



**PELAKSANAAN PROMOSI PRODUK KARTU PERDANA SIMCARD
PADA PT TELEKOMUNIKASI SELULAR JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program
Studi Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Oleh

Nurul Halimah

NIM 170803101029

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

2020



**IMPLEMENTATION OF SIMCARD PRIMARYCARD PRODUCT
PROMOTION ON PT. TELECOMMUNICATIONS CELLULAR JEMBER**

FIELD WORK REPORT

Proposed to fulfill the requirement to obtain the degree of Ahli Madya Diploma III
Study Program Management of Enterprise Faculty of Economic and Business
University of Jember

By

Nurul Halimah

NIM 170803101029

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JEMBER

2020

JUDUL

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

**PELAKSANAAN PROMOSI PRODUK KARTU PERDANA SIMCARD PADA
PT TELEKOMUNIKASI SELULAR JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nurul Halimah
NIM : 170803101029
Program Studi : D3 Manajemen Perusahaan
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada Tanggal :

14 Mei 2020

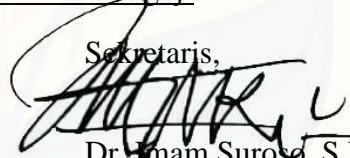
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Diploma III pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji


Ketua,


Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001


Sekretaris,


Dr. Inam Suroso, S.E., M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Anggota,


Ema Desia Prajitiasari, S.E., M.M
NIP. 19791221 200812 2 002

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Dekan


Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA
NIP. 19710727 199512 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

NAMA : NURUL HALIMAH
NIM : 170803101029
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : D3 MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PELAKSANAAN PROMOSI PRODUK KARTU
PERDANA SIMCARD PADA
PT TELEKOMUNIKASI SELULAR JEMBER

Jember, 03 Mei 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen Perusahaan



Drs. Sudaryanto, MBA. Ph. D.

NIP. 19660408 199103 1 001

Laporan Praktek Kerja Nyata
Telah Disetujui



Tatok Endhiarto. S.E.,M.Si

NIP. 19600404 198902 1 001

MOTTO

“Ingatlah hanya dengan mengingat Allah hati menjadi Tentram”

(Qs. Ar-Rad 13:28)

“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain) dan ingat kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al Insyirah 6:8)

“Tidak ada rasa bangga tanpa usaha, tidak ada rasa puas tanpa kerja keras. Karena sukses kamu tergantung usaha kamu”

(Merry Riana)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas kasih karunia dan Hidayah-Nya. Semoga untaian kata dalam karya tulis ini menjadi sebuah persembahan sebagai ungkapan rasa sayang dan rasa terima kasihku. Laporan Prakterk Kerja Nyata ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda dan Ayahanda yang tercinta, terimakasih atas pengorbanan, usaha, kerja keras, kasih sayang, dorongan, nasihat, dan air mata yang menetes dalam setiap doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah bagi perjuangan dan keberhasilan penyusun.
2. Adik saya Ifrohatil Amelia yang selalu memberikan semangat, doa, kepada penyusun;
3. Terimakasih kepada sahabat tercintaku Melati, Dina, yang selalu memberi dukungan dan menjadi tempat bertukar pendapat, serta semangat yang luar biasa. Serta teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
4. Teman-temanseperjuangan saya yang menemani mulai dari semester 1 sampai akhir yaitu Nunung, Wilda, Alvit, Aisyah, Piping.
5. Terimakasih juga kepada teman satu angkatan yang telah memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang saya cintai dan saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas karunia-Nya, penulis dapat melengkapi persiapan. Laporan Praktek kerja Nyata ini dengan baik dan lancar. Laporan Praktek Kerja Nyata ini disusun sebagai persyaratan akademis akhir studi Program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Dalam Laporan Praktek Kerja Nyata ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Drs. Sudaryanto, MBA. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Bapak Tatok Endhiarto, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dalam membimbing, menasihati, meluangkan waktu, pikiran, perhatian, tenaga, dan saran selama penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.
5. Ibu Ana Mufida, S.E.,M.M selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, semangat dan ilmu selama menjalani perkuliahan.
6. Prof Dr. Isti Fadah M.Si. Dr. Imam Suroso M.Si. Ema Desia Prajitiasari S.E.,M.M. Selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusun.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan ilmu bimbingan, pengorbanan, saran dan kritik.
8. Ibunda dan Ayahanda yang telah memberikan segalanya kepada penyusun.
9. Adik saya Ifrohatil Amelia yang telah memberikan semangat, bantuan dan dukungan

10. Ibu Kristin, Mas Abi, Mas Rio, selaku atasan dan karyawan pada PT Telekomunikasi Selular Jember yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan banyak pengalaman dan informasi berharga untuk menunjang Tugas Akhir.
11. Seluruh karyawan PT Telekomunikasi Selular Jember yang telah banyak membantu selama proses magang.
12. Teman-Teman Seperjuangan Diploma III Manajemen Perusahaan 2017, terimakasih atas bantuan dan kerja samanya selama ini.
13. Almamaterku yang selalu kujunjung tinggi.
14. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa yang terbatas kemampuannya dalam menyusun laporan ini mungkin terdapat kekurangan. Namun harapan penyusun laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan bagi pembaca. Dengan segala kerendah hati, penyusun akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki laporan ini.

Jember, 03 Mei 2020

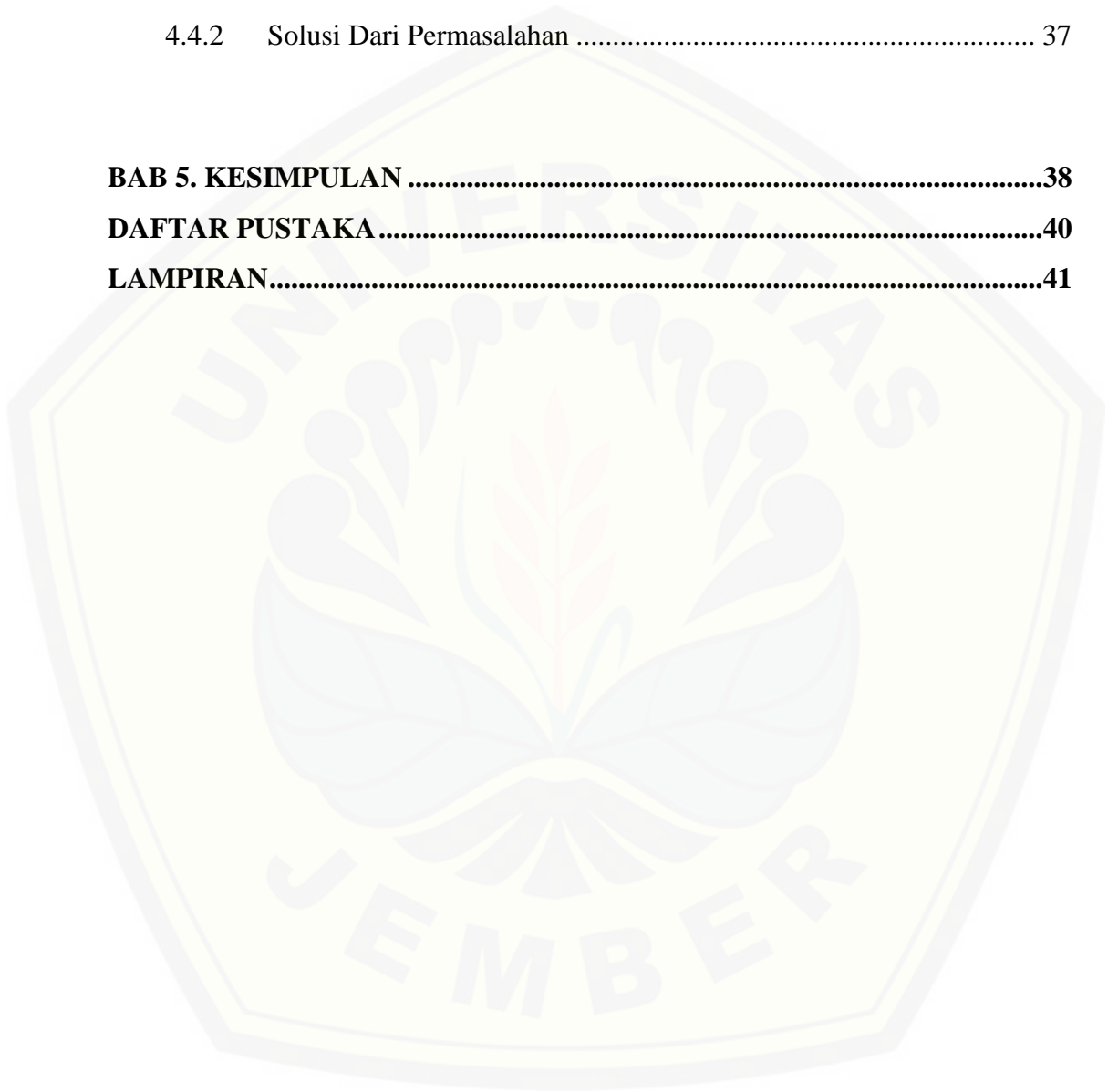
Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN MOTTO	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.i
HALAMAN KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.i
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.iv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata	Error! Bookmark not defined.
1.3 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata	Error! Bookmark not defined.
1.4 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Peranan Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Promosi	8
2.2.1 Tujuan Promosi	9
2.2.2 Fungsi Promosi	10
2.3 Bauran Promosi	11

