

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA UNIT PEMASARAN
WIFI BASIC DIVISI DIGITAL SERVICE AND WIFI DI WITEL
JAKARTA TIMUR**

**WAHYU TANTIANA
1702517054**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu
persyaratan Mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

**PRACTICAL WORKING REPORT OF UNIT MARKETING WIFI BASIC
ON DIVISION DIGITAL SERVICE AND WIFI AT WITEL JAKARTA
TIMUR**

**WAHYU TANTIANA
1702517054**



**This Practical Working Report Arranged to Meet One of Requirements to
Get the Title of The Experts Associate at Faculty of Economics State
Universitas Negeri Jakarta.**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

LEMBAR EKSEKUTIF

Wahyu Tantina 1702517054. Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. Telekomunikasi Indonesia. WITEL Jakarta Timur. Unit Pemasaran Wifi Basic Divisi Digital Service and Wifi. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini ditulis untuk menginformasikan terkait kegiatan praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan. Pada kesempatan ini praktikan bergabung dalam Divisi *Digital Service and Wifi* (DSW) Unit Pemasaran *Wifi Basic* di WITEL Jakarta Timur. Dalam menjalani Praktik Kerja Lapangan ini praktikan melaksanakan PKL dengan kurun waktu 40 hari kerja, terhitung sejak tanggal 1 Agustus 2019 hingga 25 September 2019.

Dalam menjalani masa praktik kerja lapangan ini praktikan memiliki tujuan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja yang belum didapatkan pada saat perkuliahan. Pada kesempatan ini praktikan ditugaskan untuk melakukan promosi produk diantaranya yaitu mensosialisasikan *voucher* wifi.id di wilayah yang terintegrasi sinyal wifi.id dan menawarkan kepada pelanggan yang memiliki jaringan telepon *fiber optic* yang terhubung untuk menggunakan *voucher* wifi.id

Kata Kunci: Promosi produk, sosialisasi, penawaran

EXECUTIVE SUMMARY

Wahyu Tantiana 1702517054. Practical Working Report at PT. Indonesian Telecommunications. WITEL East Jakarta. Wifi Basic Marketing Unit Digital Service and Wifi Division. Study Program in DIII Marketing Management. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This report was written to inform practitioner during implement the Field Work Report. On this occasion, practitioner joining the Digital Service and Wifi (DSW) Division of the Wifi Basic Marketing Unit at WITEL East Jakarta. Practitioner in undergoing this Practical Working Report carry out street vendors with a period of 40 working days, started from 1 August 2019 until 25 September 2019.

Practitioner in undergoing the period of this Practical working report has a goal. The goal is to get experience and insight about real work that has not been obtained during lectures. On this occasion, practitioner was assigned to promoting the product as namely socializing wifi.id vouchers in areas that integrated wifi.id signals and offering customers who have a fiber optic telephone network connected to use wifi.id voucher.

Keywords: the promotion of product, socialization, offers

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Laporan Praktik Kerja Lapangan

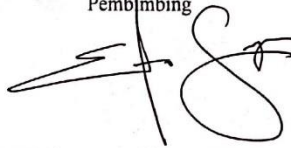
Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Divisi *Digital Support and Wifi* Unit *Wifi Basic* di WITEL Jakarta Timur

Nama Praktikan : Wahyu Tantiana

Nomor Registrasi : 1702517054

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui,
Pembimbing



M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
NIP. 197201252002121002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran



Dra. Sholikhah, M.M
NIP. 1962006231990032001

Seminar Pada Tanggal: 10 Januari 2020

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DII Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah, M.M
NIP.1962006231990032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP.196301191992032001



30 Januari 2020

Penguji Ahli

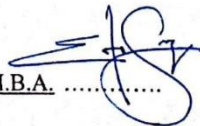
Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP. 198404082019031003



24 Januari 2020

Dosen Pembimbing

M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
NIP. 197201252002121002



5 Februari 2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt. yang maha pengasih lagi maha penyayang. Atas berkat rahmat dan hidayahnya praktikan dapat menjalani PKL sehingga berjalan dengan baik sesuai dengan kurun waktu yang telah ditentukan. Dalam kesempatan ini praktikan ingin berterima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan sehingga praktikan mampu untuk menyelesaikan PKL serta praktikan juga berterima kasih atas dukungan dari kedua orang tua yang selalu mendukung praktikan selama menjalani PKL. Selain itu praktikan juga ingin berterima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, MM selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. M. Edo S Siregar, SE, MBA, selaku dosen pembimbing laporan praktik kerja lapangan.
4. Inda Irawati, S.Kom selaku *Assistant Manager Service Wifi* sekaligus pembimbing praktik kerja lapangan.
5. Ayu Rahayu selaku *Manager Digital Service and Wifi*
6. Seluruh staf karyawan yang tergabung di WITEL Jakarta Timur *Unit Digital Service and Wifi*.

Demikian ucapan terimakasih praktikan kepada seluruh pihak yang terlibat. Praktikan menyadari masih adanya kekurangan dalam penulisan laporan praktik kerja lapangan ini. Oleh karena itu, praktikan membutuhkan saran untuk perbaikan laporan praktik kerja lapangan yang telah praktikan buat.

Jakarta, 10 Januari 2020

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	2
C. Kegunaan PKL.....	3
D. Tempat PKL	4
E. Jadwal Pelaksanaan PKL.....	4
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	6
A. Sejarah Perusahaan	6
B. Struktur Organisasi	9
C. Kegiatan Umum Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN PKL.....	21
A. Bidang Kerja.....	21
B. Pelaksanaan Kerja	21
C. Kendala yang Dihadapi	30
D. Cara Mengatasi Kendala	31
BAB IV PENUTUP.....	33
A. Kesimpulan.....	33
B. Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel II.1	Tarif Harga <i>Voucher</i> wifi.id	12

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar II.1	Logo Telkom	7
Gambar II.2	Logo Wifi.id	8
Gambar II.3	Struktur Organisasi DSW	10
Gambar II.4	Lokasi STO Cibubur	13
Gambar II.5	<i>Wifi Corner</i> Cibubur	13
Gambar II.6	Pembagian <i>Voucher</i> Wifi.id Dalam Rangka Hari Pelanggan	16
Gambar II.7	Sosialisasi di SMK Dharma Paramitha	17
Gambar II.8	Rekrutmen PT Telkom	18
Gambar II.9	<i>Voucher</i> Wifi.id	18
Gambar II.10	Cara Membeli <i>Voucher</i> wifi.id Melalui SMS	19
Gambar III.1	Kegiatan Menginformasikan Jaringan Telepon <i>Fiber Optic</i> Dan Menawarkan <i>Voucher</i> Wifi.id	23
Gambar III.2	<i>Flow Chart</i> Menawarkan <i>Voucher</i> Melalui Telepon	24
Gambar III.3	<i>Flow Chart</i> Menawarkan <i>Voucher</i> Melalui Sosialisasi	26
Gambar III.4	Proses Sosialisasi di SMAN 102 Jakarta	27

Gambar III.5	Pemberian <i>Voucher</i> wifi.id Gratis di SMK Dharma Paramitha Jakarta	28
Gambar III.6	Pemberian Hadiah di SMAN 39 Jakarta	29

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1	Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan	37
Lampiran 2	Surat Balasan dari Perusahaan	38
Lampiran 3	Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan	39
Lampiran 4	Penilaian Praktik Kerja Lapangan	42
Lampiran 5	Surat Keterangan Selesai Praktik Kerja Lapangan dari Perusahaan	43
Lampiran 6	Tabel Kegiatan Praktik Kerja Lapangan	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar yang berada di Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia berada di bawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Seiring perkembangan teknologi PT Telekomunikasi Indonesia memiliki banyak bidang usaha yang terus mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat memenuhi berbagai aspek kehidupan. Salah satu bidang usaha yang tersedia di PT Telkom adalah penyedia jaringan internet. Dari produk jaringan internet yang ditawarkan PT Telkom juga memiliki beberapa jenis jaringan internet yang masing-masing produk tersebut memiliki pangsa pasar dan spesifikasi produk yang berbeda, sehingga dapat menyesuaikan dengan keperluan serta kebutuhan masyarakat Indonesia. (Telkom, 2019)

PT Telkom memiliki beberapa produk jaringan internet. Yang pertama adalah speedy yang merupakan produk penyedia internet berbasis *non fiber optic*. Yang kedua adalah indihome yang merupakan produk penyedia internet yang berbasis *fiber optic*. Dan yang ketiga adalah wifi.id merupakan jaringan yang telah ada sejak tahun 2014. Wifi.id merupakan jaringan tanpa kabel *fiber optic* yang membuat jangkauan lebih luas dan koneksi internet yang lebih stabil. Wifi.id sendiri memiliki beberapa jenis yang salah satunya adalah *wifi basic*

yang terdapat dalam bagian Divisi *Digital Service and Wifi* (DSW) yang terdapat di Wilayah Usaha Telekomunikasi (WITEL) Jakarta Timur. (Telkom, 2019)

