FUNGSI PETA YANG DIPRODUKSI

PT. AKAL CAHAYA MEDIA （ACM）

SEBAGAI SUMBER INFORMASI WISATAWAN

観光客のための観光情報として

PT. ACM における生産した地図の役割

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Ujian Akhir Program Diploma III

Program Studi Bahasa Jepang Fakultas Bahasa

Universitas Widyatama

Oleh

Shokhifah

0804004

PROGRAM STUDI BAHASA JEPANG
FAKULTAS BAHASA
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2007

FUNGSI PETA YANG DIPRODUKSI
PT. AKAL CAHAYA MEDIA （ACM）
SEBAGAI SUMBER INFORMASI WISATAWAN

観光客のための観光情報として

PT. ACM における生産した地図の役割

Disetujui Dan Disahkan oleh Pembimbing,

Pembimbing

Uning Kuraesin, Dra. M.Pd

Mengetahui

Dekan	
Fakultas Bahasa	**Program Studi Bahasa Jepang**
Prof.Dr. Partini Sardjono Pradotokusumo, Dra	**Uning Kuraesin, Dra. M.Pd**

Ketua Jurusan

UTama UNIVERSITAS WIDYATAMA

ABSTRAK

Banyak daya tarik yang bisa dijumpai di Kota Bandung, sehingga membuat wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara, banyak berdatangan ke Kota Bandung. Hal itu menjadi salah satu penyebab semakin bertambahnya perusahaan-perusahaan produksi dan jasa untuk berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik bagi wisatawan. Salah satunya adalah PT. Akal Cahaya Media (ACM). PT. ACM adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi dan jasa. Salah satu barang yang sudah diproduksi adalah Peta Wisata Belanja Bandung (PWBB). Peta ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat untuk wisatawan. Selain memberikan informasi tempat-tempat wisata, PWBB ini juga menjadi sarana bagi wisatawan juga lebih menghemat waktu berlibur mereka. Oleh karena itu, penulis mengangkat tema "Fungsi Peta yang diproduksi PT.ACM sebagai sumber informasi wisatawan".

Selama pelaksanaan PKL, penulis ditempatkan sebagai staf sirkulasi majalah Karir-Up dan PWBB. Untuk penulisan Tugas Akhir ini, penulis lebih menitikberatkan untuk membahas proses produksi PWBB. Menurut penulis, PWBB memiliki peranan yang sangat penting untuk membantu wisatawan. Seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya, selain sebagai sumber informasi tempat-tempat umum, PWBB mempunyai ciri khas yang berbeda, yaitu PWBB lebih memfokuskan informasi tempat-tempat wisata dan belanja. Selain didistribusikan ke tempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan PT. ACM, PWBB juga didistribsikan ke tempat-tempat transportasi umum.

DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR LAMPIRAN vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 2

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan 3

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan 3

1.5 Metode Peninjauan dan Penyusunan Laporan 4

1.6 Sistematika Penyajian 5

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan 7

2.2. Visi dan Misi Perusahaan 7

2.2.1. Visi 8

2.2.2. Misi 8

2.3. Lokasi dan Luas Areal Perusahaan 9

2.3.1. Deskripsi Pekerjaaan 9

2.4. Sistem Penilaian Kinerja 13

2.4.1. Kompetensi Pribadi 13

2.4.2. Kompetensi Kerja 14

2.5. Aturan-aturan Kerja 15

2.5.1. Kehadiran 16

2.5.2. Pemberitahuan Ketidakhadiran 17

2.5.3. Mangkir 18

2.5.4. Dasar Pemberian Sanksi 18

2.5.5. Tingkat Pelanggaran dan Pemberian Sanksi 19

BAB III PELAKSANAAN PKL

3.1. Pelaksanaan 20

3.2. Hambatan-hambatan dalam Pelaksanaan PKL 21

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Persiapan Proses Produksi PWBB 27

4.2. Tempat Pendistribusian PWBB 28

4.3. Perbedaan PWBB dengan Peta yang Diproduksi Perusahaan Lain 29

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 30

5.2. Saran 31

5.2.1. Saran untuk PT. Akal Cahaya Media 31

5.2.2. Saran untuk Fakultas dan Jurusan 32

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung yang dikenal sebagai kota Parisj Van Java, konon karena tatanan kotanya yang mirip kota Paris, telah berhasil menjadi kota yang mempunyai daya tarik khusus bagi orang yang berada di luar kota Bandung. Banyak daya tarik yang bisa dijumpai di kota Bandung seperti tempat-tempat wisata, aneka jenis makanan dan minuman, *pastry dan bakery*, pakaian dan hasil industri garmen lainnya, sehingga membuat wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara banyak berdatangan ke Kota Bandung. Begitupun dengan fasilitas hotel dan penginapan yang cukup nyaman dan banyak menarik wisatawan untuk menginap di Bandung. Oleh karena itu, kondisi ini dimanfaatkan oleh pemerintah kota Bandung agar kota Bandung lebih dikenal lagi baik di Indonesia maupun mancanegara dan oleh perusahaan-perusahaan seperti *travel and guide*, penyewaan kendaraan, restoran, *factory outlet*, dan perusahaan jasa lainnya untuk berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk para wisatawan.

Setiap *week end* atau *long week end* hampir semua hotel maupun penginapan penuh dengan wisatawan. Melihat kondisi ini, perusahaan yang memproduksi peta semakin banyak, karena fungsi peta sebagai alat penunjuk jalan, dan juga sebagai sumber informasi bagi wisatawan untuk dapat mengunjungi tempat-tempat yang mereka inginkan sehinggga waktu

merekapun menjadi lebih efisien, selain hal di atas, adanya peta sangat membantu perusahaan lain untuk mengembangkan tempat usaha mereka dan mengembangkan pemasaran produknya masing-masing agar lebih dikenal oleh semua wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu perusahaan yang memproduksi peta adalah PT. Akal Cahaya Media (ACM). Peta yang diproduksi oleh PT. ACM adalah Peta Wisata Belanja Bandung. Di dalamnya terdapat semua informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan, seperti tempat-tempat yang sudah penulis tulis sebelumnya.