2.3.1	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	11
2.3.2	Hubungan Masyarakat (Publik Relation)	12
2.3.3	Informasi Dari Mulut Ke Mulut (Word Of Mounth -Wom)	12
2.3.4	Pemasaran Langsung	13
2.3.5	Publisitas (Publicitas).....	13
2.3.6	Kombinasi (Combination).....	14
2.4	Pengertian Kartu Perdana Simcard	14
2.4.1	Teknologi Kartu Simcard.....	15
2.4.2	Sistem Operasi	15
BAB 3.	GAMBARAN UMUM OBYEK PRAKTEK KERJA NYATA	16
3.1	Sejarah Singkat Berdirinya Telkomsel	16
3.1.1	Visi Dan Misi Telkomsel	16
3.1.3	Logo Dan Arti Lambang Pt Telekomunikasi Selular.....	17
3.2	Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Selular Jember	18
3.2.1	Tugas Masing Masing Jabatan	19
3.3	Kegiatan Telkomsel Branch Jember	20
3.4	Kegiatan Bagian Yang Dipilih Di Perusahaan Error! Bookmark not defined.	
BAB 4.	HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA..... Error! Bookmark not defined.	
4.1	Bentuk Kegiatan Marketing..... Error! Bookmark not defined.	
4.2	Kegiatan Promosi Produk Simcard Secara Langsung.....	29
4.2.1	Penyebaran Brosur Produk Simcard	29
4.2.2	Kegiatan Promosi Door To Door	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Kegiatan Promosi Sosialisasi	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Kegiatan Promosi Talk Show.....	Error! Bookmark not defined. 2
4.3	Kegiatan Selama Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	Error!
	Bookmark not defined.	

4.3.1	Bentuk Lain Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Kegiatan Lain Yang Dilakukan Di Perusahaan	33
4.4	Identifikasi Permasalahan Dan Solusi.....	37
4.4.1	Permasalahan.....	37
4.4.2	Solusi Dari Permasalahan	37
BAB 5. KESIMPULAN		38
DAFTAR PUSTAKA.....		40
LAMPIRAN.....		41



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan PKN	5
Tabel 4. 1 Volume Penjualan	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan PT Telekomunikasi Selular	17
Gambar 3. 2 Struktur PT Telekomunikasi Selular.....	18
Gambar 4. 1 Standart Aktivitas Sales Marketing By Nami Telkomsel	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4. 2 Target Sales Marketing <i>By</i> Nami Telkomsel	27
Gambar 4. 3 Produk Sales Marketing <i>By</i> Nami Telkomsel	27
Gambar 4. 5 Penyebaran Brosur	29
Gambar 4. 6 Promosi <i>Door To Door</i>	31
Gambar 4. 7 Sosialisasi Ke Sekolah Smk Kartini Jember	32
Gambar 4. 10 Sosialisasi Ke Smp Darussholah Jember	35
Gambar 4. 11 Meregistrasikan Dan Mengenalkan Akomodasi Kartu Telkomsel	35
Gambar 4. 12 Menjual Langsung Produk Telkomsel Di Stand <i>Corner</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Produk Kartu Perdana Simcard Telkomsel	41
Lampiran 2 : Berita Acara Konsinyasi	42
Lampiran 3 : Surat Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata	43
Lampiran 4 : Penerimaan Tempat Praktek Kerja Nyata	44
Lampiran 5 : Persetujuan Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata	45
Lampiran 6 : Kartu Konsultasi	46
Lampiran 7 : Daftar Hadir Praktek Kerja Nyata	48
Lampiran 8 : Surat Keterangan Sudah Melaksanakan Praktek Kerja Nyata	50
Lampiran 9 : Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata	51
Lampiran 10 : Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata	52
Lampiran 11 : Lampiran Sertifikat	53

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Seiring dengan berkembangnya kemajuan dibidang teknologi dan informasi di Indonesia sampai saat ini, persaingan semakin ketat. Persaingan kini banyak dialami oleh perusahaan, baik bidang jasa maupun bidang perdagangan lainnya. Menghadapi persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu menjalankan perusahaannya secara efektif dan efisien. Kunci untuk meraih tujuan perusahaan dengan meningkatkan ke efektifan dalam memadukan kegiatan pemasaran dengan para pesaing guna memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan, lembaga maupun antar bangsa. Pada hakikatnya pemasaran adalah suatu kegiatan yang merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, organisasi, ataupun masyarakat luas. Bertahan untuk tetap hidup dan memperoleh untung sangat tergantung dari kemampuan untuk menciptakan manusia yang selalu berubah. Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya tentu tidak terlepas dari usaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tujuan utama didirikan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan disamping untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kesempatan saat ini serta masa yang akan datang.

Kemajuan era globalisasi saat ini telah mendorong berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Telekomunikasi merupakan sarana vital Negara Indonesia untuk memperlancar kegiatan pemerintah, meningkatkan hubungan antara bangsa, memperlancar komunikasi warga antar daerah serta memperkokoh persatuan dan kesatuan dalam rangka wawasan nusantara. Negara yang berkembang, selalu mengadaptasi berbagai teknologi informasi hingga akhirnya dimana penggunaan internet menjadi terkenal. Hal ini menyebabkan semakin banyak perusahaan menyediakan layanan *SIMCard* bermunculan

menyebabkan persaingan semakin ketat. Dalam meningkatkan volume penjualan yang direncanakan oleh perusahaan, bauran promosi merupakan salah satu cara yang ditempuh oleh pihak perusahaan dalam menghadapi persaingan yang terjadi. Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk yang ditawarkan. Promosi yang efektif mampu meningkatkan omset perusahaan, sehingga perputaran modal akan lebih cepat dijalankan. Sebelum melakukan promosi penjualan ada baiknya bila mengetahui bagaimana promosi itu dilakukan dan kepada siapa saja harus berpromosi. Jika hanya asal-asalan berpromosi maka hanya mengeluarkan biaya promosi yang percuma. Pendapatan perusahaan tidak akan bertambah namun pengeluaran bertambah.

Dengan melakukan promosi diharapkan perusahaan mampu memberikan informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang terpenting adalah tentang keberadaannya dalam mengubah sikap ataupun untuk mendorong agar orang bertindak untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. PT Telekomunikasi Selular Jember merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi yang menyediakan sarana dan jasa layanan telekomunikasi dan informasi kepada masyarakat luas sampai pelosok daerah di seluruh Indonesia. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisan yang semakin tinggi, cenderung menuntut penjualan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitus era telepon selular lainnya, khususnya *Global System for Mobile communications (GSM)*, memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Sebagai perusahaan yang masih muda, Telkomsel memiliki visi jauh ke depan dan misi memberikan yang terbaik bagi masyarakat dan negara. Satu-satunya alternatif Telkomsel adalah: tumbuh, berkembang dan berjaya.

Berdasarkan uraian diatas maka menjadi jelas bahwa penerapan strategi pemasaran khususnya dalam melakukan bauran promosi pada suatu perusahaan sangat berperan dalam tercapainya tujuan dan target penjualan khususnya pada PT Telekomunikasi Selular Jember Oleh karenanya laporan PKN ini mengambil judul: **"Pelaksanaan Promosi Kartu Perdana SIM Card pada PT Telekomunikasi Selular Jember"**

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

1. Untuk mengetahui dan memahami secara langsung aktivitas pemasaran yang dilakukan PT Telekomunikasi Selular Jember.
2. Untuk membantu pelaksanaan kegiatan promosi Kartu Perdana SIMCard pada PT Telekomunikasi Selular Jember.

1.1.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan akhir untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan.
2. Memperoleh pengetahuan dan pengalaman praktis serta menambah wawasan khususnya mengenai pelaksanaan promosi kartu perdana sim card pada PT Telekomunikasi Selular Jember.

