



**PELAKSANAAN KEGIATAN PELAYANAN PENGGUNA WIFLID CORNER 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 :

Anissa Noeraini
NIM. 120803101033

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

2015



**IMPLEMENTATION OF SERVICE USERS WIFI.ID CORNER
PT . TELKOM INDONESIA TBK . TELECOMMUNICATIONS REGION
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 :

Anissa Noeraini
NIM . 120803101033

**DIPLOMA PROGRAM MANAGEMENT COMPANY III
MANAGEMENT DEPARTMENT FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITY JEMBER
2015**

JUDUL
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

PELAKSANAAN KEGIATAN PELAYANAN PENGGUNA WIFL.ID
CORNER PT. TELKOM INDONESIA Tbk. WITEL JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anissa Noeraini
NIM : 1208031010333
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Diploma III Manajemen Perusahaan

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

20 Mei 2015

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

Sekretaris

Dra. Susanti Prasetyaningtyas MSi
NIP. 19660918 199203 2 002

Drs. NG. Krishnabudi, M.Agb
NIP.19630402 198802 1 001

Anggota

Ana Mufidah, SE, M.Si
NIP. 19800201 200501 2 002

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

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

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

NAMA : ANISSA NOERAINI
NIM : 120803101033
FAKULTAS : EKONOMI
PROGRAM STUDI : D III MANAJEMEN PERUSAHAAN
JUDUL : PELAKSANAAN KEGIATAN PELAYANAN
PENGGUNA WIFI.ID CORNER PT. TELKOM
INDONESIA Tbk. WITEL JEMBER

Jember, 6 Mei 2015

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen Perusahaan

Laporan Praktek Kerja Nyata
Telah Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.S.
NIP. 19610209186031001

Drs. IKM. Dwipayana, M.S.
NIP. 19511231 197903 1 017

MOTTO

Hai anak-anakku, pergilah kamu, Maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”

(Q.S Yusuf: 87)

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit. Jadi, jangan mudah menyerah”

(Joko Widodo)

“Bahagia adalah ketika kita lebih sering tersenyum, lebih berani bermimpi, lebih mudah tertawa dan lebih banyak bersyukur”

(Merry Riana)

PERSEMBAHAN

Laporan praktek kerja nyata yang telah saya buat ini, saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Nurfatmah dan Almarhum Ayahanda Erie Soekamto tercinta yang telah memberikan yang terbaik untuk saya dengan sepenuh hati dan tulus ikhlas.
2. Kakak saya Febrianti Soekamto dan adik saya Muhammad Dienul Yaqin yang saya sayangi.
3. Nenek saya Solehati yang selalu sabar dan menyayangi saya dengan sepenuh hati.
4. Para guru dan dosen yang telah membimbing saya mulai dari sekolah hingga di perguruan tinggi.
5. Teman – teman satu jurusan yang tidak pernah lelah membantu dan memberikan motivasi.
6. Handika Satrya Permana yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasinya setiap hari.
7. Serta almamater tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kucintai dan kubanggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan pertolonganNya sehingga dapat menyelesaikan laporan ini yang berjudul : **PELAKSANAAN KEGIATAN PELAYANAN PENGGUNA WIFLID CORNER PT. TELKOM INDONESIA Tbk. WITEL JEMBER** untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Fakultas Ekonomi Universitas Jember Tahun 2015.

Tidak lupa pula saya mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah membantu saya dalam mengerjakan karya tulis ilmiah ini. Saya juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu ucapan terimakasih saya sampaikan kepada :

1. Dr. M. Fathorrozi, SE M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Drs. DidikPudjo, M.S Ketua Prodi DIII Manajemen Perusahaan Fakultas Universitas Jember.
3. Dosen pembimbing saya Bapak Drs. IKM Dwi Payana yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Kepala bagian pemasaran PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Jember dan Bapak Indra, terima kasih atas kesempatannya untuk magang.
5. Bagian pemasaran yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Kedua orang tua serta keluarga saya yang selalu menyemangati saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu dan secara baik dan benar.
7. Kepada Handika Satrya Permana yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta motivasinya.

8. Semua teman yang selalu menemani dan tidak segan untuk meluangkan waktunya memberikan motivasi yang sangat berarti.
9. Serta semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan moril maupun materil.

