com/>, 2019

b. *Portland Composite Cement (PCC)*

Semen *PCC* cocok untuk bahan pengikat dan direkomendasikan untuk keperluan konstruksi umum dan bahan bangunan. Memiliki *brand* masing-masing yakni Semen Gresik, Semen Tonasa, Semen Padang. Keunggulannya lebih mudah dikerjakan. Suhu beton lebih rendah, sehingga tidak mudah retak. Lebih tahan terhadap sulfat, lebih kedap air, permukaan halus.



**Gambar II.6**  
**Semen Jenis PCC**

Sumber: <https://semenindonesia.com/>, 2019

c. *Portland Pozzoland Cement (PPC)*

Semen Hidrolis yang dibuat dengan menggiling terak, *gypsum* dan bahan *pozzolan*. Digunakan untuk bangunan umum dan bangunan yang memerlukan ketahanan sulfat dan panas hidrasi sedang, misalnya jembatan, jalan raya, perumahan, dermaga, masa beton, bendungan, bangunan irigasi dan lain lain. Memiliki *brand* masing-masing yakni Semen Gresik, Semen Tonasa, Semen Padang.



**Gambar II.7**  
**Semen Jenis PPC**

Sumber: <https://semenindonesia.com/>, 2019

d. *Super White Cement*

adalah semen yang digunakan untuk *finishing* dan aplikasi dekoratif maupun arsitektural pada bangunan umum. Diproduksi dengan membatasi kandungan  $Fe_2O_3$  (besi (III) oksida) dalam bahan baku tetap rendah.



**Gambar II.8**  
**Semen Jenis White Cement**

Sumber: <https://semenindonesia.com/>, 2019

## 2. Price

Harga yang ditetapkan oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. untuk menjual produk-produknya yaitu dengan menjumlahkan biaya produksi atau modal ditambah keuntungan yang ingin diperoleh. Selain itu, perusahaan juga melihat harga kompetitor sebagai referensi untuk menentukan harga jual agar dapat bersaing di pasar.

**Tabel II.1**  
**Tabel Harga Semen Gresik, Padang, Tonasa**

Produk	Jenis	Satuan	Harga (Rp)
Semen Gresik	Portland Composite Cement	40 kg	Rp 57,000
Semen Gresik	Portland Composite Cement	50 kg	Rp 70,000
Semen Padang	Portland Composite Cement	40 kg	Rp 50,000
Semen Padang	Portland Composite Cement	50 kg	Rp 63,000
Semen Tonasa	Portland Composite Cement	40 kg	Rp 42,000
Semen Tonasa	Portland Composite Cement	50 kg	Rp 57,500

*Sumber: Data diolah oleh Praktikan, 2019*

## 3. Place

Kantor Pusat berlokasi di Gedung Utama Semen Indonesia yaitu Jl. Veteran Gresik 61122 Jawa Timur Indonesia. Sedangkan untuk lokasi WHRPG terletak di Pabrik Tuban yang berada di Desa Sumberarum, Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban, Jawa Timur.

Lokasi pabrik sangat strategis di Sumatra, Jawa, Sulawesi dan Vietnam menjadikan Semen Indonesia mampu memasok kebutuhan semen di seluruh tanah air yang didukung ribuan distributor, sub distributor dan toko-toko. Selain penjualan di dalam negeri, Semen

Indonesia juga mengekspor ke beberapa negara antara lain: Singapura, Malaysia, Korea, Vietnam, Taiwan, Hongkong, Kamboja, Bangladesh, Yaman, Norfolk USA, Australia, Canary Island, Mauritius, Nigeria, Mozambik, Gambia, Benin dan Madagaskar.

- a. Semen Padang. Semen Padang memiliki 4 (empat) pabrik semen, kapasitas terpasang 6 juta ton semen pertahun berlokasi di Indarung, Sumatra Barat. Semen padang memiliki 5 pengantongan semen, yaitu: Teluk Bayur, Belawan, Batam, Tanjung Priok dan Ciwandan.
- b. Semen Gresik. Semen Gresik memiliki 4 pabrik dengan kapasitas terpasang 8,5 juta ton semen per tahun yang berlokasi di Tuban, Jawa Timur. Semen Gresik memiliki 2 pelabuhan, yaitu: Pelabuhan khusus Semen Gresik di Tuban dan Gresik. Semen Gresik pabrik Tuban berada di Desa Sumberarum, Kec Kerek.



**Gambar II.9**

**Praktikan Sedang Berkunjung Ke Pabrik Gresik**

*Sumber: Foto diambil oleh praktikan, 28 Agustus 2019*

- c. Semen Tonasa. Semen Tonasa memiliki 4 pabrik semen, kapasitas terpasang 5,98 juta ton semen per tahun, berlokasi di Pangkep, Sulawesi Selatan. Semen Tonasa memiliki 9 (sembilan) pengantongan semen, yaitu: Biringkassi Pangkep (Sulawesi Selatan), Makassar (Sulawesi Selatan), Samarinda (Kalimantan Timur), Banjarmasin (Kalimantan Selatan), Bitung (Sulawesi Utara), Palu (Sulawesi Tengah), Ambon (Maluku), Celukan Bawang (Bali), dan Lapuko Konawe Selatan (Sulawesi Tenggara).
- d. Thang Long Cement Company. Thang Long Cement Company

memiliki kapasitas terpasang 2,3 juta ton semen per tahun, berlokasi di Quang Ninh, Vietnam, Thang Long Cement Company memiliki 3 (tiga) pengantongan semen.

#### **4. Promotion**

Untuk meningkatkan penjualan, maka diperlukan sistem *marketing* yang baik, salah satunya adalah promosi. Dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh PT. Semen Indonesia yang bergerak di bidang industri semen, promosi penjualan merupakan hal yang sangat penting guna menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan lainnya yang bergerak di bidang yang sejenis, sehingga untuk menghadapi persaingan tersebut dan untuk meningkatkan volume penjualan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. berusaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan melaksanakan suatu kegiatan promosi. Promosi-promosi yang dilakukan PT. Semen Indonesia (persero) Tbk. adalah sebagai berikut:

##### *a. Advertising*

*Advertising* atau iklan merupakan bentuk tawaran produk oleh produsen kepada konsumen melalui media berbayar. Televisi merupakan media iklan utama yang dilakukan untuk mempresentasikan produk PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, dengan jaminan penonton hingga seluruh Indonesia, menjadikan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. harus benar-benar selektif dalam memilih rekan kerja sebagai penentu dari iklan yang akan mereka tayangkan, sehingga tampilan produk akan terkemas

dalam konsep yang kreatif, mudah diingat, dan menjadikan produk yang diiklankan sebagai produk dan *brand top of mind* di masyarakat. Namun, iklan di TV dengan durasi yang terlalu singkat dan estimasi *budget* yang sangat tinggi ini dirasa kurang efisien oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. untuk mempresentasikan produk mereka secara detail dan maksimal. Oleh karena itu, PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Memanfaatkan hal yang sedang menjadi tren di dunia digital ini dengan merambah ke dunia sosial media dan *platform* sejenis. Dengan maraknya sosial media termasuk target pasar dari PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk., juga turut dimanfaatkan oleh perusahaan ini sebagai media promosi. Durasi pada iklan sosial media cenderung lebih lama dibandingkan iklan TV dan tidak memakan budget yang terlalu tinggi. Sosial media yang dimanfaatkan oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. ialah *youtube* dan *instagram*. *Youtube* merupakan media tontonan kedua setelah TV yang digunakan untuk menonton tayangan apapun sesuai minat masyarakat, sedangkan *instagram* merupakan sosial media terpopuler di berbagai kalangan saat ini. Hal itulah yang menjadikan bagi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. memilih kedua media tersebut sebagai media iklan. Contohnya yaitu PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. melalui Semen Gresik mempunyai akun *social media (instagram)*

sebagai sarana media promosi yang bernama @KeluargaKokoh dan @BisnisKokoh.

b. *Sales Promotion*

atau promosi penjualan yaitu promosi jangka pendek untuk merangsang konsumen langsung membeli produk tersebut. Menurut definisi Kotler, 2000, Promosi penjualan (sales promotion) yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk dan jasa. “ Promosi penjualan termasuk berbagai jenis peralatan yang mempunyai sifat unik seperti kupon, perlombaan, pemotongan harga, hadiah dan lain-lain”. Promosi penjualan yang dilakukan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dikelompokkan menjadi beberapa jenis yaitu:

1) *Trade Promotion*

Yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk mendorong/merangsang pedagang grosir, pengecer, eksportir, dan importir untuk memperdagangkan barang/jasa dari sponsor. Pada dasarnya kegiatan *trade promotion* terdiri dari 3 kegiatan yaitu potongan harga (*price discount*), pemajangan produk (*product display*) dan *product knowledge*. Contohnya disaat PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. menggelar Semen Indonesia *Expo* 2017 di Wisma Jendral Ahmad Yani, Jalan

Veteran, Gresik, Jawa Timur. Acara yang digelar dari 28 Desember 2017 sampai dengan 1 Januari 2018 itu diikuti 336 pelaku UKM, dan dari acara ini diharapkan menjadi wadah bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) dan pengusaha lokal di Gresik untuk memperkenalkan produknya.