Berdasarkan keterangan yang tertulis di atas, penulis memilih tema "Fungsi Peta yang diproduksi PT.ACM sebagai sumber informasi wisatawan". Tema di atas diambil karena menurut penulis, peta sangat membantu wisatawan maupun perusahaan lain bahkan membantu Dinas Pariwisata, khususnya Dinas Pariwisata kota Bandung dalam memperkenalkan keindahan kota Bandung ke seluruh Indonesia bahkan dunia.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini yaitu :

1. Peranan peta dalam membantu wisatawan, yaitu wisatawan domestik maupun mancanegara.
2. Bagaimana proses pembuatan barang yang akan diproduksi.
3. Dimana saja tempat pendistribusian barang dan perbedaan barang yang diproduksi oleh PT. ACM dengan barang produksi perusahaan lain.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. ACM adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Umum
   - Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Bahasa Jepang Fakultas Bahasa Universitas Widyatama
   - Untuk mengetahui dunia kerja yang sesungguhnya
2. Tujuan Khusus
   - Untuk mengetahui peranan peta dalam membantu wisatawan
   - Untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan barang yang akan diproduksi
   - Untuk mengetahui dimana saja tempat pendistribusian barang dan perbedaan barang yang diproduksi PT. ACM dengan barang produksi perusahaan lain

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Penulis melaksanakan kerja praktik yang wajib dilakukan sebagai salah satu syarat yang diterapkan oleh Universitas Widyatama di PT. Akal Cahaya Media (ACM) yang berlokasi di Jalan Pangkur No. 20 Bandung. Kerja praktik ini dilaksanakan selama 100 jam, dan dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan. Terhitung dari tanggal 29 Pebruari 2007 sampai dengan 10 April 2007.

1.5 Metode Peninjauan dan Penyusunan Laporan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode narasi-deskriptif, yaitu cerita atau deskripsi suatu kejadian yang disusun berdasarkan urutan waktu (Edisi ketiga Kamus Besar Bahasa Indonesia). Pertama penulis menceritakan apa yang akan penulis tuangkan dalam Tugas Akhir ini sesuai dengan peninjauan yang penulis lakukan, kemudian penulis menggambarkannya meskipun tidak terlalu terperinci. Untuk memperoleh informasi dan data-data yang diperlukan dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis melakukan beberapa hal sebagai berikut:

1. **Observasi Lapangan**

   Penulis melakukan observasi dan pengamatan secara langsung di lapangan. Seperti apa saja yang dilakukan para staf dan karyawan dalam proses memproduksi peta wisata belanja bandung ini.

2. **Wawancara**

   Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemimpin dan staf perusahaan. Berkaitan dengan tema yang penulis angkat dan apa yang penulis kurang mengerti dalam proses produksi ini. Berikut adalah beberapa pertanyaan yang penulis ajukan kepada pemimpin dan staf perusahaan :

   Apa fungsi utama barang yang diproduksi perusahaan.

   Apa saja persiapan yang dilakukan dalam proses pembuatan barang yang akan diproduksi oleh perusahaan.

Dimana saja tempat pendistribusian barang yang diproduksi perusahaan.

Apa perbedaan barang yang diproduksi perusahaan dengan barang yang diproduksi perusahaan lain.

1.6 Sistematika Penyajian

Selain sitematika penyajian, disini penulis juga menjelaskan kesimpulan atau pembahasan dari bab-bab yang ada dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Sistematika penyajiannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah yang berhubungan dengan tema yang penulis angkat. Disini penulis juga menjelaskan tentang gambaran umum proses produksi dalam suatu perusahaan.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan semua informasi tentang perusahaan dimana penulis melaksanakan PKL. Dari sejarah didirikannya perusahaan, visi misi perusahaan, sistem yang dipakai dalam perusahaan, dan sistem penilaian kinerja staf dan karyawan perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN PKL

Penulis menjelaskan semua kegiatan yang penulis lakukan selama pelaksanaan praktik kerja ini. Dalam bab ini, penulis

juga menjelaskan tentang sistem budaya perusahaan Jepang yang diterapkan di PT. ACM

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan tentang persiapan proses produksi barang yang akan diproduksi oleh perusahaan yang berhubungan dengan tema yang penulis angkat, tempat pendistribusiannya dan ciri khas yang membedakan barang tersebut dengan barang sejenis yang diproduksi perusahaan lain.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini, penulis menjelaskan tentang kesimpulan dari keseluruhan bab yang ada dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis juga memberikan saran untuk PT. ACM, fakultas dan jurusan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung yang dikenal sebagai kota Parisj Van Java, konon karena tatanan kotanya yang mirip kota Paris, telah berhasil menjadi kota yang mempunyai daya tarik khusus bagi orang yang berada di luar kota Bandung. Banyak daya tarik yang bisa dijumpai di kota Bandung seperti tempat-tempat wisata, aneka jenis makanan dan minuman, *pastry dan bakery*, pakaian dan hasil industri garmen lainnya, sehingga membuat wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara banyak berdatangan ke Kota Bandung. Begitupun dengan fasilitas hotel dan penginapan yang cukup nyaman dan banyak menarik wisatawan untuk menginap di Bandung. Oleh karena itu, kondisi ini dimanfaatkan oleh pemerintah kota Bandung agar kota Bandung lebih dikenal lagi baik di Indonesia maupun mancanegara dan oleh perusahaan-perusahaan seperti *travel and guide*, penyewaan kendaraan, restoran, *factory outlet*, dan perusahaan jasa lainnya untuk berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk para wisatawan.

Setiap *week end* atau *long week end* hampir semua hotel maupun penginapan penuh dengan wisatawan. Melihat kondisi ini, perusahaan yang memproduksi peta semakin banyak, karena fungsi peta sebagai alat penunjuk jalan, dan juga sebagai sumber informasi bagi wisatawan untuk dapat mengunjungi tempat-tempat yang mereka inginkan sehinggga waktu

merekapun menjadi lebih efisien, selain hal di atas, adanya peta sangat membantu perusahaan lain untuk mengembangkan tempat usaha mereka dan mengembangkan pemasaran produknya masing-masing agar lebih dikenal oleh semua wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu perusahaan yang memproduksi peta adalah PT. Akal Cahaya Media (ACM). Peta yang diproduksi oleh PT. ACM adalah Peta Wisata Belanja Bandung. Di dalamnya terdapat semua informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan, seperti tempat-tempat yang sudah penulis tulis sebelumnya.