Dalam menunjang segala kegiatan kini jaringan internet sangat dibutuhkan, salah satunya adalah di bidang pendidikan. Universitas Negeri Jakarta sendiri merupakan salah satu perguruan tinggi yang terhubung dengan internet sebagai penunjang proses belajar mengajar. Universitas Negeri Jakarta juga memiliki prasyarat bagi mahasiswa/i untuk mendapatkan gelar Ahli Madya. Salah satunya adalah dengan mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari kerja. Hal tersebut bertujuan agar mahasiswa/i dapat mengimplementasikan teori pemasaran yang telah diajarkan diperkuliahan dan dapat mengetahui mengenai dunia kerja. Mahasiswa/i dibebaskan dalam memilih tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang sesuai dengan program studi. Pada kesempatan ini praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada unit *wifi basic* divisi *Digital Service Wifi* (DSW) yang terdapat di Wilayah Usaha Telekomunikasi (WITEL) Jakarta Timur. Pada proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) praktikan melakukan penawaran *wifi basic* terhadap pelanggan demi meningkatkan penjualan dan penggunaan *wifi.id*. Hal tersebut sesuai dengan Program Studi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Maksud dan Tujuan PKL

1. Maksud PKL

- a. Mengetahui jenis-jenis kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

- b. Memperoleh pengalaman kerja yang berkaitan dengan proses kegiatan bidang pemasaran pada *unit wifi basic* divisi *Digital Service and Wifi*.

2. Tujuan PKL

- a. Dapat mengetahui jenis-jenis komunikasi pemasaran yang diterapkan pada *unit wifi basic* divisi *Digital Service and Wifi*.
- b. Dapat mengetahui teknik telemarketing yang diterapkan *unit wifi basic* divisi *Digital Service and Wifi*.

C. Kegunaan PKL

1. Bagi praktikan

Dengan diselesaikannya PKL praktikan berharap mendapatkan wawasan, pengalaman, dan pengetahuan sehingga dapat memahami teori pemasaran secara langsung di dunia kerja.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Memperluas jaringan relasi antara pihak universitas dengan beragam perusahaan yang ada di Indonesia, salah satunya adalah WITEL Jakarta Timur.

3. Bagi Perusahaan

Terjalannya hubungan baik antara perusahaan dengan pihak universitas sebagai lembaga yang akan menghasilkan tenaga kerja yang handal dan berkompeten pada bidangnya.

D. Tempat PKL

Pada praktik kerja lapangan ini praktikan mendapatkan kesempatan untuk bekerja di:

Nama Perusahaan : WITEL Jakarta Timur

Tempat : Jl. DI. Panjaitan no. 42, RT. 12 RW. 05, Kelurahan Rawa Bunga, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta – 13350

No. Telepon : (021) 85908400

E. Jadwal Pelaksanaan PKL

Dalam pelaksanaannya PKL berlangsung selama empat puluh hari kerja terhitung sejak tanggal 1 Agustus 2019 hingga 25 September 2019. Dengan waktu kerja yang diselenggarakan pada hari Senin hingga Jumat mengikuti jam kantor. PKL tersebut dimulai pada pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Adapun terdapat tiga proses dalam PKL diantaranya:

1. Tahap persiapan PKL
 - a. Pada tanggal 22 Juli 2019 praktikan meminta surat rekomendasi PKL tingkat program studi yang di tandatangani oleh Dra, Sholikhah, M.M.

- b. Pada tanggal 23 Juli 2019 praktikan kembali meminta surat rekomendasi PKL dikarenakan adanya kesalahan.
2. Tahap pelaksanaan PKL
 - a. Pada tanggal 29 Juli 2019 praktikan menandatangani surat perjanjian dengan PT Telekomunikasi Indonesia (WITEL Jakarta Timur).
 - b. Pada tanggal 1 Agustus 2019 praktikan memulai PKL.
3. Tahap penulisan laporan

Praktikan mengumpulkan data yang diperlukan saat merancang dan membuat laporan PKL sejak 1 Agustus 2019 hingga selesai.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. berdiri sejak tanggal 23 Oktober 1985. Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel, 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 *IT enabler, e-commerce* dan layanan portal lainnya. (Telkom, 2019)

Visi “*Be the King of Digital in the Region*” merupakan visi Telkom dengan sasaran untuk menjadi salah satu dari 10 perusahaan Asia Pasifik dengan kapitalisasi pasar terbesar di industri telekomunikasi pada tahun 2020. Untuk mewujudkan visi tersebut, terdapat 3 program utama yang dijalankan selama tahun 2018, yaitu *Delivering Best Customer Experience, Expanding Digital Business dan Intensifying Smart Inorganic*. (Telkom, 2019)

Misi Telkom adalah “*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*”, Telkom menjadi pelopor inovasi di Indonesia untuk menjadi pemain global terkemuka. Telkom berperan aktif dalam pengembangan ekosistem digital yang mendorong berbagai inovasi dan meningkatkan daya saing industri digital di Indonesia. (Telkom, 2019)



Gambar II.1
Logo Telkom

Sumber: <https://tumpi.id/sejarah-perubahan-logo-telkom-indonesia/> (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

Telkom menyadari pentingnya membangun “*Great People*” dengan budaya digital sebagai bagian dari transformasi perusahaan. *The Telkom Way*, sistem nilai yang diformulasikan sebagai *Philosophy to be the best, principles to be the star and practices to be the winner*. Budaya ini memberikan semangat untuk senantiasa memberikan yang terbaik, mengerahkan kemampuan secara total, antusias, dan berintegritas. Setiap *Great People* Telkom didorong membangun sinergi untuk tujuan bersama, memiliki inisiatif sikap melayani dan mencari cara-cara baru menyelesaikan setiap tantangan. Internalisasi budaya perusahaan dilakukan *top down* langsung oleh CEO Telkom Group sebagai teladan utama dan setiap pemimpin ditunjuk untuk menjadi contoh penerapan prinsip-prinsip tersebut. (Telkom, 2019)

Dengan adanya bantuan dari 1600 *Culture Agent* (CA) yang mengumpulkan inisiasi aktivitas budaya di unit terkait, melalui Komunitas Provokasi Aktivasi Budaya (KIPAS Budaya). Maka setiap tahun KIPAS Budaya memiliki acara puncak dengan terpilihnya aktivasi budaya yang paling berdampak termasuk *Great People* yang menjadi tokoh panutan di “*Finding the Telkom Group culture heroes*”. (Telkom, 2019)

Telkom memperoleh beragam penghargaan, salah satunya adalah PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dinobatkan sebagai *Best Company to Work for In Asia* 2019. Telkom mampu mempertahankan penghargaan ini selama 3 tahun. Selain itu Telkom juga memperoleh penghargaan tingkat Internasional. Frost & Sullivan Asia-Pasifik menobatkan Telkom sebagai “2019 Indonesia *IoT Services Provider of the Year*”. (BUMN, 2019)



Gambar II.2

Logo Wifi.id

Sumber: <https://www.wifi.id/> (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

