

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA  
PT TELKOM INDONESIA REGIONAL II**

**FATHIYA SEFANI GHAFIRA**

**8215154051**



**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  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***INTERNSHIP REPORT AT  
PT TELKOM INDONESIA REGIONAL II***

**FATHIYA SEFANI GHAFIRA**

**8215154051**



***This Internship Report was written to comply one of the requirement to get a Bachelor's Degree of Economics of Faculty of Economics of State University of Jakarta***

***BACHELOR'S DEGREE OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2019***

## **RINGKASAN EKSEKUTIF**

Fathiya Sefani Ghafira. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) PT Telkom Indonesia Regional II, Jakarta Selatan, 11 Juli 2018 – 11 September 2018. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2018

Praktik Kerja Lapangan dilakukan dalam rangka memberikan pengalaman kepada mahasiswa tentang lingkungan kerja yang sebenarnya serta menambah wawasan dan skill yang nantinya bisa diterapkan ketika terjun langsung ke dunia kerja. Selain itu, PKL adalah salah satu syarat kelulusan untuk mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. PKL dilaksanakan pada PT Telkom Indonesia Regional II, berlokasi di Jalan Gatot Subroto, Jakarta Selatan. Selama menjalani PKL praktikan ditempatkan pada divisi *Consumer Marketing* kantor Telkom Indonesia Regional II. Tugas yang dikerjakan praktikan selama PKL meliputi rekapitulasi data *targeting* IndiHome untuk Perumahan dan Cluster, menyortir data *sales force* berdasarkan penjualan, membuat soal *online test* untuk *sales* IndiHome, dan memberi masukan *point reward sales force* IndiHome.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan, Telkom Indonesia Regional II, Consumer Marketing, Data *Targeting*

## ***EXECUTIVE SUMMARY***

*Fathiya Sefani Ghafira. The Internship Report at PT Telkom Indonesia Regional II, South Jakarta, July 11 2018 – September 11 2018. Study Program of Bachelor's Degree of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2018.*

*Internship is done in order to provide students with information about the actual work environment and to add insight and skills that can later be applied directly to the world of work. In addition, the internship is one of the requirements for students of Management in Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

*Internships were conducted at PT Telkom Indonesia Regional II, located at Jalan Gatot Subroto, South Jakarta. During the internship, internee is placed in the Consumer Marketing division at Telkom Indonesia Regional II office. The tasks carried out by internees during the internship are recapitulation of IndiHome targeting data for Apartments and Clusters, sorting of sales force data based on sales, create online test questions for IndiHome sales, and giving opinion about reward points for IndiHome sales force.*

*Keyword: Internship, Telkom Indonesia Regional II, Consumer Marketing, Targeting Data*

## LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

### Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Praktik Kerja Lapangan pada PT Telkom Indonesia  
Regional II  
Nama Praktikan : Fathiya Sefani Ghafira  
Nomor Registrasi : 8215154051  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Setuju untuk Ujian:

Menyetujui,

Pembimbing



Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si

NIP. 197206171999031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Andrian Haro S.Si., M.M

NIP. 19850924 201404 1 002

Seminar pada Tanggal: 7 Januari 2019

**LEMBAR PENGESAHAN**

Ketua Program Studi 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 Penguji Ahli	 .....	<u>25/1/19</u> .....
<u>Ika Febrilia, SE., M.M</u> NIP. 19870209 201504 2 001 Dosen Pembimbing	 .....	<u>24/1/15</u> .....
<u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	 .....	<u>21/1/19</u> .....

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, praktikan panjatkan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada praktikan sehingga dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan di PT Telkom Indonesia Regional II. Shalawat serta salam tidak lupa tercurahkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, pengikut, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penulisan laporan ini, praktikan mendapatkan dukungan serta masukan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing Praktik Kerja Lapangan.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana E. S, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Andrian Haro, S.Si., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Manager bagian *Promotion and Pricing* Divisi *Consumer Marketing* Bapak Kus Indartama selaku dosen pembimbing praktikan yang telah

memberikan arahan dan masukan kepada praktikan selama penulisan laporan ini.

5. Bapak Madinah selaku Manager bagian *Apartment and Premium Cluster* Divisi *Consumer Marketing*.
6. Bapak Rusdi selaku karyawan HRD yang telah menerima praktikan untuk PKL di PT Telkom Indonesia Regional II dan juga memproses surat PKL praktikan.
7. Seluruh karyawan Divisi *Consumer Marketing* yang telah membantu memberi arahan dan petunjuk kepada praktikan selama menjalani kegiatan PKL.
8. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat bagi praktikan.
9. Para sahabat dan teman yang senantiasa memberikan masukan dan juga dorongan semangat kepada praktikan.
10. Seluruh pihak-pihak yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu-per satu yang membantu kelancaran Praktik Kerja Lapangan praktikan.

Akhir kata, praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menghasilkan laporan yang lebih baik lagi ke depannya. Semoga laporan yang praktikan susun ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, Oktober 2018

Praktikan

## DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	5
C. Kegunaan PKL.....	6
D. Tempat PKL.....	7
E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL.....	7
BAB II TINJAUAN UMUM PT TELKOM INDONESIA REGIONAL II .....	10
A. Sejarah Perusahaan.....	10
B. Struktur Organisasi.....	19
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	21
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN .....	38
A. Bidang Kerja .....	38
B. Pelaksanaan Kerja .....	39
C. Kendala Yang Dihadapi .....	51
D. Cara Mengatasi Kendala.....	52
BAB IV PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran-Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.I Logo PT Telkom Indonesia.....	10
Gambar II.II Fase-Fase Perkembangan PT Telkom Indonesia .....	12
Gambar II.III Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Regional II .....	19
Gambar II.IV Daftar Harga Paket Triple Pay IndiHome .....	28
Gambar II.V Daftar Harga Paket Dual-Play Netizen I IndiHome.....	30
Gambar II.VI Daftar Harga Paket Dual-Play Netizen II IndiHome .....	31
Gambar II.VII Daftar Harga Paket Internet IndiHome .....	32
Gambar II.VIII Daftar Harga Paket Telepon Rumah IndiHome .....	33
Gambar III.I Data Excel Rekapitulasi IPCA .....	41
Gambar III.II Pertanyaan Online Test untuk Sales Force IndiHome .....	45
Gambar III.III Data SSL Sales Force IndiHome .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Permohonan PKL.....	58
Lampiran 2 Surat Telah Menyelesaikan PKL .....	53
Lampiran 2 Daftar Hadir PKL.....	60
Lampiran 2 Penilaian Hasil PKL.....	63
Lampiran 2 Log Kegiatan Harian.....	64

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang PKL**

Dewasa ini, ditengah perkembangan dan kemajuan teknologi yang pesat, perusahaan dituntut untuk cepat dan tanggap dalam menghadapi perubahan yang dinamis. Sebuah perusahaan yang maju salah satunya ditentukan oleh sumber daya manusianya yang berkualitas. Perusahaan harus pintar dalam memilih sumber daya manusia yang berkompeten, tidak hanya pandai dalam menerapkan ilmu-ilmu dasar sesuai dengan bidang yang digeluti, tetapi juga dituntut untuk pandai dalam berkomunikasi dan bersosialisasi.

Perguruan tinggi sebagai tempat untuk menghasilkan sumber-sumber daya manusia yang baru, haruslah menelurkan lulusan-lulusan mahasiswa yang berkualitas. Perguruan tinggi harus mempersiapkan mahasiswanya untuk siap bersaing dengan sumber daya manusia lain di dunia kerja. Tidak hanya siap bersaing, tetapi juga harus memenuhi kompetensi yang diinginkan oleh perusahaan nantinya.

Para mahasiswa yang dipersiapkan untuk dunia kerja nantinya, selain dibekali dengan ilmu-ilmu sesuai jurusan mereka, harus dibekali dengan ilmu tentang dunia kerja itu sendiri. Dalam hal ini, tentunya perguruan tinggi terus berlomba-lomba untuk meningkatkan kemampuan mahasiswanya dalam mempersiapkan mahasiswanya untuk terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya. Salah satu caranya adalah dipersiapkan

dengan adanya Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi mahasiswa yang diadakan oleh Universitas Negeri Jakarta bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program S1 Manajemen. Praktik Kerja Lapangan ini merupakan mata kuliah Jurusan Manajemen dimana mahasiswa bisa mengasah dan menerapkan kemampuan mereka selama di perkuliahan yang akan diterapkan selama mereka di perusahaan.

Dalam kegiatan ini, praktikan berkesempatan memilih PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) sebagai tempat untuk menjalani PKL sesuai dengan konsentrasi jurusan yang diambil yaitu manajemen pemasaran. Praktikan ditempatkan pada Divisi *Consumer Marketing* PT Telkom Indonesia Regional II.

PT Telkom adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa penyedia telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan berbagai produk yang sudah tidak asing di telinga masyarakat. PT Telkom Indonesia juga menjadi pemegang saham mayoritas 13 anak perusahaan, seperti PT Telekomunikasi Seluler, Telkom Infra, Telkom Ases, dan lain-lain yang tergabung dalam Telkom Grup.

Industri telekomunikasi di Indonesia terus-menerus berkembang seiring perkembangan zaman. Dengan teknologi yang semakin pesat, menjadikan semakin banyaknya penemuan baru yang akhirnya membuat masyarakat lebih mudah berkomunikasi. Jika dahulu hanya sebatas telepon, di era sekarang memakai internet dan smartphone sudah menjadi hal yang biasa. Kemudahan-kemudahan seperti ini yang membuat

pelanggan di industry telekomunikasi terus meningkat dan tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari mereka.

Industri telekomunikasi merupakan salah satu industri yang kompetitif di Indonesia. Saat ini tercatat setidaknya ada 7 perusahaan telekomunikasi di Indonesia, yaitu PT. Hutchison 3 Indonesia (Tri), PT. XL Axiata (XL), PT. Indosat (Indosat), PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (Ceria), PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), PT. Smartfren dan PT. Bakrie Telecom (Kominfo, 2015). Dalam beberapa tahun terakhir, tren industri telekomunikasi di Indonesia cenderung melambat, ditunjukkan dengan adanya penurunan pendapatan rata-rata operator pada layanan telepon dan SMS. Pada 2013, rata-rata operator mendapat pendapatan 37% dari telepon. Kemudian menurun menjadi 36% pada 2014 dan terakhir 35% pada 2015. Selanjutnya, pendapatan dari SMS juga menurun dari 17% di 2013 dan 2014, menjadi 16% pada 2015 (Noor, 2016). Hal ini dikarenakan tren komunikasi yang ikut berubah menjadi era digital. Jika dahulu perusahaan telekomunikasi berfokus pada komunikasi voice dan SMS saja, kini komunikasi berbasis aplikasi (*Whatsapp, Line, Wechat*, dsb) menjadi digandrungi masyarakat. Menurut Ketua Umum Masyarakat Telematika Indonesia Kristiono, sebuah perusahaan telekomunikasi harus berpikir untuk memperluas cakupan bisnisnya menjadi digital company agar tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat (Utami, 2018).

Sementara untuk pertumbuhan pasar pemain-pemain di industri telekomunikasi, khususnya pada tiga pemain terbesar yaitu Telkomsel; Indosat; dan XL, ada yang mengalami kerugian dan ada yang mengalami keuntungan. Tercatat pada tahun 2014, XL meraih pendapatan sebesar Rp23,56 triliun namun merugi Rp891 miliar. Kondisi yang sama juga terjadi pada Indosat yang mengalami kerugian sebesar Rp2,03 triliun meskipun meraih pendapatan Rp23,41 triliun. Hanya Telkomsel milik PT Telkom Indonesia saja yang meraih laba bersih Rp19,4 triliun dengan pendapatan Rp66,25 triliun (Rayana, 2015).