Berdasarkan keterangan yang tertulis di atas, penulis memilih tema "Fungsi Peta yang diproduksi PT.ACM sebagai sumber informasi wisatawan". Tema di atas diambil karena menurut penulis, peta sangat membantu wisatawan maupun perusahaan lain bahkan membantu Dinas Pariwisata, khususnya Dinas Pariwisata kota Bandung dalam memperkenalkan keindahan kota Bandung ke seluruh Indonesia bahkan dunia.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini yaitu :

1. Peranan peta dalam membantu wisatawan, yaitu wisatawan domestik maupun mancanegara.
2. Bagaimana proses pembuatan barang yang akan diproduksi.
3. Dimana saja tempat pendistribusian barang dan perbedaan barang yang diproduksi oleh PT. ACM dengan barang produksi perusahaan lain.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. ACM adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Umum
   - Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Bahasa Jepang Fakultas Bahasa Universitas Widyatama
   - Untuk mengetahui dunia kerja yang sesungguhnya
2. Tujuan Khusus
   - Untuk mengetahui peranan peta dalam membantu wisatawan
   - Untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan barang yang akan diproduksi
   - Untuk mengetahui dimana saja tempat pendistribusian barang dan perbedaan barang yang diproduksi PT. ACM dengan barang produksi perusahaan lain

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Penulis melaksanakan kerja praktik yang wajib dilakukan sebagai salah satu syarat yang diterapkan oleh Universitas Widyatama di PT. Akal Cahaya Media (ACM) yang berlokasi di Jalan Pangkur No. 20 Bandung. Kerja praktik ini dilaksanakan selama 100 jam, dan dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan. Terhitung dari tanggal 29 Pebruari 2007 sampai dengan 10 April 2007.

1.5 Metode Peninjauan dan Penyusunan Laporan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode narasi-deskriptif, yaitu cerita atau deskripsi suatu kejadian yang disusun berdasarkan urutan waktu (Edisi ketiga Kamus Besar Bahasa Indonesia). Pertama penulis menceritakan apa yang akan penulis tuangkan dalam Tugas Akhir ini sesuai dengan peninjauan yang penulis lakukan, kemudian penulis menggambarkannya meskipun tidak terlalu terperinci. Untuk memperoleh informasi dan data-data yang diperlukan dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis melakukan beberapa hal sebagai berikut:

1. **Observasi Lapangan**

   Penulis melakukan observasi dan pengamatan secara langsung di lapangan. Seperti apa saja yang dilakukan para staf dan karyawan dalam proses memproduksi peta wisata belanja bandung ini.

2. **Wawancara**

   Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemimpin dan staf perusahaan. Berkaitan dengan tema yang penulis angkat dan apa yang penulis kurang mengerti dalam proses produksi ini. Berikut adalah beberapa pertanyaan yang penulis ajukan kepada pemimpin dan staf perusahaan :

   Apa fungsi utama barang yang diproduksi perusahaan.

   Apa saja persiapan yang dilakukan dalam proses pembuatan barang yang akan diproduksi oleh perusahaan.

Dimana saja tempat pendistribusian barang yang diproduksi perusahaan.

Apa perbedaan barang yang diproduksi perusahaan dengan barang yang diproduksi perusahaan lain.

1.6 Sistematika Penyajian

Selain sitematika penyajian, disini penulis juga menjelaskan kesimpulan atau pembahasan dari bab-bab yang ada dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Sistematika penyajiannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah yang berhubungan dengan tema yang penulis angkat. Disini penulis juga menjelaskan tentang gambaran umum proses produksi dalam suatu perusahaan.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan semua informasi tentang perusahaan dimana penulis melaksanakan PKL. Dari sejarah didirikannya perusahaan, visi misi perusahaan, sistem yang dipakai dalam perusahaan, dan sistem penilaian kinerja staf dan karyawan perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN PKL

Penulis menjelaskan semua kegiatan yang penulis lakukan selama pelaksanaan praktik kerja ini. Dalam bab ini, penulis

juga menjelaskan tentang sistem budaya perusahaan Jepang yang diterapkan di PT. ACM

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan tentang persiapan proses produksi barang yang akan diproduksi oleh perusahaan yang berhubungan dengan tema yang penulis angkat, tempat pendistribusiannya dan ciri khas yang membedakan barang tersebut dengan barang sejenis yang diproduksi perusahaan lain.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini, penulis menjelaskan tentang kesimpulan dari keseluruhan bab yang ada dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis juga memberikan saran untuk PT. ACM, fakultas dan jurusan.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Akal Cahaya Media didirikan pada tanggal 6 September 2006 dan diresmikan pada bulan Pebruari. PT.Akal Cahaya Media dipelopori oleh Bapak Wisnu Handayana, SS yang saat ini menjabat sebagai direktur perusahaan. Perusahaan ini berdiri di bawah naungan Yayasan Kerjasama Budaya Internasional (YKBI) yang dipimpim oleh Niniek syafrudin, Dra. MA.

PT. Akal Cahaya Media adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi, bergerak juga dalam bidang percetakan, dan jasa, yaitu memproduksi peta dan majalah. Peta yang diproduksi oleh PT. ACM adalah Peta Wisata Belanja Bandung, dan majalahnya adalah Majalah Karir-*Up.*

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

Untuk saat ini, kegiatan utama perusahaan adalah memproduksi Peta dan Majalah. Peta yang diproduksi adalah Peta Wisata Belanja Bandung (PWBB). Selain fungsi dasarnya sebagai penunjuk arah, PWBB juga memberikan informasi tempat-tempat yang biasa dikunjungi wisatawan maupun yang belum pernah dikunjungi wisatawan. Sedangkan Majalah yang diproduksi adalah Majalah Karir-*Up*. Karir-*Up* adalah

majalah lowongan kerja yang diterbitkan setiap satu bulan sekali. Berdasarkan namanya, majalah ini merupakan sebuah media yang bertujuan membantu pembacanya untuk meningkatkan kehidupan pribadi (karir dan kepribadian) dan kehidupan sosial (*relationship and social skills*).