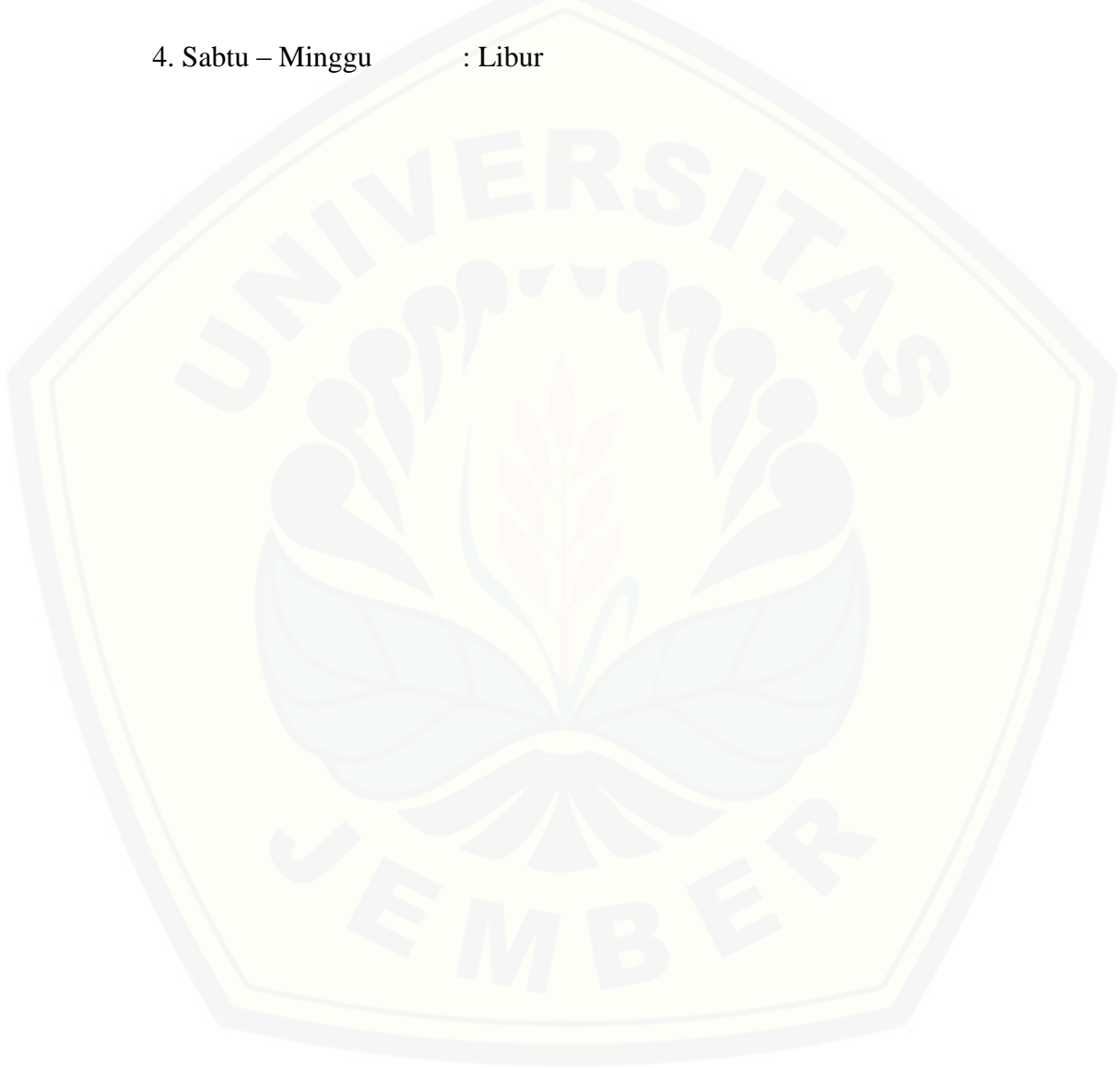
1.3 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di Perusahaan:

1. Obyek Praktek Kerja Nyata;

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di PT Telekomunikasi Selular Jember yang terletak di jalan R.A. Kartini No 4-6 Kp.Using Kepatihan, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68137.

2. Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan dalam jangka waktu 58 hari terhitung dari tanggal 13 Januari 2020 – 13 Maret 2020. Adapun jam kerja pada PT Telekomunikasi Selular Jember sebagai berikut :

1. Senin – Kamis : 08.00 – 17.00
2. Jumat : 07.15 – 16.30
3. Istirahat : 12.00 – 13.00 (Senin – Kamis)
11.00 – 13.00 (Jum'at)
4. Sabtu – Minggu : Libur



1.2 Jadwal Praktek Kerja Nyata

Jadwal Kegiatan yang dilakukan selama Praktek Kerja Nyata dengan realisasi waktu sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan PKN

NO	KETERANGAN	MINGGU KE-							
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
1	Perkenalan dengan Pimpinan dan Karyawan PT.Telekomunikasi Selular Jember.	■							
2	Menerima pengarahan dari kepala unit Mass Market Segment.	■							
3	Menerima penjelasan, pengarahan dan gambaran umum produk telkomsel.	■	■	■					
4	Membantu menyiapkan brosur untuk promosi kartu perdana dan ikut serta membagikan brosur.		■	■	■	■	■		
5	Membantu dan mengikuti sosialisasi ke beberapa sekolah.		■	■	■	■	■	■	
6	Membantu menjual kartu produk telkomsel ke beberapa sekolah dan Stand Corner.			■	■	■	■	■	
7	Mengumpulkan data-data dan informasi yang di perlukan untuk digunakan dalam menyusun laporan PKN			■		■		■	■

Sumber: PT.Telekomunikasi Selular Jember 2020

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Agustina:2011:1) Sedangkan Menurut Wernandi (2019:2) Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Berdasarkan pada definisi di atas dapat disimpulkan bahwa titik tolak terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan dan keinginan manusia dapat dipenuhi oleh adanya produk atau sumber-sumber atau alat pemuas. Produk tersebut dapat berupa benda, jasa, kegiatan, orang ,tempat, organisasi, atau gagasan.

2.1.1 Peranan Pemasaran

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien

dan efektif. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

1. Analisis.
2. Implementasi.
3. Planning.
 - a. Mengembangkan Rencana Bisnis.
 - b. Mengembangkan Rencana Pemasaran.
4. Pengendalian.
 - a. Mengukur Hasil.
 - b. Mengevaluasi Hasil.
 - c. Mengambil Tindakan.

Penjelasan fungsi pemasaran yang merupakan kegiatan terpadu dan saling mendukung, antara lain:

- 1) Perencanaan pemasaran Penentuan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan-kegiatan pemasaran meliputi: tujuan, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang dijalankan. Tujuan:
 - a. Meniadakan ketidakpastian masa datang bila ada perubahan-perubahan karena situasi dan kondisi perusahaan maupun diluar perusahaan maupun diluar perusahaan tidak menentu.
 - b. Karena tujuan organisasi sudah difokuskan maka dengan perencanaan akan menghindari adanya penyimpangan tujuan.
 - c. Rencana walaupun mahal tetapi ekonomis karena segala kegiatan telah terfokuskan dengan segala biaya-biayanya.
 - d. Rencana pemasaran terinci diperlukan untuk setiap bisnis, produk atau merk.
- 2) Implementasi pemasaran Adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran.

Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

- 3) Pengendalian/Evaluasi kegiatan pemasaran, yaitu: Usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana, meliputi :
 - a. Penentuan Standard
 - b. Supervisi kegiatan atau pemeriksaan
 - c. Perbandingan hasil dengan Standard
 - d. Kegiatan mengkoreksi Standard

2.2 Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa Menurut Lupiyoadi (2013:178) Menurut Kriyantono (2013:7) Promosi merupakan segala kegiatan untuk mengenalkan produk, individu atau organisasi kepada masyarakat. Promosi dapat dikatakan sebagai kegiatan mengkomunikasikan pesan-pesan pemasaran. Periklanan merupakan salah satu alat promosi. Ada beberapa alat promosi lainnya, seperti promosi penjualan (sales promotion), personal selling, publisitas, merchandising, direct mail, dan pameran dalam melaksanakan kegiatan promosi, seseorang atau perusahaan dapat menggunakan berbagai media. Media itu dapat berbentuk personal (misalnya tatap muka langsung), media nir massa (misalnya melalui direct mail) sampai dengan media massa (radio, TV, film, surat kabar)

Promosi berasal dari kata "Promovere" (to move forward or advance), artinya adalah merangsang pembelian langsung. Dari pengertian ini, dapat dikatakan bahwa Adverteer bermakna sebagai upaya agar konsumen mempunyai pemikiran positif terhadap merk permen X, meskipun tidak melakukan pembelian

saat itu, setidaknya dalam pikirannya akan muncul image permen X saat berpikir tentang kategori produk permen. Kemudian jika suatu saat ia membutuhkan maka dalam pikirannya langsung muncul image permen X tersebut dan langsung membelinya. Sementara Promovere bersifat lebih langsung merangsang pembelian di tempat, bahkan saat seseorang sebenarnya tidak mempunyai keinginan atau rencana pembelian, tetapi pesan- pesan promovere tersebut dapat menstimulus adanya kebutuhan dan keinginan membeli suatu produk. TV, kolom, atau halaman surat kabar dan ruang publik untuk memasang baliho.