PT Telkom Indonesia yang mempunyai anak perusahaan operator seluler yaitu Telkomsel, masih menjadi *market leader* di Indonesia. Tercatat jumlah pelanggan operator Telkomsel masih menjadi yang tertinggi dibanding para pesaing-pesaingnya, yaitu 196 juta pelanggan pada tahun 2017. Sedangkan untuk para pesaingnya seperti, Indosat Ooredoo, XL Axiata, Tri, dan Smartfren, masing-masing memperoleh 110 juta, 53 juta, 68 juta, 12 juta pelanggan pada tahun 2017 (Rayana, Selular.id, 2018)

Alasan praktikan memilih PT Telkom Indonesia sebagai tempat melaksanakan PKL adalah karena praktikan tertarik dengan bagaimana sistem pemasaran mereka memasarkan produk-produk telekomunikasi mereka sehingga bisa terus-menerus bertahan di tengah banyaknya pesaing dengan fakta bahwa PT Telkom Indonesia sudah cukup lama berada di industri tersebut.

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

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

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

- a. Menerapkan teori yang didapat dari bangku perkuliahan ke lingkungan kerja yang sesungguhnya.
- b. Sebagai sarana mengembangkan diri dengan pengalaman yang didapat dari dunia kerja.
- c. Memperoleh pengalaman dalam dunia kerja agar lebih terampil dalam menerapkan ilmu-ilmu manajemen serta kemampuan bersosialisasi dengan dalam lingkungan kerja.
- d. Sebagai syarat wajib kelulusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

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

- a. Mendeskripsikan bidang kerja divisi Pemasaran khususnya pada divisi *Consumer Marketing*.
- b. Memperoleh pengetahuan tentang bidang pemasaran yang nantinya akan berguna dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Memperoleh keterampilan dalam bidang pemasaran serta kemampuan dalam memecahkan masalah dalam menghadapi pekerjaan dalam dunia kerja.
- d. Membandingkan ilmu yang diperoleh saat perkuliahan dengan penerapannya di dunia kerja, khususnya dalam bidang pemasaran.

### **C. Kegunaan PKL**

#### **1. Manfaat Bagi Praktikan**

- a. Sebagai salah satu syarat kelulusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- b. Sebagai wadah penerapan ilmu-ilmu selama masa perkuliahan ke dunia kerja khususnya dalam bidang pemasaran .
- c. Melatih kemandirian dan kemampuan bersosialisasi dengan orang lain di lingkungan kerja.
- d. Mengetahui mekanisme kegiatan pemasaran pada perusahaan telekomunikasi.
- e. Belajar mengenali lingkungan kerja yang sesungguhnya.

#### **2. Manfaat Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

- a. Meningkatkan mutu dan kualitas mahasiswa Fakultas Universitas Negeri Jakarta
- b. Memperkenalkan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta kepada perusahaan
- c. Memperoleh gambaran sejauh mana kemampuan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dalam menerapkan teori yang didapat selama perkuliahan ke dunia kerja
- d. Terjalin relasi antara Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan perusahaan untuk dijadikan tempat PKL di masa mendatang

#### **3. Manfaat Bagi PT Telkom Indonesia**

- a. Menumbuhkan kerjasama yang baik dan bermanfaat antara praktikan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dan perusahaan.
- b. Mengetahui sejauh mana kemampuan dan kualitas mahasiswa Universitas Negeri Jakarta khususnya di Fakultas Ekonomi.

- c. Memperoleh tenaga kerja tambahan yang dapat membantu pekerjaan karyawan.
- d. Sebagai sarana menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai tanggung jawab perusahaan dalam dunia pendidikan.

#### **D. Tempat PKL**

Praktikan melaksanakan PKL di perusahaan yang bergerak di industri telekomunikasi. Adapun praktikan ditempatkan pada:

Nama Perusahaan : Telkom Indonesia kantor Regional II

Alamat : Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 52 RT.6/RW.1,  
Kuningan Barat, Mampang Prapatan Jakarta  
Selatan, DKI Jakarta, 12710 Indonesia

Telepon : (021) 21899811

Website : <https://www.telkom.co.id/>

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

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan pada tanggal 11 Juli – 11 September 2018. 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 HRD PT Telkom Indonesia Regional II.

Setelah surat jadi dibuat, praktikan segera mendatangi kantor PT Telkom Indonesia Regional II untuk menyerahkan surat pengajuan PKL tersebut. Sampai disana, praktikan diarahkan oleh resepsionis kantor untuk menemui Bapak Rusdi di bagian HR PT Telkom Indonesia Regional II. Setelah menyampaikan maksud dan tujuan untuk PKL, praktikan menyerahkan surat pengajuan PKL dan diminta untuk menunggu konfirmasi dari pihak HRD PT Telkom Indonesia Regional II lewat e-mail.

Pada tanggal 13 Juni 2018 pihak HRD PT Telkom Indonesia memberitahukan bahwa praktikan telah diperbolehkan untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di bagian *Consumer Marketing* Telkom Indonesia Regional II..

## **2. Tahap Pelaksanaan**

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL di PT Telkom Indonesia dan ditempatkan pada bagian *Consumer Marketing* pada 11 Juli 2018. Praktikan melaksanakan PKL selama 45 hari kerja, terhitung dari tanggal 11 Juli sampai dengan 11 September 2018.

Adapun untuk jam kerja pelaksanaan PKL praktikan dilakukan dari hari Senin – Jumat mulai pukul 08.00 – 17.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB..

### **3. Tahap Pelaporan**

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL di PT Telkom Indonesia dan ditempatkan pada bagian *Consumer Marketing* pada 11 Juli 2018. Praktikan melaksanakan PKL selama 45 hari kerja, terhitung dari tanggal 11 Juli sampai dengan 11 September 2018.

Adapun untuk jam kerja pelaksanaan PKL praktikan dilakukan dari hari Senin – Jumat mulai pukul 08.00 – 17.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB.

**BAB II**  
**TINJAUAN UMUM PT TELKOM INDONESIA**  
**REGIONAL II**

**A. Sejarah Umum Perusahaan**

**1. Riwayat Telkom Grup**



**Gambar II.1 : Logo PT Telkom Indonesia**

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

Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran Telkom, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital.

a. 1882 – Kemunculan Telepon

Pada 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan pada 1856. Hadirnya telepon membuat masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini. Kala itu, banyak perusahaan swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pemain ini membuat industri telepon berkembang lebih cepat: pada 1892 telepon sudah digunakan secara interlokal dan tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

b. 1965 – Kelahiran Telkom

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi.

Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

c. 1995 – Tumbuhnya Teknologi Seluler



#1 KILAS BALIK  
TELKOM INDONESIA  
**GROWTH THROUGH  
DISRUPTION**

Dalam perjalanannya,  
**Telkom Indonesia hampir  
tidak pernah lepas dari disrupsi**



**DISRUPT OR TO BE  
DISRUPTED**



Namun, Telkom Indonesia  
**mampu sustainable dan  
terus bertumbuh**



Terdapat **6 fase disrupsi**  
yang dihadapi



**Fase 1**  
**1882**



Kemunculan Telepon  
menyaingi layanan pos  
& telegraf



Telegraf sudah  
berkembang sejak  
tahun 1856



Dan terdapat saluran kabel  
sepanjang 2.700 km yang  
mengoneksikan Jawa,  
Sumatra, Sulawesi dan  
Kalimantan



Namun, hadirnya telepon  
memikat masyarakat dan swasta  
untuk menyelenggarakan  
bisnis telepon



Pada 1892 telepon sudah  
banyak digunakan secara  
interlokal



Pada 1929 terkoneksi  
secara internasional



### Fase 2 1957

- Banyak perusahaan-perusahaan Belanda diakuisisi oleh Indonesia
- Pemerintahan Soekarno memiliki visi menjadikan seluruh perusahaan negara menjadi "public corporation"
- Djawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel), sehingga lebih modern dan otonom
- Pemerintah menetapkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 (Pendirian Perusahaan Negara Telekomunikasi)
- Berisi pemisahan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel : PN Pos & Giro dan PN Telekomunikasi
- Setiap perusahaan fokus mengelola portofolio bisnisnya dan menjadi entitas bisnis masa depan

### Fase 3

- Teknologi GSM dan mobile phone di tanah air mengancam keberadaan telepon (fixed line). Revolusi seluler pun dilakukan
- Telkom Indonesia melakukan self disruption
- Tahun 1995 Telkomsel didirikan dan meluncurkan Kartu Halo pascabayar
- Pada 1997 jaringan Telkomsel telah hadir di seluruh provinsi Indonesia

**TRANSFORMASI TELKOM**

PERUMTEL → PERSEROAN (PT) → PERUSAHAAN TERBUKA (TBK)

Saat kepemimpinan Cacak Sudarjanto      Saat kepemimpinan Setyanto P. Santosa

Gambar II.II Fase-Fase Perkembangan PT Telkom Indonesia

Sumber: telkom.co.id

## 2. Profil PT Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

1. Mobile

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

2. Fixed

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.

3. Wholesale & International

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

4. Network Infrastructure

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

5. Enterprise Digital

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

## 6. Consumer Digital

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti *bisnis digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).

## 3. Visi dan Misi PT Telkom Indonesia Regional II

### a. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

Adapun visi dan misi yang ingin dicapai PT Telkom Indonesia ialah sebagai berikut:

#### 1. Visi

*Be the King of Digital in the Region*

#### 2. Misi

*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*

Dan adapun tujuan perusahaan ialah sebagai berikut:

#### 1. *Strategic Objectives*

Sebagai Indonesia powerhouse company yang telah memiliki footprint bisnis internasional, TelkomGroup memiliki *strategic objectives* sebagai berikut:

Top 10 Market Capitalization Telco in Asia-Pacific by 2020 and maintain its stronghold position.

2. *Corporate Strategy*

TelkomGroup juga telah menyusun strategi korporasi guna menciptakan *sustainable competitive growth* dan mendorong cita-cita Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

3. *Directional Strategy: Disruptive competitive growth*

Di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, TelkomGroup yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara signifikan. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui inovasi produk dan layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat baik di pasar domestik maupun internasional.

4. *Portfolio Strategy: Customer value through digital TIMES portfolio*

TelkomGroup berfokus pada portofolio digital TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Services*) melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

5. *Parenting Strategy: Strategic Control*

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, TelkomGroup menerapkan pendekatan *strategic control* untuk menelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah, bersinergi, dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan..

b. Nilai-Nilai Perusahaan

PT Telkom Indonesia dalam menjalankan bisnisnya, mempunyai beberapa nilai-nilai dan budaya yang dimiliki, yaitu:

1. CORPORATE CULTURE

*The Telkom Way*

2. BASIC BELIEF

*Always the Best*

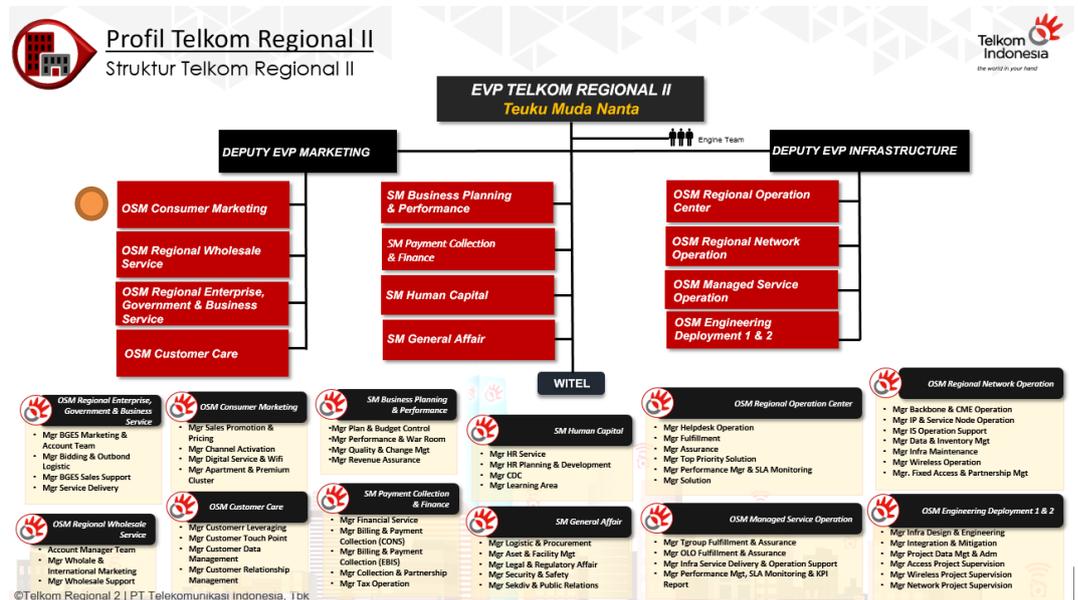
3. CORE VALUES

*Solid, Speed, Smart*

4. KEY BEHAVIOURS

*Imagine, Focus, Action*

## B. Struktur Organisasi



Divisi praktikan ditempatkan (Consumer Marketing)

### Gambar II.III Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Regional II

Sumber: HRD PT Telkom Indonesia Regional II

Kantor PT Telkom Indonesia Regional II mempunyai struktur organisasi yang cukup luas. Posisi tertinggi dalam dipegang oleh EVP Telkom Regional II. Dalam kantor Telkom Regional II terdapat 12 Divisi, antara lain:

- Consumer Marketing* yang terdiri dari bagian *Sales Promotion and Pricing, Channel Activation, Digital Service and Wifi, dan Apartment and Premium Cluster*.
- Regional Wholesale Service* yang terdiri dari bagian *Account Manager Team, Wholesale and International Marketing, dan Wholesale Support*.

- c. *Regional Enterprise, Government and Business Service* yang terdiri dari bagian *BGES Marketing and Account Team, Bidding and Outbond Logistic, BGES Sales Support, dan Service Delivery*.
- d. *Customer Care* yang terdiri dari bagian *Customer Leveraging, Customer Touch Point, Customer Data Management, dan Customer Relationship Management*.
- e. *Business Planning and Performance* yang terdiri dari bagian *Plan and Budget Control, Performance and War Room, Quality and Change Management, dan Revenue Assurance*.
- f. *Payment Collection and Finance* yang terdiri dari bagian *Financial Service, Billing Payment and Collection, Collection and Partnership, dan Tax Operation*.
- g. *Human Capital* yang terdiri dari bagian *HR Service, Planning and Development, dan Learning Area*.
- h. *General Affair* yang terdiri dari bagian *Logistic and Procurement, Aset and Facility Management, Legal and Regulatory Affair, Security and Safety, dan Sekdiv and Public Relations*.
- i. *Regional Operation Center* yang terdiri dari bagian *Helpdesk Operation, Fulfillment, Assurance, Top Priority Solution, Performance and Monitoring, dan Solution*.
- j. *Regional Network Operation* yang terdiri dari bagian *Backbone and CME Operation, IP and Service Node Operation, IS Operation*

*Support, Data and Inventory Management, Infra Maintenance, Wireless Operation, dan Fixed Access and Partnership Management.*

- k. *Managed Service Operation* yang terdiri dari bagian *Tgroup Fulfillment and Assurance, OLO Fulfillment and Assurance, Infra Service Delivery and Operation Support, dan Performance Management, SLA Monitoring and KPI Report.*
- l. *Engineering Deployment 1 & 2* yang terdiri dari bagian *Infra Design and Engineering, Integration and Mitigation, Project Data Management and Adm, Access Project Supervision, Wireless Project Supervision, dan Network Project Supervision.*

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

#### **1. Product**

##### a. *IndiHome Fiber*

IndiHome Fiber merupakan layanan digital terdepan menggunakan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan *Triple Play* yang terdiri dari Internet Rumah (*Fixed Broadband Internet*), Telepon Rumah (*Fixed Phone*) dan TV Interaktif (*UseeTV*). IndiHome Fiber juga menawarkan layanan *Dual Play* yang terdiri Internet Fiber (*Internet Cepat*) dan Telepon Rumah (*Fixed Phone*) atau Internet Fiber (*Internet Cepat*) dan TV Interaktif (*UseeTV*).

##### 1. *Internet Fiber*

Keunggulan dari layanan internet kecepatan tinggi menggunakan teknologi *fiber optic*, adalah:

- a. Cepat : Jaringan *fiber optic* mampu mentransfer data hingga 100 Mbps, jauh lebih cepat dibandingkan jaringan kabel koaksial atau kabel tembaga.
  - b. Stabil: Jaringan *fiber optic* jauh lebih stabil dibandingkan jaringan kabel koaksial atau kabel tembaga pada saat dilakukan akses internet secara bersamaan.
  - c. Andal: Kabel *fiber optic* lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan elektromagnetik dibandingkan kabel koaksial atau kabel tembaga.
  - d. Canggih: Teknologi *fiber optic* merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan *fixed broadband*.
2. Telepon Rumah

Telepon Rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang murah dan kualitas suara yang jernih. Paket IndiHome *Fiber* menawarkan GRATIS menelepon sampai 1000 menit (sesuai paket yang dipilih) atau setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan baik untuk Lokal maupun Interlokal secara leluasa. IndiHome *Fiber* juga memiliki layanan telepon tambahan lainnya, yaitu *Global Call*. Tagihan telepon rumah meliputi abonemen, panggilan on net lokal - SLJJ, panggilan seluler serta panggilan internasional.

Khusus pelanggan IndiHome mendapatkan kuota panggilan Lokal dan SLJJ sesuai paket IndiHome pelanggan. Tagihan telepon rumah bulan Januari (pemakaian bulan Desember) dapat mengalami penyesuaian sebesar Rp1.250 - Rp7.500 khusus bulan Januari 2018 dikarenakan hal-hal insidental yang membutuhkan extra service maintenance seperti gangguan yang disebabkan bencana alam, pengerjaan konstruksi dari pihak lain, atau hal-hal lainnya di luar kendali Telkom yang menyebabkan layanan dapat terganggu. Informasi lebih lanjut hubungi 147.

3. TV Interaktif (*Usee TV*)

*UseeTV* merupakan layanan TV interaktif pertama di Indonesia. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, *UseeTV* juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan lainnya, seperti *Pause and Rewind*, *Video on Demand*, *Video Recording* dan lainnya. Lebih asyiknya lagi, Anda dapat memilih channel premium pilihan sepuasnya.

b. *OTT Video Streaming*

*Catchplay*, *iflix*, dan *HOOQ*

Ketiga layanan tersebut adalah aplikasi untuk menonton film dan serial terbaik dari *Blockbuster Hollywood*, Asia dan Indonesia, kapan saja dan di mana saja. Pelanggan bisa mengakses aplikasi

*Catchplay* ini melalui TV, PC/Laptop, ataupun melalui *Tablet/Smartphone*.

c. *Add-On*

1. *Movin'*

*Movin'* merupakan *mobile app* berbasis Android yang dibuat khusus untuk pelanggan IndiHome, di mana pelanggan dapat mengelola Telepon Rumah, *UseeTV* dan Internet *Fiber* baik di dalam maupun di luar rumah menggunakan *smartphone* melalui fitur-fitur utama *Movin'* sebagai berikut:

- a. *My Internet*: Mengakses koneksi *seamless* dari *WiFi* IndiHome Anda dan ratusan ribu *Hotspot wifi.id* di seluruh Indonesia.
- b. *My Phone*: Melakukan dan menerima panggilan dari *smartphone* menggunakan nomor telepon rumah di dalam jaringan IndiHome Anda. Biaya tagihan akan dimasukkan ke dalam tagihan IndiHome.
- c. *My Entertainment*: Mengelola *UseeTV* Anda langsung dari *smartphone* dengan fitur *My Phone* dalam aplikasi *Movin'*.
- d. *My HomeSolution*: Mengecek tagihan bulanan rumah Anda lebih praktis dengan menu '*Home Payment*', serta beragam fitur digital lainnya untuk mendekatkan Anda dengan keluarga.

2. *Wifi.id Seamless*

*Wifi.id* adalah layanan jaringan internet untuk publik berbasis wireless atau hotspot yang disediakan oleh Telkom. Dengan *wifi.id Seamless*, khusus untuk Anda pelanggan IndiHome dapat mengakses *wifi.id* di seluruh Indonesia secara *seamless* (otomatis). Hanya dengan dengan Rp10.000/bulan per *device*, Anda bisa menikmati kemudahan dan kecepatan akses internet up to 100Mbps dari *wifi.id*.

### 3. Telepon Mania

Dengan menggunakan Telepon Mania, pelanggan dapat menikmati layanan menelepon sepuasnya ke sesama nomor Telkomsel. Layanan ini berlaku bagi pengguna lama ataupun baru dari IndiHome Fiber.

### 4. *Global Call*

*Global Call* diperuntukkan untuk layanan telepon ke luar negeri dengan lebih praktis, ekonomis, mudah, dan memiliki jangkauan yang luas.

### 5. *Trend Micro Antivirus*

*Trend Micro Security System* adalah layanan *Internet Security* untuk pelanggan Internet IndiHome *Fiber*. Komputer Anda akan terlindung dari serangan virus, *malware*, *spyware*, *spam*, *phising* dan konten yang tidak layak dari Internet, sehingga data dan sistem aplikasi Anda akan selalu aman.

### 6. *Speed On Demand*

*Speed on Demand* adalah layanan untuk meningkatkan kecepatan internet Anda secara temporer sesuai kebutuhan. Paket yang ditawarkan bervariasi mulai dari kecepatan 20 Mbps hingga 100 Mbps, dengan masa berlaku 1, 3, atau 7 hari. Kecepatan internet Anda akan secara otomatis kembali seperti semula setelah masa berlaku layanan *Speed on Demand* berakhir.

#### 7. *Minipack Usee TV*

*Minipack Usee TV* adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk menonton channel-channel mancanegara yang diinginkan. Layanan ini mempunyai lima belas jenis paket yang dapat dipilih dengan harga yang beragam mulai dari Rp15.000 – Rp169.000 per bulan.

#### 8. *Hybrid Box Tambahan*

Dengan *Hybrid Box Tambahan HD/4K* kita bisa menikmati tayangan *UseeTV* yang beragam di televisi yang berbeda dalam waktu yang bersamaan. Dengan *Hybrid Box Tambahan HD/4K* berbasis *Android* ini kita bisa merasakan pengalaman menggunakan *Smart TV* bahkan pada TV biasa sekalipun. Melakukan browsing, streaming, mengakses aplikasi, ataupun menonton *YouTube* dapat dilakukan dengan mudah menggunakan *Hybrid Box Tambahan HD/4K*.

#### 9. *IndiHome Store*

IndiHome *Store* merupakan sebuah *website* untuk pelanggan IndiHome dimana mereka bisa membeli produk-produk IndiHome mulai dari *voucher wifi.id*, *games*, *antivirus*, dan masih banyak lagi.

Dibandingkan dengan para pesaingnya di industri telekomunikasi, Telkom Indonesia memiliki lebih banyak produk dikarenakan diferensiasi produk mereka. Tidak hanya bertindak sebagai operator seluler saja yang dimiliki anak perusahaan mereka yaitu Telkomsel, tetapi Telkom Indonesia juga mempunyai layanan TV kabel, *WiFi*, maupun *platform* untuk menonton film.

Selain itu produk IndiHome mereka diklaim mampu menyediakan koneksi internet yang lebih stabil dibandingkan pesaing seperti First Media, Biznet atau Indosat Ooredoo GIG, karena menggunakan teknologi *fiber optic*. Teknologi *FUP (Fair Usage Policy)* yang diterapkan pada koneksi internet juga menjadi kelebihan produk IndiHome dimana bisa menurunkan kecepatan internet jika pengguna telah melewati batas pemakaian wajar yang ditentukan.

## **2. Price**

Penetapan harga merupakan unsur yang penting dalam pengelolaan perusahaan produk ataupun jasa. Telkom Indonesia mempunyai beragam pilihan paket dengan masing-masing harga yang berbeda untuk pelanggan pilih. Berikut merupakan paket beserta harga yang ditawarkan untuk produk Telkom:

Berikut harga paket IndiHome *Fiber* dengan *UseeTV Essential* atau *Extra Pack*.

a. Paket *Triple Pay*

IndiHome Paket Deluxe - Triple Play						
IndiHome	TELEPON RUMAH	URV	ifix	HOOQ	CATCHPLAY	Harga
10 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential + IndiKids Lite	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 460.000,- /Bulan

\* Aktivasi layanan Catchplay melalui myIndiHome atau layar UseeTV Anda.  
 \*\* Aktivasi layanan HOOQ dan iflix melalui layar UseeTV Anda.  
 - Harga belum termasuk PPN.

IndiHome Paket Premium - Triple Play						
IndiHome	TELEPON RUMAH	URV	ifix	HOOQ	CATCHPLAY	Harga
20 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential + IndiKids Lite + IndiMovie 2	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 630.000,- /Bulan
30 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential + IndiKids + IndiMovie 2	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 820.000,- /Bulan
40 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential + IndiKids + IndiMovie 2 + IndiMovie 1	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 995.000,- /Bulan
50 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Extra (All Channels***)	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 1.250.000,- /Bulan
100 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Extra (All Channels***)	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 1.750.000,- /Bulan

\* Aktivasi layanan Catchplay melalui myIndiHome atau layar UseeTV Anda.  
 \*\* Aktivasi layanan HOOQ dan iflix melalui layar UseeTV Anda.  
 \*\*\* -Tidak termasuk chanel DYNASTY, INDI JAPAN, INDIGOLF dan INDI BASKETBALL.  
 -Harga belum termasuk PPN.

**Gambar II.IV Daftar Harga Paket Triple Pay IndiHome**

**Sumber: telkom.co.id**

Syarat dan ketentuan:

1. Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 9 Juni 2017.
2. Harga di atas untuk pembayaran setiap bulan.
3. *UseeTV Essential* terdiri dari 131 *channels UseeTV (100 channels SD dan 31 channels HD)*.
4. Jumlah *channel* dapat berubah sewaktu-waktu.

5. Paket di atas termasuk GRATIS musik 12 bulan, akses aplikasi *Movin'* paket *basic* sepuasnya, serta bebas nonton di *iflix* dan *HOOQ* berbulan-bulan.
  6. Nonton *iflix* sepuasnya sampai dengan 31 Desember 2018.
  7. Biaya Pasang Baru (PSB) IndiHome Rp100.000 untuk area Jabodetabek dan Rp75.000 untuk area lain seluruh Indonesia akan ditagihkan pada bulan pertama saja dan tidak diperkenankan melakukan pembayaran secara tunai selain di Plasa Telkom.
  8. Telkom menyediakan *Hybrid Box* IndiHome dan ONT selama berlangganan.
  9. Untuk pelanggan yang ingin memasang *Hybrid Box* IndiHome tambahan akan dikenakan biaya tambahan bulanan di mana Telkom menyediakan *Hybrid Box* yang dimaksud. Pelanggan bisa dikenakan biaya penarikan jaringan tambahan yang dibayarkan kepada mitra penarikan jaringan.
  10. Harga belum termasuk PPN.
- b. Paket *Dual Play*



IndiHome	TELEPON RUMAH	Harga
10 Mbps	Gratis 100 menit nelpon lokal / interlokal	Rp. 285.000,- /Bulan
20 Mbps	Gratis 100 menit nelpon lokal / interlokal	Rp. 385.000,- /Bulan
30 Mbps	Gratis 100 menit nelpon lokal / interlokal	Rp. 545.000,- /Bulan
40 Mbps	Gratis 100 menit nelpon lokal / interlokal	Rp. 645.000,- /Bulan

- Harga belum termasuk PPN.

**Gambar II.IV Daftar Harga Paket Dual Play – Netizen I  
IndiHome**

**Sumber: telkom.co.id**

Syarat dan ketentuan:

1. Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 7 Agustus 2017.
2. Harga di atas untuk pembayaran setiap bulan.
3. Paket di atas termasuk GRATIS musik 12 bulan, akses aplikasi Movin' paket basic sepuasnya, nonton *iflix* dan *HOOQ* sepuasnya selama berbulan-bulan.
4. Nonton *iflix* sepuasnya sampai dengan 31 Desember 2018.
5. Biaya Pasang Baru (PSB) IndiHome Rp150.000 akan ditagihkan pada bulan pertama saja dan tidak diperkenankan melakukan pembayaran secara tunai selain di Plasa Telkom.
6. Telkom menyediakan ONT selama berlangganan.
7. Harga belum termasuk PPN.

**DUAL PLAY** IndiHome Paket Netizen II - Dual Play

IndiHome	UseeTV	iflix	HOOQ	CATCHPLAY	Harga
10 Mbps	Interactive TV Channels Entry	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 315.000,-/Bulan
20 Mbps	Interactive TV Channels Entry	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 415.000,-/Bulan
30 Mbps	Interactive TV Channels Entry	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 575.000,-/Bulan
40 Mbps	Interactive TV Channels Entry	Nonton Sepuasnya	2 Bulan** Nonton Sepuasnya	1 Bulan* Nonton Sepuasnya	Rp. 675.000,-/Bulan

\* Aktivasi layanan Catchplay melalui myindihome atau layar UseeTV Anda.  
 \*\* Aktivasi layanan HOOQ dan iflix melalui layar UseeTV Anda.  
 - Harga belum termasuk PPN.

**Gambar III.VI Daftar Harga Paket Dual Play - Netizen II IndiHome**

**Sumber: telkom.co.id**

Syarat dan ketentuan:

1. Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 9 Juni 2017.
2. Harga di atas untuk pembayaran setiap bulan.
3. *UseeTV Entry* terdiri dari 80 *channels UseeTV* (76 *channels SD* dan 4 *channels HD*).
4. Jumlah *channel* dapat berubah sewaktu-waktu.
5. Paket diatas termasuk GRATIS musik 12 bulan, serta nonton *iflix* dan *HOOQ* sepuasnya berbulan-bulan.
6. Nonton *iflix* sepuasnya sampai dengan 31 Desember 2018.
7. Biaya Pasang Baru (PSB) IndiHome Rp150.000 akan ditagihkan pada bulan pertama saja dan tidak diperkenankan melakukan pembayaran secara tunai selain di Plasa Telkom.

8. Telkom menyediakan *Hybrid Box* IndiHome dan ONT selama berlangganan.
9. Untuk pelanggan yang ingin memasang *Hybrid Box* IndiHome tambahan akan dikenakan biaya tambahan bulanan dimana Telkom menyediakan *Hybrid Box* yang dimaksud. Pelanggan bisa dikenakan biaya penarikan jaringan tambahan yang dibayarkan kepada mitra penarikan jaringan.
10. Harga belum termasuk PPN.

c. Paket Internet

Internet	
IndiHome	Harga
10 Mbps	Rp. 250.000,- /Bulan
20 Mbps	Rp. 350.000,- /Bulan
30 Mbps	Rp. 510.000,- /Bulan
40 Mbps	Rp. 610.000,- /Bulan

**Gambar II.VII Daftar Harga Paket Internet IndiHome**

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

Syarat dan ketentuan:

1. Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 29 November 2016.
2. Harga di atas untuk pembayaran setiap bulan.

3. Harga sudah termasuk biaya sewa ONT.
  4. Biaya Pasang Baru (PSB) telepon Rp125.000 akan ditagih pada bulan pertama saja dan tidak diperkenankan melakukan pembayaran secara tunai selain di Plasa Telkom.
  5. Harga belum termasuk PPN.
- d. Paket Telepon Rumah



**Gambar II.VIII Daftar Harga Paket Telepon Rumah IndiHome**

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

Syarat dan ketentuan:

1. Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 29 November 2016.
2. Harga di atas untuk pembayaran setiap bulan.
3. Harga sudah termasuk biaya sewa ONT.
4. Biaya Pasang Baru (PSB) telepon Rp125.000 akan ditagih pada bulan pertama saja dan tidak diperkenankan melakukan pembayaran secara tunai selain di Plasa Telkom.
5. Harga belum termasuk PPN.

Dibandingkan dengan pesaing lain, Telkom Indonesia mempunyai harga produk yang bersaing dengan produk pesaing lainnya, seperti Biznet, First Media ataupun MNC Play Media. Untuk harga produk IndiHome, rata-rata tidak jauh berbeda dengan First Media bahkan lebih murah dibandingkan dengan MNC Play Media. Kekurangannya dari produk IndiHome tersebut adalah memiliki perbedaan harga yang cukup jauh di sejumlah tempat.

### 3. *Place*

Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Dalam mengelola bisnisnya, Telkom Indonesia mempunyai kantor-kantor Cabang dan Regional yang terdapat di berbagai daerah Indonesia. Berikut adalah pembagian kantor wilayah Telkom Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia:

- a. Pulau Sumatra (TELKOM WILAYAH DIVISI REGIONAL I)
  1. Nanggroe Aceh Darussalam/NAD (Daerah Istimewa)
  2. Sumatera Utara/Sumut
  3. Sumatera Barat/Sumbar
  4. Bengkulu
  5. Riau
  6. Kepulauan Riau/Kepri
  7. Jambi
  8. Sumatera Selatan
  9. Lampung

10. Kepulauan Bangka Belitung/Babel
- b. Pulau Jawa (TELKOM WILAYAH DIVISI REGIONAL II, III, IV, V)
  1. DKI Jakarta (DIVISI REGIONAL II)
  2. Jawa Barat (DIVISI REGIONAL II)
  3. Banten (DIVISI REGIONAL III)
  4. Jawa Tengah (DIVISI REGIONAL IV)
  5. DI Yogyakarta (DIVISI REGIONAL IV)
  6. Jawa Timur(DIVISI REGIONAL V)
- c. Pulau Kalimantan (TELKOM WILAYAH DIVISI REGIONAL VI)
  1. Kalimantan Barat/Kalbar
  2. Kalimantan Tengah/Kalteng
  3. Kalimantan Selatan/Kalsel
  4. Kalimantan Timur/Kaltim
- d. Nusa Tenggara (TELKOM DIVISI REGIONAL VII)
  1. Bali
  2. Nusa Tenggara Barat
  3. Nusa Tenggara Timur
- e. Pulau Sulawesi (TELKOM DIVISI REGIONAL VII)
  1. Sulawesi Barat/Sulbar
  2. Sulawesi Utara/Sulut
  3. Sulawesi Tengah/Sulteng

4. Sulawesi Selatan/Sulsel
  5. Sulawesi Tenggara/Sultra
  6. Gorontalo
- f. Kepulauan Maluku dan Pulau Papua (TELKOM DIVISI REGIONAL VII)
1. Maluku
  2. Maluku Utara
  3. Papua Barat
  4. Papua

Dibanding dengan para pesaing lainnya, wilayah usaha Telkom Indonesia merupakan yang terbesar di Indonesia. Telkom Indonesia mempunyai banyak kantor cabang di setiap kabupaten atau kota yang tersebar di seluruh Indonesia. Hal ini merupakan suatu keunggulan dibanding dengan perusahaan lain, karena jangkauan usaha yang cukup luas dapat meningkatkan penjualan mereka. Selain itu karena kantor cabang yang banyak, pelanggan yang mengalami keluhan dengan layanan produk Telkom, bisa mendatangi kantor Telkom Indonesia di daerah mereka masing-masing.

#### **4. *Promotion***

Kegiatan promosi diperlukan untuk sebuah bisnis untuk meningkatkan penjualan mereka. Begitu juga dengan PT Telkom Indonesia yang melakukan kegiatan promosi untuk berbagai produk mereka. Kegiatan promosi yang dilakukan antara lain melalui *event-*

*event*, iklan, spanduk ataupun baliho. Selain itu mereka juga mempunyai *sales* ataupun *canvasser* untuk memasarkan produk-produk mereka. Kegiatan promosi ini tersaji dengan lengkap di laman website resmi mereka yaitu [www.indihome.co.id](http://www.indihome.co.id).

Dibandingkan dengan pesaing lainnya, Telkom Indonesia mempunyai cara tersendiri untuk mempromosikan produknya salah satunya dengan adanya Mobil IndiHome (MOBI). MOBI ini mempromosikan produk IndiHome dengan berkeliling di suatu wilayah dan membuat *event-event* di area publik yang menarik perhatian masyarakat yang tujuannya untuk menarik minat pelanggan menggunakan produk IndiHome. Jadi tidak hanya mengandalkan spanduk, baliho atau promosi media sosial saja seperti para pesaingnya contohnya First Media, Biznet, dan MNC Play Media.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Bidang Pekerjaan**

Selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT Telkom Indonesia Regional II, praktikan ditempatkan pada Divisi *Consumer Marketing* Telkom Indonesia Regional II. Adapun tugas utama Divisi *Consumer Marketing* Telkom Indonesia Regional II adalah berkoordinasi terkait penjualan produk IndiHome dan wifi.id dengan kantor regional Telkom Indonesia yang lain, menentukan promosi serta penentuan harga untuk produk Telkom, dan melakukan *targeting market* ke wilayah-wilayah yang menjadi pangsa pasar produk Telkom.

Selama menjalani masa PKL, praktikan berada di bawah arahan Bapak Kus Indartama selaku *Manager* Bagian *Sales Promotion and Pricing* dan Bapak Adeg Zatnikabumi selaku *Officer* Divisi *Consumer Marketing*. Adapun tugas atau bidang kerja praktikan selama menjalani PKL antara lain:

1. Rekapitulasi data *targeting* untuk IPCA
2. Membuat soal *online test* untuk sales IndiHome
3. Menyortir data *sales force* IndiHome berdasarkan penjualan
4. Memberi masukan untuk *point reward sales force* IndiHome

## **B. Pelaksanaan Kerja**

Praktikan mulai melaksanakan PKL pada tanggal 11 Juli 2018 dan ditempatkan pada Divisi *Consumer Marketing* PT Telkom Indonesia Regional II. Sebelum diberikan pekerjaan, praktikan diberikan arahan terlebih dahulu oleh Bapak Kus selaku *Manager* Bagian *Sales Promotion and Pricing* Divisi *Consumer Marketing*. Arahan ini berupa pengenalan tim Divisi *Consumer Marketing* yang selanjutnya arahan berlanjut pada Mas Adeg selaku *Officer* Divisi *Consumer Marketing*. Oleh Bapak Adeg, praktikan diberi arahan mengenai pengenalan produk-produk Telkom dimana Divisi *Consumer Marketing* berfokus pada produk IndiHome dan wifi.id. Pengenalan produk ini penting untuk praktikan selain untuk menambah pengetahuan juga untuk lebih mudah mengerjakan tugas-tugas yang diberikan karena sudah lebih mengetahui produk-produk Telkom.

Selama menjalani PKL kurang lebih dua bulan, praktikan banyak mendapat pengalaman baru dan juga mendapat tugas-tugas yang belum pernah didapat di bangku perkuliahan sebelumnya. Ketika mendapat tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing, praktikan juga dituntut untuk bekerja cepat dan tanggap serta dituntut untuk lebih aktif bertanya saat ada pekerjaan yang belum dimengerti. Seluruh tugas yang praktikan kerjakan selama PKL, tertera secara terperinci dalam lampiran

Berikut adalah tugas beserta penjelasan selama melakukan kegiatan PKL dan manfaat yang praktikan praktikan dapatkan selama mengerjakan tugas yang diberikan oleh pembimbing PKL di Divisi *Consumer Marketing* PT Telkom Indonesia Regional II:

## 1. Rekapitulasi Data *Targeting* untuk IPCA

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, sebuah perusahaan tentu harus melakukan *targeting* terlebih dahulu untuk mengetahui target pasar produknya. Hal ini dilakukan PT Telkom Indonesia untuk memasarkan produk IndiHome mereka.

Dalam Divisi *Consumer Marketing*, dibagi ke beberapa bagian lagi, yaitu *Sales Promotion and Pricing*, *Channel Activation*, *Digital Service and Wifi*, dan *Apartment and Premium Cluster*. Untuk menangani kegiatan penjualan di perumahan dan apartemen, penanggung jawabnya adalah bagian *Apartment and Premium Cluster*.

Praktikan diberikan tugas oleh Bapak Madinah selaku *Manager* bagian *Apartment and Premium Cluster* untuk melakukan rekapitulasi data pada IPCA (*Integrated Premium and Cluster*) untuk update data dari setiap wilayah *targeting* IndiHome yang terdiri dari apartemen, perumahan serta *cluster-cluster* di daerah Jabodetabek.

Praktikan mengambil data dari database yang dimiliki Telkom Indonesia bernama sistem IPCA (*Integrated Premium Cluster and Apartment*) dan SIIS (*Sales IndiHome Information System*). Setelah itu data-data dikumpulkan ke dalam Microsoft Excel berdasarkan nama-nama Apartemen, *Cluster* dan Perumahan yang tertera dalam *database* IPCA dan SIIS.

WITEL	NAMA PROJECT	Keterangan	Map Polygon	Dev
38	JAKPUS MAPLE PARK	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16234087 Belu
40	JAKPUS APARTEMEN OASIS	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16234093 ADH
41	JAKPUS PURI KEMAYORAN	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16234094 Belu
42	JAKPUS APARTEMEN MEDITERANIA PALACE	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16234100 Belu
43	JAKPUS RUSUNAWA DAKOTA KEMAYORAN	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16234107 Belu
45	JAKUT APARTEMEN PLUIT SEA VIEW	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16236867 BIN
46	JAKPUS APARTEMEN THE BOULEVARD	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16236890 AGL
47	JAKPUS APARTEMEN GREEN SENTRAL CITY	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16238511 MO
49	JAKSEL APARTEMEN PAKUBUWONO TERRACE	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16239591 PT S
50	JAKUT APARTEMEN PESONA BAHARI	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16239624 Pen
51	JAKUT GRAND BOUTIQUE	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16239629 Pen
52	JAKUT HARCO ELECTRONIC PLAZA MANGGA DUA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16239696 Pen
53	JAKBAR APARTEMEN TAMAN ANGGREK	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16240931 Pen
54	JAKBAR APARTEMEN SUDIRMAN PARK	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16241832 Pen
55	JAKBAR APARTEMEN PERMATA SENAYAN	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16242233 Pen
56	JAKUT APARTEMEN GREEN BAY PLUIT	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16242854 Pen
57	JAKPUS APARTEMEN ASCOTT JAKARTA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16244355 Pen
58	JAKUT HARCOMAS MANGGA DUA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16244836 Pen
59	JAKUT HOTEL DUSIT MANGGA DUA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16248170 Pen
60	JAKPUS APARTEMEN GREEN PRAMUKA TOWER 5,6,7	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16248174 INF
61	JAKPUS APARTEMEN MEDITERANIA GAJAH MADA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16248176 Agu
62	JAKUT ITC MANGGA DUA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP tidak ada dalam polygon		16249851 Pen
63	JAKUT KOMPLEK ASP MANGGA DUA	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16250001 Pen
64	JAKTIM ADARTEMEN SENTRA TIMAR TOWER HIALI KUMING ABILARU	1.6E+07 Polygon di IIPCA dan SIIS sama dan ODP ada dalam polygon		16250001 OT

**Gambar III.I Data Excel Rekapitulasi IPCA**

**Sumber: Data diolah oleh penulis**

Data yang direkapitulasi oleh praktikan meliputi data:

- Nama Apartemen dan *Cluster* per Witel (Wilayah Telkom). Witel ini cakupannya lebih kecil dari kantor regional, biasanya meliputi daerah Kabupaten atau Kotamadya.
- Keterangan yang berisi kesesuaian polygon antara data IPCA dan data SIIS. Daerah *targeting* dari masing-masing tempat ditandai dengan adanya titik-titik untuk menandai batas sampai mana daerah penjualannya. Dalam hal ini, ada beberapa kemungkinan data polygon IPCA dan SIIS tidak sama atau tidak sesuai.
- Nama *developer* atau pengembang dari setiap cluster dan apartemen.
- Foto lokasi dari setiap *cluster* dan apartemen.
- Alamat dari setiap *cluster* dan apartemen.

- f. Dokumen-dokumen perizinan untuk melakukan penjualan IndiHome. Dokumen tersebut namanya meliputi *solution document*, *proof document*, *action document*, list PKS, dan BASO.
- g. *Progress* mengenai sampai sejauh mana wilayah *targeting* tersebut sudah bisa atau belum menjalankan penjualan IndiHome sesuai dengan kelengkapan dokumen yang diperlukan.
- h. Nama CAP atau penanggung jawab dari masing-masing wilayah *targeting* IPCA.
- i. Data ALPRO atau data mengenai kabel jaringan yang digunakan dalam wilayah apartemen dan *cluster* tersebut. Untuk memasang layanan IndiHome, pihak Telkom perlu memastikan tentang kabel jaringan yang digunakan pada masing-masing wilayah. Ada yang masih menggunakan MSAN atau kabel tembaga dan ada juga yang sudah memakai FTTH (*Fiber to the Home*) atau kabel serat optik.
- j. Data pelanggan
- k. Kompetitor IndiHome masing-masing tempat.
- l. *Visit* yaitu data mengenai apakah sudah ada kunjungan masing-masing penanggung jawab daerah *targeting* IPCA atau belum.

Setelah memperoleh data dari sistem IPCA dan ISIS, selanjutnya praktikan menginput data tersebut ke dalam file Excel dan merapkannya berdasarkan kategori.

Praktikan ditargetkan mengerjakan tugas tersebut oleh Bapak Madinah selama satu minggu. Akan tetapi, dikarenakan laptop

praktikan yang sering *error* dan juga praktikan sempat mengalami gangguan kesehatan, praktikan meminta kelonggaran waktu untuk diundur selama dua hari. Rata-rata praktikan bisa mengerjakan 50-100 data apartemen dan *cluster* setiap harinya. Setelah selesai mengerjakan semua data tersebut, praktikan memberikan file tugas tersebut kepada Bapak Madinah selaku yang memberi tugas. Setelah di cek oleh Bapak Madinah, beliau mengatakan praktikan mengerjakan tugas tersebut dengan benar.

Manfaat yang praktikan ambil dalam pengerjaan tugas ini adalah praktikan menjadi tahu tentang *targeting* dari produk IndiHome yang PT Telkom Indonesia lakukan. *Targeting* apartemen dan *clusternya* begitu banyak sehingga praktikan dituntut untuk teliti saat menginput data ke Excel agar yang memakai data tersebut nantinya tidak merasa keliru dan bingung. Serta praktikan mendapatkan pelajaran bagaimana cara membuat manajemen waktu yang tepat dalam melaksanakan tugas karena nantinya dalam dunia kerja, semua orang harus dituntut untuk berkerja secara tepat dan cepat.