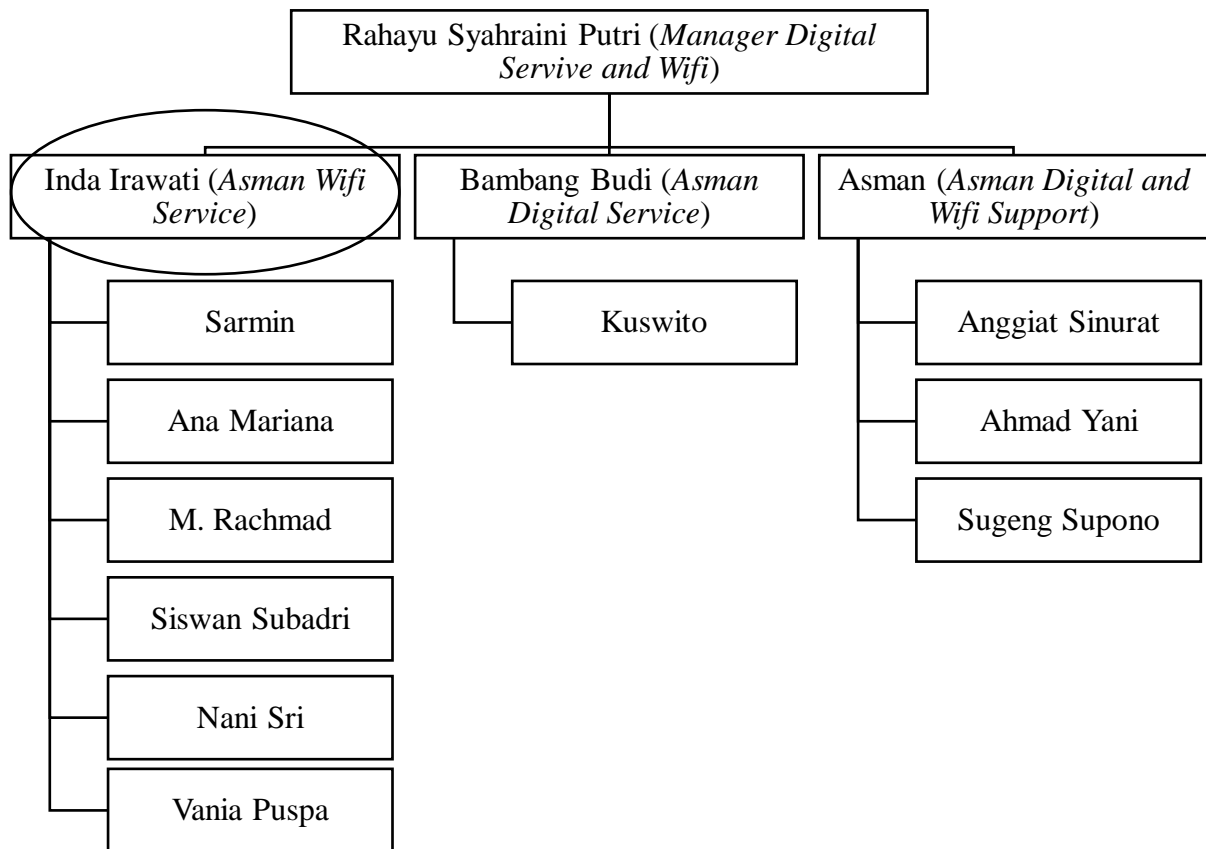
Salah satu produk dari PT. Telkom adalah wifi.id yang ada pada tahun 2014. Wifi.id menyediakan layanan publik, internet berbasis teknologi *wifi hotspot* dalam rangka mendukung program percepatan dan perluasan

pembangunan ekonomi Indonesia di bidang ICT yang telah dicanangkan oleh Pemerintah Republik Indonesia. Dengan memprioritaskan kepentingan klien, kami mencoba membangun kepercayaan dan keyakinan dengan memberikan fasilitas internet dengan kemampuan menjelajah super cepat hingga 100Mbps yang dapat di akses melalui perangkat *desktop*, *tablet*, dan *mobile*. (Telkom, 2019)

B. Struktur Organisasi

Dalam pengelolaan organisasinya, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk memiliki sebuah Dewan Komisaris yang terdiri dari satu ketua dan empat anggota serta sebuah Dewan Direksi yang beranggotakan satu orang Presiden Direktur atau CEO dan empat orang anggota Dewan Direksi lainnya yang memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda seperti Direktur Sumber Daya dan Bisnis Pendukung atau CIO, Direktur Bisnis Jaringan Telekomunikasi, Direktur Bisnis dan Jasa Telekomunikasi, dan Direktur Keuangan atau CFO.

Dalam gambar II.3 terdapat satu manajer pada divisi DSW. Untuk menunjang kegiatan di divisi ini terdapat tiga asisten manajer diantaranya *wifi service*, *digital service*, dan *digital and wifi support*. Pada unit *wifi service* terdapat enam staf, untuk bagian *digital service* terdapat satu *staff*, dan untuk bagian *digital and wifi support* terdapat tiga *staff*.



Gambar II.3

Struktur Organisasi DSW

Sumber: Data internal perusahaan

C. Kegiatan Umum Perusahaan

WITEL Jakarta Timur adalah bagian dari perusahaan Telkom yang bergerak di bidang jasa. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:76) dalam (Layantara, 2016), *marketing mix* adalah sebuah perlengkapan pemasaran yang terkendali terdiri dari *product, price, place and promotion*. Kemudian menurut Jain (2013:23) dalam (Layantara, 2016), tambahan 3P yaitu *people, process,*

and physical evidence. Penambahan 3P diperlukan karena pemasar lebih berorientasi kepada pelayanan pelanggan dan adanya dominasi ekonomi dalam sektor jasa. Kegiatan umum WITEL Jakarta Timur divisi *Digital Service and Wifi Unit wifi basic* yaitu:

1. *Product*

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2011:25) dalam (Layantara 2016), produk jasa terdiri dari produk inti yang menjawab kebutuhan primer para pelanggan dan serangkaian elemen tambahan yang secara bersamaan memperkuat nilai tambah produk yang membantu para pelanggan untuk menggunakan produk inti secara lebih efektif. Menurut praktikan *product* adalah barang maupun jasa yang dijual dan memberikan manfaat kepada konsumen serta dapat menunjang serta memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu produk yang ditawarkan oleh WITEL Jakarta Timur adalah layanan *wifi*. Layanan *wifi* terbagi menjadi 2 yaitu *indihome* dan *wifi.id*. *wifi.id* sendiri terbagi menjadi produk yaitu *wifi basic*, *wifi manage service*, *wifi seamles*, dan *wifi flashzone-seamless*.

Produk dari *wifi basic* sendiri adalah *voucher wifi.id* yang merupakan suatu layanan yang disediakan oleh Telkom untuk akses internet. Untuk menggunakan *wifi.id* perlu tersambung dengan tempat yang terjangkau *access point* *wifi.id*. Selain itu pelanggan juga dapat mengakses internet jika jaringan telepon yang digunakan sudah *fiber optic*. Hal tersebut membuat pelanggan tidak dikenai biaya bulanan tetapi untuk mengakses

pelanggan perlu menggunakan *voucher* atau pulsa yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dalam kurun waktu tertentu.

2. *Price*

Menurut Kotler (2009, hal. 62) dalam (Martjiono, Ricky, et al, 2016) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut praktikan *price* adalah nominal yang harus dibayarkan oleh pelanggan sebagai imbalan dari produk. Berikut adalah daftar tarif wifi.id:

Tabel II.1
Tarif Harga Voucher Wifi.id

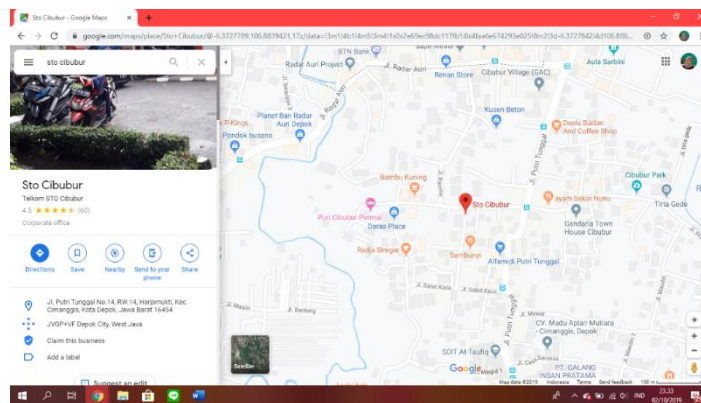
Jenis Paket	Kecepatan	Masa Berlaku	Harga
Paket 5.000	Up to 100mbps	2/4/6 jam tergantung dengan zona	Rp 5.000
Paket 20.000	Up to 100mbps	7 hari	Rp 20.000
Paket 50.000	Up to 100mbps	30 hari	Rp. 50.000

Sumber: <https://www.wifi.id/beli-paket> (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

3. *Place*

Menurut Assauri (2012:118) dalam (Layantara, 2016), tempat atau penyaluran adalah mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dari titik produksi ke konsumen. Menurut praktikan *place* adalah tempat yang digunakan oleh produsen untuk memasarkan produk yang dimiliki. Untuk mengakses wifi.id dapat dilakukan di beragam

tempat yang memiliki *access point*. *Access point* ini dapat ditemukan pada *wifi corner* yang berada di sekitar STO maupun yang tidak berada di sekitar STO diantaranya adalah sekolah-sekolah tertentu, dan tempat umum seperti *mall* dan lain sebagainya.



