

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA DIVISI PEMASARAN PT FINROLL**

KHOLIFAH

8215161385



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

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

**FIELD WORK PRACTICE REPORT
OF MARKETING DIVISION AT PT FINROLL**

KHOLIFAH

8215161385



This Field Work Practice report arranged to meet one of the requirements to get the title of the Bachelor Degree at Faculty of Economics State University of Jakarta

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

LEMBAR EKSEKUTIF

Kholifah. 8215161385. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada PT Finroll. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta 2016.

Laporan ini bertujuan untuk menginformasikan kegiatan praktikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama dua bulan (1 Agustus– 30 September 2019). Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di perusahaan PT Finroll. Praktikan ditugaskan dan ditempatkan pada divisi *Marketing* sebagai *Account Executive*. Tugas praktikan di divisi *Marketing* antara lain membuat rencana bisnis yang terperinci untuk memfasilitasi pencapaian sasaran, mengelola seluruh siklus penjualan dari menemukan klien hingga mendapatkan kesepakatan dan menggali peluang penjualan baru melalui jaringan dan mengubahnya menjadi kemitraan jangka panjang.

Kata kunci : *digital marketing*, penawaran, *sales*.

EXECUTIVE SUMMARY

Kholifah. 8215161385. Internship report at PT Finroll.. Departement of Management. Faculty of economics. State University of Jakarta 2016.

This report aims to inform the practitioner activities in carrying out Field Work Practices for two months (August 1th - September 30th 2019). Praktikan implement Field Work Practices at the company PT Finroll. Praktikan assigned and placed in the Marketing division as Account Executive. The task of the practitioner in the Marketing division includes reating detailed business plans to facilitate the attainment of goals, managing the entire sales cycle from finding a client to securing a deal and unearthing new sales opportunities through networking and turn them into long term partnerships.

Keywords : Digital marketing, offering, sales.

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA
DIVISI PEMASARAN PT FINROLL

Nama Praktikan : Kholifah

Nomor Registrasi : 8215161385

Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui,

Ketua Program Studi



Dr. Suherman, M.Si

NIP. 19731116 200604 1 001

Dosen Pembimbing



Rahmi S.E., M.S.M.

NIP. 19830501 201803 2 001

Seminar pada tanggal :.....
(diisi oleh ketua program studi)



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		
<u>Dr.Mohamad Rizan, M.M.</u> NIP. 19720627 200604 1 001		30 Januari 2020
Penguji Ahli		
<u>Usep Suhud M.Si., P.hD</u> NIP. 19700212 200812 1 001		29 Januari 2020
Dosen Pembimbing		
<u>Rahmi S.E., M.S.M.</u> NIP. 19830501 201803 2 001		30 Januari 2020

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Yang Maha Esa dengan rahmat-Nya yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat umur untuk dapat menyelesaikan tugas dalam melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus-30 September 2019 atau selama dua bulan di PT Finroll dengan baik, beserta laporan kegiatan PKL yang telah tersusun ini. Namun, dalam pelaksanaannya praktikan memiliki beberapa kendala yang belum bisa dipahami karena saya tidak bisa melakukannya sendirian. Bimbingan, saran, serta dukungan yang saya dapat merupakan dari orang-orang hebat disekitar saya. Maka, dengan tulus dan dari lubuk hati terdalam saya ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Suherman M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Pemasaran.
3. Ibu Rahmi, SE., M.SM selaku dosen pembimbing PKL.
4. Bapak Masriadi Pasaribu SH, MM, MH selaku Direktur Utama PT Finroll.
5. Bapak Budi selaku Manajer Pemasaran PT Finroll yang telah membimbing praktikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.
6. Seluruh karyawan PT Finroll, khususnya divisi pemasaran, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.

Praktikan menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, dibutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini

bermanfaat bagi para pembacanya. Sebuah penutup untuk kata pengantar ini praktikan ucapkan terimakasih.

Jakarta, 28 September 2019

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
EXECUTIVE SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan	1
B. Tujuan PKL	3
C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan	3
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan	4
E. Waktu Praktik Kerja Lapangan	5
BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN	8
A. Sejarah Perusahaan	8
B. Struktur Perusahaan	9
C. Kegiatan Umum Perusahaan	10
BAB III. PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	16
A. Bidang Kerja	16
B. Pelaksanaan Kerja	16

C. Kendala yang Dihadapi.....	26
D. Cara Mengatasi Kendala.....	27
BAB IV. KESIMPULAN.....	28
A. Kesimpulan	28
B. Saran	28
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Harga Produk dan Jasa PT Finroll	13
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1. Infografis Jumlah Pengguna Internet Tahun 2018.....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar II. 1. Logo PT Finroll.....	8
Gambar II. 2. Struktur Organisasi PT Finroll.....	10
Gambar II. 3. <i>Flowchart</i> Penjualan Produk dan Layanan PT Finroll	15
Gambar III. 1 Proses Pencarian Database melalui Google Search dan Yellowpages	18
Gambar III. 2 Database yang Praktikan Kumpulkan.....	18
Gambar III. 3 Contoh Surat Penawaran yang Dikirim ke Calon Klien.....	19
Gambar III. 4 Canvassing Mengunjungi Para Pemilik Usaha Konvensional	20
Gambar III. 5. Bertemu dengan Klien.....	20
Gambar III. 6. Seminar Digital Marketing	22
Gambar III. 7 Konten Promosi dan Post Instagram PT Finroll	24
Gambar III. 8. Proses Listing Iklan di Toptier.id.....	25
Gambar III. 9 Laporan Penawaran melalui Formulir Google.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Log Kegiatan Harian.....	36
Lampiran 2 : Daftar Hadir PKL	37
Lampiran 3 : Lembar Penilaian PKL	40
Lampiran 4 : Surat Keterangan PKL	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan

Dunia pemasaran telah memasuki era baru yang maju. Pada saat efektivitas komunikasi pemasaran tradisional mengalami penurunan, sebuah metode baru di dunia pemasaran mengalami perkembangan signifikan. Cara baru tersebut dikenal sebagai “pemasaran digital” yang menggabungkan berbagai psikologis, humanis, antropologis, dan teknologis melalui multimedia dengan kapasitas besar dan interaktif. Hasilnya adalah babak baru interaksi antara produsen, intermediasi pasar, dan konsumen, dengan perantaraan teknologi bergerak (*mobile*) sebagai unsur dominan.

Hal itu tidak terlepas dari perkembangan informasi teknologi yang sangat cepat. Dapat dilihat dari berbagai faktor, di antaranya jumlah pengguna internet yang meningkat, banyaknya pengguna *smartphone*, dan juga banyaknya toko-toko *online* yang bermunculan. Faktor-faktor tersebut juga didukung dengan beberapa data, seperti dapat dilihat dari jumlah pengguna jejaring sosial di Indonesia yang semakin hari semakin besar.

Dari gambar I.1 diketahui dari data tersebut, para pemilik bisnis dapat memanfaatkan peluang yang sangat besar untuk mengembangkan bisnisnya secara maksimal melalui media *online* dan pemasaran digital. Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perusahaan untuk dapat menguasai pemasaran

digital atau yang juga dikenal dengan *digital marketing* agar tidak tertinggal oleh zaman dan didahului oleh para pesaing. Namun sayangnya, belum banyak pemilik usaha yang bisa mengaplikasikan teknik pemasaran tersebut dengan maksimal, maka dari itu PT Finroll hadir untuk membantu para pengusaha dalam memaksimalkan pemasaran produk atau jasa agar lebih efektif dan bisa meningkatkan produktivitas bisnis mereka.



Gambar I. 1 Infografis Jumlah Pengguna Internet

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2018)

Salah satu faktor yang dapat menunjang kelangsungan hidup sebuah perusahaan agar dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat adalah sumber daya manusia atau tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan. Universitas Negeri Jakarta sebagai salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Indonesia berupaya untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Salah satu upaya yang dilakukan Universitas Negeri Jakarta untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas adalah dengan mengharuskan para mahasiswanya untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang sesuai dengan bidang yang ditekuni oleh mahasiswa. Praktik Kerja Lapangan ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada mahasiswa akan dunia kerja.

Selain itu dapat menambah wawasan kepada mahasiswa dan memahami antara ilmu yang didapatkan dari kegiatan perkuliahan dan praktik di perusahaan sehingga mahasiswa dapat mempersiapkan diri dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan juga merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program studi S1 Manajemen. Praktik kerja lapangan ini dilaksanakan pada akhir semester VI.