## **2. Membuat Soal *Online Test* untuk Sales IndiHome**

Divisi *Consumer Marketing* berhubungan langsung dengan mitra pemasaran produk IndiHome yaitu *Sales* IndiHome. Mereka bertugas memasarkan langsung produk IndiHome secara langsung bertemu dengan calon *customer* ataupun melalui acara-acara yang diselenggarakan IndiHome. Menanggapi pertanyaan-pertanyaan

seputar produk IndiHome dari pembeli dan calon pembeli juga merupakan tugas mereka. Maka dari itu, seorang *Sales* IndiHome dituntut untuk paham betul mengenai produk IndiHome yang akan mereka pasarkan.

Pada tugas ini, praktikan diminta untuk membuat soal *online test* untuk *Sales* IndiHome yang berisi pertanyaan-pertanyaan seputar produk IndiHome. Tujuannya adalah melihat bagaimana pengetahuan *Sales* IndiHome dalam mengetahui produk IndiHome agar mereka tidak salah memberi informasi kepada pelanggan.

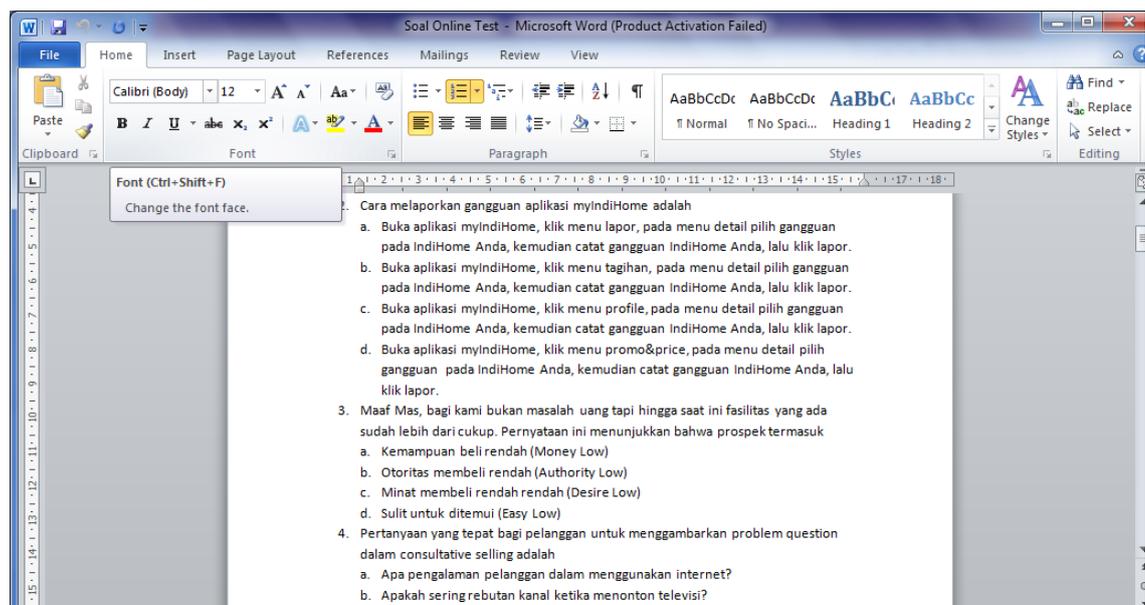
Langkah-langkah dalam melakukan tugas ini adalah sebagai berikut:

1. Praktikan diberikan arahan mengenai informasi produk IndiHome terlebih dahulu oleh Ibu Ajeng.
2. Dijelaskan apa saja bagian-bagian dari aplikasi IndiHome dan cara kerjanya.
3. Diberitahu tentang apa saja yang harus praktikan tanyakan pada soal *online test* tersebut.
4. Praktikan membuat soal *online test* tersebut pada Microsoft Word.

Praktikan diberikan referensi soal *online test* dari tahun-tahun sebelumnya dan praktikan diminta untuk mengembangkan atau menambahkan pertanyaan jika dirasa kurang. Selain itu, praktikan juga diberikan materi tentang penggunaan aplikasi IndiHome. Soal *online test* tersebut memuat 32 pertanyaan yang memuat aspek tentang *personal*

*selling*, penggunaan aplikasi IndiHome, serta bagaimana tata cara bersikap dalam menghadapi pelanggan.

Pengerjaan untuk tugas tersebut memakan waktu selama 2 hari. Dikarenakan praktikan sudah diberitahu poin-poin apa saja yang harus ditanyakan, maka pengerjaan tugas ini menjadi lebih cepat dan mudah. Selanjutnya tugas praktikan dicek oleh Ibu Ajeng selaku penanggung jawab tugas ini dan memberi respon yang positif dan berkata bahwa tugas yang dikerjakan praktikan benar.



**Gambar III.II Pertanyaan Online Test untuk Sales Force IndiHome**

**Sumber: Data diolah oleh penulis**

Manfaat personal yang bisa praktikan ambil dari pengerjaan tugas ini adalah yang pertama menjadi lebih tahu tentang aplikasi produk IndiHome. Kedua adalah menjadi tahu bagaimana caranya mengontrol

aktivitas Sales IndiHome agar tidak salah dalam menanggapi pertanyaan pelanggan dalam rangka menjual produk IndiHome..

### **3. Menyortir Data *Sales Force* Berdasarkan Penjualan**

Mitra *sales* IndiHome Telkom disebut dengan *Sales Force*. *Sales Force* bertugas memasarkan produk IndiHome ke berbagai *event-event* ataupun rumah-rumah di berbagai perumahan di wilayah yang Telkom tuju. Dalam pekerjaan ini, praktikan diberikan tugas untuk menyortir data *Sales Force* berdasarkan SSL yang telah ditentukan. SSL adalah satuan saluran layanan, yang dimana istilah tersebut dipakai Telkom untuk indikator penjualan produknya.

Dengan diadakannya pengelompokkan berdasarkan SSL ini, Divisi *Consumer Marketing* menjadi tahu *Sales Force* tersebut masuk ke kategori yang mana yang selanjutnya untuk menilai pekerjaan mereka dan mendapatkan bonus. Klasifikasi *Sales Force* terdapat 4 kategori, yaitu:

1. *Bronze* (*Sales* per bulan minimal 8 SSL)
2. *Silver* (*Sales* per bulan minimal 12 SSL)
3. *Gold* (*Sales* per bulan minimal 20 SSL)
4. *Platinum* (*Sales* per bulan minimal 36 SSL)

Alur praktikan mengerjakan pekerjaan adalah sebagai berikut:

1. Menerima bahan yang berupa Excel dari Bapak Adeg selaku staff Divisi *Consumer Marketing*. Data tersebut berupa data penjualan *sales force*.

2. Praktikan diarahkan untuk menyortir *sales force* sesuai dengan SSLnya yang terdapat 4 kategori yang telah disebutkan sebelumnya.
3. Data yang sudah dikerjakan, disimpan dalam file Ms. Excel yang berbeda agar tidak membingungkan Bapak Adeg saat memeriksanya.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Nama	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Rata-rata	Re
2	A. FADHOLI	14	12	15	14	29	18	17,0	
3	ACHMAD ADE IRWANSYAH	16	13	35	36	41	48	31,5	
4	ADE NURSALAM	29	33	29	31	36	30	31,3	
5	ADE SUTISNA	59	14	24	55	16	21	31,5	
6	Ade Wahyudin	31	26	31	24	40	25	29,5	
7	Adi Sucipto	37	22	20	22	22	19	23,7	
8	Afri Yuni	37	47	46	34	33	41	39,7	
9	Agus suwarno	34	21	30	25	39	21	28,3	
10	AHMAD BAYANI	39	20	17	13	14	12	19,2	
11	ahmad supriyadi	110	153	119	125	169	103	129,8	
12	AHMAD YANI	26	16	22	18	14	19	19,2	
13	AKTOR HABIBI	19	35	24	25	34	13	25,0	
14	ALDI AFANDI	14	22	20	47	21	15	23,2	
15	ALEK SUPARNO	16	21	27	34	19	23	23,3	
16	ALFARIZI RAMADHAN	14	14	21	18	20	12	16,5	
17	Ammar Ade's nurha	34	24	17	12	25	13	20,8	

**Gambar III.III Data SSL Sales Force IndiHome**

**Sumber: Data diolah penulis**

Praktikan diminta untuk menyortir berdasarkan data tahun sebelum 2018 dan tahun 2018 (berdasarkan per bulan) yang dibagi per kategori

SSL. Lama praktikan menyelesaikan pekerjaan ini sekitar setengah jam karena data yang diberikan tidak terlalu banyak.

Berdasarkan hasil pengerjaan oleh praktikan, kategori yang paling banyak mendapat adalah sales force kategori silver dengan minimal SSL 8. Dalam kategori tersebut terdapat 221 sales force yang nantinya akan mendapatkan bonus.

Setelah selesai, praktikan memberikan tugas tersebut kepada Bapak Adeg. Respon yang diberikan oleh atasan adalah praktikan menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan setelah diperiksa pekerjaan yang dikerjakan benar. Manfaat personal yang praktikan bisa ambil adalah ketelitian karena banyaknya data mitra sales force yang ada. Selain itu pengerjaan dengan excel menggunakan sort and filter melatih praktikan untuk bekerja menggunakan Excel yang sangat berguna saat dunia kerja nanti.

#### **4. Memberikan opini tentang *Point Reward Sales Force***

Setiap perusahaan, biasanya menerapkan cara tersendiri untuk memberikan penghargaan kepada para karyawannya yang sudah bekerja keras. Biasanya penghargaan tersebut diberikan dalam bentuk bonus gaji ataupun yang lainnya. Seperti halnya karyawan, Sales Force IndiHome juga perlu diberikan reward atas pekerjaan mereka memasarkan produk IndiHome.

Dalam pekerjaan ini, praktikan diberikan tugas untuk memberi opini tentang point reward yang sedang direncanakan Divisi Consumer

Marketing kepada para mitra mereka yaitu Sales Force. Tugas ini diberikan oleh Ibu Hana selaku Manager bagian *Channel Activation* untuk melatih praktikan memberikan opini tentang ilmu pemasaran yang telah praktikan dapat di bangku perkuliahan. Praktikan diminta oleh Ibu Hana untuk membuat Power Point tentang apa saja yang ingin disampaikan dan kemudian mempresentasikannya.

Untuk membuat Power Pointnya, praktikan memerlukan pengetahuan tentang produk-produk IndiHome yang praktikan bisa akses di situs Telkom. Setelah memahami produk-produknya, praktikan mulai terpikir apa saja yang ingin disampaikan dalam presentasinya. Untuk *point rewardnya*, opini yang praktikan berikan adalah sebagai berikut:

1. Poin berdasarkan penjualan *Sales Force*.
2. Setiap transaksi penjualan diberikan 1 poin, dimana 1 poin setara dengan Rp10.000 dengan pencapaian kelipatan 10 poin mendapat tambahan produk Telkomsel.
3. *Point Reward* diberikan kepada setiap *Sales Force* yang dapat diredeem sebulan sekali.
4. Poin secara otomatis akan langsung masuk dalam akun *Sales Force* yang bisa dicairkan dalam bentuk uang tunai.

Setelah praktikan menyampaikan opini tentang *point reward* untuk *sales force* tersebut, respon yang diberikan atasan cukup bagus untuk ide yang praktikan kemukakan namun poin harus diberikan lebih rinci

berdasarkan paket-paket IndiHome yang tersedia jadi ada diferensiasi poin untuk setiap paket dan juga untuk *reward* memberikan produk Telkomsel, atasan praktikan mengatakan tidak bisa karena Telkom Indonesia Regional II tidak terhubung dengan bisnis Telkomsel yang dimana merupakan anak perusahaan Telkom Indonesia. Selain itu, teknisi menurut atasan praktikan juga harus turut diberi *point reward*.

Manfaat personal yang praktikan dapatkan adalah melatih keberanian untuk mempresentasikan ide yang praktikan dapat yang mungkin saja bermanfaat bagi Divisi *Consumer Marketing* untuk mengembangkan rencana *point reward* untuk *sales forcenya*. Lalu, praktikan juga bisa melatih ilmu pemasaran tentang menjalin kerjasama yang baik dengan mitra bisnis.