## 2) *Customer Promotion*

Promosi penjualan yang bertujuan untuk merangsang/mendorong pelanggan untuk membeli. Contohnya melalui program Poin Kita Sahabat yang dijalankan oleh anak perusahaan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Yakni PT. Semen Gresik. Poin Kita Sahabat ini adalah program yang berupa poin *reward* bagi para pelanggan, dimana di setiap pembelian produk semen akan mendapatkan poin yang nantinya dapat ditukarkan dengan hadiah berupa *voucher*.

## 3) *Sponsorship*

*Sponsorship* adalah dukungan finansial atau materi pendukung kepada suatu organisasi, orang, atau aktivitas yang dipertukarkan dengan publisitas merek dalam suatu hubungan kerjasama. Sedangkan *sponsorship* di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dikategorikan sebagai *Other Promotion (Sponsorship)*

berupa kegiatan promosi di luar ruang, seperti di sekolah-sekolah, *mall*, dan lain-lain. Contohnya adalah PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. menggelar acara *BUMN Goes To Campus (BGTC)* sebagai rangkaian HUT Kementerian BUMN ke-21 di Universitas Bung Hatta Padang, Sumatera Barat.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

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

Selama 40 hari melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, praktikan ditempatkan pada *Section of Promotion & Customer Service II*.

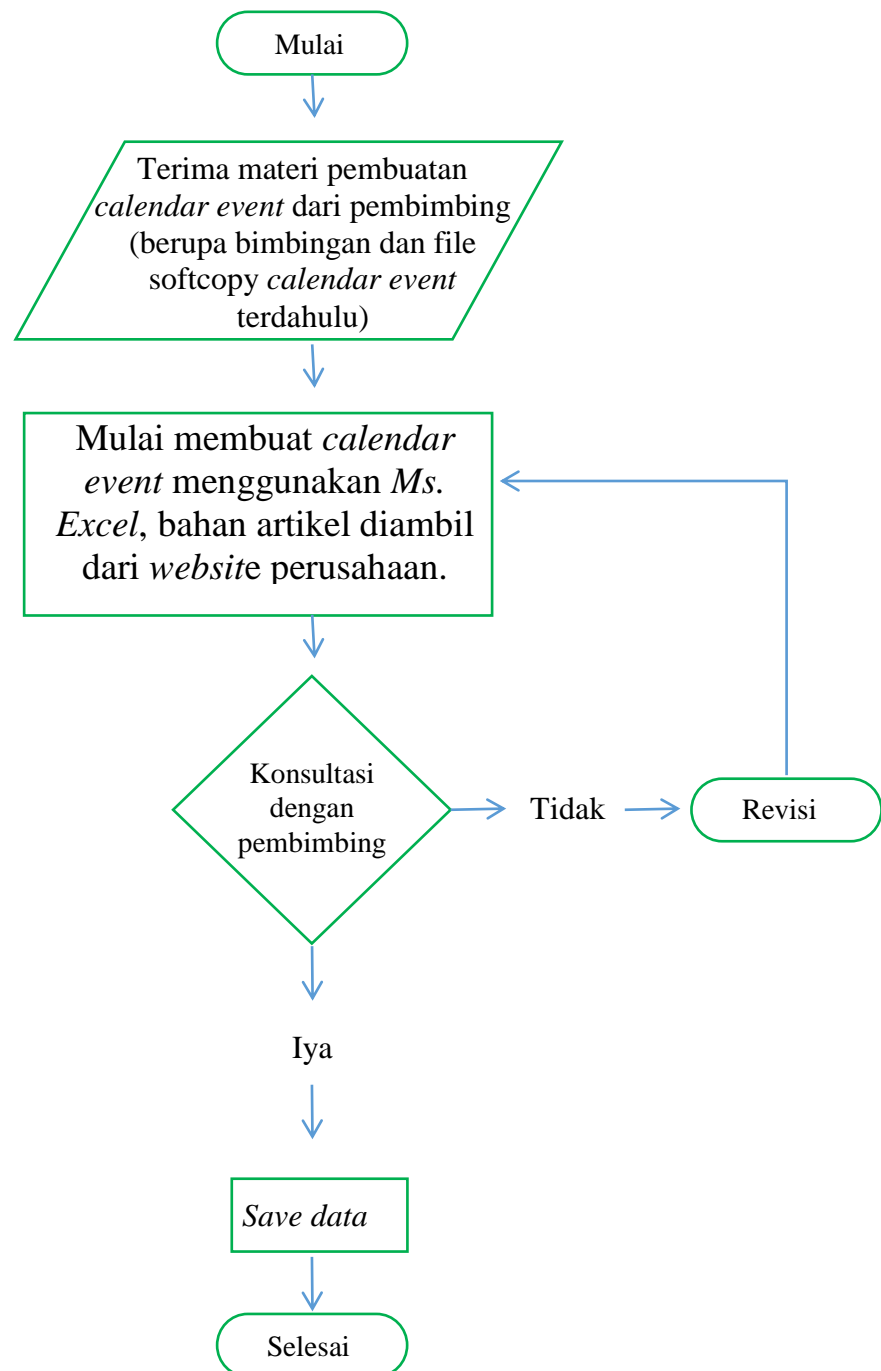
#### **B. Pelaksanaan Kerja**

Praktikan mempunyai tugas pada bagian tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Membuat *Calendar Event*.
2. Membuat surat penagihan pajak reklame.
3. Pendataan distributor peserta program Poin Kita Sahabat.
4. Membuat laporan tentang membangun *Brand Awareness* dengan *Integrated Marketing Communication*.

##### **1. Membuat *Calendar Event***

Untuk menunjang promosi guna meningkatkan penjualan PT. Semen Indonesia bekerja sama dengan salah satu vendor yang bergerak di bidang *digital marketing*. Dari bagian promosi dan pelayanan pelanggan khususnya *staff* promosi ABTL akan membuat *Calendar Event* berupa tabel yang berisikan ide-ide yang menarik dan akan dibahas lalu dijadikan artikel yang telah disaring dan ditentukan judulnya yang akan diangkat menjadi bahan konten di *social media*.



**Gambar III.1**  
**Diagram alir Pembuatan *Calendar Event***

*Sumber: Data diolah oleh praktikan, 2019*

Pembuatan *Calendar Event* inilah yang dibuat oleh praktikan, berikut adalah tahap-tahap pembuatan:

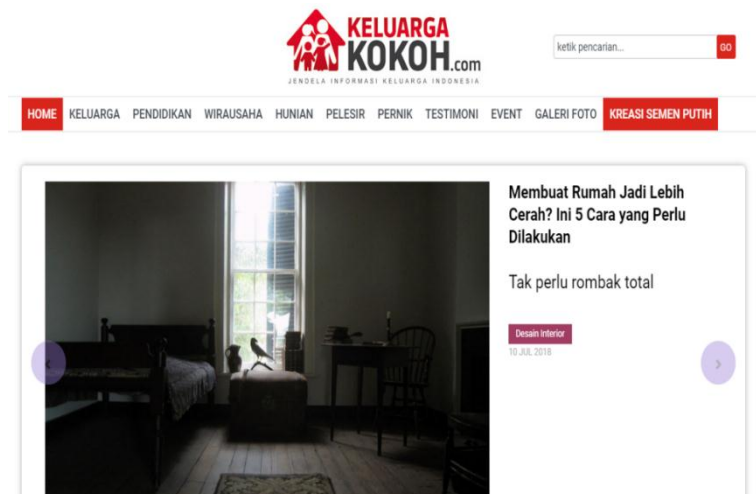
- a. Praktikan menerima materi pembelajaran dari pembimbing tentang apa itu *calendar event*, dan bagaimana cara membuatnya. Pembimbing memberi *softcopy* berupa *calendar event* yang terdahulu sebagai acuan untuk membuat yang baru.