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif data memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi yang akan digunakan. Pada dasarnya, strategi promosi suatu produk terbagi dalam dua metode strategi perencanaan promosi yaitu program promosi jangka panjang, program ini biasanya untuk membangun merek baru atau memperbarui merek lama, untuk mengembangkan merek supaya lebih besar lagi, dan mengingatkan kembali merek yang telah ditawarkan ke target konsumen. Dan promosi jangka pendek yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara langsung. Program promosi ini dibuat untuk menimbulkan dampak memperbesar atau memperbanyak volume penjualan pada saat-saat tertentu. Kedua strategi tersebut dapat dibuat secara rinci promosi yang beraneka ragam dan warna tergantung pada market yang terlibat.

2.2.1 Tujuan Promosi

Tujuan dari pada perusahaan melakukan promosi menurut Fandy Tjiptono (2005:221) adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Sistranigrum (2002:98) menjelaskan tujuan promosi adalah empat hal, yaitu memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan.

Pada prinsipnya antara keduanya adalah sama, yaitu sama-sama menjelaskan bila produk masih baru maka perlu memperkenalkan atau menginformasikan kepada konsumen bahwa saat ini ada produk baru yang tidak kalah dengan produk yang lama. Setelah konsumen mengetahui produk baru, diharapkan konsumen akan terpengaruh dan terbujuk sehingga beralih ke produk tersebut. Pada akhirnya, perusahaan hanya sekedar mengingatkan bahwa produk tersebut tetap bagus untuk dikonsumsi, Hal ini dilakukan karena banyaknya serangan yang datang dari para pesaing.

2.2.2 Fungsi Promosi

Untuk memperjelas fungsi promosi, dibawah ini akan dibahas beberapa fungsi promosi yang dikemukakan oleh Basu Swastha (2000:245-246)

1. Memberikan Informasi Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Nilai yang diciptakan oleh promosi tersebut dinamakan faedah informasi. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang.
2. Membujuk dan mempengaruhi Promosi selain bersifat memberitahukan juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatkan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.
3. Menciptakan kesan (Image) Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik- baiknya misalnya untuk promosi periklanan dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk, layout yang menarik.
4. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang efisien.

2.3 Bauran Promosi

Perangkat promosi mencakup aktivitas penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mounth-WoM*), pemasaran langsung (*direct marketing*), kombinasi (*combination*), dan publisitas (*publisyty*), Bauran Promosi terdiri dari:

1. Promosi penjualan (*sales promotion*).
2. Hubungan masyarakat (*public relation*).
3. Informasi dari Mulut ke Mulut (*word of mounth-WoM*).
4. Pemasaran Langsung (*direct marketing*).
5. Publisitas (*Publicity*)
6. Kombinasi (*combination*).

2.3.1 Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Cannon Joseph, *at all* (2009:72) mengemukakan promosi penjualan merujuk pada aktivitas promosi selain periklanan, publisitas dan personal selling yang merangsang ketertarikan, percobaan, atau pembelian dari para pelanggan akhir atau yang lainnya dalam saluran. Promosi penjualan alat promosi selain periklanan, personal selling dan publisitas ialah berupa sales promotion yang dilakukan dengan peragaan, pertunjukan dan pameran, demonstrasi dan berbagai macam usaha penjualan yang tidak bersifat rutin.

Menurut Suherman Eman (2010:118) Sales Promotion (promosi penjualan) yaitu suatu moment atau event yang sengaja digelar oleh petugas promosi untuk mempromosikan suatu produk dengan teknik yang relatif demonstratif dan atraktif guna menarik pembeli. Hal-hal yang demonstratif tersebut diantaranya dapat dilakukan melalui pemberian hadiah, jual obral, pameran produk baru, discount besar-besaran, door-price dan sebagainya.

Menurut Lupiyoadi Rambat (2013:180) Promosi penjualan adalah semua kegiatan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada

penjualan akhirnya. Titik promosi penjualan terdiri atas brosur, lembar informasi, dan lain-lain. Promosi penjualan dapat diberikan kepada:

- a. Konsumen, berupa penawaran cuma-cuma (gratis), sampel, demo produk, kupon, pengembalian tunai, hadiah, kontes, dan garansi.
- b. Perantara, berupa barang cuma-cuma, diskon, upah periklanan, iklan kerja sama, kontes distribusi atau pemasaran, penghargaan.

2.3.2 Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Menurut Suherman Eman (2010:118) Public relation (hubungan masyarakat) yakni kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang memiliki nilai guna bagi masyarakat luas dan memiliki efek positif terhadap nama baik perusahaan yang pada gilirannya mampu meningkatkan penjualan produk yang dihasilkannya.

Menurut Lupiyoadi Rambat (2013:180) Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran penting lainnya, di mana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Hubungan masyarakat sangat peduli terhadap beberapa tugas pemasaran yaitu.

- a. Membangun citra.
- b. Mendukung aktivitas komunikasi lainnya.
- c. Mengatasi permasalahan dan isu yang ada.
- d. Memperkuat penentuan posisi perusahaan.
- e. Mempengaruhi publik yang spesifik.
- f. Mengadakan peluncuran untuk produk jasa baru.

2.3.3 Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mounth-WoM*)

Menurut Lupiyoadi Rambat (2013:182) Dalam hal ini, peranan orang sangat penting dalam mempromosikan produk. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian produk. Dengan kata lain, pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalaman dalam menerima produk

barang atau jasa tersebut sehingga informasi dari mulut ke mulut (WoM) ini sangat besar pengaruh dan dampaknya terhadap pemasaran produk dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.

Menurut Setiyaningrum Ari, *at all* (2015:233) Hubungan masyarakat menyangkut sejumlah usaha berkomunikasi untuk mendukung sikap dan opini publik terhadap organisasi serta produknya. Bentuk promosi tidak secara spesifik menyampaikan berita mengenai penjualan produk perusahaan. Usaha pemasar dalam hal ini lebih seolah-olah menyampaikan berita daripada melaksanakan komunikasi penjualan langsung kepada pelanggan. Public Relations atau biasa disebut PR dapat dilakukan dengan menyampaikan secara berlebihan informasi mengenai perusahaan atau produk. Jika dilaksanakan dengan tepat, bentuk ini dapat mendukung secara efektif penjualan.

2.3.4 Pemasaran Langsung

Menurut Lupiyoadi Rambat (2013:182) Terdapat enam area dari pemasaran langsung, yaitu sebagai berikut;

- a. Surat Langsung (*direct mail*)
- b. Respons Langsung
- c. Penjualan Langsung
- d. Telemarketing
- e. Pemasaran digital (*digital marketing*)

2.3.5 Publisitas (*Publicity*)

Menurut Cannon Joseph P. *at all* (2009:70). Publisitas adalah semua bentuk presentasi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang tidak dibayar. Tentu saja, orang-orang publisitas memperoleh bayaran. Namun, mereka berusaha menarik perhatian perusahaan dan apa yang ditawarkan dengan tanpa harus membayar biaya media.

Menurut Suherman Eman (2010:118) Publicity (publisitas) maksudnya pemberian mengenai hal-hal positif dari suatu perusahaan atau produk tertentu di

media massa, sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan terkait terutama terhadap peningkatan jumlah penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Setyaningrum Ari, Jusuf Udayana, dan Efendi (2015:237) Perusahaan pada umumnya tidak membayar sebuah publikasi dan organisasi tidak diidentifikasi sebagai sumber informasi yang beredar, meskipun dapat memperoleh keuntungan besar dari pemberitaan tersebut. meskipun perusahaan tidak membayar apa-apa, publikasi tersebut tidak harus dipandang suatu hal yang bebas biaya. Menyiapkan press release, mengorganisasi event-event yang khusus, menyiapkan media untuk menyampaikan atau mencetak publikasi membutuhkan biaya.

