

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA DIVISI
PEMASARAN ANGKUTAN PENUMPANG PT PELAYARAN
NASIONAL INDONESIA (PERSERO)**

RA'IDAH NUHA ISLAMI

1702517052



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu
pesyaratan mendapat Gelar Ahli Madya pada Program Studi DIII
Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***FIELD WORK PRACTICE REPORT IN PASSENGER
TRANSPORTATION MARKETING DIVISION AT PT
PELAYARANNASIONAL INDONESIA (PERSERO)***

RA'IDAH NUHA ISLAMI

1702517052



This Field Work Practice Report arranged to meet one of the requirements to get the title of the Experts Associate at Study Program of DIII Marketing Management Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

LEMBAR EKSEKUTIF

Ra'idahNuha Islami, 1702517052. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero). Program studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta 2019.

Penulisan laporan ini berdasarkan pengalaman praktikan dalam menjalankan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dan bertujuan untuk memberikan informasi kegiatan yang dilakukan praktikan pada Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang di PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Kantor Pusat selama 40 hari kerja, yang dilaksanakan dari tanggal 29 Juli sampai dengan 20 September 2019.

Dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan ini praktikan membantu tugas departemen-departemen yang ada di Divisi Pemasaran. Praktikan mengerjakan tugas seperti pada Departemen Pengelolaan Penjualan Angkutan Penumpang, praktikan menginput data rekapitulasi penjualan kapal penumpang ke dalam lembaran induk tabel silang dan pada Departemen Perencanaan Evaluasi Pemasaran Angkutan Penumpang, praktikan melakukan evaluasi kapal penumpang dan pengadaan barang.

Dengan adanya pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan, praktikan dapat mempelajari kinerja yang dilakukan Divisi Pemasaran dan mendapatkan pengalaman berupa penerapan ilmu teoritis yang dipelajari selama masa perkuliahan. Praktikan dapat menarik kesimpulan bahwa Praktik Kerja Lapangan diperlukan untuk menambah wawasan mengenai gambaran dunia kerja yang nyata agar praktikan dapat bersaing di masa yang akan datang.

Kata Kunci :Pengelolaan Penjualan,Perencanaan Evaluasi Pemasaran, Pengadaan Barang

EXECUTIVE SUMMARY

Ra'idahNuha Islami, 1702517052. Field Work Practices Report at PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero). Marketing Management Study Program DIII. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta 2019.

Report is writing based on the experience of practitioner in carry out activities of the Field Work Practices and intend to provide information on activities performed practitioner to the Passenger Transportation Marketing Division at PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Head Office for 40 working days, which is implemented from 29 July to 20 September 2019.

While implementing Field Work Practices, practitioner assist assign some departments in Marketing Division. Passenger Transport, practitioner enter data recapitulation of passenger ship sales into master cross table and at the Department of Planning for the Evaluation of Passenger Transport Marketing, practitioner evaluating passenger ships and procurement of goods.

With the existence of the implementation of the Job Training activities, practitioner can assist improve the performance of the Marketing Division and have experience to practice theoretical science developed in the course of college. Practitioner can attract conclusions that Field Work Practices be required to add insight into the real world of work to the practitioner able to compete in the future.

Keywords: Sales Management, Marketing Evaluation Planning, Procurement of Goods

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Divisi Pemasaran
Angkutan Penumpang PT. Pelayaran Nasional Indonesia
(Persero)

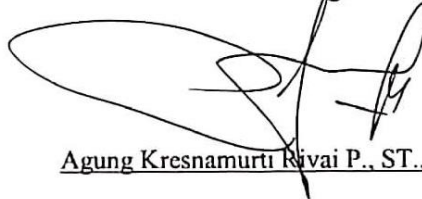
Nama Praktikan : Ra'idah Nuha Islami

Nomor Registrasi : 1702517052

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Menyetujui,

Pembimbing



Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M

NIP. 197404162006041001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Solikhah, M.M

NIP. 1962006231990032001

Seminar pada Tanggal.....

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Dra. Solikhah, M.M

NIP. 1962006231990032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
M. Edo Suryawan Siregar, SE, M.B.A NIP. 197201252002121002		05 Februari 2020

Penguji Ahli	Tanda Tangan	Tanggal
Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP.197206171999031001		5 Februari 2020

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
Agung Kresnamurti., ST., M.M NIP. 197404162006041001		06 Februari 2020

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur atas segala rahmat dan nikmat sehat yang diberikan Allah SWT, serta sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada Uswah Khasanah Rasulullah SAW. Praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI).

Praktikan menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan ini berdasarkan hasil dari keseluruhan kegiatan yang praktikan lakukan selama melaksanakan kegiatan PKL di Kantor Pusat PT. PELNI (Persero) pada Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang selama 40 hari kerja mulai dari Juli sampai dengan September 2019. Selama melaksanakan kegiatan PKL dan menyusun laporan ini, praktikan mengalami berbagai kendala namun dapat diatasi karena bimbingan dan saran yang diberikan dengan baik. Dengan selesainya penulisan laporan PKL ini, praktikan menyampaikan terimakasih kepada :

1. Agung Kresnamurti, ST, M.M, selaku dosen pembimbing laporan Praktik Kerja Lapangan yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada praktikan selama menyelesaikan laporan PKL ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ari Saptono selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Bapak Asep Didin selaku Senior Officer Divisi SDM PT. PELNI yang telah memberikan kesempatan kepada praktikan untuk dapat melaksanakan PKL di perusahaan ini.
5. Capt. Sukendro selaku Vice President Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang, Ibu Fitriyaningsih selaku Manager Pengelolaan Penjualan Angkutan Penumpang, Bapak Berryl selaku Manager Perencanaan Evaluasi Pemasaran Angkutan Penumpang, dan Ibu Dini selaku SPV Penjualan Angkutan Penumpang yang telah membimbing praktikan dalam melaksanakan PKL di PT. PELNI.
6. Para staf Divisi Pemasaran yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan tanpa mengurangi rasa hormat praktikan karena telah membantu praktikan dalam melaksanakan PKL, sehingga praktikan dapat menyusun laporan ini.
7. Ayah Endarjo selaku orang tua praktikan serta kedua saudara praktikan Mas Aziz dan Adik Jahfal, yang senantiasa selalu memberikan do'a dan dukungan kepada praktikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih praktikan atas kebaikan yang telah diberikan dalam menyusun laporan ini.

Karena kebijakan dan kebaikan beliau-beliau selama ini, maka penulis dapat menyelesaikan laporan PKL ini. Praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, praktikan mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun untuk laporan ini. Semoga apa yang praktikansusun

dalam laporan ini dapat memberikan manfaat baik bagi praktikan maupun para pembaca.

Jakarta, 19 Oktober 2019

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	5
C. Kegunaan PKL	5
D. Tempat PKL	6
E. Jadwal Waktu PKL	7
BAB II	10
TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL.....	10
A. Sejarah Perusahaan	10
B. Struktur Organisasi	16
C. Kegiatan Umum Perusahaan	21
BAB III.....	36
PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN.....	36
A. Bidang Kerja	36
B. Pelaksanaan Kerja.....	37
C. Kendala Yang Dihadapi.....	47
D. Cara Mengatasi Kendala	48
BAB IV	49
KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN - LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Tarif Kapal Penumpang Rute Terjauh, Tanjung Priok-Jayapura	26
Tabel II.2	Tarif Kapal Penumpang Rute Terdekat, Tanjung Priok - Batam	27

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Logo PT. PELNI (Persero)	14
Gambar II.2	Maskot PT. PELNI (Persero)	15
Gambar II.3	Struktur Organisasi PT. PELNI (Persero) Kantor Pusat	17
Gambar II.4	Struktur Organisasi Divisi Pemasaran PT. PELNI Kantor Pusat	18
Gambar II.5	Proses saluran distribusi PT. PELNI	28
Gambar II.6	Alur penggunaan <i>Vending Machine</i>	31
Gambar II.7	<i>Boarding Pass</i> PT. PELNI	31
Gambar II.8	Loket Pemesanan Tiket di Kantor Pusat PT. PELNI (Persero)	33
Gambar III.1	Diagram Alir Input Data Rekapitulasi Tabel Silang Penumpang	36
Gambar III.2	Diagram Alir Sortir <i>Ship Coupon</i>	38
Gambar III.3	Diagram Alir Evaluasi dan Perencanaan Kapal	40
Gambar III.4	Diagram Alir <i>Merge</i> Data pada Aplikasi Portal PELNI	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Evaluasi dan Perencanaan Kapal di Cabang Tg. Priok
Lampiran 2	Surat Permohonan Izin PKL dari Kampus
Lampiran 3	Surat Penerimaan PKL pada PT. PELNI
Lampiran 4	Surat Selesai PKL pada PT. PELNI
Lampiran 5	Daftar Hadir Pelaksanaan PKL
Lampiran 6	Penilaian PKL
Lampiran 7	Kegiatan Selama Pelaksanaan PKL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin lama terutama era saat ini, persaingan dalam dunia kerja semakin tinggi. Dalam memasuki dunia kerja, mahasiswa bukan hanya dituntut untuk lulus dengan bekal kecerdasan intelektual saja. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan dasar yaitu pengetahuan (*knowledge*), keterampilan atau (*skill*), beserta sikap (*attitude*). Hal tersebut merupakan faktor utama yang perlu diperhatikan bagi seorang pekerja. Ketiga hal tersebut tidak bisa didapatkan hanya melalui kegiatan formal dalam perkuliahan. Fakta saat ini menunjukkan bahwa mahasiswanya mendapatkan kecerdasan intelektual saja dari perguruan tinggi. Masih banyak mahasiswa yang tidak dibekalkan ilmu kemampuan dasar yang dibutuhkan saat memasuki dunia kerja.

Persaingan ketat di dunia kerja saat ini membuat mahasiswa berkualitas yang mampu bertahan. Mahasiswa yang kompeten dalam bidangnya tentu tidak dihasilkan melalui ilmu teori saja, tetapi juga praktik langsung di lapangan. Praktik Kerja Lapangan merupakan suatu proses implementasi kemampuan diri dalam dunia kerja nyata. Proses ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa agar mahasiswa mempunyai gambaran sertapengalaman dalam mengatasi hal-hal yang ada di dunia

kerja secara langsung meliputi kegiatan yang menyeluruh di dunia kerja. Oleh sebab itu, untuk mencapai pencapaian tersebut diadakan program pengalaman kerja berupa Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Tujuan utama dari PKL adalah menghasilkan mahasiswa tangguh yang mampu bersaing sehingga mudah beradaptasi dengan lingkungan kerja. Dengan adanya pelaksanaan PKL ini, diharapkan mahasiswa mampu mempunyai keterampilan sehingga siap dalam memasuki dunia kerja. Praktik kerja ini diperlukan agar mahasiswa mampu mengatasi tantangan yang diberikan secara langsung dan tanggap dalam mengatasi masalah yang ada.

Pedoman dalam sistem pendidikan Nasional, menunjuk setiap institusi pendidikan mampu untuk menunjang karir peserta didiknya. Perguruan tinggi sebagai institusi pendidikan memiliki peran yang sangat besar dalam mengembangkan mahasiswa agar dapat bersaing sebagai tenaga ahli dalam membangun bangsa. Perguruan tinggi harus mampu membentuk generasi yang unggul guna mewujudkan cita-cita bangsa. Dalam mewujudkannya, perguruan tinggi membantu mahasiswa dalam memahami dan mempelajari ilmu yang berkaitan dengan kinerja yang dilakukan mahasiswa dalam dunia kerja.

Universitas Negeri Jakarta merupakan lembaga pendidikan yang mempunyai keunggulan kompetitif dalam membangun masyarakat Indonesia yang maju dan sejahtera sehingga mampu menghasilkan tenaga akademik maupun profesional yang bermutu, independen, dan

bertanggungjawab baik di bidang pendidikan maupun non pendidikan. Hal ini diwujudkan guna menghadapi berbagai tantangan di masa depan.

Berkaitan dengan menghasilkan tenaga ahli yang berkualitas, program studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) ikut serta dengan mengadakan kegiatan PKL bagi mahasiswanya. PKL memiliki 2 sks dengan waktu 80-160 jam kerja efektif dan bersifat wajib untuk dilaksanakan oleh mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran guna memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md). Kegiatan ini dilaksanakan sebagai salah satu hasil implementasi ilmu-ilmu teoritis yang didapat mahasiswa selama perkuliahan. (www.feunj.ac.id, 2019)

Untuk itu, praktikan memilih PT. PELNI sebagai wadah dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari di perguruan tinggi. Praktikan memilih PT. PELNI karena merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk perseroan terbatas. Dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia, PT. PELNI hadir dalam bidang jasa transportasi laut yaitu pelayaran yang menghubungkan berbagai pulau-pulau besar dan kecil di seluruh wilayah Indonesia. Jasa yang disediakan PT. PELNI meliputi jasa angkutan penumpang dan muatan barang antar pulau. Saat ini perusahaan mengoperasikan 26 kapal penumpang, 52 kapal perintis, 6 kapal barang tol laut dan 1 kapal ternak (*Company Profile* PT. PELNI, 2017).

