

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PADA PT. TELKOMSEL**

**MUHAMMAD LUTHFI  
8215145258**



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2018**

***INTERNSHIP REPORT  
AT PT.TELKOMSEL***

**MUHAMMAD LUTHFI  
8215145258**



*This Internship Report was written to fulfill one of the requirements to get a Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economic of State University of Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT  
MARKETING CONCENTRATION  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2018***

## **ABSTRAK**

**Muhammad Luthfi.** Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Divisi Sales, Subdivisi Contact Center Management kantor pusat PT. TELKOMSEL, Jakarta 10 Juli 2017 – 05 September 2017 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan bagi Praktikan bertujuan untuk menambah pengalaman dan melatih diri untuk persiapan persaingan di dunia kerja nanti. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Divisi Sales Subdivisi Contact Center Management bagian Departemen Walk-in and International Operation Management kantor pusat PT.TELKOMSEL. Tugas yang diberikan kepada Praktikan antara lain melakukan kunjungan ke beberapa gerai GraPARI, membuat rancangan *service blueprint* GraPARI, mengidentifikasi layanan pelanggan yang terdapat di GraPARI, membuat analisis SWOT dan STP dari GraPARI, membuat bahan presentasi tentang GraPARI. Dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini, Praktikan mengetahui bagaimana pemasaran produk dan jasa dari TELKOMSEL di GraPARI.

Kata Kunci: PT.TELKOMSEL, *Marketing*, Walk-in and International Operation Management

## **ABSTRACT**

**Muhammad Luthfi.** *The Internship Report at the Division of Sales part a Subdivision Contact Center Management (CCM) PT.TELKOMSEL , Jakarta July 10, 2017 – September 05, 2017 Majoring of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta*

*Implementation of internship aims to add to the experience and train yourself in preparation for competition in the world of work later. Internee implement the internship to Division of Sales part a Subdivision Contact Center Management in Department of Walk-in and Intenational Operation Management at central office of PT.TELKOMSEL. The task given to internee among others make visit some outlet of GraPARI, make a plan blueprint service of GraPARI, identifying customer service in GraPARI, maka SWOT analysis and STP of GraPARI, and make a presentation about GraPARI. From this internship internee find out and understand how to marketing product and service of TELKOMSEL in GraPARI.*

*Keywords: PT.TELKOMSEL, Marketing, Walk-in and International Operation Management*

## **LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR**

### **Laporan Praktik Kerja Lapangan**

Judul : Praktik Kerja Lapangan Pada PT.TELKOMSEL  
Nama Praktikan : Muhammad Luthfi  
Nomor Registrasi : 8215145258  
Program Studi : S1 Manajemen

Setuju untuk Ujian:

Menyetujui,

Pembimbing



Ika Febrilia, S.E, M.M.,

NIP. 19870209 201504 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Andrian Haro S.Si., M.M.

NIP. 19850924 201404 1 002

Seminar pada Tanggal:..... 22 Mei 2018 .....

**LEMBAR PENGESAHAN**

Koordinator Program Studi SI Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Andrian Haro S.Si., M.M.

NIP. 19850924 201404 1 002

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Andrian Haro S.Si., M.M.</u> NIP. 19850924 201404 1 002	 .....	<u>28 Juni 2018</u> .....
Penguji Ahli		
<u>Shandy Aditya BIB. M.PBS</u> DPK	 .....	<u>28 Juni 2018</u> .....
Dosen Pembimbing		
<u>Ika Febrilia, S.E., M.M.</u> NIP. 19870209 201504 2 001	 .....	<u>2 Juli 2018</u> .....

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasullullah SAW, keluarga, dan sahabatnya. Serta kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT.TELKOMSEL. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini praktikan mendapatkan banyak bantuan dan dorongan dari berbagai pihak terutama Orang Tua praktikan, selain itu pada kesempatan ini Praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dedi Purwana E. S, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Andrian Haro S.Si., M.M., selaku Koordinator Progam Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ika Febrilia, SE, M.M., selaku dosen pembimbing Praktik Kerja Lapangan
4. Harfes Filas Tanjung selaku Manajer Walk-in and International Operation Management
5. Bapak Harfes, Mbak Ine, dan Mbak Vinda yang telah membimbing praktikan selama masa PKL di Telkomsel.
6. Kedua Orang Tua praktikan yang tak henti-hentinya mendoakan praktikan

7. Semua sahabat dan rekan-rekan Manajemen B 2014 yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan
8. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebut satu persatu yang telah membantu kelancaran praktikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, praktikan menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga praktikan mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, Maret 2018

Praktikan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang PKL .....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL .....	3
C. Kegunaan PKL .....	4
D. Tempat PKL .....	5
E. Jadwal Waktu PKL .....	6
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL</b> .....	<b>8</b>
A. Sejarah Perusahaan.....	8
B. Struktur Organisasi.....	14
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	16
<b>BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN</b> .....	<b>21</b>
A. Bidang Kerja .....	21
B. Pelaksanaan Kerja .....	22
C. Kendala yang Dihadapi .....	35
D. Cara Mengatasi Kendala .....	36
<b>BAB IV KESIMPULAN</b> .....	<b>38</b>
A. Kesimpulan .....	38
B. Saran .....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>42</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar II.1	Struktur Organisasi	13
Gambar II.2	Struktur dewan direksi	14
Gambar II.3	Struktur Dewan Komisaris	15
Gambar II.4	Tempat Layanan GraPARI	19
Gambar III.1	Dokumentasi Kunjungan	24
Gambar III.2	<i>Customer Service Spot</i>	25
Gambar III.3	<i>Service blueprint</i>	26
Gambar III.4	Layanan CS	30
Gambar III.5	Analisis SWOT GraPARI	32
Gambar III.6	Bahan Presentasi	34

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Surat Permohonan PKL	43
Lampiran 2	Surat Penerimaan PKL	44
Lampiran 3	Daftar Hadir 1	45
Lampiran 4	Daftar Hadir 2	46
Lampiran 5	Daftar Hadir 3	47
Lampiran 6	Penilaian PKL	48
Lampiran 7	Log Kegiatan Harian	49

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam keadaan persaingan bisnis yang dinamis, aspek pemasaran senantiasa memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah kegiatan bisnis. Pada suatu perusahaan, posisi pemasaran menjadi salah satu hal yang utama dalam penjualan sebuah produk atau jasa. Hal ini dapat dibuktikan misalnya, sebaik apapun produk atau jasa yang telah dibuat, jika tidak diimbangi dengan proses pemasarannya maka penjualan produk atau jasa tersebut menjadi tidak maksimal. Oleh sebab itu, sangatlah wajar apabila aspek pemasaran memiliki posisi penting dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu persyaratan akademik yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Selama menjalani masa studinya mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan Praktik kerja lapangan langsung, yang merupakan tugas wajib setiap mahasiswa, PKL dilakukan dengan cara melakukan magang kerja pada sebuah perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

Pelaksanaan PKL ini merupakan sarana belajar bagi mahasiswa agar dapat lebih mengenal dan memahami serta dapat menyesuaikan diri pada dunia kerja yang sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing, serta mengaplikasikan berbagai teori pengetahuan yang telah didapat selama masa

studi di perkuliahan. Praktik Kerja Lapangan pada program studi Manajemen ditempatkan pada sebuah lembaga milik pemerintah atau swasta. Dimana setiap lembaga yang ada merupakan wadah yang tepat bagi mahasiswa Program Studi Manajemen untuk menerapkan semua teori dan ilmu pengetahuan yang telah didapat saat mengikuti perkuliahan di dalam kelas.

Kegiatan PKL juga bermanfaat bagi Universitas Negeri Jakarta untuk mendapatkan umpan balik dari para praktikan untuk menyempurnakan kurikulum pembelajaran yang diterapkan di lingkungan kampus Universitas Negeri Jakarta. Kegiatan PKL dapat meningkatkan kemampuan para lulusannya dalam menjalani dunia kerja.

Pada Praktik Kerja Lapangan ini, praktikan memperoleh kesempatan untuk melakukan PKL di PT.TELKOMSEL pada Divisi Sales Subdivisi Contact Center Management bagian Departemen Walk-in and International Operation Management. PT.TELKOMSEL adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang telekomunikasi seluler. PT TELKOMSEL merupakan anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia dengan nilai saham sebesar 65% dan Singapore Telecom (Singtel) dengan nilai saham 35% yang berdiri pada tanggal 26 Mei 1995. PT TELKOMSEL adalah perusahaan yang bergerak di bidang operator jasa telekomunikasi selular dengan frekuensi jaringan operator 900/1800 GSM. Untuk lebih dekat dengan pelanggan telepon selular di seluruh Indonesia dimanapun mereka berada, PT TELKOMSEL telah mendirikan kantor pelayanan dengan nama GraPARI TELKOMSEL atau Graha Pari Sraya TELKOMSEL. Nama ini berasal dari bahasa Sansekerta yang diberikan oleh

Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan TELKOMSEL di Daerah Istimewa Yogyakarta.

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

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

### **1. Maksud Praktik Kerja Lapangan**

- a. Mendapatkan pengalaman dalam dunia kerja agar mampu bersosialisasi dan beradaptasi serta mampu menyesuaikan diri dalam lingkungan kerja di perusahaan
- b. Mengambil manfaat dan ilmu pengetahuan untuk membuka wawasan terhadap dunia kerja
- c. Praktikan dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di dunia perkuliahan ke dalam dunia kerja.
- d. Membina relasi dengan instansi atau tempat Praktik Kerja Lapangan berlangsung.