**Tabel III.1**  
**Contoh *Calendar Event* terdahulu**

A	B	C	D	E	F	G
Tanggal	Hari	Social Media Content (KK) & IG Story	Social Media Content (BK) & IG Story	Website Content (KK)	Website Content (BK)	Advertismen
8-Jan-19	Selasa			Hunian	Bisnis & Management	
9-Jan-19	Rabu			Hunian	Bisnis & Management	
10-Jan-19	Kamis			Hunian	Bisnis & Management	
11-Jan-19	Jumat			Hunian	Bisnis & Management	
14-Jan-19	Senin			Hunian	Bisnis & Management	
15-Jan-19	Selasa	Atasi Kekurangan Ruang dengan Attic		Hunian	Bisnis & Management	
16-Jan-19	Rabu	Pilih Bentuk Atap Rumah Anda !		Hunian	Bisnis & Management	
17-Jan-19	Kamis			Hunian	Bisnis & Management	
18-Jan-19	Jumat	Merancang Bangunan Rumah Secara Mandiri		Hunian	Bisnis & Management	
21-Jan-19	Senin			Hunian	Bisnis & Management	
22-Jan-19	Selasa	Teralis, Pengaman yang Estetis		Hunian	Bisnis & Management	
23-Jan-19	Rabu	Ciptakan Hunian Ramah Lingkungan		Hunian	Bisnis & Management	
24-Jan-19	Kamis			Hunian	Bisnis & Management	
25-Jan-19	Jumat	Tonjolkan Kesan Alami Hunian Lewat Batu Templek		Hunian	Bisnis & Management	
28-Jan-19	Senin			Hunian	Bisnis & Management	
29-Jan-19	Selasa	Ragam Desain dan Material Pintu		Hunian	Bisnis & Management	
30-Jan-19	Rabu	Pagar Kayu untuk Percantik Hunian		Hunian	Bisnis & Management	
31-Jan-19	Kamis			Hunian	Bisnis & Management	

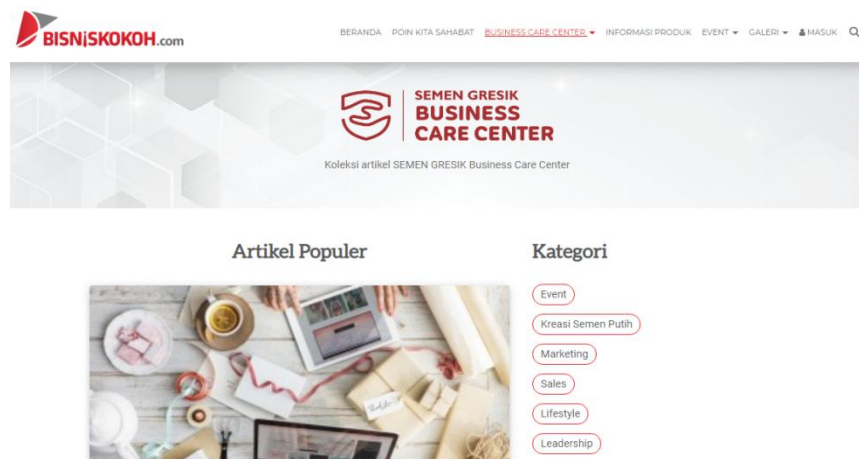
*Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019*

- b. Membuka *website* yang dijadikan promosi oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Yakni [www.keluargakokoh.com](http://www.keluargakokoh.com) atau [www.bisniskokoh.com](http://www.bisniskokoh.com) sebagai gambaran awal untuk membuat artikel yang baru dan akan diterbitkan di dalam *website*.



**Gambar III.2**  
**Halaman Utama Website Keluarga Kokoh**

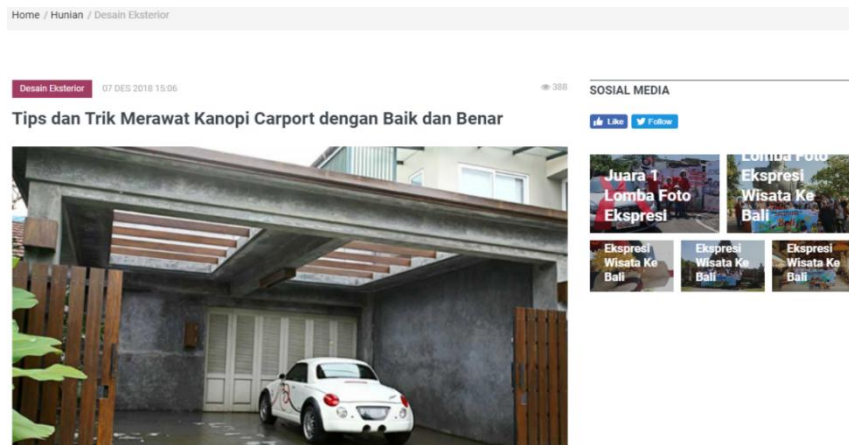
Sumber: <https://www.keluargakokoh.com/>, 2019



**Gambar III.3**  
**Halaman Utama Website Bisnis Kokoh**

Sumber: <https://www.bisniskokoh.com/>, 2019

- c. Lalu setelah membuka halaman utama *website*, selanjutnya ialah memilih artikel dan memahami beberapa artikel guna untuk mendapatkan ide tentang artikel apa yang akan diangkat selanjutnya.



Gambar III.4

Contoh Artikel dari Website Keluarga Kokoh

Sumber: <https://www.keluargakokoh.com/>, 2019

- d. Membuat daftar *Calendar Event* yang berisikan ide-ide baru tentang artikel apa yang layak diangkat dan lalu diterbitkan di dalam *website*.

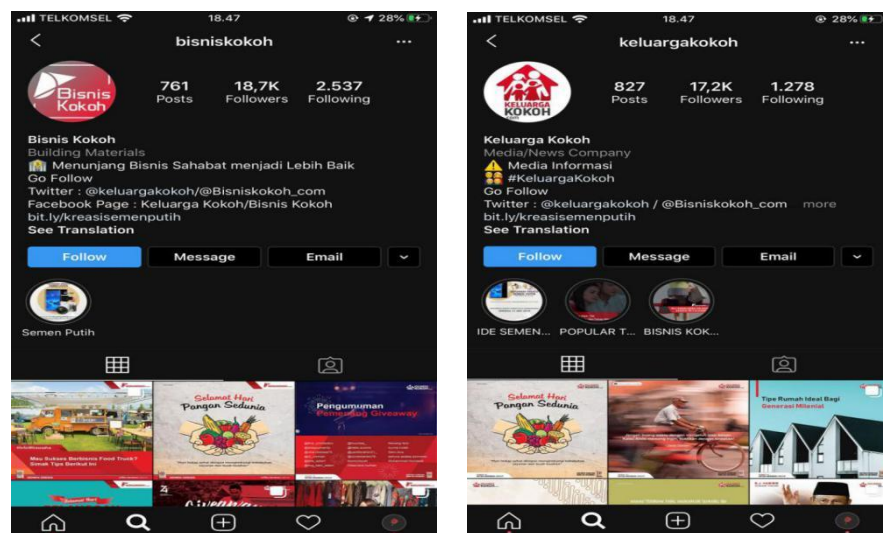
Tabel III.2  
Contoh Daftar *Calendar Event*