Tanggung jawab PT. PELNI tidak hanya terbatas melayani rute komersial, tetapi juga melayani pelayaran dengan rute pulau-pulau kecil

terluar. Saat ini kapal PELNI menyinggahi 95 pelabuhan kapal penumpang dan lebih dari 300 pelabuhan kapal perintis dengan 46 kantor cabang, dan dilayani di 400 *agent travel* yang tersebar di seluruh Indonesia. Dalam menjalankan usahanya PT. PELNI mempunyai berbagai macam divisi, salah satunya adalah Divisi Pemasaran yang bertanggung jawab dalam memberikan performa terbaik bagi keuntungan perusahaan. Divisi Pemasaran mengelola bisnis utama PT. PELNI berupa penjualan tiket penumpang dan muatan kapal, layanan pelanggan, serta perencanaan dan evaluasi angkutan penumpang (*Company Profile PT. PELNI, 2017*)

Penghargaan yang didapatkan PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) dalam *Marketeers Award 2018* dari *MarkPlus* untuk kategori *The Most Promising Company in Tactical Marketing (Sales and Service)* memicu praktikan ingin mempelajari lebih dalam lagi mengenai kinerja Divisi Pemasaran dan ilmu *marketing* yang diterapkan oleh perusahaan jasa transportasi laut. Dengan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT. PELNI, praktikan dapat menerapkan ilmu teoritis yang didapatkan selama perkuliahan karena bisnis yang dijalankan perusahaan sesuai dengan bidang ilmu yang praktikan pelajari. (www.bisnis.com, 2019).

Adapun alasan Praktikan memilih PT. PELNI (Persero) untuk dijadikan tempat PKL karena PT. PELNI merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada bidang jasa pelayaran di Indonesia. Masyarakat sudah mengenal PT. PELNI sebagai

transportasi pelayaran terbesar yang menghubungkan antar pulau-pulau di seluruh Indonesia, sehingga PT. PELNI menjadi salah satu andalan masyarakat-masyarakat kepulauan.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud praktikan melaksanakan PKL adalah :

1. Menerapkan ilmu pengetahuan teoritis yang didapatkan selama masa studi ke dalam praktik kerja nyata, sehingga mahasiswa mampu menganalisis dan mengatasi berbagai permasalahan yang ada di perusahaan
2. Melatih mahasiswa dalam bekerja sesuai dengan keahlian yang dipilih mahasiswa ke dalam praktik kerja nyata
3. Memenuhi persyaratan kelulusan dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)

Tujuan dari program PKL adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan terkait dengan dunia kerja yang sesungguhnya terutama pada bidang pemasaran dan pelayanan jasa
2. Meningkatkan keterampilan dalam hal penguasaan pekerjaan pada bidang pemasaran terkait dengan penjualan dan evaluasi pelayanan jasa
3. Memperoleh pengalaman terkait dengan dunia kerja yang sebenarnya
4. Membandingkan kesesuaian antara teori yang didapatkan selama perkuliahan dan praktik yang didapatkan selama PKL

C. Kegunaan PKL

1. Bagi Praktikan
 - a. Memberikan pemahaman dalam pembuatan *master* tabel silang dan rekapitulasi penumpang kapal
 - b. Mendapatkan gambaran dan mengenal lebih dalam mengenai dunia kerja yang sesungguhnya, sehingga mahasiswa siap dalam menghadapi dunia kerja di masa yang akan datang
 - c. Melatih dan mengasah keterampilan mahasiswa sesuai dengan ilmu pemasaran yang diperoleh selama masa perkuliahan
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 - a. Sebagai acuan dan bahan evaluasi atas kurikulum yang dilaksanakan dengan teori yang diterapkan dalam dunia kerja nyata.
 - b. Untuk memperkenalkan Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta kepada masyarakat luas
3. Bagi Perusahaan
 - a. Menjalin hubungan kerjasama antara universitas dan perusahaan tempat praktikan melaksanakan kerja lapangan
 - b. Mencari tenaga ahli yang potensial untuk Sumber Daya Manusia perusahaan di masa yang akan datang

D. Tempat PKL

Berikut merupakan tempat PKL dan informasi terkait PT.

PELNI(*Company Profile* PT. PELNI, 2017) :

Nama Perusahaan : PT. PELNI (Persero)

Alamat Perusahaan : Jl. Gajah Mada No. 14, RT.6/RW.2,
PetojoUtara, Kecamatan Gambir, Kota
Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10130

Nomor Telefon : 021 162

Fax : 021 6385 4130

E-mail : infopelni162@pelni.co.id

Facebook : pelni162

Twitter : @pelni162

Instagram : pelni162

E. Jadwal WaktuPKL

Jadwal kegiatan PKL yang dilaksanakan oleh praktikan adalah selama 40 hari kerja yang dimulai dari tanggal 29 Juli sampai dengan 20 September 2019. Praktikan melaksanakan kegiatan PKL dari hari Senin sampai dengan hari Jumat yang dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB dan waktu istirahat dari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB. Proses pelaksanaan kegiatan PKL dibagi menjadi tiga tahap, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan PKL

- a. Pada tanggal 15 Juli 2019, praktikan datang ke Universitas Negeri Jakarta dan meminta surat pengantar yang bertujuan untuk membuat surat izin permohonan PKL di gedung R. Setelah mengisi surat tersebut, praktikan meminta tandatangan Koordinator

Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yaitu Ibu Dra. Solikhah, M.M. praktikan segera memberikan surat tersebut kepada Biro Administrasi dan Kemahasiswaan.

- b. Pada tanggal 23 Juli 2019, praktikan mencoba menghubungi Kantor Pusat PT. PELNI yang informasinya praktikan dapat dari *website* PELNI untuk menanyakan apakah sedang membuka lowongan untuk PKL atau tidak. Untuk perihal PKL, praktikan diminta membuat proposal magang dan surat keterangan PKL dari kampus. Jika dokumen sudah lengkap, praktikan diminta untuk menemui Bapak Asep Didin selaku *Senior Officer* Divisi SDM PT. PELNI (Persero) yang berada di lantai 3 Gedung Pusat PT. PELNI.
 - c. Pada tanggal 24 Juli 2019, praktikan datang ke Kantor Pusat PT. PELNI (Persero) dan bertemu Bapak Asep Didin untuk menyerahkan proposal.
 - d. Pada tanggal 26 Juli 2019, praktikan datang kembali ke Kantor Pusat PT. PELNI (Persero) di lantai 3 untuk menyerahkan surat keterangan PKL dari kampus. Setelah surat PKL diterima, kemudian praktikan diantar ke Divisi Pemasaran dan diberikan surat balasan penerimaan PKL di PT. PELNI (Persero) dan dapat melaksanakannya mulai tanggal 29 Juli 2019.
2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat persetujuan untuk melaksanakan PKL di PT. PELNI (Persero), praktikan diberikan nota dinas yang berisi bahwa

PKL dapat dimulai dari tanggal 29 Juli 2019 sampai dengan 20 September atau selama 40 hari masa kerja. Praktikan melaksanakan PKL di PT. PELNI (Persero) dari hari Senin sampai dengan hari Jumat yang dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB dengan waktu istirahat dari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB.

3. Tahap Penulisan PKL

Setelah melaksanakan PKL, praktikan diwajibkan untuk membuat laporan PKL yang digunakan untuk memenuhi persyaratan sidang nanti dan untuk pertanggung jawaban perusahaan. Praktikan mulai mengumpulkan data-data dan menyusun laporan PKL dari tanggal 24 September 2019 hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) adalah maskapai Pelayaran Nasional terbesar di Indonesia. Sebagian besar armada kapal adalah kapal yang dibangun oleh galangan kapal di Jerman. Berdirinya PT. PELNI bermula dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Bersama (SKB) antara Menteri Perhubungan dan Menteri Pekerjaan Umum tanggal 5 September 1950 yang isinya mendirikan Yayasan Penguasaan Pusat Kapal-kapal (PEPUSKA). (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Latar belakang pendirian Yayasan PEPUSKA diawali dari penolakan pemerintah Belanda atas permintaan Indonesia untuk mengubah status maskapai pelayaran Belanda yang beroperasi di Indonesia, *N.V. K.P.M (Koninklijke Paketvaart Maatschappij)* menjadi Perseroan Terbatas (PT). Pemerintah Indonesia juga menginginkan agar kapal-kapal KPM dalam menjalankan operasi pelayarannya di perairan Indonesia menggunakan bendera Merah Putih. Pemerintah Belanda dengan tegas menolak semua permintaan yang diajukan oleh pemerintah Indonesia. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Akhirnya pada 28 April 1952 Yayasan PERPUSKA resmi dibubarkan. Pada saat yang sama didirikanlah PT PELNI dengan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perhubungan Nomor M.2/1/2 tanggal 28 Februari

1952 dan No. A.2/1/2 tanggal 19 April 1952, serta Berita Negara Republik Indonesia No. 50 tanggal 20 Juni 1952. Sebagai Presiden Direktur Pertamanyadiangkatlah R. Ma'moen Soemadipraja (1952-1955). (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Delapan unit kapal milik Yayasan Pepuska diserahkan kepada PT PELNI sebagai modal awal. Karena dianggap tidak mencukupi maka Bank Ekspor Impor menyediakan dana untuk pembelian kapal sebagai tambahan dan memesan 45 *Coaster* dari Eropa Barat. Sambil menunggu datangnya *Coaster* yang dipesan dari Eropa, PELNI menyewa kapal-kapal asing yang terdiri dari berbagai bendera. Langkah ini diambil untuk mengisi trayek-trayek yang ditinggalkan KPM. Setelah itu satu persatu kapal-kapal yang disewa itu diganti dengan *Coaster* yang datang dari Eropa. Kemudian ditambah lagi dengan kapal-kapal hasil perampasan perang dari Jepang. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Status PT PELNI mengalami dua kali perubahan. Pada tahun 1961 pemerintah menetapkan perubahan status dari Perusahaan Perseroan menjadi Perusahaan Negara (PN) dan dicantumkan dalam Lembaran Negara RI No. LN 1961. Kemudian pada tahun 1975 status perusahaan diubah dari Perusahaan Negara (PN) menjadi Perseroan Terbatas (PT) PELNI sesuai dengan Akte Pendirian No. 31 tanggal 30 Oktober 1975. Perubahan tersebut dicantumkan dalam Berita Negara RI No. 562-1976 dan Tambahan Berita Negara RI No. 60 tanggal 27 Juni 1976. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Seiring dengan perjalanan waktu dan perkembangan usaha, perusahaan mengalami beberapa kali perubahan bentuk Badan Usaha. Pada tahun 1975 berbentuk Perseroan sesuai Akta Pendirian Nomor 31 tanggal 30 Oktober 1975 dan Akte Perubahan Nomor 22 tanggal 4 Maret 1998 tentang Anggaran Dasar PT. Pelni yang diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tanggal 16 April 1999 Nomor 31 tambahan Berita Negara Nomor 2203. Dua kapal milik PELNI, KM Rinjani dan KM Kambuna dihibahkan kepada TNI-AL. Penyerahannya dilakukan pada 13 Mei 2005 di Komando Lintas Laut Militer Tanjung Priok. KM Kambuna diganti namanya menjadi KRI Tanjung Nusanive (KRI 973), dan KM Rinjani menjadi KRI Tanjung Fatagar (KRI 974). (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Berikut merupakan visi, misi, nilai-nilai perusahaan, logo, mascot, dan filosofi yang dimiliki PT. PELNI (Persero)(*Company Profile* PT. PELNI, 2017) :

1. Visi Perusahaan

Menjadi Perusahaan Pelayaran yang Tangguh dan Pilihan Utama Pelanggan.