Pada pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini, praktikan mendapatkan kesempatan melaksanakan PKL di PT Finroll yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media publikasi dan jaringan periklanan, perusahaan ini memberikan layanan berupa pembuatan dan pengembangan *website*, *management traffic*, konten pemasaran, *digital marketing*, dan periklanan di Google maupun media sosial lainnya.

B. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Program Praktik Kerja Lapangan yang diadakan oleh Universitas Negeri Jakarta, khususnya pada program studi S1 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dilakukan sebagai upaya agar mahasiswa dapat beradaptasi dengan dunia kerja sehingga mahasiswa mampu mengasah kemampuan dan keterampilan kerja.

Tujuan dari dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan, antara lain:

1. Menganalisis dan mempraktikkan semua aktivitas pemasaran, termasuk proses melakukan penawaran dan penjualan produk atau jasa PT Finroll.
2. Menganalisis dan Merencanakan strategi pemasaran yang tepat, termasuk membentuk dan merancang konten iklan atau promosi.

3. Mengembangkan pengalaman tentang prosedur pembuatan laporan terkait aktivitas pemasaran.

Kegunaan Praktik Kerja Lapangan :

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktikan, yaitu antara lain:

1. Mampu mengaplikasikan pengetahuan yang didapat ke dalam aktivitas pemasaran.
2. Mampu merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mempromosikan produk atau jasa PT Finroll
3. Mampu menyusun laporan terkait aktivitas pemasaran dengan baik.

C. Tempat Praktik Kerja Lapangan

1. Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan PKL yaitu pada :

Nama Perusahaan : PT Finroll

Tempat : Jl. Kramat Kwitang No.1, RW.7, Kwitang, Kec.
Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 10420.

Nomor Telepon : 0811-1234-398, 021 – 31935519.

Website Agency : www.finroll.co.id

Website Advertising : www.finroll.com, www.toptier.id,
www.kemudiku.com

2. Alasan Pemilihan PT Finroll

Alasan memilih PT Finroll, karena praktikan tertarik dengan perusahaan yang bergerak di bidang media dan periklanan, praktikan ingin mengetahui bagaimana perusahaan tersebut beroperasi, serta mempelajari setiap proses promosi dan penjualannya, juga untuk mengetahui segala kondisi dan aktivitas yang terjadi di lingkungan kerja yang sebenarnya.

D. Waktu Praktik Kerja Lapangan

Jadwal waktu praktikan melaksanakan PKL di PT Finroll dilakukan selama dua bulan terhitung pada tanggal 1 Agustus 2019 sampai dengan 30 September 2019.

Terdapat tiga tahap dalam proses pelaksanaan PKL, yaitu:

1. Tahap Persiapan Praktik Kerja Lapangan

- a. Pada tanggal 23 Juli 2019 praktikan melihat informasi lowongan pekerjaan yang dibuka oleh PT Finroll melalui akun Instagramnya.
- b. Pada tanggal 25 Juli 2019 praktikan mengirimkan surat lamaran, serta CV dan portofolio ke alamat *e-mail* PT Finroll.
- c. Pada tanggal 27 Juli 2019, PT Finroll menghubungi dan meminta praktikan datang ke kantor untuk melakukan wawancara. Setelah wawancara selesai, praktikan diminta untuk mulai bekerja pada tanggal 1 Agustus 2019.

2. Tahap Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dimulai pada tanggal 1 Agustus 2019 dan berakhir pada 30 September 2019

(43 hari kerja) dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan Jumat. Adapun jadwal yang ditentukan yaitu :

Hari : Senin - Jumat

Pukul : 09.00 - 17.00 WIB

Istirahat : 12.00 - 13.00 WIB

Praktikan melaksanakan PKL dengan bimbingan langsung dari Bapak Budi sebagai Manajer Pemasaran di PT Finroll.

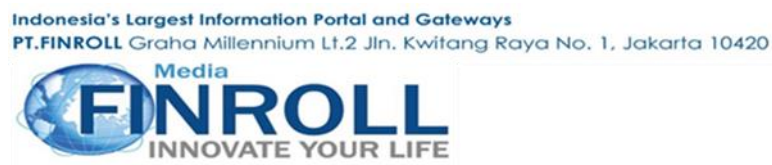
3. Tahap Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan

Sebagai bukti bahwa praktikan telah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), pada tahap ini praktikan diwajibkan untuk membuat laporan. Laporan tersebut akan dipertanggung jawabkan pada saat sidang PKL dan merupakan salah satu persyaratan untuk lulus dalam mata kuliah PKL.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Sejarah Perusahaan



Gambar II. 1. Logo PT Finroll

Sumber : www.finroll.co.id

2006. Berdirinya PT Finroll, secara resmi didirikan oleh Tahir Ferdian, yang sekaligus merupakan pemilik Millennium Group. PT Finroll sendiri awalnya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang media yang membahas berbagai hal mengenai gaya hidup, serta sebagai agensi periklanan *in-house* yang mendukung semua merek konsumen MDI Corporation Global.

2010. Langkah pertama PT Finroll, mulai membuat sebuah portal berita keuangan bernama FinanceRoll yang membahas berbagai masalah keuangan, baik dari sektor nasional maupun internasional, sekaligus untuk mendukung aktivitas bisnis dari Millennium Group.

2011. Terbitnya media cetak, setelah membuat portal berita, PT Finroll mulai membuat dan mencetak tabloid Frontroll dengan pokok bahasan yang mencakup bidang ekonomi, politik, hukum, dan gaya hidup.

2012. Tabloid mandarin dan *bulletin network*, PT Finroll mulai berkembang ke arah agensi periklanan, salah satunya dengan membuat interaktif *Ads footer*, *banner* dan *digital publishing* seperti Vertigo Publish. Selain itu, PT Finroll mulai memproduksi tabloid berbahasa Mandarin yang membahas ekonomi-politik di Indonesia dan Cina.

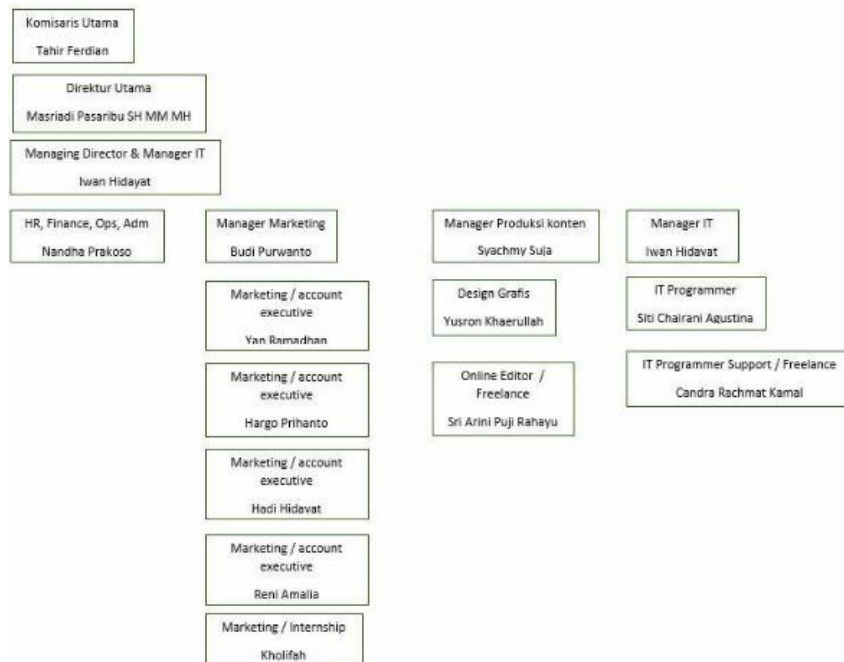
2014. Agensi periklanan, pembangunan *website*, *digital marketing*, dan berbagai proyek properti, baik yang dimiliki oleh Millennium Group seperti Azalea Town House dan Gyana Ubud Resort & Spa, maupun properti-properti lain di luar perusahaan.

2016. Billboard dan *mobile app*, agar tidak tertinggal dengan perusahaan digital lainnya, PT Finroll pun membuat aplikasi *mobile* sendiri. Tak hanya itu, *Billboard LED* dengan ukuran 7 x 30 meter pun juga mulai dikembangkan.

