



**PROSEDUR PELAYANAN KAMPUNG UKM DIGITAL
PT. TELKOM INDONESIA, Tbk. WITEL JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Oleh:

Ginanda Widya Monika

NIM. 130803101049

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**PROSEDUR PELAYANAN KAMPUNG UKM DIGITAL
PT. TELKOM INDONESIA, Tbk. WITEL JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya
(A.Md.) Program Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh:

Ginanda Widya Monika

NIM. 130803101049

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**PROCEDURE OF SERVICES KAMPUNG UKM DIGITAL
PT. TELKOM INDONESIA, Tbk. WITEL JEMBER**

REAL WORK PRACTICE REPORT

Arranged to meet one of the requirements to obtain the title of Associate Expert
(A.Md.) Diploma Program Faculty of Economics, Management Company
University of Jember

By:

GinandaWidya Monika

NIM. 130803101049

**DIPLOMA PROGRAM MANAGEMENT COMPANY III
MANAGEMENT DEPARTMENT FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITY JEMBER**

2016

JUDUL
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA
PROSEDUR PELAYANAN KAMPUNG UKM DIGITAL
PT. TELKOM INDONESIA Tbk. WITEL JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ginanda Widya Monika
NIM : 130803101049
Jurusan : Manajemen
Program Studi : D III Manajemen Perusahaan

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal
18 Mei 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) program Diploma III pada Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

Susunan Panitia Penguji

Ketua

Dra. Susanti Prasetyaningtyas, M.Si.
NIP. 19660918 199002 2 002

Sekretaris

Dra. Sampeadi, M.S.
NIP. 19560404 198503 1 002

Anggota

Dra. Agus Priyono, M.M.
NIP. 19601016 198702 1 001

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi,
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

NAMA : GINANDA WIDYA MONIKA
NIM : 130803101049
FAKULTAS : EKONOMI
PROGRAM STUDI : DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL LAPORAN : PROSEDUR PELAYANAN KAMPUNG UKM DIGITAL
PT. TELKOM INDONESIA Tbk. WITEL JEMBER

Jember, 27 April 2016

Mengetahui

Ketua Program Studi
Manajemen Perusahaan

Laporan Praktek Kerja Nyata telah
disetujui oleh Dosen Pembimbing

Drs. Didik Pudjo M., MS
NIP. 19610209 198603 1 001

Motto

Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M.
NIP. 19691007 199902 1 001

Pedang terbaikmu adalah
Kesabaran yang tiada batas.

*Intelligence is not the measurement,
but intelligence support all!*



Persembahan

Kupersembahkan hasil perjuanganku ini untuk :

Yang tercinta Bapak Suminto dan Ibu Dwi Isworo, Terimakasih untuk segalanya, semoga Ayah dan Ibu bahagia dan bangga disana.

Kakak – kakakku Arif Angga Yudha dan Gutara Cahya Septizar terimakasih telah merawatku sampai sekarang dan selalu memberikan motivasi.

Almamaterku yang membanggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan anugerah dariNya saya dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata yang berjudul “PROSEDUR PELAYANAN KAMPUNG UKM DIGITAL PT TELKOM INDONESIA, Tbk. WITEL JEMBER” Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma tiga (D3) pada Jurusan Manajemen Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Universitas jember.

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Moehammad Fatorrazi, SE, M.Si. selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Drs. Didik Pudjo Musmedi. M.S. selaku Ketua Program studi Diploma III Manajemen Perusahaan
3. Bapak Ariwan Joko Nusbantoro, SE, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya sehingga dapat terselsaikan dengan baik.
4. *Manager unit Business Government and Enterprise Service* PT Telkom Indonesia Tbk Witel Jember, bapak Mei Hendra Darma.
5. Keluargaku yang selalu mendukungku selama perkuliahan serta yang tersayang Amin Al Ghafiqi Ramli tetap sayangi aku.
6. Sahabat-sahabatku Bulan, Satoel, Gebet ‘Yang selalu menemaniku dan teman-temanku MP’13, terima kasih semoga menjadi kenangan yang indah
7. Kepada PSM yang telah memberikan pengertian dan dukungan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan Laporan Praktek Kerja Nyata ini. Akhirnya penulis berharap, semoga laporan ini dapat bermanfaat.

Jember, 27 April 2016

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR DIAGRAM.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul.....	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3 Obyek dan Jangka Waktu Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.1 Obyek Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.2 Jangka Waktu Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.3 Rincian Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	6
2.2 Pengertian Pelayanan.....	8
2.2.1 Tujuan dan Fungsi Pelayanan.....	8
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	9

BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	10
3.1 Latar Belakang Sejarah PT Telkom Indonesia Tbk.....	10
3.1.1 Visi dan Misi PT Telkom Indonesia Tbk.....	11
3.1.2 Budaya Perusahaan.....	12
3.1.3 Logo PT Telkom Indonesia Tbk.....	14
3.1.4 Kredo PT Telkom Indonesia Tbk.....	15
3.1.5 Maskot PT Telkom Indonesia Tbk.....	15
3.1.6 Sejarah PT Telkom Indonesia Tbk Witel Jember.....	16
3.2 Struktur Organisasi	
PT Telkom Indonesia Tbk Witel Jember.....	17
3.3 Kegiatan Pokok Perusahaan	
PT Telkom Indonesia Tbk Witel Jember.....	20
3.4 Pengertian Kampung UKM Digital.....	22
BAB 4 HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....	28
4.1 Penyelesaian Infrastruktur Kampung UKM Digital.....	29
4.2 Kerjasama dengan Berbagai Stakeholder.....	30
4.3 Pengenalan Layanan Telkom dan Pelatihan UKM.....	32
4.4 Menggali Kebutuhan UKM.....	35
4.5 Enhancement Layanan ICT.....	38
BAB 5 KESIMPULAN.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR DIAGRAM

