

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) PADA UNIT
BUSINESS SERVICE PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA,
Tbk, WITEL JAKARTA TIMUR**

RISNAWATI

8135160396



*Building
Future
Leaders*

**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

LEMBAR EKSEKUTIF

Risnawati, 8135160396, Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada Unit Business Service PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk, Witel Jakarta Timur, Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2019.

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dibuat sebagai gambaran hasil pekerjaan yang telah dilakukan selama PKL dengan tujuan memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Beralamat di Jalan DI.Panjaitan No.42, Jatinegara Jakarta Timur bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan diwilayah Indonesia. Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 28 hari yang dimulai sejak tanggal 28 Januari – 08 Maret 2019 dengan 5 hari kerja dalam seminggu. Praktikan ditempatkan di Unit Business Service.

Tujuan dilaksanakan PKL adalah agar Praktikan memperoleh wawasan, Pengalaman, serta mengetahui kondisi dunia kerja secara nyata, sehingga Praktikan dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam dunia usaha kerja yang sesuai bidangnya.

Selama melaksanakan PKL, Praktikan mengalami beberapa kendala dalam menyelesaikan pekerjaan yang didapatkan, namun kendala tersebut dapat diatasi seiring dengan berjalannya waktu dan bantuan para pegawai.

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Judul : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)
PADA UNIT BUSINESS SERVICE PT
TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk, WITEL
JAKARTA TIMUR.

Nama Praktikan : Risnawati

Nomor Registrasi : 8135160396

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Menyetujui,

Koordinator Program Studi



Rvna Parlyna, MBA

NIP. 197701112008122003

Pembimbing



Dr. Corry Yohana, MM

NIP. 195909181985032011

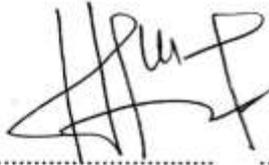
LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Rvna Parlyna, MBA

NIP. 197701112008122003

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si</u>		29-11-2019
NIP. 196610302000121001
Penguji Ahli		
<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u>		3-12-2019
NIP. 195507221982102001
Dosen Pembimbing		
<u>Dr. Corry Yohana, MM</u>		29-11-2019
NIP. 195909181985032011

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan judul Laporan Praktik Kerja Lapangan pada *Unit Business Service* PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur.

Laporan ini disusun dengan tujuan utama untuk memenuhi salah satu syarat akademik untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini dapat tersusun dengan bantuan dari berbagai pihak dan sumber referensi kepada praktikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan tepat waktu. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Dosen Pembimbing Praktik Kerja Lapangan (PKL)
2. Ryna Parlyna, MBA, selaku Ketua Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Muhidin selaku Manager HR dan CDC PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur

5. Yulia Sari Nasution selaku Manager Unit *Business Service* PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk, Witel Jakarta Timur
6. Machmudin selaku pembimbing Praktik Kerja Lapangan (PKL) PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Jakarta Timur
7. Seluruh karyawan PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Jakarta Timur yang telah memberikan kesempatan, bimbingan serta arahan selama praktikan melaksanakan program Praktik Kerja Lapangan (PKL).
8. Orang tua yang telah memberikan dukungan, doa, moril, dan materil.
9. Teman-teman dari Program Studi Pendidikan Bisnis 2016 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Praktikan menyadari dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh praktikan, baik dalam hal pengetahuan dan pengalaman. Oleh sebab itu praktikan mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari pembaca guna menyempurnakan laporan ini. Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dapat memberikan manfaat, tak hanya bagi praktikan tetapi para pihak lain yang membaca laporan ini.

Jakarta, November 2019

Praktikan

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR EKSEKUTIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	3
C. Kegunaan PKL	3
D. Tempat PKL.....	5
E. Jadwal Waktu PKL.....	6
BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	9
A. Sejarah Perusahaan	9
B. Struktur Organisasi.....	15
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	18
BAB III. PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	22
A. Bidang Kerja.....	22
B. Pelaksanaan Kerja	22
C. Kendala Yang Dihadapi	28
D. Cara Mengatasi Kendala	28

BAB IV KESIMPULAN	34
A.Kesimpulan	34
B.Saran – Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN – LAMPIRAN	39

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Jadwal Kerja Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	8
Tabel I.2 Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	8

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	14
Gambar II.2 Struktur Organisasi Unit Business Service.....	15
Gambar III.1 Daftar Target Calon Pelanggan Sekolah Swasta (SD, SMP, SMA) Jakarta Timur.....	23
Gambar III.2 Daftar Target Calon Pelanggan Universitas dan Sekolah Tinggi Swasta Jakarta Timur.....	23
Gambar III.3 Logo Produk WiCo 2.0.....	24
Gambar III.4 Logo Produk AstiNet.....	26
Gambar III.5 Proposal Penawaran Produk Astinet.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 - Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	39
Lampiran 2 - Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	40
Lampiran 3 - Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)	41
Lampiran 4 - Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)	42
Lampiran 5 - Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)	43
Lampiran 6 - Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)	44
Lampiran 7 - Surat Keterangan Selesai Praktik Kerja Lapangan (PKL)	45
Lampiran 8 - Log Harian Praktik Kerja Lapangan (PKL)	46
Lampiran 9 - Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)	54
Lampiran 10 - Dokumentasi Kegiatan	55
Lampiran 11 - Kartu Konsultasi	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Pemberlakuan kesepakatan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sudah memasuki tahun ketiga. MEA merupakan agenda regional yang menyepakati pembangunan kawasan ASEAN dalam empat pilar, yaitu sebagai wilayah dengan aliran bebas barang, jasa, investasi dan tenaga kerja; wilayah ekonomi yang kompetitif; wilayah dengan pembangunan yang merata, dan menjadi wilayah yang terintegrasi secara penuh ke dalam ekonomi global.

Kemudian sekarang kita sudah menapaki era Industri 4.0, yang antara lain ditandai dengan serba digitalisasi dan otomasi. Untuk mencapai keberhasilan berbisnis di era digital, dibutuhkan ekosistem dan komunikasi yang terbentuk secara baik oleh para pelaku bisnis. Sektor industri generasi keempat ini bisa menciptakan lapangan kerja lebih banyak dan investasi baru yang berbasis teknologi.

Sedikit meyinggung persoalan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan revolusi industri 4.0 dari penjelasan diatas, dapat dinyatakan Indonesia sedang mempersiapkan keberlangsungan yang sudah ada. Maka akan banyak sekali tercipta lapangan pekerjaan yang akan datang sehingga dapat memudahkan keberlangsungan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan revolusi industri 4.0 saat ini.

Dengan adanya Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang merupakan salah satu syarat kelulusan program sarjana di Universitas Negeri Jakarta. Membantu mahasiswa untuk dapat menambah wawasan, pengalaman serta keterampilan mereka dalam dunia industri yang sedang berkembang saat ini. Dapat merealisasikan teori pembelajaran yang mereka peroleh di bangku kuliah ke dalam dunia kerja yang akan mereka hadapi.

Sebagai mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang mengambil Program Studi Pendidikan Bisnis, maka salah satu program yang harus dilaksanakan adalah Praktik Kerja Lapangan (PKL). Selain itu, kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) juga diharapkan mampu menghasilkan kerjasama antara Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dengan perusahaan swasta ataupun instansi pemerintahan yang ada. Sehingga ketika etos kerja dari para Praktikan baik, maka akan menimbulkan citra positif terhadap universitas.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Berdasarkan latar belakang pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di atas, maka pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimaksudkan untuk:

1. Untuk menyelesaikan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan sebagai pemenuhan dari persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Untuk mempelajari bidang kerja Pemasaran pada *Unit Business Service* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur.
3. Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaplikasian ilmu yang didapat di bangku perkuliahan terhadap dunia kerja

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh wawasan dan pengetahuan, bagi praktikan dalam bidang pemasaran pada dunia kerja.
2. Memperoleh pengalaman, kemampuan dan keterampilan sesuai dengan teori yang didapat pada saat kegiatan perkuliahan.
3. Menumbuhkan rasa percaya diri dan tanggung jawab untuk mempersiapkan mental praktikan dalam persaingan dunia kerja.