Jember, 08 April 2015

Penulis

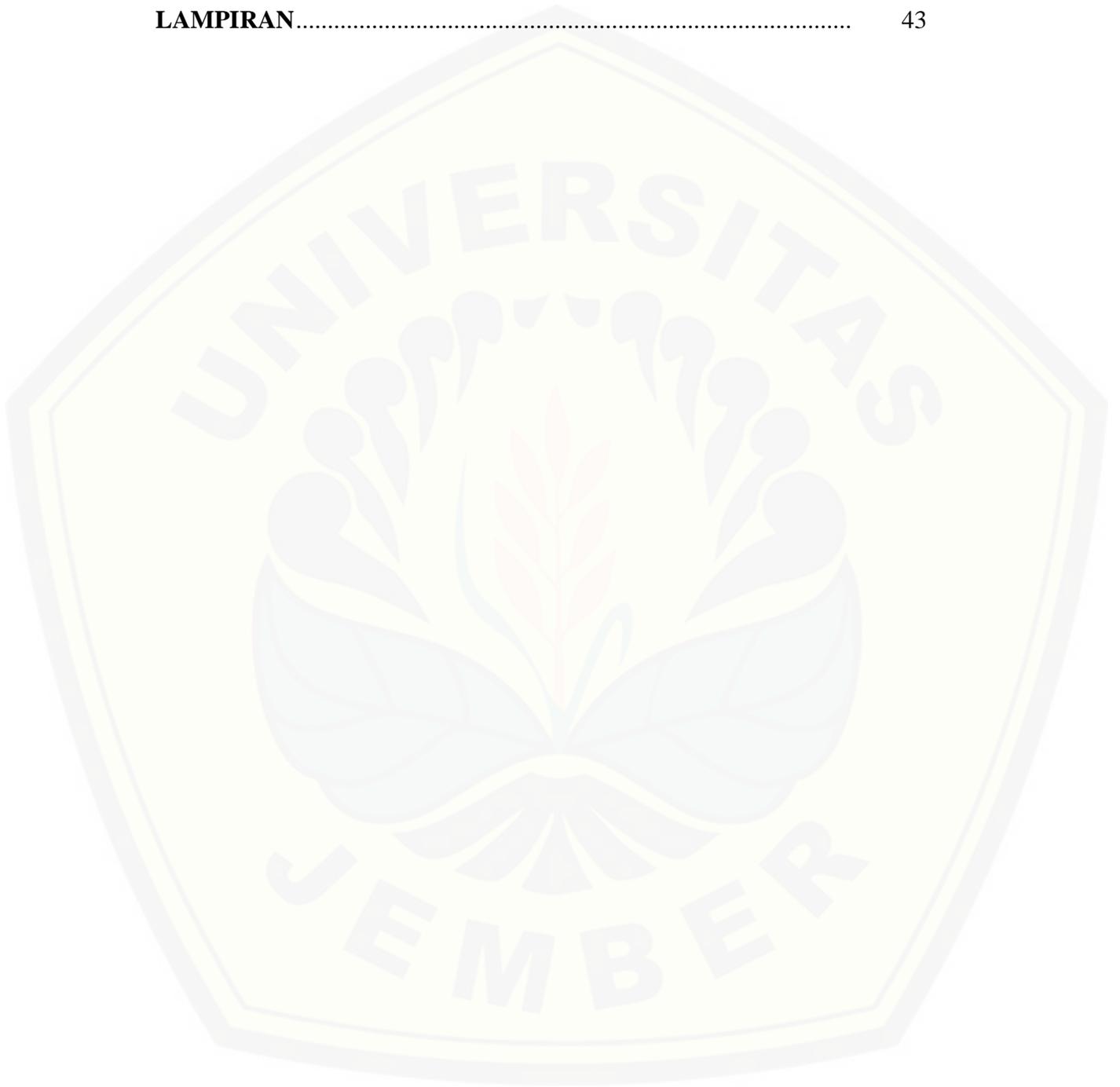


DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Kuliah Kerja	3
1.2.1 Tujuan Kuliah Kerja	3
1.2.2 Kegunaan Kuliah Kerja	3
1.3 Jadwal Pelaksanaan Kuliah Kerja.....	3
1.3.1 Obyek Kuliah Kerja.....	3
1.3.2 Pelaksanaan Kuliah Kerja.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.1 Strategi Pemasara	7
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.2 Pengertian Pelayanan	10
2.2.1 Tujuan dan Fungsi Pelayanan	12
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	14
3.1 Latar Belakang Sejarah PT. Telkom Indonesia Tbk.....	14
3.1.1 Visi dan Misi	16
3.1.2 Budaya Perusahaan.....	17
3.1.3 Logo PT. Telkom Indonesia Tbk.....	18
3.1.4 Kredo PT. Telkom Indonesia Tbk	20
3.1.5 Maskot PT. Telkom Indonesia Tbk	20
3.2 Latar Belakang Sejarah PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember	21
3.3 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember	23
3.3.1 Uraian Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember	25
3.3.2 Kegiatan Pokok Perusahaan Jasa PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember.....	26
3.3.3 WIFI.ID CORNER	28
BAB IV HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA	30
4.1 Menyediakan Tempat yang Nyaman untuk Pelanggan Mengakses Internet di WIFI.ID CORNER.....	30
4.2 Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet di WIFI.ID CORNER Menggunakan Spincard	31
4.3 Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet di WIFI.ID CORNER Melalui Pesan Singkat.....	36
4.4 Melayani Pembelian Spincard	37
4.5 Melayani Komplain dari Pengguna WIFI.ID CORNER	38

BAB V KESIMPULAN	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	43



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Perusahaan dagang maupun perusahaan jasa 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 di dalamnya meliputi beberapa bidang, yakni : bidang keuangan, bidang pemasaran, bidang produksi dlsb. Salah satu kegiatan pokok yang dianggap sangat penting dalam suatu perusahaan adalah pemasaran. Pemasaran merupakan proses pemberian kepuasan kepada konsumen untuk mendapatkan laba.

Kepuasan konsumen sangat berkaitan erat dengan pelayanan yang baik dari perusahaan, sehingga pelayanan terhadap konsumen disebut sebagai pelayanan pelanggan selayaknya perhatian khusus dalam kegiatan pemasaran perusahaan. Suatu elemen dari strategi perusahaan adalah pelayanan pada pelanggan. Pelayanan adalah tawaran perusahaan kepada pelanggan yang termasuk dalam bentuk pemasaran. Pelayanan juga sebagai tambahan kecil atau bagian utama dari tawaran seluruh produk.

Masalah yang sering terjadi dalam kegiatan pelayanan pelanggan adalah bagaimana cara melayani pelanggan dengan baik, efisien, efektif dan selektif. Untuk mengantisipasi masalah pelayanan pelanggan diperlukan suatu kebijakan perusahaan. Dalam perusahaan kebijakan yang ditentukan berbeda-beda karena kebijakan yang berlaku di suatu perusahaan belum tentu dapat diberlakukan di perusahaan lain. Begitu pula antara perusahaan pusat, cabang dan anak cabang.

Keberadaan PT. Telkom disini menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat dalam kalangan masyarakat dewasa ini. Sebab, selain menyediakan jasa telekomunikasi, PT. Telkom juga menyediakan jasa untuk akses internet dengan kecepatan tinggi. Internet pada tahun 1969 hanya dikenal oleh kalangan tertentu yang digunakan untuk komunikasi dalam jarak

yang tak terhingga melalui saluran telepon dan biayanya juga sangat mahal. Internet pada masa itu tujuan awalnya adalah untuk keperluan militer.

Saat ini internet selain bisa digunakan sebagai media komunikasi, juga bisa digunakan sebagai sarana informasi yang akan mempermudah semua pekerjaan kita. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu dan pandangan dunia. Semua kalangan bisa menggunakan internet untuk apa saja yang mereka inginkan dan untuk informasi apa saja yang ingin mereka dapatkan, semua akan tersedia dengan cepat hanya melalui mesin pencari. Dibanding dengan buku dan perpustakaan, internet melambangkan penyebaran / pengetahuan informasi dan data secara ekstrem. Dengan diciptakannya berbagai teknologi dan alat komunikasi canggih yang lebih menekan pada penggunaan jasa internet, maka internet yang memadai menjadi kebutuhan yang utama saat ini bagi seluruh kalangan.

Kebutuhan akan akses internet dengan kecepatan tinggi dan harga yang terjangkau semakin dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat pengguna internet, terutama kalangan pelajar dan mahasiswa. Dari situ PT. Telkom memiliki ide untuk membangun tempat yang menyediakan akses internet dengan kecepatan tinggi (100 Mbps) dan harga yang terjangkau (Rp 1.000 / 2jam dan Rp 5.000 / 24jam) yang diberi nama WIFI.ID CORNER.

Pelayanan pengguna WIFI.ID CORNER meliputi : pelayanan penyediaan tempat yang nyaman untuk pelanggan, sosialisasi cara akses internet di WIFI.ID CORNER menggunakan Spincard (speedy instant card), sosialisasi cara akses internet di WIFI.ID CORNER melalui pesan singkat, pelayanan pembelian produk spincard. PT. Telkom merupakan badan (public service) dan kegiatan pokoknya adalah menyediakan, mendistribusikan dan menjual jasa telekomunikasi, untuk memenuhi target, visi dan misi perusahaan dalam tuntutan kepuasan konsumen. Dengan berkonsentrasi pada kepuasan konsumen, kebutuhan serta permintaan pelayanan yang baik, menjadi pertimbangan utama untuk menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata ini yang berjudul "**Pelaksanaan Kegiatan Pelayanan Pengguna WIFI.ID CORNER PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember**".

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan pengguna WIFI.ID CORNER PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember.

1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan Praktek Kerja Nyata ini berguna untuk :

1. Memperoleh wawasan pengetahuan dan pengalaman praktis / kerja tentang pelaksanaan kegiatan pelayanan pengguna WIFI CORNER PT. Telkom Indonesia Tbk. Kabupaten Jember.
2. Sebagai bekal untuk mempersiapkan diri terjun di lingkungan kerja.

1.3 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Obyek Kuliah Kerja

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel. Jember, yang berada di JL. Gajah Mada No. 182-184 Jember.

1.3.2 Pelaksanaan

Praktek Kerja Nyata ini telah dilaksanakan selama 29 hari pada tanggal 16 Februari 2015 sampai dengan 16 Maret 2015. Dengan jam kerja sebagai berikut:

1. Masuk pukul 07.30 WIB setiap harinya (Senin-Jumat).
2. Pulang pukul 16.30 WIB pada hari Senin s/d Kamis dan pukul 17.00 WB pada hari Jumat.

Tabel 1.1 Rincian Kegiatan Praktek Kerja Nyata (PKN) :

No	Kegiatan	Minggu ke			
		1	2	3	4
1.	Pelaksanaan Orientasi bersama kepala unit DCS (Divisi Customer Service)				
2.	Menerima penjelasan mengenai produk telkom yaitu wifi.id				
3.	Membantu menyiapkan brosur untuk promosi wifi.id				
4.	Membantu menyurvei keluhan pelanggan wifi.id				
5.	Membantu dan ikut serta menjual <i>spincard</i> wifi.id pada pelanggan				
6.	Melaksanakan kegiatan <i>open table</i>				
7.	Mengumpulkan data dan penyusunan laporan praktek kerja nyata				

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain (Kotler dan Amstrong, 2008:7). Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan memperoleh laba.

Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontrak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Dalam konteks penyusunan strategi, pemasaran memiliki dua dimensi, yaitu dimensi saat ini dan dimensi yang akan datang. Dimensi saat ini berkaitan dengan hubungan yang telah ada antara perusahaan dengan lingkungannya. Sedangkan dimensi masa yang akan datang terjalinkan dan program tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Tjiptono, 1997:6)

Bennet dalam Tjiptono (1997:6) menyatakan, bahwa strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Sementara itu, Tull dan Kahle Tjiptono (1997:6) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menciptakan dan mengembangkan keunggulan bersaing dengan berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan dalam perekonomian untuk membantu menciptakan nilai ekonomis, sedangkan nilai ekonomi sendiri akan menentukan harga barang dan jasa individu. Faktor – faktor penting yang dapat menciptakan nilai ekonomi adalah sebagai berikut :

1. Produksi menghasilkan barang;
2. Pemasaran yang mendistribusikan;
3. Konsumsi yang menggunakan barang – barang ekonomi.

Konsumsi baru akan dilaksanakan setelah adanya kegiatan produksi dan pemasaran. Produksi dan pemasaran dapat membantu terlaksananya tujuan ekonomis. Perusahaan berada diantara produksi dan konsumsi, ini berarti konsumsi menjadi penghubung antara kedua faktor tersebut, tanpa adanya pemasaran akan sulit mencapai tujuan konsumsi yang memuaskan (Basus Swastha, 2006:4)

2.1.1 Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepala usaha – usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing – masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan persaingan yang selalu bertambah (Sofyan Assuari, 2007:168). Strategi pemasaran merupakan sasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir perusahaan. Strategi yang dirumuskan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap lingkungan tertentu atau khas yang di anggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan tindakan yang wajar. Strategi merupakan fondasi tujuan organisasi yang menunjukkan arah tujuan yang dicapai oleh suatu bisnis dan setiap bisnis harus merancang strategi untuk

mencapai sasaran. Strategi pemasaran suatu perusahaan dipengaruhi yang tepat tidak dari kemampuan manajemen dalam menganalisis suatu persoalan yang ada dalam perusahaan serta bagaimana cara mengatasinya.

Strategi Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran juga sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Umumnya perusahaan menyusun strategi karena ingin lebih unggul dari para pesaingnya, bentuk dari strategi dapat bervariasi dari suatu industri ke industri pesaingnya, bentuk dari strategi dapat bervariasi dari satu perusahaan ke perusahaan lain, dari suatu dengan situasi yang berbeda. Sehingga sikap perusahaan mempunyai strategi yang berbeda dengan para pesaingnya yang didalamnya berupa perencanaan menyeluruh menyangkut masalah sumber daya perusahaan dengan memperhatikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan, demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Apabila satu perusahaan memiliki lebih banyak suatu yang dicari konsumen dibandingkan yang dimiliki pesaingnya, maka peluang untuk memenangkan pasar akan lebih besar.

Kotler dan Keller (2007:75) menyatakan bahwa dalam strategi pemasaran, manajer produk menetapkan sasaran dan misi pemasaran serta sasaran keuangan. Manajer juga mendefinisikan kelompok – kelompok dan kebutuhan yang akan dipuaskan melalui penawaran pemasaran. Selanjutnya manajer menentukan dan menetapkan posisi bersaing dari lini produk yang akan menginformasikan rencana pemasaran guna mencapai tujuan rencana tersebut. Strategi pemasaran harus spesifik mengenai strategi penentuan merek dan strategi pelanggan yang akan ditempuh.

2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing mix)

Bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Lupiyoadi (2013: 92) bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, sebagai berikut :

- a. **Pemilihan Pasar**, yaitu perusahaan harus memutuskan banyaknya segmen pasar yang harus diliput dan melakukan identifikasi segmen pasar yang terbaik. Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
- b. **Perencanaan Produk**
Perusahaan dapat mempengaruhi konsumennya lewat produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini dengan membuat produk tersebut sedemikian rupa sehingga produk tersebut dapat menarik perhatian konsumen.
- c. **Penetapan Harga**
Perusahaan perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut. Oleh karena itu maka penetapan harga jual harus dipikirkan baik-baik.
- d. **Sistem Distribusi**
Perusahaan haruslah menyebarkan barang-barangnya ke tempat konsumen itu berada. Hal ini merupakan tugas untuk mendistribusikan barangnya ke konsumen. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakan.

e. Komunikasi Pemasaran (Promosi)

Promosi adalah 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. Komunikasi pemasaran meliputi: periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan publisitas.

f. Sumber Daya Manusia

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa “orang” yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam faktor “orang” ini berarti sehubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Pentingnya SDM dalam pemasaran berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan.

g. Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan pada pemasaran dapat dilihat dari kegiatan distribusi dan logistik, di mana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

2.2 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pelayanan itu sendiri.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan pengertian pelayanan menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang

diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Berikut pengertian pelayanan dari para ahli :

a. Kotler (1994)

Pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

b. Hadipranata (1980)

Berpendapat bahwa, pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (job description) yang diberikan kepada konsumen-pelanggan, nasabah dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.

c. Gronroos

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan. (Ratminto, 2005:2)

Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dalam praktek tidak cukup hanya dengan terpenuhinya kepuasan pribadi untuk melayani konsumen yang bersangkutan tetapi juga harus diperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Pelanggan adalah orang paling penting
2. Pelanggan adalah objek yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan
3. Pelanggan bukanlah lawan bicara yang perlu diajak berdebat, bila terpaksa, maka pihak yang menang haruslah pihak pelanggan
4. Pelanggan adalah raja, sekali ia kalah dalam berargumentasi maka ia akan pindah ke produk lain
5. Pelanggan adalah manusia biasa yang memiliki perasaan senang, benci, bosan dan adakalanya mempunyai prasangka yang tidak beralasan
6. Pelanggan dalam usaha mendapatkan pelayanan selalu ingin didahulukan, diperhatikan dan ingin diistimewakan serta tidak ingin diremehkan begitu saja

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 kepada pelanggan 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 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman (1998) dibagi menjadi lima dimensi SERVQUAL diantaranya adalah (Lupiyoadi, 2001 : 148) :

1. Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Responsiveness (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Latar Belakang Sejarah PT. Telkom Indonesia Tbk.

1. Era Kolonial

Tahun 1882, 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.

2. Perusahaan Negara

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).

3. Perumtel

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. Tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

4. PT . Telekomunikasi Indonesia (Persero)

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

5. PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

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.

Layanan di PT. Telkom Indonesia Tbk.

1. Pemasangan *Usee TV*
2. Pemasangan Telpon Rumah
3. Pemasangan *Speedy*

4. SOPP (System Online Payment Point) yang melayani pembayaran tagihan telepon rumah, speedy dan produk-produk telkom lainnya secara *online* maupun secara langsung.
5. CS (*Customer Service*)

Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh PT. Telkom Indonesia Tbk. yaitu :

- a. Tempat duduk antrian yang nyaman dan didukung dengan ruangan ber-AC yang sejuk sehingga membuat para tamu atau pelanggan merasa lebih nyaman.
- b. Sistem antrian yang komputerisasi sehingga membuat para pelanggan tidak perlu antri dengan berdiri. Para pelanggan hanya mengambil nomor antrian dari mesin antrian dan menunggu sambil duduk di tempat duduk yang telah disediakan sampai dipanggil petugas untuk melakukan transaksi.
- c. Agar para pelanggan atau tamu tidak jenuh menunggu panggilan, di dalam plaza ini, telah disediakan koran agar dibaca oleh para tamu.

3.1.1 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia Tbk.

Visi

Visi dari Telkom yaitu, *“To become a leading Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services (TIMES) player in the region”*. Sedangkan misi Telkom adalah menyediakan layanan *“more for less”* TIMES dan menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Misi

1. Menyediakan layanan *TIMES* yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

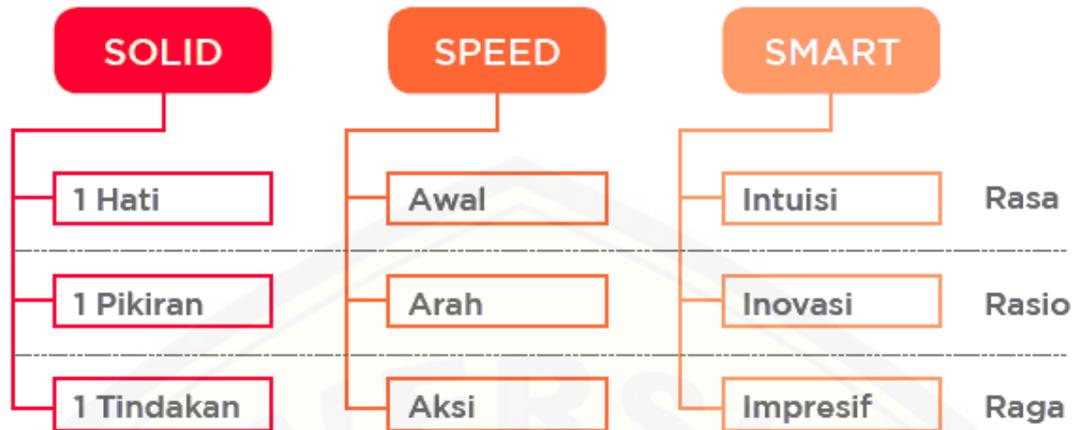
Visi dan Misi ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012.

<i>Corporate Culture</i>	: <i>The New Telkom Way</i>
<i>Basic Belief</i>	: <i>Always The Best</i>
<i>Core Values</i>	: <i>Solid, Speed, Smart</i>
<i>Key Behaviors</i>	: <i>Imagine, Focus, Action</i>

3.1.2 BudayaPerusahaan

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: *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 di lakukan 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*). *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 berikut.



Gambar 3.2 *principles to be the star (3S)*
 Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

- SOLID : Keberhasilan kita semuanya terpulang pada GREAT SPIRIT KITA.
- SPEED : Kesigapan kita dalam menggandeng mitra yang tepat.
- SMART : Kreatifitas serta kerja keras luar biasa yang dilandasi semangat *TO BE THE WINNER*

3.1.3 Logo PT. Telkom Indonesia Tbk.

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



Gambar 3.3 Logo PT. Telkom Indonesia Tbk.
 Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Arti dari simbol-simbol logo tersebut 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**. Warna-warna yang digunakan adalah :
6. Warna **Merah**, artinya Berani, Cinta, Energi, dan Ulet, warna merah mencerminkan spirit Telkom yang selalu optimis dalam menghadapi tantangan perusahaan.
7. Warna **Putih** berarti Suci, Damai, Cahaya, dan Bersatu yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
8. Warna **Hitam**, merupakan warna dasar kemuan keras.
9. Warna **Abu-abu**, merupakan 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” pada gambar berikut.



Gambar 3.4 Kredo PT. Telkom Indonesia Tbk.
Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Kredo diatas mempunyai arti sebagai berikut :

- a. Kami selalu focus kepada pelanggan
- b. Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang kompetitif
- c. Kami selalu melaksanakan segala sesuatu sesuai cara-cara yang terbaik (*best practices*)
- d. Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam meningkatkan produktivitas dan kontribusi kerja.

3.1.5 Maskot PT. Telkom Indonesia Tbk.



Gambar 3.5 Maskot PT. Telkom Indonesia Tbk.
Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Arti dari maskot *Bee bee* PT Telkom seperti yang terlihat pada gambar 3.5 adalah sebagai berikut:

- a. Mahkota kuning, melambangkan mahkota kemenangan.
- b. Antena, mempunyai arti sensitive terhadap segala keadaan dan perubahan.
- c. Mata, melambangkan mata tajam dan cerdas.
- d. Sayap, melambangkan kelincahan dan kepraktisan
- e. Tangan kuning, mempunyai arti dapat memberikan karya terbaik.
- f. 135 *The Telkom Way*, mempunyai arti satu hati, tiga pikiran, lima langkah MENANG! Kau, Aku.

Filosofi dibalik sifat dan perilaku *Be bee*, yaitu lebah tergolong makhluk social yang senang bekerja sama, pekerja keras mempunyai kesisteman yang berupa pembagian peran operasional dan fungsional, menghasilkan yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Di habitatnya lebah berupa perlindungan bagi koloninya, maka akan menyerang bersama bila di ganggu. Lebah memiliki potensi diri yang berupa tubuh yang sehat, liat dan kuat sehingga bias bergerak capet, gesit dan efektif dalam menghadapi tantangan alam. Lebah berpandangan jauh kedepan dengan merancang bangun sarangnya yang kuat dan efisien, bereproduksi, berkembang biak dan menyiapkan persediaan makanan bagi kelangsungan koloninya. Lebah berwarna biru merupakan penggambaran insan Telkom Indonesia.

3.2 Latar Belakang 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 Telegrap atau disingkat Kandagraf Jember yang memiliki dua kantor antara lain Kantor Tekhnik 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 Telegrap.

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 Speedy atau akses internet cepat.

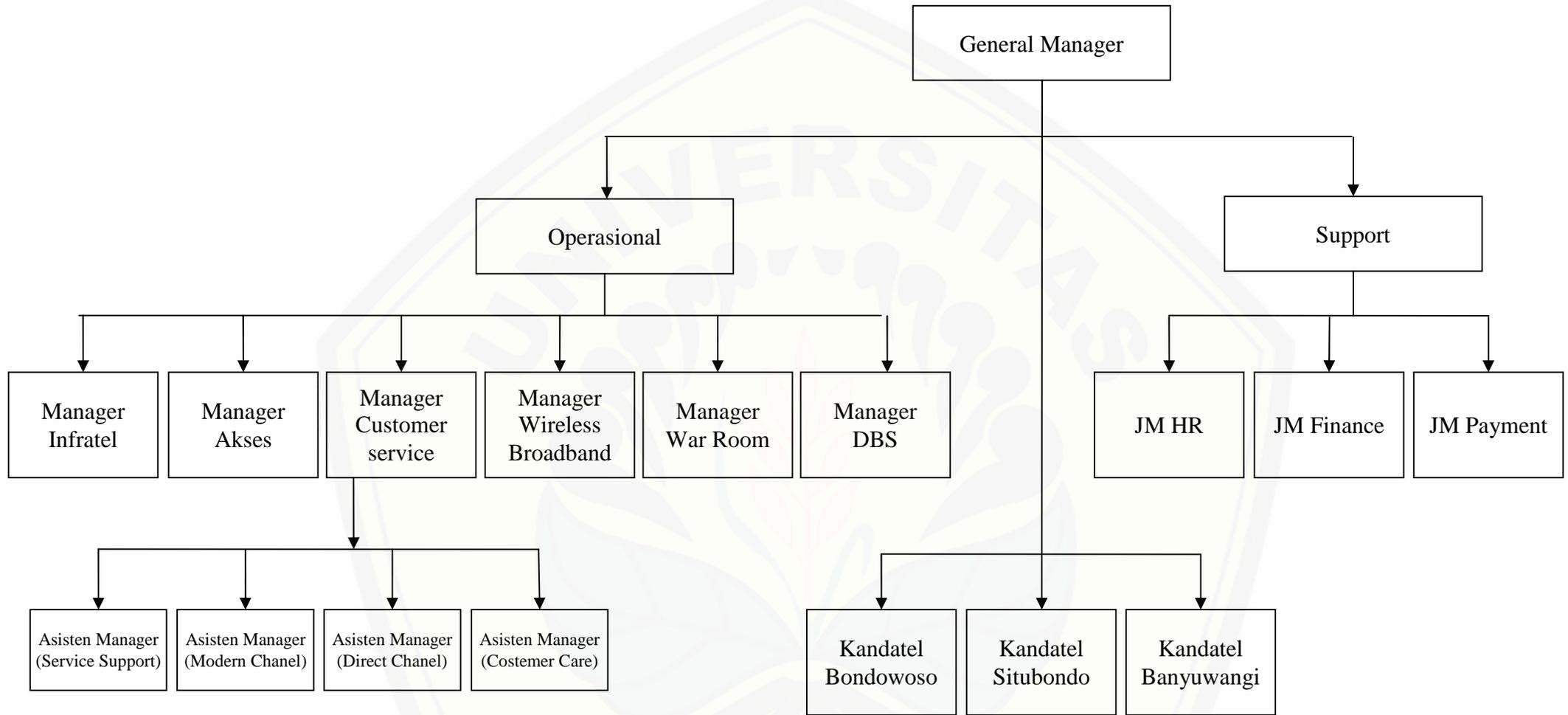
Pada tahun 2001 PT. Telkom melakukan transformasi kembali, diantaranya transformasi logo dan transformasi organisasi. Area Datel Jember yang sebelumnya meliputi enam kabupaten, berubah kembali menjadi empat kabupaten dan nama Datel Jember berubah menjadi Witel Jember yang meliputi Datel Jember, Datel 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 atau disebut dengan TvoD (Televisi on Demand).

3.3 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 di harapkan dan di inginkan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu 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 mengacuh pada ketentuan Kandatel (Kantor Daerah Telekomunikasi). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.

Digital Repository Universitas Jember



Gambar 3.2. Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Witel Jatim Timur Jember
Sumber : PT Telkom Indonesia Witel Jatim Timur Jember

3.3.1 Uraian Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember.

Tugas – tugas Direktur tentang organisasi :

1. General Manager :

Bertanggung jawab tentang operasional di kantor wilayah baik pengembangan dari SDM maupun pengembang produk – produk yang menjadi tanggung jawabnya.

2. Operasional GM dibantu :

a. Manager Infratel bertugas untuk memelihara dan menjaga kualitas layanan jaringan anatar wilayah.

b. Manager Akses bertugas untuk menjaga kualitas layanan jaringan lokal di bantu oleh *Divisi Bussines Service* yang bertanggung jawab atas terjaganya kenyamanan pelanggan.

c. Manager Cust. Service bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan Telkom Personal. Dimana *Manager Customer Service* di bantu oleh :

a) Asisten *Manager Service Support* yang bertugas melayani suatu perencanaan kebutuhan – kebutuhan seperti event / open table khususnya penjualan *spincard wifi.id*

b) Asisten *Manager Modern Channel* bertugas untuk mengatur strategi dan daerah pemasaran bagi tenaga penjual.

c) Asisten *Manager Direct Channel* bertugas untuk menyediakan sarana dan prasarana dan *resource* PT. Telkom Tbk. Jember serta bertanggung jawab atas semua resiko di sub bagian *Direct Channel*.

d) Asisten *Manager Customer Care* bertugas untuk menyediakan data informasi penting pengelolaan *Direct Channel* yang relevan untuk perumusan usulan program kerja (RKA) bagaian *Customer Care*.

3. Manager Wirelles Broadband bertugas menjaga kualitas layanan Wirelles broadband.
4. Manager War room bertugas menjaga kualitas dan kompentisi fungsi – fungsi Manajerial maupun produk.
5. GM juga didukung (support) oleh :
 - a) JM HR pengembangan kompetensi pegawai.
 - b) JM Finance bertanggung jawab tentang stabilitas keuangan wilayah.
 - c) JM Payment atas kompulir jumlah keuangan yang belum masuk sebagai pendapatan.

Selain oleh Manager diatas, kegiatan operasional perusahaan juga dibantu oleh Kepala Kantor Daerah Telekomunikasi Bondowoso, Situbondo, Banyuwangi. Dimana Kandatel bertannggung jawab atas Perfomance layanan di wilayah tersebut.

3.3.2 Kegiatan Pokok Perusahaan Jasa PT. Telkom Indonesia Tbk. 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 di seluruh 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 di bidang informasi, media dan *edutainment*, 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 diantaranya *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 di sektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi di antara 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).

3.3.3 WIFI.ID CORNER

Terobosan baru dikembangkan oleh PT. Telkom Indonesia Tbk dalam hal inovasi kecepatan akses internet. Telkom Indonesia, Selasa 10 Juni 2014 meluncurkan WIFI.ID CORNER 100 Mbps di dua kota, Surabaya dan Denpasar. Executive General Manager Divisi Telkom Timur, Iskriyono Widiajanto, menuturkan, inovasi ini didorong oleh makin besarnya kebutuhan masyarakat terhadap akses data dengan kecepatan tinggi (*broadband access*). "WIFI.ID CORNER 100 Mbps ini dipasang di lokasi tempat para netter, komunitas pengguna internet, dengan kecepatan spektakuler 100 Mbps yang pertama kali di Indonesia," kata Iskriyono, di sela peluncuran WIFI.ID CORNER di Warung Taman. Ia menuturkan, untuk memasang WIFI.ID CORNER dengan kecepatan hingga 100 Mbps tak perlu nilai investasi besar. "Kemudahan akses menjadi satu hal krusial bagi pengguna akses internet. WIFI.ID CORNER ini menambah kemudahan masyarakat mengakses internet broadband" imbuhnya.

Telkom sebelumnya telah menggelar program Indonesia WIFI, dengan berbagai layanan umum yang telah dilengkapi dengan akses WIFI.ID. "Sampai 2015 ditargetkan tak kurang dari 1 juta WIFI akan terpasang di Indonesia" tuturnya. Nantinya, sambung Iskriyono, selain WIFI.ID, beberapa kantor Telkom yang letaknya strategis akan dilengkapi WIFI.ID CORNER. Masyarakat juga bisa

mengajukan WIFI.ID CORNER yang ditempatkan di lokasi-lokasi seperti misalnya sekolah dan perguruan tinggi. "Target kami 1 bulan dapat menjual 1 juta speedy card akses 100 Mbps", papar Iskriyono.