2.3.6 Kombinasi (*Combination*)

Menurut Suherman Eman (2010:118) *Combination* (kombinasi) dalam konteks promosi, kombinasi diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan dengan cara menggabungkan dua atau lebih jenis promosi sebagaimana yang telah dikemukakan. Periklanan dan Publisitas misalnya. Atau antara yang satu dengan yang lain.

2.4 Pengertian Kartu Perdana *SIM Card*

Kartu SIM (*Subscriber Identity Module*) adalah sebuah kartu seukuran semut yang ditaruh di telepon genggam yang menyimpan kunci pengenalan jasa telekomunikasi. Kartu SIM harus digunakan dalam sistem GSM. Kartu yang mirip dengan SIM dalam UMTS disebut USIM, sedangkan kartu RUIM populer dalam sistem CDMA. Kartu SIM menyimpan informasi yang berkaitan dengan jaringan yang digunakan untuk otentifikasi dan identifikasi pengguna. Data yang paling penting adalah: nomor identitas kartu (ICCID, Integrated Circuit Card ID), nomor pengguna internasional (IMSI, International Mobile Subscriber Identity), kunci autentikasi (Ki, Authentication Key), kode area (LAI, Local Area Identity), dan nomor panggilan darurat operator. SIM juga menyimpan nomor layanan pusat

untuk SMS (SMSC, Short Message Service Center), nama penyedia layanan (SPN, Service Provider Name, dan lainnya)

2.4.1 Teknologi kartu SIM

Ada tiga tegangan operasional kartu SIM: 5 V, 3 V dan 1.8 V (ISO/IEC 7816-3 kelas A, B dan C). Tegangan operasional dari kartu SIM yang diluncurkan sebelum tahun 1998 adalah 5 V. Kartu SIM yang diproduksi setelahnya memiliki kompatibilitas, yaitu 3 V dengan 5 V, atau 1.8 V dengan 3 V.

2.4.2 Sistem operasi

Sistem operasi kartu SIM terbagi dalam dua tipe: Native dan Java Card. Kartu SIM Native berdasarkan pada perangkat lunak yang proprietary, dalam artian implementasi berbeda-beda untuk tiap vendor. Berbeda dengan kartu SIM Java Card yang berdasar pada standard, yaitu sekumpulan instruksi bahasa pemrograman Java yang khusus dibuat untuk embedded devices. Dengan teknologi ini, dalam sebuah Java Card, dimungkinkan terdapat program yang tidak tergantung peranti kasar dan interoperable.

BAB 3. GAMBARAN UMUM PRAKTEK KERJA NYATA

3.1 Sejarah Singkat Berdirinya Telkomsel

Telkomsel merupakan perusahaan operator seluler yang telah berdiri pada tahun 1995. Telkomsel hingga saat ini masih secara konsisten melayani, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Marauke. Telkomsel merupakan perusahaan market leader yang berada di Indonesia dan terbesar di urutan ke tujuh di dunia serta jangkauan terluas di Indonesia yang mampu menjangkau hingga lebih 95% populasi Indonesia diseluruh penjuru Nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi masyarakat dari lapisan masyarakat. Perkembangan zaman saat ini Telkomsel tidak hanya sebatas suara dan sms, akan tetapi juga menggunakan foto dan video. Kebutuhan masyarakat akan kebutuhan data dan *broadband* akan terus berkembang.

GraPari atau singkatan dari Grha Pari Sraya merupakan nama kantor pelayanan Telkomsel yang di dirikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor Telkomsel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain sebagai kantor pelayanan, GraPari juga menyediakan beberapa produk untuk dijual seperti kartu perdana Simpati, KartuHALLO, LOOP dan juga *e-money* Tcash. GraPARI pertama kali dibentuk pada tahun 1995 dan mulai tersebar diseluruh Indonesia pada tahun 1996. GraPARI tidak menjual perangkat telepon selular kecuali jika ada kebijakan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel dan hal inipun tidak selalu dilakukan.

3.1.1. Visi dan Misi Telkomsel

a. Visi

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

b. Misi

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

3.1.2 Logo Perusahaan



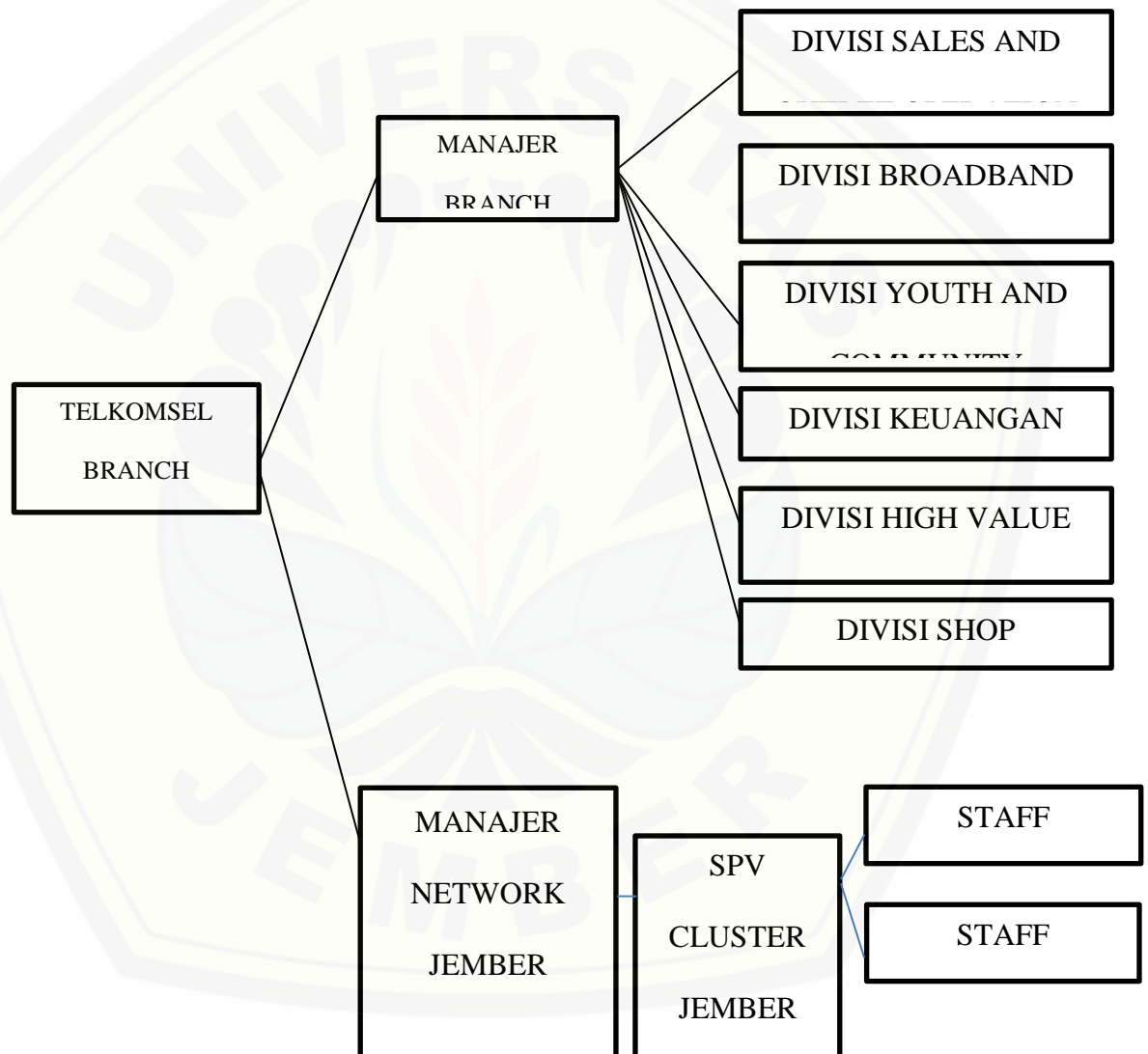
Gambar 3.1 Logo Telkomsel
(Sumber: Website Telkomsel)

Logo Telkomsel merupakan *brand image* yang dibentuk oleh perusahaan agar mudah diingat oleh konsumen. Dalam membuat sebuah logo Telkomsel tidak asal-asalan dalam membuatnya, tetapi juga memiliki makna didalamnya yaitu yang terdiri dari bentuk elips dan segienam serta tiga warna yaitu merah, putih dan abu-abu.

Bentuk segienam memiliki arti sistem seluler GSM. Elips horizontal melambangkan jasa komunikasi teritorial yang ditawarkan oleh Telkomsel dan PT Telekomunikasi Selular Jember yang merupakan pemegang saham utama dan penyelenggara telekomunikasi domestik. Elips vertikal yang melambangkan bahwa Telkomsel menunjukkan komunikasi Telkomsel menggunakan gelombang udara dan juga mewakili PT. Indosat sebagai pemegang saham utama lainnya dan pelaksana telekomunikasi internasional yang terkemuka di Indonesia. Ada pertemuan dua lingkaran elips yang dimana keduanya berpotongan diatas heksagon merah yang membentuk “t” yang merupakan huruf utama Telkomsel. Warna merah.

3.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang digunakan oleh Telkomsel branch Yogyakarta adalah struktur organisasi yang berbentuk fungsional. Oleh sebab itu, setiap wewenang pada pelaksanaan tugas-tugas dan fungsi-fungsi diberikan kepada orang yang diberikan tanggung jawab atas fungsi tersebut sesuai dengan bidang yang dimiliki. Struktur organisasi tersebut dapat dilihat di tabel berikut ini.



Gambar 3.2 : Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Selular Jember

Sumber: PT Telekomunikasi Selular Jember.

3.2.1 Tugas Masing-Masing Jabatan

Adapun penjabaran tugas setiap jabatan pada bagian Operasional dan layanan sebagai berikut;

a. Manajer

Manajer bertugas untuk mengkoordinir, merencanakan dan mengawasi bagaimana kegiatan yang telah dilakukan oleh para staffnya dalam melakukan pelayanan atau apapun yang berhubungan dengan perusahaan. Manager menentukan segala untuk menyelenggarakan pencapaiannya dan membuat segala sesuatu yang telah ditentukan dapat tercapai..

b. *Divisi Sales and Outlet Operation (SOO)*

SOO memiliki peran sebagai divisi yang bertanggung jawab terhadap program Telkomsel dan outlet. SOO juga bertanggung jawab terhadap penjualan, *churn, net add costumer base* Telkomsel serta membuat program-program untuk *menggenerate sales and revenue*.

c. *Divisi Broadband and Digital Service (BDS)*

Divisi BDS memiliki tugas yaitu segala macam yang berhubungan dengan internet dan digital, mengelola segala macam produk yang berhubungan dengan digital dan internet, seperti, Music Max, Video Max, Telkomsel Flash dan TCASH.

d. *Divisi Youth and Community (YnC)*

Youth and Community merupakan salah satu divisi yang berfokus pada anak sekolah dan mahasiswa. Program khusus untuk anak sekolah bernama Telkomsel *School Community* dengan kisaran umur hingga 19 tahun. Sementara itu untuk mahasiswa memiliki nama Telkomsel *Mobile Campus*. Divisi *Youth and Community* ini memiliki beberapa tujuan yaitu pertama, meningkatkan *brand equity* indeks produk Telkomsel pada segmen tersebut. Kedua, meningkatkan dominasi *market share youth*. Ketiga, untuk melakukan ekstensi dan loyaliti di segmen tersebut dan yang terpenting yaitu *selling*.

e. Divisi Keuangan

Divisi keuangan bertugas untuk mengatur keuangan perusahaan Telkomsel branch Yogyakarta, menyediakan sarana dan fasilitas perkantoran serta sebagai perwakilan HR yang ada di Telkomsel branch Yogyakarta.

f. Divisi High Value Customer

Divisi ini mempunyai tugas yaitu bertugas dan bertanggung jawab mengelola serta menjalin hubungan baik dengan customer yang mempunyai value lebih untuk perusahaan, karena jika tidak akan mengakibatkan reputasi buruk terhadap perusahaan.

g. Divisi SHOP

Divisi memiliki tugas yaitu bertugas dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan dan bertugas untuk menangani *Complain Handling*.

h. Supervisor

SPV bertugas mengatur bagaimana kerja bawahannya (staf), membuat *job descriptions* untuk staf bawahannya, bertanggung jawab atas hasil kerja staf, memberi motivasi kerja kepada staf bawahannya. Memberikan briefing kepada para stafnya dan membuat planning pekerjaan harian, mingguan, bulanan.

3.3 Kegiatan Telkomsel branch Jember

1. Produksi

Telkomsel branch Jember menjual beberapa produk Telkomsel yaitu Simpati, As, KartuHALLO, LOOP, dan *Voucher*.

a. Simpati

Simpati adalah kartu perdana pra bayar pertama yang di produksi oleh Telkomsel yaitu pada tahun 1997 yang pada saat itu Indonesia mengalami krisis ekonomi kemudian Telkomsel memberikan kemudahan untuk mengakses jasa telekomunikasi. Simpati diposisikan sebagai kartu pra bayar dengan desain untuk kalangan kelas menengah cerdas. Simpati merupakan icon penghargaan Telkomsel dalam nominasi *lifestyle prepaid brand*. Hingga tahun ini Simpati terus

menawarkan berbagai inovasi paket menarik dan kampanye untuk mendorong permintaan pada mobile data.

b. KartuHALO

KartuHALO merupakan satu-satunya kartu pasca bayar yang dibentuk oleh Telkomsel. Kartu ini dibentuk untuk segmen profesional dan korporasi. KartuHALO memberikan berbagai macam layanan mobile penuh yang tak tertandingi dan hak eksklusif bagi pemakainya. Layanan yang diberikan oleh kartuHALO yang bernilai tambah (*Value Add Services- VAS*) yaitu seperti layanan informasi *billing, mobile banking, mobile data, service, GPRS dan MMS*.

c. As

As adalah kartu perdana pra bayar yang juga dibentuk oleh Telkomsel. Kartu ini merupakan kartu prabayar pertama di Indonesia yang selalu aktif tanpa masa berlaku pulsa. Biasanya masa aktif ditentukan oleh jumlah berapa besar pulsa yang ditambahkan yang berarti semakin sedikit mengisi pulsa, akan semakin dikit masa aktifnya. Sedangkan kartu As memiliki masa aktif berdasarkan penggunaan setiap periode 30 hari.

d. LOOP

LOOP merupakan kartu perdana yang diperuntukkan untuk kalangan remaja yang berusia 12 hingga 19 tahun. Paket Simpati Loop adalah jenis layanan baru dari Simpati yang menasar para pengguna internet di Indonesia. Perdana Simpati Loop bisa didapatkan dengan harga yang sangat murah yaitu Rp.3000 dengan pulsa senilai Rp.3000. Ketika membeli Simpati Loop ini maka akan langsung mendapatkan akses cuma-cuma internet sebagai bonusnya sebesar 100mb dan bisa dinikmati pada jaringan 3G. Bonus ini akan aktif selama 30 semenjak aktifkan kartu perdananya. Paket Simpati Loop sangat pas bagi yang suka akses internet, telepon dan sms dengan nomer yang sama

e. Link Aja

Link Aja adalah produk baru dari Telkomsel yang berguna untuk melakukan pembayaran elektronik (*e-money*). Produk ini berbeda dengan pulsa, uang yang dimasukkan ke dalam Link Aja dapat digunakan untuk melakukan

pembayaran melalui merchant-merchant yang bekerjasama dengan Telkomsel dan melakukan belanja online, mengirim uang, membayar tagihan dan juga isi pulsa. Pembayaranpun langsung dapat dilakukan melalui *handphone* yang sudah terdaftar dan memiliki aplikasi Link Aja.

2. Pemasaran

Telkomsel melakukan pemasarannya membutuhkan suatu strategi agar pemasarannya berhasil yang dilakukan juga oleh Telkomsel branch Jember. Telkomsel branch Jember melakukan kegiatan pemasaran dengan tujuan meningkatkan pelanggan dengan beberapa cara yaitu Promosi dan Market survey merupakan salah satu hal penting yang digunakan oleh Telkomsel untuk meningkatkan *subscriber* jasa operator seluler. Promosi yang dilakukan oleh Telkomsel branch Jember seperti menggunakan media advertising, dan menggunakan sebuah program yang berkaitan dengan Telkomsel untuk menarik calon pelanggan.

3.4 Kegiatan Bagian yang Dipilih di PT Telekomunikasi Selular Jember

PT Telekomunikasi Selular Jember adalah perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi. Di kantor Telkomsel Jember kegiatan yang dipilih yaitu marketing yang bertempat di Direct Sales Sub Personal Mass Market Segment. Kegiatan ini menjual dan mempromosikan produk kartu perdana sim *card* selain itu, Kegiatan divisi ini pelayanan Direct Sales dalam mempertahankan konsumen Telkomsel dan bertanggung jawab penuh atas penyediaan pelayanan kepada konsumen serta melaksanakan sosialisasi produk yang dihasilkan PT Telekomunikasi Selular Jember. Direct Sales meningkatkan kualitas pelayanan dan sumber daya manusia yang berkaitan didalamnya, seperti pelatihan, training, serta diklat tentang pelayanan. Bentuk pelayanan diharapkan juga selalu mengikuti perkembangan dan kebutuhan para pelanggan yang selalu berubah sesuai dengan perkembangan dunia telekomunikasi.