Tanggal	Hari	Social Media Content (KK) & IG Story	Social Media Content (BK) & IG Story	Website Content (KK)	Website Content (BK)	Advertismen
1-Sep-19	Minggu			Hunian (Desain Eksterior)	Bisnis & Management	
2-Sep-19	Senin	Tips and Trik Merawat Carport dengan Baik dan Benar				
3-Sep-19	Selasa	5 Kesalahan Berpakaian Ini Buat Anda Terlihat Berantakan, Hindari		Pemak (Tips)	Bisnis & Management	
4-Sep-19	Rabu		Pentingnya Merekrut Ahli Desain Kreatif Untuk Perkembangan Bisnis		Marketing	
5-Sep-19	Kamis	Jangan Salah Dalam Mendesain Interior Rumah, Ini Yang Harus Anda Pelajari		Hunian (Desain Interior)	Bisnis & Management	
6-Sep-19	Jumat		Punya Toko Online? Bangun Kepercayaan Konsumen dengan Cara Ini		Marketing	
7-Sep-19	Sabtu					
8-Sep-19	Minggu					
9-Sep-19	Senin	Peringatan Hari Olah Raga Nasional		Artikel Spesial Hari Olah Raga Nasional		
10-Sep-19	Selasa	7 Cara Agar Tetap Dingin di Cuaca Panas, Badan Sejuk Aktivitas Lancar!		Pemak (Tips)	Bisnis & Management	
11-Sep-19	Rabu		Punya Karyawan Hobi Terlambat Ngantor? Ini 5 Solusi Menghadapinya		Leadership Management	
12-Sep-19	Kamis	7 Host Travelling Ganteng dan Cantik yang Bikin Anda Pengin Buat Liburan		Peleisir (Wisata)	Bisnis & Management	
13-Sep-19	Jumat	Give Away				FB and IG
14-Sep-19	Sabtu					
15-Sep-19	Minggu					
16-Sep-19	Senin	5 Trik Minim Budget Ini Bikin Tamu Terpeson Pada Teras Rumah Anda		Hunian (Desain Eksterior)	Bisnis & Management	

Sumber: Data diolah oleh praktikan, 2019

- e. Kemudian daftar *Calendar Event* ini akan diserahkan kepada pihak vendor untuk diolah lagi, diproses, agar mendapatkan *output* yang sesuai

keinginan dari pihak bagian promosi dan pelayanan pelanggan yang dikhususkan pengerjaannya oleh *staff* promosi ABTL. Setelah ada konfirmasi dari pihak vendor, *staff* promosi akan mendapatkan hasil yakni berupa sebuah artikel yang dapat ditemukan dalam *website* perusahaan. Selain di *website* terdapat juga di *platform* media sosial yang lain yaitu *Instagram*.

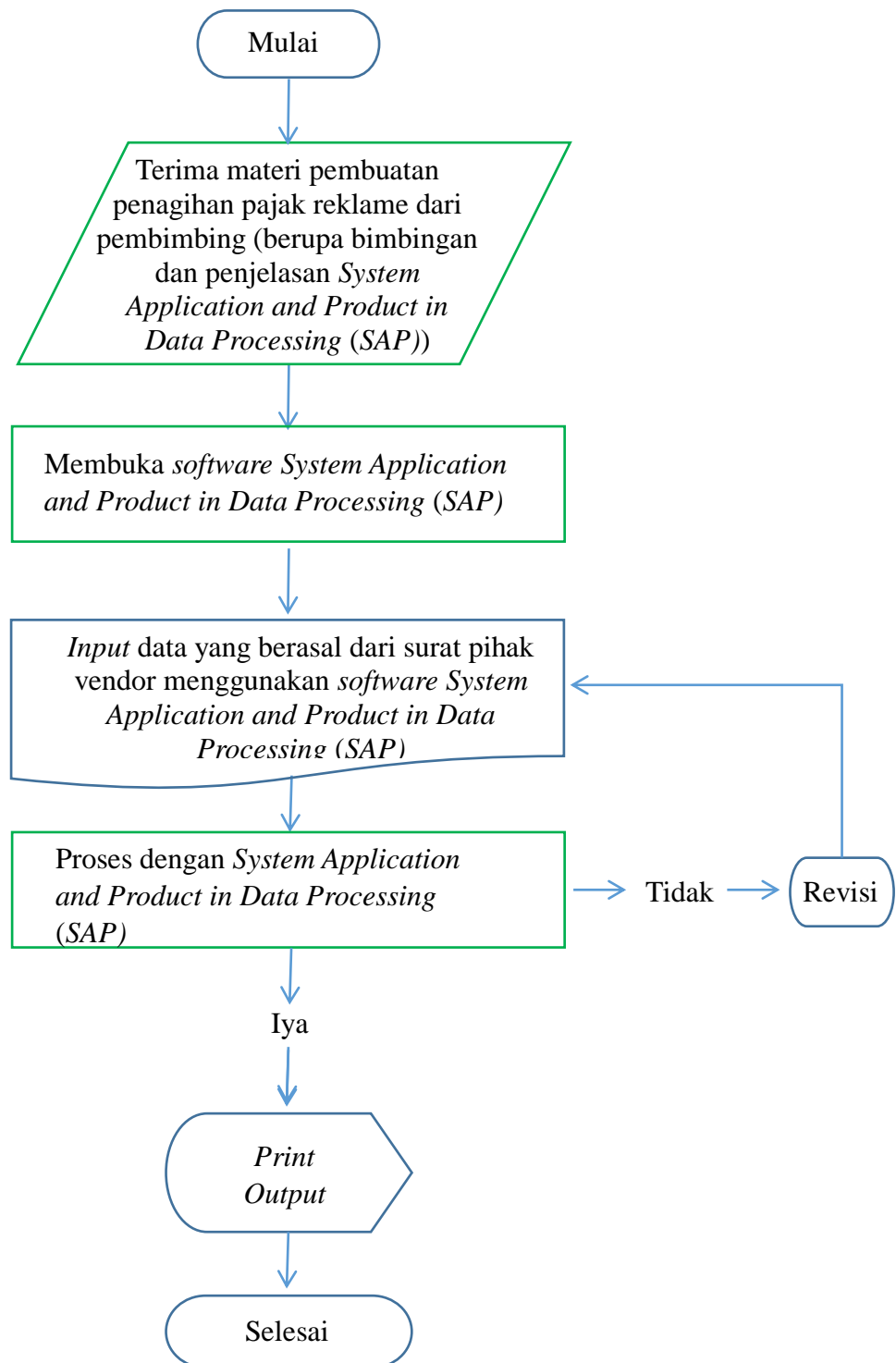


**Gambar III.5**  
**Contoh Konten Dalam *Instagram***

Sumber: <https://www.instagram.com/>, 2019

## 2. Membuat surat penagihan pajak reklame.

Pada bagian ini di mana tugas dari *staff* administrasi I yakni mengurus surat tagihan pajak reklame.



**Gambar III.6**  
**Diagram alir penagihan pajak reklame**

Sumber: <https://www.instagram.com/>, 2019

Dalam suatu lampiran penagihan pajak reklame terdiri dari:

a. Lembar Kuitansi

**KUITANSI**  
 NO: 05.97101/KW/TMW/VIII/2019

Terima dari : PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk  
 Uang Sebesar : LIMA PULUH EMPAT JUTA TUJUH RATUS LIMA RIBU SERATUS LIMA RUPIAH

Untuk Pembayaran : Jasa Pengurusan & Pembayaran Pajak Papan Nama Toko Wilayah Jawa Barat, DKI, Banten, Jawa Tengah & DIY - KEC. CAKUNG - JAKARTA TIMUR  
 Sesuai No. PK: [REDACTED]

Sidoarjo, 08 Agustus 2019

Jumlah : Rp 5.000,00

*Ruzmar Pinjuna Finance*

**Gambar III.7**  
**Kuitansi**

Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

b. Lembar E-Invoice

**INVOICE**

Kepada Yth:  
 Kepala Dept. Sistem Perbaikan  
 PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk  
 Jl. Widyadarmas - Cakung

Tanggal: 08/08/2019  
 No. PK: 05.97101/KW/TMW/VIII/2019  
 Kode Produk: 5000/PT/04/151  
 Jns: [REDACTED]  
 Due Date: 08/08/2019

Uraian	Jumlah (Rp)
Jasa Pengurusan & Pembayaran Pajak Papan Nama Toko Wilayah Jawa Barat, DKI, Banten, Jawa Tengah & DIY - KEC. CAKUNG - JAKARTA TIMUR Sesuai No. PK: [REDACTED]	5.000,00
Handling Fee	[REDACTED]
<b>Total</b>	<b>5.000,00</b>