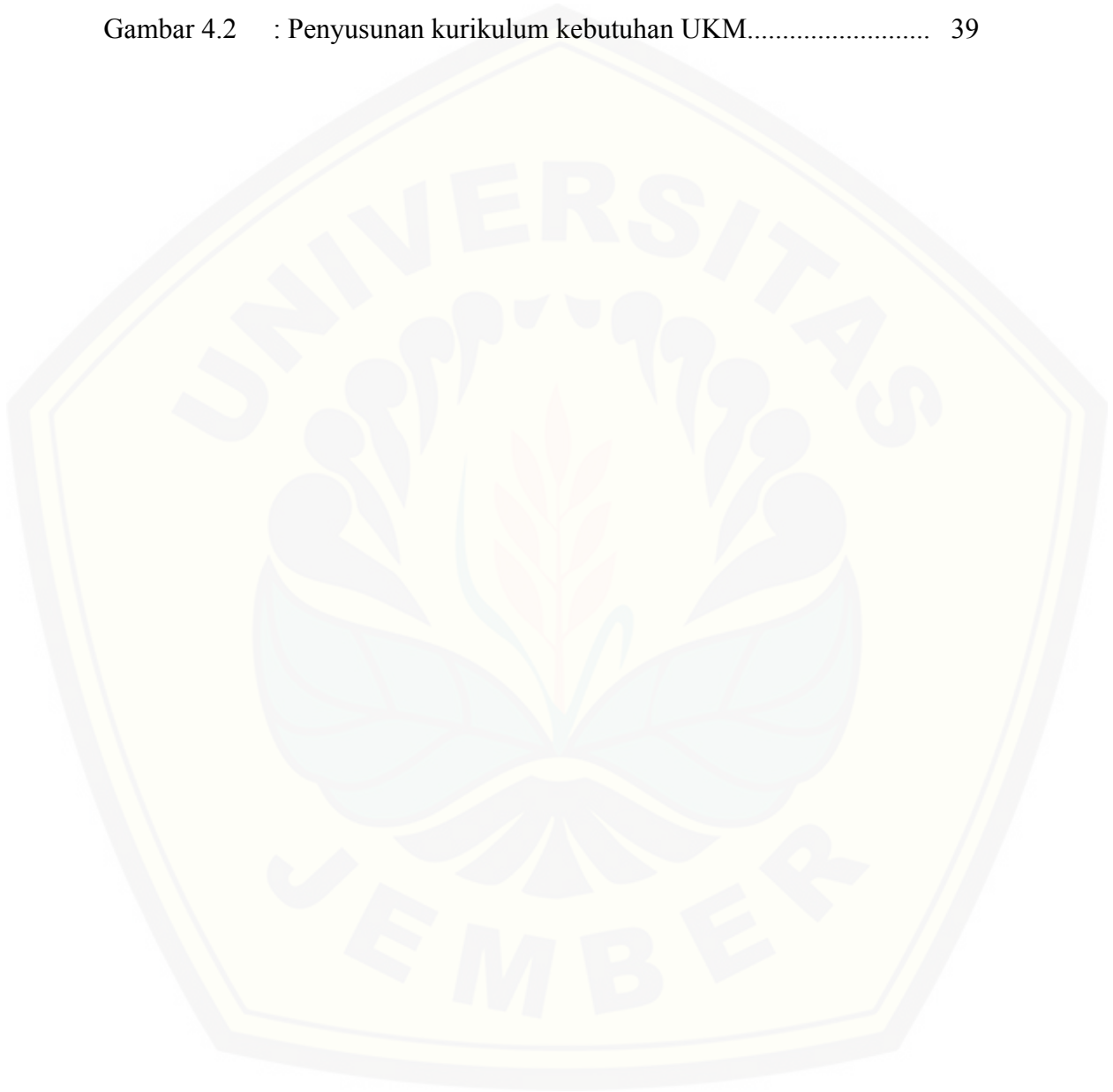
Diagram 3.1 : Principles to be the star (3S).....	13
---	----

Diagram 3.2 : Struktur Organisasi PT. Telkom Jember..... 18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	: Roadmap kampung UKM digital.....	28
Gambar 4.2	: Penyusunan kurikulum kebutuhan UKM.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Kegiatan Praktek Kerja Nyata..... 4



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat persetujuan praktek kerja nyata.....	42
Lampiran 2	: Surat permohonan tempat Praktek Kerja Nyata.....	43
Lampiran 3	: Daftar hadir praktek kerja nyata.....	44
Lampiran 4	: Daftar hadir praktek kerja nyata.....	45
Lampiran 5	: Surat keterangan magang Praktek Kerja Nyata.....	46
Lampiran 6	: Kartu konsultasi dengan pembimbing.....	47
Lampiran 7	: Kartu revisi judul.....	48
Lampiran 8	: Hasil Nilai Praktek Kerja Nyata.....	49
Lampiran 9	: Foto-foto Praktek Kerja Nyata.....	50



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Perusahaan sejatinya memerlukan suatu manajemen yang tepat dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil atau tidaknya perusahaan mencapai usahanya tergantung pada keahlian perusahaan dalam menjalankan manajemen yang didalamnya meliputi beberapa bidang, yakni : bidang keuangan, bidang pemasaran, bidang produksi. Salah satu kegiatan pokok yang dianggap sangat penting dalam suatu perusahaan adalah pemasaran. Pemasaran merupakan proses pemberian kepuasan kepada konsumen untuk mendapatkan laba.

Kemajuan suatu perusahaan sangat berkaitan erat dengan pelayanan yang baik dari perusahaan, sehingga pelayanan layak diberikan perhatian khusus dalam kegiatan pemasaran perusahaan. Suatu elemen dari strategi perusahaan adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Pelayanan adalah tawaran perusahaan kepada konsumen yang termasuk dalam bentuk pemasaran. Pelayanan juga sebagai tambahan kecil atau bagian utama dari tawaran seluruh produk.

Prosedur pelayanan suatu perusahaan berbeda-beda karena kebijakan yang berlaku disuatu perusahaan belum tentu dapat diberlakukan untuk perusahaan lain. Begitu pula antara perusahaan pusat, cabang, dan anak cabang. Maka dari itu prosedur pelayanannya pun berbeda

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia Usaha Kecil Menengah (UKM) selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. UKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat. UKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia.

PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Tbk mengembangkan program "Kampung UKM Digital" pada tahun 2010, yaitu gerakan digitalisasi suatu wilayah

yang masyarakatnya banyak pengrajin maupun pelaku usaha kecil menengah. Untuk mempercepat pengembangan kemampuan pelaku UKM di Tanah Air, Telkom berkolaborasi dengan pihak lain mulai dari akademisi, pelaku bisnis, komunitas, birokrasi dan media. PT. Telkom Indonesia, Tbk. Witel Jember diharapkan mampu mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Jember sehingga bisa menembus pasar nasional, bahkan internasional melalui sistem jaringan (online).

Dengan begitu UKM yang selama ini belum tersentuh teknologi informasi, kini sudah terkoneksi internet dengan memanfaatkan aplikasi yang disediakan Telkom, seperti BosToko, Jarvis-Store, blanja.com dan www.smartbisnis.co.id. Telkom menyediakan *Broadband Learning Center (BLC)* termasuk pendampingan dan edukasi pemanfaatan internet. Dengan aplikasi-aplikasi yang ada, diharapkan dapat membantu Desa yang warganya mayoritas pelaku UKM.

Prosedur pelayanan kampung digital meliputi : penyelesaian infrastruktur pendukung kampung UKM digital, kerjasama dengan berbagai Stakeholder, pengenalan layanan Telkom dan pelatihan UKM, menggali kebutuhan UKM, meningkatkan (*enchancement*) layanan *Information and Communication Technology (ICT)*, dan berdirilah kampung UKM digital. Dengan berfokus pada pelayanan yang didapat para pelaku UKM yang ada dalam suatu kampung serta kebutuhan mengembangkan para pelaku UKM menjadi pertimbangan utama untuk menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata ini yang berjudul **“Prosedur Pelayanan Kampung UKM Digital PT. Telkom Indonesia, Tbk. Witel Jember”**.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini memiliki tujuan dan kegunaan sebagai berikut :

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Untuk mengetahui dan memahami secara langsung Prosedur pelayanan Kampung UKM Digital PT. Telkom Indonesia, Tbk Witel Jember

1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

Adapun Kegunaan Praktek Kerja Nyata sebagai berikut :

- a. Menambah pengetahuan pengalaman dan wawasan dilapangan kerja mengenai dunia kerja.
- b. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.)

1.3 Objek dan Jangka Waktu Praktek Kerja Nyata.

Adapun tempat dan waktu Praktek Kerja Nyata ini adalah :

1.3.1 Obyek Praktek Kerja Nyata

- a. Nama obyek

Obyek yang mahasiswa pilih dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Jember Jawa Timur.

- b. Alamat

Alamat obyek pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang mahasiswa pilih yaitu Jl. Gajah Mada No 182-184 Jember.

- c. Bidang Usaha

Bidang usaha Praktek Kerja Nyata mahasiswa yaitu pada unit BGES (*Business Government and Enterprise Service*).

1.3.2 Jangka Waktu Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan mulai tanggal 01 Februari -11 Maret 2016. Jangka waktu pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini kurang lebih 144 jam kerja efektif sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Program Diploma III Universitas Jember. Akan tetapi waktu tersebut tidaklah mutlak tergantung dari jam kerja perusahaan yang bersangkutan.

- a. Senin-Kamis : pukul 07.30-16.30
Istirahat : pukul 11.30-12.30
- b. Jum'at : pukul 07.30-17.00
Istirahat : pukul 11.00-13.30

c. Sabtu : libur

1.3.3 Rincian Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Dibawah ini adalah kegiatan selama Praktek Kerja Nyata pada PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember.

Kegiatan	Minggu ke					
	I	II	III	IV	V	VI
Perkenalan dengan Pimpinan perusahaan, staf dan karyawan serta orientasi pekerjaan	X					
Mendapat penjelasan mengenai produk Telkom	X	X				
Mambantu dan ikut serta menjual produk IndiHome fiber Telkom pada Pelanggan			X	X		
Menerima penjelasan kampung UKM digital		X	X			
Melaksanakan survey tempat – tempat untuk dijadikan Kampung UKM DIGITAL			X	X		
Mengumpulkan data dan penyusunan laporan praktek kerja nyata	X	X	X	X	X	X

Tabel 1.1 kegiatan Praktek Kerja Nyata

Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam sebuah perusahaan atau bisnis perdagangan yang dilakukan untuk meningkatkan usahanya dan juga menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang dijalaninya. Dalam melakukan pemasaran agar bisa berjalan dengan baik, tentu harus memiliki keahlian dalam pemasaran. bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif, maka produk dan jasa itu akan mudah untuk dijual. Adapun definisi pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2012:28) yang mengatakan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan dengan yang kesemuanya dapat memberikan manfaat bagi organisasi dan para *stakeholder-nya*.

Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), mempromosikan barang (*promotion*), pelaku pemasaran (*people*), Proses (*Process*), dan Bukti fisik (*Physical evidenee*). Pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang saling berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan dan mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2.1.1 Strategi Pemasaran

Menerapkan Strategi pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan dari situasi perusahaan Pemasar harus melakukan analisis SWOT (*SWOT analysis*), di mana ia menilai kekuatan (*strengths* [S]), kelemahan (*weaknesses* [W]), peluang (*opportunities* [O]), dan ancaman (*threats* [T]) perusahaan secara keseluruhan

1. Kekuatan (*Strengths*) meliputi kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya
2. Kelemahan (*Weaknesses*) meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan
3. Peluang (*Opportunities*) adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan
4. Dan ancaman (*Threats*) adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan

Strategi Pemasaran berorientasi menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membangun hubungan (*relationship*) dengan pelanggan. Menciptakan nilai tambah dengan memahami kebutuhan pasar meliputi keinginan pelanggan, melakukan riset pelanggan dan pasar, menata informasi pemasaran dan data pelanggan, membangun metode pemasaran yang terintegrasi dan memberikan nilai tambah, membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam menciptakan kepuasan pelanggan

2.1.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam komunikasi pemasaran diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang terdapat pada bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran adalah strategi produk, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju. Namun kini hal tersebut semakin berkembang tidak hanya dalam hal *product*, *promotion*, dan *price*. Namun juga mengenai *place*, *people*, *process*, dan *physical evidence*.

Dalam *marketing mix* perusahaan jasa khususnya, ada unsur-unsur atau elemen yang menjadi dasar pertimbangan pengambilan keputusan dalam pembuatan strategi komunikasi pemasaran, yaitu 4P ditambah 3P : *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

Adapun pengertian 7P menurut Kotler dan Amstrong (2012:62), sebagai berikut:

- a. Produk (*Product*) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Produk dapat terdiri dari *product variety, quality, design, feature, brand name, packaging, sizes, services, warranties, and returns*
- b. Harga (*Price*), yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Harga meliputi *last price, discount, allowance, payment period, credit terms, and retail price*.
- c. Tempat (*Place*), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain *channels, coverage, assortments, locations, inventory, and transport*.
- d. Promosi (*Promotion*), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel promosi meliputi antara lain *sales promotion, advertising, sales force, public relation, and direct marketing*.
- e. Personel (*People*), adalah semua pelaku yang turut ambil bagian dalam penyajian jasa dan dalam hal ini mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan dan konsumen.
- f. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*), yaitu bukti fisik jasa mencakup semua hal yang berwujud berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, format laporan dan peralatan.
- g. Proses (*Process*), yaitu semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa.

2.2 Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Gronroos dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Lovelock, Petterson & Walker dalam Tjiptono (2005) mengemukakan perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama : operasi jasa dan penyampaian jasa.

Berdasarkan beberapa pengertian pelayanan diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pelayanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan yang didapatkan melalui suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh orang lain
2. Pelayanan merupakan suatu kemudahan yang diberikan kepada pelanggan yang timbul karena adanya transaksi jual beli barang dan jasa
3. Objek pelayanan adalah pelanggan yang dapat memberikan reaksi yang bervariasi terhadap pelayanan yang kelihatannya sama.
4. Pelayanan bersifat *intangibility* (tidak berwujud), yaitu tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dan dicium sebelum ada transaksi.

2.2.1 Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Zeitham dan Bitner, sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas kepuasan pelanggan (jasa) yang di kembangkan pertama kali pada tahun 1990 oleh Zeitham, Berry dan Parasuraman meliputi 5 dimensi, yaitu :

- a. Bukti Langsung (*Tangible*), yaitu sebagai fasilitas yang dapat dilihat dan di gunakan perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan, seperti gedung kantor, peralatan kantor, penampilan karyawan dan lain-lain.
- b. Kendala (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang di harapkan, seperti kemampuan dalam menempti janji, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk meminimumkan kesalahan.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu sebagai sikap tanggap, mau mendengarkan dan merespon pelanggan dalam upaya memuaskan pelanggan, dengan cara mampu memberikan informasi secara benar dan tepat, tidak menunjukkan sikap sok sibuk dan mampu memberikan pertolongan dengan segera.
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan melalui pengetahuan, kesopanan serta menghargai perasaan pelanggan.
- e. Kepedulian/Empati (*Emphaty*), yaitu kemampuan atau kesediaan karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi, seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya.

BAB 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Latar Belakang Sejarah PT. Telkom Indonesia Tbk.

Pada tahun 1882 di era colonial, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg). Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai patokan hari lahir Telkom.

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1974, 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.

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

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) (keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI)), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo. Jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham.

Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Sejak tahun 1989, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom baru") yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

3.1.1 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia Tbk.

PT. Telkom Indonesia memiliki Visi dan Misi sebagai berikut :

Visi dari Telkom yaitu, Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Services* "TIMES" di kawasan regional.

Dan Misi Telkom adalah :

- a. Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- b. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Visi dan Misi ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012

Corporate Culture : *The Telkom Way*

Basic Belief : *Always The Best*

Core Values : *Solid, Speed, Smart*

Key Behaviours : *Imagine, Focus, Action*

3.1.2 Budaya Perusahaan

Sistem dan budaya terus dikembangkan sesuai dengan tuntutan dan perubahan bisnis untuk mewujudkan cita-cita agar kami terus maju, dicintai pelanggannya, kompetitif di industrinya dan dapat menjadi *role model* Perusahaan. Sejak tahun 2009 dilakukan transformasi budaya baru perusahaan yang disebut dengan “*The Telkom Way*”. Pengembangan budaya selanjutnya, dilakukan pada tahun 2013 dengan ditetapkannya Arsitektur Kepemimpinan Dan Budaya Perusahaan (“AKBP”) Telkom Group. Secara lengkap Budaya Perusahaan digambarkan sebagai berikut:

- a. *Philosophy to be the Best: Always The Best*

Always the Best adalah sebuah *basic belief* untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan. *Always the Best* memiliki esensi “Ihsan” yang dalam pengertian ini diterjemahkan “terbaik”. Karyawan yang memiliki spirit Ihsan akan selalu memberikan hasil kerja yang lebih baik dari yang seharusnya, sehingga sikap ihsan secara otomatis akan dilandasi oleh hati yang ikhlas. Ketika setiap aktivitas yang dilakukan adalah bentuk dari ibadah kepada Tuhan Yang Maha

Esa. *Philosophy to be the Best: Integrity, Enthusiasm, Totality Always the Best* menuntut setiap insan Telkom memiliki integritas (*integrity*), antusiasme (*enthusiasm*), dan totalitas (*totality*).

b. *Principles to be the Star: Solid, Speed, Smart*

Principles to be the Star dari *The Telkom Way* adalah 3S yakni *Solid, Speed, Smart* yang sekaligus menjadi *core values* atau *great spirit*. Penjelasan dari *Solid, Speed, Smart* dapat digambarkan sebagai berikut:

Core Value (Nilai – nilai inti) PT. Telkom Indonesia Tbk. yaitu pada gambar 3.1 berikut.

Diagram 3.1 principles to be the star (3S)

Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

- a. *SOLID* : terwujudnya 1 Hati ,1 Pikiran, dan 1 Tindakan.
- b. *SPEED* : bertindak secara cepat dalam setiap pekerjaan yang kita lakukan.
- c. *SMART* :bersikap, berpikir dan bertindak secara cerdas dalam pekerjaan yang kita lakukan.

3.1.3 Logo PT. Telkom Indonesia Tbk.

Logo mengambil semangat HUT RI Ke 68, Telkom memperkenalkan penampilan baru logo PT. Telkom Indonesia Tbk. ditahun 2013 yang mencerminkan komitmen Telkom untuk memberikan yang terbaik.

Adapun Arti dari simbol – simbol logo TELKOM yaitu :

1. Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*). *Expertise*.

2. Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar. *Empowering*.
3. Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat. *Assured*.
4. Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru. *Progressive*.
5. Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan. *Heart*.

Filosofi Warna

6. *Merah – Berani, Cinta, Energi, Ulet* Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
7. *Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu* Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
8. *Hitam – Warna Dasar* Melambangkan kemauan keras.
9. *Abu – Warna Transisi* Melambangkan teknologi.

Seperti yang diketahui, Telkom melakukan perubahan dikarenakan harus menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang ada, baik lingkungan Makro maupun Mikro. Perkembangan teknologi dan ketatnya persaingan industri teknologi komunikasi dan informasi di Indonesia juga mendorong untuk melakukan perubahan. Potensi pasar dan pengguna di bisnis ini memang masih sangat besar. Namun itu juga harus bersaing dengan kompetitor lain dari merebutkan pasar dan pelanggan.

3.1.4 Kredo PT. Telkom Indonesia Tbk.

PT. Telkom Indonesia Tbk. mempunyai kredo “*committed 2U*”.

Arti Kredo Telkom :

- TELKOM selalu fokus kepada pelanggan
- TELKOM selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang kompetitif
- TELKOM selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik (Best Practices).
- TELKOM selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam peningkatan produktivitas dan kontribusi kerja TELKOM selalu berusaha menjadi yang terbaik.

3.1.5 Maskot PT. Telkom Indonesia Tbk.

Adapun TELKOM menggunakan lebah sebagai maskotnya

Arti maskot Be Bee :

1. Antena Lebah Sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan.
2. Mahkota Kemenangan.
3. Mata yang Tajam dan Cerdas.
4. Sayap Lincah dan Praktis.
5. Tangan kuning, mempunyai arti dapat memberikan karya terbaik.
6. 135 *The Telkom Way*, mempunyai arti satu hati, tiga pikiran, lima langkah MENANG! Kau, Aku

Adapun TELKOM menggunakan lebah sebagai maskotnya adalah sesuai dengan filosofi sifat dan perilaku Lebah, yaitu lebah tergolong makhluk sosial yang senang bekerja sama, pekerja keras dimana tersusun secara sistematis berupa

pembagian peran operasional dan fungsional untuk menghasilkan hasil yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Lebah memiliki potensi diri yang baik berupa tubuh yang sehat, liar dan kuat sehingga bisa bergerak cepat, gesit dan efektif dalam menghadapi tantangan alam. Lebah berpandangan jauh ke depan dengan merancang bangun sarang yang kuat dan efisien, berproduksi, berkembang biak dan menyiapkan persediaan makanan bagi kelangsungan hidup koloninya. Lebah berwarna biru merupakan penggambaran insan Telkom Indonesia.

3.1.6 Sejarah PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember.

PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember awalnya didirikan karena adanya surat edaran dari pusat pada tahun 1882 dengan nama Kantor Daerah Telepon dan Telegraf atau disingkat Kandagraf Jember yang memiliki dua kantor antara lain Kantor Teknik yang berlokasi di Jl. Kartini Jember dan Kantor Tata Usaha berlokasi di Jl. Pb. Sudirman. Kandagraf Jember meliputi area Kabupaten Jember yang memiliki usaha dibidang Telepon dan Telegraf.

Kandagraf Jember pada tahun 1961 diubah statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi Jember (PN Postel Jember). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel Jember dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro Jember (PN Pos dan Giro Jember) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi Jember (PN Telekomunikasi).

PN Telekomunikasi Jember diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi Jember (Perumtel Jember) pada tahun 1974 dan pada tahun 1980 status Perumtel berubah menjadi BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Pada tahun 1991 Perumtel Jember berubah bentuk menjadi perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia dan nama Kantor Telepon Jember berubah menjadi Kantor Daerah Telekomunikasi Jember (Kandatel Jember).

Kandatel Jember membawahi beberapa Kantor Cabang Telekomunikasi atau disingkat Kancatel, diantaranya Kancatel Banyuwangi, Kancatel Bondowoso, Kancatel Situbondo, Kancatel Lumajang dan Kancatel Probolinggo. Bisnis Telekomunikasi PT. Telkom berubah dari yang sebelumnya hanya telepon menjadi bisnis Telepon dan Indihome atau akses internet cepat.

Pada tahun 2001 PT. Telkom melakukan transformasi kembali, diantaranya transformasi logo dan transformasi organisasi. Area Datel Jember yang sebelumnya meliputi enam kabupaten, berubah kembali menjadi empat kabupaten dan nama Datel Jember berubah menjadi Witel Jember yang meliputi Datel Jember, Datel Banyuwangi, (meliputi Kabupaten Banyuwangi) Datel Bondowoso (meliputi Kabupaten Bondowoso) dan Datel Situbondo (meliputi Kabupaten Situbondo).

Usaha PT. Telkom dibidang Telekomunikasi semakin bertambah, bukan hanya sekedar telepon dan internet, namun berkembang menjadi telepon, internet dan UseeTV. Internet sudah mampu melakukan kecepatan akses hingga 100Mbps, sedangkan saluran telepon tersebut juga bisa disalurkan siaran TV dengan kelebihan mampu memutar siaran sampai dengan 7 hari yang lalu disebut dengan TvoD (Televisi on Demand).

3.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan di inginkan Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Sebagai bagian yang baik dari implementasi transformasi bisnis perusahaan menjadi penyelenggara layanan TIME, PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember telah melakukan penataan organisasi untuk memastikan *sustainable*

competitive growth. Berikut adalah struktur organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember yang tersusun secara vertikal mengacu pada ketentuan Kandatel (Kantor Daerah Telekomunikasi). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut.

Diagram 3.2 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Witel Jatim Timur Jember

Sumber : PT Telkom Indonesia Witel Jatim Timur Jember

Tugas – tugasnya secara umum :

- a. Manajer Umum (*General Manager*) bertanggung jawab tentang operasional di kantor wilayah baik pengembangan SDM maupun pengembangan produk yang menjadi tanggung jawab.
- b. Manajer Jaringan (*Manager network area*) bertugas untuk memelihara dan menjaga kualitas layanan jaringan antar wilayah.
- c. Manajer Akses (*Manager Akses area*) bertugas untuk menjaga kualitas layanan jaringan local di bantu oleh devisi *Bussines Service* yang bertanggung jawab atas terjaganya kenyamanan pelanggan.
- d. Manajer CS (*Manager Consumer Service*) bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan Telkom Personal.
- e. (*Manager CCAN and WAN*) bertugas menjaga kualitas layanan *wireless broadband*.
- f. Manajer HR dan CDC (*Manager Human Resources dan Community Development Center*) bertugas mengelola Direktorat *Human Capital and General Affairs* dan mengelola sumber daya manusia di seluruh unit usaha melalui *Human Resources Center* dan memastikan pengendalian di unit usaha *Corporate Services* lainnya.
- g. *Manager Finance and Paayment* bertugas untuk mengelola keuangan serta kompulir penagihan.

- h. *Manager Log and GS* bertugas mengelola asset dan material witel.
- i. *Manager Business Government and Enterprise Service* bertugas untuk memimpin pengelolaan fungsi *Business, Government & Enterprise Service* untuk mendukung pencapaian performansi. Dalam proses kerja, dibantu oleh:
 - 1) *Asman Sales Engineer* yang memimpin pengelolaan fungsi *Business Government Enterprise Service Sales Engineer, Bidding & PM* untuk mendukung pencapaian performansi.
 - 2) *Asman Teritory Sales* yang bertanggung jawab dalam pengelolaan fungsi *Business Government Enterprise Service Teritory Sales* untuk mendukung pencapaian performansi.

3.3 Kegiatan Pokok Perusahaan PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Telkom Group adalah satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia Telkom Group melayani jutaan pelanggan diseluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan dibidang informasi, media dan *edutainment (education & entertainment)*, termasuk *cloud-based and server-based managed services, layanan e-payment dan ITenabler, e-Commerce* dan layanan portal lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom:

a. Telecommunication

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legacy Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain*

Ordinary Telephone Service ("POTS"), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah ("UKM") serta korporasi.

b. *Information*

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah *New Economy Business* ("NEB"). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup *Value Added Services* ("VAS") dan *Managed Application/IT Outsourcing* ("ITO"), *e-Payment* dan *IT enabler Services* ("ITeS").

c. *Media*

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *Free To Air* ("FTA") dan Pay TV untuk gaya hidup digital yang modern.

d. *Edutainment*

Edutainment menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan di antaranya *Ring Back Tone* ("RBT"), *SMS Content*, portal dan lain-lain.

e. *Services*

Services menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan *Customer Portfolio* Telkom kepada pelanggan Personal, *Consumer/Home*, *SME*, *Enterprise*, *Wholesale*, dan Internasional.

Sebagai perusahaan telekomunikasi, Telkom Group terus mengupayakan inovasi disektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi diantara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis *legacy* sampai *New Wave Business*. Untuk meningkatkan *Business value*, pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Service*). Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, Telkom Group memiliki empat anak perusahaan yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel).

3.4 Kampung UKM Digital

UKM adalah Usaha Kecil Menengah yang masih dilakukan oleh masyarakat kecil, yang melakukan pemasaran atau perdagangan secara manual yang masih menggunakan sistem *Face to face* dan melakukan transaksi secara *Cash* atau langsung bayar.

UKM Digital adalah Usaha Kecil Menengah yang dilakukan menggunakan aplikasi yang menggunakan Internet dan Komputer. Perdagangan atau pemasarannya dilakukan secara *Online* dengan menggunakan aplikasi *Web Online*. Pembayaran atau transaksi yang digunakan pun tidak secara langsung bertemu dengan yang menjual produk melainkan melalui *transfer* menggunakan *Bank* atau *NonCash*. Secara bisnis, fungsi divisi adalah sebagai *Business Vehicle* bagi Telkom yang sekaligus memiliki peran yang mendorong dan mengkatalis kemajuan UKM

Indonesia melalui penerapan dan Implementasi ICT (*Information, Communication, &Technology*).

Peranan PT Telkom dalam UKM *Digital* ini sangat penting, karena PT Telkom lah yang membantu masyarakat atau pedangan kecil untuk mengenal atau belajar yang nama nya belanja secara *online* dan berdagang secara *Online*. PT Telkom juga memiliki tujuan atas UKM *Digital* ini agar pedangan kecil bisa memasarkan atau menjual produknya secara meluas agar dikenal banyak orang dan meningkatkan keuntungan bagi pedangan kecil. Karena mereka bisa menjual atau memasarkan produk nya ke khalayak ramai dan mereka pun dapat memahami yang nama nya berdagang *online* agar mereka para pedagang kecil tidak tertipu oleh karyawannya sendiri dan memiliki pembukuan penjualan yang *efektif*.

UKM Kampung *Digital* adalah program pemberdayaan masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM) melalui upaya mendorong pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi secara Komprehensif dan Intregratif untuk mendukung

Tujuan PT Telkom menjalankan UKM *Digital* ini agar memajukan pedagang-pedagang kecil menjadi lebih maju dan lebih sukses dalam melakukan penjualan produknya. Tidak hanya itu saja PT Telkom juga menginginkan agar pedangang kecil dapat berkembang mengikuti perkembangan pasar dan jaman yang semakin hari semakin canggih agar produk yang mereka pasarkan tidak hanya didaerah-daerah saja namun bisa ke Mancanegara. Mengenalkan kepada pedagang kecil dengan yang nama nya berdagang secara *Online*. Dan juga mengenalkan kepada mereka yang nama nya dunia *Internet*.

KPP (Komite Penilaian Program) adalah sebuah program yang dibutuhkan untuk merubah atau mentransformasikan dari Kampung UKM menjadi UKM Digital yang akan dilakukan dengan berbagai kriteria yang ada agar UKM yang sudah dipilih atau terpilih dapat memenuhi syarat kriteria yang tertera. Dengan adanya program ini

dapat merubah UKM menjadi lebih maju dan baik lagi mengikuti perkembangan jaman.

Berikut adalah kriteria dalam pemilihan Kampung UKM yang telah ditetapkan oleh KPP (Komite Penilaian Program) dari Internal Telkom sebagai berikut:

1. Memproduksi jenis produk unggulan dari daerah tersebut dan lebih diutamakan yang mengandung unsur Kreatif.
2. Terdapat pengelola kelompok usaha serta tokoh penggiat atau penggerak bisnis dan IT sebagai *change agent* berikut Profil *Volunteernya*.
3. Produk dapat dipasarkan secara *Online*.
4. Adanya dukungan dan pembinaan dari Pemerintah setempat.
5. Telah tergelarnya *Infrastruktur* pendukung (*Telekomunikasi, Transportasi, Ekspedisi/Pengiriman barang dll.*)
6. Kampung UKM yang pernah mendapatkan bantuan atau pembinaan dalam bidang permodalan/keuangan dari Telkom.
7. Berorientasi pada pemasaran *Ekspor*.
8. Kelompok usaha yang telah berdiri lebih dari dua tahun dan di yakini terdapat prospek dan potensi untuk menumbuhkan perekonomian masyarakat.
9. Dihindarkan pemilihan Kampung UKM yang tidak berjiwa *Entrepreneur* dan selalu mengandalkan bantuan dari pihak lain.

Fungsi dari KPP (Komite Penilaian Program) sebagai berikut:

1. Melakukan penilaian kelayakan terhadap kandidat UKM Kampung *Digital* yang diusulkan.
2. Merumuskan bentuk program pembinaan UKM Kampung *Digital*.
3. Memberikan rekomendasi kepada *Direktur BGES* Telkom untuk menetapkan UKM Kampung *Digital* yang mencerminkan kelayakan dengan masa pembinaan Tahun 2016.
4. Melakukan *monitoring* terhadap progres Kampung UKM *Digital* dan melaporkan secara berkala setiap bulan kepada *DerBGES*.
5. Menangani pelayanan yang berada di UKM Kampung *Digital* yang telah teridentifikasi sebagai pelanggan Telkom *Group* atau yang masih menjadi *Customer Opportunity* sebagai pelanggan Telkom.
6. Memiliki tanggung jawab terhadap performansi layanan yang digunakan oleh pelanggan di Lingkungan UKM Kampung *Digital*.
7. Melakukan aktivitas *Marketing, Sales, Relationship* kepada para anggota UKM yang berada di Area UKM Kampung *Digital*.
8. Memiliki tugas berinteraksi langsung dengan para pelaku usaha di area UKM Kampung *Digital* secara berkala untuk melakukan evaluasi guna terciptanya keberlangsungan eksistensi UKM Kampung *Digital* tersebut.

Volunteer merupakan mitra penggerak UKM di lingkungan yang menjadi *Contact Point* bagi komunitas UKM di Kampung UKM Digital dengan *Stakeholder* lainnya. *Volunteer* memainkan peran sebagai perpanjangan tangan dari Telkom di

UKM Kampung Digital. Telkom baik secara terpusat (Melalui DBS) maupun melalui pendekatan kewilayahan (WITEL) melainkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk bersama-sama membangun UKM Kampung Digital.

Telkom Witel berperan sebagai berikut:

1. Mediator yang menyambungkan kebijakan DBS dengan Implementasi di lapangan melalui *Volunteer* sebagai pelaksana di lapangan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang menunjang kebutuhan Kampung UKM.
2. Mempertemukan *Stakeholder* lokal untuk secara bersama-sama membangun UKM Kampung Digital.
3. Media *Control* dan evaluasi pelaksanaan UKM Kampung Digital.

Key Performance Indicator (KPI) adalah Indikator-indikator performansi yang digunakan untuk mengukur Performa Kinerja dalam suatu periode pengukuran tertentu.

Yang di dapat dalam keberhasilan dari *Key Performance Indicator* (KPI) dalam UKM Kampung Digital adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Utilisasi sarana Teknologi Informasi baik *Connectivity*, *Content* ataupun *Commerce* bagi seluruh elemen yang ada di kampung UKM Digital.
2. Dihasilkan nya tenaga *Trainer* terlatih yang mampu secara mandiri membimbing pelaku-pelaku UKM di daerahnya dalam peningkatan kompetensi.
3. Tingkat adopsi atau utilisasi ICT mencapai >80% di setiap komunitas atau lokasi.