2.2.1. Visi

PT. Akal Cahaya Media mempunyai visi yakni sebagai perusahaan yang ingin menciptakan ide-ide cemerlang dalam bidang produksi, percetakan dan jasa.

2.2.2. Misi

PT. ACM mempunyai misi yakni sebagai perusahaan yang menginspirasi, memotivasi perusahaan lain dan bahkan perorangan (pembaca) dalam menghadapi persaingan dan perkembangan dalam dunia kerja.

Oleh karena itu perusahaan melakukan beberapa hal yang dapat mewujudkan visi dan misi perusahaan.

Dalam bidang percetakan, PT. ACM melakukan beberapa kegiatan, antara lain sebagai berikut :

1. Desain dan cetak grafis

   Membuat desain sesuai dengan keinginan perusahaan dan klien.

2. Memperdayakan hasil-hasil dari percetakan

Menerbitkan produk kemudian memasarkan produk tersebut.

3. Percetakan Buku-buku

   Membuat *pocket book* dan majalah.

Dalam bidang jasa, antara lain :

1. Jasa kesenian dan pameran

   Bekerjasama dengan instansi atau perusahaan lain untuk mengadakan berbagai *event job fair*.

2. Periklanan

2.3. Lokasi dan Luas Areal Perusahaan

Penulis melakukan praktik kerja lapangan di PT. ACM yang berlokasi di Jalan Pangkur no. 20 Rt/Rw : 04/09 Kelurahan Turangga Kecamatan Lengkong Bandung. Perusahaan memiliki luas area sebesar 446 m^2.

2.3.1. Deskripsi Pekerjaaan

1. Direktur

- Mengelola perusahaan secara keseluruhan
- Mengawasi cara kerja semua divisi
- Meminta informasi progress pekerjaan, kendala pekerjaan staf perusahaan, dan membahas solusinya (Hal ini dilakukan selama satu minggu sekali)

2. Divisi Umum

1) Administrasi Keuangan

- Mengatur dan membuat alur keluar masuk kas perusahaan
- Mengatur pemakaian kas perusahaan sesuai dengan perencanaan
- Membuat laporan keuangan setiap akhir bulan
- Menghitung dan membayar pajak-pajak yang menjadi kewajiban perusahaan setiap bulannya
- Membuat Laporan keuangan pada akhir tahun
- Melaporkan laba/rugi perusahaan kepada kantor pajak pada setiap akhir tahun

2) *Human Resource*

- Melakukan perekrutan staf perusahaan, dari awal penerimaan calon kandidat sebagai pegawai perusahaan sampai dengan terpilihnya kandidat
- Membuat Surat Perjanjian Kerja antara staf perusahaan yang baru dengan perusahaan
- Mengontrol daftar kehadiran staf perusahaan

3. Divisi Marketing

1) Marketing Manager (Peta Wisata Belanja Bandung)

- Mengatur staf marketing
- Mengatur perencanaan peta mulai dari proses pembuatan sampai dengan tempat pendistribusian peta
- Melakukan perekrutan staf marketing
- Menyusun estimasi biaya setiap projek

- Merencanakan pembagian wilayah untuk masing-masing staf marketing
- Melakukan training untuk staf marketing
- Membantu menyelesaikan kendala yang dihadapi staf marketing di lapangan

Dibawah Marketing Manager terdapat dua bagian, yaitu :

a) Marketing
   - Menawarkan *space* iklan dengan cara datang langsung ke tempat klien dan melalui telepon
   - Menawarkan *space* iklan di *website*
   - *Maintenance customer*

b) Marketing *Support*
   - Membuat Surat Penawaran untuk marketing
   - Memasukkan data konsumen dan calon konsumen
   - Memasukkan laporan harian marketing
   - Memasukkan surat tugas keluar untuk marketing
   - Menyimpan arsip data surat penawaran

2) Marketing Manager (Majalah karir-*up*)

Dibawah marketing manager untuk majalah karir-*up* juga terdapat dua bagian lagi, yaitu :

a) Marketing
   - Menawarkan *stand* dan iklan lowongan kerja ke instansi
   - Menawarkan iklan di majalah

- Menawarkan iklan di *website*
- Bernegosiasi dengan instansi
- Membuat *event job fair*

b) Marketing *Support*

- Menatausahakan surat masuk dan surat keluar divisi majalah (Surat Penawaran, Surat Kerjasama dengan pihak lain, dan Surat Konsinyasi)
- Menatausahakan materi iklan majalah
- Bertanggungjawab atas pemasukan dan pengarsipan *database* perusahaan
- Bertanggungjawab untuk melakukan pengiriman berkala ke HRD (*Human Resource Development*) perusahaan, *agency*, perpustakaan, kampus, dan *klien* perusahaan.

4. Divisi Informasi Teknologi (IT)

Supaya cara kerja Divisi ini lebih terkendali, Divisi ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1) Ilmu Teknologi

- Bertanggungjawab atas koneksi *maintenance* dan koneksi internet semua komputer yang ada di kantor
- Bertanggungjawab atas *hardware* komputer di kantor
- Bertanggungjawab atas pengolahan data *klien* pengguna *website*, pembuatan *website* perusahaan (YKBI.*com*, ACM.*com*, dan Peta Wisata Belanja Bandung.*com*)

- Mengolah *database* untuk *klien* yang terdaftar di *website* (Lowongan kerja dan Peta wisata belanja bandung)
- *Website development*, yaitu selalu mengganti data yang sudah ada dengan data terbaru.

2) *Design*

- Membuat konsep *design* dan menjabarkannya, dari awal pembuatan sampai produk tersebut selesai dan siap dipasarkan
- Membuat *design* yang sesuai dengan keinginan *klien*
- Membuat *design* peta, dari gambar, warna dan letak disesuaikan dengan keinginan *klien* dan marketing

2.4. Sistem Penilaian Kinerja

Setiap perusahaan pasti memiliki sistem standar penilaian kinerja untuk semua staf dan karyawan perusahaan. Berikut penjelasan sistem penilaian kinerja individu yang sesuai dengan standar penilaian kinerja.

Untuk penilaian kinerja individu ini, perusahaan melihat dan menilai dari ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

2.4.1. Kompetensi Pribadi

Yang terdiri atas :

1. *Performance* (penampilan), yaitu dilihat dari busana dan kerapian, penampilan fisik, dan etika sosial / kerja.