C. Kegunaan PKL

Adapun kegunaan bagi praktikan, Fakultas Ekonomi serta bagi instansi/perusahaan selama praktikan menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung, antara lain:

1. Kegunaan Bagi Praktikan

- a. Menambah ilmu pengetahuan serta keterampilan praktikan dalam dunia kerja guna mendapatkan pengalaman kerja dari instansi/perusahaan terkait.
- b. Melatih tanggung jawab, kedisiplinan, kerjasama dalam menjalankan suatu pekerjaan di instansi/perusahaan terkait.
- c. Menerapkan ilmu pengetahuan tentang pemasaran selama perkuliahan ke dalam instansi/perusahaan terkait.
- d. Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit-unit kerja, baik dalam lingkungan pemerintah maupun perusahaan.
- e. Mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum diperoleh dari pendidikan formal.

2. Kegunaan Bagi Fakultas, Universitas Negeri Jakarta

- a. Mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi/perusahaan dan tuntutan pembangunan pada umumnya.
- b. Menjalin hubungan serta kerjasama yang baik antara Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan instansi/ perusahaan dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada masa yang akan datang.

- c. Sebagai alat ukur seberapa besar peran pengajar terhadap pemahaman mahasiswa dan ketika melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

3. Kegunaan Bagi Instansi/Perusahaan

- a. Menjalani hubungan serta kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antara instansi/perusahaan dengan Perguruan Tinggi.
- b. Membantu pekerjaan pada Unit *Business Service* sehingga lebih mudah dan cepat terselesaikan.
- c. Mendapatkan masukan positif yang diberikan praktikan untuk membangun dan menyempurnakan sistem yang sudah ada.

D. Tempat PKL

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur pada *Unit Business Service*. Berikut data lembaga tempat dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan (PKL):

Nama Perusahaan : PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur

Alamat : Jl. DI. Panjaitan No.42, RT 12/ RW 5, Rawa Bunga, Jatinegara, Jakarta Timur - 13350

No. Telp : (021) – 85901430

Website : www.telkom.co.id

Alasan praktikan memilih PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur sebagai tempat untuk dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan (PKL) karena ingin mempelajari bagaimana kegiatan pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan/instansi terkait yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi.

E. Jadwal Waktu PKL

Waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan selama 28 Hari Kerja, pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan mulai tanggal 28 Januari 2019 – 8 Maret 2019. Berikut rincian tahapan selama Praktik Kerja Lapangan:

1. Tahap Persiapan Praktik Kerja Lapangan

- a. Praktikan mencari informasi instansi/perusahaan yang sesuai dan dapat menerima mahasiswa yang ingin melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ke beberapa dosen, teman kerabat serta mendatangi beberapa instansi/perusahaan satu persatu. (Oktober-Desember)
- b. Setelah menemukan perusahaan yang sesuai, praktikan mendatangi instansi/perusahaan terkait untuk mengkonfirmasi bisa atau tidak menerima mahasiswa yang ingin melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

- c. Setelah mendapat konfirmasi diperbolehkan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktik membuat surat pengantar Praktik Kerja Lapangan (PKL) di bagian akademik Fakultas Ekonomi kemudian diajukan pada pihak tata usaha/BAAK Universitas Negeri Jakarta.
- d. Kemudian surat pengantar Praktik Kerja Lapangan (PKL) selesai diproses dan telah disetujui oleh bagian akademik Fakultas Ekonomi dan pihak tata usaha/BAAK Universitas Negeri Jakarta, praktikan menyerahkan surat pengantar Praktik Kerja Lapangan (PKL) kepada bagian HRD PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur.
- e. Pada tanggal 25 Januari 2019, Praktikan dipanggil untuk ke kantor PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur bertemu dengan bagian HRD PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur, kemudian praktikan diberikan surat pernyataan bahwa diterima untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan langsung diberikan pengarahan.

2. Tahap Pelaksanaan.

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai pada tanggal 28 Januari 2019 - 8 Maret 2019. Adapun ketentuan jam operasional kerja kantor adalah sebagai berikut:

Tabel I.1 Jadwal Kerja Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Hari	Jam Kerja	Keterangan
Senin s/d Jumat	08.00-12.00 WIB	
	12.00 – 13.00 WIB	Istirahat
	13.00 – 17.00 WIB	

Sumber : Data diolah oleh Praktikan

3. Tahap Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan

Penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan pada bulan November 2019, dimulai dengan mencari data-data tentang instansi/perusahaan. Kemudian melengkapi laporan yang masih kurang lengkap dan diolah lalu diserahkan sebagai laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Tabel I.2 Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL)

No	Tahapan	Okt 2019	Nov 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019	Mar 2019	Nov 2019
1.	Observasi							
2.	Persiapan							
3.	Pelaksanaan							
4.	Pelaporan							

Sumber : Data diolah oleh Praktikan

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

PT Telekomunikasi 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 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.

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.

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.

1974 - Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel)

PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

1991 - Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia

Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.

1995 – Tumbuhnya Teknologi Seluler

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ/JSX) dan Bursa Efek Surabaya (BES/SSX) (keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI/IDX), Bursa Efek New York (NYSE) (Diperdagangkan pada tanggal 14 Juli 2003) dan Bursa Efek London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo (TSE). Jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham. Sejak 16 Mei 2014, saham Telkom tidak lagi diperdagangkan di Bursa Efek Tokyo (TSE) dan pada 5 Juni 2014 di Bursa Efek London (LSE).

Dalam perjalanannya, Telkom Indonesia hampir tidak pernah lepas dari disrupsi. Namun Telkom Indonesia mampu *sustainable* dan terus bertumbuh. Terdapat 6 fase disrupsi yang dihadapi:

Fase 1 – 1882

- Kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan 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 sekarang 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 focus 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 selulerpun dilakukan.
- Telkom Indonesia melakukan self disruption.
- Tahun 1995 Telkomsel didirikan dan meluncurkan Kartu Halo pascabayar.

1. Visi dan Misi

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

Visi : *Be the King of Digital in the Region*

Misi : *Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*

Berdasarkan visi Telkom yaitu “*Be the King of Digital in the Region*” menggambarkan bagaimana Telkom saat ini tengah bertransformasi menuju *Digital Company* untuk menjadi *The King of Digital*. Raja di udara melalui seluler, di darat melalui *Fiber To The Home*, dan di laut melalui *Submarine Broadband Highway*, serta mengembangkan dan memperkuat footprints bisnis di kawasan regional.

Regional memiliki arti kawasan Asia Pasifik termasuk Asia Tenggara, Asia Timur, Asia Selatan dan Australia. Misi Telkom yaitu “*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*” menggambarkan bahwa untuk menjadi perusahaan digital yang handal, Telkom melakukan transformasi dari sisi bisnis, sumber daya manusia, budaya dan organisasi agar dapat memimpin inovasi digital di Indonesia dan memimpin Indonesia menuju globalisasi.

2. Prestasi Perusahaan

Adapun beberapa prestasi atau penghargaan yang diraih oleh perusahaan dalam waktu 3 tahun belakangan ini, yaitu:

- 1) ***Obsession Award 2016*** - Juara Ketiga *Digital Brand* BUMN (2016)
- 2) ***Bisnis Indonesia Award*** - Emiten Terbaik Kategori Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi (2017)
- 3) ***Indonesia CSR Award II 2018*** - PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk meraih score 99,25 / *very excellent* sebagai perusahaan publik dalam melaksanakan prinsip CSR (2018).

3. Logo Perusahaan



Gambar II.1 Logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Sumber : www.telkom.co.id

Filosofi Warna

- a) Warna Merah - Artinya Berani, Cinta, Energi dan Ulet, warna merah mencerminkan spirit Telkom yang selalu optimis dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.

- b) Warna Putih Berarti Suci, Damai, Cahaya dan Bersatu, yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- c) Warna Hitam Merupakan Warna Dasar kemauan keras
- d) Warna abu-abu merupakan merupakan warna transisi melambangkan teknologi.