4. Pertumbuhan bisnis dari pelaku UKM dalam binaannya sebagai akibat dari pemanfaatan ICT yang dapat dibuktikan dengan Data atau Informasi yang dapat dipertanggung jawabkan.
5. Tingkat daya serap UKM dalam binaannya terhadap program-program yang menyertai program Kampung UKM Digital (program dana kemitraan untuk memberikan akses finansial maupun Permodalan, *Implementasi E-Commerce* yang dimaksud untuk membuka jangkauan pasar yang lebih luas dan kegiatan peningkatan kompetensi yang berkolerasi dengan peningkatan produktivitas UKM).

One Kampung One Success Story (OKOSS) merupakan salah satu indikator keberhasilan atau lebih tepatnya lagi sebagai Representasi keberhasilan dari program UKM Kampung Digital, dimana hasil dari upaya Transformasi pola bisnis Konvensional ke Digital di Kampung UKM Digital melalui adopsi Teknologi Digital membuahkan setidaknya satu pelaku usaha disetiap lokasi yang dapat dan mau berbagi kisah dan kiat sukses bisnisnya setelah bergabung dengan program UKM Kampung Digital dan pemanfaatan Teknologi ICT dalam aktivitas dan bisnisnya.

Tujuan dari *One Kampung One Success Story* adalah menciptakan *Endorser* program yang *Effective*, sekaligus tokoh sukses yang dapat menjadi contoh terbaik bagi lingkungannya maupun bagi pelaku UKM lainnya. Hal ini diperlukan karena dipahami bahwa komunikator terbaik bagi UKM adalah UKM itu sendiri.

Kriteria dan Tahapan untuk mencapai indikator OKOSS adalah sebagai berikut:

1. UKM yang dapat menjadi representasi OKOSS haruslah UKM yang telah lulus sukses dalam bisnis nya dan tergabung dengan Program Kampung UKM Digital

serta mengimplementasikan ICT Telkom dalam kegiatan bisnisnya dengan keberhasilan bisnisnya.

2. Pendekatan kepada pelaku usaha yang telah masuk kriteria di atas agar bersedia melakukan testimoni untuk Telkom atas keberhasilan usahanya dan hubungan peran dengan ICT Telkom dengan keberhasilan usahanya.
3. Memberikan kompetensi berupa peningkatan layanan kepada UKM OKOSS sebagai bentuk *Customer Reward* sekaligus upaya mantain dan retensi terhadap *Valuabe Customer*.

BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan dan pembahasan Praktek Kerja Nyata (PKN) yang dilakukan pada PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tersedianya infrastruktur dan fasilitas yang memudahkan kampung UKM mengakses internet
2. Melakukan kerjasama dengan berbagai stakeholder (Pemerintah, Komunitas, Pelaku Bisnis, Akademisi, Media) yang memungkinkan membantu implementasi kampung UKM digital
3. Memberikan pelatihan kepada UKM terkait memanfaatkan *Information and Comunication Technologies* (ICT) atau teknologi informasi dan komunikasi
4. Menyediakan sarana yang dapat mengatasi permasalahan UKM bekerjasama dengan volunteer untuk menggali kebutuhan dan memberikan solusi yang baik bagi UKM
5. Upaya menyediakan aplikasi maupun layanan tambahan yang dibutuhkan oleh UKM dalam rangka memberikan layanan ICT (*Information and Comunication Tehnology*) yang lebih komprehensif kepada kampung UKM digital.

DAFTAR PUSTAKA

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.

Muhammad Awaluddin. 2015. *Digital Entrepreneurship*, PT Gramedia, Jakarta.

Ratminto dan Atik Septiwinarsi. 2005. *Manajemen Pelayanan*.

Tjiptono, Fandi. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Sumber Internet :

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. 2011. *Sejarah Telkom Indonesia*.
https://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia.html. [29/02/2016]

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. 2011. *Seputar Plasa Telkom Jember*.
<https://plasatelkomjember-ansori.blogspot.com/2011/11seputar-tentang-plasa-telkom-jember.html>. [29/02/2016]



Nomor : Tel. 001 /PD 000/WTL-5H520000/2016

Jember, 04 Januari 2016

Kepada Yth.
Pembantu Dekan-1 Fakultas Ekonomi
Universitas Jember (UNEJ)

Lampiran : -

Perihal : **Persetujuan Kerja Praktek**

Menindaklanjuti surat Saudara No. 6442/UN.25..4/PM/2015, perihal Permohonan Ijin Kerja Praktek, tertanggal 30 Oktober 2015.

Pada prinsipnya permohonan Kerja Praktek tersebut dapat kami terima, dimulai tgl 01 Pebruari s/d 12 Maret 2016, dan di tempatkan pada lokasi kerja BGES Witel Jatim Timur (Jember).

Sehubungan hal tersebut diatas, para peserta Kerja Praktek Lapangan agar melapor ke Unit Human Resources (HR), Witel Jatim Timur, Jl. Gajah Mada No. 182-184, It-3 Jember, satu hari sebelum tanggal dimulai kegiatan tersebut pada waktu Jam kerja, keperluan penjelasan dan arahan pelaksanaan kegiatan tersebut.

Demikian kami sampaikan, terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Hormat kami,

RIZKA MUCHTARI
MGR HR & CDC WITEL JATIM TIMUR (Jember)

WITEL JATIM TIMUR (JEMBER)

PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk
Jl. Gajah Mada No. 182 - 184
Telp. (0331) 353200 Fax. (0331) 483321 Jember 68131





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI
Jalan Kalimantan No. 37 – Kampus Bumi Tegal Boto
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fax. (0331) 332150
Email : fs@unej.ac.id Jember 68121 – Jawa Timur

Nomor : 6442/UN.25.1.4/PM/2015 30 Oktober 2015
Lampiran : Satu Bendel
Hal : **Permohonan Tempat PKN**

Yth. Pimpinan Telkom Plaza Jember Jawa Timur
Jl. Gajah Mada No. 182-184
Jember

Dengan ini kami beritahukan dengan hormat, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan pada Program Diploma III Ekonomi para mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN).