2. *Adaptation* (kemampuan adaptasi), yaitu dilihat dari penyesuaian diri dan penerimaan oleh rekan kerja, penyesuaian diri dan penerimaan oleh *customer*, dan penyesuaian diri pada pekerjaan.
3. *Integrity* (mentalitas), yaitu dilihat dari pelaksanaan / pengamalan *Sha Zhe* (motto perusahaan), pelaksanaan / pengamalan *Yotsu no Kansha* (rasa terimakasih), dan pelaksanaan / pengamalan *Yotsu no Ai* (emosional).

2.4.2. Kompetensi Kerja

Yang terdiri atas :

1. *Communication* (kemampuan komunikasi), yaitu dilihat dari :
   - Suara jelas dan lantang
   - Isi pembicaraan mudah dipahami
   - Susunan kalimat yang tepat saat pembicaraan formal atau non-formal
2. *Work Standard* (standar kerja)
   - Berusaha keras memberikan hasil terbaik
   - Ketahanan kerja, dengan kata lain kuat terhadap stress (tekanan kerja)
3. *Spirit and Energy* (keceriaan dan semangat kerja)
   - Mempertahankan tingkat aktifitas yang tinggi (etos kerja)
   - Inisiatif dan proaktif dalam menyampaikan gagasan
   - Semangat dan energi yang tinggi (mood kerja)

4. *Team Work* (kerjasama tim)
   - Kerjasama dengan seluruh rekan kerja
   - Mengutamakan mencapai tujuan kerja bersama / tim
   - Memberi bantuan dan semangat (motivasi) pada rekan kerja
5. *Customer Service* (pelayanan pelanggan)
   - Memberi perhatian pada *customer*
   - Membuka hubungan dan kedekatan dengan *customer*
   - Melayani *Customer* (kecepatan dan ketepatan)
   - Menangani keluhan dan permintaan *customer*
6. *Motivational Fit* (kecocokan motif)
   - Kecocokan dengan pekerjaan
   - Kecocokan dengan lokasi kerja
7. *Knowledge* (wawasan pengetahuan)
   - Pengetahuan tentang produk
   - Wawasan tentang kesehatan

2.5. Aturan-aturan Kerja

Setiap perusahaan memiliki peraturan yang harus ditaati oleh setiap katyawan yang terlibat dalam perusahaan. Dalam hal ini, penulis hanya akan menjelaskan peraturan pekerjaan tentang kehadiran dan dasar pemberian sanksi yang diterapkan oleh PT. ACM.

2.5.1. Kehadiran

Ada beberapa ketentuan yang diberlakukan oleh perusahaan, antara lain sebagai berikut :

1. Karyawan wajib memulai dan mengakhiri pekerjaan sesuai dengan jam kerja yang telah ditetapkan perusahaan
2. Karyawan wajib mencatat kehadirannya dengan kartu absen atau laporan presensi harian pada setiap masuk dan pulang dari tempat kerja atau waktu lain yang ditentukan perusahaan
3. Dilarang mengabsensi, mengisikan, menandatangani kartu atau daftar hadir orang lain. Pelanggaran terhadap hal ini dianggap sebagai pelanggaran tata tertib
4. Keterlambatan masuk kerja, meninggalkan tempat kerja sebelum waktu kerja berakhir, dan ketidakhadiran sehari penuh harus sepengetahuan atasan masing-masing dan dilaporkan ke HRD.
5. Apabila karyawan terlambat atau tidak hadir karena halangan yang bersifat *force majeur* (misalnya : banjir, kebakaran huru hara, kecelakaan dll) akan dianggap tidak terlambat atau dianggap hadir jika telah mendapat ijin dari atasannya.
6. Karyawan yang hadir di tempat kerja setelah jam kerja sudah dimulai, dianggap terlambat. Karyawan yang lalai mencetak kartu amino saat dia hadir akan dianggap tidak masuk kerja, kecuali segera melaporkan hal tersebut kepada atasannya.

2.5.2. Pemberitahuan Ketidakhadiran

Ketidakhadiran tanpa pemberitahuan terlebih dahulu wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut :

1. Pada hari mulai kerja, karyawan wajib memberitahukan kepada perusahaan tentang alasan tidak hadirnya melalui surat, telepon, kurir atau lainnya yang kemudian atasan yang bersangkutan menginformasikan kepada HRD (*Human Resource Development*) untuk penulisan absensi. Dalam hal ini, apabila atasan juga berhalangan, maka karyawan diwajibkan untuk menyampaikan kepada HRD, yang selanjutnya HRD akan menginformasikan kepada atasan.
2. Pada hari mulai kerja atau selambat-lambatnya 2 (dua) hari setelah karyawan tersebut tidak hadir, karyawan wajib mempertanggung-jawabkan alasan ketidakhadirannya.
   - Bila sakit, menyerahkan Surat Keterangan Istirahat Kerja dari dokter disertakan juga copy resep obatnya.
   - Bila memenuhi panggilan berwajib, diminta menyerahkan surat panggilan yang dimaksud.
   - Bukti-bukti tertulis yang sah atau pernyataan tertulis lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan dan dinilai layak serta dapat diterima perusahaan.

2.5.3. Mangkir

1. Apabila karyawan tidak masuk kerja tanpa alasan yang dapat diterima perusahaan, maka karyawan tersebut dianggap mangkir.
2. Dalam hal karyawan mangkir selama 5 (lima) hari kerja berturut-turut, tanpa keterangan secara tertulis yang dilengkapi bukti yang sah, dan telah dipanggil oleh perusahaan sebanyak 2 (dua) kali, karyawan tersebut dianggap mengundurkan diri. Dengan demikian perusahaan dapat melakukan pemutusan hubungan kerja dengan karyawan tanpa penetapan Lembaga Penyelesaian Hubungan Industrial sebagaimana ditetapkan dalam Undang-undang Ketenagakerjaan No.13 tahun 2003.

2.5.4. Dasar Pemberian Sanksi

1. Sanksi diberikan terhadap pelanggaran peraturan atau tata tertib perusahan yang dilakukan oleh karyawan
2. Jenis sanksi dibedakan atas :
   - Surat Teguran Lisan/Tertulis
   - Surat Peringatan I
   - Surat Peringatan II
   - Surat Peringatan III
   - Pembebasan Tugas Sementara (skorsing)
   - Pemutusan Hubungan Kerja
3. Pemberian sanksi atas pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan sesuai dengan tingkat pelanggaran yang diatur oleh perusahaan.