B. Struktur Organisasi



Gambar II.2 Struktur Organisasi Unit Business Service

Sumber : Dok. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur

Berikut dibawah ini tanggung jawab pekerjaan pada *Unit Business Service* :

1. *Manager Business Service*

- a. Mengawasi unit secara keseluruhan.
- b. Memastikan semua data kegiatan digunakan untuk merencanakan program jangka panjang.
- c. Memastikan semua hasil penjualan digunakan untuk menyajikan dan mengevaluasi dan merencanakan program tindak lanjut yang diperlukan.

2. *Assistant Manager Sales Territory*

- a. Menjamin pelaksanaan *internal control* dan *risk control* secara konsisten dengan menjalankan pengawasan.
- b. Memastikan kebijakan dan strategi penjualan produk telkom sesuai dengan yang ditetapkan oleh perusahaan.
- c. Memastikan penjualan produk telkom diselenggarakan dengan kreatif.
- d. Memastikan kinerja penjualan dievaluasi secara periodik.

3. *Assistant Manager Business Sales Engineer*

- a. Memastikan penyajian *Biz Solution Proposal* secara komprehensif yang dapat memaksimalkan penggunaan seluruh sumber daya dan sejalan dengan strategi perusahaan.
- b. Memastikan penyajian justifikasi pengadaan product partner yang sesuai kebutuhan di segmennya.
- c. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi.

4. *Assistant Manager Business Outbound Logistik (OBL)*
 - a. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi
 - b. Membangun relasi dengan unit kerja lain dan *key person* (eksternal/internal) mendukung penyelesaian pekerjaan.
 - c. Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan, dengan mempelajari keahlian/pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja.
 - d. Melakukan Outbound Logistik (OBL) yang masuk ke dalam formulasi Witel Jakarta Timur.
5. *Assistant Manager Business Quality & Delivery*
 - a. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi
 - b. Membangun relasi dengan unit kerja lain dan *key person* (eksternal/internal) mendukung penyelesaian pekerjaan.
 - c. Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan, dengan mempelajari keahlian/pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja.
6. *Account Manager*
 - a. Menyajikan data *Schedule visiting* dengan mengidentifikasi, evaluasi *Acoount Plan, Cust request, customer proposal* digunakan untuk peningkatan pelayanan.

- b. Menyajikan pencapaian target *sales* dan *revenue* dengan *hunting* dan *farming* untuk memenuhi tugas *sales* dan *revenue* di masing-masing account
- c. Menyajikan data target *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) dan *Customer Loyalty Indeks* (CLI) melalui evaluasi dan identifikasi dari data *survey* untuk mengelola referensi pelanggan.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan usaha Telkom Group 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 melengapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

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

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom *Group*:

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).

1. Kode Etik Perusahaan

Pemberlakuan Penerapan Kode Etik Bagi Direksi, Dewan Komisaris, Dan Karyawan. Sesuai ketentuan Surat Edaran OJK No.32/SEOJK.04/2015 tentang Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka dan *Sarbanes-Oxley Act* (“SOA”) 2002 *section* 406, kami memiliki dan menjalankan kode etik yang berlaku bagi seluruh level organisasi. Kode Etik Telkom ditetapkan melalui Keputusan Direksi No.PD.201.01/2014 tentang Etika Bisnis di Lingkungan Telkom Group dan Keputusan Direktur Human Capital Management No.PR.209.05/r.00/PS800/COP-A4000000/2017 tentang Etika dan Kepatuhan Karyawan. Dalam keputusan tersebut dijelaskan mengenai Etika Usaha yang ditujukan untuk lingkungan eksternal dan Etika Kerja Karyawan yang ditujukan untuk internal Telkom. Etika Usaha Telkom berlaku bagi anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris dan karyawan keluarga besar Telkom dalam berhubungan dengan pelanggan, pemasok, kontraktor dan pihak eksternal lainnya yang mempunyai hubungan dengan Perusahaan. Etika Kerja Karyawan berlaku bagi sesama karyawan selamabekerja di Telkom *Group*.

Kode Etik Telkom yang di jalankan antara lain mengatur mengenai:

1. Etika Kerja Karyawan

Sistem nilai atau norma yang digunakan oleh seluruh Karyawan dan Pemimpin dalam bekerja sehari-hari dengan lingkup sebagai berikut:

a. Perilaku Utama Karyawan:

- Kapasitas dan Kapabilitas Karyawan.
- Kewajiban dan Larangan.
- Kerahasiaan Informasi.
- Infrastruktur.
- Lingkungan Kerja.

b. Perilaku Utama Pemimpin:

- Perilaku Pemimpin.
- Perilaku Direksi.
- Perilaku *Chief Executive Officer (CEO)* dan *Chief Financial Officer (CFO)*.

2. Etika Usaha

Sistem nilai atau norma yang dianut oleh Perusahaan sebagai acuan Perusahaan, Manajemen dan Karyawannya untuk berhubungan dengan lingkungannya, yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Hubungan dengan *Regulator*.
- b. Hubungan dengan *Stakeholder*.
- c. Ketentuan Tambahan.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Jakarta Timur pada *Unit Business Service* bagian *Account Manager*.

Adapun bidang kerja yang dilakukan Praktikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar target calon pelanggan berdasarkan segmentasi pasar.
2. Menawarkan produk WiCo 2.0 secara langsung kepada calon pelanggan
3. Menawarkan produk AstiNet melalui telepon dan *e-mail* kepada calon pelanggan.

B. Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) praktikan dibantu dengan para karyawan yang ada pada *Unit Business Service*. Kegiatan yang dilakukan oleh praktikan, antara lain:

1. Membuat daftar target calon pelanggan

Praktikan membuat target calon pelanggan pada Sekolah Swasta (SMP, SMA, dan SMK) serta Sekolah Tinggi dan Universitas Swasta yang

ada di daerah Jakarta Timur. Mencari data calon pelanggan melalui internet seperti nomer telepon, alamat, dan e-mail. Kemudian merekap data calon pelanggan ke dalam bentuk *Excel*.

No.	Nama Sekolah	Alamat	Nama Kontak	Nomor HP	Email
1	SMK BUDAYA	IL. DERMAGA BARU NO. 48	02186607252	081580589473	smk_bdv@yahoo.co.id
2	SMK JAKARTA TIMUR 2	IL. CEMPAKA VI KAYU TINGGI	Dani	081219385486	praktikan2@gmail.com
3	SMK PUSAKA 1	IL. TARUMA PAHLAWAN REVOLUSI NO. 88	0212180991	08128333007	smk_pusaka@yahoo.com
4	SMK YAMAS	IL. PUSOKLAT DEPANAKAR MAKASAR	Ahmad Suryadi	081296014455	smk_yamas@yahoo.co.id
5	SMK JAYAWISATA 2	IL. PANGKALAN JATI B NO 18 MAKASAR	Mansadi, S.Si	085881891790	info@jaya2.ac.id
6	SMK SINIA MEDIKA	IL. AS-SYAFIYAH NO. 321, CRAMAKAP	Irsha Cahyadi	08568726161	smksiniamedika@yahoo.com
7	SMK DEWI SARTIKA	IL. Kabon Makas Utara-1/25	Irfan Helmiandi, S.Pd	085693173570	smk_dewisartika@yahoo.com
8	SMK SATYA BHAKTI 2	IL. SLAMET RYADI 5	Sajar	081281898645	smksatyabhakti2@yahoo.com
9	SMK TRIDAYA	IL. PANGKALAN JATI B CIPINANG MELAYU MAKASAR SREA	mansadi	085801891790	info@tridaya.ac.id
10	SMK PARAMITHA	KOMPLEK DEPAGARI NO. 88 IL. RAYA KALIMALANG	Sryana, S.Kom	08121491459	smparamitha.ac.id
11	SMK CARAGA NUSANTARA	KOMPLEKS PULO GEBANG PERMAI BLOK H4 NO.10 CARUNG	RUDI GUNAWAN	08572927569	caraga.nusa@yahoo.co.id
12	SMK ANKES TUNAS HARAPAN	IL. BENDERA INTISARI 3 PASAR REBO	Bayu Aryanto, SMK	081213066349	smk.arhanth@yahoo.com
13	SMK ISLAM AL MAQYAH	IL. Gonda 1 No.16 Rt.001/01 Lubang Buaya	Gosang Pihalmajo	085775038814	smk-islam-almaqyah.ac.id
14	SMK AIR RAISYAH HUSADA	IL. AL-BAIDLO RAYA NO. 29 JAKARTA TIMUR	Aprlan Indra Saputra	0813-3892-7189	smkairraisyahusada@gmail.com
15	SMK CARAGA NUSANTARA	KOMPLEKS PULO GEBANG PERMAI BLOK H4 NO. 10 CARUNG	RUDI GUNAWAN	08572927569	caraga.nusa@yahoo.co.id