*Ruzmar Pinjuna Finance*

PT. INGGILASI PRIMA NUSANTARA  
 Jl. Widyadarmas, Cakung - Jakarta Timur  
 A/R: 241.010.000.000.8

PT. Inggilasi Prima Nusantara  
 Jalan Pajala 36  
 Cakung, Jakarta Timur 13124  
 Telp: +62 21 9392000  
 F: +62 21 93920027  
 E: info@ptinngilasi.id  
 E: tvs@ptinngilasi.com  
 www.inggilasi.com

**Gambar III.8**  
**E-Invoice**

Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

c. Lembar Acara Pemeriksaan Pekerjaan



**Gambar III.9**  
**Berita Acara Pemeriksaan Kerja**  
 Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

d. Lembar Faktur Pajak



**Gambar III.10**  
**Faktur Pajak**  
 Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

e. Lembar Perintah Kerja



**Gambar III.11**  
**Perintah kerja**

Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

f. Lembar Nomor Registrasi Faktur Pajak



**Gambar III.12**

**Nomor Registrasi Faktur Pajak**

Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

### g. Lembar Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD)

The image shows a form for 'SURAT KETETAPAN PAJAK DAERAH (SKPD) PAJAK REKLAME'. It contains various fields for taxpayer identification, tax details, and a table of tax items. The form is partially filled out with handwritten and printed text, and includes a signature and stamp at the bottom.

**Gambar III. 13**

### **Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD)**

Sumber: Data didapat dari pihak internal, 2019

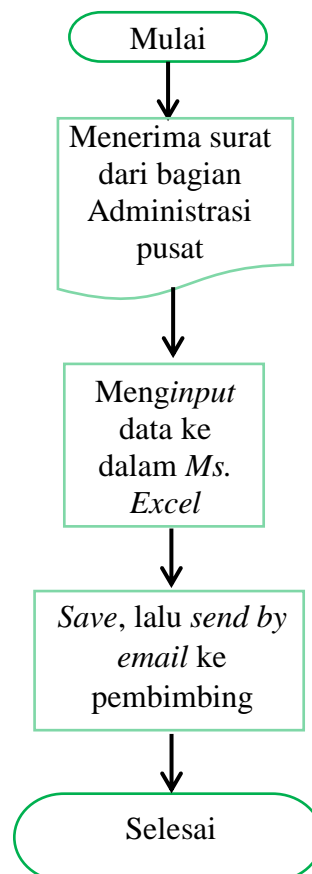
Lalu berikut adalah langkah-langkah untuk membuat surat tagihan pajak reklame:

- a. Vendor melengkapi berkas penagihan pajak reklame yang terkait
- b. Berkas penagihan harus ditanda tangani kepada atasan yang terkait (Kepala Biro *Sales & Planning II*)
- c. Setelah mendapat persetujuan dari atasan yang terkait, lalu menginput Berita Acara Pemeriksaan Pekerjaan (BAPP) *E-Invoice* melalui sistem perusahaan yakni *SAP*, dan di bawah ini adalah langkah-langkahnya:
  - 1) Masukkan nomor perintah kerja (contoh: jasa pengurusan dan pembayaran pajak reklame).
  - 2) Masukkan tanggal tagihan, judul, nominal tagihan.
  - 3) *Save data*, lalu muncul nomor BAPP *E-Invoice*.
  - 4) BAPP elektronik masuk ke tahap verifikasi. Lalu membuat *Permintaan Pembayaran Langsung (PPL)*.

- 5) Dokumen PPL diserahkan ke bagian bendahara (berlokasi di tuban).
- 6) Bendahara transfer ke vendor.

### 3. Pendataan distributor peserta program Poin Kita Sahabat.

PT. Semen Indonesia (persero) Tbk. Ingin meningkatkan penjualan dan sekaligus menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya, yakni dengan salah satu kegiatan *customer promotion* guna untuk merangsang/mendorong pelanggan untuk membeli. Contohnya melalui program Poin Kita Sahabat, serta ada Poin Merdeka dan *Superstar* termasuk dalam salah satu kategori Poin Kita sahabat.



**Gambar III. 14**

**Diagram alir Pendataan distributor peserta program Poin Kita Sahabat.**

*Sumber: Data diolah oleh praktikan, 2019*

Praktikan diminta untuk menginput data keikutsertaan para distributor. Berikut adalah data-data para distributor yang mengikuti program *Superstar* dan Poin Kita Merdeka:

**Tabel III.3**  
**Tabel peserta program *Superstar***

NO.	NAMA TOKO	DISTRIBUTOR	ID CUSTOMER
1	PURNASISWA	BIG PT	100010407
2	SUHAP JAYA	BIG PT	100010183
3	RAJAWALI, CV	BIG PT	100010565
4	BINTANG TERANG	BIG PT	100010169
5	BAHAGIA 7	BIG PT	100010022
6	DUA FAJAR, TK	BIG PT	100010036
7	SAUNA, CV	BIG PT	100010617
8	UBIN INDAH	BIG PT	100010472
9	MAWAR UD	BIG PT	100069649
10	WI MATERIAL	BIG PT	100010473
11	AL FALAH	BIG PT	100010019
12	SAUDIA JAYA	BIG PT	100010445
13	ABDI DHARMA BARU, TK	BIG PT	100001922
14	NORTON, TK	BIG PT	100001992
15	ANARIKSA, TK	BIG PT	100002247
16	SANJAYA INTI PERKASA PT	BIG PT	100031008
17	RESTU, TK	BIG PT	100002106
18	SERINDO JAYA	BIG PT	100002134
19	MITRA SEMPURNA, UD	BIG PT	100071870
20	RIZKY BANGUNAN, TK	BIG PT	100010055
21	ANTERKIN, UD	BIG PT	100010083
22	JAYA HARAPAN, TK (JEHRI, H)	BIG PT	100010395
23	DHARMA BHAKTI, TK	BIG PT	100010098
24	MUBAROK, UD	BIG PT	100010337
25	SUMBER LOGAM, TK	BIG PT	100010384

*Sumber: Data diolah oleh praktikan, 2019*

**Tabel III.4**  
**Tabel peserta program Poin Merdeka**

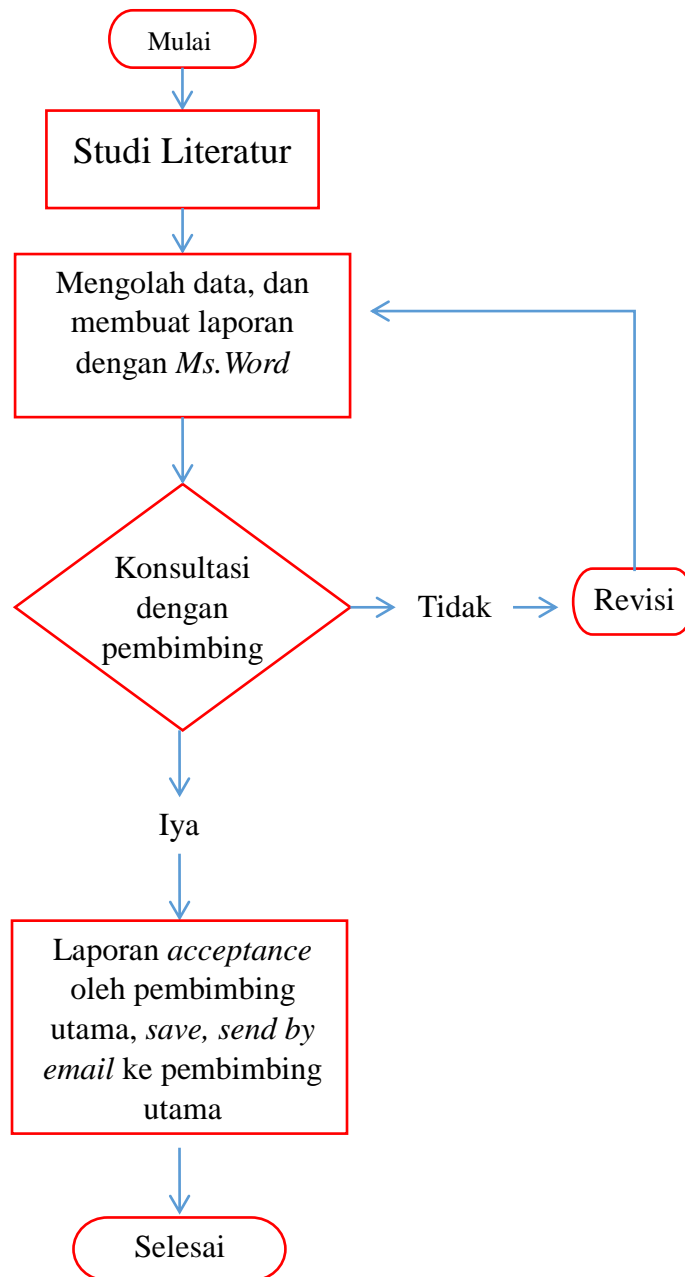
NO.	NAMA TOKO	DISTRIBUTOR	ID CUSTOMER
1	BULAN JAYA	SARANA GRAHA MAKMUR ABADI, PT	100030726
2	KIKI, UD	LANCAR BHAKTI PUTERA SEJAHTERA PT	100004983
3	MAJU MAKMUR	LANCAR BHAKTI PUTERA SEJAHTERA PT	100004882
4	BUMI AGUNG, TK	LANCAR BHAKTI PUTERA SEJAHTERA PT	100004644
5	NARIYADI, TB	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100015711
6	KN PUTRA, BOTO	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100016280
7	WAHYU PUTRA II, TB	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100016286
8	ENGGAL MULYA, TB JIMBARAN	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100016229
9	AFFAN, TB JBANARAN	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100016438
10	PUTRA BAROKAH	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100015640
11	TRI JAYA, TB	KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK JTGDY	100015645