Berdasarkan dari pekerjaan yang praktikan sudah jalani selama PKL, ada beberapa pekerjaan yang menerapkan teori pemasaran yang praktikan pelajari selama di bangku perkuliahan. Pertama adalah teori pemasaran tentang adanya *targeting* dalam teori STP yang dilakukan sebuah perusahaan sebelum memasarkan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong, *targeting* adalah sekelompok pembeli (buyers) yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama yang menjadi tujuan promosi perusahaan (Kotler and Armstrong, 2008). Terdapat kesesuaian teori yang praktikan dapat dari bangku perkuliahan dengan praktiknya pada pekerjaan ini, yaitu *targeting* dilakukan untuk menargetkan konsumen potensial yang dimiliki.

Kedua, praktikan mendapatkan teori *personal selling* yang dalam *online test* yang diberikan kepada sales IndiHome. *Personal selling* menurut Tom Duncan adalah bentuk komunikasi dua arah antara penjual dengan pembeli, saat penjual menafsirkan fitur merek manfaat kepada pembeli (Bisnis Keuangan, 2016). *Personal selling* digunakan para *sales* IndiHome untuk memasarkan produknya dengan bertatap muka langsung dengan konsumen atau calon konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Terdapat kesesuaian teori dengan yang praktikan dapat di perkuliahan, dimana teori tersebut ada dalam ilmu pemasaran sebagai salah satu cara untuk memasarkan sebuah produk dalam teori bauran pemasaran.

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

Dalam melaksanakan praktik kerja lapangan (PKL) di PT Telkom Indonesia Regional II, praktikan menemukan kendala yang menghambat praktikan dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Adapun kendala yang praktikan alami selama menjalani PKL antara lain:

1. Saat awal menjalani PKL, praktikan sempat mengalami kesulitan untuk beradaptasi dikarenakan karyawan Divisi *Consumer Marketing* yang sibuk dan sering tidak ada di tempat karena pergi rapat. Praktikan mengalami kesusahan berkomunikasi terlebih praktikan belum mengetahui karakter dan sifat dari masing-masing karyawan, sehingga terdapat sedikit kendala untuk bertanya terhadap tugas yang belum dimengerti. Komunikasi diperlukan manusia untuk bersosialisasi.

Efektif atau tidak sebuah komunikasi menurut Stewart L. Tubb dan Sylvia Moss (Moss & Tubbs, 2012), ditentukan dengan adanya pemahaman antara pemberi pesan dan penerima pesan, timbul rasa senang antara pelaku komunikasi, pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi sikap si penerima pesan, komunikasi yang dilakukan tidak menimbulkan hubungan yang tidak baik, dan komunikasi menimbulkan tindakan nyata akibat dari pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, kesusahan praktikan dalam berkomunikasi disebabkan oleh adanya komunikasi yang tidak efektif yang mungkin terjadi karena pesan yang disampaikan saat berkomunikasi menimbulkan ketidakpahaman antara pemberi pesan dan penerima pesan.

2. Tidak adanya *job desc* yang jelas untuk mahasiswa yang sedang PKL seperti praktikan. Seringkali praktikan merasa mendapatkan tugas yang sedikit dan adakalanya diberikan tugas yang banyak dalam satu waktu.
3. Praktikan kurang mendapat arahan dari pembimbing selama PKL yang membuat praktikan bingung dalam pengerjaan tugas.
4. Tidak disediakan fasilitas komputer untuk mahasiswa yang sedang magang atau PKL

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

Walaupun dalam melaksanakan PKL praktikan mengalami beberapa kendala, praktikan mencoba untuk menemukan solusi dalam menghadapi kendala-kendala tersebut. Beberapa solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi praktikan adalah sebagai berikut:

1. Saat kesulitan untuk beradaptasi, praktikan mencoba untuk terus berkomunikasi dengan para karyawan agar semakin dekat. Praktikan mencoba untuk berpikir positif, dengan terus-menerus mengajak berkenalan dengan karyawan sebelum mereka tidak ada di meja masing-masing dikarenakan rapat ataupun sedang dinas ke luar kota. Walaupun jika ada pekerjaan atau istilah-istilah yang belum praktikan mengerti, praktikan aktif bertanya kepada pembimbing atau karyawan lain. Karena selain menjadi lebih mengerti terhadap tugas yang diberikan, praktikan bisa sekaligus berkenalan dan merasa lebih akrab dengan karyawan.
2. Ketika praktikan sedang tidak ada pekerjaan untuk dikerjakan, praktikan aktif untuk berinisiatif bertanya apakah ada yang bisa praktikan kerjakan. Lalu, praktikan juga sering berinisiatif untuk menawarkan bantuan kepada karyawan Divisi *Consumer Marketing* apakah ada yang praktikan bisa bantu atau tidak.
3. Ketidaktersediaan laptop saat PKL, membuat praktikan membawa laptop pribadi untuk mempermudah saat mengerjakan tugas-tugas yang diberikan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada divisi *Consumer Marketing* PT Telkom Indonesia, yang dilaksanakan mulai tanggal 11 Juli – 11 September 2018 atau kurang lebih selama 2 (dua) bulan, praktikan mendapatkan pengalaman dan wawasan baru tentang dunia kerja yang nantinya praktikan akan hadapi. Adapun kesimpulan yang praktikan dapat setelah melaksanakan PKL, yaitu:

1. Praktikan bisa mendeskripsikan bidang kerja divisi *Consumer Marketing* setelah menjalani PKL. Praktikan menjadi lebih mengerti bagian pemasaran di PT Telkom Indonesia dibagi menjadi beberapa divisi salah satunya *Consumer Marketing*. Divisi *Consumer Marketing* sendiri lebih banyak mengurus tentang koordinasi penjualan produk-produk Telkom dengan kantor-kantor cabang Telkom di setiap daerah atau disebut wilayah Telkom serta membuat strategi bagaimana membina hubungan mitra-mitra Telkom seperti *sales*, *canvasser*, dan terutama pelanggan.
2. Selama menjalani PKL, praktikan banyak mendapatkan pengalaman yang tidak diperoleh saat perkuliahan, yaitu merekapitulasi data targeting untuk IPCA, membuat soal online test untuk sales Indihome, merekapitulasi data canvasser IndiHome, dan memberi masukan untuk point reward sales force IndiHome. Praktikan mendapat wawasan baru

tentang sistem pemasaran PT Telkom Indonesia dalam menjual produknya. Praktikan menjadi lebih tahu tentang bagaimana jika memasarkan produk telekomunikasi mulai dari *research* tentang target pasar mereka, membina hubungan yang baik dengan mitra *sales* serta bagaimana memonitoring penjualan mereka yang sudah mencapai target atau belum.

3. Praktikan memperoleh keterampilan dalam bidang pemasaran serta keterampilan *soft skill* selama menjalani PKL. Tidak hanya itu saja, praktikan merasa mendapatkan kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan manajemen waktu saat mengerjakan tugas yang diberikan. Tentu saja kemampuan ini penting untuk praktikan nantinya untuk diterapkan pada dunia kerja yang sesungguhnya.
4. Saat melaksanakan PKL, praktikan bisa membandingkan ilmu-ilmu yang diperoleh saat perkuliahan dengan penerapannya pada saat bekerja. Salah satunya adalah ilmu *targeting* dalam strategi *marketing* yang ada dalam pekerjaan praktikan. Praktikan bisa menjadi lebih tahu tentang *targeting* sebuah perusahaan yang ternyata cukup kompleks untuk dikerjakan karena membutuhkan ketelitian dan data yang banyak. Dapat disimpulkan terdapat kesesuaian teori yang didapat praktikan di perkuliahan dengan praktiknya selama menjalani PKL.

## **B. Saran**

### 1. Saran untuk PT Telkom Indonesia Regional II

Berdasarkan kendala yang praktikan bahas selama PKL di Bab III, maka praktikan dapat simpulkan saran untuk PT Telkom Indonesia Regional II, sebagai berikut:

- a. Diharapkan PT Telkom Indonesia memberikan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk mahasiswa PKL, seperti *job desc* yang jelas sesuai jurusan dan konsentrasi mahasiswanya sehingga mahasiswa sudah lebih mengetahui apa saja yang harus dikerjakan dan manfaat dari pekerjaan yang diberikan.
- b. Diharapkan PT Telkom Indonesia mengadakan *briefing* bagi para mahasiswa PKL saat pertama masuk untuk memberitahu teknis pelaksanaan PKL oleh pembimbing saat PKL.
- c. Diharapkan PT Telkom Indonesia memfasilitasi mahasiswa PKL dengan komputer atau laptop sehingga mahasiswa yang sedang PKL tidak merasa berat saat membawa laptop atau tidak khawatir saat mengerjakan tugas ketika lupa membawa laptop pribadi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Harper, I. (2016). Diakses tanggal 25 Desember 2018, dari Kompas.com:<https://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/06/20/193333326/.personal.selling.komunikasi.mesra.para.pemasar>.
- Kominfo*. (2015). Dipetik November 12, 2018, dari Kominfo.go.id:  
[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4717/Menkominfo%3A+5+Tahun+Lagi+Hanya+Ada+4+Operator+Seluler/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4717/Menkominfo%3A+5+Tahun+Lagi+Hanya+Ada+4+Operator+Seluler/0/sorotan_media)
- Noor, A. R. (2016). Diakses tanggal 24 November 2018, dari Inet.detik.com:  
<https://inet.detik.com/telecommunication/d-3362115/pengguna-data-meledak-operator-masih-cekak>
- Rayana, U. (2015). Diakses tanggal 24 November 2018, dari Selular.id:  
<https://selular.id/2015/09/data-dan-fakta-industri-selular-kemegahan-vs-kerapuhan/>
- Rayana, U. (2018). Diakses tanggal 12 November 2018, dari Selular.id:  
<https://selular.id/2018/03/membandingkan-pelanggan-operator-sebelum-dan-sesudah-registrasi-ulang-prabayar/>
- Tubbs, S. L. dan Moss, S. (2012). *Human communication : principles and contexts* (13th ed). McGraw-Hill, New York
- Utami, D. N. (2018). Diakses tanggal 12 November 2018, dari Bisnis.com:  
<http://industri.bisnis.com/read/20180415/101/784350/saatnya-industri-telekomunikasi-tentukan-arah>
- Laporan Praktik Kerja Lapangan S1 Manajemen tahun 2018. Diakses tanggal 24 November 2018, dari <http://repository.fe.unj.ac.id/>

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Surat Permohonan PKL



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 : 1536/UN39.12/KM/2018  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

4 Juli 2018

Yth. HRD PT. Telkom Indonesia  
Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav.52  
Jakarta Selatan 12710

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

Nama : Fathiya Sefani Ghafira  
Nomor Registrasi : 8215154051  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 085715425236 / 0218647317

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada buian 11 Juli s.d. 11 September 2018.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Manajemen

Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

## Lampiran 2

### Surat Telah Menyelesaikan PKL



#### SURAT KETERANGAN

Nomor : Tel. 0433-1/PS000/HCC-b2018000/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini OM HR Service-2 (Jakarta Non Witel) dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama manajemen Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Menerangkan bahwa :

Nama : *Fathiya Sefani Ghafira*  
 NIS / NIM : *8215154051*  
 Program Studi : *S1 Management*  
 Siswa / Mahasiswa : *Universitas Negeri Jakarta*

Telah selesai melaksanakan Praktek Kerja Lapangan / Magang di Bagian CONSUMER MARKETING Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Jl. Gatot Subroto Kav – 52 Jakarta Selatan, yang dilaksanakan mulai tanggal 11 Juli 2018 s/d 10 September 2018.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 November 2018

  
 MUHANI  
 OM HR SERVICE-2 (JKT NON WITEL)



Human Capital Business Partner  
 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.  
 Graha Merah Putih  
 Jl. Jend. Gatot Subroto Kav.52 Lt.13  
 Jakarta 12710 - Indonesia

T (021) 5215116  
 www.telkom.co.id



## Lampiran 3

## Daftar Hadir PKL



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

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



UQAS 1000-2015-2017-2018

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..2.. SKS

Nama : Fathiya Selani Ghafira  
No. Registrasi : 8215154051  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat Praktik : PT Telkom Indonesia Res-11  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jenderal Gatot Subroto  
Kov. 2 Jakarta Selatan 12710

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 11 Juli 2018	1.	
2.	Kamis, 12 Juli 2018	2.	
3.	Jumat, 13 Juli 2018	3.	
4.	Senin, 16 Juli 2018	4.	
5.	Selasa, 17 Juli 2018	5.	
6.	Rabu, 18 Juli 2018	6.	
7.	Kamis, 19 Juli 2018	7.	
8.	Jumat, 20 Juli 2018	8.	
9.	Senin, 23 Juli 2018	9.	
10.	Selasa, 24 Juli 2018	10.	
11.	Rabu, 25 Juli 2018	11.	
12.	Kamis, 26 Juli 2018	12.	
13.	Jumat, 27 Juli 2018	13.	
14.	Senin, 30 Juli 2018	14.	
15.	Selasa, 31 Juli 2018	15.	