B. Struktur 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 gambar struktur organisasi di PT Finroll :



Gambar II. 2 Struktur Organisasi PT Finroll

Sumber : Dokumen Perusahaan

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Finroll sebagai perusahaan yang bergerak di bidang media publikasi dan jaringan periklanan, dalam melakukan kegiatan perusahaannya, PT Finroll menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Dengan bauran pemasaran, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran dalam menunjang kegiatan umum perusahaan. Berikut penjelasannya:

1. *Product*

Dalam pemasaran, produk adalah apapun yang dapat ditawarkan kepada pasar dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. PT Finroll memiliki beberapa produk dan layanan unggulan yang ditawarkan, yaitu:

a. *Web Development*

Website adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu *domain* di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (*home page*) *browser* menggunakan URL *website*. Ada tiga jenis *website* yang dikembangkan oleh PT Finroll Yaitu :

1. ***Web Full Page*** yaitu *website* dengan banyak halaman pendukung yang lebih lengkap serta memberikan informasi lebih detail.
2. ***Web Single Page*** yaitu *website* dengan tampilan satu halaman depan saja (*Home Page*) namun tetap dapat diisi dengan beberapa kategori.
3. ***Web E-Commerce*** yaitu *website* yang ditujukan untuk memajang banyak produk dan pengunjung dapat melakukan pembelian langsung melalui *website* tersebut.

Selain itu, PT Finroll juga melayani pengembangan, perbaikan, *maintenance*, *security* pada *website* yang telah dikembangkan.

b. *Traffic Management*

Traffic management adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mendatangkan pengunjung yang unik (per *IP Address*) dan tertarget. Serta mengelola, menganalisa data pelanggan untuk diolah kembali. Berikut ini jenis-jenis *traffic management* yang dapat dilakukan PT Finroll :

1. ***Iklan Display Network*** yaitu iklan berupa gambar yang dimuat di *media publisher* atau media cetak PT Finroll dengan beberapa ukuran.

2. ***Iklan SEM (Search Engine Marketing)*** yaitu iklan yang dimuat di mesin pencari Google menggunakan kata kunci yang tepat dan akan secara otomatis menuju *landing page* pemilik bisnis.
3. ***Iklan SMO (Social Media Optimization)*** yaitu iklan yang dimuat di berbagai macam media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube.

c. *Content Marketing*

Content marketing adalah strategi pemasaran dimana kita merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang mampu menarik pengunjung yang tepat sasaran, kemudian mendorong mereka menjadi pelanggan.

1. ***Iklan Advetorial*** yaitu bentuk periklanan yang disajikan dalam bentuk artikel atau tulisan dengan gaya bahasa jurnalistik atau berita.
2. ***Iklan Profil*** adalah iklan yang mengulas mengenai produk/jasa.
3. ***Cover Story*** adalah iklan yang berisi kumpulan cerita singkat dari sebuah bisnis atau usaha dan dimuat di halaman depan media publisher PT Finroll yaitu www.finroll.com
4. ***Video Profile*** adalah sebuah bentuk iklan dalam video yang bertujuan untuk memperkenalkan bisnis dan semua layanannya.

2. ***Price***

Price adalah harga yang harus dibayar untuk mendapatkan suatu produk dan layanan. Berikut ini adalah harga produk-produk PT Finroll :

Digital Marketing				
Produk	<i>Silver</i>	<i>Gold</i>	<i>Platinum</i>	<i>Custom</i>
Iklan Google	Rp.6.500.000	Rp.9.700.000	Rp.14.000.000	>Rp.3.000.000
Iklan Facebook	Rp. 3.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 10.000.000	>Rp.1.500.000
Iklan Instagram	Rp. 1.000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 5.000.000	
Iklan Youtube	Rp. 3.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 10.000.000	> Rp.1.500.000
Web Development				
<i>Full Page</i>	<i>Single Page</i>	<i>E-Commerce</i>	<i>Standart Custom</i>	
Rp. 5.000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 8.000.000	> Rp. 2.500.000	
Content Marketing				
<i>Advetorial,Profile</i>	<i>Cover Story</i>	Video Profil	Kamera 360	
Rp. 1.500.000	Rp. 3.000.000	Rp. 2.000.000	Rp. 1.500.000	

Tabel II. 1. Harga Produk dan Jasa PT Finroll

Sumber : Data Perusahaan

3. Place

Place dalam bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT Finroll adalah dengan mendirikan kantor di pusat kota yang strategis dan mudah diakses. Berikut ini adalah alamat lengkap kantor PT Finroll :

Gedung Graha Millenium Jl. Kramat Kwitang No.1, RW.7, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10420.

4. Promotion

Promosi yang dilakukan oleh PT Finroll menggunakan metode bauran promosi *direct marketing* dengan pendekatan *hard selling* dan *soft selling* secara *online*. PT

Finroll mengkombinasikan metode promosi dan menyesuaikan dengan kebutuhan klien. Dengan mencari kombinasi dan metode promosi yang tepat diharapkan dapat mencapai target yang ditentukan dan mendapatkan hasil *inquiry* bagi perusahaan ataupun sebuah unit usaha.

Pendekatan *hard selling* yang dilakukan yaitu menghubungi langsung pemilik bisnis melalui Whatsapp atau telepon (*telemarketing*) dari *database* yang telah tersedia sebelumnya. Selain itu, *canvassing* juga menjadi salah satu cara untuk mengenalkan produk dan layanan PT Finroll yaitu bertemu langsung dengan calon pelanggan.

Sedangkan pendekatan *soft selling* yang dilakukan yaitu dengan membuat konten *marketing* berupa sebuah artikel yang biasanya dimuat di berbagai macam media sosial tujuannya untuk mengedukasi dan menumbuhkan kesadaran akan kebutuhan penggunaan *website* dan *digital marketing* untuk bisnis mereka.

Direct Marketing bisa menjadi salah satu sistem pemasaran interaktif yang dapat dikembangkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan langsung dari pelanggan yang ditargetkan. Dengan melakukan teknik promosi ini, pihak perusahaan akan mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan.

5. People

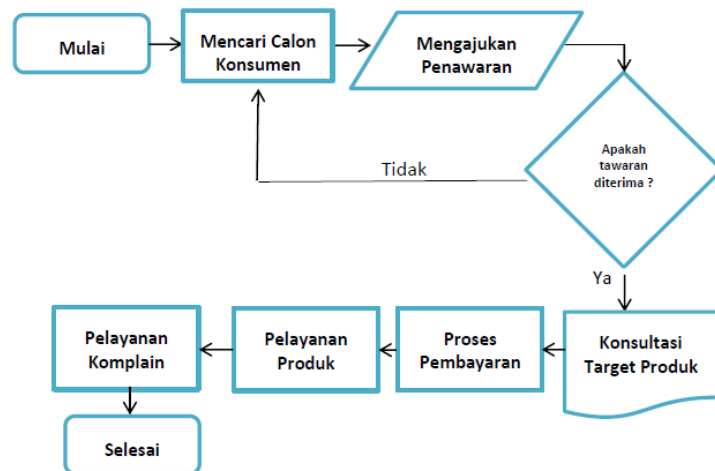
Karyawan dari PT Finroll adalah orang-orang yang berkompeten serta profesional dalam bidangnya. Dengan integrasi dari orang-orang yang berkompeten menghasilkan tim yang solid dan dapat bekerja sama dengan baik untuk mencapai target yang diinginkan klien.

6. *Physical Evidence*

Media pendukung atau fasilitas alat pendukung untuk kegiatan perusahaan PT Finroll menyediakan peralatan seperti dua puluh unit perangkat komputer yang terhubung dengan *internet*, mesin *printer* untuk mencetak proposal penawaran, dll. Dimana fasilitas tersebut berguna untuk menunjang kinerja pada PT Finroll.

7. *Process*

Keseluruhan proses layanan pada PT Finroll dilakukan dengan mengedepankan profesionalitas kerja demi tercapainya kepuasan pelanggan. PT Finroll mencegah terjadinya keterlambatan dalam penyelesaian tugas yang telah disepakati, untuk itu seluruh rangkaian proses pemesanan dilakukan dengan cepat. Selain itu, praktikan juga membuat *flowchart* pada gambar II.3 yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan.



Gambar II. 3 Flowchart Penjualan Produk dan Layanan PT Finroll

Sumber : Data Pribadi

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Selama dua bulan praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Finroll, dimana praktikan ditempatkan pada divisi pemasaran sebagai *Account Executive* yang bertugas untuk:

1. Melakukan penawaran dan penjualan kepada calon klien.
2. Melakukan berbagai aktivitas promosi
3. Membuat laporan penawaran dan *canvasing*.