Direct Sales selain berlangung jawab dalam pelayanan, Direct Sales juga menangani penyediaan produk dan menciptakan inovasi produk baru untuk mencapai target penjual yang telah di tetapkan perusahaan. Produk unggulan yang dimiliki unit Direct Sales yaitu Kartu perdana *SIMCard* dan *Voucher*. Kedua produk ini dipasarkan dan dipromosikan agar tetap stabil dalam penjualannya sehingga mampu bersaing dengan produk-produk unggulan perusahaan lainnya. Direct Sales juga menampung keluhan para pelanggan tentang penggunaan produk-produk dari PT Telekomunikasi Selular Jember. Keluhan-keluhan tersebut sebagai motivasi dan dirubah menjadi inovasi baru untuk merubah produk unggulan Direct Sales menjadi semakin layak digunakan. Hal ini, dapat meningkatkan nilai tambah penjualan produk Direct Sales.

BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas penulis dapat mengambil kesimpulan mengenai Pelaksanaan Promosi Kartu Perdana SIMCard pada PT Telekomunikasi Selular Jember dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Melakukan aktivitas pemasaran perusahaan dengan mengkombinasikan tiga variabel yang sangat mendukung yaitu :

a. *Promotion*

PT Telekomunikasi Selular Jember mempromosikan produknya dari berbagai segmen dari mulai Penyebaran Brosur, Sosialisasi, *Door to Door*, Talkshow dan lain sebagainya.

b. *Product*

PT Telekomunikasi Selular Jember senantiasa mengeluarkan produk yang bermutu tinggi dan memberikan kemudahan kepada konsumen dan memberikan kemudahan bagi pengguna internet. Produk yang dikeluarkan PT Telekomunikasi Selular Jember diantaranya adalah, Simpati Loop, KartuHallo, Kartu AS.

c. *Price*

Tarif Produk Telkomsel dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebijakan tarif yang ditetapkan oleh telkomsel. Telkomsel berhak mengubah, mengakhiri, menambahkan bagian manapun dari layanan atau struktur harga setiap saat berdasarkan kebijakan telkomsel apabila ditentukan dan disetujui oleh pemerintah. telkomsel dapat meberlakukan tarif berbeda pada lokasi dan waktu tertentu sesuai dengan kebijakan tarif telkomsel, tarif dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan tarif kebijakan yang akan diinformasikan melalui website *www.telkomsel.com*.

2. Membantu aktivitas promosi PT Telekomunikasi Selular Jember yaitu, Dengan terjun langsung kelapangan sebagai berikut :
 - a. Menyebarkan brosur kartu perdana telkomsel yang telah disiapkan oleh PT Telekomunikasi Selular Jember kepada pelanggan.
 - b. Kegiatan promosi produk kartu perdana di PT Telekomunikasi Jember meliputi kegiatan promosi secara langsung yaitu dengan promosi *Door to Door*, sosialisasi, dan talkshow.
 - c. Melakukan sosialisasi ke berbagai sekolah bertujuan untuk menginformasikan lebih jelas kepada pelanggan tentang produk telkomsel, sehingga siswa-siswi di lingkungan sekolah dapat tertarik kepada produk Telkomsel.
3. Membantu melayani kebutuhan pelanggan, komplain serta meregistrasikan kartu perdana pelanggan yaitu ;
 - a. Pelanggan melaporkan nomor *SIMCard* ke petugas Telkomsel untuk kemudian di masukkan ke mesin registrasi yang tersedia di PT Telekomunikasi Selular Jember.
 - b. Pelanggan memberikan persyaratan berupa NIK KTP, dan KK, kemudian petugas membantu pelanggan dalam mengaktifkan kartu perdana *SIMCard*.
 - c. Apabila perbaikan sudah selesai, maka pihak petugas memberikan penjelasan mengenai produk telkomsel dan pembagian kuota prabayar, agar pelanggan tidak sampai lalai menghanguskan kartu *SIMCard* dan pelanggan dapat terus menikmati tawaran kuota dari PT Telekomunikasi Selular Jember.

DAFTAR PUSTAKA

Canon, Joseph P dan Parreault, William D dan McCarthy, Jr.,E. Jerome. 2009. *Pemasaran Dasar*. Buku Dua. Edisi Enambelas. Jakarta: Salemba Empat.

Kriyantono Rachmat, 2013, *Manajemen Periklanan Teori dan Praktik*, Malang, UB Press

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

Suherman, Eman. 2010. *Business Entrepreneur*. Bandung: Alfabeta.

Shinta Agustina, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press

Setiyaningrum, Ari dan Udayana. Jusuf dan Efendi. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran-Pengenalan Plus Tren tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Interpreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.

Wernandi, 2019, *Manajemen Pemasaran*, Sleman: DEEPUBLISH.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Produk Kartu SIMCard Telkomsel



Lampiran 2. Berita Acara Konsinyasi



PT. GRAHA CENTRAL INDO
 Jalan Kenanga No. 146 - Jember
 email: namiraerlne@gmail.com

BERITA ACARA KONSINYASI

Pada hari ini Tanggal 2020, kami yang bertanda tangan di bawah ini :

- Nama :
 Jabatan :
 Selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**
- Nama :
 Nama outlet :
 Alamat :
 No. HP :
 Selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Menyatakan bahwa **PIHAK PERTAMA** telah memberikan product SA dalam rangka program konsinyasi (*bayar mundur*) kepada **PIHAK KEDUA** dengan perincian sebagai berikut :

PRODUCT	HARGA	TANGGAL KONSINYASI	QUANTITY	HARGA JUAL OUTLET KE USER	List Number

Apabila terjadi problem seperti fisik kartu rusak dan kartu arp hilang selama masa konsinyasi kepada **PIHAK KEDUA** maka menjadi tanggung jawab penuh **PIHAK KEDUA** untuk menggantinya.

Demikian Berita Acara Konsinyasi ini dibuat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

PIHAK PERTAMA
Aoc Jember

(.....)

PIC DIRECT JEMBER

(.....)

PIHAK KEDUA
Owner outlet

(.....)

SPV DIRECT JEMBER

(.....)

Lampiran 3. Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
Telp. (0331) 337990 – Fax. (0331) 332150
Email : feb@unej.ac.id

Nomor : 9034/UN.25.1.4/PM/2019
Lampiran : Satu Bendel
Hal : **Permohonan Tempat PKN**

26 Desember 2019

Yth. Pimpinan PT. Telekomunikasi Selular Grapari Jember
Jl. RA. Kartini No. 4-6 Kepatihan Kaliwates
Jember

Dengan ini kami beritahukan dengan hormat, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan pada Program Diploma III Ekonomi dan Bisnis 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.	Dina Nur Azizah	170803101001	D3 Manajemen Perusahaan
2.	Alfina Erika Agustln	170803101008	D3 Manajemen Perusahaan
3.	Nurul Halimah	170803101029	D3 Manajemen Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : 13 Januari 2020 - 13 Maret 2020

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan
Wak. Dekan I

De. Zainuri, M.Si
NIP. 19640325 198902 1 001

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

Lampiran 4. Penerimaan Tempat Praktek Kerja Nyata



by Telkom Indonesia

Nomor : 001/HR.01/HR-36/I/2020

Surabaya, 7 Januari 2020

Kepada Yth :
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Perihal : **Penerimaan Praktek Kerja Industri**

Dengan Hormat,

1. Menunjuk surat saudara No : 9034/UN.25.1.4/PM/2019 tanggal 26 Desember 2019 perihal Permohonan Kerja Praktek Industri atas nama :

No	Nama	Program Studi
1.	Dina Nur Azizah	D3 Management Perusahaa-
2.	Alfina Erika Agustin	D3 Management Perusahaa-
3.	Nurul Haimah	D3 Management Perusahaa-

2. Bersama ini kami sampa kan bahwa permohonan tersebut dapat kami terima dengan ketentuan sebagai berikut :

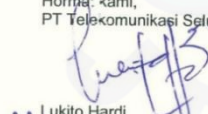
- a. Kerja Praktek dilaksanakan dengan detail sebagai berikut :

Periode Kerja Praktek	Unit	Lokasi
13 Januari 2020 s.d. 13 Maret 2020	Branch Jember Department	Mass Market Segment Cus:omer Operations Jember