*Sumber: Data diolah oleh praktikan, 2019*

#### **4. Membuat laporan membangun *Brand Awareness* dengan *Integrated Marketing Communication*.**

Produk Semen Gresik masih mengalami minimnya strategi dalam komunikasi pemasaran pada era yang serba digitalisasi di daerah-daerah yang masih dibidang kota berkembang dan tepatnya di Ibu kota sendiri. Maka praktikan mengambil judul “Inovasi Membangun Komunikasi Pemasaran Produk Semen Gresik PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Di

Daerah Minoritas (Kab. Banyuwangi, Kudus, dan Prov. DKI Jakarta) .”



**Gambar III. 15**  
**Diagram alir pembuatan laporan membangun *Brand Awareness* dengan *Integrated Marketing Communication*.**

*Sumber: Data diolah oleh praktikan, 2019*

TUGAS KHUSUS  
INOVASI DAN IDE KREATIF BRAND AWARENESS PRODUK  
SEMEN GRESIK PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK. DI  
JAWA TIMUR, JAWA TENGAH, DAN DKI JAKARTA DALAM  
ERA DIGITAL



Disusun Oleh:

Farhan Dira Zaidane (1702517027)

Pembimbing :  
Ratika Inayatul Aini

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019

**Gambar III. 16**  
**Cover buku laporan**

*Sumber: Gambar diambil dari data file praktikan, 2019*

Berikut adalah Isi dan Kesimpulan dari laporan yang praktikan buat:

a. Isi

Berdasarkan dari gambaran umum tentang bagaimana pola kehidupan dan kultur budaya di beberapa daerah, maka Praktikan membuat beberapa inovasi dan ide kreatif untuk membangun komunikasi pemasaran yang terintegritas sehingga dapat meningkatkan *Brand Awareness* di beberapa daerah minoritas.

### 1) DKI Jakarta

- a) Membuat “jargon baru”, yang saya ambil adalah #SemeninAja.
- b) Merambah ke dunia situs jejaring sosial seperti *YouTube, Instagram, Twitter*.
- c) Memanfaatkan teknik-teknik promosi di era digital seperti; *Buzzer, Meme, Endorser, Public Figure* (artis, selebgram, komika, youtuber).

### 2) Banyuwangi, dan Kudus

- a) Sticker semen gresik atau memakai #SemeninAjaDulu, ditempel di berbagai tempat terutama angkutan umum karena masih “daerah berkembang”
- b) Cat atau pembuatan Meme di balik truk atau mobil distributor semen gresik, atau truk truk carter.
- c) Kerja sama dengan penyanyi-penyanyi daerah, maupun lokal.
- d) Mengadakan *event-event* kecil, untuk pendekatan dan interaksi langsung dengan masyarakat. (*charity, fun games*, acara keagama-an) dibarengi dengan bagi bagi *merchandise* gratis (kaos, helm, tas kecil, dll).

### b. Kesimpulan

Sebagai tolak ukur apa yang telah dilakukan, untuk mencapai sebuah tujuan pastinya butuh alat ukur maka *Key Performance*

*Indicator* lah konsep atau alat yang cocok untuk digunakan. Praktikan menggunakan perhitungan simple untuk mengukur apa yang ingin dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan pada akhirnya yaitu meningkatkan *Brand Awareness* produk Semen Gresik.

1) DKI Jakarta

- a) Menghitung berapa *budget* awal untuk mulai memasuki media promosi melalui situs jejaring sosial. Misalnya, perusahaan ingin mengambil sumber media melalui *Twitter* maka yang harus diperhitungkan seperti berapa *budget* yang akan dikeluarkan untuk tiap strategi promosi yang sedang *Up Trend* contohnya *Buzzer*, atau komika untuk memakai #SemeninAja untuk bahan atau konten mereka lalu dihitung berapa dari berapa kali komika men-*tweet* menggunakan #SemeninAja, setelah itu kita lihat berapa jumlah *follower* dari komika tersebut yang akan engage dengan *tweetnya*.

2) Banyuwangi, dan Kudus

- a) Untuk *sticker* dihitung berapa yang akan diproduksi.
- b) Pembuatan cat atau *meme* di bekang truk atau mobil pengangkut barang maka dihitung dengan rute mana saja yang telah atau biasa dilewati oleh kendaraan tersebut.
- c) Menghitung berapa *fee* atau bayaran yang telah

dibayarkan kepada penyanyi, lalu kita hitung jumlah penonton yang hadir saat konser tersebut berlangsung untuk mengetahui seberapa besar persentase orang yang akan *engage* akan pesan yang telah disampaikan oleh penyanyi.

- d) Untuk *event-event* kecil, kita bisa hitung berapa *budget* atau dana yang telah kita keluarkan untuk seperti menyewa tenda, membuat *merchandise* dan hadiah hadiah yang akan diberikan saat acara tersebut berlangsung, dan tidak lupa menghitung berapa orang yang hadir dalam acara itu, karena itu bisa menjadi tolak ukur seberapa banyak orang yang akan *engage* terhadap acara yang telah diadakan.

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

Selama masa PKL, praktikan mengalami berbagai kendala pada *jobdesk* yang diberikan. Berikut ini merupakan kendala yang bisa praktikan uraikan.

1. Praktikan kesulitan dalam memahami pengertian dan bentuk atau bagaimana format yang benar dari tugas membuat *Calendar Event*.
2. Praktikan kesulitan saat proses membuat penagihan pajak reklame serta peng-inputan ke dalam *software System Application and Product in Data Processing (SAP)* dikarenakan praktikan tidak pernah berada dalam bidang tersebut, dan *software System Application and Product in Data Processing (SAP)* masih sering mengalami *error* saat *software* sedang

berjalan.

3. Kesulitan untuk mengakses saluran *wi-fi* dikarenakan praktikan tidak mempunyai akses pribadi untuk *log in*. Serta kendala saat ingin memfotokopi dan mencetak hasil pekerjaan dikarenakan tidak memiliki kartu identitas untuk menggunakan mesin cetak.

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

Dari adanya kendala yang telah diuraikan diatas, praktikan mencoba mensiasati bagaimana meminimalisir dari kendala yang ada. Berikut ini beberapa cara yang praktikan lakukan untuk mengatasi kendala.