B. Pelaksanaan Kerja

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang praktikan lakukan berlangsung mulai 1 Agustus sampai dengan 30 September 2019. Praktikan melaksanakan PKL selama lima hari dalam seminggu, yaitu hari Senin sampai dengan hari Jumat, dari pukul 09.00 sampai dengan 17.00 WIB.

Sebelum praktikan diberi tugas yang akan dilakukan selama bekerja, terlebih dahulu praktikan diberi tahu hak dan kewajiban praktikan selama melaksanakan PKL, kemudian praktikan dikenalkan dengan direktur, para manajer dan karyawan lainnya di divisi *marketing*.

Setelah itu praktikan dijelaskan mengenai tugas praktikan selama melaksanakan PKL di PT Finroll. Untuk permulaan praktikan diberikan tugas agar dapat menguasai pengetahuan produk yang terdiri dari *web development*, *traffic management* dan *content marketing*. Tujuan dari memahami pengetahuan produk ini adalah agar praktikan bisa menjelaskan produk yang ada dengan tepat kepada calon pelanggan. Berikut adalah penjelasan dan rincian kegiatan yang praktikan kerjakan:

1. Melakukan Penawaran dan Penjualan kepada Calon Klien.

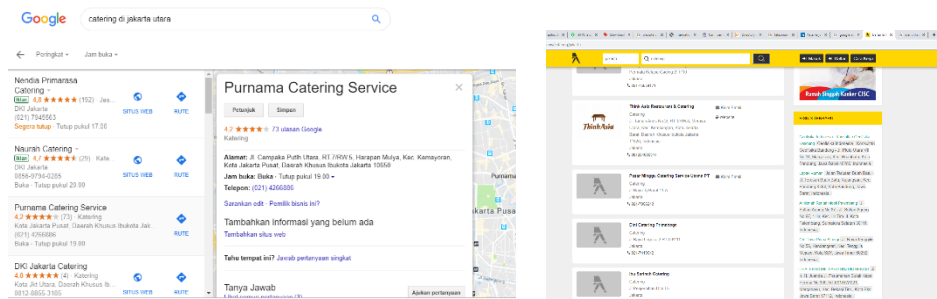
Menawarkan produk atau jasa PT Finroll kepada para calon klien merupakan tugas utama praktikan sebagai *Account Executive*. Tugas ini membutuhkan pemilihan strategi yang tepat, kreatifitas dan keterampilan berkomunikasi yang baik, agar mampu menarik minat calon klien untuk menggunakan jasa PT Finroll. Selain itu, praktikan juga harus menguasai *product knowledge* dari setiap produk dan jasa yang ada di PT Finroll agar dapat menyampaikan informasi dengan tepat kepada calon klien.

Praktikan melakukan penawaran tersebut melalui dua cara yaitu secara *online*, dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp dan *E-Mail*. Juga secara *offline*, dimana praktikan menemui langsung calon klien di rumah maupun tempat usahanya atau lebih dikenal dengan istilah *canvassing*.

Sebelum melakukan penawaran, ada beberapa prosedur yang harus dilakukan terlebih dahulu, yaitu **mencari dan mengumpulkan *database*, melakukan *canvassing* dan menindaklanjuti (*follow up*) penawaran terhadap klien.**

a. Mencari dan mengumpulkan *database*

Database tersebut berisikan informasi seputar usaha/bisnis milik calon klien yaitu nama, alamat tempat usaha, alamat *e-mail* dan kontak yang bisa dihubungi. Praktikan dapat mengidentifikasinya melalui mesin pencari Google atau *website* Yellowpages.co.id dengan mencari berdasarkan kata kunci tertentu.



Gambar III. 1 Proses Pencarian Database melalui Google Search dan Yellowpages

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian, data-data tersebut disalin ke Microsoft Excel lalu diklasifikasikan berdasarkan kategori yang tepat (potensi atau tidak).

No	Nama	Alamat	No. Telp	Email	Website
289	M & S Spa	Jl. Tebet Timur Dalam Raya No.11, Ft	-	-	-
290	Jamu Body Treatment Jakarta	Jl. Cipete VII No 94B, RT 8/RW 4, Cj	(021) 7552951	jit.cipete@jambodytreatments	www.jambodytreatments.com/fit
291	Shi Baby Spa Rawamangun	Jl. Kiwala No.21, RT 5/RW 7, Jk	(021) 2472020	-	-
292	Grand Imperial Spa	Jl. Wijaya I No.55, RT 6/RW 5, Pestog	(021) 77780250	-	http://mocco-spa-business.spa
293	MOCCA SPA	Jl. Tebet Utara I No.40 G, RT 4/RW	(021) 7788250	-	http://mocco-spa-business.spa
294	Jawata Salona Spa	Jl. Mega Kuningan Timur 2 Kav 24 J	(021) 3002896	-	http://helwagala.com/
295	Deiva salon facial spa lulur cosmetic	No 5, Jl. Kp. Melayu Kecl, RT 5/RW	(021) 40984312	-	http://www.fisatigap.com
296	F Lazarigae Hair Studio & Babo	Plaza Indonesia Beauty Floor level 4	(021) 2923822	marketing@f-intercosindo.com	http://www.fisatigap.com
297	Claudia Spa Jakarta	Jl. Pulo RT 09 RW 17, RT 13/RW 3	(021) 4072728 (021) 2923822	-	http://claudiaspa.com
298	Heaven Organizer	Jl. Danau Indah 2, RT 2/RW 18, Suni	(021) 5782-2207	heavenorganizer@yahoo.co.id layanevent@heavenorganizer.co.id	http://www.heavenorganizer.co.id/
299	Arhan Organizer	Jl. Sungal Indragiri Raya No.456C, R	(021) 48714001	marketngarhan@gmail.com	http://www.arhanorganizer.com
300	Fain Star Event Organizer	Blok A 38C No 3, Jl. Agung Utara 3,	(021) 2151-0027	-	-
301	Samud Organizer	Jl. Gading Raya 2 No.1, RT 1/RW 5,	(021) 2154-0774	-	-
302	ELIMO ORGANIZER	Jl. Cilincing Bara I No.10, RT 3/RW	(021) 2610-8238	-	-
303	Fairy Floss Party	Jl. Boulevard Artha Gading, Klatpa	(021) 4382382	-	-
304	Groovy Event Organizer (PT Sahab	The Mansion Kemayoran - Tower Fd	(021) 7868-5336	groovepindonesia@gmail.com	http://www.groove.com
305	Des Iskandar Wedding Organizer &	Jl. Boulevard Raya Blok Df No.11, RT	(021) 45125424	-	http://business.google.com/webste
306	Yaoni - Batak Event Planner & Cater	Pulau Moro No 3, RT 8/RW 9, Kp. G	(021) 2985-2302	https://www.yaoni-event-organizer-decorator	-
307	Omni Event Planner	Jl. Araf, Jkt No 4, RW 3, Rawabaga	(021) 2179-0003	-	-
308	Gloria Party Organizer	Jl. Danau Sunter Utara Ruko Tamani	(021) 68077137	-	http://www.eventplanner.com

Gambar III. 2 Database yang Praktikan Kumpulkan

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Setelah itu, praktikan menghubungi kontak yang tertera serta mengirimkan surat penawaran baik melalui Whatsapp, telepon ataupun *e-mail*.



Gambar III. 3 Contoh Surat Penawaran yang Dikirim ke Calon Klien

Sumber : Dokumentasi Pribadi

b. Melakukan *canvassing*.

Praktikan melakukan *canvassing* secara rutin minimal satu kali dalam seminggu. Tempat pertama yang praktikan tuju adalah Pasar Senen, karena disana masih terdapat banyak pemilik usaha yang belum memasarkan produk atau layanannya secara *online* yakni menggunakan *website* atau *digital marketing*. Saat melakukan *canvassing* ada beberapa dokumen yang harus dibawa seperti surat penawaran, kartu nama, brosur dan *price list*.

Teknis *canvassing* yang praktikan lakukan yaitu berkenalan terlebih dahulu dengan pemilik usaha lalu berbincang-bincang tentang usahanya apabila calon klien tersebut tertarik kemudian praktikan menyampaikan proposal penawaran serta menjelaskan tentang produk dan layanan yang tersedia.

Selain Pasar Senen, praktikan juga melakukan *canvassing* di banyak tempat seperti Pasar Jatinegara, sekitar daerah WTC Mangga dua, dan pusat-pusat bisnis lainnya.



Gambar III. 4 Canvassing Mengunjungi Para Pemilik Usaha Konvensional

Sumber : Dokumentasi Pribadi

- c. Menindaklanjuti (*follow up*) penawaran terhadap klien.