2.5.5. Tingkat Pelanggaran dan Pemberian Sanksi

Ada beberapa tingkat pelanggaran yang diterapkan perusahaan, antara lain sebagai berikut :

1. Pelanggaran Tingkat I dengan sanksi Surat Teguran Lisan / Tertulis :
   - Datang terlambat tanpa alasan yang dapat diterima
   - Mangkir 1 (satu) hari dalam sebulan
   - Meninggalkan tempat kerja atau pulang lebih awal tanpa alasan yang bisa diterima
   - Tidak mematuhi pengarahan atasan
2. Pelanggaran Tingkat II dengan sanksi Surat Peringatan I :
   - Mangkir 2 (dua) hari dalam sebulan
   - (tiga) kali dalam sebulan datang terlambat atau meninggalkan pekerjaan untuk keperluan pribadi
   - Pengulangan lebih dari 2 (dua) kali atas pelanggaran tingkat I dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan
3. Pelanggaran Tingkat III dengan sanksi Surat Peringatan II :
   - (empat) kali dalam sebulan datang terlambat
   - Mangkir 3 (tiga) hari berturut-turut atau 5 (lima) hari berturut-turut dalam sebulan
   - Pengulangan atas pelanggaran tingkat II dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan

BAB III

PELAKSANAAN PKL

3.1. Pelaksanaan

Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Akal Cahaya Media (ACM) yang berlokasi di Jl. Pangkur No. 20 Bandung. Penulis melaksanakan PKL selama kurun waktu kurang lebih 100 jam, terhitung dari tanggal 29 Pebruari 2007 sampai dengan 10 April 2007. Seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya, PT. ACM adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi, penerbitan dan jasa. Perusahaan berdiri di bawah naungan Yayasan Kerjasama Budaya Internasional (YKBI) yang dipimpin oleh Niniek syafrudin, Dra. MA. Untuk saat ini, produk yang sudah diterbitkan adalah Peta Wisata Belanja Bandung (PWBB) dan Majalah Karir-Up.

Namun dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis lebih memfokuskan untuk membicarakan tentang fungsi peta yang diproduksi oleh perushaan. Di Jepang sendiri, keberadaan peta sudah memasyarakat. Kita bisa menemukan peta diberbagai tempat, terutama pusat perbelanjaan, stasiun dan bandar udara. Definisi peta yang sebenarnya adalah alat peraga berupa gambar yang dapat memberikan informasi. Berbagai informasi letak atau lokasi sebuah tempat yang ingin kita kunjungi bisa kita dapat dengan melihat peta . Tetapi penyajian informasinya harus disesuaikan dengan jenis peta tersebut. Kota Bandung sangat terkenal memiliki

berbagai aneka jenis makanan khas dan tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Semakin hari wisatawan yang datang semakin banyak. Oleh karena itu, keberadaan peta sangat penting untuk wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Keadaan ini memicu semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi berbagai jenis peta.

PT. ACM memproduksi peta wisata yang selain memberikan informasi umum, peta yang diproduksi oleh perusahaan lebih menitikberatkan informasi semua tempat wisata yang biasa dikunjungi masyarakat, baik tempat-tempat bersejarah, restoran yang terkenal dan tempat-tempat menarik lainnya yang biasa dikunjungi oleh wisatawan pada umumnya. Keberadaan peta lebih bisa menghemat waktu wisatawan dalm mencari tempat yang mereka ingin kunjungi. Itu salah satu alasan kenapa PT. ACM memproduksi peta wisata.

Selama penulis melaksanakan praktik kerja di perusahaan, banyak pengalaman baru yang penulis peroleh terutama dalam hal pekerjaan yang sebelumnya penulis sama sekali tidak ketahui. Selain itu, penulis juga mengetahui bahwa budaya perusahaan Jepang diterapkan juga dalam perusahaan. Seperti adanya kegiatan yang disebut dengan istilah ***Horensou*** （報連相） dan ***Chourei*** **(朝礼).** Karena kedua kegiatan tersebut sangat berpengaruh sekali untuk perkembangan dan kemajuan perusahaan. Berikut penulis akan menjelaskan pengertian tentang kegiatan tersebut.

HORENSHOU（報連相） adalah singkatan dari ***Hou, houkoku*** （報告）**,** yang artinya melaporkan. ***Ren, renraku***（連絡）, yang artinya menginformasikan. Dan ***Sou, soudan*** （相談）, yang artinya mengkonsultasikan. Di perusahaan terdapat beberapa level untuk ***Horensou***（報連相）、 tetapi dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis hanya akan menjelaskan level ***Horensou***（報連相）untuk pemula, yaitu sebagai berikut :

1. ***Hou***、***houkoku,***（報告） **,** meliputi berbagai macam aturan, antara lain :
   - Telah diketahui prinsip dasar bahwa “melaporkan dengan jujur”
   - Setelah selesai pekerjaan, langsung lapor kepada orang yang memberi instruksi, dengan/secara langsung
   - Apabila perintah dari bukan atasan langsung, karyawan harus tetap langsung melaporkan ke atasan secara langsung
   - Melakukan ***Houkoku*** secara ringkas dengan hasil dulu baru proses
   - Menjelaskan dengan cara yang mudah dimengerti, dengan menggunakan 5W1H (*What, Why, When, Where, Who dan How*)
2. ***Ren ,renraku,*** （連絡）
   - Hal apa yang dianggap perlu, setiap kali mengalirkan informasi yang segar dan terbaru. (Yang penting *timing* dan kesegaran)
   - Menjelaskan informasi secara mudah dimengerti, dengan menggunakan 5W1H (*What, Why, When, Where, Who dan How*)

- Walaupun memahami prinsip informasi, bahwa hal yang buruk (Informasi *minus***)** harus tetap melakukan ***Renraku*** secepatnya, namun demikian kadang-kadang ragu

3. ***Sou,soudan,*** **（相談）**

- Melakukan konsultasi yang dianggap perlu dikonsultasikan dengan atasan, seperti “Sebaiknya bagaimana?”
- Menjelaskan secara mudah dimengerti, dengan menggunakan 5W2H
- Harus sering melakukan konsultasi, tetapi kadang-kadang bingung sendiri, seperti “Bagaimana ya?”

Chourei **（朝礼）** adalah apel pagi. ***Chourei*** dilaksanakan seminggu sekali, yaitu diadakan pada hari Selasa tepatnya jam 09：00 WIB, yakni sebelum memulai kegiatan pekerjaan yang lainnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui langkah-langkah selanjutnya dalam menyelesaikan pekerjaan dan evaluasi pekerjaan yang sudah dilakukan. Setiap staf maupun karyawan harus memberikan laporan pekerjaan apa saja yang sudah dilakukan seminggu sebelumnya dan rencana apa yang akan dilakukan untuk seminggu yang akan datang. Sehingga atasan mengetahui perkembangan pekerjaaan yang telah diselesaikan ataupun yang belum diselesaikan oleh staf dan karyawan perusahaan.

Kegiatan lain yang dilakukan perusahaan untuk perkembangan perusahaan adalah dengan mengadakan ***Training*** marketing. ***Training*** ini dilaksanakan juga seminggu sekali, tetapi training diadakan pada hari

sabtu. Tujuannya adalah untuk menyiapkan tim marketing ke lapangan yang dibekali dengan pelatihan-pelatihan yang tentu saja berhubungan dengan marketing. Kegiatan ini juga sangat bermanfaat untuk kemajuan perusahaan. Karena dalam kegiatan ini, semua staf marketing bisa lebih terbuka untuk membicarakan kendala apa saja yang dihadapi waktu dilapangan dan hal apa saja yang tidak layak dilakukan oleh seorang marketing. Dalam kegiatan ini, pemimpin memberikan solusi apa yang tepat agar kendala itu tidak dialami lagi oleh seorang marketing.

Walaupun penulis hanya melasanakan kerja praktik, tetapi penulispun wajib melakukan kegiatan-kegiatan tersebut di atas. Dalam melaksanakan kerja praktik ini, Penulis ditempatkan sebagai staf sirkulasi peta dan majalah. Dan di bawah ini adalah berbagai kegiatan pekerjaan yang penulis lakukan.

Dalam proses produksi Peta Wisata Belanja Bandung (PWBB), penulis melakukan pekerjaan sebagai berikut :

1. Menghubungi instansi atau perusahan lain, yang ada dalam *database* perusahaan, yaitu untuk memberikan surat penawaran *space* iklan yang akan dimuat dalam PWBB.
2. Pengarsipan Surat Tugas Luar, yaitu mencatat setiap kegiatan staf marketing yang keluar. Tujuannya untuk mengetahui tempat mana saja yang sudah dan belum dikunjungi staf marketing.

3. Pengarsipan Tanda Terima, yaitu mencatat tempat atau pihak mana saja yang sudah menerima kiriman barang dan berapa jumlah barang yang sudah diterima oleh pihak tersebut.
4. Mengoreksi ulang peta yang sudah "jadi", upaya ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan cetak, baik dalam penulisan maupun pewarnaan.
5. Menghitung jumlah peta yang sudah terjual.
6. Menghitung peta yang tidak layak dijual untuk kemudian ditukar kembali sesuai dengan jumlah peta yang mengalami kerusakan dari bagian percetakan tersebut.

Sedangkan dalam proses produksi Majalah Karir-*Up*, penulis melakukan pekerjaan sebagai berikut :

1. Menghubungi instansi atau perusahaan lain, yang ada dalam *database* perusahaan (umumnya perusahaan Jepang), yaitu untuk memberikan surat penawaran pemasangan *space* iklan lowongan kerja. Setiap harinya penulis harus menghubungi sekitar 250 perusahaan yang ada di Indonesia.
2. Menterjemahkan surat penawaran Karir-*Up* untuk dikirim ke perusahaan Jepang.
3. Menterjemahkan formulir surat penawaran pemasangan iklan dari majalah karirplus untuk Karir-*Up* yang kemudian akan dikirim ke perusahaan Jepang.
4. Menyiapkan pengiriman majalah.

3.2. Hambatan-hambatan dalam Pelaksanaan PKL

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam diri penulis.Oleh karena penulis menghadapi beberapa hambatan. Khususnya dalam penerjemahan, baik secara lisan maupun tulisan. Seperti dalam menerjemahkan surat penawaran maupun formulir penawaran, penulis banyak menemui kesulitan. Dikarenakan pengetahuan huruf kanji yang kurang dan penggunaan kata yang tepat. Termasuk juga saat kegiatan ***Chourei.*** Karena penulis kurang terbiasa mendengar secara langsung percakapan orang Jepang maupun berbicara langsung dengan orang Jepang, penulis mengalami banyak kesulitan dalam menerjemahkan secara langsung. Tetapi dalam hal ini, pembimbing sangat membantu penulis. Pembimbing banyak memberi penulis kesempatan bertanya tentang apa saja kesulitan yang dialami penulis selama menerjemahkan maupun dalam hal pekerjaan lainnya yang penulis lakukan.

BAB IV

PEMBAHASAN

Setiap perusahaan dalam memproduksi suatu barang atau produk pasti memiliki tujuan dan moto perusahaan. Sesuai dengan moto perusahaan yaitu "Kami bantu usaha Anda..", PT. ACM ingin memberikan pelayanan terbaik untuk perusahaan-perusahaan yang telah bekerjasama dengan perusahaan. Untuk memperlancar dalam mengembangkan dan memajukan perusahaan, perusahaan pasti memiliki persiapan tertentu. Seperti dimana tempat pendistribusian barang dan perbedaan yang khas dari barang yang akan diproduksi dengan barang yang diproduksi perusahaan lain.

4.1. Persiapan Proses Produksi PWBB

Penulis hanya menjelaskan persiapan untuk proses produksi Peta Wisata Belanja Bandung (PWBB).Berikut adalah beberapa persiapan dari awal proses produksi PWBB sampai barang siap dipasarkan. Dibawah ini adalah beberapa persiapan yang dilakukan perusahaan, antara lain sebagai berikut :

1. Marketing

   Perusahaan menyiapkan staf marketing yang handal untuk memperlancar proses produksi.