1. Praktikan meminta *softcopy* yang berisikan contoh format *calendar event* yang terdahulu sebagai gambaran agar praktikan mudah untuk mengerti dan lalu menyelesaikan tugas yang diberikan.
2. Praktikan berkonsultasi secara berkala dengan *staff* pembimbing administrasi I supaya dapat membuat penagihan pajak reklame dan meng-*input* secara baik dan benar ke dalam *software System Application and Product in Data Processing (SAP)*.
3. Untuk mengatasi permasalahan saluran *wi-fi* praktikan mencoba menanyakan kepada *staff* pembimbing dan diarahkan oleh beliau agar datang ke bagian teknisi jaringan di lantai 4. Lalu setelah praktikan mengisi data diri, praktikan mendapat *access card* yang bisa digunakan untuk *log-in* dan mengoperasikan mesin *print*.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan selama 2 bulan di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktikan dapat membuat *Calendar Event*, mulai dari penerimaan materi tentang *Calendar Event*, proses pembuatan *Calendar Event*, hingga mempublikasikan/mengupload konten kreatif di *Instagram*.
2. Praktikan dapat membuat surat penagihan pajak reklame mulai dari *input* surat kuitansi ke dalam bentuk *E-invoice*, lalu membuat surat Permintaan Pembayaran Langsung (PPL), hingga menjadi surat tagihan pajak reklame.
3. Praktikan mampu mendata para distributor peserta program Poin Kita Sahabat, mulai dari menginput surat pemberitahuan, lalu proses pendataan melalui *Ms.Excel*, hingga menjadi format dengan bentuk tabel.
4. Praktikan mampu menyusun laporan tentang membangun *Brand Awareness* dengan *Integrated Marketing Communication* yang baik dan benar, dimulai dari studi literatur, pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder, mengolah serta menyusun laporan menggunakan *Ms.Word*, konsultasi dengan pembimbing, hingga *output* dalam bentuk buku laporan.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat praktikan berikan antara lain:

### **1. Untuk Universitas**

- a. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta memberikan pembekalan secara teknis maupun mental kepada mahasiswa untuk melaksanakan PKL.
- b. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta membangun jaringan kerjasama dengan perusahaan untuk tempat mahasiswa/i PKL.

### **2. Untuk Perusahaan**

- a. Agar sedikit lebih intens meluangkan waktu supaya praktikan bisa lebih banyak mendapatkan materi atau *jobdesk* dari para pembimbing.
- b. Kepada bagian teknisi IT PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. seharusnya memperbaiki *software System Application and Product in Data Processing (SAP)*. untuk memperlancar pekerjaan yang menjadi tanggung jawab praktikan dan terutama bagi para karyawan, karena *software* tersebut sering kali mengalami *error* saat sedang digunakan.
- c. Memberikan akses *internet* untuk praktikan yang sama dengan karyawan, karena beberapa data dan *jobdesk* harus dicari melalui *internet*. Serta akses untuk menggunakan mesin *print*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Hajat, et al. *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2012. (Diakses tanggal 11 Juli 2019)
- Semen Indonesia. *Semen Indonesia*. <https://semenindonesia.com/semenindonesia/> (Diakses tanggal 11 Juli 2019)
- Semen Indonesia. *Visi Misi*. <https://semenindonesia.com/visi-misi/> (Diakses tanggal 12 Juli 2019)
- Semen Indonesia. *Semen Indonesia Raih IDX Channel Innovation Award*. <https://semenindonesia.com/semen-indonesia-raih-idx-channel-innovation-award/> (Diakses tanggal 13 Juli 2019)
- Semen Indonesia. *(OPC). (PPC). (PCC). White Cement*. <https://semenindonesia.com/opc/> (Diakses tanggal 2 Oktober 2019)
- Sakura Advertising. *Macam-Macam Bentuk Promosi*. <http://sakura-advertising.com/macam-macam-bentuk-promosi/> (Diakses tanggal 11 Oktober 2019)

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat Permohonan PKL



*Building  
Future  
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
BIRO AKADEMIK KEMAHASISWAAN DAN HUBUNGAN MASYARAKAT



Kampus Universitas Negeri Jakarta  
Jl. Rawamangun Muka, Gedung Administrasi Lt. 1, Jakarta 13220  
Telp: (021) 4759081, (021) 4893668, email: bakhum.akademik@unj.ac.id

Nomor : 16932/UN39.12/KM/2019

31 Desember 2019

Lamp. :-

Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan Mandiri

Kepada Yth.

Ka. Unit Training & Development PT. Semen Indonesia (persero) Tbk.

Jl. Veteran No.93, Kb. Dalem, Gapurosukolilo, Gresik, Gresik

Regency, East Java 61122

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

Nama : Farhan Dira Zhidane  
Nomor Registrasi : 1702517027  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Jenjang : D3  
No. Telp/Hp : 082260323337

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah "**Praktik Kerja Lapangan**" pada tanggal **01 Agustus 2019** sampai dengan tanggal **30 September 2019**.

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 Pemasaran

✕

## Lampiran 2: Surat Konfirmasi PKL



F/26203200/004-3

Nomor : 0007812/SM.15/SUP/50032582/2000/07.2019  
 Lamp. : -  
 Perihal : **Panggilan Kerja Praktek**

Kepada Yth.  
 Woro Sasmoyo, SH.  
 Kabiro Akademik, Kemahasiswaan dan Hubungan Masyarakat  
 Universitas Negeri Jakarta

Menunjuk Surat Saudara No : 8690/UN39.12/KM/2019 tanggal 10 Juli 2019,  
 Perihal : Permohonan Ijin Kerja Praktek, dengan ini kami beritahukan bahwa kami  
dapat menerima mahasiswa/siswa Saudara :

No.	NAMA	NIM	JURUSAN
1.	Farhan Dira Zhidane	1702517027	Manajemen Pemasaran

Untuk melakukan Kerja Praktek di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.,  
 di Section of Promotion & Customer Serv II, Pabrik Gresik dengan ketentuan sbb :

1. Setiap mahasiswa/siswa yang melakukan Kerja Praktek harus diikutsertakan dalam Asuransi Kecelakaan oleh Institusi ybs.
2. Kerja Praktek dilaksanakan mulai tanggal 01 Agustus 2019 s.d. 25 September 2019
3. Perusahaan tidak menyediakan sarana akomodasi (penginapan) & transportasi.
4. Mahasiswa/siswa tersebut di atas diharapkan kehadirannya pada :

- Hari/Tanggal : Kamis, 01 Agustus 2019
- Pukul : 07.30 WIB sd. Selesai
- Tempat : Gedung Utama PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Lantai 4  
Jl. Veteran, Gresik
- Acara : Pengarahan dari Perusahaan & Penyerahan Perlengk. Administrasi
- Membawa :
  1. Foto Copy Kartu Tanda Pelajar/Mahasiswa (KTP) sebanyak 1 (satu) lembar.
  2. Foto Copy Polis Asuransi Kecelakaan Kerja/Kesehatan sebanyak 1 (satu) lembar.
  3. Pas foto berwarna ukuran 2x3 sebanyak 2 (dua) lembar.
  4. Printout Surat Panggilan dan Dokumen Pendukung.

Demikian atas perhatian Saudara kami sampaikan terima kasih.

Gresik, 30 Juli 2019  
 PT Semen Indonesia (Persero) Tbk  
 An. Direksi,  
 SM of Training & Development

  
**SEMENTEN**  
**INDONESIA**  
 TONY GUNAWAN, ST., MM.

### Lampiran 3: Surat Keterangan PKL



PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

F/26203200/004-14

## SURAT KETERANGAN

No. 0000339/SM.15/SUP/50032582/2000/09.2019

Direksi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Farhan Dira Zhidane  
 No. Induk Mahasiswa : 1702517027  
 Jurusan : Manajemen Pemasaran  
 Universitas : Universitas Negeri Jakarta

Telah melaksanakan Kerja Praktek di unit kerja Section of Promotion & Customer Serv II selama 2 bulan, mulai tanggal : 01 Agustus 2019 s.d. 30 September 2019.

Demikian Surat Keterangan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 30 September 2019  
 PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.  
 A.n. Direksi  
 SM of Training & Development

  
 SE M E N  
 INDONESIA  
 ACHMAD SIRRUL ATHO', ST.