Gambar II.4
Lokasi STO Cibubur

Sumber: <https://goo.gl/maps/WCnTyVoSJocGYzFJ6> (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)



Gambar II.5
Wifi Corner Cibubur

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 4 September 2019)

4. *Promotion*

Menurut praktikan *promotion* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan serta meningkatkan volume penjualan sebuah produk. Dalam melakukan promosi perusahaan dapat menggunakan komunikasi pemasaran. Jenis komunikasi pemasaran terbagi menjadi 6 yaitu, iklan, penjualan personal, hubungan masyarakat, promosi penjualan, pemasaran interaktif, dan pemasaran langsung. Dalam (Morrisan, 2015). Berikut adalah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Wifi.id divisi DSW unit *wifi basic* :

a. Iklan

Menurut Morissan (2014:1) dalam (Ashri, 2017) Keberhasilan perusahaan dipengaruhi salah satunya oleh kemampuan iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Menurut lee dan Johnson (2011:3) dalam (Ashri, 2017) Iklan merupakan sebagai komunikasi komersil dan non personal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat missal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum. Wifi.id unit *wifi basic* divisi DSW tidak menggunakan iklan sebagai komunikasi pemasaran.

b. Penjualan personal

Menurut Alma (2013:185) dalam (Vialli, 2016) *personal selling* adalah satu-satunya cara dari *sales promotion* yang mampu menggugah

hati pembeli dengan segera, dan pada tempat dan waktu itu juga diharapkan konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli. Wifi.id unit *wifi basic* divisi DSW tidak menggunakan penjualan personal sebagai komunikasi pemasaran.

c. Hubungan masyarakat

Menurut Zulkarnain Nasution (2010:9-10) dalam (Purnomo, 2015) hubungan masyarakat didefinisikan sebagai kegiatan dan teknik atau cara yang digunakan oleh sebuah organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan aktivitasnya. Wifi.id unit *wifi basic* divisi DSW tidak menggunakan hubungan masyarakat sebagai komunikasi pemasaran.

d. Promosi penjualan

Menurut Swasta (2010) dalam (Magfur, 2018) promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya. Menurut Alma (2013:188) dalam (Vialli, 2016) tujuan dari promosi penjualan salah satu tujuan digunakan sales promotion ialah menarik para pembeli baru, meningkatkan daya pembelian ulang, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Wifi.id unit *wifi basic* divisi DSW tidak menggunakan promosi penjualan sebagai komunikasi pemasaran.

e. Pemasaran interaktif

Interactive atau Internet Marketing adalah bentuk komunikasi secara masal yang memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik yang membuat penggunanya dapat berpartisipasi dan memodifikasi bentuk dan isi informasi pada saat itu juga. Karena sifatnya yang interaktif, internet menjadi cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan konsumen (Ahmad, 2014: 24) dalam (Siregar, 2019). Pemasaran interaktif yang digunakan adalah media sosial seperti, *Facebook, Instagram, dan Twitter*. Di media sosial ini wifi.id kerap mengadakan kuis yang hadiahnya adalah *voucher* wifi.id yang dibagikan kepada pemenang yang beruntung. Selain itu media sosial juga memberitahukan informasi tertentu, informasi kegiatan wifi.id, dan kuis tertentu.

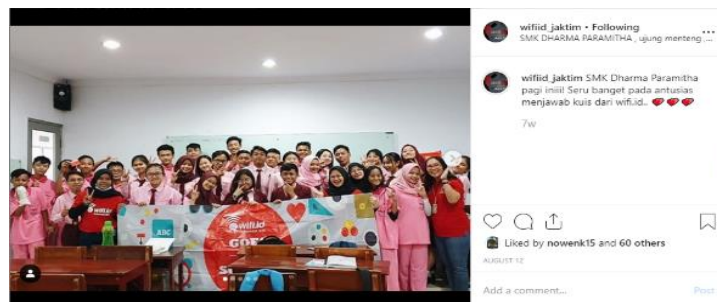


Gambar II.6

Pembagian voucher Wifi.id dalam rangka hari pelanggan
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/B1-BntkAZXo/> (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

f. Pemasaran langsung

Morrison (2010) dalam (Krusell, 2016) menjelaskan pemasaran langsung atau direct marketing adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan dan atau transaksi penjualan. Pemasaran langsung yang dilakukan adalah sosialisasi wifi.id dilakukan ke sekolah maupun instansi yang telah bekerja sama dengan wifi.id. Program ini dibuat dengan tujuan memperkenalkan wifi.id dan memberitahu cara penggunaan wifi.id.



Gambar II.7

Sosialisasi di SMK Dharma Paramitha

Sumber: <https://www.instagram.com/p/BIDUurqAthW/>
(Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

5. *People*

Menurut Rudelius (2011:311) dalam (Layantara, 2016) banyak pelayanan tergantung pada orang-orang untuk berkarya dan menyampaikan pengalaman dari pelanggan. Menurut praktikan *people* adalah sumber daya manusia yang akan dipekerjakan oleh perusahaan demi berjalannya suatu kegiatan usaha. Metode seperti rekrutmen, pelatihan, pemberian motivasi, dan penilaian kinerja karyawan dipakai untuk mencapai standar perusahaan

yang ditetapkan (Tjiptono,2014:43) dalam (Layantara, 2016). Maka dari itu, perusahaan harus menyeleksi calon karyawan yang mempunyai keahlian di bidang yang sedang dibutuhkan. Selain itu, calon karyawan juga harus mempunyai semangat yang tinggi, bertanggung jawab atas pekerjaannya, dan lain-lain. Untuk itu PT. Telkom memiliki kriteria tertentu dalam memilih calon karyawan.



Gambar II.8
Rekrutmen PT Telkom

Sumber: <https://rekrutmen.telkom.co.id> (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

6. *Process*

Menurut Assauri (2012:118) dalam (Layantara, 2016) orang menunjukkan peran dari karyawan dan pelanggan dalam proses pemasaran. Menurut praktikan *process* adalah segala kegiatan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen selama melakukan pembelian jasa. Untuk menggunakan *voucher* wifi.id diperlukan 2 cara yaitu:

- a. Membeli langsung *voucher* wifi.id di sekitar *wifi corner* ataupun tempat yang menyediakan *voucher* wifi.id



Gambar II.9
Voucher Wifi.id

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 16 Oktober 2019)

- b. Mengaktifkan paket melalui SMS, dalam hal ini proses pembayaran menggunakan pulsa. Untuk membeli *voucher* wifi.id hanya dapat menggunakan kartu SIM Telkomsel dan XL.



Gambar II.10
Cara membeli voucher wifi.id melalui SMS

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 16 Oktober 2019)

7. *Physical Evidence*

Menurut Oesman (2010:207) dalam (Layantara, 2016), bukti fisik merupakan lingkungan dimana jasa disampaikan dan tempat dimana perusahaan dan pelanggan berinteraksi dan komponen fisik, kinerja fasilitas dan komunikasi. Menurut praktikan *physical evidence* adalah kondisi yang ada termasuk juga suasana. Divisi DSW terletak di lantai 5 dari 8 lantai. Di ruangan ini cahaya matahari yang kurang masuk dibantu dengan

pencahayaannya lampunya hingga pencahayaannya termasuk baik. Untuk sirkulasi udaranya pun juga baik karena terdapat tanaman di dalamnya. Dan untuk ketenangan ruangan ini sangat tenang. Selain hal tersebut adanya televisi yang bisa ditonton dan alat bermain games yang menggunakan produk Indihome yang dapat digunakan saat jam istirahat.

BAB III

PELAKSANAAN PKL

A. Bidang Kerja

Dalam masa PKL yaitu selama 40 hari kerja, praktikan ditempatkan di divisi DSW pada bagian *wifi basic*. Pada pelaksanaan PKL ini praktikan berada di bawah bimbingan *assistant manager* divisi DSW. Praktikan difokuskan untuk menginformasikan dan menawarkan *voucher* wifi.id. Dalam menjalankan PKL praktikan mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Menginformasikan jaringan telepon yang berbasis *fiber optic* dan menawarkan *voucher* wifi.id.
2. Mensosialisasikan tentang *voucher* wifi.id.

B. Pelaksanaan Kerja

1. Menginformasikan jaringan telepon *fiber optic* dan menawarkan *voucher* wifi.id.

Telemarketing adalah salah satu strategi promosi pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi dan personal terlatih untuk mengambil sikap dalam aktivitas pemasaran yang sudah terencana di kelompok konsumen yang sudah ditargetkan (Subroto, 2011: 255) dalam (Krisnawati, 2015). Dalam hal ini praktikan diberikan data pelanggan telepon yang jaringan teleponnya telah berubah menjadi *fiber optic*. Karenanya

pelanggan dapat mengakses internet tanpa biaya bulanan. Hal ini merupakan salah satu dari bentuk pelayanan PT Telkom.