Setelah melakukan penawaran melalui Whatsapp, telepon, maupun *canvassing*. Apabila mendapatkan respon yang baik dari klien yang kita hubungi, serta klien tersebut berminat untuk membuat *website* atau memasang iklan, maka kami bertemu secara langsung untuk membahas teknis, tanda tangan kontrak, dll.



Gambar III. 5. Bertemu dengan Klien

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2. Melakukan Berbagai Aktivitas Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang memiliki peranan penting bagi perusahaan untuk mempertahankan perusahaannya dan meningkatkan kualitas penjualan dalam memasarkan barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Dalam arti lain promosi adalah segala bentuk komunikasi untuk menginformasikan dan membujuk atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu, atau rumah tangga.

Promosi dapat dilakukan baik secara *offline* maupun *online*, seiring perkembangan teknologi makin banyak media yang dapat digunakan untuk melakukan promosi. Meskipun PT Finroll merupakan *digital agency*, mereka tetap melakukan promosi secara *offline* agar dapat menjangkau para pemilik usaha yang belum memasarkan bisnisnya secara *digital*. Bentuk promosi offline yang dilakukan oleh PT Finroll antara lain dengan menyebarkan brosur, dan mengadakan seminar.

Praktikan diminta untuk membuat konten-konten promosi yang akan diunggah dan dibagikan ke media sosial PT Finroll. Selain itu, dalam seminar yang diadakan oleh tim marketing, praktikan juga diberi kesempatan untuk mendampingi para peserta.

a. Mendampingi seminar.

Seminar yang diadakan oleh tim *marketing* ini bertujuan untuk memberikan edukasi terkait *digital marketing* kepada para pemilik usaha yang belum memasarkan produk atau layanannya secara *digital*. Untuk mengadakan seminar ini, praktikan harus mengikuti langkah-langkah berikut :

1. *Brainstorming*, untuk mendata segala kebutuhan baik sebelum ataupun saat seminar berlangsung.
2. Menyebarkan brosur seminar yang sudah di cetak, dibagikan ke setiap marketer. Praktikan diwajibkan untuk mengundang/membawa 3-5 orang untuk menghadiri seminar tersebut.
3. Menyiapkan segala keperluan seminar, seperti konsumsi dan peralatan.

Bapak Budi selaku Manajer Pemasaran, turun langsung sebagai pembicara pada seminar tersebut. Sedangkan praktikan ditugaskan untuk memberi pemahaman mengenai *product knowledge* kepada peserta yang tertarik atau berminat untuk menggunakan jasa kami.



Gambar III. 6. Seminar *Digital Marketing*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

b. Membuat konten promosi

Praktikan diminta untuk membuat beberapa konten promosi yang berupa desain poster maupun video untuk dibagikan oleh seluruh tim *marketing*. Selain itu juga praktikan diberi kepercayaan untuk memegang akun media sosial dari PT Finroll di Instagram, serta membuat desain untuk diunggah ke Instagram PT Finroll. Berikut adalah langkah-langkah yang harus di kerjakan dalam membentuk konten :

1. Melakukan *brainstorming* dengan tim

Pada langkah ini praktikan dan team melakukan *brainstorming* atau saling bertukar pikiran dalam memikirkan konten apa yang akan dibentuk.

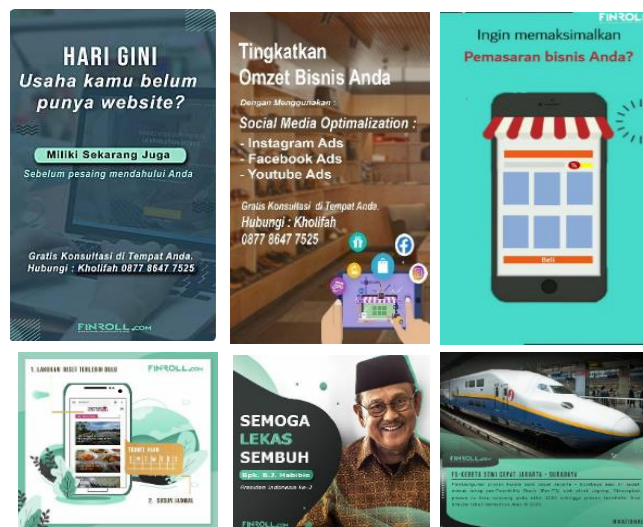
2. Mencari referensi desain / video yang menarik.

Sebelum memasuki proses *editing*, praktikan mencari referensi terkait gaya desain yang menarik terlebih dulu di berbagai website seperti Freepik.com, Pinterest atau Youtube.

3. Proses *editing*

Untuk proses desain, praktikan menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop. Sedangkan untuk mengedit video, praktikan menggunakan Videopad dan Microsoft Powerpoint (untuk video animasi)

4. Mengunggah konten promosi ke media sosial (Instagram, Whatsapp, Facebook)



Gambar III. 7 Konten Promosi dan *Post* Instagram PT Finroll

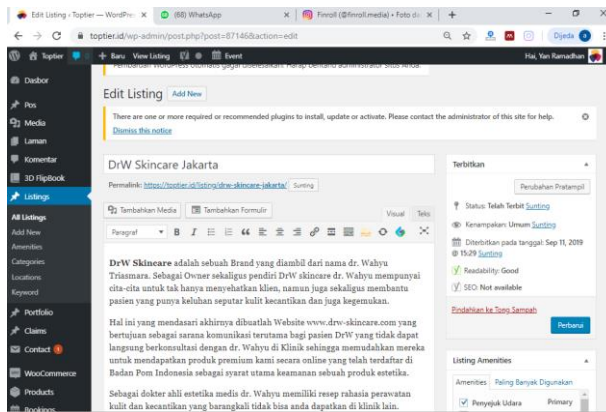
Sumber : Dokumentasi Pribadi

c. Memuat *listing* iklan

PT Finroll memiliki beberapa *media publisher*, seperti kemudiku.com untuk otomotif dan toptier.id seputar gaya hidup. Praktikan juga diberi kesempatan untuk mempublikasikan *listing* iklan di toptier.id yang berisikan informasi dan foto dari toko atau usaha yang akan diiklankan. Berikut adalah tahapan yang praktikan lakukan untuk memuat *listing* iklan di *media publisher* PT Finroll :

1. Setelah klien menandatangani kontrak dan melakukan pembayaran, PT Finroll memfasilitasi para kliennya dengan *listing* iklan di *media publisher* mereka secara gratis. Apabila ada seorang klien yang berminat, maka Praktikan akan meminta data-data berupa foto, deskripsi usaha atau konten promosi dari klien untuk dimuat di *media publisher* PT Finroll (kemudiku.com atau toptier.id)

- Masuk ke laman admin lalu menyunting apabila ada kata-kata yang tidak relevan dengan ketentuan sistem *publisher*.

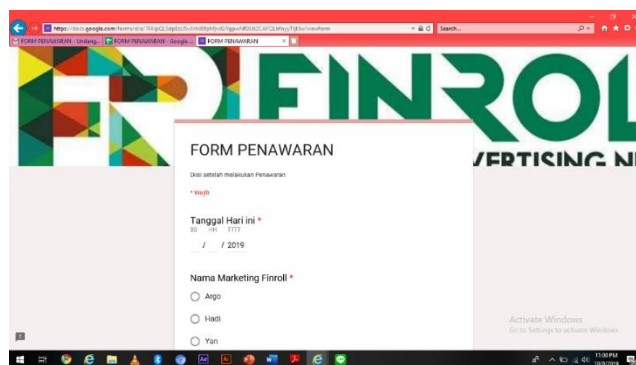


Gambar III. 8. Proses *Listing* Iklan di Toptier.id

Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Membuat Laporan Penawaran secara Berkala

Laporan yang dibuat berkala setiap harinya yaitu dengan *google spreadsheet* untuk dilaporkan secara langsung kepada manajer pemasaran sebagai bentuk tanggung jawab *marketer* terhadap tingkat penawaran yang dilakukan setiap harinya. Laporan digunakan sebagai pembandingan kegiatan *marketer* baik dari personal ataupun intensitas penawaran kepada calon klien.



Gambar III. 9 Laporan Penawaran melalui Formulir Google

Sumber : Dokumentasi Pribadi

C. Kendala yang Dihadapi

Dalam pelaksanaannya kendala bisa terjadi kapanpun, terdapat beberapa kendala yang praktikan hadapi, baik dari eksternal maupun dari internal, kendala bermacam-macam mulai dari aktivitas penawaran hingga kendala dari dalam diri praktikan sendiri. Adapun kendala-kendala tersebut sebagai berikut:

- a. Banyaknya kontak yang harus praktikan cari dan hubungi melalui Whatsapp bisa mencapai lebih dari 50 pemilik usaha dalam sehari, tak jarang membuat praktikan kewalahan dan bingung saat hendak menjawab pertanyaan-pertanyaan mereka.

Namun, juga ada banyak di antara mereka yang tidak memberi respon sama sekali. Dalam beberapa kejadian, ada salah satu klien yang praktikan hubungi untuk melakukan penawaran, justru mengirimkan pesan bergambar dengan kata-kata yang tidak etis.

Belum lagi besarnya target yang harus praktikan penuhi dalam satu bulan cukup tinggi yaitu 20 juta, sehingga menjadi beban tersendiri untuk praktikan apabila belum berhasil mendapatkan klien selama satu bulan.

- b. Pada saat praktikan melaksanakan kegiatan PKL praktikan di ajak untuk mempersentasikan bisnis di depan *client*, praktikan merasa minder dan kurang menguasai pokok pembicaraan dan pokok apa saja yang mau dipersentasikan sehingga menjadi tidak percaya diri atau yang disebut dengan demam panggung sehingga ini menjadikan masalah dalam kepercayaan diri sendiri, dalam universitas praktikan

tidak diajarkan atau di arahkan untuk membentuk kepercayaan diri sehingga dalam masalah ini praktikan harus berusaha untuk mengendalikan dirinya sendiri.

- c. Selain itu, seorang marketer perlu menguasai *product knowledge* agar bisa mengantarkan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan dengan baik kepada klien. Namun, praktikan sedikit kesulitan untuk menguasai *product knowledge* secara keseluruhan.

D. Cara Mengatasi Kendala

Dalam pelaksanaannya kendala dari dalam dan luar bisa saja terjadi sehingga praktikan terus berusaha dengan semaksimal mungkin untuk mengatasi dan meminimalisir kendala agar praktikan dapat menjalankan program PKL dengan sbaik-baiknya. Adapun beberapa kendala yang di hadapi praktikan yaitu:

1. Berusaha untuk lebih teliti agar tidak salah memberikan informasi kepada calon klien, serta menandai calon klien yang tertarik dan berpotensi, dan calon klien yang tidak memberikan respon. untuk memudahkan tindakan *follow up* serta *remarketing* di kemudian hari.

Selain itu, praktikan juga berusaha untuk memperbaiki strategi penawaran agar lebih menarik calon klien dengan menerapkan formula AIDA dalam teknik copywriting yang praktikan buat, yaitu:

- a. *Attention* (Menarik perhatian) : Tahap ini merupakan tahap awal dimana konsumen mulai menyadari produk hingga brand suatu perusahaan. Pada tahap ini praktikan harus mencari tahu dan membuat strategi agar konsumen bisa sadar akan keberadaan produk

kita. Praktikkan melakukannya dengan menggunakan iklan video yang unik, lucu, dan menghibur.

- b. *Interest* (pertahankan minat) : saat calon klien mulai tertarik dan mempelajari mengenai manfaat dari produk usaha PT Finroll, yang harus praktikkan lakukan adalah bagaimana kita dapat membangkitkan rasa suka konsumen terhadap produk melalui keunggulan yang kita tunjukkan. Selain itu praktikkan juga dapat menampilkan pesan positif dari konsumen yang merasa puas setelah menggunakan produk kita agar calon konsumen percaya bahwa produk kita lebih unggul dibandingkan produk pesaing lainnya.
- c. *Desire* (ciptakan keinginan) : Tahap ini adalah dimana klien mulai memiliki keinginan untuk memakai jasa PT Finroll, yang mendorong konsumen sampai pada tahap ini adalah ketika praktikkan dapat meyakinkan klien bahwa jasa PT Finroll yang paling dapat memenuhi kebutuhan mereka serta dapat memberikan nilai tambah yang dibutuhkan.
- d. *Action* (dapatkan tindakan) : Segera setelah keinginan untuk membeli terangsang, ini harus ditransfer ke suatu tindakan, yaitu pembelian. Tahap ini merupakan tahap akhir dimana klien mulai menggunakan jasa PT Finroll dapat dikatakan tahap ini adalah tahap trial dimana konsumen akan memutuskan apakah selanjutnya akan menggunakan jasa tersebut kembali atau malah berganti pilihan.

2. Praktikan berusaha untuk memahami bagaimana cara untuk melakukan negosiasi dengan perusahaan lain, dengan mengikuti dan belajar dengan atasan atau manajer yang sedang di tugaskan diluar kantor, praktikan juga belajar lebih mengenai apa yang akan di tawarkan pada investor dan langkah-langkah apa saja yang harus di lakukan seperti penawaran, berikut cara-cara praktikan untuk mengembalikan kepercayaan diri praktikan :

- a. Berpikiran positif atas hasil yang akan didapatkan baik atau buruknya itu adalah sebuah perjalanan yang tidak akan bisa dilewati begitu saja sehingga praktikan dapat meningkatkan kepercayaan diri praktikan.
- b. Melakukan peningkatan pengetahuan mengenai topik yang akan dibahas pada meeting dan mencoba untuk memahami opini dan tujuan perusahaan, sehingga memiliki validitas yang mempunyai.
- c. Lebih sering bertanya pada atasan hal apa saja yang tidak diketahui dan juga hal yang berkaitan dengan informasi pada topik pembicaraan pada saat meeting, sehingga praktikan dapat meningkatkan kepercayaan diri agar tidak grogi.

Dalam hal ini praktikan dapat meningkatkan kepercayaan diri dengan melakukan hal-hal yang telah disebutkan diatas.

3. Praktikan berusaha mempelajari bagaimana cara untuk memahami pekerjaan yang dihadapinya dengan cara menanyakan cara-cara agar tugasnya selesai pada atasannya dan juga tidak malu untuk bertanya

apabila tidak mengerti harus mengerjakan tugas yang diberikan atasan, praktikan juga menerima dan secara terbuka apabila yang dikerjakannya salah, sehingga praktikan dapat memiliki pesonalitas yang baik dan dapat menerima keritikan dari orang lain.

Selain itu praktikan juga merasa tertantang dalam menjalankan tugasnya karena praktikan merasa menemukan hal baru yang belum pernah dikerjakan sehingga praktikan lebih *open minded*, inovatif dan kreatif dalam bekerja. Selain itu praktikan mendapatkan ilmu baru tentang strategi yang tepat untuk melakukan penawaran kepada calon klien. Juga Bapak Budi selaku Manajer Divisi Pemasaran serta para karyawan selalu bersedia untuk membantu praktikan apabila merasa kesulitan saat menjawab pertanyaan dari para calon klien.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 43 hari kerja di PT Finroll, Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

1. Praktikan mengetahui tugas serta tanggung jawab seorang karyawan di Divisi *Marketing*. Selain bertugas menjual produk, mereka juga bertanggung jawab menjalin hubungan baik dengan konsumen.
2. Praktikan mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman baru terkait *digital marketing, web development, canvassing, pembuatan listing iklan, content marketing, dll.*
3. Dengan kegiatan PKL ini praktikan dapat membandingkan teori yang telah dipelajari sebelumnya pada bangku perkuliahan dengan dunia kerja yang sesungguhnya. Teori yang telah praktikan pelajari sebelumnya di bangku perkuliahan ternyata sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan pekerjaan seperti dalam hal pemasaran dan promosi.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan PKL, praktikan melalui laporan ini bermaksud memberikan saran. Agar di masa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan yang positif sehingga dapat dijadikan acuan untuk

perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun beberapa saran yang dapat praktikan berikan antara lain:

1. Untuk Perusahaan

- a. Menurut praktikan perlu adanya penambahan jumlah tenaga profesional yang telah berpengalaman khususnya pada *Divisi Marketing (Account Executive)* dan pembaruan sistem yang memudahkan tim *marketing* dalam memperoleh data dan melakukan penawaran, sehingga dapat meningkatkan produktifitas kinerja tim *marketing*.
- b. Selain diadakan *briefing* dan evaluasi rutin setiap pagi, praktikan juga merasa perlu diadakannya semacam simulasi untuk melatih kemampuan karyawan di beberapa aspek yang membutuhkan keterampilan khusus seperti *telemarketing* atau *canvassing*, terutama untuk karyawan baru yang belum memiliki pengalaman sebelumnya. Tentunya dengan bimbingan dari manajer berdasarkan *case* yang sering terjadi di lapangan, agar para *marketer* bisa lebih siap dan profesional saat turun langsung ke lapangan.
- c. Tidak dapat dipungkiri, bahwa media sosial seperti Instagram juga bisa menjadi sarana untuk *branding* produk dan jasa dalam suatu bisnis. Dari yang praktikan ketahui, akun Instagram PT Finroll (@finroll.media) saat ini hanya berfokus sebagai *news portal* yang menyajikan berbagai macam berita dari finroll.com atau *media publisher* lain. Mungkin akan lebih baik, jika PT Finroll juga memaksimalkan media sosial yang dimiliki sebagai rumah usahanya. Mulai dari memperkenalkan PT Finroll, produk dan jasanya, konten pemasaran, dll. Di akun *official* PT Finroll. Lalu bisa

menggunakan Instagram *ads* untuk mempromosikan akunnya. Karena dari pengalaman praktikan, juga banyak pemilik bisnis *online* yang mencari informasi melalui Instagram.

2. Untuk Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Menambah kerja sama dengan perusahaan untuk rekomendasi bagi mahasiswa yang akan melaksanakan PKL.
- b. Menyederhanakan proses persetujuan izin PKL, sehingga ketika satu perusahaan yang dituju oleh praktikan tidak bisa menerima mahasiswa untuk melaksanakan magang, mahasiswa bisa mencari perusahaan/intansi lain sebagai alternatif.
- c. Agar diadakannya pembekalan khusus untuk mahasiswa Program Studi S1 Manajemen sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan konsentrasi yang ada. Pembekalan tersebut sebagai modal juga untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku pedoman *Praktik Kerja Lapangan* Universitas Negeri Jakarta. 2012.
- Bogasari. *Strategi Pemasaran 7p*. 17 Maret 2018. <http://www.bogasari.com/business-inspiration/strategi-pemasaran-4P>. (Diakses 25 September 2019)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Finroll PT. *Sejarah Perusahaan PT Finroll*. Media <https://finroll.co.id/sejarah-kami/> (Diakses 26 September 2019)
- Hasil Survei Jumlah Pengguna Internet di Indonesia. 2018. <https://apjii.or.id/survei2018> (Diakses 25 September 2019)
- Rosadi Imron, *Laporan Praktik Lapangan Kerja pada Divisi Pemasaran di PT Ciputra Indah*. 2018.

LAMPIRAN 1: LOG KEGIATAN HARIAN

Nama : Kholifah
 No. Registrasi : 8215161385
 Program Studi : S1 Manajemen
 Tempat Praktik : PT Finroll
 Alamat Praktik/Telp : Gedung Graha Millenium
 JL. Kramat Raya Kwitang No.1
 Senen, Jakarta Pusat.

No.	Hari/ Tanggal	Uraian Kegiatan	Pem- bimbing
1.	Kamis, 1 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkenalan dengan direktur, manajer dan para karyawan lainnya. 2. Pengenalan dan mempelajari produk-produk dari PT Finroll. 	Kak Yan
2.	Jumat, 2 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendesain poster digital untuk portal berita di Instagram PT Finroll. 2. Membuat surat penawaran pengembangan <i>website</i>. 	Yusron Kak Yan
3.	Senin, 5 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>meeting</i> bersama manajer pemasaran baru membahas strategi yang akan dijalankan. 2. Mencari data klien di Google. 3. Melakukan penawaran <i>personal selling</i> melalui Whatsapp. 	Kak Yan
4.	Selasa, 6 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Melakukan penawaran melalui Whatsapp. 3. Mendesain poster digital untuk diunggah ke Instagram. 	Pak Budi
5.	Rabu, 7 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Melakukan penawaran melalui Whatsapp. 3. Mendesain poster digital untuk diunggah ke Instagram. 	Pak Budi
6.	Kamis, 8 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Melakukan penawaran melalui Whatsapp. 3. Melakukan <i>canvassing</i>/ bertemu client. 	Pak Budi Kak Yan
7.	Jumat, 9 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Membuat video untuk promosi layanan iklan Google Adwords 	Pak Budi

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Mendata <i>rate card</i> 4. Membuat poster digital untuk di unggah ke Instagram. 5. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 	
8.	Senin, 12 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i>. 2. Membuat <i>promotion picture</i> layanan <i>social media optimization</i>. 3. Membuat artikel edukasi pemasaran mengenai <i>social media marketing</i> di halaman Facebook. 4. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 	Pak Budi
9.	Selasa, 13 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Membuat surat penawaran pembuatan dan pengembangan <i>website</i>. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 	Pak Budi
10.	Rabu, 14 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan <i>database client</i> di Jakarta Utara. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 	Pak Budi
11.	Kamis, 15 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan <i>database client</i> di Jakarta Utara. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 	Pak Budi
12.	Jumat, 16 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan <i>database client</i> di Jakarta Utara. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 4. Melakukan <i>canvassing</i>, menyebarkan brosur seminar. 	Pak Budi
13.	Senin, 19 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. <i>Canvassing</i> bertemu client di Kelapa Gading, Jakarta Utara. 3. Menyebarkan brosur undangan seminar <i>digital marketing</i> di ITC Mangga Dua. 	Pak Budi
14.	Selasa, 20 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Menyiapkan seluruh keperluan konsumsi untuk seminar <i>digital marketing</i>. 	Pak Budi

15.	Rabu, 21 Agustus 2019	1. Ikut serta dalam acara seminar <i>digital Marketing</i> .	Pak Budi
16.	Kamis, 22 Agustus 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Membuat akun Instagram bisnis. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp.	Pak Budi
17.	Jumat, 23 Agustus 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan <i>database client</i> di Jakarta Utara. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp.	Pak Budi
18.	Senin, 26 Agustus 2019	1. Mengikuti <i>meeting</i> bersama tim produksi. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui telepon (<i>telemarketing</i>).	Pak Budi
19.	Selasa, 27 Agustus 2019	1. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui telepon (<i>telemarketing</i>).	Pak Budi
20.	Rabu, 28 Agustus 19	1. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan <i>canvassing</i> ke Pasar Jatinegara.	Pak Budi
21.	Kamis, 29 Agustus 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui telepon (<i>telemarketing</i>).	Pak Budi
22.	Jumat, 30 Agustus 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>)	Pak Budi
23.	Senin, 2 September 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>)	Pak Budi
24.	Selasa, 3 September 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i> . 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>)	Pak Budi

25.	Rabu, 4 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>). 	Pak Budi
26.	Kamis, 5 September 2019	-	Izin
27.	Jumat, 6 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>) 	Pak Budi
28.	Senin, 9 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> i. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. ii. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. iii. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>). 	Pak Budi
29.	Selasa, 10 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>). 4. Membuat <i>listing</i> baru di <i>website</i> <i>toptier.id</i> 	Pak Budi Kak Yan
30.	Rabu, 11 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>). 4. Membuat <i>listing</i> baru di <i>website</i> <i>toptier.id</i> 	Pak Budi Kak Yan
31.	Kamis, 12 September 2019	-	Izin
32.	Jumat, 13 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>). 4. Membuat <i>listing</i> baru di <i>website</i> <i>toptier.id</i> 	Pak Budi Kak Yan
33.	Senin, 16 September 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti <i>briefing</i> rutin. 2. Memasukkan data <i>client</i> ke <i>database</i>. 	Pak Budi Kak Yan

		3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp dan telepon (<i>telemarketing</i>).	
34.	Selasa, 17 September 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 3. Membuat laporan penawaran.	Pak Budi
35.	Rabu, 18 Sept 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 3. Membuat laporan penawaran.	Pak Budi
36.	Kamis, 19 Sept 2019	-	Izin
37.	Jumat, 20 Sept 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 3. Membuat laporan penawaran.	Pak Budi
38.	Senin, 23 Sept 2019	1. Mengikuti <i>briefing</i> dan evaluasi. 2. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 3. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 4. Membuat laporan penawaran.	Pak Budi
39.	Selasa, 24 Sept 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 3. Membuat laporan penawaran.	Pak Budi
40.	Rabu, 25 Sept 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 3. Bertemu klien dan <i>canvassing</i> .	Pak Budi
41.	Kamis, 26 Sept 2019	-	Izin
42.	Jumat, 27 Sept 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui whatsapp. 3. Membuat laporan penawaran.	Pak Budi
43.	Senin, 30 Sept 2019	1. Menginput data <i>client</i> ke <i>database</i> . 2. Melakukan penawaran kepada calon pelanggan melalui Whatsapp. 3. Membuat laporan penawaran. 4. Mempersiapkan data-data yang dibutuhkan untuk laporan PKL.	Pak Budi