- b. Selama pelaksanaannya siswa wajib mentaati tata tertib yang berlaku di TELKOMSEL dan wajib menjaga kerahasiaan segala sesuatu yang diketahuinya tentang TELKOMSEL.
- c. Selama masa Kerja Praktek siswa tidak diberikan fasilitas apapun selain data dan informasi yang dibutuhkan, sepanjang tidak bersifat rahasia.
- d. Mahasiswa wajib menyerahkan laporan kepada pihak TELKOMSEL maksimal 2 (dua) bulan setelah Praktek Kerja berakhir.
3. Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi bagian Human Capital Operation Jawa Timur Sr. Dian Lusi Westisari pada nomor HP : 0811370065 Email : Dian_L_Westisari@telkomsel.co.id.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
 PT Telekomunikasi Selular


 Lukito Hardi
 Manager HC Operation Jawa Bali

Tembusan :
 - Manager Branch Jember

PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR
 Kantor Area III Jawa Bali Nusra
 PLAZA BRI Tower Lt 15 - 17, Jl. Basuki Rahmad 122
 Surabaya 60271, Jawa Timur - Indonesia
 Telp. +62 31 5353311 (Hunting)
 Fax. +62 31 5357964
 http : //www.telkomsel.com

Lampiran 5. Kartu Persetujuan Laporan Praktik Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
Email : feb@unej.ac.id

PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)

Menerangkan bahwa :

Nama : NURUL HALIMAH
N I M : 170803101029
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :
PENGAMATAN PELAYANAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO)
JEMBER

(Revisi)

*Pelaksanaan Promosi Kartu Perdana SIMCard Pada
PT. Telekomunikasi Selular Jember*

Dosen pembimbing :

Nama	NIP	Tanda Tangan
Tatok Endhiarto, S.E., M.Si.	19600404 198902 1 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 01 Agustus 2019 s.d 31 Januari 2020. 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, 11 Desember 2019
Kaprod. Manajemen Perusahaan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ,

Drs. Sudaryanto, MBA., Ph.D.
NIP. 196604081991031001.

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 DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150

Email : feb@unej.ac.id

KARTU KONSULTASI

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

Nama : NURUL HALIMAH
NIM : 170803101029
Program Studi : Manajemen Perusahaan
Judul Laporan PKN : PENGAMATAN PELAYANAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) JEMBER

Dosen Pembimbing : Tatok Endhiarto, S.E., M.Si.
TMT_Persetujuan : 01 Agustus 2019 s/d 31 Januari 2020
Perpanjangan : 01 Februari 2020 s/d 31 Maret 2020

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	14/02/2020	Judul & Topik PKN	1. <i>[Signature]</i>
2.	1/1	Judul menyesuaikan data	2.
3.		yang akan di riset	3.
4.			4.
5.	09/02/2020	Koreksi judul & materi PKN	5. <i>[Signature]</i>
6.			6.
7.	07/02/2020	Koreksi Bab 1-3	7. <i>[Signature]</i>
8.			8.
9.	14/02/2020	Konsul Bab 1-3 perbaikan isi	9.
10.		penulisan terutama pencantuman	10.
11.		sumber dan daftar pustaka	11.
12.			12.
13.	26/02/2020	Konsultasi Bab 1-4 dan perbaikan	13.
14.		bab 4, Lanjut kerjakan hingga	14.
15.		final.	15.
16.			16.
17.	19/04/2020	Tambahkan skedul PKN pada Bab 1	17.
18.		Kesimpulan diringkas sesuai tujuan	18.
19.		PKN pada bab 1	19.
20.			20.
21.	29/04/2020	Lengkapi halaman dan daftar kegiatan	21.
22.	01/04	blok nya diperbaiki, Perbaiki underline Bab 2	22.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
 Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
 Email : feb@unej.ac.id

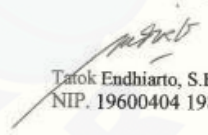
23.		Confumtan kegiatan selama PKN di	23.....
24.		sub Bab 4.2 Jelaskan point tujuan	24.....
25.		PKN pada kesimpulan. Paparkan kesan	25.....
26.		anda mengenai aktivitas pemasaran	26.....
27.		di instansi tsb.	27.....
28.			28.....
29.	02/05 2020	Acc untuk di urikan, dan pelajari	29.....
30.		lagi untuk siklus.	30.....
31.		Semoga Sukses !!	31.....
32.			32.....
33.			33.....
34.			34.....
35.			35.....

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

Mengetahui,
 Ketua Program Studi,

Drs. Sudaryanto, MBA., Ph.D.
 NIP. 196604081991031001.

Jember
 Dosen Pembimbing,


 Taufik Endhiarto, S.E., M.Si.
 NIP. 19600404 198902 1 001


Lampiran 7. Daftar Kehadiran Praktek Kerja Nyata

**DAFTAR ABSENSI MAHASISWA PRAKTEK KERJA NYATA
PT TELKOMSEL
KABUPATEN JEMBER**

NAMA : Nurul Halimah
NIM : 170803101029

TANGGAL	TANDATANGAN	KETERANGAN
13 Januari 2020		HaGir
14 Januari 2020		HaGir
15 Januari 2020		HaGir
16 Januari 2020		HaGir
17 Januari 2020		HaGir
20 Januari 2020		HaGir
21 Januari 2020		HaGir
22 Januari 2020		HaGir
23 Januari 2020		HaGir
24 Januari 2020		HaGir
27 Januari 2020		HaGir
28 Januari 2020		HaGir
29 Januari 2020		HaGir
30 Januari 2020		HaGir
31 Januari 2020		HaGir
03 Februari 2020		HaGir
04 Februari 2020		HaGir
05 Februari 2020		HaGir
06 Februari 2020		HaGir
07 Februari 2020		HaGir
10 Februari 2020		HaGir
11 Februari 2020		HaGir
12 Februari 2020		HaGir
15 Februari 2020		HaGir
14 Februari 2020		HaGir
17 Februari 2020		HaGir
18 Februari 2020		HaGir
19 Februari 2020		HaGir
20 Februari 2020		HaGir
21 Februari 2020		HaGir

Lampiran 8. Surat Keterangan Sudah Melaksanakan Praktek Kerja Nyata



TELKOMSEL
by Telkom Indonesia

SURAT KETERANGAN

Nomor :


Yang bertanda tangan dibawah ini Asistas SPV Mass Market Segment PT. Telkomsel Indonesia Daerah Kabupaten Jember, menerangkan bahwa :

Nama : Nurul Halimah
NIM : 170803101029
Tempat/Tanggal Lahir : Jember/ 23 Mei 1998
Perguruan Tinggi : Universitas Jember
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : D3 Manajemen Perusahaan

Adalah benar Mahasiswa Universitas Jember yang telah melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) di unit marketing PT Telkomsel Indonesia Daerah Kabupaten Jember terhitung mulai 13 Januari s/d 13 Maret 2020

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 Maret 2020,
SPV Mass Market Segment Telkomsel Jember


TELKOMSEL
Kristianti Widyarningsih

PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR
GraPARI Jember
Jln. Kartini No. 4-6 Jember 68118
Jawa Timur - Indonesia
[http : //www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)

Telkomsel. Begitu Dekat Begitu Nyata

Lampiran 9. Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER****FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telepon 0331 - 337990 – Faximale 0331 - 332150

Email : feb@unej.ac.id Website : www.feb.unej.ac.id

Nomor : 1360/UN25.1.4/LL/2020
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : **Permohonan Nilai PKN**

Jember, 10 Februari 2020

Yth. Pimpinan
PT. TELEKOMUNIKASI SELULER (TELKOMSEL)

di –
JEMBER

Sehubungan telah dilaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) Mahasiswa Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember pada institusi Saudara, maka dengan hormat kami mohon penilaian terhadap mahasiswa PKN tersebut sebagaimana form penilaian terlampir. Hasil penilaian tersebut mohon dikirim kembali ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember dalam amplop tertutup setelah berakhirnya pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Demikian atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.



Lampiran 10. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telepon 0331 - 337990 – Faximale 0331 - 332150

Email : feb@unej.ac.id Website : www.feb.unej.ac.id

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

NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	75	B
2.	Ketertiban	75	B
3.	Prestasi Kerja	70	B
4.	Kesopanan	80	A
5.	Tanggung Jawab	80	A

IDENTITAS MAHASISWA :

Nama : NURUL HALIMAH
N I M : 170803101029
Program Studi : MANAJEMEN PERUSAHAAN

IDENTITAS PEMBERI NILAI :

Nama : KRISTIANTI WIDYANINGSIH
Jabatan : SPV MASS MARKET SEGMENT
Institusi : PT. TELEKOMUNIKASI SELULER (TELKOMSEL) JEMBER

Tanda Tangan dan

Stempel Lembaga :

PEDOMAN PENILAIAN

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

Lampiran 11. Sertifikat Praktek Kerja Nyata