Gambar III.1 Daftar Target Calon Pelanggan Sekolah Swasta (SD, SMP, SMA) Jakarta Timur

Sumber : Data diolah oleh Praktikan

No.	Nama Universitas	Alamat	No. Telepon	E-mail
1	Universitas Widyadarmas Indonesia	IL. Jatigara Bar No 157, Bidara Cina, Jatigara, Kota Jakarta Timur 13120	(021) 89960413	
2	Universitas Suryadarma Kampus A	IL Protokol Halim Perdikasusana Komplek Bandara, Halim Perdikasusana Jakarta Timur, 13610	(021) 8009249, 8009246, 8093475	rekortekad@unswidyadarmasurabaya.ac.id
3	Universitas Suryadarma Kampus B	IL Angkasa, Komplek Angkasa Halim Perdikasusana, Halim Perdikasusana Jakarta Timur, 13610	(021) 8009249, 8009246, 8093475	unswidyadarma@gmail.com
4	Universitas Serpong	IL Dewi Sartika No 184A, Caringin-Jakarta Timur -13630	021-8094403 & 021-8096948	info@unswid.ac.id
5	Universitas Bina Nusantara	IL Bando Agra 1 No 3, RT.7 RW.5, Bando Agra, Cipinang, Kota Jakarta Timur	(021) 845 7627	info@binus.ac.id
6	Universitas Mitra Tadulisan	ILan Cipinang Besar No 2, RT.1 RW.1, Cipinang Besar Selatan, Jatigara, Kota Jakarta Timur, 13410	021-856 2011,819 7386	info@mitratadulisan.ac.id
7	Universitas Jaya Raya Kampus A	IL Palomas Selatan Kav.23, Jakarta Timur 13120	(021) 4790 892	info@jayaraya.ac.id
8	Universitas Jaya Raya Kampus B	IL Raya Bogor Kav.25.8 Cawang, Jakarta Timur	(021) 8719 958	info@jayaraya.ac.id
9	Universitas Jakarta	IL Palomas Barat Villa Tanah Mas, Jakarta Timur 13210	(021)4894921/ 08523 1234 000	
10	Universitas Islam Jakarta	IL Balekambang No 64, RT 8 RW 10, Ulu Kayu Utara, Matraman, Kota Jakarta Timur 13120	021 8566451/ 8504818	info@uisu.ac.id
11	Universitas Bina Chikita	IL Pondsidi I Kav. 97, Rawasari, Jakarta Timur - 13220, PO Box 1224	(021)-4722059	binas@binu.ac.id
12	Universitas Dharma Perseida	IL Radia Intan II (Teratas Cendekia) Pondok Kelapa Jakarta Timur - 13450	021-8649051, 8649053/56-57	binas@dmu.ac.id
13	Universitas Borobudur Kampus A	IL Raya Kalibata No.1 Jakarta Timur	021-8613888, 021-8613889	info@borobudur.ac.id
14	Universitas Borobudur Kampus B	IL Raya Pondsidi No. 7 Jakarta Timur	021-4758075, 021-4758055	info@borobudur.ac.id
15	Universitas Kristen Indonesia	IL Mayjen Setyono No 2, RT.0 RW.6, Cawang, Kramatjati, Kota Jakarta Timur, 13630	021-8092428	Prab@uki.ac.id

Gambar III.2 Daftar Target Calon Pelanggan Universitas dan Sekolah Tinggi Swasta Jakarta Timur

Sumber : Data diolah oleh Praktikan

2. Menawarkan produk WiCo 2.0 secara langsung kepada calon pelanggan.



Gambar III.3 Logo Produk WiCo 2.0

Sumber : Dok. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur

Praktikan mengunjungi calon pelanggan secara langsung bersama *team* dari *Unit Business Service*. Menawarkan dan melakukan pendekatan kepada calon pelanggan dengan baik hingga calon pelanggan mulai tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Praktikan membagikan brosur dan *flyer* kepada calon pelanggan serta menjelaskan tentang keunggulan produk.

Praktikan dan *team* mensosialisasikan fungsi dan penggunaan produk Wico 2.0 kepada calon pelanggan, menjelaskan keuntungan yang di dapat bila tertarik menggunakan produk Wico 2.0.

WiCo 2.0 adalah layanan WiFi.id untuk publik yang diselenggarakan oleh PT. Telkom Indonesia Tbk bekerja sama dengan mitra dari kalangan pelaku UKM yang berperan menyediakan lokasi dan melakukan penjualan

voucher WiFi.id kepada pengguna internet untuk digunakan dengan *gadget/ handphone/ laptop* milik pribadi pengguna.

Melalui kehadiran WiCo 2.0 pelaku UKM dapat mengembangkan peluang bisnis baru dengan mudah melalui penjualan *voucher* Wifi.id secara digital dengan skema bagi hasil. Usaha Wi-Co 2.0 sangat cocok dilakukan sebagai usaha rumahan sehingga mampu meningkatkan ekonomi keluarga.

WiCo 2.0 seperti Warnet Zaman *Now*, akses internet yang bisa dinikmati hingga kecepatan 100 mbps. Proses pendaftaran dan pengelolaan layanan WiCO 2.0 dilakukan secara digital atau melalui *mobile Apps "MyWiCO"* yang dapat didownload di *Play Store* bagi pengguna *Andoid* dan melakukan *joining fee* diawal sebesar Rp. 500.000,- atau setara dengan 204 *voucher*. Kemudian dibulan berikutnya harus melakukan top-up saldo menyesuaikan dengan permintaan pengguna *voucher digital*.

Pengguna WiCo 2.0 baru bisa menggunakannya ketika sudah mendapatkan kode password dan user dari pelaku UKM, untuk mendapatkan kode password dan user pengguna membeli *voucher digital* kepada pelaku UKM seharga Rp. 3.500 sampai dengan Rp. 5.000 selama 2 jam pemakaian.

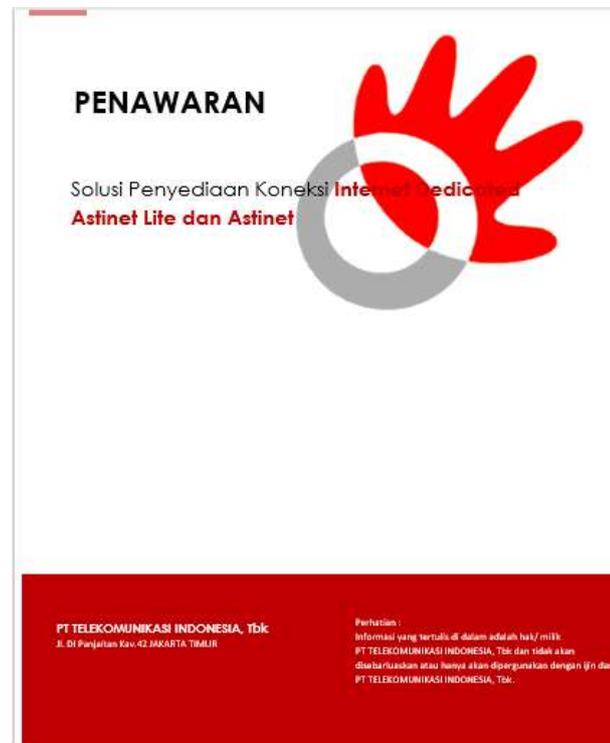
3. Menawarkan produk Astinet melalui telepon dan *e-mail* kepada calon pelanggan.