Jakarta, 10 September 2018  
Penilai,

Kristiana  
Kus Indarta  
Telkom Indonesia

Catatan :

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



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

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



AN ISO 9001:2008 CERTIFIED COMPANY

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

Nama : Fathiya Sefani Ghafira  
No. Registrasi : 8215154051  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat Praktik : PT. Telkom Indonesia Reg. II  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jenderal Gatot Subrata  
Kav. 52 Jakarta Selatan 12710

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 1 Agustus 2018	1.	
2.	Kamis, 2 Agustus 2018	2.	
3.	Jumat, 3 Agustus 2018	3.	
4.	Senin, 6 Agustus 2018	4.	
5.	Selasa, 7 Agustus 2018	5.	
6.	Rabu, 8 Agustus 2018	6.	
7.	Kamis, 9 Agustus 2018	7.	
8.	Jumat, 10 Agustus 2018	8.	
9.	Senin, 13 Agustus 2018	9. -	Izin sakit
10.	Selasa, 14 Agustus 2018	10.	
11.	Rabu, 15 Agustus 2018	11.	
12.	Kamis, 16 Agustus 2018	12.	
13.	Jumat, 17 Agustus 2018	13. -	Libur Nasional
14.	Senin, 20 Agustus 2018	14.	
15.	Selasa, 21 Agustus 2018	15.	

Jakarta, 10 September 2018  
Penilai,

Kus Indar Indonesia

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



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

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



AN ISO 9001:2015 CERTIFIED COMPANY

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

Nama : Fathiya Sefani Ghafira  
No. Registrasi : 8215154051  
Program Studi : SI Manajemen  
Tempat Praktik : PT. Telkom Indonesia Reg II  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Jenderal Gatot Subroto  
Kav. 52 Jakarta Selatan 12710

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 22 Agustus 2018	1. -	Libur Nasional
2.	Kamis, 23 Agustus 2018	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Jumat, 24 Agustus 2018	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Senin, 27 Agustus 2018	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Selasa, 28 Agustus 2018	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Rabu, 29 Agustus 2018	6. -	Libur untuk keperluan ke Kampus
7.	Kamis, 30 Agustus 2018	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Jumat, 31 Agustus 2018	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Senin, 3 September 2018	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Selasa, 4 September 2018	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Rabu, 5 September 2018	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Kamis, 6 September 2018	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Jumat, 7 September 2018	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Senin, 10 September 2018	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Selasa, 11 September 2018	15. -	Libur Nasional

Jakarta, 10 September 2018  
Penilai,

*[Signature]*  
Kus Indartama  
Kus Indartama Indonesia

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

## Lampiran 3

## Penilaian Hasil PKL

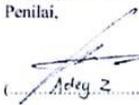

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Kampus: Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
 Laman: www.fe.unj.ac.id



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

Nama : Fathya Selani Ghahra  
 No.Registrasi : 8215154051  
 Program Studi : S1 Manajemen  
 Tempat Praktik : PT Telkom Indonesia Feo II  
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Jenderal Gatoe Subkoto  
 Kav.52 Jakarta Selatan 12710

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN				
		46-100					
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian : Skor    Nilai    Bobot 86-100    A        4 81-85    A-        3,7 76-80    B+        3,3 71-75    B         3,0 66-70    B-        2,7 61-65    C+        2,3 56-60    C         2,0 51-55    C-        1,7 46-50    D         1				
2	Kedisiplinan	86					
3	Sikap dan Kepribadian	70					
4	Kemampuan Dasar	75					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	80					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	85					
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85					
8	Aktivitas dan Kreativitas	80					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	85					
10	Hasil Pekerjaan	85					
Jumlah		...821	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif  Nilai Rata-rata : $\frac{821}{10 \text{ (sepuluh)}} = 82,1$  Nilai Akhir : <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">82,1</td> <td style="text-align: center;">'A-</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center;">huruf</td> </tr> </table>	82,1	'A-	Angka bulat	huruf
82,1	'A-						
Angka bulat	huruf						

Jakarta, 10 September 2016  
 Penilai,  
  
 Feikom Indonesia

Catatan :  
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

## Lampiran 4

### Log Kegiatan Harian

No	Hari/Tanggal	Kegiatan Harian	PIC
1.	Rabu, 11 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perkenalan dengan karyawan Divisi Consumer Marketing</li> <li>- Pengenalan produk IndiHome</li> </ul>	Bapak Kus
2.	Kamis, 12 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghitung data sales force</li> <li>- Pengenalan produk IndiHome</li> </ul>	Bapak Kus
3.	Jumat, 13 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghitung data sales force</li> </ul>	Bapak Adeg
4.	Senin, 16 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat soal test online untuk sales force IndiHome</li> </ul>	Ibu Ajeng
5.	Selasa, 17 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat soal test online untuk sales force IndiHome</li> </ul>	Ibu Ajeng
6.	Rabu, 18 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scan dokumen mitra IndiHome</li> <li>- Menghitung data sales</li> </ul>	Bapak Adeg

		force	
7.	Kamis, 19 Juli 2018	- Scan dokumen mitra IndiHome - Membuat SPK pemberitahuan pembayaran addition fee Ramadhan Idul Fitri 2018 kepada mitra	Bapak Adeg
8.	Jumat, 20 Juli 2018	- Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian Marketing	Bapak Naufal
9.	Senin, 23 Juli 2018	- Menginput data kode pos masing-masing Apartemen dan Premium Cluster	Bapak Adeg
10.	Selasa, 24 Juli 2018	- Menginput data kode pos masing-masing Apartemen dan Premium Cluster	Bapak Adeg
11.	Rabu, 25 Juli 2018	- Menginput data kode pos masing-masing Apartemen dan Premium Cluster	Bapak Adeg

12.	Kamis, 26 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat power point tentang point reward sales force</li> </ul>	Ibu Hana
13.	Jumat, 27 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat power point tentang point reward sales force</li> </ul>	Ibu Hana
14.	Senin, 30 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat power point tentang point reward sales force</li> <li>- Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian Marketing</li> </ul>	Ibu Hana
15.	Selasa, 31 Juli 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyortir data sales force berdasarkan penjualan</li> <li>- Scan dokumen mitra</li> </ul>	Bapak Adeg
16.	Rabu, 1 Agustus 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyortir data sales force berdasarkan penjualan</li> <li>- Scan dokumen mitra</li> </ul>	Bapak Adeg
17.	Kamis, 2 Agustus 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merekap data IPCA</li> <li>- Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian</li> </ul>	Bapak Madinah

		Marketing	
18.	Jumat, 3 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
19.	Senin, 6 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
20.	Selasa, 7 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
21.	Rabu, 8 Agustus 2018	- Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian Marketing  - Mengikuti acara pengundian paket penuh berkah pelanggan IndiHome  - Merekap data IPCA	Bapak Madinah
22.	Kamis, 9 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
23.	Jumat, 10 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
24.	Senin, 13 Agustus 2018	Izin Sakit	
25.	Selasa, 14 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah

26.	Rabu, 15 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
27.	Kamis, 16 Agustus 2018	- Merekap data IPCA - Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian Marketing	Bapak Madinah, Bapak Naufal
28.	Jumat, 17 Agustus 2018	Libur Nasional	
29.	Senin, 20 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
30.	Selasa, 21 Agustus 2018	- Merekap data IPCA	Bapak Madinah
31.	Rabu, 22 Agustus 2018	Libur Nasional	
32.	Kamis, 23 Agustus 2018	- Rekap data IPCA per Witel	Bapak Adam
33.	Jumat, 24 Agustus 2018	- Rekap data IPCA per Witel	Bapak Adam
34.	Senin, 27 Agustus 2018	- Rekap data IPCA per Witel	Bapak Adam
35.	Selasa, 28 Agustus 2018	- Rekap data IPCA per Witel	Bapak Adam
36.	Rabu, 29 Agustus	Izin karena ada keperluan	

	2018	kampus	
37.	Kamis, 30 Agustus 2018	- Merekap data canvasser	Bapak Adam
38.	Jumat, 31 Agustus 2018	- Merekap data canvasser	Bapak Adam
39.	Senin, 3 September 2018	- Merekap data canvasser - Membuat lampiran tentang postingan mengenai Telkom di media sosial	Bapak Adam
40.	Selasa, 4 September 2018	- Membuat Power Point untuk rekap data OCC <20% LOP per Witel	Bapak Adeg
41.	Rabu, 5 September 2018	- Sign up akun per Witel Jabodetabek	Bapak Adeg
42.	Kamis, 6 September 2018	- Sign up akun per Witel Jabodetabek - Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian Marketing	Bapak Adeg
43.	Jumat, 7 September 2018	- Sign up akun per Witel Jabodetabek	Bapak Adeg
44.	Senin, 10	- Sign up akun per Witel	Bapak Adeg

	September 2018	Jabodetabek <ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat jadwal rapat (Vicon) untuk Bagian Marketing</li><li>- Perpisahan dengan karyawan Divisi Consumer Marketing</li></ul>	
45.	Selasa, 11 September 2018	Libur Nasional	

Lampiran 5

Kartu Konsultasi Bimbingan PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
 FAKULTAS EKONOMI  
 Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Pangeran Muja, Jakarta 13220  
 Telpone (021) 472322/4740238, Fax (021) 4740233  
 Laman: www.unj.ac.id



MAHASISWA

1. Nama Mahasiswa : Fathma Safri Ghytra  
 2. No.Registrasi : 8915194051  
 3. Program Studi : S1 Manajemen  
 4. Dosen Pembimbing : Setyo Ferry Wibowo, S.Pd, M.Pd  
 NIP. 19720619199031001

NO	TGLBLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	13/11/2018	Bab I	Perbaiki spasi, kumpulkan AHA style, tambahkan pengalasan dan referensi	<i>[Signature]</i>
2	28/11/2018	Bab I	Lanjut Bab II	<i>[Signature]</i>
3	6/12/2018	Bab II	Perbaiki numbering, lanjut Bab III	<i>[Signature]</i>
4	12/12/2018	Bab III	Perbaiki jumlah citra, detail pengerjaan	<i>[Signature]</i>
5	19/12/2018	Bab III, IV	Tambahkan uraian perbandingan teori & praktik	<i>[Signature]</i>
6	28/12/2018	Bab IV	ACC	<i>[Signature]</i>
7				
8				
9				
10				
11				
12				

Catatan :  
 1. Kartu ini dibawa dan diandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi  
 2. Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan

SETUJU UNTUK UJIAN PKL *[Signature]*