2. Misi Perusahaan

- a. Mengelola dan mengembangkan angkutan laut guna menjamin aksesibilitas masyarakat untuk menunjang terwujudnya wawasan nusantara

- b. Meningkatkan kontribusi pendapatan bagi negara, karyawan serta berperan di dalam pembangunan lingkungan dan pelayanan kepada masyarakat.
- c. Meningkatkan nilai perusahaan melalui kreativitas, inovasi, dan pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia
- d. Menjalankan usaha secara adil dengan memperhatikan azas manfaat bagi semua pihak yang terlibat (*Stakeholders*), dan menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

3. Nilai - Nilai Perusahaan

Dalam mendukung terwujudnya visi dan misi perusahaan, PT. PELNI (Persero) memiliki 4 (empat) Tata Nilai Utama perusahaan yang menjadi pondasi bagi seluruh insan PT. PELNI (Persero) agar dapat terwujud perilaku yang JUARA (Jujur, Unggul, Adaptasi, Ramah, dan Akurat). Adapun Tata Nilai PT. PELNI sebagai berikut :

a. *Integrity*

Setiap individu dalam perusahaan harus selalu bertindak dengan jujur, disiplin, komitmen, konsisten (antara pikiran, perkataan, dan tindakan), berani dalam menyatakan kebenaran yang dapat dipercaya sesuai dengan ketentuan dan etika perusahaan. Nilai *Integrity* diwujudkan dengan perilaku Jujur.

b. *Continuous Improvement*

Setiap individu perusahaan, selalu semangat dalam melakukan perbaikan yang berkesinambungan untuk meningkatkan nilai

tambah dan selalu menjadi yang terbaik. Nilai *Continuous* diwujudkan dengan perilaku Unggul dan Adaptasi.

c. *Customer Focus*

Setiap individu perusahaan, selalu berorientasi pada kepentingan pelanggan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Nilai *Customer Focus* diwujudkan dengan perilaku Ramah.

d. *Competitive*

Setiap individu perusahaan, mampu berkompetisi dalam skala nasional maupun regional dalam mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya, dan menghargai kinerja. Nilai *Competitive* diwujudkan dengan perilaku Akurat

4. Logo dan Filosofi Perusahaan



Gambar II.1

Logo PT. PELNI (Persero)

Sumber : PELNI, 2019

Dalam suatu perusahaan memiliki logo yang mempunyai filosofi tersendiri yang berupa tujuan perusahaan dan makna dari perusahaan itu sendiri. Filosofi logo PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut :

- a. Bendera PELNI melambangkan logo dalam pelayaran
- b. Bintang 1 dalam bernderamelambangkan cita-cita setinggi langit
- c. Warna merah memiliki arti keberanian serta melambangkan jiwa raga manusia
- d. Warna putih artinya kesucian yang melambangkan jiwa manusia



Gambar II.2

Maskot PT. PELNI (Persero)

Sumber :Hidayatullah, 2019

Maskot dapat diartikan sebagai orang, binatang, atau benda yang diperlakukan oleh suatu kelompok sebagai lambing pembawa keberuntungan dan keselamatan. Maskot PT. PELNI bernama Banawa yang dalam Bahasa kuno berarti kapal atau bahtera. Banawa adalah maskot budaya yang menggambarkan kapal PELNI dengan bola dunia

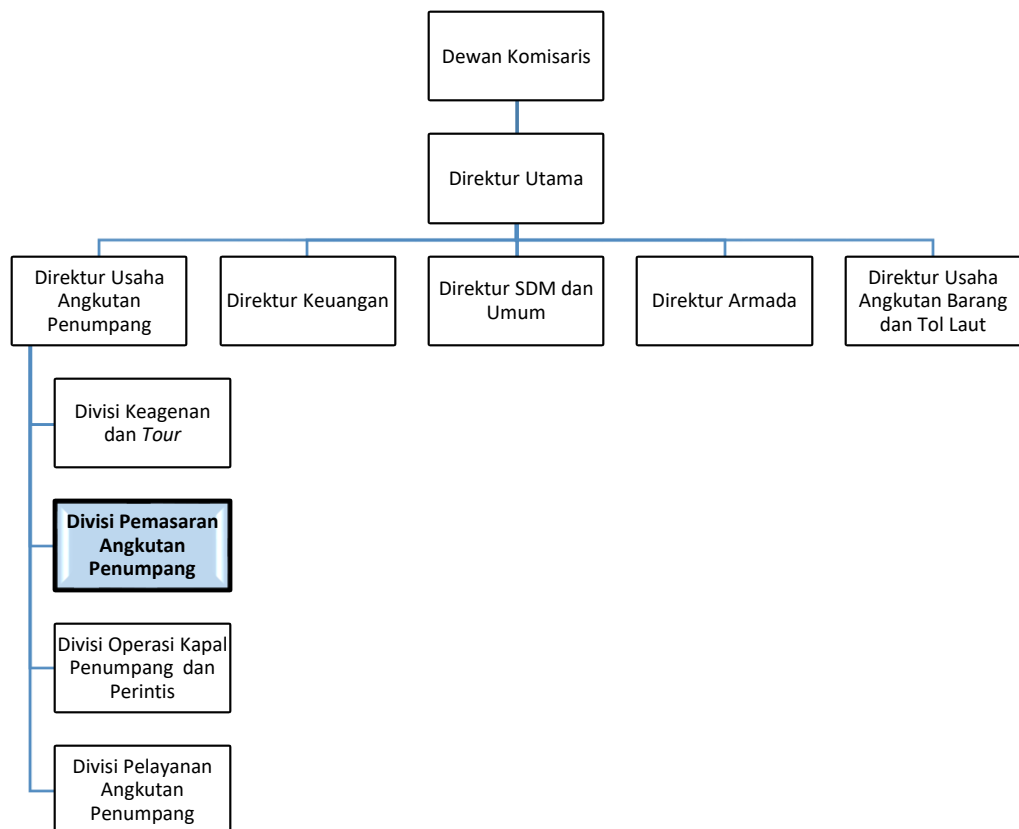
melambangkan kekuatan dan harapan sebagai armada yang di segani tidak hanya di Indonesia tetapi juga dunia. Maskot PT. PELNI mempunyai filosofi sebagai berikut :

- a. Bendera PELNI yang berkibar, menjadi simbol bahwa PELNI siap melayani masyarakat Indonesia dalam mengarungi perairan Nusantara
- b. Wajah yang tersenyum optimis, mewakili dari keramahan insan PELNI yang selalu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan
- c. Ajungan jempol, melambangkan perilaku JUARA dari insan PELNI
- d. Kapal PELNI diatas bola dunia, melambangkan PELNI yang akan berjaya mengarungi perairan dunia
- e. Kaki yang melangkah, menggambarkan setiap insan PELNI yang terus berinovasi, dinamis, kreatif, dan proaktif

B. Struktur Organisasi

Suatu organisasi, perusahaan, maupun instansi pasti memiliki sebuah susunan struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan yang saling berhubungan satu sama lain di setiap bagian suatu organisasi, perusahaan, maupun instansi dalam menjalankan operasional agar mencapai tujuanbersama yang mempunyai satu koordinasi. Struktur organisasi dapat menjadi acuan perusahaan dalam menjalankan perhitungan sumber daya yang ditempatkan pada suatu posisi tertentu.

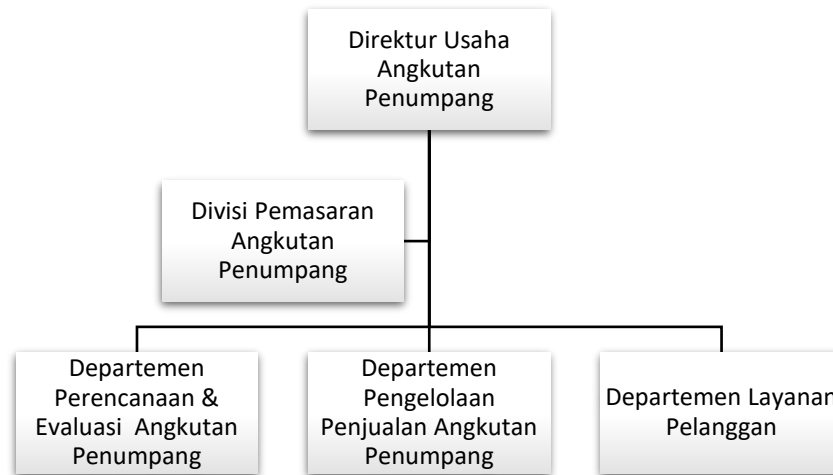
Struktur organisasi menggambarkan pembagian kinerja untuk suatu kegiatan dan fungsi yang berbeda setiap divisi. Hal ini bertujuan untuk pembagian kerja secara adil dan merata. Dalam hal penyusunan organisasi, PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Pusat yang terletak di Jalan Gajah Mada memiliki struktur organisasi yang terbagi atas beberapa divisi dan departemen. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)



Gambar II. 3

Struktur Organisasi PT. PELNI (Persero) Kantor Pusat

Sumber :Company Profile Struktur Organisasi PT. PELNI, 2017



Gambar II.4

Struktur Organisasi Divisi Pemasaran PT. PELNI Kantor Pusat

Sumber: dokumen peraturan tugas karyawan Divisi Pemasaran, 2019, h.4

Dalam kantor Pusat PT. PELNI, Direktur Usaha Angkutan Penumpang (UAP) bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan 4 divisi yang berada di bawahnya yang salah satunya termasuk Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang. Berikut adalah tugas dari Direktur Usaha Penumpang dan Divisi Pemasaran (dokumen peraturan tugas karyawan Divisi Angkutan Penumpang, 2019; h.4) :

1. Direktur Usaha Angkutan Penumpang

Direktur Usaha Angkutan Penumpang adalah pemegang kekuasaan dan tanggung jawab tertinggi dalam mengkoordinasikan 4 (empat) divisi yang berada di bawah struktur organisasi Usaha Angkutan Penumpang. Tugas Direktur Usaha Angkutan Penumpang adalah bertanggung jawab langsung terhadap kinerja yang dilaporkan kepada Direktur Utama PT. PELNI (Persero) Pusat.

Direktur Usaha Angkutan Penumpang ditunjuk berdasarkan hasil Rapat Umum Pemegang Saham PT. Pelayanan Nasional Indonesia (Persero). Divisi yang berada di bawah tanggung jawab Direktur Usaha Angkutan Penumpang yaitu ada 4 (empat) divisi yaitu Divisi Keagenan dan *Tour*, Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang, Divisi Operasi Kapal Penumpang dan Perintis, dan Divisi Pelayanan Angkutan Penumpang.

2. Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang

Divisi Pemasaran penumpang mempunyai fungsi dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Menyiapkan rumusan kebijakan, pelaksanaan, penelaahan, pengendalian, dan pelaporan pengelolaan kegiatan pemasaran, pengelolaan penghasilan penjualan, pengembangan dan citra produk jasa
- b. Memantau, mengkoordinasi, dan mengendalikan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan bauran pemasaran dan penghasilan penjualan
- c. Menyiapkan laporan berkala atau laporan khusus kegiatan pengelolaan bauran pemasaran dan penghasilan penjualan angkutan penumpang

3. Departemen Perencanaan dan Evaluasi Pemasaran Angkutan Penumpang

Departemen Perencanaan dan Evaluasi Pemasaran Angkutan Penumpang mempunyai fungsi dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Menyiapkan rencana kerja (jangka dan pendek), program kerja, dan sistem prosedur yang berkaitan dengan kegiatan bauran pemasaran
- b. Menyelenggarakan kegiatan riset pemasaran untuk pengembangan produk atau jasa, analisa serta evaluasi program-program pemasaran angkutan penumpang
- c. Memberikan rekomendasi jaringan trayek kapal penumpang dan perintis berdasarkan koordinasi dengan cabang dan unit yang terkait
- d. Menyusun materi, strategi, dan kajian mengenai tarif, program-program kreatif, pengelolaan barang bawaan, dan komunikasi pemasaran

4. Departemen Pengelolaan Penjualan Angkutan Penumpang

Departemen Pengelolaan Penjualan Angkutan Penumpang mempunyai fungsi dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Menyelenggarakan kegiatan penjualan, pengelolaan *ticketing*, reservasi, alokasi *seat*, mitra usaha, laporan rutin penjualan dan laporan analisa penjualan, serta evaluasi kinerja tim penjualan
- b. Melakukan administrasi penjualan jasa angkutan penumpang sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- c. Memberikan masukan untuk penentuan kebijakan dalam penentuan tarif jasa angkutan

- d. Menyelesaikan keluhan pelanggan dan koordinasi dengan pihak terkait untuk mendukung pelaksanaan perlindungan kapal penumpang

5. Departemen Layanan Pelanggan

Departemen Layanan Pelanggan mempunyai fungsi dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Melayani pelaporan pengelolaan kegiatan layanan pelanggan (*customer care*) jasa angkutan melalui PELNI point di Kapal dan Kantor Cabang serta *call center* info PELNI 162 di Kantor Pusat
- b. Memberikan masukan untuk program kegiatan peningkatan loyalitas pelanggan sesuai data yang ada
- c. Melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan
- d. Memberikan informasi mengenai produk dan citra perusahaan
- e. Melakukan penyelesaian keluhan pelanggan dan berkoordinasi dengan pihak terkait

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT. PELNI (Pesero) Pusat yang terletak di Jalan Gajah Mada, merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak pada bidang jasa pelayaran terbesar di Indonesia. Kantor Pusat ini memiliki peran penuh dalam pemenuhan tugas untuk mengelola seluruh aktivitas bisnis yang berada langsung di bawah perusahaan. Berikut ini merupakan macam-macam kegiatan usaha terkait yang dijalankan oleh PT. PELNI (Persero) Indonesia :