Gambar III.4 Logo Produk AstiNet

Sumber : Dok. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur

Praktikan melakukan penawaran produk melalui telepon dengan menggunakan tata bahasa yang baik digunakan. Melakukan pendekatan dengan meminta *e-mail* yang dapat dihubungi untuk mengirimkan proposal penawaran produk. Memastikan calon pelanggan mempelajari email yang sudah dikirim agar tertarik menggunakan produk yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan kepada sekolah (SMP, SMA, SMK), Sekolah Tinggi dan Universitas Swasta adalah produk AstiNet.



Gambar III.5 Proposal Penawaran Produk Astinet

Sumber : Dok. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur

AstiNet adalah layanan akses internet dan multimedia Telkomnet. Layanan ini menyediakan layanan akses LAN (*Local Area Network*) pelanggan dengan gateway internet Telkom secara dedicated dengan kecepatan mulai dari 128 Kbps. AstiNet dapat digunakan untuk akses internet secara terus-menerus selama 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu dengan reliabilitas yang handal dan performansi akses yang baik ditunjang dengan ketersediaan bandwidth ke internet global.

C. Kendala Yang Dihadapi

Berikut beberapa kendala yang dihadapi oleh Praktikan selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada *Unit Business Service* PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur, antara lain:

1. Praktikan kesulitan menawarkan produk AstiNet melalui telepon untuk menarik perhatian calon pelanggan.
2. Calon pelanggan sulit untuk dihubungi ketika Praktikan melakukan penawaran produk AstiNet melalui telepon.
3. Calon pelanggan bersikap acuh atau kurang tertarik ketika Praktikan melakukan penawaran produk WiCo 2.0 secara langsung.

D. Cara Mengatasi Kendala

Ketika Praktikan menghadapi beberapa kendala selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Praktikan banyak belajar dan menyesuaikan dengan sendirinya dari berbagai bantuan para karyawan pada Unit Business Service PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur. Berikut cara praktikan mengatasi masalah yang dihadapinya, antara lain:

1. Praktikan mengirimkan proposal penawaran produk AstiNet melalui *e-mail* kemudian mengkonfirmasi kembali melalui telepon kalau proposal penawaran produk sudah terkirim.

Menurut Waringin (2010: 88), menawarkan produk dengan mengkombinasikan *telemarketing* dengan *direct marketing*, penjualan

Anda bisa meningkat 8 kali lipat dibandingkan *telemarketing* saja atau *direct mail* saja.

Kemudian menurut Bly (2003: 84), penggunaan telepon untuk melakukan tindak lanjut terhadap *direct mail* adalah salah satu cara yang tepat secara drastis meningkatkan respons terhadap *direct mail*. Tetapi hal ini membutuhkan biaya besar. Biaya telepon biasanya 10 kali lebih besar dibandingkan dengan biaya pengiriman surat.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Praktikan dapat melakukan penawaran produk AstiNet dengan mengkombinasikan *telemarketing* dengan *direct marketing* sehingga penjualan bisa meningkat 8 kali lipat karena penggunaan telepon untuk melakukan tindak lanjut terhadap *direct mail*.

2. Praktikan mencoba menghubungi calon pelanggan di lain waktu atau mencoba menghubungi nomer lain yang dapat dihubungi untuk menawarkan produk AstiNet.

Menurut Alvonco (2014: 1) mengutip dari Tubb & Moss (1996), menyatakan bahwa komunikasi merupakan hal yang penting, bahkan sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia pasti melakukan komunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia akan saling bertemu dan berinteraksi atau membangun hubungan sosial dengan sesamanya. Pada saat itulah komunikasi terjadi. Bahkan, dikatakan 75% dari waktu manusia digunakan untuk berkomunikasi.

Selanjutnya menurut Jeff Zabin dan Gresh Brebach (2006: 16), menyatakan bahwa janji tentang precision marketing atau pemasaran presisi yaitu menyampaikan pesan yang tepat pada saat yang tepat melalui saluran yang tepat kepada orang yang tepat, adalah lebih dari mungkin karena adanya kemajuan dalam bidang teknologi dan pendekatan ilmiah belakangan ini.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dengan Praktikan mencoba menghubungi calon pelanggan di lain waktu atau mencoba menghubungi nomer lain yang dapat dihubungi merupakan solusi yang tepat karna 75% dari waktu manusia digunakan untuk berkomunikasi sehingga dapat menyampaikan pesan yang tepat pada saat yang tepat melalui saluran yang tepat kepada orang yang tepat adalah lebih dari mungkin membuat calon pelanggan dapat menerima pesan dari Praktikan untuk melakukan penawaran produk AstiNet.

3. Praktikan melakukan pendekatan dengan calon pelanggan menjelaskan fungsi, kegunaan dan keunggulan produk WiCo 2.0. Mensosialisasikan penggunaan Wico 2.0 secara langsung dengan calon pelanggan.

Menurut Saeputra dan Hidayatullah (Jurnal *e-Proceeding of Management*, 3, Desember 2016: 3-4) mengutip dari Osterwalder dan Pigneur (2010) yang mengatakan bahwa *business model canvas* adalah alat yang digunakan untuk mendeskripsikan, menganalisa, dan merancang model bisnis suatu perusahaan. *Business model canvas* juga bisa

digunakan untuk menentukan darimana suatu perusahaan melakukan transformasi model bisnis mereka.

Konsep *business model canvas* terdiri dari Sembilan elemen yaitu *value propositions, customer segments, customer relationship, channels, key resources, key activities, key partnership, cost structure, dan revenue streams*. Elemen tersebut dapat membantu dalam merumuskan model bisnis suatu perusahaan dan merancang ide model bisnis yang inovatif bagi perusahaan.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai 9 elemen, yaitu :

- 1) *Customers Segments* (Segmen Pelanggan).
- 2) *Value Propositions* (Proposisi Nilai).
- 3) *Channels* (Saluran).
- 4) *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan).
- 5) *Revenue Streams* (Arus Pendapatan).
- 6) *Key Resources* (Sumber Daya Utama).
- 7) *Key Activities* (Aktivitas Kunci).
- 8) *Key Partnerships* (Kemitraan Utama).
- 9) *Cost Structure* (Struktur Biaya).

Setelah itu menurut Rangkuti (2011:11) mengutip dari Peter dan Olson (1999:141), dua pendekatan umum dalam melakukan segmentasi pasar adalah segmentasi manfaat dan segmentasi psikografik. Pendekatan umum ketiga biasanya disebut segmentasi personal/situasi. Ketiga pendekatan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Segmentasi Manfaat

Hal yang menjadi kepercayaan dasar dari pendekatan segmentasi manfaat (*benefit segmentation*) adalah manfaat yang dicari seseorang dalam mengonsumsi suatu produk adalah alasan dasar keberadaan segmen pasar sebenarnya. Oleh karena itu, pendekatan ini berupaya mengukur sistem nilai konsumen dan persepsi konsumen tentang berbagai macam merek dalam sebuah kelas produk.

b. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis (*psychographic segmentation*) membagi pasar berdasarkan perbedaan gaya hidup konsumen. Umumnya segmentasi psikografis mengikuti suatu model *post hoc*, yaitu konsumen pada awalnya diberi sejumlah pernyataan tentang gaya hidup mereka dan kemudian dikelompokkan berdasarkan kesamaan tanggapan mereka. Gaya hidup diukur dengan bertanya pada konsumen tentang kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas) dan opini (*activity, interest, and opinion – AIC*) yang diajukan dalam beberapa studi yang pernah dilakukan, namun sangat umum sifatnya.