2. Klien

   Staf marketing menghubungi perusahaan lain untuk bersedia atau tidaknya mereka memasang *space* iklan yang terdapat di PWBB.

3. Follow up

   Staf marketing menghubungi perusahaan yang sudah dihubungi sebelumnya untuk mengkonfirmasi ulang tentang pemasangan *space* iklan.

4. Desain

   Staf memberikan contoh desain untuk *space* iklan yang akan dimuat dalam PWBB.

5. *Confirm*

   Staf harus mengkonfirmasi desain seperti apa yang diinginkan perusahaan atau instansi lain tetapi disesuaikan dengan ketentuan perusahaan.

6. Cetak

   Setelah konfirmasi desain, perusahaan bekerjasama dengan percetakan untuk mencetak barang yang akan diproduksi tersebut.

4.2. Tempat Pendistribusian PWBB

Dibawah ini penulis akan menjelaskan dimana saja tempat pendistribusian PWBB. Peta yang sudah siap dipasarkan, didistribusikan ke tempat-tempat atau perusahaan yang memasang *space* iklan di PWBB, seperti Hotel, Restoran, Cafe, Taksi, *pastry dan bakery*, Museum & tempat

bersejarah lainnya. Peta yang didistribusikan ke tempat-tempat tersebut diberikan secara gratis, jumlahnya disesuaikan dengan harga *space* yang dibeli. PWBB dijual di lapak-lapak dan transportasi umum, seperti di stasiun (dalam dan luar Bandung), serta keagen-agen penyalur yang bekerjasama dengan perusahaan.

4.3. Perbedaan PWBB dengan Peta yang Diproduksi Perusahaan Lain

PWBB memiliki ciri khas tertentu yang tidak terdapat di peta atau barang produksi perusahaan lain, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Lebih praktis digunakan, karena bentuknya yang kecil dan bisa dilipat sesuai keinginan konsumen.
2. Konsumen bisa lebih banyak mengetahui tempat-tempat wisata yang ada di Kota Bandung.
3. Lokasi wisata diterangkan secara detail, sehingga memudahkan wisatawan untuk menemukan lokasi yang mereka inginkan.
4. Konsumen bisa mengetahui semua informasi tentang PWBB melalui *website*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melaksanakan PKL di PT. ACM, penulis tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang dunia kerja yang sesungguhnya, tetapi penulis juga memperoleh pengalaman kerja di sebuah perusahan yang bergerak dalm bidang produksi. Oleh karena itu, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa untuk memproduksi sebuah barang atau produk, perusahaan harus memiliki moto yang tentunya berbeda dengan perusahaan lain dan tujuan atau manfaat dari barang yang akan diproduksi harus jelas. Dalam hal ini juga penulis mengetahui bahwa proses produksi sebuah barang (Peta dan Majalah) ternyata tidak mudah. Karena barang yang akan diproduksi harus memiliki ciri khas yang berbeda dengan barang yang diproduksi oleh perusahaan lain, meskipun barang yang diproduksi sejenis. Peta Wisata Belanja Bandung yang diproduksi oleh PT. ACM sangat berbeda dengan peta yang diproduksi perusahaan lain. Seperti yang penulis jelaskan sebelumnya, PWBB lebih menitikberatkan informasi yang erat hubungannya dengan pariwisata. Menurut penulis, PWBB secara tidak langsung membantu Dinas Pariwisata Kota Bandung. Karena telah memperkenalkan tempat-tempat wisata yang sebagian belum diketahui oleh wisatawan pada umumnya.

Selain mengetahui hal-hal yang tersebut di atas, penulis juga mengetahui bahwa budaya perusahaan Jepang diterapkan juga di perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, salah satunya adalah PT. ACM. Budaya perusahaan Jepang yang diterapkan PT. ACM memiliki peranan yang sangat penting. Karena selain memperkenalkan budaya Jepang kepada para staf dan karyawan, yang sebelumnya tidak mengenal budaya Jepang sama sekali, mereka bisa mengenal budaya Jepang secara tidak langsung. Hal itu juga menyebabkan para staf dan karyawan secara tidak langsung bisa mengerti bahasa Jepang tanpa harus belajar di sebuah lembaga bahkan Universitas.

5.2. Saran

5.2.1. Saran untuk PT. Akal Cahaya Media

Sebaiknya perusahaan memberikan atau mempersiapkan posisi (Jabatan) yang jelas untuk mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di perusahaan. Sehingga pekerjaan dan tanggungjawab pun lebih terarah dan jelas. Termasuk juga dalam hal penentuan waktu pelaksanaan PKL, karena apabila waktu tidak ditentukan oleh perusahaan, pelaksanaan PKL tidak akan sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh pihak Universitas. Dengan kata lain, pelaksanaan PKL bisa mempercepat atau bahkan menghambat waktu pelaksanaan PKL. Seperti yang seharusnya selesai dalam kurun waktu satu bulan, tetapi pelaksanaan baru selesai setelah dua bulan.

5.2.2. Saran untuk Fakultas dan Jurusan

Sebaiknya tempat pelasanaan Praktik Kerja harus erat hubungannya dengan pendidikan yang mahasiswa peroleh dan itu ditentukan oleh pihak Fakultas dan Jurusan. Supaya mahasiswa lebih dahulu mempersiapkan diri dan untuk lebih mengenal tempat tersebut maupun orang-orang yang terlibat didalamnya, hal itu memudahkan mahasiswa dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Dan juga supaya tidak menyimpang dari bahasa atau pendidikan yang mahasiswa peroleh selama belajar di perguruan tinggi, karena ilmu yang mereka peroleh benar-benar digunakan pada saat mereka melaksanakan PKL.

DAFTAR PUSTAKA

Chandra T., 2005, Kamus Jepang - Indonesia, Indonesia - Jepang, Evergreen Japanese Course

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2001, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, Balai pustaka

Matsura Kenji, 1994, Kamus Bahasa Jepang – Indonesia. Kyoto, Sangyo University Press.

Nelson Andrew N, 2005, Kamus Kanji Modern Jepang – Indonesia. Jakarta, PT Kesaint Blanc.

Taniguchi Goro, 1992, Kamus Standar Bahasa Indonesia – Jepang. Jakarta, PT Dian Rakyat.

UNIVERSITAS WIDYATAMA