## Lampiran 4: Daftar Hadir PKL



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

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



### DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN ..... SKS

Nama : Farhan Dira Zhidana  
No. Registrasi : 1702517027  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Veteran, Gresik - Jatim  
031-398.1732

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 1 Agustus 2019	1. [Signature]	
2.	Jum'at, 2 Agustus 2019	2. [Signature]	
3.	Senin, 5 Agustus 2019	3. [Signature]	
4.	Selasa, 6 Agustus 2019	4. [Signature]	
5.	Rabu, 7 Agustus 2019	5. [Signature]	
6.	Kamis, 8 Agustus 2019	6. [Signature]	
7.	Jum'at, 9 Agustus 2019	7. [Signature]	
8.	Senin, 12 Agustus 2019	8. [Signature]	
9.	Selasa, 13 Agustus 2019	9. [Signature]	
10.	Rabu, 14 Agustus 2019	10. [Signature]	
11.	Kamis, 15 Agustus 2019	11. [Signature]	
12.	Jum'at, 16 Agustus 2019	12. [Signature]	
13.	Senin, 19 Agustus 2019	13. [Signature]	
14.	Selasa, 20 Agustus 2019	14. [Signature]	
15.	Rabu, 21 Agustus 2019	15. [Signature]	

Jakarta, .....  
Penilai,

  
(.....)

**Catatan :**

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



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

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



DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Farhan Dira Zhidane  
No. Registrasi : 1702517027  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Veteran, Gresik - Jatim  
031-3981732

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 1 Agustus 2019	1. [Signature]	
2.	Jumat, 2 Agustus 2019	2. [Signature]	
3.	Senin, 26 Agustus 2019	3. [Signature]	
4.	Selasa, 27 Agustus 2019	4. [Signature]	
5.	Rabu, 28 Agustus 2019	5. [Signature]	
6.	Kamis, 29 Agustus 2019	6. [Signature]	
7.	Jumat, 30 Agustus 2019	7. [Signature]	
8.	Senin, 2 September 2019	8. [Signature]	
9.	Selasa, 3 September 2019	9. [Signature]	
10.	Rabu, 4 September 2019	10. [Signature]	
11.	Kamis, 5 September 2019	11. [Signature]	
12.	Jumat, 6 September 2019	12. [Signature]	
13.	Senin, 9 September 2019	13. [Signature]	
14.	Selasa, 10 September 2019	14. [Signature]	
15.	Rabu, 11 September 2019	15. [Signature]	

Jakarta, .....  
Penilai,



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



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung 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

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Farkhan Dira Zaidane  
No. Registrasi : 170207022  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Veteran - Gresik, Jember  
031 - 3981732

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 12 September 2019	1. [Signature]	
2.	Jumat, 13 September 2019	2. [Signature]	
3.	Senin, 16 September 2019	3. [Signature]	
4.	Selasa, 17 September 2019	4. [Signature]	
5.	Rabu, 18 September 2019	5. [Signature]	
6.	Kamis, 19 September 2019	6. [Signature]	
7.	Jumat, 20 September 2019	7. [Signature]	
8.	Senin, 23 September 2019	8. [Signature]	
9.	Selasa, 24 September 2019	9. [Signature]	
10.	Rabu, 25 September 2019	10. [Signature]	
11.	.....	11.....	
12.	.....	12.....	
13.	.....	13.....	
14.	.....	14.....	
15.	.....	15.....	

Jakarta,.....  
Penilai,

[Signature]  
PT. SEMEN INDONESIA  
(.....)

**Catatan :**

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

## Lampiran 5: Surat Penilaian PKL



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

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



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

Nama : Farhan Dira Zhidane  
No.Registrasi : 1702517027  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Veteran, Gresik - Jawa Timur  
031-3931732

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																																			
1	Kehadiran	86	1. Keterangan Penilaian : <table border="1"> <tr> <td>Skor</td> <td>Nilai</td> <td>Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table> 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan) Nilai Rata-rata : <table border="1"> <tr> <td><math>\frac{833}{10 \text{ (sepuluh)}} = 83,3</math></td> </tr> </table> Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>83</td> <td>A-</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	Skor	Nilai	Bobot	86-100	A	4	81-85	A-	3,7	76-80	B+	3,3	71-75	B	3,0	66-70	B-	2,7	61-65	C+	2,3	56-60	C	2,0	51-55	C-	1,7	46-50	D	1	$\frac{833}{10 \text{ (sepuluh)}} = 83,3$	83	A-	Angka bulat	huruf
Skor	Nilai	Bobot																																				
86-100	A	4																																				
81-85	A-	3,7																																				
76-80	B+	3,3																																				
71-75	B	3,0																																				
66-70	B-	2,7																																				
61-65	C+	2,3																																				
56-60	C	2,0																																				
51-55	C-	1,7																																				
46-50	D	1																																				
$\frac{833}{10 \text{ (sepuluh)}} = 83,3$																																						
83	A-																																					
Angka bulat	huruf																																					
2	Kedisiplinan	87																																				
3	Sikap dan Kepribadian	80																																				
4	Kemampuan Dasar	85																																				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85																																				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	80																																				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85																																				
8	Aktivitas dan Kreativitas	80																																				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	80																																				
10	Hasil Pekerjaan	85																																				
Jumlah		833																																				

Jakarta.....  
Penilai



Catatan : .....

**Lampiran 6: Tabel Kegiatan PKL**

<b>NO</b>	<b>Tanggal</b>		<b>Kegiatan</b>
1	kamis	1/8/2019	Pengarahan dan Penyerahan Administrasi
2	jumat	2/8/2019	Perencanaan Pembuatan Program Kegiatan
3	senin	5/8/2019	-Perencanaan Pembuatan Program Kegiatan -Mempelajari Profil Perusahaan
4	selasa	6/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Profil Perusahaan
5	rabu	7/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Struktur Organisasi Perusahaan
6	kamis	8/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Struktur Organisasi Perusahaan
7	jumat	9/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Section of Promotion & Customer Serv II
8	senin	12/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Section of Promotion & Customer Serv II
9	selasa	13/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Pembuatan Kalender Event
10	rabu	14/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Pembuatan Kalender Event
11	kamis	15/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Pembuatan Kalender Event

12	jumat	16/18/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Pembuatan Kalender Event
13	senin	19/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Pembuatan Kalender Event
14	selasa	20/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Surat Invoice Pajak -Mempelajari Program Promosi
15	rabu	21/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Surat Invoice Pajak -Mempelajari Program Promosi
16	kamis	22/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Surat Invoice Pajak -Mempelajari Program Promosi
17	jumat	23/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Surat Invoice Pajak -Mempelajari Program Promosi
18	senin	26/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Surat Invoice Pajak
19	selasa	27/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Kegiatan Promosi
20	rabu	28/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Kegiatan Promosi
21	kamis	29/8/2019	-Pengumpulan Data

			-Mempelajari Kegiatan Promosi -Tugas Khusus
22	jumat	30/8/2019	-Pengumpulan Data -Mempelajari Kegiatan Promosi -Tugas Khusus
23	senin	2/9/2019	Tugas Khusus
24	selasa	3/9/2019	Tugas Khusus
25	rabu	4/9/2019	Tugas Khusus
26	kamis	5/9/2019	Tugas Khusus
27	jumat	6/9/2019	Tugas Khusus
28	senin	9/9/2019	-Tugas Khusus -Pengolahan Data
29	selasa	10/9/2019	-Tugas Khusus -Pengolahan Data
30	rabu	11/9/2019	-Presentasi Tugas Khusus -Pengolahan Data
31	kamis	12/9/2019	Pengolahan Data
32	jumat	13/9/2019	Analisis Data
33	senin	16/9/2019	Analisis Data
34	selasa	17/9/2019	Analisis Data
35	rabu	18/9/2019	-Analisis Data -Penyelesaian Laporan Praktik Kerja Lapangan
36	kamis	19/9/2019	-Analisis Data -Penyelesaian Laporan Praktik Kerja Lapangan
37	jumat	20/9/2019	Kesimpulan dan Saran
38	senin	23/9/2019	Penyelesaian Laporan Praktik Kerja Lapangan
39	selasa	24/9/2019	Izin

40	Rabu	25/9/2019	Mempresentasikan dan menyerahkan laporan PKL, serta berakhirnya masa PKL
----	------	-----------	--