Studi segmentasi psikografis sering kali menggunakan ratusan pernyataan dan menghasilkan informasi tentang konsumen yang luar biasa besar jumlahnya. Oleh karena itu, segmentasi psikografis sebenarnya didasarkan pada pemikiran bahwa “semakin efektif Anda

mengetahui dan memahami konsumen, semakin efektif Anda berkomunikasi dan memasarkan pada mereka”.

c. Segmentasi Personal

Pasar dapat dipilih berdasarkan situasi penggunaan yang dikaitkan dengan perbedaan- perbedaan individu konsumen. Hal ini dikenal sebagai segmentasi personal/situasi (*person/situation segmentation*). Misalnya, pasar pakaian dan sepatu bukan hanya berdasarkan pada jenis kelamin dan ukuran kaki, tetapi juga pada dimensi situasi penggunaan seperti kondisi cuaca, kegiatan fisik, dan acara sosial.

Jadi dari kedua teori di atas dapat disimpulkan bahwa dalam mengatasi kendala ketika calon pelanggan bersikap acuh atau kurang tertarik ketika Praktikan melakukan penawaran produk WiCo 2.0 secara langsung yaitu dengan menggunakan salah satu dari elemen *business model canvas* yaitu segmen pelanggan atau mengelompokkan pelanggan.

Misalnya pada segmentasi manfaat dengan menjelaskan kepada calon pelanggan manfaat yang akan di dapatkan ketika menggunakan produk WiCo 2.0, kemudian segmentasi psikografik dengan menawarkan produk WiCo 2.0 kepada para pelaku UKM yang ingin tempat usahanya agar lebih menarik perhatian calon pelanggannya karna ada fasilitas internet.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) banyak sekali memberikan manfaat kepada praktikan. Seperti memperoleh pengetahuan tentang bidang pemasaran dalam dunia kerja yang nyata karena selama ini praktikan hanya memperoleh pengetahuan teori pemasaran di bangku kuliah.

Berdasarkan uraian yang telah praktikan jelaskan di bab sebelumnya, Praktikan dapat menarik kesimpulan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur pada *Unit Business Service*, yaitu :

1. Praktikan dapat menerapkan beberapa teori yang di dapat selama perkuliahan, yaitu teori Manajemen Penjualan, Komunikasi Bisnis, dan Etika Bisnis.
2. Praktikan memperoleh kesempatan untuk melakukan terjun langsung ke lapangan mencari calon pelanggan dengan melakukan berbagai pendekatan agar calon pelanggan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Sehingga Praktikan memiliki bekal pengalaman kerja sesuai bidangnya di bangku perkuliahan. Praktikan menambah pengalaman kerja bagi Praktikan dengan mendapat keterampilan dalam kegiatan pemasaran.

3. Praktikan dapat melatih diri untuk bisa bekerja sama dalam *team* dan bersosialisasi membangun relasi yang baik dengan para karyawan *Unit Business Service* agar dapat menjadi seseorang yang percaya diri dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas yang diberikan dengan baik.

B. Saran – Saran

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Unit Business Service PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur secara keseluruhan berjalan dengan baik. Namun ada beberapa masukan untuk pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), antara lain:

1. Bagi Praktikan:
 - b. Lebih proaktif dan cepat bersosialisasi dalam lingkungan kerja pada Unit Business Service PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur.
 - c. Banyak mencari tahu informasi dan latar belakang perusahaan tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:
 - a. Memberikan pengarahan sebelum pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mengenai waktu dan prosedur pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
 - b. Mencoba menjalin kerjasama dengan beberapa instansi/perusahaan untuk mendapatkan informasi pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sehingga dapat memudahkan mahasiswa mencari tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL).

3. Bagi Instansi/Perusahaan:
 - a. Meningkatkan kedisiplinan dan kinerja para karyawan agar tetap terus menjadi lebih baik lagi kedepannya.
 - b. Meningkatkan pelayanan dan promosi penjualan produk dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain.
 - c. Memberikan bimbingan yang optimal kepada Praktikan yang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

DAFTAR PUSTAKA

Alvonco, J. (2014). *Practical Communication Skill*. Jakarta: PT. Elex Media Komputrindo.

Bly, R. W. (2003). *Fool-Proof Marketing*. Terjemahan Evi Vileta Lanasier. Jakarta: Erlangga.

Rangkuti, F. (2011). *Marketing Strategy & Competitive Positioning Mengukur Segmentasi, Targeting dan Positioning menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saeputra, M. Y., & Hidayatullah, D. S. (Desember 2016). *Analisis Model Bisnis Pada Kafe Fruitea Holic Dengan Pendekatan Business Model Canvas*. *e-Proceeding of Management, Vol.3*, hal. 3-4, <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3095/2937>. (Diakses pada tanggal 28 November 2019, pukul 11.36 WIB)

Waringin, T. D. (2010). *Marketing Revolution*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Zabin, J., & Brebach, G. (2006). Terjemahan Hikmat Kusumaningrat. *Precision Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

www.telkom.co.id (Diakses pada tanggal 8 November 2019, pukul 14.33 WIB)

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL)



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon/Faksimile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
 BUK : 4750930, BAKHUM : 4758081, BK : 4752180
 Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
 Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 15540/UN39.12/KM/2018 16 Oktober 2018
 Lamp. : 1 lembar
 Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan Kelompok

Kepada Yth.
 HRD PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk
 JL. DI, Panjaitan No.42, RT.12/RW.5, Rw. Bunga, Jatinegara,
 Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13350

Sehubungan dengan adanya tugas salah satu mata kuliah, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Program Studi	: Pendidikan Bisnis
Fakultas	: Ekonomi
Jenjang	: S1
Sebanyak	: 2 mahasiswa (Chelsy Maharani Safitri, dkk) Daftar nama terlampir
Dalam Rangka	: Memenuhi Tugas Mata Kuliah " Praktek Kerja Lapangan (PKL) " pada tanggal 28 Januari 2019 sampai dengan tanggal 28 Februari 2019.
No. Telp/Hp	: 081296572291

Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan dan Hubungan Masyarakat

 Awang Sasmoro, SH.
 NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis

Lampiran 2 - Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Lamp. : 1 lembar

Nomor: 15540/UN39.12/KM/2018

DAFTAR NAMA MAHASISWA PESERTA PKL KELOMPOK

No.	Nama	Noreg	No. Telp/HP
1.	Chelsy Maharani Safitri	8135162094	081296572291
2.	Risnawati	8135160396	082189207707
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

Ketua Kelompok



Chelsy Maharani Safitri

NOREG. 8135162094

Lampiran 3 – Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)



**Telkom
Indonesia**
the world in your hand

Nomor : Tel. ~~025~~PS. 300/R2W-2F520000/2019
 Jakarta, 25 Januari 2019

Kepada Yth.

Ketua Dekan
 Universitas Negeri Jakarta
 Jl. Rawamangun Muka
 Jakarta

Perihal : Permohonan Tempat PKL

Dengan hormat,

Menjawab surat Saudara Nomor : 15540/UN39.12/KM/2018 tanggal 16 Oktober s/d 08 Maret 2019 perihal : Permohonan Tempat PKL atas nama :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Chelsy Maharani Safitri	8135162094	Pendidikan Bisnis
2.	Risnawati	8135160396	Pendidikan Bisnis

Sebagai wujud implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) dan bentuk kepedulian PT TELKOM terhadap dunia pendidikan, kami bersedia menerima mahasiswa Saudara untuk melaksanakan Praktek Kerja di **Unit Business Service Jakarta Timur** dan waktunya kami jadwalkan mulai tanggal 28 Januari sd 08 Maret 2019.