General Manager Witel Bali Selatan, AA Ngurah Bagus Segara menuturkan, kehadiran WIFI.ID CORNER 100 Mbps ini memberikan pengalaman kepada para user Speedy Instan untuk merasakan nikmatnya berselancar di dunia maya dengan kecepatan super cepat. Speedy instant card 5 ribu unlimited 1 hari. Bagus Segara menjelaskan, WIFI 100 Mbps ini terbagi menjadi 4 SSID, diantaranya Speedy Instan@wifi.id, @wifi.id, flashzone seamless dan flash zone. Untuk dapat menikmati WIFI ini, pengguna bisa membeli Speedy Instan Card di lokasi bagi akses unlimited dengan harga 5 ribu guna penggunaan 1 hari, Rp 50 ribu untuk 30 hari dan Speedy Instan Card Brasil seharga Rp 99 ribu untuk pengguna 30 hari.

BAB IV. HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA

Hasil Praktek Kerja Nyata di PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember merupakan hasil yang bisa dipertanggung jawabkan karena dilakukan dengan membantu langsung kegiatan perusahaan terutama di bidang Marketing. Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini dibantu dan dibimbing langsung oleh Bapak Indra Darma selaku Asisten Manager Home Service beserta seluruh bawahannya, sehingga semua penjelasan mengenai kegiatan di perusahaan yang diberikan dapat diterima dengan baik.

Aktivitas yang dilaksanakan selama Praktek Kerja Nyata pada PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember, khususnya di bidang pelayanan pengguna WIFI.ID CORNER yaitu sebagai berikut :

1. Menyediakan Tempat yang Nyaman untuk Pelanggan Mengakses Internet di WIFI.ID CORNER
2. Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet di WIFI.ID CORNER Menggunakan Spincard
3. Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet di WIFI.ID CORNER melalui Pesan Singkat
4. Melayani Pembelian Spincard
5. Melayani Komplain dari Pengguna WIFI.ID CORNER

4.1 Menyediakan Tempat yang Nyaman untuk Pelanggan Mengakses Internet di WIFI.ID CORNER

Tempat yang nyaman disertai fasilitas penunjang yang lengkap akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal itulah yang dilakukan PT.Telkom di WIFI.ID CORNER untuk menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan tersebut akan merasa puas terhadap fasilitas dan kenyamanan tempat

yang disediakan. Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan oleh PT.Telkom Indonesia Tbk. :

1. Menempatkan lokasi WIFI.ID CORNER di pusat keramaian seperti Alun-alun, di tepi jalan jalan utama kota Jember dan di lembaga pendidikan seperti sekolah dan kampus.
2. Membuat lokasi WIFI.ID CORNER semenarik mungkin dengan cara memberikan warna merah untuk dinding, meja, kursi dan fasilitas penunjang lainnya.
3. Menyediakan fasilitas seperti kantin untuk penyedia makanan dan minuman, stop kontak untuk mengisi ulang daya baterai laptop atau handphone, pendingin ruangan berupa kipas angin dan tempat parkir yang cukup memadai untuk kendaraan yang digunakan oleh para pengguna WIFI.ID CORNER.
4. Menyediakan pelayanan selama 24 jam

4.2 Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet di WIFI.ID CORNER Menggunakan Spincard

Spincard adalah kartu yang digunakan untuk berlangganan layanan speedy instan. Spincard berisi deposit pulsa yang bisa digunakan untuk membeli paket layanan speedy instan. Spincard merupakan kartu perdana yang berisi user name dan pasword yang bisa digunakan login akses internet broadband di Speedy Instan, Speedy Hotspot, maupun Indonesia WIFI (@WIFI.ID CORNER). Nilai nominal yang tertera dalam kartu dapat digunakan untuk akses internet broadband sesuai dengan konversi nilai nominal terhadap tarif akses internet broadband di Speedy Instan, Speedy Hotspot dan Indonesia WIFI.ID (@WIFI.ID). Sebelum melakukan Sosialisasi tentang cara akses internet menggunakan Spincard maupun melalui Pesan Singkat, terlebih dahulu disiapkan brosurnya. Berikut tata cara dan gambar brosur yang disiapkan :

1. Merancang brosur yang akan digunakan dan memesannya di pusat printing atau percetakan

Brosur 1



Gambar. 4.1 Brosur *wifi.id* 1
 Sumber : PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Jember tahun 2015

Brosur 2

No.	Paket Spincard	Durasi
1	Rp 5.000,-	1 Hari
2	Rp 10.000,-	3 Hari
3	Rp 50.000,-	1 Bulan
4	Rp 99.000,-	3 Bulan

Tabel 4.1 Tarif *wifi.id* pada *spincard* PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember
 Sumber. PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember tahun 2015

2. Menempel brosur kedua ke brosur pertama, hasilnya menjadi seperti di bawah ini



No.	Paket Spincard	Durasi
1	Rp 5.000,-	1 Hari
2	Rp 10.000,-	3 Hari
3	Rp 50.000,-	1 Bulan
4	Rp 99.000,-	3 Bulan

Gambar. 4.2 Hasil jadi brosur wifi.id corner setelah ditempel
Sumber. PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember tahun 2015

Setelah brosur selesai langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengunjungi lokasi yang akan diadakan sosialisasi. Sesampainya di lokasi petugas harus meminta ijin kepada pengelola tempat yang dikunjungi. Contohnya apabila sosialisasi di lakukan di sekolah-sekolah, maka ijin dari kepala sekolah sangat penting untuk dimiliki, begitu pula bila sosialisasi akan dilakukan di tempat umum maka ijin dari petugas keamanan atau Satpol PP (Satuan polisi Pamong Praja) sangat diperlukan.

Dalam sosialisasi hal-hal yang harus dilakukan oleh petugas WIFI.ID CORNER adalah sebagai berikut :

1. Mengucapkan salam
2. Mengenalkan diri, nama dan dari instansi apa, dalam hal ini instansinya adalah PT. Telkom Indonesia Tbk.
3. Mengenalkan produk yang diberi nama Spincard dan memberikan brosurnya.
4. Memberitahukan bagaimana langkah-langkah penggunaan Spincard. Spincard atau speedy instant card adalah kartu perdana yang digunakan untuk berlangganan layanan speedy Instan. Speedy Instan Card berisi nilai tertentu (deposit pulsa) yang bisa digunakan untuk layanan akses *broadband internet*. Spincard dapat di dapatkan di outlet – outlet *wifi corner* dan instansi yang menggunakan akses *Wifi.id*



Gambar 4.3 Contoh Spincard (Speedy Instan Card)
Sumber. PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember tahun 2015

Langkah-langkah menggunakan Spincard adalah sebagai berikut :

Cara akses @wifi.id melalui *android* :

1. Pada layar utama masuk ke menu setting, pilih *wireless* dan *network*.
2. Pada halaman *wireless* dan *network*, pilih *Wi-Fi*.
3. Pada halaman *Wi-Fi setting* aktifkan *service Wi-Fi*, setelah itu akan muncul pilhan *Wi-Fi network*
4. Pilih *Wi-Fi network @wifi.id* kemudian, klik tombol *Connect*.
5. Buka *internet browser* dan lakukan *browsing* ke salah satu *URL* sembarang. Setelah itu muncul *welcome page Indonesia WiFi*, masukkan *username* dan *password* dan klik tombol *LOGIN*.

Cara akses @wifi.id melalui *iOS* : *Ipad* atau *Iphone*

1. Pada layar utama masuk ke pilihan *setting*, pilih *wireless* dan *network*
2. Pada pilihan *Wi-Fi*, pilih *SSID @wifi.id*
3. Buka *internet browser* dan lakukan *browsing* ke lasah satu *URL* sembarang. Setelah itu kan muncul *welcome page Indonesia WiFi*, masukkan *username* dan *password* dan klik tombol *LOGIN*.

Cara akses @wifi.id melalui *Blackberry* :

1. Pada layar utama masuk ke pilihan *Manage Connections*, aktifkan *Wi-Fi* dengan mencetangnya.
2. Kemudian pilih *Wi-Fi Network*.
3. Pilih *@wifi.id*, setealah status *Wi-Fi Saved Network @wifi.id*, maka koneksi ke *@wifi.id* berhasil.

4. Buka *internetbrowser* dan lakukan *browsing* ke salah satu *URL* sembarang, setelah itu akan muncul telkom *page* Indonesia *WiFi*, masukkan *username* dan *password* dan klik tombol *LOGIN*.

Cara akses @wifi.id melalui *OS Windows* :

1. Pada *Taksbar* di layar utama, pilih *Connection*.
2. Klik kanan *Wi-Fi network @wifi.id* dan klik pilhan *connect*. Tunggu sampai terhubung dengan @wifi.id.
3. Buka *internet browser* dan lakukan *browsing* ke salah satu *URL* sembarang, setelah itu akan muncul *welcome page* Indonesia *WiFi*, masukkan *username* dan *password* dan klik tombol *LOGIN*.

4.3 Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet di WIFL.ID CORNER Melalui Pesan Singkat (khusus pengguna Telkomsel)

Mengakses Internet dengan melalui pesan singkat bagi pengguna Telkomsel adalah layanan tambahan yang memanfaatkan jaringan *Wi-Fi* sebagai jaringan seluler tambahan / pendukung untuk layanan data. Tujuan dari *Wi-Fi* ini adalah untuk memberikan pengalaman ber-internetan yang lebih nyaman kepada pelanggan. Layanan ini dapat digunakan bagi pelanggan Telkomsel yang menggunakan perangkat yang memiliki fitur *Wi-Fi* dan berada di dalam WIFL.ID CORNER juga harus mengaktifkan fitur *Wi-Fi* pada perangkatnya. Kecepatan maksimum layanan *Wi-Fi* di WIFL.ID CORNER ini adalah 100 Mbps dan kecepatan layanan data melalui jaringan yang ada di WIFL.ID CORNER ini lebih stabil dari kecepatan data di jaringan GSM.



Gambar.4.4 *Wifi.id Flash*

Sumber. PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Langkah awal yang dilakukan adalah sama dengan cara akses internet menggunakan Spincard dan diakhiri dengan berpamitan untuk mengakhiri obrolan mengenai sosialisasi tersebut yang berbeda hanyalah cara akses internetnya.

Langkah – langkah menggunakan *wifi.id* sengan Telkomsel adalah :

1. CALL *303*601# atau Ketik NET <spasi> 5000 kirim 8108
2. Pelanggan Telkomsel harus memasukan *userID* dan *password* ke dalam *welcome page WiFi*. Pelanggan yang tidak terdaftar sebagai pelanggan Telkomsel tidak dapat menggunakan layanan ini.
3. Pelanggan yang berhasil login di *welcome page Wifi.id* akan mendapatkan akses sesuai pulsa yang dibayarkan.

4.4 Melayani Pembelian Spincard

Proses pelayanan pembelian Spincard ini dilakukan di konter-konter yang ada pada WIFI.ID CORNER seperti yang ada pada WIFI.ID CORNER di Jalan Kartini dekat alun-alun Kota Jember. Spincard yang disediakan adalah Spincard dengan berbagai tarif dan jangka waktu atau durasi yang berbeda mulai dari hitungan jam hingga bulan.

No.	Paket Spincard	Durasi
1	Rp 5.000,-	1 Hari
2	Rp 10.000,-	3 Hari
3	Rp 50.000,-	1 Bulan
4	Rp 99.000,-	3 Bulan

Tabel 4.2 Tabel *wifi.id* pada *spincard* PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember
Sumber. PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember

Sosialisasi dan Pelayanan Pembelian Produk Spincard ini dilakukan oleh petugas WIFI.ID CORNER yang berciri-ciri :

1. Menggunakan seragam berupa kaos berkerah dengan warna merah dan putih disertai tulisan Telkom Indonesia di bagian belakang, petugas haruslah rapi, bersih serta bersepatu.
2. Menyertakan tanda pengenal yang ditempel di pakaian yang dikenakan.
3. Bersikap sopan santun dan selalu tersenyum.
4. Mampu menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan dengan baik
5. Mengucapkan salam diawal dan diakhir perbincangan.

4.5 Melayani Komplain dari Pengguna WIFI.ID CORNER

Pelayanan di WIFI.ID CORNER dilakukan dengan berhadapan langsung dengan pelanggan, jadi pastilah akan ada sedikit komplain yang di keluhkan oleh para pelanggan. Di WIFI.ID CORNER ini, hal yang terkadang dikeluhkan oleh para pengguna adalah tidak dapat mengakses internet. Jika hal tersebut terjadi yang dilakukan oleh petugas adalah menanggapi komplain tersebut dan mengkomunikasikannya dengan petugas WIFI.ID CORNER yang ada di lokasi lain. Apabila gangguan tersebut terjadi hanya di satu lokasi maka petugas harus

menghubungi teknisi untuk datang dan memperbaiki masalah yang terjadi, namun bila gangguan yang terjadi adalah gangguan masal maka petugas harus melaporkan kepada kantor PT. Telkom dan memberikan pengertian kepada pengguna untuk menunggu hingga akses internet dapat berjalan lagi.



BAB V. KESIMPULAN

Praktek Kerja Nyata (PKN) pada PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember, memberi pengetahuan dan pengalaman tentang bagaimana melakukan kegiatan pelayanan terhadap pelanggan secara langsung. Dengan diadakannya Praktek Kerja Nyata yang berhubungan dengan kegiatan pelayanan pengguna WIFI.ID CORNER di PT. Telkom Indonesia Tbk. Witel Jember ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelayanan yang dilakukan PT. Telkom Indonesia Tbk Kabupaten Jember terhadap pengguna WIFI.ID CORNER meliputi : penyediaan tempat yang nyaman, melakukan sosialisasi, melayani pembelian spincard dan melayani komplain dari para pengguna.
2. Menyediakan Tempat yang Nyaman untuk Pelanggan mengakses Internet di WIFI.ID CORNER. Tempat yang nyaman dan fasilitas yang lengkap akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, jika pelanggan loyal maka mereka akan datang terus menerus untuk mengakses internet di WIFI.ID CORNER.
3. Melakukan Sosialisasi Cara Akses Internet dengan menggunakan Spincard dan SMS. Cara mengakses layanan Internet di WIFI.ID CORNER dapat dilakukan dengan menggunakan Spincard yang dapat dibeli di konter yang ada di WIFI.ID CORNER dan mengaksesnya menggunakan *blackberry*, *iOS Iphone* atau *Ipad*, *android*, *windows* dan untuk pelanggan Telkomsel cukup dengan mengetik SMS Ketik NET <spasi> 5000 kirim 8108.
4. Melayani Pembelian Spincard. Spincard yang merupakan cara paling mudah untuk mengakses Internet di WIFI.ID CORNER sangat dicari keberadaannya oleh setiap pelanggan yang ada di WIFI.ID CORNER, oleh karena itu disetiap WIFI.ID CORNER pastilah akan ada petugas yang

menjual Spincard yang merupakan salah satu pendapatan dari WIFI.ID CORNER.

5. Melayani Komplain dari Pengguna WIFI.ID CORNER. Kegiatan pelayanan di WIFI.ID CORNER ini merupakan pelayanan yang langsung berhadapan dengan pelanggan, maka petugas haruslah siap menerima semua komplain yang diajukan oleh pelanggan dengan sepenuh hati.



DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Amstrong Gary. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT Preindo.

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

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

Kotler, Philip dan Amstrong Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip pemasaran*(terjemah Bob Sabran, MM). Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Swastha, basu 2006. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Kesepuluh. Yogyakarta : Lyberty.

Assauri, Sofyan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip & Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.

Kotler Philip. 1994. *Marketing Management : Analysis Planning, Implementation and Control*, International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.

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

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

Sumber Internet :

PT. Telkom Indonesia Tbk. . 2011. *Seputar Plasa Telkom Jember* . <http://plasatelkomjember-ansori.blogspot.com/2011/11seputar-tentang-plasa-telkom-jember.html> [03/04/2015]

PT. Telkom Indonesia Tbk. 2014. *Telkom Hadirkan WiFi Corner Ngebut 100 Mbps*. <http://www.telkom.co.id/telkom-hadirkan-wifi-corner-ngebut-100-mbps-dihadirkan-untuk-kebutuhan-masyarakat-atas-akses-data-kecepatan-tinggi.html> [03/04/2015]

Lampiran 1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
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 : anissa noeraini
 N I M : 120803101033
 Fakultas : Ekonomi
 Jurusan : Manajemen
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :

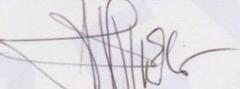
PROSEDUR PELAKSANAAN PROSES PENGANGKATAN PENEMPATAN DAN PENILAIAN KARYAWAN BERDASARKAN KINERJANYA PADA PT. TELKOM INDONESIA TBK. KAB. JEMBER

(Revisi)
 Pelaksanaan Kegiatan Pelayanan Pengguna WiFi Corner PT. Telkom Tbk Kabupaten Jember

Dosen pembimbing :

Nama	N I P	Tanda Tangan
Drs. IKM. Dwipayana, M.S.	19511231 197903 1 017	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 23 Februari 2015 s.d. 23 Agustus 2015. 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, 23 Februari 2015
 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).

Lampiran 2



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 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 : anissa noeraini
 NIM : 120803101033
 Program Studi : Manajemen Perusahaan
 Judul Laporan PKN : PROSEDUR PELAKSANAAN PROSES PENGANGKATAN PENEMPATAN DAN PENILAIAN KARYAWAN BERDASARKAN KINERJANYA PADA PT. TELKOM INDONESIA TBK. KAB. JEMBER

Dosen Pembimbing : Drs. IKM. Dwipayana, M.S.
 TMT_Persetujuan : 23 Februari 2015 s/d 23 Agustus 2015
 Perpanjangan : 23 Agustus 2015 s/d 23 Oktober 2015

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	25/2 2015	Konsultasi perbaikan judul PKN.	1.
2.			2.
3.	1/4 2015	Perbaikan format ketikan.	3.
4.		mulai BAB I s.d BAB IV	4.
5.	2/4 2015	Konsultasi: revisi bab V.	5.
6.	1/4	Revisi ketikan, susun urut kegiatan pelayanan dan	6.
7.			7.
8.	8/4 2015	Konsultasi: perbaikan bab V: 100 dipantulkan untuk diuji.	8.
9.			9.
10.			10.
11.			11.
12.			12.
13.			13.
14.			14.
15.			15.

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

Mengetahui,
 Ketua Program Studi

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

Jember, 8-4-2015
 Dosen Pembimbing

Drs. IKM. Dwipayana, M.S.
 NIP. 19511231 197903 1 017

Lampiran 3



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI

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

Nomor : 9243/UN.25.1.4/PM/2014 29 Desember 2014
Lampiran : Satu Bendel
Hal : **Permohonan Tempat PKN**

Yth. Pimpinan PT. Telkom Indonesia Kabupaten Jember
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 berharap 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.	Arista Dwi Nur Hariyanti	120803101004	D3 - Manaj. Perusahaan
2	Yuris Tiaravani	120803101006	D3 - Manaj. Perusahaan
3	Anissa Noeraini	120803101033	D3 - Manaj. Perusahaan
4	Btari Calexa	120803101059	D3 - Manaj. Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : Februari - Maret 2015

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

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

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

Lampiran 4

SURAT PERNYATAAN KEGIATAN MAGANG

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ANISSA NOERAINI
Nama Asal sekolah/Universitas : Universitas Jember
Alamat Rumah : JL. PB. SUDIRMAN II/27
Tempat Pemagang : UNIT CUSTOMER SERVICE SUB UNIT HOME
SERVICE WITEL JATIM TIMUR (JEMBER)
Lama Pemagangan : Sejak tanggal 16 Februari 2015 – 16 Maret 2015

Dengan ini menyatakan bahwa saya akan menjaga kerahasiaan dan tidak akan :

1. Menyalahgunakan setiap informasi – informasi / data tentang PT. TELKOM yang saya dapatkan dalam kaitanya dengan praktek kerja ini baik langsung maupun tidak langsung dalam arti yang seluas – luasnya yang kami peroleh / ketahui sehubungan dengan hubungan kerja kami dengan PT. TELKOM selaku kerja praktek / peneliti yang berdasarkan peraturan Pasar Modal dan atau keputusan Investor.
2. Saya akan mematuhi seluruh ketentuan perundang – undangan yang berlaku di bidang Pasar Modal baik dalam negeri maupun di luar negeri sehubungan dengan kerja kami selaku kerja praktek / magang / penelitian dengan PT. TELKOM sebagai perusahaan yang telah “Go Public”.
3. Saya menyadari, bahwa pelanggaran terhadap hal – hal tersebut di atas mempunyai akibat hukum baik berupa hukuman administrative / denda maupun hukuman badan sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku, baik di dalam maupun di luar negeri.

Demikian pernyataan ini di buat dalam keadaan sehat dan waras serta bersedia untuk mempertanggung jawabkan sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Jember , 16 Pebruari 2015

Mengetahui :
JUNIOR MANAGER HR WITEL
JATIM TIMUR JEMBER


HENU USMANTO

NIK : 612263

Yang Membuat Pernyataan



Lampiran 6

SURAT KETERANGAN

NO.TEL.16/PD200/WTL-5H520000/2015

Berdasarkan kegiatan magang (Kerja Lapangan) yang dimulai tanggal 16 Februari 2015 dan berakhir tanggal 16 Maret 2015, pada Unit Customer Service Witel Jatim Timur (Jember) PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk oleh Mahasiswi :

Nama : ANISSA NOERAINI
Nomor Induk : 120803101033
Jurusan : Manajemen
Nama Institusi : Universitas Jember (UNEJ).

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, 16 Maret 2015.

DEDDY SUHENDRY
Pgs.Mgr. HR,CDC & SAS

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



Lampiran 7



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
Jember 68121

Nomor : /UN25.1.4/KR/2015
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : **Permohonan Nilai PKN**

Yth. Pimpinan
PT. TELKOM INDONESIA TBK. KAB JEMBER

Sehubungan telah dilaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) Mahasiswa Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi 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 Universitas Jember dalam amplop tertutup setelah berakhirnya pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Demikian atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.



Dekan,
Fakultas Dekan I

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

Lampiran 8



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
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	91	
2.	Ketertiban	90	
3.	Prestasi Kerja	92	
4.	Kesopanan	90	
5.	Tanggung Jawab	90	

IDENTITAS MAHASISWA :

Nama : Anissa Noeraini
 N I M : 120803101033
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

IDENTITAS PEMBERI NILAI :

Nama : *Widha Dharma*
 Jabatan : *Asisten Home Service*
 Institusi : PT. TELKOM INDONESIA TBK. KAB. 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 9