1. Usaha Pokok

Usaha pokok PT Pelayaran Nasional Indonesia adalah menyediakan jasa angkutan transportasi laut yang meliputi jasa angkutan penumpang dan jasa angkutan muatan barang antar pulau. Wilayah Indonesia yang terdiri dari 17.503 pulau, sangat membutuhkan sarana transportasi laut untuk menghubungkan pulau-pulau yang tersebar di seluruh Indonesia. Sesuai SK Dirjen Perla No. AT 55/I/8/DJPL-06 Tgl 5 April 2006 tentang penetapan jaringan trayek tetap dan teratur (*liner*) angkutan laut penumpang dalam negeri untuk PT.Pelayaran Nasional Indonesia (Persero). (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Saat ini perusahaan mengoperasikan 28 unit armada kapal penumpang yang diklasifikasi berdasarkan kapasitas jumlah penumpang, diantaranya : Kapal tipe 3.000 *pax*, tipe 2.000 *pax*, tipe 1.000 *pax*, tipe 500 *pax*, tipe Ro-Ro (*Roll on - Roll off*) dan 1 unit Kapal Ferry cepat dengan kapasitas seluruhnya berjumlah 36.913 penumpang. Disamping itu PT. PELNI juga mengoperasikan 4 unit armada kapal barang dengan total bobot mati berjumlah 1.200 ton. Tempat yang disinggahi berjumlah 91 pelabuhan dengan 47 kantor cabang dan kurang lebih 300 *travel agent* yang tersebar diseluruh Indonesia. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

Sesuai misinya “Mengelola dan Mengembangkan Angkutan Laut Guna Menjamin Aksesibilitas Masyarakat untuk Menunjang

Terwujudnya Wawasan Nusantara”, PT. PELNI melaksanakan tanggung jawabnya dengan tidak hanya terbatas melayani *route* komersial, tetapi juga melayani pelayaran dengan *route* pulau-pulau kecil terluar (Pepres No.78 tahun 2005 tentang Pengelolaan Pulau-pulau Kecil Terluar). Disamping itu memanfaatkan sumber daya alam dalam rangka pembangunan yang berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka peningkatan kesejahteraan dapat tercapai sesuai target sasaran. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

2. Usaha Terkait Lainnya

Selain usaha pokok, PT. PELNI mempunyai beberapa usaha sampingan. (*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

a. Usaha Sampingan

1. Hotel Bahtera Cipayung, Bogor, Jawa Barat

b. Usaha Penunjang (Unit Bisnis Strategis)

1. Angkutan Bandar
2. Keagenan Kapal
3. *Dock* / Perbengkelan Kapal (Galangan Surya, Surabaya, Jawa Timur)
4. Pelayanan Penumpang Kapal
5. *Property Management* PELNI

c. Anak Perusahaan

1. PT. SBN : Bongkar Muat & EMKL
2. PT. PIDC : *Freight Forwarding*, Pengelolaan *Over* Bagasi

3. Rumah Sakit PELNI

Untuk memperjelas kegiatan usaha yang dilakukan PT. PELNI, Praktikan mengimplementasikan dalam bauran pemasaran(*marketing mix*). Karena PT. PELNI merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan jasa, maka dalam penggunaan bauran pemasaran PT. PELNI menggunakan analisis 7P untuk menunjang kegiatan umum pemasaran. Berikut merupakan penjelasan bauran pemasaran yang praktikan pelajari dari buku Manajemen Pemasaran karangan Kotler dan Keller (2016; h.27) yang mencakup *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Berikut ini merupakan bauran pemasaran yang ada pada PT. PELNI (Persero) (Reza, Staf Evaluasi dan Perencanaan, 2019) :

1. *Product*

Divisi Pemasaran PT. PELNI (Persero) Pusat menawarkan produk utama berupa jasa transportasi laut untuk angkutan penumpang. Pelayanan angkutan penumpang regular terbagi atas 2 jenis yaitu :

a. Angkutan Kapal Penumpang

Angkutan penumpang milik PT. PELNI melayani rute-rute jauh jika dibandingkan dengan kapal perintis dan angkutan penumpang dapat menghubungkan pulau-pulau besar di Indonesia, hal ini sesuai dengan ketentuan rute yang dibuat oleh Kementerian Perhubungan. Dalam perjalanannya, kapal penumpang bisa memakan waktu hingga berhari-hari. Kapal angkutan penumpang yang dimiliki PT. PELNI berjumlah 26 kapal, 3 diantaranya

memiliki kelas dan 23 lainnya hanya memiliki kelas ekonomi saja.
(*Company Profile* PT. PELNI, 2017)

b. Angkutan Kapal Perintis

Kapal perintis tidak seperti angkutan penumpang yang kepemilikannya dimiliki oleh PT. PELNI, tetapi kapal perintis adalah milik Kementerian Perhubungan yang dikelola oleh PT. PELNI (Persero). Kapalperintis yang dikelola oleh PT. PELNI berjumlah 52 kapal dan melayani rute-rute dekat yang hanya memakan waktu sehari saja. Rute ini berdasarkan Surat Keputusan yang dibuat oleh Kementerian Perhubungan. Perbedaan lainnya adalah kapal perintis memiliki kelas yang sama dan tidak memiliki kelas seperti kapal penumpang. (Dokumen Kapal Perintis Divisi Pemasaran, 2019)

PT. PELNI mempunyai beberapa pesaing di bidang transportasi laut diantaranya PT. Dharma Lautan Utama, PT. ASDP Ferry, dan PT. Jembatan Nusantara. Jika dibandingkan dengan PT. PELNI, PT. Dharma Lautan Utama mempunyai kapal ro-ro (penyeberangan pendek), penyeberangan jauh yang melayani 16 rute, mempunyai 33 cabang dan 303 agen. Sedangkan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) (disingkat: ASDP) adalah salah satu BUMN di Indonesia yang bergerak dalam jasa angkutan penyeberangan dan pengelola pelabuhan penyeberangan untuk penumpang, kendaraan dan barang. PT. Jembatan Nusantara mempunyai 56 armada berfokus

melayani angkutan laut bagi penumpang dan kendaraan dengan tersedia di 37 wilayah Indonesia. Maka, PT. PELNI masih unggul jika dibandingkan dengan para pesaingnya, karena pesaingnya hanya terbatas melayani angkutan penyebrangan saja dengan kapasitas yang masih sedikit.

2. *Price*

Penetapan harga yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh pada total pendapatan perusahaan. Harga yang ditetapkan perusahaan mempengaruhi konsumen jasa dalam menentukan pilihan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Mengenai hal penetapan harga kapal penumpang, PT. PELNI telah mempertimbangkan beberapa komponen tarif sebagai berikut :

- a. Tarif DasarTiket yang ditentukan oleh Kementriaan Perhubungan dan dievaluasi kembali oleh PT. PELNI (Persero) Pusat
- b. *Pass* Pelabuhan yang dibayarkan kepada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo), Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP), dan Badan Usaha Pelabuhan (BUP)
- c. Asuransi Penumpang (Asuransi Wajib Jasa Raharja dan Asuransi Tambahan)

Harga tiket kapalpada PT. PELNI ditetapkan berdasarkan jauh atau dekat rute-rute yang ditawarkan.Harga yang ditawarkan dapat juga berdasarkan dengan fasilitas dalam kapal yang diberikan oleh PT. PELNI Indonesia.Oleh sebab itu, praktikan mengambil daftar harga rute terjauh dan terdekat yang dijalankan oleh PT. PELNI (Persero).

Dalam tabel II.1 dan II.2 menyajikan tarif kapal penumpang berdasarkan rute terjauh dan rute terdekat.

Tabel II.1

Tarif Kapal Penumpang Rute Terjauh Tanjung Priok - Jayapura

Tarif Kapal Penumpang	Komponen Tarif
Dewasa : Rp. 1.019.000,-	1. Tarif Dasar : Rp. 1.003.000,-
	2. Pass Pelabuhan : Rp. 10.000,-
	3. Asuransi : a. Wajib Rp. 2000,- b. Tambahan Rp. 4000,-
Bayi : Rp. 107.000,-	1. Tarif Dasar Rp. 101.000,-
	2. Asuransi : a. Wajib Rp. 2000,- b. Tambahan Rp. 4000,-

Sumber :dokumen penetapan harga kapal penumpang Pemasaran, 2019

Tabel II.2

Tarif Kapal Penumpang Rute Terdekat Tanjung Priok - Batam

Tarif Kapal Penumpang	Komponen Tarif
Dewasa : Rp. 313.000,-	1. Tarif Dasar : Rp. 297.000,-
	2. Pass Pelabuhan : Rp. 10.000,-
	3. Asuransi : a. Wajib Rp. 2000,- b. Tambahan Rp. 4000,-
Bayi : Rp. 37.000,-	1. Tarif Dasar Rp. 31.000,-
	2. Asuransi : a. Wajib Rp. 2000,- b. Tambahan Rp. 4000,-

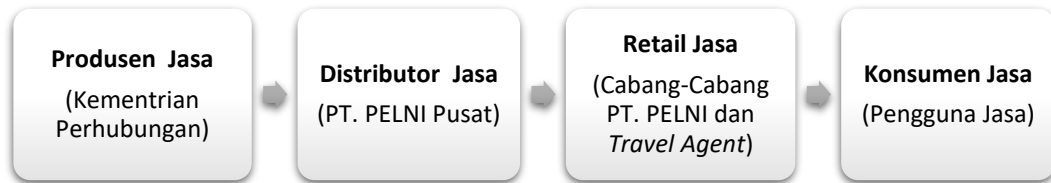
Sumber :dokumen penetapan harga kapal penumpang Pemasaran, 2019

Harga yang ditawarkan oleh para pesaing PT. PELNI bervariasi, tetapi PT. Dharma Lautan Utama menawarkan tarif yang belum termasuk biaya *pass* pelabuhan dan retribusi lainnya. Sedangkan PT. ASDP Ferry memiliki perbedaan harga antara penumpang yang membawa kendaraan dan tidak, dan harga berbeda pada setiap golongan kendaraan. Untuk tarif PT. Jembatan Nusantara rute Surabaya - Sumba menawarkan harga Rp. 250.000 untuk tarif dewasa dan PT. PELNI menawarkan harga Rp. 189.500. PT. PELNI lebih murah jika dibandingkan dengan pesaingnya.

3. *Place*

Dalam hal pemindahan jasa dari perusahaan hingga sampai ke tangan konsumen, yang digunakan oleh PT. PELNI (Persero) adalah saluran distribusi jasa. Proses saluran distribusi jasa menggunakan metode yang diberikan dari Pusat yaitu Kementerian Perhubungan (selaku Produsen) yang memberi izin dan wewenang surat jalan kepada PT. PELNI (selaku Distributor Jasa) sesuai dengan permintaan Penumpang (selaku Konsumen Jasa).

Jasa bisa sampai kepada konsumen dengan cara konsumen memesan tiket (*seat*) kapal melalui *online* yaitu *website* PELNI dan melalui *offline* yaitu PT. PELNI baik yang berada di Kantor Pusat, cabang-cabang di pelabuhan terdekat, maupun *travel agent* yang telah bekerjasama dengan PELNI. PT. PELNI mempunyai cabang yang berada di kota-kota besar Indonesia dan memiliki 300 mitra kerja dalam penjualan tiket. Gambar II.5 menyajikan proses saluran distribusi yang digunakan PT. PELNI.



Gambar II.5

Proses saluran distribusi PT. PELNI

Sumber : data diolah oleh praktikan

Saluran distribusi yang dimiliki oleh pesaing PT. PELNI yaitu PT. Dharma Lautan Utama dan PT. Jembatan Nusantara tidak terlalu jauh berbeda, yang membedakan hanya pada bagian produsen jasa saja. Dimana PT. Dharma Lautan Utama dan PT. Jembatan Nusantara sendiri yang menjadi produsen jasa karena merupakan perusahaan swasta yang tidak dipengaruhi langsung oleh pemerintah yakni Kementerian Perhubungan. Sedangkan saluran distribusi jasa yang dimiliki oleh PT. ASDP Ferry sama dengan saluran distribusi milik PT. PELNI karena merupakan salah satu perusahaan BUMN.

4. Promotion

Upaya yang dilakukan PT. PELNI (Persero) dalam menarik konsumen agar menggunakan jasanya adalah dengan melakukan promosi yang efektif. Dalam melakukan pengembangan usaha, PT. PELNI (Persero) menjalin hubungan kerjasama dengan pihak *eksternal*. Pihak

internal perusahaan yaitu Divisi Pemasaran bertugas untuk menjembatani antara *travel agencies* sebagai mitra usaha yang ingin melakukan kerjasama sesuai dengan PKS (Perjanjian Kerja Sama) yang disepakati bersama.

Strategi promosi yang dilakukan PT. PELNI (Persero) adalah dengan rutin mengadakan kegiatan *Exhibitions* (pameran) yang diadakan di gedung-gedung pertemuan atau hotel. *Exhibitions* dilakukan untuk meningkatkan laba perusahaan dan menawarkan produk-produk seperti rapat di atas kapal, destinasi wisata, dan *study tour on ship*. Olujimi Kayode dalam *Marketing Communications* (2014; h.9), menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran adalah suatu interaksi yang tertarget antara konsumen dan calon konsumen dengan menggunakan satu atau lebih media seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, papan reklame, *telemarketing*, dan internet. Dalam penggunaan komunikasi pemasaran, PT. PELNI menggunakan media radio dan internet sebagai bentuk promosi kepada konsumen.

Pesaing PT. PELNI yaitu PT. Dharma Lautan Utama baru memulai promosinya menggunakan media internet (sosial media), namun perbedaannya terletak pada promosi yang dilakukannya masih jarang dan tidak rutin seperti PT. PELNI. Untuk PT. Jembatan Nusantara melakukan promosi dengan brosur dan pamflet seperti yang dilakukan oleh PT. PELNI pada acara *exhibition*. Sedangkan untuk PT. ASDP Ferry

melakukan promosi seperti yang dilakukan oleh PT. PELNI yaitu melalui internet dan *exhibition*.

5. *People*

People menjadi komponen yang sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa, sehingga kepuasan pelayanan dapat dirasakan oleh konsumen. Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki PT. PELNI merupakan aset bagi kemajuan perusahaan. Dalam mengelola bisnis pelayaran terbesar di Indonesia, PT. PELNI memperhatikan kualitas karyawan yang dimiliki. Pelatihan dipilih PT. PELNI karena efektif untuk pengembangan *teamwork*, kerjasama teknis, dan pembelajaran.

Untuk meningkatkan kinerja pegawai, PT. PELNI melakukan Penilaian Kinerja Pegawai (PKP) selama satu semester (6 bulan). Pegawai PT. PELNI diberikan kesempatan untuk melakukan *mentoring*, pelatihan, dan challenge dalam mengemukakan ide terkonsep yang dapat dipertanggungjawabkan. Selain untuk kinerja pegawai, PT. PELNI rutin mengadakan *Gathering* yang dilakukan di atas Kapal ataupun gedung pertemuan guna kesejahteraan karyawan di lingkungan kerja yang nyaman dan juga menjalin tali silaturahmi antar pegawai PT. PELNI Pusat maupun Cabang.

Dalam hal pengembangan Sumber Daya Manusia yang dimiliki, para pesaing PT. PELNI melakukan pertemuan untuk mempererat tali silaturahmi dan melakukan pelatihan agar dapat memberikan pelayanan terbaik. Sedangkan untuk pencarian tenaga ahli, para pesaing PELNI

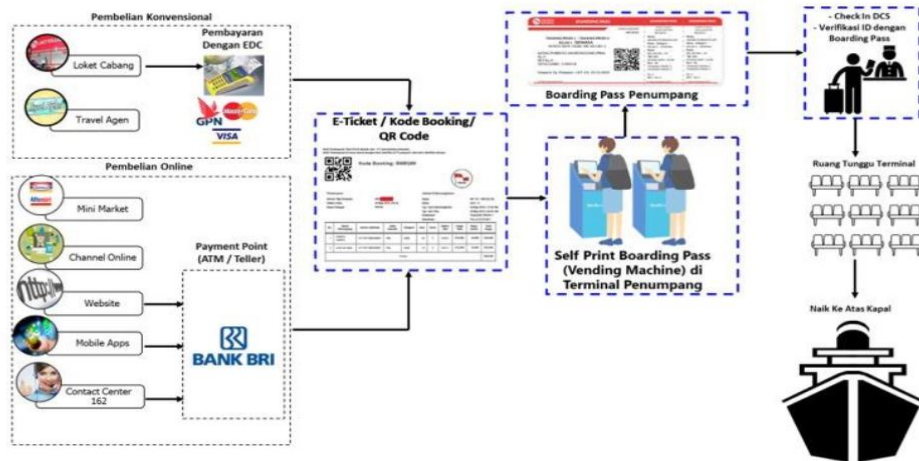
membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin bekerja bersama mereka.

6. *Process*

Proses mempunyai urutan pelaksanaan yang saling berkaitan dalam mengubah produk menjadi pelayanan jasa yang dapat dinikmati oleh pengguna jasa. Sistem penyerahan jasa merupakan faktor utama dari proses jasa, sehingga dapat tercapai kepuasan pengguna jasa (*customer satisfaction*). Karena PT. PELNI mempunyai *core product* berupa jasa angkutan penumpang dan transportasi laut, maka dalam penyampaian jasa memiliki serangkaian proses sesuai dengan keputusan Kementerian Perhubungan. Berikut merupakan rangkaian pembelian tiket *seat* pada PT. PELNI (Persero) :

- a. Pelanggan melakukan *booking* (pencarian tiket) melalui *offline* maupun *online* untuk menentukan pelabuhan awal atau pelabuhan tujuan, pemilihan kapal, pemilihan kelas, tanggal keberangkatan, dan jumlah tiket yang dipesan
- b. Masukkan data pemesan, sesuai dengan kartu identitas diri
- c. Pelanggan memilih metode pembayaran dan melakukan pembayaran
- d. Pelanggan mendapat *E-Ticket* dan print di *Vending Machine*
- e. Pelanggan melakukan *Check-in* di DCS (*Departement Control System*) dengan menyertakan identitas diri dan mendapatkan *Boarding Pass*

- f. Pelanggan dapat menunggu di Ruang Tunggu Terminal sampai jadwal keberangkatan Kapal sesuai dengan pemesanan tiket



Gambar II.6

Alur penggunaan Vending Machine

Sumber : dokumen nota dinas Vending Machine Pemasaran, 2019



Gambar II.7

Boarding Pass PT. PELNI

Sumber : dokumen nota dinas Vending Machine Divisi Pemasaran, 2019

Proses yang dilakukan oleh para pesaing PELNI dalam menyampaikan jasa kepada konsumen yaitu melalui pembelian tiket

offline dan *online*. Perbedaannya dengan para pesaingnya adalah PT. PELNI sudah lebih maju dalam memanfaatkan kemajuan teknologi, yaitu dengan adanya *Vending Machine* di berbagai cabang PT. PELNI.

7. *Physical Evidence*

Suatu perusahaan jasa memiliki bukti fisik agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengguna jasa. Bukti fisik berupa lingkungan tempat penyedia jasa dan pengguna jasa berinteraksi satu sama lain untuk mewujudkan komunikasi yang terintegrasi agar semua pihak yang terlibat saling mendapatkan keuntungan. Perusahaan jasa memiliki bukti fisik seperti bangunan, peralatan, logo perusahaan, sarana, dan fasilitas.

Bangunan kantor pusat yang berlokasi di Jalan Gajah Mada No. 14 Jakarta Pusat merupakan bagian dari bukti fisik yang dimiliki PT. PELNI (Persero). Gedung PT. PELNI mempunyai desain dan interior yang elegan dengan miniatur sebuah kapal di depan gedung pusat. Gedung PT. PELNI mempunyai 10 lantai yang dilengkapi dengan lift, tangga darurat, ruang tunggu, ruang rapat, *pantry*, dan toilet yang bersih di setiap lantainya. Fasilitas yang disediakan PT. PELNI lengkap dan tidak hanya untuk pegawai tetapi juga dapat digunakan oleh pengunjung seperti bank, koperasi, kantin, loket penjualan tiket, mesin kopi dan *snack*, masjid yang nyaman dan lahan parkir yang luas.

Kapal yang dimiliki PT. PELNI merupakan komponen utama dalam penyampaian jasa kepada pelanggan. Saat ini PT. PELNI mengoperasikan 26 kapal penumpang. Kapal yang dimiliki PT. PELNI 3 diantaranya

memiliki kelas-kelas seperti kelas 1, kelas 2, kelas wisata, dan kelas ekonomi. Sedangkan 23 kapal lainnya hanya memiliki kelas ekonomi saja. Kapal perintis yang dimiliki PT. PELNI berjumlah 52 kapal yang dilengkapi dengan tempat tidur, kamar mandi, dan ruang makan. (Celine Debora, Staf Departemen Penjualan Angkutan Penumpang, 2019)

PT. PELNI lebih unggul dalam bukti fisik berupa kapal laut, karena PT. PELNI merupakan perusahaan pelayaran terbesar yang telah memiliki berbagai macam usaha kapal. Sedangkan bangunan yang dimiliki PELNI juga memiliki keunggulan dari para pesaingnya, karena PT. PELNI masih mendapatkan subsidi dari pemerintah berupa pengembangan berbagai cabang yang dimilikinya.



Gambar II.8

Loket Pemesanan Tiket di Kantor Pusat PT. PELNI (Persero)

Sumber : gambar diambil oleh praktikan (pada 3 September 2019)

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Dalam kegiatan PKL di Kantor Pusat PT. PELNI (Persero), praktikan ditempatkan pada Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang. Fokus kerja bagian tersebut adalah mengadakan kegiatan bauran pemasaran, mengelola penghasilan penjualan angkutan penumpang, pengelolaan *ticketing*, membuat laporan rutin penjualan, dan evaluasi jasa angkutan penumpang regular (kapal penumpang dan perintis).

Selama 40 hari masa PKL berlangsung, praktikan berada di bawah bimbingan Ibu Fitriyaningsih selaku *Manager* Penjualan Angkutan Penumpang dan Ibu Dini selaku SPV Penjualan Angkutan Kapal Penumpang. Praktikan memfokuskan kerja pada bidang pengelolaan penghasilan penjualan angkutan penumpang regular (kapal penumpang dan perintis). Adapun tugas praktikan di PT. PELNI dalam divisi Pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Memasukkan data rekapitulasi tabel silang penumpang dan *over* bagasi kapal penumpang dalam *master* tabel silang
2. Menyortir *Ship Coupon Ticket*
3. Evaluasi Pelayanan kapal penumpang KM. Dorolonda dan KM. Kelud di Cabang Tg. Priok
4. *Merge* data pada Portal PELNI

B. Pelaksanaan Kerja

1. Memasukkan data rekapitulasi tabel silang penumpang dan *over* bagasi kapal penumpang dalam *master* tabel silang

Salah satu tugas Divisi Pemasaran adalah membuat laporan rutin penjualan. Dalam hal ini, praktikan membantu Divisi Pemasaran dalam *input* data rekapitulasi tabel silang penumpang dan *over* bagasi berupa *master* tabel silang yang ada pada *Microsoft Excel*. *Master* Tabel Silang adalah suatu program yang digunakan oleh Divisi Pemasaran untuk memasukan data penjualan tiket penumpang, muatan (*overbagage*), dan akumulasi jarak perjalanan kapal dalam satu tahun. *Master* Tabel Silang berfungsi untuk mengetahui jumlah total dan analisis *persentase* penghasilan kapal dari setiap kapal dan cabang yang dimiliki PT. PELNI.

Praktikan dijelaskan mengenai *Master* Tabel Silang untuk mengetahui istilah-istilah yang ada di dalamnya dan setelah praktikan memahami lebih dalam mengenai program *Master* Tabel Silang, praktikan diajarkan untuk memasukan data rekapitulasi tabel silang kapal penumpang pelayaran (*voyage*). Praktikan diperkenalkan tentang *Master* Tabel Silang oleh Ibu Fitriyaningsih selaku Manager Penjualan Angkutan Penumpang dan dibimbing oleh Ibu Dini selaku SPV Penjualan Angkutan Penumpang.

Dalam tugas ini praktikan mengerjakan *input* data banyaknya jumlah penumpang kapal baik yang dewasa maupun bayi, jumlah

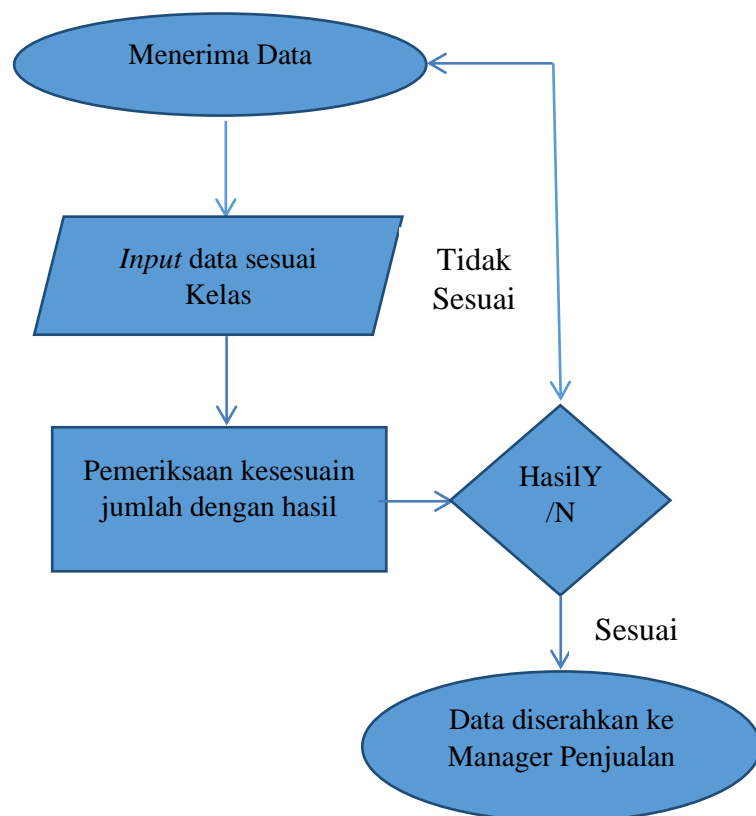
seat kapal, jumlah penghasilan kapal sesuai kelas, dan penghasilan *overbagasi* laporan kapal percabang. Data laporan rekapitulasi penumpang diperoleh dari kapal-kapal yang dimiliki PT. PELNI dan cabang-cabang PT. PELNI diseluruh Indonesia. Praktikan memasukan data penghasilan penjualan dalam *sheet* (lembar kerja) *Microsoft Excel* per-*voyage*.

Setelah selesai memasukan data penjualan kapal, praktikan memeriksa jumlah rekapitulasi pada bagian paling bawah lembar kerja *Master Tabel Silang* dan praktikan menyamakannya dengan *hardcopy* yang dikirim oleh kapal atau cabang. Jika hasil berberda dengan *hardcopy*, praktikan mengecek kembali sampai hasil *balance*. Kemudian jika sudah selesai dan sesuai, praktikan menyerahkannya kepada SPV yaitu Ibu Dini untuk dilakukan pengecekan sebelum rekapitulasi diserahkan kepada Manager Penjualan.

Dalam tugas ini praktikan mendapatkan pelajaran mengenai jumlah penumpang yang dilaporkan, harus sesuai dengan data yang ada karena untuk pertanggungjawaban. Manfaat dari kegiatan ini adalah praktikan mempelajari kesabaran dan ketelitian harus diutamakan dalam mengerjakan suatu pekerjaan yang menggunakan data penghasilan perusahaan.

Personal Experience yang dirasakan oleh praktikan adalah praktikan masih merasa bingung dengan istilah asing yang ada dan data kapal yang dimasukkan cukup banyak sedangkan hanya ada satu

Master Tabel Silang untuk semua kapal, sehingga praktikan memerlukan waktu yang cukup lama untuk memasukkan satu perjalanan kapal. Praktikan sering bertanya kepada pembimbing jika ada yang kurang dipahami dan respon dari pembimbing baik dengan sabar menjawab pertanyaan praktikan dan mengajarkan praktikan. Dari data ini dapat dilihat dan diperkirakan apakah perusahaan mengalami peningkatan penjualan atau tidak. Gambar III.1 menyajikan diagram alir *input* data rekapitulasi tabel silang penumpang.



Gambar III.1
Diagram Alir Input Data Rekapitulasi Tabel Silang
Penumpang

Sumber : diolah oleh praktikan

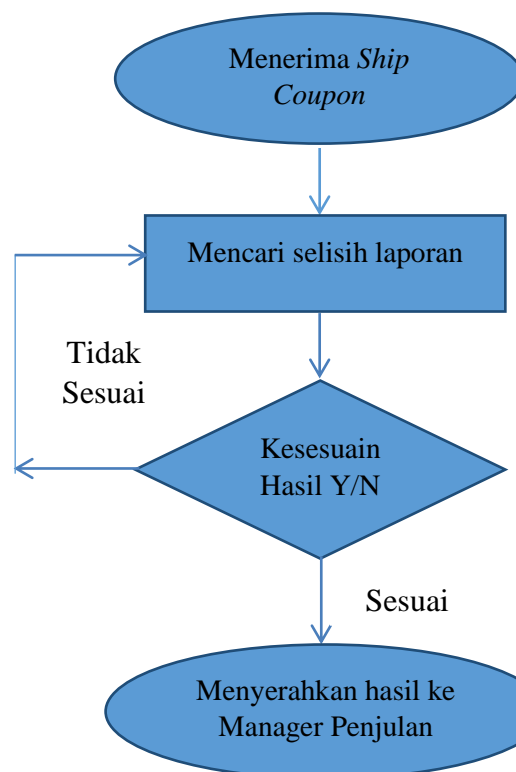
2. Menyortir *Ship Coupon Ticket*

Praktikan melakukan sortir tiket kapal (*ship coupon ticket*) yang dikirim oleh masing-masing kapal *pervoyage* (perjalanan). Tiket yang dimiliki penumpang akan dipotong sebagian oleh petugas kapal, kemudian tiket tersebut dikirimkan kepada Divisi Pemasaran Kantor Pusat PT. PELNI untuk dilakukan sortir atau pengecekan ulang. Pengiriman *Ship Coupon* ini bertujuan untuk arsip dan bukti apabila ada kesalahan penghitungan atau selisih rekapitulasi laporan tabel silang penumpang. Tiket masing-masing kapal yang telah sampai kemudian dipisahkan sesuai dengan *voyage* dan dihitung kembali untuk mengetahui *real* tiket yang terjual dengan jumlah *real* penumpang kapal lalu kemudian disesuaikan dengan rekapitulasi laporan tabel silang kapal.

Praktikan juga melakukan sortir tiket yang mengalami kerusakan dan terjadi kesalahan dalam pencetakan. Saat penghitungan dan pengecekan ini, praktikan melakukannya sampai berulang kali jika *real* tiket berbeda dengan laporan tabel silang yang ada. Setelah selesai melakukan sortir, praktikan menyerahkan kembali laporan tabel silang penumpang bersamaan dengan *ship coupon* kepada SPV Penjualan Angkutan Penumpang.

Manfaat dari pekerjaan ini berupa ketelitian pekerjaan itu sangat penting guna mendapatkan data yang *real*. *Personal Experience* dari kegiatan ini adalah praktikan merasakan seperti apa dunia kerja yang

sesungguhnya dan tidak bersantai ketika ada *deadline* yang ditetapkan oleh atasan karena *ship coupon* yang dikirim oleh cabang cukup banyak dan membutuhkan waktu 2 hari pengerjaan. Selanjutnya praktikan mendapatkan respon yang positif dari Manajer Penjualan berupa apresiasi dalam bentuk hadiah kecil-kecilan karena telah menemukan kesalahan dalam *real* tiket yang ada dengan laporan penjualan yang dikirim oleh cabang. Gambar III.2 menyajikan diagram alur sortir *ship coupon*.



Gambar III.2
Diagram Alir Sortir Ship Coupon

Sumber : diolah oleh praktikan

3. Evaluasi Pelayanan kapal penumpang KM. Dorolonda dan KM. Kelud di Cabang Tg. Priok

Pada hari Jumat 2 Agustus 2019, praktikan bersama dengan PV. Pemasaran Angkutan Penumpang, Manager Perencanaan dan Evaluasi Pemasaran Angkutan Penumpang, serta 7 orang pegawai Divisi Pemasaran mengadakan evaluasi kapal di Cabang Tg. Priok. Evaluasi ini dilaksanakan dalam rangka tahun layanan, dimana kapal yang fasilitas dan kondisinya kurang layak akan diperbaiki. Hal ini berdasarkan keputusan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perhubungan tentang perbaikan tahun layanan transportasi laut.

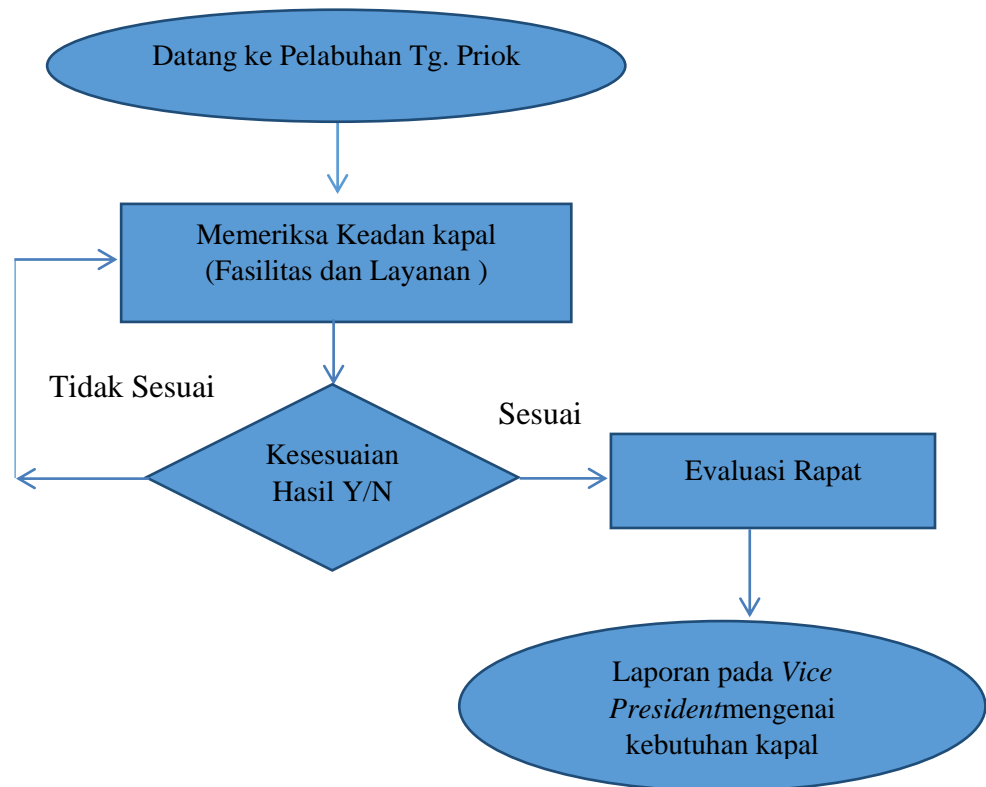
Praktikan bersama para atasan Divisi Pemasaran mengevaluasi 2 kapal yang dimiliki oleh PT. PELNI yaitu KM. Dorolonda dan KM. Kelud. Praktikan dan yang lainnya berjalan mengelilingi kapal sambil memeriksa masing-masing bagian ruangan yang ada dalam kapal. Pemasaran bertugas untuk mengevaluasi kapal dan pengadaan kebutuhan penumpang dan Anak Buah Kapal (ABK). Evaluasi kapal seperti kebersihan kapal, peralatan dan perlengkapan kapal ada atau tidak, fasilitas dan sarana yang disediakan oleh kapal masih berfungsi atau tidak, dan kesesuaian letak tempat menyangkut dengan kebutuhan pelanggan. Selain mengenai fisik kapal, pemasaran juga mengevaluasi kinerja Anak Buah Kapal (ABK) seperti tata caramelayani penumpang, kerapihan dan kebersihan ABK.

Setelah berkeliling kapal, praktikan bersama dengan pegawai PT. PELNI Pusat, PT. PELNI Cabang Tg. Priok, dan Anak Buah Kapal (ABK) melakukan rapat evaluasi. Dalam rapat evaluasi dijelaskan mengenai apa saja kebutuhan yang perlu diadakan, penyampaian keluhan dari pegawai PT. PELNI maupun ABK, dan saling tukar pikiran pendapat. Evaluasi ditutup dengan hiburan menyanyi di atas kapal dan makan bersama.

Melalui kegiatan ini praktikan mempelajari salah satu tugas manajer pemasaran yang berkaitan dengan evaluasi, pelayanan pelanggan, dan perencanaan jangka pendek maupun panjang perusahaan sehingga praktikan dapat mengetahui kinerja Divisi Pemasaran. Manfaat dari kegiatan ini adalah praktikan mendapat wawasan mengenai langkah-langkah yang diambil perusahaan guna meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan ilmu-ilmu pemasaran dengan cara memberikan peningkatan kebutuhan dan memenuhi keinginan pelanggan.

Personal Experience yang dirasakan oleh praktikan saat evaluasi kapal adalah praktikan mendapatkan pengalaman pertama dalam melakukan pengamatan mengenai kinerja yang ada di kapal dan praktikan mendapatkan respon yang positif dari para karyawan yang ikut dalam evaluasi, karena praktikan dapat mengemukakan pendapat yang dimiliki dan praktikan dapat menambah keakraban dengan

pegawai Divisi Pemasaran. Gambar III.3 menyajikan diagram alur Evaluasi dan Perencanaan Kapal.