### **2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

- a. Meningkatkan wawasan pengetahuan, kemampuan serta keterampilan mahasiswa Manajemen dalam dunia kerja.
- b. Menyiapkan mental sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya
- c. Memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

- d. Mengetahui dan mempelajari aktivitas Manajemen Pemasaran di Tempat Praktik Kerja Lapangan berlangsung.

### **3. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan**

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama Praktikan melaksanakan kegiatan di Kantor Pusat PT.TELKOMSEL diharapkan antara lain:

#### **a. Manfaat Bagi Praktikan**

Manfaat Praktik Kerja Lapangan bagi Praktikan adalah sebagai berikut:

- 1) Melatih kemampuan dan keterampilan praktikan sesuai ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
- 2) Mengembangkan kreativitas dan daya pikir yang diperlukan dalam dunia kerja.
- 3) Belajar mengenal kondisi nyata dunia kerja dan dinamikanya pada unit-unit kerja perusahaan.
- 4) Memahami sistem pelayanan kepada pelanggan TELKOMSEL yang berkunjung ke GraPARI

#### **b. Manfaat Bagi Fakultas Ekonomi UNJ**

Manfaat Praktik Kerja Lapangan bagi Fakultas Ekonomi UNJ adalah sebagai berikut:

- 1) Menjalinkan kerjasama dengan pihak perguruan tinggi, juga sebagai sarana publikasi akan perusahaan tersebut serta profil dalam

perusahaan tersebut kepada civitas akademika perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Negeri Jakarta.

- 2) Memperkenalkan Program studi Manajemen dan Fakultas Ekonomi UNJ kepada perusahaan.
- 3) Mengetahui sejauh mana kemampuan mahasiswa dalam menyerap pengetahuan yang telah didapat dalam kegiatan perkuliahan di lingkungan kampus

c. Manfaat Bagi PT.TELKOMSEL

Menjalin hubungan yang baik antara instansi ataupun perusahaan dengan lembaga perguruan tinggi dalam hal ini Universitas Negeri Jakarta dan hasil magang yang telah dijalani dapat memberikan input kepada perusahaan sehingga dapat meningkatkan kualitas perusahaan dengan adanya kerja Praktik yang dikerjakan.

### C. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Perusahaan ini merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang Operator telekomunikasi Seluler GSM di Indonesia yang menghadirkan akses layanan telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia dari sabang sampai merauke . Berikut merupakan *profile* singkat mengenai perusahaan PT.TELKOMSEL :

Nama Perusahaan: PT. TELKOMSEL

Alamat : Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 52  
Jakarta Selatan 12710

Telepon : 0807 1811 811 (Call Center Nasional)

+628110000333 (Call Center Roamers)

*Website* : <http://www.TELKOMSEL.com/>

Adapun saya ditempatkan di Divisi Sales, Subdivisi CCM bagian Departemen Walk-in and International Operation Management. Bagian tersebut sesuai dengan ilmu yang saya dapat saat ini dibangku perkuliahan yaitu Manajemen dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran.

#### **D. Jadwal Waktu PKL**

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2017 – 05 September 2017. Jadwal waktu pelaksanaan PKL praktikan terdiri dari beberapa rangkaian tahapan yaitu, tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Rangkaian tersebut antara lain:

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

Pada tahap persiapan, praktikan mengurus seluruh kebutuhan dan administrasi yang diperlukan untuk mencari tempat PKL yang tepat. Dimulai dengan pengajuan surat permohonan PKL kepada pihak BAAK Universitas Negeri Jakarta yang ditujukan kepada PT.TELKOMSEL.

Setelah surat selesai dibuat, praktikan segera mengirimkan surat permohonan izin PKL beserta daftar Nilai melalui email kepada instansi atau perusahaan terkait. Beberapa hari setelah itu kemudian praktikan mendapat *email* pemberitahuan pelaksanaan PKL dari divisi Human Capital Management (HCM) dalam periode 1 Juli 2017 sampai 31 September 2017.

## **2. Tahap Pelaksanaan**

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL di Kantor Pusat PT.TELKOMSEL dan ditempatkan di Divisi Sales, Subdivisi Contact Center Management, Departemen Walk in and international Operation Management. Praktikan melaksanakan PKL selama 40 (empat puluh) hari kerja, terhitung dari tanggal 10 Juli 2017 sampai dengan tanggal 05 September 2017.

Praktikan melakukan kegiatan PKL dari hari Senin sampai Jumat, mulai pukul 09.30 – 17.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB.

## **3. Tahap Pelaporan**

Pada tahap pelaporan praktikan diwajibkan untuk membuat laporan PKL sebagai bukti telah melaksanakan PKL. Pembuatan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk lulus dalam mata kuliah PKL yang menjadi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini berisi hasil pengamatan dan pengalaman yang telah dilakukan oleh praktikan selama masa PKL di PT.TELKOMSEL. Data-data yang diambil praktikan diperoleh langsung dari PT.TELKOMSEL pada Departemen Walk-in and International Operation Management.

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

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

##### **1. Perkembangan Perusahaan**

Menurut Web resmi Telkomsel, Telkomsel berdiri pada tanggal 26 Mei 1995, PT. Telekomunikasi Selular (TELKOMSEL) secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Saat ini TELKOMSEL adalah operator selular terbesar di Indonesia dengan 178 juta pelanggan dan untuk melayani pelanggannya yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga di daerah terpencil dan pulau terluar serta daerah perbatasan negara, TELKOMSEL menggelar lebih dari 146 ribu BTS.

TELKOMSEL secara konsisten mengimplementasikan teknologi seluler terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia. Memasuki era digital, TELKOMSEL terus mengembangkan bisnis digital, diantaranya *Digital Advertising, Digital Lifestyle, Mobile Financial Services, dan Internet of Things*. Untuk melayani kebutuhan pelanggan, TELKOMSEL menggelar *call center* 24 jam dan layanan GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia.

Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (*digital lifestyle*), TELKOMSEL turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network dan Applications*) yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia. Selain itu TELKOMSEL juga aktif mendorong generasi muda untuk secara positif menggunakan teknologi.



**Gambar II.1**

Logo PT. Telekomunikasi Selular

Sumber: *Annual Report* Telkomsel 2016

Sejak awal berdirinya TELKOMSEL, logo yang menjadi identitas perusahaan ini tidak mengalami perubahan. Lingkaran elips vertikal yang terdapat pada logo merupakan simbol yang melambangkan tekad untuk menjadi penyelenggara jasa telekomunikasi internasional di Indonesia (PT. Indosat) sebagai salah satu “*The Founding Father*”. Bentuk heksagon merah mewakili simbol selular, sedangkan warna merah mengandung

makna bahwa perusahaan TELKOMSEL memiliki tekad dan keberanian untuk menghadapi segala kemungkinan di masa depan. Heksagon abu-abu kehitaman memiliki filosofi bahwa TELKOMSEL siap mengayomi dan memenuhi kebutuhan pelanggannya. Sedangkan, warna abu-abu merupakan simbol warna logam yang menyiratkan kesejukan, keluwesan, dan sikap fleksibel. Jika dilihat pada logo, ada pertemuan dua lingkaran elips berwarna putih di mana kedua lingkaran tersebut berpotongan di atas heksagon merah yang membentuk huruf “t”, yang merupakan huruf awal dari TELKOMSEL. Warna putih tersebut menggambarkan kebersihan, keterbukaan, dan transparansi yang ada pada perusahaan. (Hera, 2015)

Sejak berdiri pada tanggal 26 Mei 1995, TELKOMSEL secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Saat ini TELKOMSEL adalah operator selular terbesar di Indonesia dengan 170 juta pelanggan dan untuk melayani pelanggannya yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga di daerah terpencil dan pulau terluar serta daerah perbatasan negara, TELKOMSEL menggelar lebih dari 140 ribu BTS. TELKOMSEL secara konsisten mengimplementasikan teknologi seluler terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia. Memasuki era digital, TELKOMSEL terus mengembangkan bisnis digital, diantaranya Digital Advertising, Digital Lifestyle, Mobile Financial

Services, dan Internet of Things. Untuk melayani kebutuhan pelanggan, TELKOMSEL menggelar *call center* 24 jam dan layanan GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia.

Berdasarkan informasi yang dikutip dari Web resmi Telkomsel, Prestasi yang diperoleh Perusahaan TELKOMSEL selalu meraih penghargaan setiap tahunnya, beberapa penghargaan yang berhasil diraih hingga pertengahan tahun 2017 yaitu:

- a. ***Most Often Used Brand Mobile Phone Operator Category***  
*(Indonesia Prestige Brand Awards 2017)*
- b. ***Highest Top of Mind Brand Internet Service Provider Category***  
*(Indonesia Prestige Brand Awards 2017)*
- c. ***Most Often Used Brand Internet Service Provider Category***  
*(Indonesia Prestige Brand Awards 2017)*
- d. ***Best Mobile Carrier*** *(Telecom Asia Awards 2017).*

Untuk mendukung Pelayanan kepada pelanggan, TELKOMSEL memiliki kantor Pelayanan yang bernama GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia dan beberapa *outlet* terdapat di luar negeri.

GraPARI merupakan singkatan dari Graha Pari Sraya. Kata Graha Pari Sraya sendiri berasal dari bahasa sansekerta, yang diberikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X bagi nama kantor pelayanan pelanggan milik Telkomsel. Sri Sultan memberikan

nama tersebut sebagai penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak saat itu, semua kantor pelayanan pelanggan milik TELKOMSEL ditetapkan dengan nama GraPARI TELKOMSEL.

GraPARI TELKOMSEL tidak melakukan penjualan perangkat telepon seluler. Kecuali, kalau ada kebijakan khusus untuk menjualnya dalam bentuk paket produk TELKOMSEL. Dan Kebijakan tidak berlaku untuk semua GraPARI. Untuk lebih menunjang kemudahan pelanggan dalam melakukan layanan dan transaksi, TELKOMSEL menghadirkan MyGraPARI yang merupakan *channel* layanan melalui media *digital*. Jenis layanan yang dapat dilakukan di Channel layanan *digital* ini yaitu *upgrade* kartu 4G LTE, pembayaran KartuHalo, pembelian pulsa isi ulang, aktivasi paket, registrasi *e-bill*, akses informasi kode PUK, dan pengaduan keluhan yang dapat diakses pelanggan pada jam operasional GraPARI setempat.

## 2. Visi dan Misi PT.TELKOMSEL

Adapun Visi dan Misi yang ingin dicapai PT.TELKOMSEL ialah sebagai berikut:

### a. Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.

### b. Misi

- Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan.
- Memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

### 3. Nilai-nilai PT.TELKOMSEL

Nilai-nilai perusahaan merupakan cerminan dari kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Berikut merupakan nilai-nilai yang ada pada PT.TELKOMSEL:

#### a. INTEGRITAS

Konsisten antara ucapan dan perilaku sesuai dengan norma dan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*).

#### b. PROFESIONAL

Bekerja cerdas berdasarkan kompetensi terbaik dan penuh tanggung jawab.

#### c. DINAMIS

Selalu bersemangat untuk tumbuh dan berkembang menjadi yang terbaik.

#### d. PEDULI

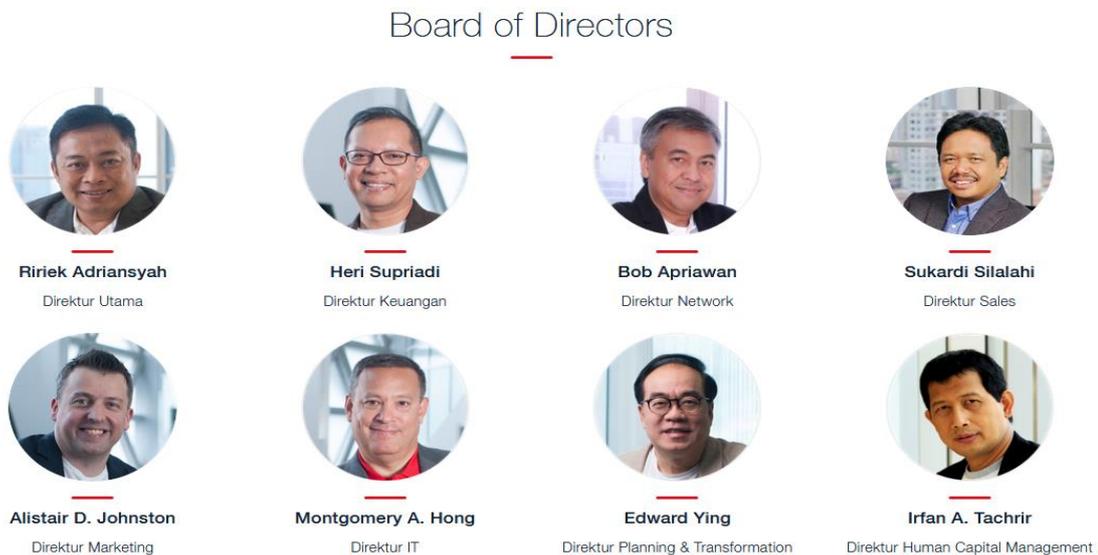
Memperhatikan dan memenuhi kebutuhan serta memberi solusi terbaik kepada pemangku kepentingan.

e. TOTALITAS

Mendayagunakan seluruh potensi dan sumber daya yang ada serta bersinergi untuk mencapai tujuan perusahaan.

## B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah sebuah susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan dan tanggung jawab pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Berikut adalah stuktur organisasi yang dimiliki TELKOMSEL:

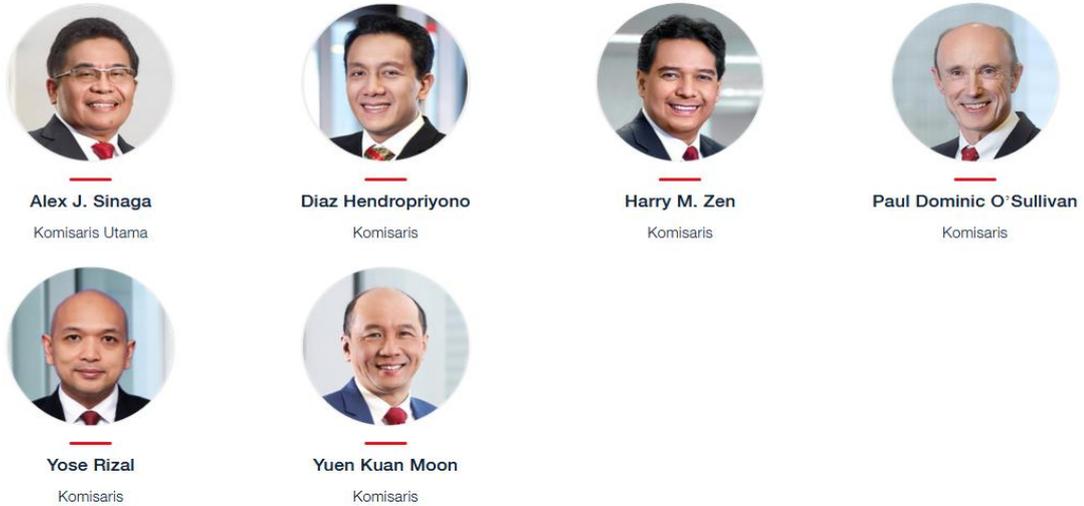


**Gambar II.2.**

Struktur Dewan Direksi

Sumber : *Annual report* Tekomsel 2016

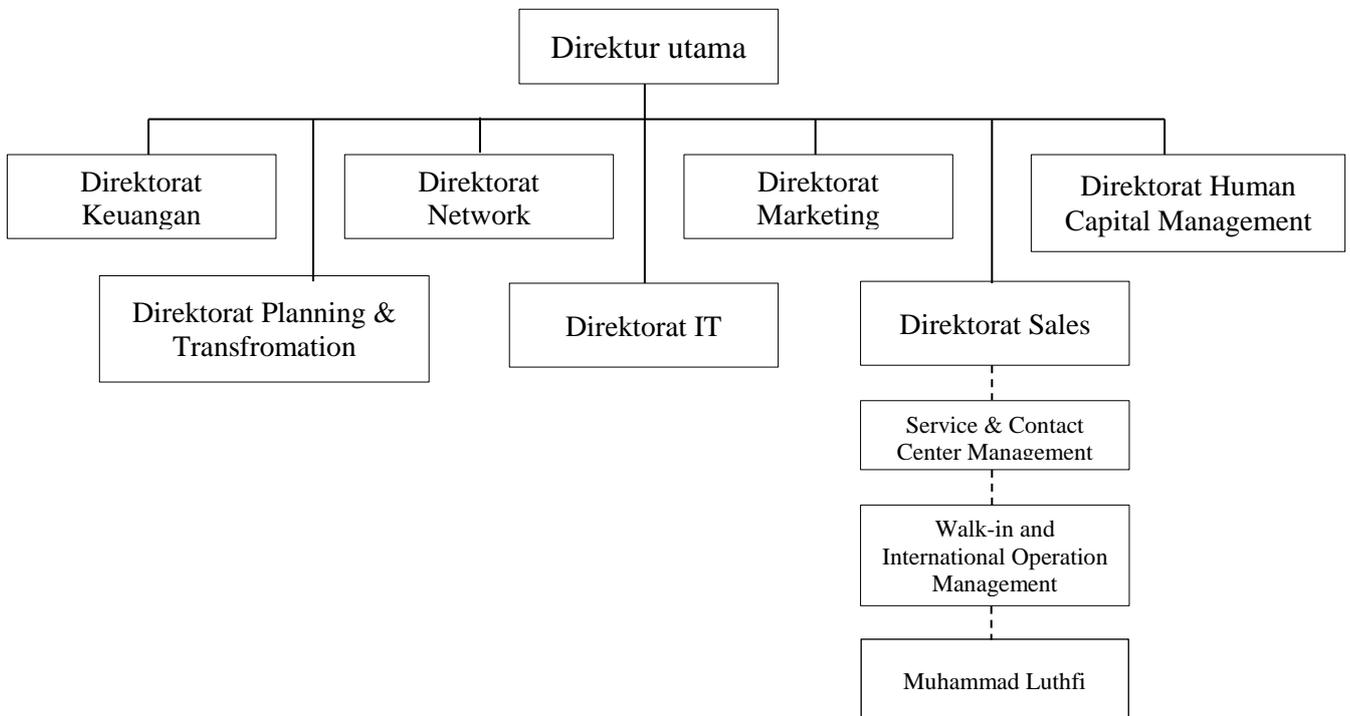
### Board of Commissioners



**Gambar II.3.**

Struktur Dewan Komisaris

Sumber : *Annual report* Telkomsel 2016



**Gambar II.4. Struktur Organisasi PT.TELKOMSEL**

Sumber : Data diolah oleh Praktikan

Kantor pusat PT.TELKOMSEL memiliki struktur organisasi yang cukup besar. PT.TELKOMSEL merupakan Perusahaan Umum. Struktur organisasi kantor pusat meliputi Direksi, menjadi 7 Direktorat,. Masing-masing bagian sebagai berikut:

1. Direktorat *Human Capital Management*
2. Direktorat *Marketing*
3. Direktorat Keuangan
4. Direktorat *Network*
5. Direktorat IT
6. Direktorat *Planning and Transformation*
7. Direktorat *Sales*

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

#### **1. Melakukan Penjualan produk Komunikasi Selular**

Produk yang ditawarkan dibagi ke dalam dua layanan, yaitu layanan *pascabayar* yang disajikan melalui produk Kartu Halo, serta layanan prabayar melalui produk simPATI, Kartu As, dan LOOP. (*Annual Report PT. Telekomunikasi Selular 2016*).

##### **a. SimPATI**

Diposisikan sebagai merek prabayar untuk segmen kelas menengah yang cerdas, simPATI adalah *brand* kartu prabayar yang memenangkan penghargaan sebagai *TELKOMSEL's award winning lifestyle prepaid brand*. SimPATI terus menawarkan beragam paket dan kampanye inovatif untuk mendorong permintaan *data mobile*.

**b. Kartu As**

Kartu As diposisikan sebagai “Nilai Merek Prabayar yang Terjangkau”. Kartu ini merupakan layanan prabayar yang paling populer menawarkan *value* terbaik bagi pelanggan.

**c. LOOP**

Merek prabayar yang satu ini merupakan layanan baru TELKOMSEL, ditargetkan untuk segmen remaja. Dengan *tagline* “Ini KITA” (*This is Us*), LOOP memiliki citra anak muda yang didukung dengan proposisi mereknya “*being better together*” (menjadi lebih baik bersama) dan fokus pada penawaran data dan layanan digital yang menarik.

**d. Kartu Halo**

Diposisikan sebagai merek pilihan *pascabayar* untuk para profesional dan pelanggan korporat. Kartu Halo menyediakan sederetan layanan *mobile* penuh dan hak istimewa.

Kartu ingin memperluas layanannya untuk merangkul segmen remaja, dengan memposisikan Kartu Halo sebagai kartu pascabayar yang paling keren dan memberikan nilai terbaik untuk kaum muda profesional.

**2. Penyedia Jasa Komunikasi seluler**

PT. TELKOMSEL merupakan sebuah operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. TELKOMSEL menjadi pelopor untuk

berbagai teknologi telekomunikasiselular di Indonesia, termasuk yang pertama meluncurkan layanan *roaming* internasional dan layanan 3G di Indonesia.

TELKOMSEL merupakan operator yang pertama kali melakukan uji coba teknologi jaringan pita lebar LTE. Di kawasan Asia, TELKOMSEL menjadi pelopor penggunaan energi terbarukan untuk menara-menara *Base Transceiver Station* (BTS). Keunggulan produk dan layanannya menjadikan TELKOMSEL sebagai pilihan utama pelanggan di seluruh Indonesia. TELKOMSEL juga secara intensif mulai memanfaatkan media digital atau *online* untuk memasarkan produknya melalui keberadaan komunitas digital dan membangun popularitas jejaring sosial.

Dalam menjalankan bisnisnya TELKOMSEL memiliki saluran distribusi untuk memasarkan produknya. Setiap produk dan layanan yang dimiliki oleh TELKOMSEL akan dijual di saluran distribusi tersebut. Saluran distribusi tersebut bernama GraPARI. GraPARI merupakan Gerai Layanan Pelanggan yang disiapkan untuk melayani segala kebutuhan pelanggan TELKOMSEL.

GraPARI merupakan salah satu saluran distribusi utama produk dan layanan yang ditawarkan. Selain sebagai saluran distribusi produk langsung, GraPARI juga berfungsi untuk melaksanakan layanan purna jual bagi para pelanggan serta menyebarkan informasi program, promo dan produk kepada pelanggan dan pengguna akhir. Keberadaan GraPARI juga memungkinkan untuk memantau dan meningkatkan layanan pelanggan, kualitas penanganan keluhan serta indeks kepuasan pelanggan pada umumnya.



**Gambar II.5** Tempat Pelayanan GraPARI

Sumber : Dokumentasi praktikan

Memasuki era ICT (*Information and Communication Technology*), TELKOMSEL terus mengoptimalkan pengembangan layanan di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sinergi perusahaan induk yaitu PT Telkom (65%) dan SingTel Mobile (35%). TELKOMSEL terus mengembangkan layanan telekomunikasi selular

untuk mengukuhkan posisi sebagai penyedia layanan gaya hidup selular, *a truly mobile lifestyle* .

Dalam menjalankan usahanya TELKOMSEL menyediakan jasa telekomunikasi seluler jenis GSM yaitu jenis operator seluler yang global di seluruh dunia. TELKOMSEL mempunyai jumlah pelanggan lebih dari 45 cabang di seluruh Indonesia yang merupakan 55% dari pasar telekomunikasi di Indonesia. Dari tahap awal berjalannya jaringan, PT.TELKOMSEL melokasikan *base transceiver station* (BTS) kepada semua jaringan agar lebih efisien. Pola jaringan PT.TELKOMSEL juga memungkinkan untuk menggunakan dengan lebih baik *bandwidth* yang sudah ada tanpa harus mengorbankan kualitas jaringan.

## BAB III

### PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

#### A. Bidang Kerja

Pada pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, praktikan ditempatkan pada Divisi Service & Contact Centre Management bagian Departemen Walk in and International Operation Management . Kerja departemen tersebut terfokus pada pengelolaan GraPARI TELKOMSEL di seluruh Indonesia maupun yang ada di luar negeri baik dari segi administrasi, keuangan dan operasional. Departemen Walk-in and International Operation Management yang berada di PT.TELKOMSEL mempunyai tugas merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi serta melaksanakan kegiatan pelayanan pelanggan maupun penjualan produk TELKOMSEL yang ada di GraPARI.

Praktikan selama PKL berlangsung berada di bawah bimbingan Bapak Harfes Filas Tanjung selaku Manajer Departemen Walk-in and International Operation Management Kantor Pusat PT.TELKOMSEL. Adapun tugas atau bidang kerja utama yang diberikan kepada praktikan antara lain:

1. Melakukan kunjungan ke beberapa *outlet* GraPARI
2. Membuat rancangan *Service Blueprint* GraPARI
3. Mengidentifikasi layanan pelanggan yang terdapat di GraPARI
4. Membuat analisis SWOT dan STP dari GraPARI.
5. Membuat bahan presentasi berupa *power point* tentang GraPARI

## **B. Pelaksanaan Kerja**

Praktikan memulai pelaksanaan PKL pada hari Selasa tanggal 31 Juli sampai dengan tanggal 5 September 2017. Dengan waktu lima hari kerja dalam seminggu dari hari Senin sampai dengan hari Jumat dimulai pukul 09.00 sampai pukul 17.00 dan terdapat waktu istirahat setiap harinya mulai dari pukul 11.30 sampai pukul 13.00 WIB.

Dalam pelaksanaan PKL, praktikan dibimbing oleh Bapak Harfes selaku Manager Departemen Walk-in and International Operation Management. Namun untuk keseharian bekerja, praktikan didampingi oleh Mbak Avinda dan Mbak Ine. Kedua pendamping tersebut bertugas untuk memberikan tugas dan, membantu mengerjakan tugas, dan mengawasi praktikan dalam menyelesaikan tugas. Bapak Harfes Filas Tanjung lebih fokus pada tugas yang berhubungan dengan presentasi dan perizinan. Kemudian Mbak Ine yang membantu dan menemani saat proses kunjungan ke beberapa outlet GraPARI yang ada di Depok dan Mbak Avinda yang membantu keseharian pelaksanaan kerja.

Pada hari pertama PKL, praktikan diberi pilihan untuk menentukan hal – hal apa saja yang ingin didapatkan selama menjalani masa PKL dan diperkenalkan ke beberapa rekan kerja serta diajak berkeliling gedung TSO TELKOMSEL untuk lebih mengenal lingkungan kerja.

Pada awalnya praktikan mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja di tempat PKL, namun setelah berusaha menyesuaikan diri, praktikan mulai terbiasa dengan budaya kerja yang ada.

Begitu pun juga dalam menyelesaikan tugas praktikan pada hari-hari awal terus didampingi oleh pendamping, tetapi ketika sudah mulai lancar, praktikan dapat mengerjakan tugasnya sendiri dan tetap dalam pengawasan dari pendamping.

Tugas yang diberikan kepada praktikan bermacam-macam. Adapun beberapa tugas utama praktikan selama PKL antara lain:

### **1. Melakukan kunjungan ke beberapa *Outlet GraPARI***

Kunjungan merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh perusahaan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh praktikan untuk menunjang pemahaman terkait bidang pekerjaan yang dijalani oleh praktikan. Manfaat yang didapat dengan melakukan kunjungan ialah praktikan dapat memperoleh informasi dan data yang diperlukan untuk membantu praktikan dalam menjalankan tugas – tugas yang diberikan oleh perusahaan dan manfaat lainnya adalah praktikan mendapat pengalaman dengan merasakan langsung suasana kerja di GraPARI dan menambah jaringan pertemanan.

Praktikan diberikan kebebasan untuk memilih GraPARI mana yang ingin dikunjungi. GraPARI yang dikunjungi oleh praktikan adalah GraPARI yang terdapat di ITC Depok Margo City dan Gandaria City. Adapun tahapan – tahapan yang dilakukan oleh praktikan antara lain:

1. Praktikan melakukan proses perizinan ke Bapak Harfes Selaku Manajer Departemen Walk-in and International Operation

Management dan juga sebagai divisi yang bertanggung jawab terhadap operasional GraPARI.

2. Praktikan langsung menuju ke GraPARI yang bersangkutan setelah mendapat persetujuan dari bapak Harfes
3. Praktikan bertemu dengan *Supervisor* GraPARI yang bersangkutan untuk melakukan diskusi.
4. Setelah itu, Praktikan melakukan wawancara dengan Spv. GraPARI untuk mendapat info dan data yang dibutuhkan oleh praktikan.
5. Setelah wawancara, Praktikan melakukan dokumentasi kunjungan di presentasikan setelahnya.
6. Tahapan yang sama saat praktikan berkunjung ke GraPARI ITC Depok dan Gandaria City.



**Gambar III.1** Dokumentasi saat Kunjungan ke GraPARI Margo City

Sumber : Dokumentasi Praktikan



**Gambar III.2**

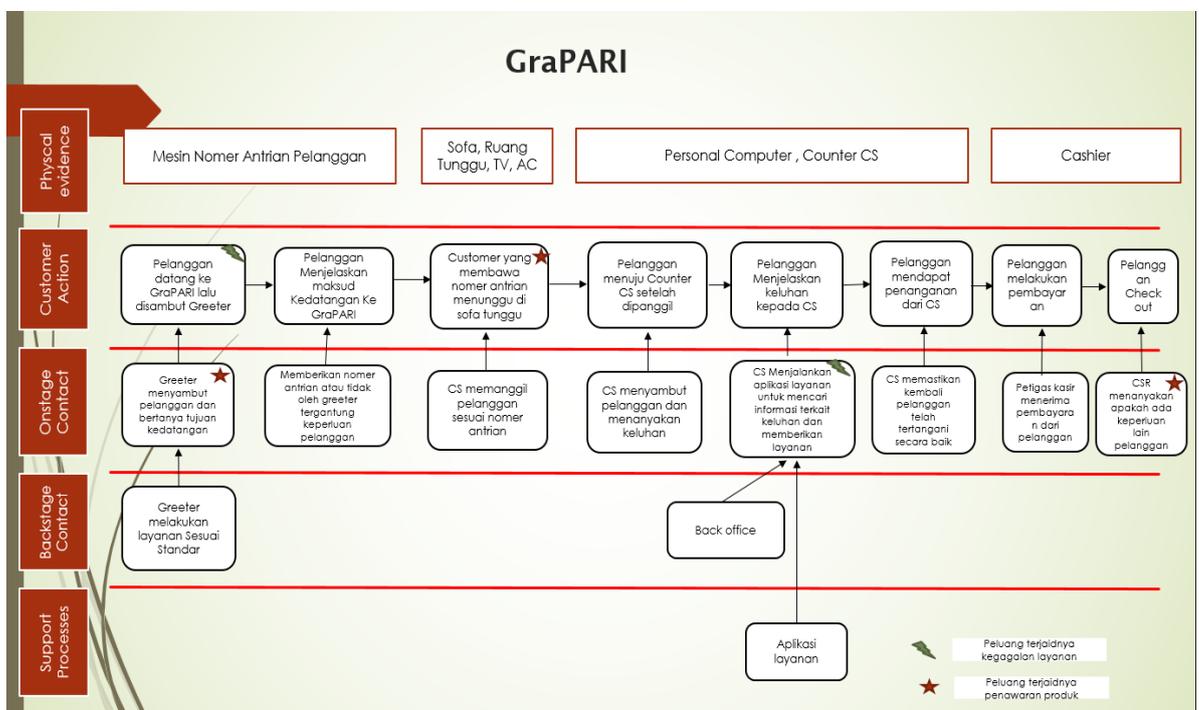
*Customer Service Spot* yang terdapat di GraPARI ITC Depok

Sumber : Dokumentasi Praktikan

## 2. Membuat rancangan *Service blueprint* GraPARI

*Service blueprint* merupakan sebuah diagram atau *chart* mengenai rancangan bisnis secara keseluruhan yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis yang benar-benar ingin bisnisnya dikelola dengan baik dan benar. Manfaat yang bisa didapat dengan adanya *blueprint* adalah pelaku bisnis mampu memahami pengalaman pelayanan dari jasa yang ditawarkan yang diambil dari persepektif kacamata pelanggan, serta bisa memperjelas kontribusi atau tugas dari masing-masing bagian dalam layanan jasa yang diberikan. Dengan adanya *service blueprint* yang terhubung, karyawan dapat dengan mudah

untuk memahami konteks keberadaan tugas-tugasnya dalam layanan terhadap pelanggan. Selain itu, *service blueprint* juga bisa digunakan sebagai acuan untuk melakukan evaluasi layanan yang telah diberikan dan dapat bermanfaat untuk pengembangan layanan di masa depan.



**Gambar III.3**

*Service Blueprint* GraPARI

Sumber : Data Diolah Praktikan

Praktikan diberikan tugas untuk membuat rancangan *service blueprint* untuk GraPARI dari sudut pandang Praktikan. Data yang diperlukan untuk membuat rancangan *blueprint* di

dapat dari hasil kunjungan yang dilakukan ke beberapa GraPARI. *Blueprint* ini menjadi acuan tahapan layanan yang akan diberikan oleh pihak GraPARI terhadap pelanggan yang berkunjung ke GraPARI.

Berikut ini adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh praktikan dalam membuat *blueprint* GraPARI;

1. Praktikan mengambil data yang diperlukan dari hasil kunjungan yang diamati oleh praktikan sendiri.
2. Setelah mendapat data yang diperlukan untuk membuat GraPARI. Praktikan membagi *blueprint* ke dalam 5 bagian yang menjadi komponen utama yang harus ada di dalam sebuah *blueprint*, yaitu; *physical evidence*, *customer action*, *onstage contact*, *backstage Contact*, dan *support processes*.
3. Tahapan pembuatan *blueprint* GraPARI yang dibuat oleh praktikan dimulai dari tahap *physical evidence*.
4. Setelah sampai ke pada tahap *support processes* Praktikan memetakan di tahap mana saja yang kemungkinan terjadinya peluang kegagalan layanan dan peluang penawaran produk TELKOMSEL.
5. Setelah *service blueprint* selesai dibuat oleh praktikan tahap selanjutnya yaitu praktikan mempresentasikannya kepada Bapak Harfes dan tim.

### **3. Mengidentifikasi Layanan Pelanggan yang terdapat di GraPARI.**

Layanan pelanggan merupakan keseluruhan layanan yang diberikan oleh pelaku bisnis kepada para pelanggannya, dimulai dari sebelum, pas dan sesudah proses pembelian produk atau pelayanan jasa berlangsung. Jadi layanan pelanggan adalah segala aktivitas bisnis yang dilakukan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan secara tepat kepada pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para pelanggan.

Terdapat beberapa jenis layanan yang dapat dilakukan di GraPARI di seluruh Indonesia. Diantaranya yaitu;

1. Melihat profil pelanggan
2. Pembelian paket
3. *Upgrade* kartu 4G
4. Ganti kartu rusak / hilang
5. Pembelian pulsa
6. Pembayaran tagihan kartu Halo
7. Informasi dan penukaran TELKOMSEL Poin
8. Pembelian kartu perdana 11 Digit

Sistem pelayanan yang diterapkan di GraPARI TELKOMSEL mempunyai bagian - bagian tersendiri yang mengurus pelanggan sehingga pelanggan yang datang dengan mudah dapat dilayani dengan cepat. Berikut adalah beberapa tahapan pelayanan yang diterapkan kepada pelanggan:

1. Layanan *Greeter*

Layanan *greeter* merupakan layanan awal yang pasti diberikan kepada pelanggan beberapa fungsi dari *greeter* yaitu menyambut pelanggan yang datang ke GraPARI dengan salam, memberikan salam pada saat pelanggan pulang (meninggalkan GraPARI), mengarahkan pelanggan untuk ke *customer service* maupun *cashier* serta membantu pelanggan di mesin antrian.

2. Layanan *Customer Service (CS)*

Layanan *Customer Service* berfungsi untuk melayani seluruh informasi, melayani seluruh permintaan pelanggan, menangani keluhan atas jasa pelayanan TELKOMSEL, serta menyediakan informasi produk TELKOMSEL untuk pelanggan dan calon pelanggan.

3. Layanan *Cashier*

Layanan *cashier* berfungsi untuk melakukan penerimaan pembayaran jasa TELKOMSEL secara tunai baik dengan kartu kredit atau kartu debit. Memastikan keakuratan pencatan transaksi pembayaran pelanggan pada *seatlement/* aplikasi TELKOMSEL/ kuitansi/ laporan penerimaan pembayaran dan jumlah keuangan. serta memastikan *seatlemant* antara jumlah pembayaran dan jumlah keuangan.



**Gambar III.4**

Layanan *Customer Service* di salah satu GraPARI

Sumber : Dokumentasi Praktikan

Berikut adalah langkah – langkah praktikan dalam mengidentifikasi layanan di GraPARI;

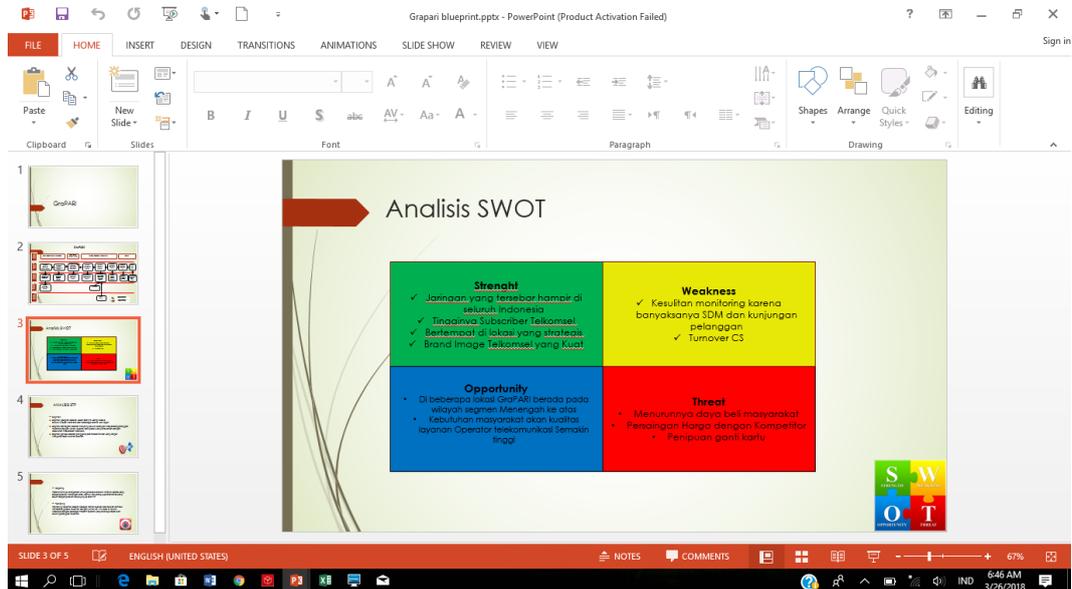
1. Mengumpulkan sumber data terkait layanan pelanggan di GraPARI dari hasil kunjungan yang dilakukan oleh praktikan ke beberapa GraPARI.

2. Praktikan berkonsultasi atau bertanya kepada rekan kerja praktikan tentang layanan pelanggan di GraPARI dari awal pelanggan masuk ke GraPARI sampai pelanggan selesai bertransaksi.
3. Setelah itu, Praktikan membuat bahan presentasi tentang layanan pelanggan Di GraPARI.
4. Praktikan mempresentasikan layanan pelanggan yang telah dibuat oleh praktikan kepada Bapak Harfes.

#### **4. Membuat analisis SWOT dan STP di GraPARI**

Analisis SWOT adalah analisis yang berdasarkan pada anggapan bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari sumber daya internal (*strength dan weakness*) dan eksternal (*opportunity dan threat*). Keuntungan dari analisis SWOT adalah menghubungkan faktor internal dan eksternal untuk merangsang strategi baru, oleh karena itu perencanaan yang berdasarkan pada sumber daya dan kompetensi dapat memperkaya analisis SWOT dengan mengembangkan perspektif internal (Dyson, 2002).

Analisis SWOT yang dibuat oleh praktikan adalah guna memberikan saran kepada perusahaan guna memaksimalkan *strenght* dan *Oppotunity* yang dimiliki oleh perusahaan dan meminimalisir *weakness* dan *threat* kepada perusahaan sehingga strategi bisnis yang dilakukan perusahaan bisa berjalan efektif.



**Gambar III.5**

Analisis SWOT GraPARI

Sumber : Data Diolah Praktikan

Berikut ini adalah analisis STP yang dibuat oleh praktikan

### 1. Segment

- *Segment* geografis adalah lokasi GraPARI Hampir ada di Seluruh wilayah Indonesia dan beberapa kota di luar negeri.
- *Segment* demografis adalah menjangkau seluruh kalangan masyarakat pelanggan TELKOMSEL dengan varian layanan dan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia.
- *Segment* perilaku adalah pengguna jasa telekomunikasi yang sangat mengutamakan kualitas layanan.

### 2. Targeting

- Pada umumnya, ditargetkan untuk penduduk berusia 18 tahun ke atas yang berpenghasilan menengah atas. Namun, tak jarang juga anak-anak yang belum berpenghasilan berkunjung ke GraPARI.

### 3. *Positioning*

- *Positioning* TELKOMSEL adalah sebagai kantor layanan dan saluran distribusi pemasaran produk TELKOMSEL dengan jumlah 421 titik lokasi di seluruh Indonesia dengan berbagai macam layanan yang bisa digunakan oleh seluruh pelanggan TELKOMSEL.

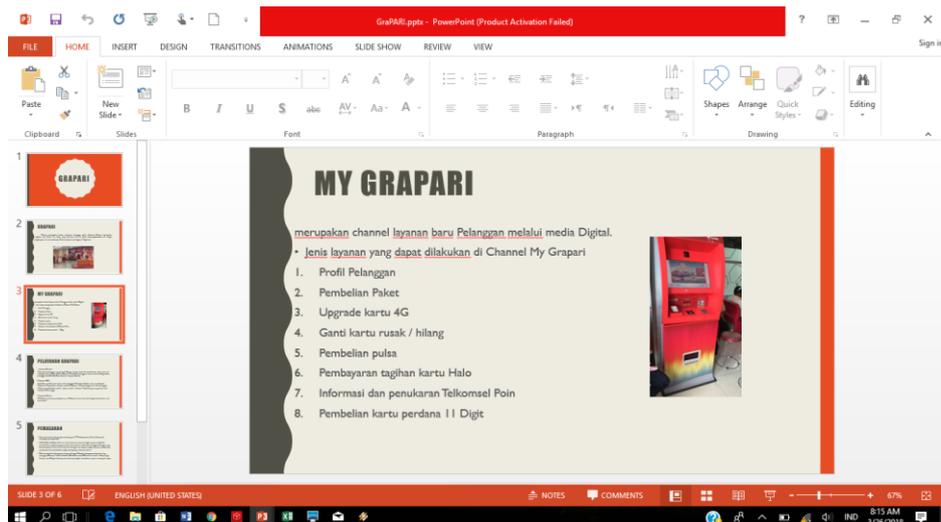
Berikut adalah langkah – langkah yang dilakukan oleh praktikan dalam membuat analisis SWOT:

1. Praktikan mengumpulkan data terkait GraPARI dari data yang didapat ketika melakukan kunjungan ke beberapa GraPARI maupun yang bersumber dari internet.
2. Praktikan melakukan konsultasi ke rekan kerja praktikan untuk memastikan data mana saja yang bisa dijadikan acuan untuk membuat analisis SWOT tentang GraPARI.
3. Praktikan menggunakan software Microsoft *power point* dalam mengerjakan bahan presentasi.
4. Selanjutnya adalah praktikan membuat bahan presentasi tentang analisis SWOT dan STP dari GraPARI.

5. Praktikan mempresentasikan bahan presentasi tersebut kepada Bapak Harfes , Mbak Inne dan Mbak Vinda.
6. Bahan presentasi yang disajikan selanjutnya menjadi bahan masukan kepada perusahaan.

## 5. Membuat presentasi berupa Power point tentang GraPARI

Praktikan diberikan tugas oleh Bapak Harfes untuk membuat bahan presentasi seputar GraPARI mulai dari layanan pelanggan, Servis apa saja yang akan didapat oleh pelanggan, draft *blueprint* atau *customer journey* GraPARI dan analisis SWOT dan STP dari GraPARI. semua bahan tugas yang diberikan akan dipresentasikan oleh Praktikan kepada Bapak Harfes, Mbak Ine, dan Mbak Avinda untuk selanjutnya menjadi bahan masukan bagi perusahaan.



**Gambar III.6**

Salah satu bahan Presentasi

Sumber : Data diolah Praktikan

Berikut ini adalah tahapan - tahapan yang dilakukan oleh praktikan dalam membuat bahan presentasi:

1. Praktikan diarahkan untuk membuat bahan materi untuk dipresentasikan.
2. Praktikan diberikan tugas materi apa saja yang akan dipresentasikan nantinya.
3. Praktikan mencari sumber bahan materi dari internet, kunjungan ke beberapa GraPARI dan bertanya kepada rekan kerja Praktikan.
4. Praktikan menggunakan *Software Microsoft Power Point* dalam melakukan presentasi.
5. Tidak ada template atau animasi khusus yang ada dalam bahan materi presentasi.
6. Sebelum melakukan presentasi Praktikan membuat janji terlebih dahulu dengan Mbak Ine untuk menjadwalkan pertemuan dengan Bapak Harfes.
7. Setelah Praktikan melakukan presentasi, Praktikan mendapat saran dan masukan dari Bapak Harfes dan Mba Ine .

### **C. Kendala yang Dihadapi**

Selama melakukan PKL di TELKOMSEL, terdapat beberapa kendala yang dihadapi praktikan. Kendala-kendala tersebut di antaranya:

1. Terbatasnya pengetahuan praktikan mengenai layanan yang terdapat di gerai GraPARI TELKOMSEL dan istilah-istilah yang digunakan dalam pekerjaan.
2. Praktikan perlu menyesuaikan diri dengan suasana lingkungan kerja dan budaya di perusahaan TELKOMSEL.

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

Meskipun terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan PKL selama 40 hari kerja, praktikan dapat menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dengan baik dan tepat waktu. Adapun cara-cara praktikan dalam mengatasi kendala yang ada yaitu:

1. Praktikan mencoba memahami layanan di GraPARI dengan cara bertanya kepada Mbak Vinda dan rekan kerja lainnya, praktikan juga mencoba bersosialisasi, beradaptasi, dan mencari informasi pada saat waktu senggang atau waktu istirahat dengan karyawan lainnya.
2. Dalam menjalankan tugas yang diberikan, Praktikan mengadakan kunjungan untuk mendapat pemahaman serta informasi yang cukup tentang GraPARI untuk menyelesaikan semua tugas yang diberikan oleh Pak Harfes. Sehingga semua tugas yang dikerjakan dapat sesuai dan tepat waktu.
3. Praktikan juga melakukan wawancara ketika kunjungan dengan pegawai atau *supervisor* di beberapa GraPARI guna mendapat

pengetahuan yang lebih tentang GraPARI sehingga dapat membantu praktikan menyelesaikan tugas yang diberikan.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Praktikan melaksanakan PKL pada kantor pusat PT.TELKOMSEL, Jln. Jend. Gatot Subroto Kav. 49 Jakarta Selatan 12950. Praktikan ditempatkan di Divisi Sales bagian Subdivisi Contact Center Management , Departemen Walk-in and International Operation Management.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dengan tugas langsung di perusahaan yang sesuai dengan disiplin ilmu yang ditempuhnya. Ada beberapa kesimpulan selama menjalankan praktik kerja lapangan selama 40 hari dikantor pusat PT.TELKOMSEL:

1. Dengan adanya Praktik Kerja Lapangan, Praktikan dapat meningkatkan pengetahuan yang dimiliki. Seperti pengetahuan tentang pengelolaan *Outlet* GraPARI di seluruh indonesia sebagai saluran distribusi utama dalam bidang penjualan produk TELKOMSEL , yang bila hal ini dikelola dengan baik, akan membantu dalam tercapainya tujuan perusahaan.
2. Praktikan mendapat pengalaman dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan pada bidang Walk-in and International Operation Management, yaitu cara bekerja dengan tim yang mana praktikan harus cermat melihat setiap peluang penjualan yang terdapat di *outlet* GraPARI. Oleh karena itu,

Praktikan disini diberikan tuntutan untuk selalu cermat dalam bekerja. Semuanya itu menjadi pembelajaran yang berharga bagi Praktikan.

3. Praktikan mengetahui dan memahami ruang lingkup industri telekomunikasi di bidang *Sales* khususnya di bidang Walk-in and International Operation Management.
4. Praktikan mendapat banyak wawasan mengenai dunia kerja dan mampu sedikit mengaplikasikan materi yang didapat di perkuliahan ke dalam dunia kerja.

## **B. Saran**

1. Untuk Praktikan
  - a. Praktikan sebaiknya memperbaiki hubungan komunikasi jika sebelumnya mengalami kesulitan untuk berani bersosialisasi dan berkomunikasi, karena kemampuan berkomunikasi sangat berguna dalam menunjang keberhasilan di dunia pekerjaan.
  - b. Praktikan harus lebih terampil dalam mengelola kemampuan dalam melakukan hubungan sosial untuk selanjutnya Praktikan kuasai masuk kedalam dunia kerja yang sesungguhnya. Lebih disiplin dan berpartisipasi dengan baik dalam menyelesaikan pekerjaan.
  - c. Praktikan harus lebih menambah wawasan dan pengetahuan agar dapat bersaing dengan karyawan lain nantinya.
2. Untuk PT.TELKOMSEL dan Departemen Walk-in and International Operation Management.

- a. Diharapkan Perusahaan dapat menyusun *job description* secara terperinci kepada praktikan.
  - b. Praktikan menyarankan agar Perusahaan dapat memberikan arahan atau pedoman yang jelas kepada peserta PKL agar peserta PKL tersebut tidak bingung apa yang harus dilakukan.
3. Untuk Universitas
- a. Universitas Negeri Jakarta diharapkan dapat memperbanyak menjalin kerja sama dengan instansi-instansi pemerintah dan perusahaan swasta sehingga mahasiswa UNJ tidak mengalami kesulitan dalam mencari tempat untuk melaksanakan PKL sesuai dengan bidang kemampuannya masing-masing.
  - b. Pemberian dosen pembimbing sebelum PKL berlangsung sehingga memudahkan mahasiswa/i untuk *sharing* terkait PKL.
  - c. Fakultas Ekonomi khususnya Program studi S1 Manajemen diharapkan menyempurnakan kurikulum yang sudah ada disesuaikan dengan tuntutan dunia pekerjaan seperti mengembangkan pelatihan *soft skills* dan lebih banyak Praktik, sehingga mahasiswa nantinya siap bersaing di dunia kerja.

## DAFTAR PUSTAKA

Logo Perusahaan. (2016). Dipetik Maret 2018, dari internet:  
[http://ridwanselimpiran.blogspot.co.id/2015/07/tentang-Telkomsel\\_28.html](http://ridwanselimpiran.blogspot.co.id/2015/07/tentang-Telkomsel_28.html)

Penghargaan Perusahaan. (2017). Dipetik Maret 2018, dari *Website* TELKOMSEL:  
<https://www.TELKOMSEL.com/about-us/our-story>

Sejarah Perusahaan. (2017). Dipetik Maret 2018, dari *Website* TELKOMSEL:  
<https://www.TELKOMSEL.com/about-us/our-story/our-history>

## **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## LAMPIRAN 1

## Surat Permohonan PKL



*Building  
Future  
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

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

Nomor : 0956/UN39.12/KM/2017  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

8 Juni 2017

Yth. Manager HRD PT. Telkomsel  
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav.52 Kuningan  
Jakarta Selatan 12710

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

Nama : **Muhammad Luthfi**  
Nomor Registrasi : 8215145258  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 081298837398

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada tanggal 10 Juli s.d. 1 September 2017.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Manajemen

## LAMPIRAN 2

### Surat Penerimaan Peserta PKL



Jakarta, 16 Juni 2017

No: 136/HR.09/HD-32/VI/2017

Kepada Yth,  
Ketua Program Studi  
Universitas Negri Jakarta  
di Tempat

Perihal: Konfirmasi magang/ PKL

Dengan Hormat,

Sehubungan adanya surat permohonan magang Saudara/i, kami informasikan bahwa Mahasiswa/i Universitas Negri Jakarta di bawah ini:

Nama	: Muhammad Luthfi
NIM	: 8215145258
Jurusan	: Management

Kami terima magang di Telkomsel pada bagian **Service and Contact Center Management Division** dengan periode magang tanggal **01 Juli 2017 – 30 September 2017**.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi: [Andry1\\_x@telkomsel.co.id](mailto:Andry1_x@telkomsel.co.id) (Sdr. Deni).

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

**FITRI RIDHANINGATI**  
Pj General Manager Learning Development  
& Knowledge Management

Tembusan:

- Manager Service and Contact Center Management Division

## LAMPIRAN 3

## DAFTAR HADIR 1



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

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



DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Muhammad Luthfi  
No. Registrasi : 8218145258  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Praktik : Telkomsel  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 52 Kuningan, Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 10 Juli 2017	1.	Penerimaan Peserta (silaturahmi)
2.	Selasa, 11 Juli 2017	2.	
3.	Rabu, 12 Juli 2017	3.	Timbangin Srapari Depdik & Mangaca
4.	Kamis, 13 Juli 2017	4.	
5.	Jum'at, 14 Juli 2017	5.	Penerimaan hari Timbangin Srapari
6.	Senin, 17 Juli 2017	6.	
7.	Selasa, 18 Juli 2017	7.	
8.	Rabu, 19 Juli 2017	8.	
9.	Kamis, 20 Juli 2017	9. x	1200 orang
10.	Jum'at, 21 Juli 2017	10.	Penerimaan Peserta di Srapari
11.	Senin, 24 Juli 2017	11.	
12.	Selasa, 25 Juli 2017	12.	
13.	Rabu, 26 Juli 2017	13.	
14.	Kamis, 27 Juli 2017	14.	
15.	Jum'at, 28 Juli 2017	15.	

Jakarta, 28 Juli 2017  
Penilai,

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



## LAMPIRAN 4

## DAFTAR HADIR 2



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



ISO 9001:2008 CERTIFIED  
CERTIFICATE NO:  
IAS/DA/5840

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..2.. SKS

Nama : Muhammad Luthfi  
No. Registrasi : 0215145258  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Praktik : PT. TELKOMSEL  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jend. Gatot Subroto  
Kav. 52 Kuningan, Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 31 Juli 2017	<del>1</del>	
2.	Selasa, 1 Agustus 2017	2	
3.	Rabu, 2 Agustus 2017	3	
4.	Kamis, 3 Agustus 2017	4	
5.	Jumat, 4 Agustus 2017	5	UAS: Pasik
6.	Senin, 7 Agustus 2017	6	Presentasi: Relasi Smp Marketing 1210 kampus
7.	Selasa, 8 Agustus 2017	7	
8.	Rabu, 9 Agustus 2017	8	
9.	Kamis, 10 Agustus 2017	9	
10.	Jumat, 11 Agustus 2017	10	1210 Sociat
11.	Senin, 14 Agustus 2017	11	
12.	Selasa, 15 Agustus 2017	12	
13.	Rabu, 16 Agustus 2017	13	
14.	Jum'at, 18 Agustus 2017	14	1210 Sociat
15.	Senin, 21 Agustus 2017	15	

Jakarta, 21 Agustus 2017.  
Penilai,

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

 **TELKOMSEL**  
HAQFES S. TANJUNG

**LAMPIRAN 5**  
**DAFTAR HADIR 3**



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

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



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

Nama : Muhammad Luthfi  
No. Registrasi : 8215146258  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Praktik : PT. TELKOMSEL  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kend. Gatot Subroto  
Kav. 52 Kuningan, Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Selasa, 22 Agustus 2017		
2.	Rabu, 23 Agustus 2017		
3.	Kamis, 24 Agustus 2017		
4.	Jum'at, 25 Agustus 2017		Presentasi = Blue print SAPARI
5.	Senin, 28 Agustus 2017		
6.	Selasa, 29 Agustus 2017		
7.	Rabu, 30 Agustus 2017		
8.	Kamis, 31 Agustus 2017		
9.	Senin, 4 September 2017		
10.	Selasa, 5 September 2017		
11.	.....	11.....	
12.	.....	12.....	
13.	.....	13.....	
14.	.....	14.....	
15.	.....	15.....	

Jakarta, 6. September 2017  
Penilai,

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



## LAMPIRAN 6

### PENILAIAN PKL



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

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



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

Nama : Muhammad Luthfi  
No.Registrasi : 8215145258  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Praktik : PT. TELKOMSEL  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jend. Gatot Subroto  
Fav 52, Kuningan, Jakarta Selatan

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																																			
1	Kehadiran	80	1. Keterangan Penilaian : <table border="1"> <tr> <td>Skor</td> <td>Nilai</td> <td>Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table> 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif  Nilai Rata-rata : <table border="1"> <tr> <td><math>\frac{906}{10 \text{ (sepuluh)}} = 90,6</math></td> </tr> </table> Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>91</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	Skor	Nilai	Bobot	86-100	A	4	81-85	A-	3,7	76-80	B+	3,3	71-75	B	3,0	66-70	B-	2,7	61-65	C+	2,3	56-60	C	2,0	51-55	C-	1,7	46-50	D	1	$\frac{906}{10 \text{ (sepuluh)}} = 90,6$	91	A	Angka bulat	huruf
Skor	Nilai	Bobot																																				
86-100	A	4																																				
81-85	A-	3,7																																				
76-80	B+	3,3																																				
71-75	B	3,0																																				
66-70	B-	2,7																																				
61-65	C+	2,3																																				
56-60	C	2,0																																				
51-55	C-	1,7																																				
46-50	D	1																																				
$\frac{906}{10 \text{ (sepuluh)}} = 90,6$																																						
91	A																																					
Angka bulat	huruf																																					
2	Kedisiplinan	92																																				
3	Sikap dan Kepribadian	91																																				
4	Kemampuan Dasar	92																																				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	91																																				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	92																																				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90																																				
8	Aktivitas dan Kreativitas	93																																				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	92																																				
10	Hasil Pekerjaan	93																																				
Jumlah		906																																				

Jakarta, 6 September 2017  
Penilai,

Catatan :  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



**LAMPIRAN 7****LOG HARIAN PKL**

<b>No</b>	<b>Hari, Tanggal</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>PIC</b>
1	Senin, 10 Juli 2017	08.00 - 17.00	Perkenalan Jobdesk	Bpk. Harfes
2	Selasa, 11 Juli 2017	08.00 - 17.00	1. Mencari definisi tentang grapari	Bpk. Harfes
			2. Membuat materi tentang Sistem Pelayanan Di Grapari	
3	Rabu, 12 Juli 2017	08.00 - 17.00	1. Melakukan Kunjungan ke GraPARI ITC Depok dan Margo City	Mbak Ine
			2. Membuat materi tentang Sistem Pelayanan Di Grapari	Bpk. Harfes
4	Kamis, 13 Juli 2017	08.00 - 17.00	1. Membuat Laporan Tentang hasil Kunjungan Ke Grapari	Bpk. Harfes
			2. Membuat materi tentang Sistem Pelayanan Di Grapari	
5	Jumat, 14 Juli 2017	08.00 - 17.00	1. Membuat Laporan Tentang hasil Kunjungan Ke Grapari	Bpk. Harfes
			2. Membuat materi tentang Sistem Pelayanan Di Grapari	
6	Senin, 17 Juli 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisa Sederhana tentang pemasaran bagi orang yang berkunjung di GraPARI	Bpk. Harfes
7	Selasa, 18 Juli 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisa Sederhana tentang pemasaran bagi orang yang berkunjung di GraPARI	Bpk. Harfes
8	Rabu, 19 Juli 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisa Sederhana tentang pemasaran bagi orang	Bpk. Harfes

			yang berkunjung di GraPARI	
9	Kamis, 20 Juli 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisa Sederhana tentang pemasaran bagi orang yang berkunjung di GraPARI	Bpk. Harfes
10	Jum'at, 21 Juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari informasi tentang Pelayanan di My GraPARI	Bpk. Harfes
11	Senin, 24 Juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari informasi tentang Pelayanan di My GraPARI	Bpk. Harfes
12	Selasa, 25 Juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari informasi tentang Pelayanan di My GraPARI	Bpk. Harfes
13	Rabu, 26 Juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari informasi tentang Pelayanan di My GraPARI	Bpk. Harfes
14	Kamis, 27 Juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari Informasi mengenai Relationship Marketing	Bpk. Harfes
15	Jumat, 28 Juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari Informasi mengenai Relationship Marketing	Bpk. Harfes
16	Senin, 31 juli 2017	08.00 - 17.00	Mencari Informasi mengenai Relationship Marketing	Bpk. Harfes
17	Selasa, 1 agustus 2017	08.00 - 17.00	Mencari Informasi mengenai Relationship Marketing	Bpk. Harfes
18	Rabu, 2 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Tahap Pembelian produk Di GraPARI	Bpk. Harfes
19	Kamis, 3 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Tahap Pembelian produk Di GraPARI	Bpk. Harfes
20	Jumat, 4 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Tahap Pembelian produk Di GraPARI	Bpk. Harfes
21	Senin, 7 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Tahap Pembelian produk Di GraPARI	Bpk. Harfes
22	Selasa, 8 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Level Penjualan di GraPARI	Bpk. Harfes

23	Rabu, 9 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Level Penjualan di GraPARI	Bpk. Harfes
24	Kamis, 10 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Level Penjualan di GraPARI	Bpk. Harfes
25	Jum'at, 11 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Level Penjualan di GraPARI	Bpk. Harfes
26	Senin, 14 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat Level Penjualan di GraPARI	Bpk. Harfes
27	Selasa, 15 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis SWOT GraPARI	Bpk. Harfes
28	Rabu, 16 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis SWOT GraPARI	Bpk. Harfes
29	Jumat, 18 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis SWOT GraPARI	Bpk. Harfes
30	Senin, 21 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis SWOT GraPARI	Bpk. Harfes
31	Selasa, 22 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis SWOT GraPARI	Bpk. Harfes
32	Rabu, 23 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis STP GraPARI	Bpk. Harfes
33	Kamis, 24 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis STP GraPARI	Bpk. Harfes
34	Jumat, 25 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat analisis STP GraPARI	Bpk. Harfes
35	Senin, 28 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat <i>Service Blueprint</i> GraPARI	Bpk. Harfes
36	Selasa, 29 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat <i>Service Blueprint</i> GraPARI	Bpk. Harfes
37	Rabu, 30 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat <i>Service Blueprint</i> GraPARI	Bpk. Harfes
38	Kamis, 31 Agustus 2017	08.00 - 17.00	Membuat <i>Service Blueprint</i> GraPARI	Bpk. Harfes
39	Senin, 4 September 2017	08.00 - 17.00	Membuat <i>Service Blueprint</i> GraPARI	Bpk. Harfes
40	Selasa, 5 September 2017	08.00 - 17.00	Membuat <i>Service Blueprint</i> GraPARI	Bpk. Harfes