Berikut adalah hal yang dilakukan praktikan dalam melakukan *Telemarketing*:

- a. Melakukan panggilan berdasarkan data yang telah ada
- b. Mengetik nomor tujuan menggunakan telepon yang telah disediakan
- c. Memanggil
- d. Jika telepon diangkat maka informasikan mengenai migrasi *fiber optic*.
Jika telepon tidak diangkat maka hubungi kembali
- e. Tawarkan penggunaan *voucher* wifi.id secara gratis untuk percobaan
- f. Jika bersedia untuk menerima *voucher* maka mintalah untuk mencatat *username* dan *password*. Sedangkan jika tidak bersedia maka akhiri panggilan
- g. Akhiri panggilan

Berdasarkan gambar III.2 dapat dipaparkan proses *telemarketing* yaitu dimulai dengan melakukan panggilan. Data panggilan ini merupakan data milik perusahaan yang di dalamnya terdapat pelanggan yang telah menggunakan jaringan telepon Telkom. Kemudian praktikan melakukan panggilan berdasarkan urutan data yang ada. Setelah memanggil maka akan muncul dua kemungkinan kondisi.

Kondisi yang pertama adalah jika pelanggan mengangkat telepon maka praktikan akan menjelaskan tentang jaringan telepon pelanggan yang

telah dimigrasikan menjadi *fiber optic*. Oleh karena itu pelanggan dapat mengakses internet dengan memotong pulsa atau dengan membeli *voucher* wifi.id. Jika pelanggan tidak menggunakan akses internet maka tidak akan ada biaya apapun. Akses internet ini memiliki kecepatan 10mbps *unlimited*.

Setelah itu praktikan akan menawarkan untuk memberikan *voucher* gratis kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan jika pelanggan bersedia. Setelah itu jika pelanggan bersedia maka praktikan akan mendikte *username* dan *password* untuk mengakses internet dengan *voucher* wifi.id. Untuk mengakses internet pelanggan perlu mengaktifkan wifi pada *smartphone* kemudian sambungkan ke SSID *wifi.id@home* dan *login*. Untuk selanjutnya pelanggan dapat mengakses internet selama 6 jam gratis. Jika SSID tidak muncul pelanggan dapat menyimpan *username* dan *password* untuk dapat digunakan lain waktu. kemudian praktikan akan melaporkan pelanggan yang belum terintegrasi *fiber optic*. Sebelum panggilan diakhiri praktikan akan menanyakan apakah ada pertanyaan dari pelanggan. Jika tidak ada pertanyaan maka panggilan akan diakhiri begitu juga jika pelanggan tidak bersedia untuk menggunakan *voucher* gratis.

Kondisi yang kedua adalah jika pelanggan tidak mengangkat telepon maka praktikan akan melewati pelanggan tersebut. Hal ini dilakukan berulang jika nomor pelanggan yang dituju *ringing no answer* (RNA). Pelanggan yang dilewati akan dihubungi kembali lain hari.

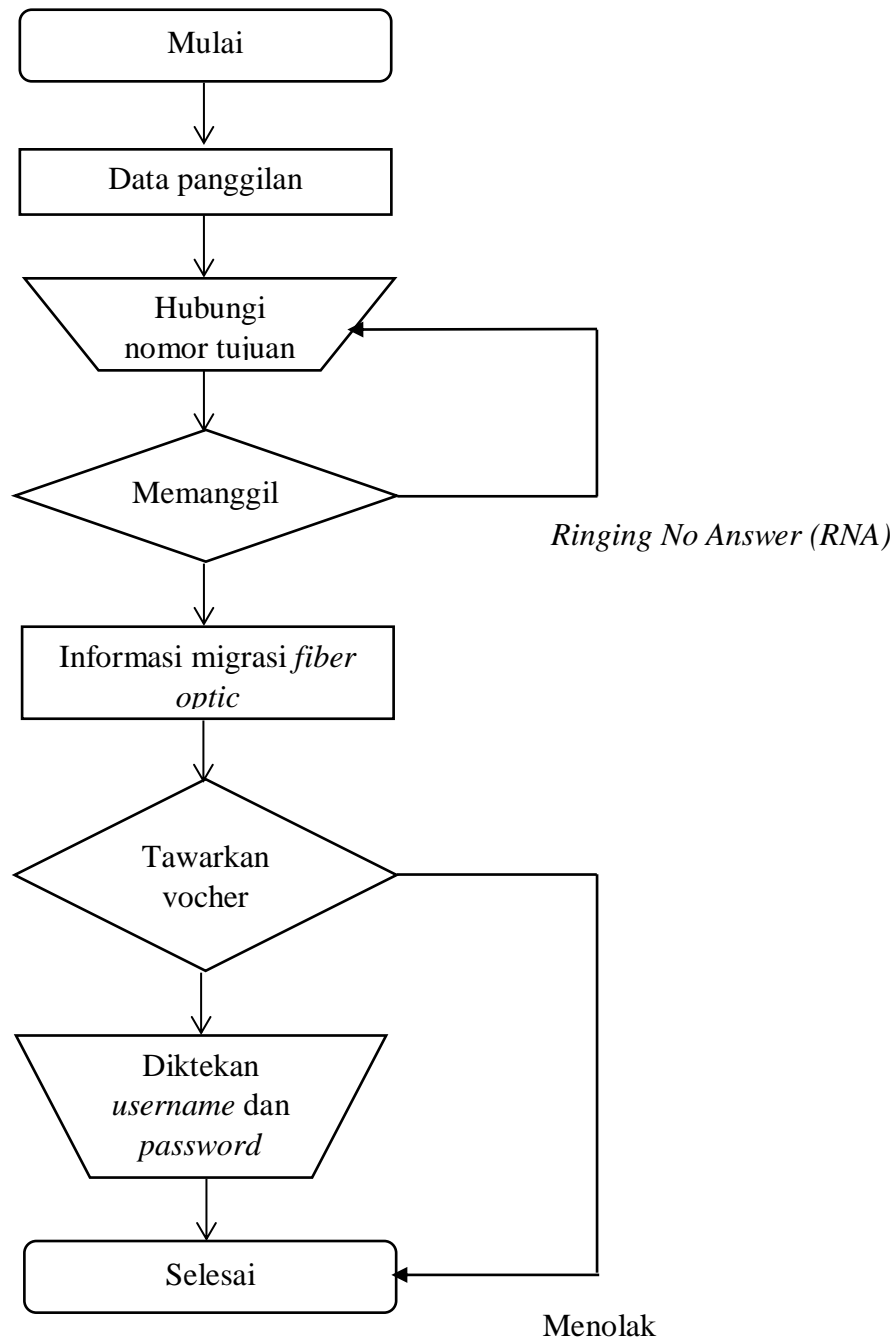


Gambar III.1

Kegiatan Menginformasikan jaringan telepon *fiber optic* dan menawarkan *voucher wifi.id*.

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 8 Agustus 2019)

Pada gambar III.1 merupakan kondisi saat praktikan melakukan panggilan dengan pelanggan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan hampir setiap harinya selama masa PKL berlangsung. Dalam menjalani kegiatan ini praktikan menggunakan telepon dan laptop kantor. Telepon dan laptop hanya dapat diperkenankan digunakan untuk menunjang kegiatan kantor.



Gambar III.2

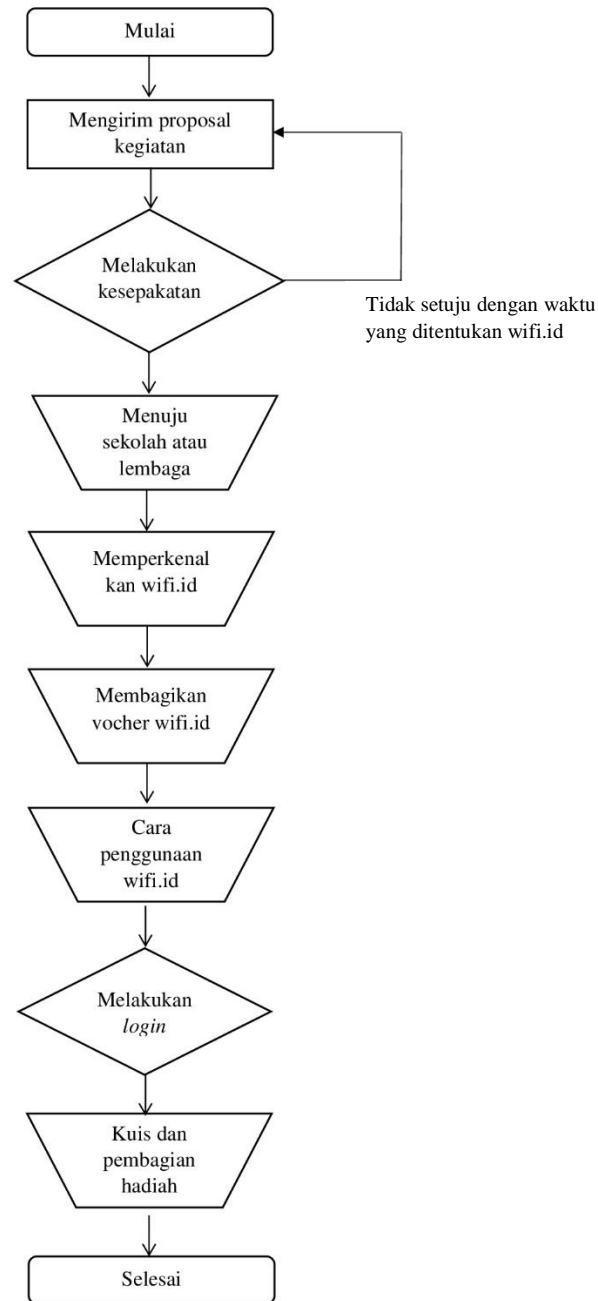
Flow Chart menawarkan voucher melalui telepon