Sehubungan dengan hal tersebut kami mengharap kesediaan Institusi yang Saudara pimpin untuk menjadi obyek atau tempat PKN. Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah :

NO	NAMA	NIM	PROG. STUDI
1.	Wulan Komara Sari	130803101009	D3 - Manaj. Perusahaan
2	Widya Ayu Galuh Setyawati	130803101010	D3 - Manaj. Perusahaan
3	Risalatul Ma'rifah	130803101048	D3 - Manaj. Perusahaan
4	Ginanda Widya Monika	130803101049	D3 - Manaj. Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : 01 Februari - 12 Maret 2016

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.



a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,
Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

Tembusan kepada Yth :
1. Yang bersangkutan;
2. Arsip

Lampiran 3




PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk
WITEL JATIM TIMUR (JEMBER)

DAFTAR HADIR PESERTA PKL UNIVERSITAS JEMBER DI WITEL JATIM TIMUR (JEMBER)
LOKASI PKL : BGES JEMBER
BULAN : FEBRUARI 2016

NO	NAMA	TANGGAL																												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	WIDYA AYU GALUH S NIM.130803101010	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
2	GINANDA WADYA MONIKA NIM.130803101049	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
3	WULAN KOMARA SARI NIM.130803101009	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
4	RISALATUL MARIFAH NIM.130803101048	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
	PARAF PENGAWAS	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H

i = Pembetulan

JEMBER, 01 FEBRUARI 2016
OFF-1 DEVELOPMENT


HENU USMANTO
NIK: 612263

PT.TELKOMUNIKASI INDONESIA, TBK
WITEL JATIM TIMUR (JEMBER)

DAFTAR HADIR PESERTA PKL DI WITEL JATIM TIMUR(JEMBER)
MAHASISWA PKL UNIVERSITAS JEMBER
BULAN : MARET 2016

NO	NAMA	TANGGAL																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
1	WIDYA AYU GALUH S NIM. 130803101010 UNIT : BGES	H	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P		
	GINANDA WIDYA MONIKA NIM. 130803101049 UNIT : BGES	H	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	
3	RISALATUL MARIFAH NIM. 130803101048 UNIT : BGES	H	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P		
	WULAN KOMARA SARI NIM. 130803101009 UNIT : BGES	H	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	
	PARAF PENGAWAS																																		

JEMBER, MARET 2016

HENU USMANTO
NIK : 612263



SURAT KETERANGAN

NO.TEL. 16 /PD200/WTL-5H520000/2016

Berdasarkan kegiatan magang (Kerja Lapangan) yang dimulai tanggal 01 Pebruari 2016 dan berakhir tanggal 11 Maret 2016, pada Unit BGES Witel Jatim Timur (Jember) PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk :

Nama : GINANDA WIDYA MONIKA
NIM : 130803101049
Jurusan : Manajemen Perusahaan (D3)
Nama Institusi : Universitas Jember

Telah melaksanakan dengan baik, dan berjalan sesuai dengan peraturan tempat kerja serta dapat mengikuti program kerja yang dijadwalkan pada Unit tersebut.

Sehubungan hal tersebut, surat keterangan ini kami berikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 Maret 2016

RIZKA MUCHTAR
Mgr. HR,CDC

WITEL JATIM TIMUR (JEMBER)
PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk
Jl. Gajah Mada No. 182 - 184
Telp. (0331) 353200 Fax. (0331) 483321 Jember 68131



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150 Email :
fe@unej.ac.id Jember 68121

PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)

Menerangkan bahwa :

Nama : Ginanda Widya Monika
NIM : 130803101049
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :
PROSEDUR PELAYANAN DIGITALISASI KAMPUNG UKM BERSAMA PT. TELKOM
INDONESIA TBK. WITW JEMBER

(Revisi)

PROSEDUR PELAYANAN KAMPUNG UKM DIGITAL PT. TELKOM INDONESIA
TBK. WITW JEMBER

Dosen pembimbing :

Nama	NIP	Tanda Tangan
Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M.	19691007 199902 1 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 19 Februari 2016 s.d 19 Juli 2016. Apabila sampai batas waktu yang telah ditentukan masih belum selesai, maka dapat mengajukan perpanjangan selama 2 bulan, dan apabila masih juga belum bisa menyelesaikan, maka harus melakukan Praktek Kerja Nyata kembali.

Jember, 19 Februari 2016
Kaprodi. Manajemen Perusahaan
Fakultas Ekonomi UNEJ

Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.S.
NIP. 19610209 198603 1 001

CATATAN :

1. Peserta PKN diharuskan segera menghadap Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk;
2. Setelah disetujui (ditandatangani), di fotokopi sebanyak 3 (tiga) lembar untuk :
 - 1) Ketua Program Studi;
 - 2) Dosen Pembimbing;
 - 3) Petugas administrasi program studi Diploma III (S0).
3. (*) coret yang tidak sesuai





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS EKONOMI
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegal Boto
 Kotak Pos 125 - Telp. (0331) 337990 - Fac. (0331) 332150 Email :
 fe@unej.ac.id Jember 68121

KARTU KONSULTASI

BIMBINGAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) PROGRAM STUDI DIPLOMA 3
 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Nama : Ginanda Widya Monika
 N I M : 130803101049
 Program Studi : Manajemen Perusahaan
 Judul Laporan PKN : PROSEDUR PELAYANAN DIGITALISASI KAMPUNG UKM BERSAMA PT.
 TELKOM INDONESIA TBK. WITWL JEMBER

Dosen Pembimbing : Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M.
 TMT_Persetujuan : 19 Februari 2016 s/d 19 Juli 2016
 Perpanjangan : 19 Juli 2016 s/d 19 September 2016

NO.	TGL KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	15/2/16	Bab. Pendahuluan	1.
2.		Kerangka Pendahuluan	2.
3.	17/2/16	Bab. Mm, Landasan	3.
4.	17/2/16	kon	4.
5.	21/2/16	Bab. Piga, Tambahan	5.
6.	21/2/16	Ukuran Perusahaan	6.
7.	4/4/16	Bab. Anat. Hesi C	7.
8.	4/4/16	PKN.	8.
9.		Pris. Tjua dan	9.
10.		keangulan	10.
11.	25/4/16	Revisi Bab V	11.
12.	27/4/16	alur ACC dan	12.
13.	1/5/16	Revisi 2. Praso	13.
14.		Uraian Ujian PKN	14.
15.			15.

Laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ybs. disetujui untuk diujikan:

Mengetahui,
 Ketua Program Studi

Dr. Didik Pudjo Musmedi, M.S.
 NIP. 19610209 198603 1 001

Jember.....
 Dosen Pembimbing

Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M.
 NIP. 19691007 199902 1 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto
 Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
 Jember 68121

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	85	Sangat Baik
2.	Ketertiban	81	Sangat Baik
3.	Prestasi Kerja	86	Sangat Baik
4.	Kesopanan	83	Sangat Baik
5.	Tanggung Jawab	84	Sangat Baik

IDENTITAS MAHASISWA :

N a m a : Ginanda Widya Monika
 N I M : 130803101049
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

IDENTITAS PEMBERI NILAI :

N a m a : *Adrianus*
 Jabatan : *Aman Teritori Sales B2ES*
 Institusi : PT. TELKOM JEMBER

Tanda Tangan dan Stempel Lembaga : *[Signature]* 

PEDOMAN PENILAIAN

NO	ANGKA	KRITERIA
1.	≥ 80	Sangat Baik
2.	70 – 79	Baik
3.	60 – 69	Cukup Baik
4.	50 – 59	Kurang Baik