Gambar III.3
Diagram Alir Evaluasi dan Perencanaan Kapal

Sumber : diolah oleh praktikan

4. Mergedata pada Portal PELNI

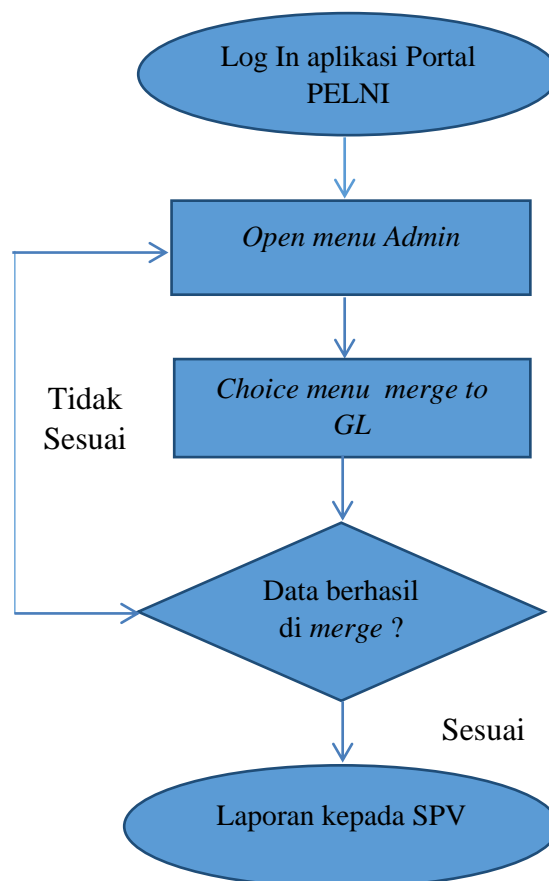
Praktikan mendapatkan tugas untuk melakukan *merge* data kapal sesuai dengan tanggal pelayaran dan tujuan keberangkatan kapal. Praktikan memasukkan data pada Portal PELNI yang digunakan oleh Divisi Pemasaran. Adapun isi aplikasi Portal PELNI khusus Divisi Pemasaran seperti info-info pembaharuan kapal, pembuatan laporan (termasuk *merge* data), dan info dari cabang maupun mitra kerja.

Merge dapat diartikan sebagai menggabungkan, *merge* dalam Portal PELNI berarti menggabungkan data nama kapal, pelayaran, tanggal, dan tujuan keberangkatan kapal ke dalam satu laporan *voyage* kapal. Sebelum melakukan *merge*, praktikan dijelaskan terlebih dahulu mengenai aplikasi Portal PELNI dan cara memasukkan data oleh SPV Penjualan Angkutan Penumpang. Selanjutnya praktikan diberikan data dan mulai melakukan *merge* data pada Portal PELNI. Langkah pertama yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah *login* ke aplikasi Portal PELNI menggunakan akun yang diberikan oleh SPV Penjualan Angkutan Penumpang. Langkah selanjutnya adalah klik menu admin kemudian pilih menu *Merge to GL*.

Tampilan menu *Merge to GL* berisi nama kapal, embarkasi, *call*, tanggal berangkat, dan *voyage*. Dalam kegiatan ini praktikan mengisi *merge* sesuai dengan data yang diberikan. Saat sudah selesai praktikan melakukan pengecekan pada menu laporan yang ada di Portal PELNI. Jika data berhasil di *merge* maka dalam laporan tertulis data berhasil di *merge* dan jika belum maka laporan bertuliskan data belum di *merge*. Dalam kegiatan ini praktikan mempelajari cara pengecekan laporan secara *online* melalui aplikasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Manfaat yang didapat praktikan adalah keahlian dalam menggunakan aplikasi yang disediakan oleh perusahaan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Personal Experience yang didapatkan oleh praktikan adalah praktikan dapat merasakan

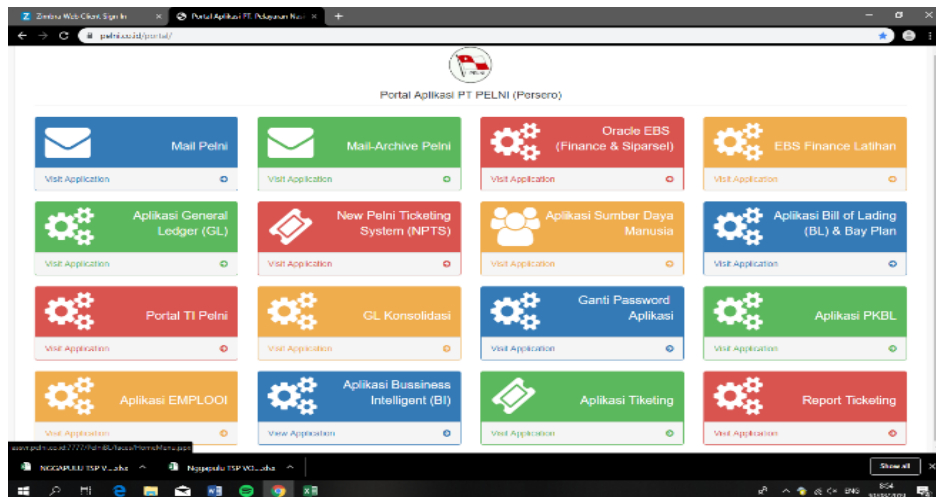
bagaimana lingkungan kerja dalam menggabungkan banyak data kapal yang dimiliki PT. PELNI dan diberikan deadline hanya satu hari. Namun respon yang diberikan pembimbing cukup baik karena praktikan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut sebelum jam kerja berakhir. Gambar III.4 menyajikan diagram alir *Merge* Data pada Portal PELNI dan Gambar III.5 menyajikan tampilan aplikasi Portal PELNI.



Gambar III.4

Diagram Alir *Merge* Data pada Aplikasi Portal PELNI

Sumber : diolah oleh praktikan



Gambar III.5

Tampilan Aplikasi Portal PELNI

Sumber : <https://www.pelni.co.id/portal/>

C. Kendala Yang Dihadapi

Saat pelaksanaan PKL selama 40 hari masa kerja, praktikan telah menghadapi beberapa kendala dalam melakukan tugas. Adapun kendala yang dihadapi praktikan sebagai berikut :

1. Praktikan banyak mendengar istilah-istilah baru yang asing dan tidak diketahui artinya mengenai lingkungan pelayaran seperti *voyage*, *embarkasi*, *debarkasi*, *blanko tiket*, dan *non seat* saat melakukan pengerjaan yang terkait dengan bidangkerja pemasaran
2. Praktikan mengalami kendala dalam pengerjaan rekapitulasi penumpang karena aplikasi yang kurang memadai yaitu hanya memiliki 1 *master* tabel silang untuk dipakai semua kapal sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk mengerjakannya terutama untuk kapal yang memiliki rute yang panjang

3. Perlengkapan yang digunakan praktikan dalam mensortir *ship coupon* masih manual, sehingga praktikan merasa kesulitan dalam menyelesaikan tugas guna mencari kesesuaian dari bukti fisik

D. Cara Mengatasi Kendala

Dalam suatu kendala yang dihadapi pasti ada solusi. Adapun cara praktikan mengatasi kendala saat melaksanakan PKL adalah sebagai berikut :

1. Bertanya tentang istilah-istilah tersebut kepada sumber-sumber terpercaya seperti bertanya pada pegawai PT. PELNI di Divisi pemasaran dan pembimbing praktikan pada saat menjalani PKL
2. Saat mengerjakan *master* tabel silang, praktikan diberikan *deadline* waktu mengerjakan cukup lama juga diberikan pekerjaan yang lain agar praktikan tidak merasa jenuh saat mengerjakan dan untuk aplikasi yang kurang memadai dapat dibuatkan *master* tabel silang yang baru dengan data beberapa kapal, sehingga mempermudah dalam rekapitulasi tabel silang
3. Jika perlengkapan yang digunakan praktikan masih manual, praktikan meminjam perlengkapan pendamping yang dapat memudahkan pekerjaan kepada pegawai Divisi Pemasaran dan meminta bimbingan dalam mengerjakan tugas.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Praktikan dapat mengetahui tentang tata cara pemenuhan layanan jasa kepada konsumen dalam meningkatkan penjualan kapal angkutan penumpang
2. Praktikan mendapatkan keterampilan mengenai rekapitulasi tabel silang penjualan angkutan penumpang dan evaluasi pelayanan angkutan penumpang
3. Praktikan memperoleh pengalaman dalam melaksanakan tugas yang diberikan dengan bertanggung jawab terhadap kinerja yang dilakukan dan lebih disiplin terhadap waktu yang diberikan, serta mengetahui kondisi dunia kerja yang sesungguhnya melalui pelaksanaan PKL
4. Teori yang didapatkan praktikan selama masa perkuliahan sudah sesuai dengan praktik kerja yang ada Divisi Pemasaran pada PT. PELNI

B. Saran

Pada umumnya setiap instansi pasti memiliki suatu kelemahan, baik dari kelemahan kecil yang sulit untuk dilihat maupun kelemahan besar yang mudah untuk dilihat. Berdasarkan pengalaman praktikan dalam melakukan kegiatan PKL di PT. PELNI, praktikan bermaksud memberikan saran agar setiap kelemahan tersebut dapat diatasi sehingga masalah

tersebut tidak akan mendatangkan kerugian di masa yang akan datang.

Melalui laporan ini praktikan memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pembimbing dapat mengenalkan kepada praktikan mengenai lingkungan pelayaran dan memberikan penjelasan secara rinci sebelum praktikan melaksanakan pekerjaan terkait dengan bidang pemasaran
2. PT. PELNI diharapkan kedepannyadapat membuat *master* tabel silang sehingga karyawan dapat lebih mudah dalam melakukan kegiataninput data laporan penumpang.Untuk pengembangan perusahaan, PT.
3. PELNI diharapkan dapat membuatkan aplikasi yang dapat digunakan untuk mensortir *ship coupon* sehingga dapat memudahkan dan mempercepat kinerja para pegawainya serta dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi dalam pengecekan secara manual.

DAFTAR PUSTAKA



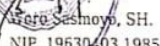
- Ambar. *Komunikasi Pemasaran Menurut Ahli*. 2017
<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemasaran> (Diakses pada tanggal 05 Oktober 2019)
- Al-Hafiz, Muhammad Perkasa. *Penghargaan PT PELNI Marketing*. 2018
<https://marketeers.com/bumn-marketeers-awards-2018> (Diakses pada tanggal 29 September 2019)
- Company Profile. Profil Perusahaan PT Pelayaran Nasional Indonesia*. 2017
<https://www.pelni.co.id/profile> (Diakses pada tanggal 28 September 2019)
- Hajat, Nurahma, *et al.* *Pedoman Praktik Kerja Lapangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. 2012
http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PRAKTIK-KERJA-LAPANGAN_0.pdf (Diakses pada tanggal 24 September 2019)
- Hidayatullah, Syarif. *Pengantar Budaya*. 2019
<https://prezi.com/p/u2xurajmelr0/pengantar-budaya/> (Diakses pada tanggal 30 September 2019)
- UNJ, Fakultas Ekonomi. *Dokumen Untuk Mahasiswa dan Surat Dekan Untuk Bodynote*. 2019.
http://fe.unj.ac.id/?page_id=1123 (Diakses pada 23 Juli 2019)
- Khaerunisa, Nadya. *Filosofi logo PT. PELNI*. 2017
<http://eprints.undip.ac.id/58778/2> (Diakses pada tanggal 30 September 2019)
- Sri, Sri Mas. *Exhibition PT. PELNI*. 2019
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190321/98/902794/strategi-bisnis-pelni> (Diakses pada tanggal 28 September 2019)

LAMPIRAN - LAMPIRAN


Lampiran 1 : Evaluasi dan Perencanaan Kapal di Cabang Tg. Priok



Lampiran 2 : Surat Permohonan Izin PKL dari Kampus

 <i>Building Future Leaders</i>	<p>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</p>	
Nomor : 3605/UN39.12/KM/2019		25 Juli 2019
Lamp. : -		
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan Mandiri		
Kepada Yth. Hrd PT. PELNI (Persero) Jl. Gajah Mada No.14, RT.1/RW.2, Petojo Utara, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat 10130		
Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :		
Nama	: Ra Idah Nuha Islami	
Nomor Registrasi	: 1702517052	
Program Studi	: Manajemen Pemasaran	
Fakultas	: Ekonomi	
Jenjang	: D3	
No. Telp/Hp	: 083312139254	
Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah "Praktik Kerja Lapangan" pada tanggal 29 Juli 2019 sampai dengan tanggal 20 September 2019. Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.		
		<p>Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan Dan Hubungan Masyarakat  Woro Casmoyo, SH. NIP. 19630403 198510 2 001</p>
Tembusan :		
1. Dekan Fakultas Ekonomi		
2. Koordinator Program Studi Manajemen Pemasaran		
<input type="checkbox"/>		

Lampiran 3 : Surat Penerimaan PKL pada PT. PELNI



PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero)
Kantor Pusat | Jl. Gajah Mada No. 14
Jakarta 10130
T. +6221-0633-432 | F. +6221-43933184
Call Center : (021) 162 | www.pelni.co.id |
Email: humas@pelni.co.id

NOTA DINAS

Nomor : 07.31/01/ND-B/041/2019
Tanggal : 31 Juli 2019
Dari : Plh. Vice President SDM
Kepada : Vice President Pemasaran Angkutan Penumpang Kapal Penumpang & Perintis
Perihal : Permohonan Praktek Kerja Lapangan
Lampiran : Surat Permohonan Praktek Kerja Lapangan

Dengan Hormat,


1. Menunjuk Surat dari Universitas Negeri Jakarta Nomor : 3605/UN39.12/KM/2019 Tanggal 25 Juli 2019 Perihal Permohonan Praktek Kerja Lapangan.

2. Sehubungan butir 1 (satu), mohon kepada Mahasiswi dibawah ini dapat diterima dan dibimbing dalam melakukan Praktek Kerja Lapangan di Divisi Pemasaran Angkutan Penumpang Kapal Penumpang & Perintis PT. PELNI (Persero) mulai tanggal 29 Juli s/d 20 September 2019. Adapun Mahasiswi tersebut adalah :


NO	N A M A	NIM	JURUSAN
1	Ra'idah Nuha Islami	1702517052	Manajemen Pemasaran

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.


Plh. Vice President SDM



A.A.N BUDI
TRESNAWAN,SE.MM.



Always PELNI
Integrity | Continuous Improvement | Customer Focus | Competitive



Lampiran4 : Surat Selesai PKL pada PT. PELNI



PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero)
Kantor Pusat | Jl. Gajah Mada No. 14, Jakarta 10130
T. +62-21-6334342 (Hunting) | F. +62-21-63854130
Call Center : (021) 162 | www.pelni.co.id |
Email: infopelni162@pelni.co.id |

SURAT KETERANGAN NO. 25.09/01/S/041/2019

Vice President SDM PT.PELAYARAN NASIONAL INDONESIA (Persero) di Jakarta dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswi berikut :

Nama : Ra'idah Nuha Islam
NIM : 1702517052
Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)

Telah selesai melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Bagian Divisi Pemasaran PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) terhitung mulai tanggal 29 Juli S/D 20 September 2019.

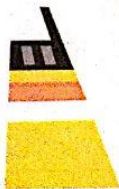
Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 September 2019


VICE PRESIDENT SDM



CAPT. SLAMET WAHYONO




Lampiran5 : Daftar Hadir Pelaksanaan PKL



*Building
Future
Leaders*

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

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




AN ISO 9001:2015 CERTIFIED COMPANY

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Nama : Ra'idah Nuha Islami
 No. Registrasi : 1302517052
 Program Studi : Manajemen Pemasaran
 Tempat Praktik : PT. PELNI (Persero)
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Gajah Mada No. 14 / 02. (162)

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 29 Juli 2019	<i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 30 Juli 2019	<i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 31 Juli 2019	<i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 01 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 02 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 05 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 06 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 07 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
9.	Kamis, 08 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 09 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
11.	Senin, 12 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
12.	Selasa, 13 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
13.	Rabu, 14 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
14.	Kamis, 15 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	
15.	Jumat, 16 Agustus 2019	<i>[Signature]</i>	

Jakarta, 20 September 2019
 Penit.....

 (.. F. I. N. Y. A. W. I. N. S. I. H ..)

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 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 : Ba'Idah Nuha Islami
No. Registrasi : 1702517052
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. PELNI (Persero)
Alamat Praktik/Telp : Jl. Gajah Mada No. 14 / 021 (162)

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 19 Agustus 2019	1. <i>df</i>	
2.	Selasa, 20 Agustus 2019	2. <i>df</i>	
3.	Rabu, 21 Agustus 2019	3. <i>df</i>	
4.	Kamis, 22 Agustus 2019	4. <i>df</i>	
5.	Jumat, 23 Agustus 2019	5. <i>df</i>	
6.	Senin, 26 Agustus 2019	6. <i>df</i>	
7.	Selasa, 27 Agustus 2019	7. <i>df</i>	
8.	Rabu, 28 Agustus 2019	8. <i>df</i>	
9.	Kamis, 29 Agustus 2019	9. <i>df</i>	
10.	Jumat, 30 Agustus 2019	10. <i>df</i>	
11.	Senin, 02 September 2019	11. <i>df</i>	
12.	Selasa, 03 September 2019	12. <i>df</i>	
13.	Rabu, 04 September 2019	13. <i>df</i>	
14.	Kamis, 05 September 2019	14. <i>df</i>	
15.	Jumat, 06 September 2019	15. <i>df</i>	

Jakarta, 20 September 2019
Penilai



(FATHIYAHIN STH.....)

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 Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id



UQAS

AN ISO 9001:2008 CERTIFIED COMPANY

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : RA'idah Nuha Islami
No. Registrasi : 1702117052
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. PELNI (Persero)
Alamat Praktik/Telp : Jl. Gajah Mada No. 19 / 021 (162)

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 09 September 2019	1. <i>df</i>	
2.	Selasa, 10 September 2019	2. <i>df</i>	
3.	Rabu, 11 September 2019	3. <i>df</i>	
4.	Kamis, 12 September 2019	4. <i>df</i>	
5.	Jumat, 13 September 2019	5. <i>df</i>	
6.	Senin, 16 September 2019	6. <i>df</i>	
7.	Selasa, 17 September 2019	7. <i>df</i>	
8.	Rabu, 18 September 2019	8. <i>df</i>	
9.	Kamis, 19 September 2019	9. <i>df</i>	
10.	Jumat, 20 September 2019	10. <i>df</i>	
11.	11.	
12.	12.	
13.	13.	
14.	14.	
15.	15.	

Jakarta, 20 September 2019

Penilai



(... FITRI YANINGGILAH)

Catatan :

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

Lampiran6 : Penilaian PKL



Building
Future
Leaders

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

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



AN ISO 9001:2015 CERTIFIED COMPANY

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

Nama : Ra'adah Nuha Islami
No.Registrasi : 170317052
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT PELNI (Persero)
Alamat Praktik/Telp : Jl. Gajah Mada No.14 / 021 (162)

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	95	1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Bobot 86-100 A 4 81-85 A- 3,7 76-80 B+ 3,3 71-75 B 3,0 66-70 B- 2,7 61-65 C+ 2,3 56-60 C 2,0 51-55 C- 1,7 46-50 D 1 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan) Nilai Rata-rata : $\frac{923}{10 \text{ (sepuluh)}} = 92,3$ Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>92</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	92	A	Angka bulat	huruf
92	A						
Angka bulat	huruf						
2	Kedisiplinan	98					
3	Sikap dan Kepribadian	95					
4	Kemampuan Dasar	90					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	90					
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	93					
8	Aktivitas dan Kreativitas	87					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95					
10	Hasil Pekerjaan	95					
Jumlah		923					

Jakarta, 20 September 2019
Penilai:

Fikri Anindia Sih

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 7 :Kegiatan Selama Pelaksanaan PKL

No.	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
1.	Senin, 29 Juli 2019	Melakukan perkenalan dengan pegawai yang ada di Divisi Pemasaran dan membuka surat yang berisikan tabel silang penumpang, dan mengurutkan tabel silang sesuai dengan nama kapal dan <i>voyage</i>
2.	Selasa, 30 Juli 2019	Merekap <i>hardcopy</i> tabel silang penumpang ke dalam folder
3.	Rabu, 31 Juli 2019	Mencari tiket kapal KM. Dorolonda yang terjadi kesalahan cetak dan merekap <i>hardcopy</i> tabel silang penumpang ke dalam folder
4.	Kamis, 1 Agustus 2019	Merekap tabel silang yang ada sesuai dengan tanggal pelayaran pada Ms. Excel
5.	Jumat, 2 Agustus 2019	Melakukan evaluasi kapal KM. Kelud dan KM. Dorolonda dalam rangka tahun layanan di Cabang Tg. Priok
6.	Senin, 5 Agustus 2019	Menginput <i>merge</i> kapal pada aplikasi Portal PELNI
7.	Selasa, 6 Agustus 2019	Membuat rekapitulasi kapal sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang ada di Divisi Pemasaran (direkap sesuai dengan periode pelayaran)
8.	Rabu, 7 Agustus 2019	Dijelaskan mengenai master tabel silang dan mencoba menginput data tabel silang
9.	Kamis, 8 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Kelimutu pada <i>master</i> tabel silang
10.	Jumat, 9 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Pangrango pada <i>master</i> tabel silang
11.	Senin, 12 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Pangrango dan KM. Dobonsolo pada <i>master</i> tabel silang
12.	Selasa, 13 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Dobonsolo (<i>voyage</i> ke 4, 6, 7, dan 8) pada <i>master</i> tabel silang
13.	Rabu, 14 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Dobonsolo dan KM. Jetiner(<i>voyage</i> ke 4) pada <i>master</i> tabel silang
14.	Kamis, 15 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Jetiner (<i>voyage</i> ke 5, 6, 7, 8, dan 9) pada <i>master</i> tabel silang
15.	Jumat, 16 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Jetiner (<i>voyage</i> ke 10, 11, 12, 13, dan 14) pada <i>master</i> tabel silang
16.	Senin, 19 Agustus	Menginput data tabel silang penumpang KM.

	2019	Jetiner (<i>voyage</i> ke 15, 16, dan 17) pada <i>master</i> tabel silang
17.	Selasa, 20 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Jetiner (<i>voyage</i> ke 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24) pada <i>master</i> tabel silang dan membuat rekapitulasi daftar penumpang
18.	Rabu, 21 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya (<i>voyage</i> ke 1, 2, 3, dan 4) pada <i>master</i> tabel silang
19.	Kamis, 22 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya (<i>voyage</i> ke 5 dan 6) pada <i>master</i> tabel silang
20.	Jumat, 23 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya pada <i>master</i> tabel silang
21.	Senin, 26 Agustus 2019	Membuat rekapitulasi daftar nama penumpang pada Ms. Excel, melalui berita acara yang dikirim di email
22.	Selasa, 27 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya pada <i>master</i> tabel silang
23.	Rabu, 28 Agustus 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya pada <i>master</i> tabel silang
24.	Kamis, 29 Agustus 2019	Membuat rekapitulasi <i>softcopy</i> tabel silang penumpang, sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang dikirim oleh kapal kepada email Divisi Pemasaran
25.	Jumat, 30 Agustus 2019	Membuat rekapitulasi banyaknya penumpang dewasa dan anak pada kapal KM. Ciremai
26.	Senin, 2 September 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Dorolondapada <i>master</i> tabel silang dan sortir <i>ship coupon</i> KM. Dobonsolo untuk mengetahui selisih fisik tiket dengan laporan yang dikirimkan oleh Anak Buah Kapal (ABK)
27.	Selasa, 3 September 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya pada <i>master</i> tabel silang dan membuat rekapitulasi laporan pendapatan penumpang kapal sesuai dengan kelas yang ada di aplikasi portal PELNI
28.	Rabu, 4 September 2019	Membuat rekapitulasi <i>softcopy</i> tabel silang penumpang, sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang dikirim oleh kapal kepada email Divisi Pemasaran
29.	Kamis, 5 September 2019	Membuat rekapitulasi <i>softcopy</i> tabel silang penumpang, sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang dikirim oleh kapal kepada email Divisi Pemasaran
30.	Jumat, 6 September 2019	Membuat rekapitulasi <i>softcopy</i> berita acara kapal maupun cabang PT. PELNI sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang dikirim kepada email Divisi Pemasaran

31.	Senin, 9 September 2019	Membuat rekapitulasi <i>softcopy</i> berita acara kapal maupun cabang PT. PELNI sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang dikirim kepada email Divisi Pemasaran
32.	Selasa, 10 September 2019	Membuat rekapitulasi <i>softcopy</i> berita acara kapal maupun cabang PT. PELNI sesuai dengan laporan <i>voyage</i> yang dikirim kepada email Divisi Pemasaran
33.	Rabu, 11 September 2019	Membuat rekapitulasi aplikasi kapal perintis ke dalam Ms. Excel, yang dikirim berupa berita acara melalui <i>Cloud Manager Penjualan Angkutan Penumpang</i>
34.	Kamis, 12 September 2019	Membuka surat yang berisikan tabel silang penumpang, dan mengurutkan tabel silang sesuai dengan nama kapal dan <i>voyage</i>
35.	Jumat, 13 September 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Dobonsolo pada <i>master</i> tabel silang
36.	Senin, 16 September 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Jetliner pada <i>master</i> tabel silang
37.	Selasa, 17 September 2019	Merekap <i>hardcopy</i> tabel silang penumpang ke dalam folder
38.	Rabu, 18 September 2019	Merekap <i>hardcopy</i> tabel silang penumpang ke dalam folder
39.	Kamis, 19 September 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Jetliner dan KM. Pangrango pada <i>master</i> tabel silang
40.	Jumat, 20 September 2019	Menginput data tabel silang penumpang KM. Bukit Raya pada <i>master</i> tabel silang