Sumber: Diolah oleh praktikan pada tanggal 16 Oktober 2019

2. Mensosialisasikan tentang *voucher* wifi.id.

Pada kesempatan ini sosialisasi dilakukan di sekolah maupun instansi yang terdapat jaringan wifi.id. Wifi.id mensosialisasikan mengenai layanan internet wifi.id serta cara penggunaan terhadap *audience*. Berikut adalah tata cara untuk melakukan sosialisasi tentang wifi.id ke sekolah ataupun lembaga:

- a. Mengirim proposal kegiatan
- b. Melakukan kesepakatan dengan sekolah ataupun lembaga
- c. Menuju ke sekolah atau lembaga yang telah terintegrasi dengan wifi.id dan bersedia diadakannya sosialisasi di tempat tersebut.
- d. Memperkenalkan wifi.id kepada *audience* serta menyampaikan informasi seputar wifi.id
- e. Membagikan *voucher* wifi.id sebagai uji coba penggunaan
- f. Memberitahukan mengenai cara penggunaan *voucher* wifi.id
- g. Melakukan *login* bersama dengan *audience*
- h. Melakukan kuis dan pembagian hadiah. Kuis yang dilakukan sangat beragam tergantung dengan waktu sosialisasi yang diberikan oleh pihak sekolah atau lembaga.
- i. Mengakhiri acara sosialisasi



Gambar III.3

Flow Chart menawarkan voucher melalui sosialisasi

Sumber: Diolah oleh praktikan pada tanggal 16 Oktober 2019

Pada gambar III.3 merupakan alur dari sosialisasi yang dilakukan di sekolah maupun di instansi yang telah terintegrasi oleh jaringan wifi.id. Dalam sosialisasi ini praktikan hanya mengikuti proses sosialisasi, membagikan *voucher* gratis, membantu *audience* untuk *login*, dan membagikan hadiah. Selain itu kegiatan mengirim proposal dan melakukan kesepakatan dilakukan oleh karyawan.



Gambar III.4

Proses Sosialisasi di SMAN 102 Jakarta

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 2 Agustus 2019)

Pada gambar III.4 merupakan tahap pengenalan mengenai wifi.id. Pengenalan wifi.id ini dipaparkan langsung oleh karyawan dari WITEL Jakarta Timur. Pada saat ini karyawan wifi.id akan memberitahu mengenai cara penggunaan *voucher* wifi.id, cara berlangganan atau membeli *voucher* wifi.id, seputar tempat yang dapat untuk mengakses wifi.id, dan beberapa informasi yang terkait dengan wifi.id



Gambar III.5

Pemberian *Voucher* wifi.id gratis di SMK Dhama Paramihta Jakarta

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 12 Agustus 2019)

Pada gambar III.5 merupakan tahap pembagian *voucher* dan kartu kepada *audience*. Sebelum melakukan *login* ke SSID wifi.id. Pembagian *voucher* ini diiringi pembagian kartu untuk berlangganan wifi.id dengan menggunakan SMS. Setelah itu *audience* yang mendapatkan *voucher* gratis akan melakukan *login* bersama. Pada saat ini *audience* dapat gagal *login* jika tempat sosialisasi tidak terjangkau dengan *access point*.

Pada gambar III.6 merupakan sesi pembagian hadiah kepada *audience*. Jenis hadiah yang diberikan wifi.id sangat beragam, diantaranya adalah botol minum, jam dinding, coklat, payung, dsb. Hadiah ini akan diberikan kepada *audience* yang dapat mengikuti kuis. Beberapa bentuk kuis yang diadakan adalah menjawab pertanyaan dengan benar, bagi *audience* yang tercepat mengikuti akun media sosial yaitu Instagram wifi.id Jakarta Timur, dan bagi *audience* yang dapat melakukan *login* ke SSID wifi.id.



Gambar III.6

Pemberian Hadiah di SMAN 39 Jakarta

Sumber: Dokumen pribadi (Diambil pada tanggal 23 Agustus 2019)

C. Kendala yang Dihadapi

1. Pelanggan enggan berbicara ketika sedang ditelepon karena takut penipuan.
2. Durasi yang terbatas saat sosialisasi yang hanya 10-15 menit.

D. Cara Mengatasi Kendala

1. Berinisiatif untuk berbicara dengan tutur kata santun dan memberikan informasi secara jelas.

Definisi inisiatif menurut Indonesia, K. B. B. (2011) adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah, hambatan atau peluang dan mengambil tindakan untuk menjawab masalah atau peluang yang ada baik saat ini atau di masa yang akan datang. Dengan demikian, inisiatif dapat dilihat dalam konteks bertindak proaktif dan bukan sekedar berpikir tentang suatu tindakan yang harus diambil di masa yang akan datang.

Menurut Chaer dalam (Nisa, 2018) ada tiga yang perlu ditaati supaya tuturan menjadi santun. Yang pertama adalah formalitas, kaidah formalitas berkaitan dengan aturan berbahasa “jangan memaksa” atau “jangan angkuh”. Yang kedua adalah ketidaktegasan, berkaitan dengan saran bahwa hendaknya penutur memberikan kesempatan supaya mitra tutur dapat menentukan pilihan. Dan yang ketiga adalah persamaan atau kesekawanan, penutur dan mitra tutur bertindak seolah-olah sama dengan begitu membuat mitra tutur merasa senang.

Sukatman (2012) dalam (Mansyur, 2017) menjelaskan sejumlah aturan tutur dasar bahasa Indonesia yang perlu dipatuhi agar tuturan komunikasi terasa sopan. Aturan dasar yang dimaksud antara lain: sikap terbuka dan bersahabat, pertimbangan tabu bahasa, penggunaan bahasa ilmiah, penghalusan bahasa, penggunaan ungkapan normatif khusus,

pronomina secara tepat, pemilihan kata yang bernilai rasa lebih halus, dan penggunaan bahasa tubuh secara tepat.

2. Koordinasi dengan sekolah atau lembaga dalam hal penentuan waktu sehingga informasi dalam sosialisasi dapat disampaikan dengan jelas.

Menurut Thompson (Sukirno, 2016:227) dalam (Iswara, 2018) koordinasi adalah kemampuan untuk melakukan gerakan dengan berbagai tingkat kesulitan dengan cepat dan tepat serta efisien.

Menurut Marshall B. Romney, Paul John Steinbart (2014:3) dalam (Pratama, 2018) Informasi adalah data yang telah dikelola dan diproses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan.

Dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan informasi dapat dilihat berikut ini. Keterangan, pernyataan, gagasan, serta tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi serta komunikasi secara elektronik ataupun non-elektronik.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 40 hari pada PT Telkom yang berada di WITEL Jakarta Timur praktikan telah membuat beberapa kesimpulan. Berikut kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan:

1. Jenis komunikasi pemasaran pada divisi DSW adalah pemasaran interaktif dan pemasaran langsung. Pemasaran interaktif terjadi ketika menginformasikan jaringan telepon yang telah berubah menjadi *fiber optic* dan menawarkan untuk menggunakan *wifi.id*. Sedangkan pemasaran langsung terjadi ketika sosialisasi berlangsung.
2. Teknik *telemarketing* merupakan salah satu jenis strategi promosi pemasaran. Kegiatan ini dilakukan dengan media telepon. Dalam penggunaan teknik ini praktikan menelepon pelanggan kemudian memberikan informasi, menawarkan produk, dan memberikan kesempatan untuk pelanggan mengambil keputusan.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, praktikan bermaksud untuk memberikan saran. Yang bertujuan sebagai bahan pembelajaran dan masukan yang positif sehingga dapat

dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak yang terkait. Berikut saran yang diberikan antara lain:

1. Untuk Perusahaan

PT Telkom khususnya WITEL Jakarta Timur agar memperhatikan kondisi telepon yang digunakan. Hal ini mempengaruhi kenyamanan praktikan dalam menggunakannya.