Ketentuan selama melaksanakan penelitian/ kerja praktek sebagai berikut :

- Menandatangani Surat Pernyataan Kerja Praktek/ magang bermaterai Rp.6.000,-
- Mematuhi dan melaksanakan segala ketentuan yang berlaku di PT TELKOM
- Bersedia menggunakan alat komunikasi produk Telkom Group seperti : Simpati, Kartu AS, Kartu Hallo Telkomsel
- Semua biaya yang timbul selama melaksanakan kerja praktek ditanggung sendiri dan tidak diberikan kompensasi uang makan/transport
- Tidak diberikan sertifikat
- Mendapat Surat Keterangan jika telah selesai melaksanakan kerja praktek

Demikian kami sampaikan, terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya, *Never Give Up*

Hormat kami,



M. H. Indonesia
 MGR. HR AND CDC JAKARTA TIMUR

Tembusan :

- 1.Sdr. Mgr Business Service Jakarta Timur
- 2.Sdr. Asman HR Development Jakarta Timur
- 3.Sdr. Asman Business OBL Jakarta Timur
4. Sdr. Asman Business Territory Jakarta Timur



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk
 Telkom Landmark Tower, 11 Floor
 Jl. Gatot Subroto Kav. 52
 Jakarta - 12120, Indonesia

Direktori Riset dan Pengembangan
 Nomor : +62 21 52443300
 www.telkom.co.id



Lampiran 4 – Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)



*Building
Future
Leaders*

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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Kemuning Muka, Jakarta 13221
Telepon (021) 6712227-470035, Fax (021) 4706285
Email: www.unj.ac.id



**DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
... S.K.S**

Nama: RICHAWATI
No. Registrasi: 8135160396
Program Studi: PENDIDIKAN BAHASA
Tempat Praktik: PT. TELKOM INDONESIA TEK WITEL JAKARTA TIMUR
Alamat Praktik/Telp: Jl. DI. PANJAITANJ NO.42, RT 12/RW 5, RAWA BUNGA,
JATI NEGARAH / KOTA JAKARTA TIMUR, 13350

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 28 Januari 2019	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa / 29 Januari 2019	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu / 30 Januari 2019	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis / 31 Januari 2019	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat / 1 Februari 2019	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin / 4 Februari 2019	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Rabu / 6 Februari 2019	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Kamis / 7 Februari 2019	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Jumat / 8 Februari 2019	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Senin / 11 Februari 2019	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Selasa / 12 Februari 2019	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Rabu / 13 Februari 2019	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Kamis / 14 Februari 2019	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Jumat / 15 Februari 2019	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Senin / 18 Februari 2019	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 8 Maret 2019
Penilai,




Machmud

Catatan:
Formulir ini dapat dipertanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan menandatangani cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5 - Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Mula, Jakarta 13220
Telepon (021) 421223-4796285, Fax (021) 4996585
Laman: www.f.e.uj.ac.id



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

Nama: RICHANAWATI
No. Registrasi: 0135160306
Program Studi: PENDIDIKAN BISNIS
Tempat Praktik: PT. TELKOM INDONESIA TEK WITEL JAKARTA TIMUR
Alamat Praktik/Telp: Jl. DI. PANGRATAN NO.42 RT 12/RW 5, RAWA BUNGA, JATI KECAFA, KOTA JAKARTA TIMUR 13350

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Selasa / 19 Februari 2019	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Rabu / 20 Februari 2019	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Kamis / 21 Februari 2019	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Jumat / 22 Februari 2019	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Senin / 25 Februari 2019	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Selasa / 26 Februari 2019	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Rabu / 27 Februari 2019	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Kamis / 28 Februari 2019	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Jumat / 1 Maret 2019	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Senin / 4 Maret 2019	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Selasa / 5 Maret 2019	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Rabu / 6 Maret 2019	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Jumat / 8 Maret 2019	13.	
14.	14.	
15.	15.	

Jakarta, 8 Maret 2019
Penilai,
[Signature]

Maximus Telkom Indonesia

Catatan:
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legittas dengan menaruh cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 6 - Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung K, Jalan Raya Gunung Maja, Jakarta 13220
Telp: (021) 4721227-4766281, Fax: (021) 4766285
Laman: www.fekang.ac.id



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

Nama : RISNAWATI
No.Registrasi : 8135160396
Program Studi : PENDIDIKAN EKONOMI
Tempat Praktik : PT. TELKOM INDONESIA TBK UNITEL JAKARTA TIMUR
Alamat Praktik/Telp : Jl. DI. PAKSIJAYAN NO. 92, RT 12/ RW 5, RAWA BUNGA,
JATI NEGARA, KOTA JAKARTA TIMUR, 13350

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																														
1	Kehadiran	<u>100</u>	1. Keterangan Penilaian : <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Skor</td> <td style="width: 15%;">Nilai</td> <td style="width: 15%;">Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table>	Skor	Nilai	Bobot	86-100	A	4	81-85	A-	3,7	76-80	B+	3,3	71-75	B	3,0	66-70	B-	2,7	61-65	C+	2,3	56-60	C	2,0	51-55	C-	1,7	46-50	D	1
Skor	Nilai	Bobot																															
86-100	A	4																															
81-85	A-	3,7																															
76-80	B+	3,3																															
71-75	B	3,0																															
66-70	B-	2,7																															
61-65	C+	2,3																															
56-60	C	2,0																															
51-55	C-	1,7																															
46-50	D	1																															
2	Kedisiplinan	<u>97</u>																															
3	Sikap dan Kepribadian	<u>98</u>																															
4	Kemampuan Dasar	<u>98</u>																															
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	<u>98</u>																															
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	<u>97</u>																															
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	<u>98</u>																															
8	Aktivitas dan Kreativitas	<u>95</u>																															
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	<u>97</u>																															
10	Hasil Pekerjaan	<u>98</u>																															
Jumlah		<u>976</u>	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> $\frac{976}{10} = 97,6$ 10 (sepuluh) </div> Nilai Akhir : <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; border: 1px solid black;"><u>98</u></td> <td style="width: 50%; text-align: center; border: 1px solid black;"><u>A</u></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center; font-size: small;">huruf</td> </tr> </table>	<u>98</u>	<u>A</u>	Angka bulat	huruf																										
<u>98</u>	<u>A</u>																																
Angka bulat	huruf																																

Jakarta, 8 Maret 2019
Penilai,

Machmud 

Catatan :
Momen legalitas dengan menandatangani cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 7 - Surat Keterangan Selesai Praktik Kerja Lapangan (PKL)



**Telkom
Indonesia**
the world in your hand

SURAT KETERANGAN
Nomor : Tel.060 /PS.300/R2W-2F520000/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami atas nama PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Jakarta Timur :

Nama : MUHIDIN
 NIK : 641203
 Jabatan : MANAGER HR & CDC WITEL JAKTIM

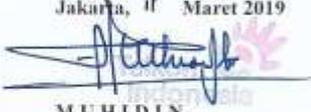
Menerangkan bahwa :

Nama : **Risnawati**
 NIM : 8135160396
 Jurusan : Pendidikan Bisnis
 Universitas Negeri Jakarta
 Jl.Rawamangun Muka Jakarta

Telah menyelesaikan kerja praktik, dari tanggal 28 Januari sd 08 Maret 2019 di Unit Bussines Service Jakarta Timur.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk laporan siswa yang telah melaksanakan kerja praktik dan terima kasih atas kerjasamanya.

Jakarta, 11 Maret 2019


MUHIDIN



PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk
 Telkom Avenue Tower, 17 Floor
 J. Gardil Subrama Kie, 52
 Jakarta 10170, Indonesia

Disentralisasikan
 Phone : +62 21 90181100
 www.telkomsel.id



Lampiran 8 - Log Harian Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Log Harian Praktik Kerja Lapangan

Unit Business Service PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Jakarta Timur

Tanggal 28 Januari 2019 – 8 Maret 2019

No	Hari/Tanggal	Kegiatan
1.	Senin/ 28 Januari 2019	a. Melakukan <i>breifing</i> dengan Pak Soni selaku karyawan <i>Unit Business Service</i> . b. Diperkenalkan dengan semua karyawan <i>Unit Business Service</i> .
2.	Selasa/ 29 Januari 2019	a. <i>Browsing</i> nomor telepon dan e-mail target calon pelanggan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta yang ada di Jakarta Timur melalui internet. b. Mendata nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta yang ada di Jakarta Timur ke dalam bentuk <i>Excel</i> .
3.	Rabu/ 30 Januari 2019	a. Melakukan <i>briefing</i> dengan Bu Yulia selaku <i>Manager Unit Business Service</i> b. <i>Browsing</i> nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta yang ada di Jakarta Timur melalui