LAMPIRAN 2 : DAFTAR HADIR PRAKTIK KERJA LAPANGAN



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.feconj.ac.id



DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN SKS

Nama : Kholifah
No. Registrasi : 8215161335
Program Studi : SI Manajemen 2016
Tempat Praktik : PT Finroll
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kramat Kwarteng. no.1
Senen Jakarta Pusat

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	01, Agustus 2019, Kamis	1. Kholifah	10.00 - 17.00
2.	02, Agustus 2019, Jumat	2. Kholifah	09.00 - 17.00
3.	03, Agustus 2019, Senin	3. Kholifah	09.00 - 17.00
4.	04, Agustus 2019, Selasa	4. Kholifah	09.00 - 17.00
5.	07, Agustus 2019, Rabu	5. Kholifah	09.00 - 17.00
6.	Kamis, 08 Agustus 2019	6. Kholifah	09.00 - 17.00
7.	Jumat, 09 Agustus 2019	7. Kholifah	11.00 - 17.00
8.	Senin, 12 Agustus 2019	8. Kholifah	09.00 - 17.00
9.	Selasa, 13 Agustus 2019	9. Kholifah	11.00 - 17.00
10.	Rabu, 14 Agustus 2019	10. Kholifah	09.00 - 17.00
11.	Kamis, 15 Agustus 2019	11. Kholifah	09.00 - 17.00
12.	Jumat, 16 Agustus 2019	12. Kholifah	09.00 - 17.00
13.	Senin, 19 Agustus 2019	13. Kholifah	09.00 - 17.00
14.	Selasa, 20 Agustus 2019	14. Kholifah	09.00 - 17.00
15.	Rabu, 21 Agustus 2019	15. Kholifah	09.00 - 17.00

Jakarta, 27 - Agustus 2019
Penilai,

FINROLL
MEDIA AND ADVERTISING NETWORK
Penilai
(.....)

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



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220

Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285

Laman: www.fe.unj.ac.id



UNNES

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Kholifah
No. Registrasi : 0215161301
Program Studi : Manajemen
Tempat Praktik : P. Finrol Muka
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kramat Kusuma no 1
Jakarta

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 22 Agustus 2019	1. Kholifah	09.00 - 17.00
2.	Jumat, 23 Agustus 2019	2. Kholifah	09.00 - 17.00
3.	Senin, 26 Agustus 2019	3. Kholifah	09.00 - 17.00
4.	Selasa, 27 Agustus 2019	4. Kholifah	09.00 - 17.00
5.	Rabu, 28 Agustus 2019	5. Kholifah	09.00 - 17.00
6.	Kamis, 29 Agustus 2019	6. Kholifah	09.00 - 17.00
7.	Jumat, 30 Agustus 2019	7. Kholifah	09.00 - 17.00
8.	Senin, 2 September 2019	8. Kholifah	09.00 - 17.00
9.	Selasa, 3 September 2019	9. Kholifah	09.00 - 17.00
10.	Rabu, 4 September 2019	10. Kholifah	09.00 - 17.00
11.	Kamis, 5 September 2019	11. Kholifah	09.00 - 17.00
12.	Jumat, 6 September 2019	12. Kholifah	09.00 - 17.00
13.	Senin, 9 September 2019	13. Kholifah	09.00 - 17.00
14.	Selasa, 10 September 2019	14. Kholifah	09.00 - 17.00
15.	Rabu, 11 September 2019	15. Kholifah	09.00 - 17.00

Jakarta, 1 Oktober 2019
Penilai,

FINROLL
FINANCIAL AND ADVERTISING NETWORK

(Kholifah Purwanto)

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



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawasungun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 471227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id



REKOR PENYALAH ANGGARAN

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Kholifah
No. Registrasi : 0215161205
Program Studi : Manajemen SI
Tempat Praktik : PT. FIKOM
Alamat Praktik/Telp : Jl. Keramat Kwitang No.1
Senen, Jakarta Pusat

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 12 September 2019	1. —	Izin ke Kampus
2.	Jumat, 13 Sept 2019	2. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
3.	Senin, 16 Sept 2019	3. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
4.	Selasa, 17 Sept 2019	4. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
5.	Rabu, 18 Sept 2019	5. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
6.	Kamis, 19 Sept 2019	6. —	Izin ke Kampus
7.	Jumat, 20 Sept 2019	7. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
8.	Senin, 23 Sept 2019	8. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
9.	Selasa, 24 Sept 2019	9. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
10.	Rabu, 25 Sept 2019	10. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
11.	Kamis, 26 Sept 2019	11. —	Izin ke Kampus
12.	Jumat, 27 Sept 2019	12. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
13.	Senin, 30 Sept 2019	13. <i>[Signature]</i>	09.00 - 17.00
14.	—	14. <i>[Signature]</i>	
15.	—	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 1 - Oktober 2019
Penilai,

[Signature]
PRINROLL
MEDIA AND ADVERTISING NETWORK
(..... PURWALITO)

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

LAMPIRAN 3 : LEMBAR PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN



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) 4721327-4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.tc.unj.ac.id



UQAS

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

Nama : Khotifah
No.Registrasi : 81111301
Program Studi : Manajemen
Tempat Praktik : PT. Finroll
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kramat Kuning no 1
Senen, Jak Pus

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN																														
		46-100																															
1	Kehadiran	A/90	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>	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
Skor	Nilai	Bobot																															
86-100	A	4																															
81-85	A-	3,7																															
76-80	B+	3,3																															
71-75	B	3,0																															
66-70	B-	2,7																															
61-65	C+	2,3																															
56-60	C	2,0																															
51-55	C-	1,7																															
46-50	D	1																															
2	Kedisiplinan	A/90																															
3	Sikap dan Kepribadian	A/95																															
4	Kemampuan Dasar	A/85																															
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	A/95																															
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	B+/80																															
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	B+/80																															
8	Aktivitas dan Kreativitas	A/90																															
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	A/90																															
10	Hasil Pekerjaan	B+/80																															
Jumlah		87,5	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : <table border="1"> <tr> <td>$\frac{875}{10}$</td> <td>=</td> <td>87,5</td> </tr> <tr> <td>10 (sepuluh)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>87</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	$\frac{875}{10}$	=	87,5	10 (sepuluh)			87	A	Angka bulat	huruf																				
$\frac{875}{10}$	=	87,5																															
10 (sepuluh)																																	
87	A																																
Angka bulat	huruf																																

Jakarta, 10 Oktober 2019
Penilai,

FINROLL
MEDIA AND ADVERTISING NETWORK
Juci Purwanita

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 4 : SURAT KETERANGAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN



SURAT KETERANGAN

No. : 001/FR-HRD/IX/2019

Jakarta, 01 Oktober 2019

Hal : Surat Keterangan Magang
Lampiran : 1 (Satu) Lembar

Yth. Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun Muka
RT 011/ RW 014 Pulogadung
Jakarta Timur 13220

Dengan hormat,

Bersama ini Kami dari PT. Finroll, menerangkan bahwa :

Nama : Kholifah
N.I.M : 8213151385
Program Studi : Strata Satu Manajemen Fakultas Ekonomi

Benar telah melakukan Kerja Praktek Magang pada Tanggal 01 Agustus s.d 30 September 2019 untuk keperluan penyelesaian Laporan Skripsi di Universitas Negeri Jakarta

Demikian Surat Keterangan ini Kami buat untuk dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Hormat Kami,

Masriadi Pasaribu SH MM MH
Direktur Utama PT FINROLL

Finroll Building
Jl. Kwitang Raya No.1
Jakarta 10420 - Senen Jakarta Pusat

Ph : (62-21) 319 5519
Fk : (62-21) 3989 9872

Email : hello@finroll.co.id
Sites : www.finroll.co.id

LAMPIRAN 5 : SURAT PENGANTAR PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
 BUK : 4750950, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
 Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian - 4890536, Bagian Humas : 4898486
 Laman : www.unj.ac.id

Building Future Leaders

Nomor : 1045/UN39.12/KM/2019

01 Juli 2019

Lamp. : -

Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

Yth. HRD PT. Finroll Media
Jl. Kramat Kwitang, No.1
Kec.Senen, Jakarta Pusat
DKI Jakarta 10420

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

N a m a : Kholifah
Nomor Registrasi : 8215161385
Program Studi : Manajemen (S1)
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 087783094435

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada bulan 1 Agustus s.d 30 Agustus 2019.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan 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