2. Untuk Fakultas Ekonomi

Pihak fakultas dapat melakukan hubungan kerja sama dengan perusahaan sehingga memudahkan para mahasiswa/i untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashri, I., & Abdullah, A. (2017). *Analisis Iklan "Diskon Magic Bukalapak" Berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia*. *Eproceedings Of Management*, 4(1).
- BUMN. (2019) *Penghargaan Telkom*
<http://bumn.go.id/telkom/berita/kategori/34>. (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019).
- Hajat, Nurahma, dkk. (2012) *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,
- Indonesia, K. B. B. Jakarta. Republik Indonesia. (2011).
- Indonesia, P. R. Undang-undang Republik Indonesia nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik. (2008).
- Iswara, S., Marsiyem, M., & Sukirno, S. *Hubungan Koordinasi Mata Kaki Dan Kelentukan Togok Dengan Kemampuan Menggiring Bola Di Smp N 1 Indralaya Utara (Doctoral Dissertation, Sriwijaya University)*. (2018).
- Krisnawati, Ita Maryane. "Telemarketing sebagai Salah Satu Strategi Marketing PR." (2015).
- Krussell, J. G. H., & Paramita, E. L. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Alfamart*. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 27-42. (2016).
- Layantara, S. *Evaluasi Perkembangan BBQ Street Menggunakan Teori Marketing Mix 7P Terhadap Fenomena Food Truck di Surabaya*. *Performa*, 1(2), 242-250. (2016).

- Maghfur, M., Haryono, A. T., & Warso, M. M. *Effect Of Promotion, Price And Quality Products On The Improvement Of Sales Increasing Of East Chirpy Brand In Pt. Matahari Sakti Area Central Java*. *Journal Of Management*, 4(4). (2018).
- Mansyur, U. *Peranan Etika Tutur Bahasa Indonesia dalam Pembelajaran di Sekolah*. (2017).
- Morrisan, M. A. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana. (2015).
- Nisa, M. L., Nasucha, Y., & Hum, M. *Kesantunan Berbahasa Peserta Didik Terhadap Guru Menurut Leech Pada Proses Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Mtsn 9 Boyolali (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. (2018).
- Pratama, I. W., & Nurlela, I. *Sistem Informasi Akuntansi Asset Tetap Pada Cv. Bumi Waras Bandar Lampung*. *Jurnal Jusinta*, 1(1), 56-66. (2018).
- Purnomo, S. *Pengembangan Sasaran, Visi dan Misi Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan Berbasis Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Kependidikan*, 3(2), 52-69. (2015).
- PT. Telekomunikasi Indonesia, (2019) *Kebudayaan*.
https://rekrutmen.telkom.co.id/index.php?r=site/listSub&id=5reppm3pPDw_H85JK0VcJHTmEPaZBg3u4A2FSFV57dM. (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019).
- _____,(2019) *Sejarah telkom*.
https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html. (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019).
- _____,(2019) *Visi misi telkom.2019*.
https://rekrutmen.telkom.co.id/index.php?r=site/about&id=Vl_zEQ_twUEo66S5AStVMhZdSVtsuPsJiqbZhJMzzss. (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019).

Siregar, A. R. *Strategi Promosi Program Acara Indie Air Di Radio Zora 90.1 Fm Bandung*. Adi Rizaly Siregar; 146040055 (Doctoral Dissertation, Seni Musik). (2019).

Vialli, G. L., & Nellyaningsih, N. *Tinjauan Pelaksanaan Bauran Promosi Pt. Persib Bandung Bermartabat Pada Tahun 2017*. Eproceedings Of Applied Science, 4(2). (2018).

Wifi.id., (2019.) *Tentang wifi.id*.
<https://www.wifi.id/tentang>. (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

Lampiran 1: Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

Kampus Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun Muka RT.11/RW.14, Rawamangun,
Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Hal : Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan Mandiri

22 Juli 2019

Kepada Yth.
Human Resources CDC PT. Telkom Indonesia
Jl. DI. Panjaitan No.42, RT.12/RW.5,
Rw. Bunga, Jatinegara, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13350

Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Wahyu Tantina
Nomor Registrasi : 1702517054
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Jenjang : D3
No.Tlp/Hp : 08558306923

Untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah "Praktik Kerja Lapangan" pada tanggal 29 Juli 2019 sampai dengan tanggal 13 September 2019. Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Koordinator Program Studi
Manajemen Pemasaran

Dra. Solikhah, M.M
NIP. 196206231990032001

Lampiran 2: Surat Balasan dari Perusahaan

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

Jakarta, Juli 2019

Kepada Yth.

Pembantu Direktur Bidang Akademik
U.b Ketua Jurusan Management Pemasaran
Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun Muka
Jakarta-Timur

Perihal : Permohonan Praktek Kerja Lapangan(PKL)

Dengan hormat,

Menjawab surat Saudara No : 3567/UN39.12/KM/2019 tanggal 09 Juli 2019 perihal : Permohonan Praktek Kerja Lapangan atas nama :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Wahyu Tiantiana	1702517054	Manajemen Pemasaran

Sebagai wujud Corporate Social Responsibility (SCR) dan bentuk kepedulian PT TELKOM terhadap dunia pendidikan, kami bersedia menerima mahasiswa saudara untuk melaksanakan Praktek Kerja di Unit **Digital Service Wifi Witel Jakarta Timur** dan waktunya kami jadualkan mulai tanggal 01 Agustus s/d 25 September 2019

Ketentuan selama melaksanakan penelitian/ kerja praktek sebagai berikut :

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

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

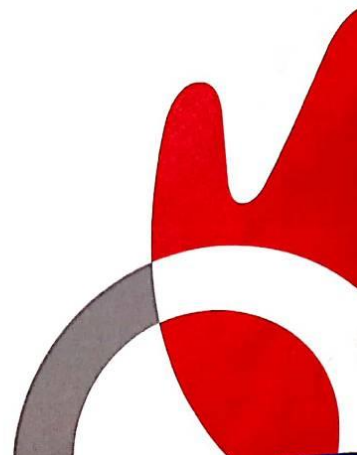
Hormat kami,



M U H I D I N
MGR HR AND CDC JAKARTA TIMUR
Tembusan :

Sdr. Mgr Digital Service Wifi Jakarta Timur
Sdr. Asman HR Development Jakarta Timur
Sdr. Asman Dgital & Wifi Support Jakarta Timur
Sdr. Asman Digital Srvice Jakarta Timur
Sdr. Asman Wifi Service Jakarta Timur

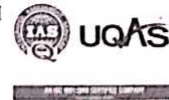
Kantor : Telkom Jakarta Timur
PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. T (021) 856 0000
Jl. D.I. Panjaitan Kav. 42 Jakarta Timur 13350 F (021) 856 0196



Lampiran 3: Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan



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



DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN SKS

Nama : Wahyu Tantiara
No. Registrasi : 1302517054
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. TELKOM
Alamat Praktik/Telp : Jl. Di. Pajajaran No. 42
Jatinegara, Jakarta timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis / 1-8-2019	1. [Signature]	
2.	Jumat, 2-8-2019	2. [Signature]	
3.	Senin, 5-8-2019	3. [Signature]	
4.	Selasa, 6-8-2019	4. [Signature]	
5.	Rabu, 7-8-2019	5. [Signature]	
6.	Kamis, 8-8-2019	6. [Signature]	
7.	Jumat, 9-8-2019	7. [Signature]	
8.	Senin, 12-8-2019	8. [Signature]	
9.	Selasa, 13-8-2019	9. [Signature]	
10.	Rabu, 14-8-2019	10. [Signature]	
11.	Kamis, 15-8-2019	11. [Signature]	
12.	Jumat, 16-8-2019	12. [Signature]	
13.	Senin, 19-8-2019	13. [Signature]	
14.	Selasa, 20-8-2019	14. [Signature]	
15.	Rabu, 21-8-2019	15. [Signature]	

Jakarta, 25 September 2019.
Penilai,

[Signature]
(.....)

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



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



FAKULTAS EKONOMI

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

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

Nama : Wahyu Tanti Ana
No. Registrasi : 1702517054
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. TELKOM
Alamat Praktik/Telp : Jl. Di. Panjayan No. 41
Jatinegara, Jakarta timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 22 - 8 - 2019	1. [Signature]	
2.	Jumat, 23 - 8 - 2019	2. [Signature]	
3.	Senin, 26 - 8 - 2019	3. [Signature]	
4.	Selasa, 27 - 8 - 2019	4. [Signature]	
5.	Rabu, 28 - 8 - 2019	5. [Signature]	
6.	Kamis, 29 - 8 - 2019	6. [Signature]	
7.	Jumat, 30 - 8 - 2019	7. [Signature]	
8.	Senin, 2 - 9 - 2019	8. [Signature]	
9.	Selasa, 3 - 9 - 2019	9. [Signature]	
10.	Rabu, 4 - 9 - 2019	10. [Signature]	
11.	Kamis, 5 - 9 - 2019	11. [Signature]	
12.	Jumat, 6 - 9 - 2019	12. [Signature]	
13.	Senin, 9 - 9 - 2019	13. [Signature]	
14.	Selasa, 10 - 9 - 2019	14. [Signature]	
15.	Rabu, 11 - 9 - 2019	15. [Signature]	

Jakarta, 25 September 2019.
Penilai:

[Signature]
Indonesia
(.....)

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



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

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



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Wahyu Tantiانا
No. Registrasi : 1702517054
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. TELKOM
Alamat Praktik/Telp : Jl. DI Panjaitan NO 92
Jatinegara, Jakarta Timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 12-9-2019	[Signature]	
2.	Jumat, 13-9-2019	[Signature]	
3.	Senin, 16-9-2019	[Signature]	
4.	Selasa, 17-9-2019	[Signature]	
5.	Rabu, 18-9-2019	[Signature]	
6.	Kamis, 19-9-2019	[Signature]	
7.	Jumat, 20-9-2019	[Signature]	
8.	Senin, 23-9-2019	[Signature]	
9.	Selasa, 24-9-2019	[Signature]	KKL
10.	Rabu, 25-9-2019	[Signature]	
11.	11.....	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	


Jakarta, 25 September 2019
Penilai,

[Signature]
Indonesia

Catatan :


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

Lampiran 4: Penilaian Praktik Kerja Lapangan



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

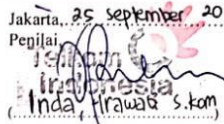
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung P, Jalan Pawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227-4796285, Fax (021) 4796285
Laman: www.fe.unj.ac.id



PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
..... SKS

Nama : Wahyu Tantiana
No.Registrasi : 1702517054
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. TELKOM
Alamat Praktik/Telp : Jl. Di Panjaitan No. 41
Jahneyara, Jakarta Timur

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																																			
1	Kehadiran	90	<p>1. Keterangan Penilaian :</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Skor</td> <td style="text-align: center;">Nilai</td> <td style="text-align: center;">Bobot</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">86-100</td> <td style="text-align: center;">A</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">81-85</td> <td style="text-align: center;">A-</td> <td style="text-align: center;">3,7</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">76-80</td> <td style="text-align: center;">B+</td> <td style="text-align: center;">3,3</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">71-75</td> <td style="text-align: center;">B</td> <td style="text-align: center;">3,0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">66-70</td> <td style="text-align: center;">B-</td> <td style="text-align: center;">2,7</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">61-65</td> <td style="text-align: center;">C+</td> <td style="text-align: center;">2,3</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">56-60</td> <td style="text-align: center;">C</td> <td style="text-align: center;">2,0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">51-55</td> <td style="text-align: center;">C-</td> <td style="text-align: center;">1,7</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">46-50</td> <td style="text-align: center;">D</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> </table> <p>2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)</p> <p>Nilai Rata-rata :</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px;"> $\frac{877}{10 \text{ (sepuluh)}} =$ </td> </tr> </table> <p>Nilai Akhir :</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center; font-size: small;">huruf</td> </tr> </table>	Skor	Nilai	Bobot	86-100	A	4	81-85	A-	3,7	76-80	B+	3,3	71-75	B	3,0	66-70	B-	2,7	61-65	C+	2,3	56-60	C	2,0	51-55	C-	1,7	46-50	D	1	$\frac{877}{10 \text{ (sepuluh)}} =$			Angka bulat	huruf
Skor	Nilai	Bobot																																				
86-100	A	4																																				
81-85	A-	3,7																																				
76-80	B+	3,3																																				
71-75	B	3,0																																				
66-70	B-	2,7																																				
61-65	C+	2,3																																				
56-60	C	2,0																																				
51-55	C-	1,7																																				
46-50	D	1																																				
$\frac{877}{10 \text{ (sepuluh)}} =$																																						
Angka bulat	huruf																																					
2	Kedisiplinan	90																																				
3	Sikap dan Kepribadian	90																																				
4	Kemampuan Dasar	90																																				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	88																																				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	85																																				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85																																				
8	Aktivitas dan Kreativitas	86																																				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	88																																				
10	Hasil Pekerjaan	88																																				
Jumlah		877																																				

Jakarta, 25 September 2019
Penilai

Inda Hrawati s.kom

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5: Surat Keterangan Selesai Praktik Kerja Lapangan dari Perusahaan



SURAT KETERANGAN

Nomor : Tel. 3127/PS.300/R2W-2F520000/2019

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

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

Menerangkan bahwa :

Nama : **Wahyu Tantiana**
 NIM : 1702517054
 Jurusan : Manajemen Pemasaran
 Universitas Negeri Jakarta
 Jl. Rawamangun Muka. Rt 11/Rw 14 Pulogadung
 Jakarta Timur

Telah menyelesaikan Kerja Praktek, dari tanggal 01 Agustus s/d 25 September 2019 di **Unit Digital Service Wifi Witel Jakarta-Timur.**

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk laporan mahasiswa yang telah melaksanakan Kerja Praktek dan terima kasih atas kerjasamanya.

Jakarta, 30 September 2019

MUHIDIN
 MANAGER HR & CDC



Lampiran 6: Tabel Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

No.	Hari / Tanggal	Kegiatan
1.	Kamis / 1 Agustus 2019	Telepon pelanggan
2.	Jumat / 2 Agustus 2019	Sosialisasi di SMA 102 Jakarta
3.	Senin / 5 Agustus 2019	Telepon pelanggan
4.	Selasa / 6 Agustus 2019	Telepon pelanggan
5.	Rabu / 7 Agustus 2019	Telepon pelanggan
6.	Kamis / 8 Agustus 2019	Telepon pelanggan
7.	Jumat / 9 Agustus 2019	Telepon pelanggan
8.	Senin / 12 Agustus 2019	Sosialisasi di SMK Dharma Paramitha Jakarta
9.	Selasa / 13 Agustus 2019	Telepon pelanggan
10.	Rabu / 14 Agustus 2019	Telepon pelanggan
11.	Kamis / 15 Agustus 2019	Telepon pelanggan
12.	Jumat / 16 Agustus 2019	Telepon pelanggan
13.	Senin / 19 Agustus 2019	Telepon pelanggan
14.	Selasa / 20 Agustus 2019	Telepon pelanggan
15.	Rabu / 21 Agustus 2019	Telepon pelanggan
16.	Kamis / 22 Agustus 2019	Telepon pelanggan
17.	Jumat / 23 Agustus 2019	Sosialisasi di SMA 39 Jakarta
18.	Senin / 26 Agustus 2019	Telepon pelanggan
19.	Selasa / 27 Agustus 2019	Telepon pelanggan

20.	Rabu / 28 Agustus 2019	Telepon pelanggan
21.	Kamis / 29 Agustus 2019	Telepon pelanggan
22.	Jumat / 30 Agustus 2019	Telepon pelanggan
23.	Senin / 2 September 2019	Telepon pelanggan
24.	Selasa / 3 September 2019	Telepon pelanggan
25.	Rabu / 4 September 2019	Telepon pelanggan
26.	Kamis / 5 September 2019	Telepon pelanggan
27.	Jumat / 6 September 2019	Telepon pelanggan
28.	Senin / 9 September 2019	Telepon pelanggan
29.	Selasa / 10 September 2019	Telepon pelanggan
30.	Rabu / 11 September 2019	Telepon pelanggan
31.	Kamis / 12 September 2019	Telepon pelanggan
32.	Jumat / 13 September 2019	Telepon pelanggan
33.	Senin / 16 September 2019	Telepon pelanggan
34.	Selasa / 17 September 2019	Telepon pelanggan
35.	Rabu / 18 September 2019	Telepon pelanggan
36.	Kamis / 19 September 2019	Telepon pelanggan
37.	Jumat / 20 September 2019	Telepon pelanggan
38.	Senin / 23 September 2019	Telepon pelanggan
39.	Selasa / 24 September 2019	Izin KKL
40.	Rabu / 25 September 2019	Telepon pelanggan