		<p>internet.</p> <p>c. Mendata nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta yang ada di Jakarta Timur ke dalam bentuk Excel.</p>
4.	Kamis/ 31 Januari 2019	<p>a. <i>Browsing</i> nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta yang ada di Jakarta Timur melalui internet.</p> <p>b. Mendata nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta yang ada di Jakarta Timur ke dalam bentuk <i>Excel</i>.</p>
5.	Jumat/ 1 Februari 2019	<p>a. Praktikan diajarkan cara menawarkan produk kepada calon pelanggan melalui telepon oleh Bu Iin selaku <i>Account Manager</i>.</p> <p>b. Praktikan menawarkan produk melalui telepon kepada calon pelanggan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta yang ada di Jakarta Timur dan mengkonfirmasi kebenaran <i>e-mail</i> sekolah yang di dapat melalui internet.</p>

6.	Senin/ 4 Februari 2019	a. Praktikan menawarkan produk melalui telepon kepada calon pelanggan Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta yang ada di Jakarta Timur dan mengkonfirmasi kebenaran <i>e-mail</i> sekolah yang di dapat melalui <i>internet</i> .
7.	Rabu/ 6 Februari 2019	a. Praktikan mengikuti rapat <i>explore</i> mingguan. b. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Jatinegara – Jakarta Timur bersama <i>team</i> . c. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.
8.	Kamis/ 7 Februari 2019	a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Utan Kayu – Jakarta Timur bersama <i>team</i> . b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.
9.	Jum’at/ 8 Februari 2019	a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Taman Mini – Jakarta Timur bersama <i>team</i> . b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon

		<p>pelanggan.</p> <p>c. Melakukan sosialisasi cara penggunaan produk Wi-Co 2.0 kepada calon pelanggan.</p>
10.	Senin/ 11 Februari 2019	a. Praktikan menawarkan produk melalui telepon kepada calon pelanggan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta yang ada di Jakarta Timur dan mengkonfirmasi kebenaran <i>e-mail</i> sekolah yang di dapat melalui <i>internet</i> .
11.	Selasa/ 12 Februari 2019	a. Praktikan mengirimkan <i>e-mail</i> penawaran produk kepada calon pelanggan (SMP, SMA, SMK) Swasta di Jakarta Timur.
12.	Rabu/ 13 Februari 2019	<p>a. Praktikan mengikuti rapat <i>explore</i> mingguan.</p> <p>b. <i>Browsing</i> nomer telepon, alamat dan <i>e-mail</i> guru sekolah swasta melalui internet sebagai calon pelanggan.</p> <p>c. Merekap data guru ke dalam <i>Excel</i>.</p>
13.	Kamis/ 14 Februari 2019	<p>a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Kramat Jati – Jakarta Timur bersama <i>team</i>.</p> <p>b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.</p>

14.	Jum'at/ 15 Februari 2019	<p>a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Duren Sawit – Jakarta Timur bersama <i>team</i>.</p> <p>b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.</p>
15.	Senin/ 18 Februari 2019	<p>a. Praktikan menghubungi calon pelanggan Sekolah Swasta melalui telepon untuk mengkonfirmasi bahwa <i>e-mail</i> proposal penawaran produk sudah dikirim.</p> <p>b. Merekap data calon pelanggan yang sudah di hubungi melalui telepon ke dalam <i>Excel</i>.</p>
16.	Selasa/ 19 Februari 2019	<p>a. Merekap list data kontrak pelanggan tahun 2008-2017 ke dalam bentuk <i>Excel</i>.</p>
17.	Rabu/ 20 Februari 2019	<p>a. Praktikan mengikuti rapat <i>explore</i> mingguan.</p> <p>b. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Halim – Jakarta Timur bersama <i>team</i>.</p> <p>c. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.</p>
18.	Kamis/ 21 Februari 2019	<p>a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan</p>

		<p>penjualan ke daerah Otista – Jakarta Timur bersama <i>team</i>.</p> <p>b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.</p>
19.	Jum'at/ 22 Februari 2019	<p>a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service (BS)</i>” melakukan penjualan ke daerah Bambu Apus – Jakarta Timur bersama <i>team</i>.</p> <p>b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.</p>
20.	Senin/ 25 Februari 2019	<p>a. Membuat dokumentasi kegiatan bulan Januari 2019 pada <i>Unit Business Service</i> berupa foto.</p> <p>b. Menyusun foto dokumentasi kegiatan bulan Januari 2019 ke mading <i>Unit Business Service</i></p>
21.	Selasa/ 26 Februari 2019	<p>a. <i>Browsing</i> nomor telepon dan e-mail target calon pelanggan Sekolah Tinggi yang ada di Jakarta Timur melalui <i>internet</i>.</p> <p>b. Mendata nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Sekolah Tinggi yang ada di Jakarta Timur ke dalam bentuk <i>Excel</i>.</p>
22.	Rabu/ 27 Februari 2019	<p>a. <i>Browsing</i> nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Universitas Swasta yang ada di Jakarta Timur melalui <i>internet</i>.</p>

		b. Mendata nomor telepon dan <i>e-mail</i> target calon pelanggan Universitas Swasta yang ada di Jakarta Timur ke dalam bentuk <i>Excel</i> .
23.	Kamis/ 28 Februari 2019	a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Kayu Manis – Jakarta Timur bersama <i>team</i> . b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.
24.	Jum’at/ 1 Maret 2019	a. Praktikan mengikuti rapat <i>explore</i> mingguan. b. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Cipayung – Jakarta Timur bersama <i>team</i> . c. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.
25.	Senin/ 4 Maret 2019	a. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service</i> (BS)” melakukan penjualan ke daerah Penggilingan – Jakarta Timur bersama <i>team</i> . b. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.

26.	Selasa/ 5 Maret 2019	<p>a. Membuat dokumentasi kegiatan bulan Februari 2019 pada <i>Unit Business Service</i> berupa foto.</p> <p>b. Menyusun foto dokumentasi kegiatan bulan Februari 2019 ke masing <i>Unit Business Service</i>.</p>
27.	Rabu/ 6 Maret 2019	<p>a. Praktikan bersama para karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Witel Jakarta Timur melakukan senam pagi.</p> <p>b. Terjun langsung ke lapangan atau disebut “Gebrak <i>Business Service (BS)</i>” melakukan penjualan ke daerah Pisangan Baru– Jakarta Timur bersama <i>team</i>.</p> <p>c. Membagikan <i>brosur dan flyer</i> kepada calon pelanggan.</p>
28.	Jum’at/ 8 Maret 2019	<p>a. Praktikan mengikuti rapat <i>explore</i> mingguan.</p>

Lampiran 9 - Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

No.	Bulan Kegiatan	Okt 2018	Nov 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019	Mar 2019	Nov 2019
1.	Pendaftaran PKL							
2.	Surat Permohonan PKL ke perusahaan							
3.	Pelaksanaan program PKL							
4.	Penulisan laporan PKL							
5.	Penyerahan laporan PKL							
6.	Koreksi laporan PKL							
7.	Batas akhir penyerahan laporan PKL							

Lampiran 10 – Dokumentasi Kegiatan





Lampiran 11 - Kartu Konsultasi



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Rempas Durenkaya Nagel Jakasa Gedung B, Blok Ekonomika Blok. Jakarta 12220
Telpon (021) 471227-470285 Fax (021) 470245



UJAS

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN PKL

1. Nama Mahasiswa : Rismawati

2. No.Registrasi : 835160304

3. Program Studi : Pendidikan Bisnis

4. Dosen Pembimbing : Dr. Gory Johana, M.M

NIP : 19540918198503011

5. Judul PKL : Laporan Praktis kega Laporan (PKL) pada unit Business Service PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Wilayah Jakarta Timur.

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	1 Nov 2019	Menentukan isi laporan	Sistematisa penulisan laporan sehingga lebih	
2	10 Nov 2019	Menetapkan ketentuan isi laporan	Sistematisa isi laporan yang telah disampaikan	
3	21 Nov 2019	Persiapan untuk submit PKL	sudah dibuktikan untuk ujian PKL.	
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
SETUJU UNTUK UJIAN PKL				

Catatan :

- Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
- Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan