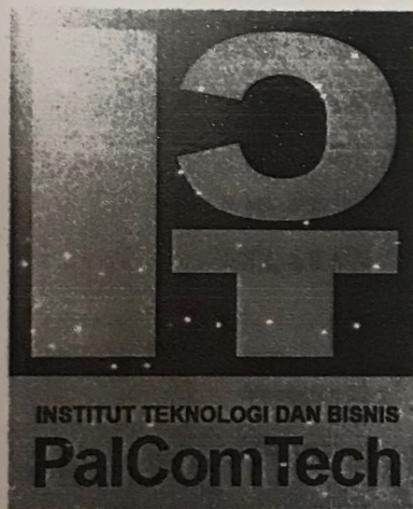


**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**LAPORAN KEGIATAN *PRODUCT KNOWLEDGE* INDIBIZ PADA
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK WILAYAH USAHA
TELEKOMUNIKASI SUMATERA SELATAN**



Diajukan Oleh:

POPI MONIKA

041210C03

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah Praktik Kerja Lapangan
dan Syarat Penyusunan Laporan Tugas Akhir**

PALEMBANG

2023

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

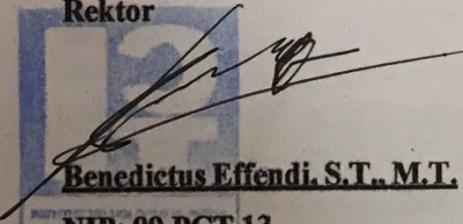
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING PRAKTIK KERJA LAPANGAN

NAMA : **POPI MONIKA**
NOMOR POKOK MAHASISWA : **041210003**
PROGRAM STUDI : **AKUNTANSI**
JENJANG PENDIDIKAN : **DIPLOMA TIGA**
JUDUL : **LAPORAN KEGIATAN *PRODUCT KNOWLEDGE* INDIBIZ PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK WILAYAH USAHA TELEKOMUNIKASI SUMATERA SELATAN**

Tanggal :
Pembimbing,

Atin Triwahyuni. S.T., M.Eng.
NIDN: 0215028002

Mengetahui
Rektor


Benedictus Effendi. S.T., M.T.
NIP: 09.PCT.13

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI PRAKTIK KERJA LAPANGAN

NAMA : **POPI MONIKA**
NOMOR POKOK MAHASISWA : **041210003**
PROGRAM STUDI : **AKUNTANSI**
JENJANG PENDIDIKAN : **DIPLOMA TIGA**
JUDUL : **LAPORAN KEGIATAN *PRODUCT KNOWLEDGE* INDIBIZ PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK WILAYAH USAHA TELEKOMUNIKASI SUMATERA SELATAN**

Tanggal :

Penguji

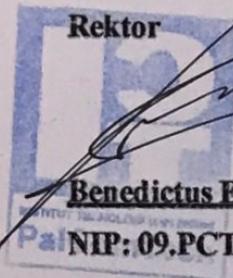


Dini Hari Pertiwi, S.Kom., M.Kom

NIDN: 0219078701

Mengetahui

Rektor



Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP: 09.PCT.13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Agustino & Syaifullah, 2020) *product knowledge* sebuah informasi mengenai produk baik dari fungsinya maupun bentuknya, pengetahuan produk yang didalamnya terdapat kumpulan informasi yang diberikan mengenai suatu produk. *Product knowledge* salah satu poin terpenting dalam penjualan yang tidak boleh terlewatkan begitu saja. Semua pengetahuan terkait karakter produk, baik dari segi cara penggunaan, harga, fitur, dan informasi detail lainnya. Umumnya, pelanggan akan lebih tertarik membeli produk tertentu karena penjelasan yang mereka dapatkan.

Industri telekomunikasi merupakan salah satu sektor yang terus mengalami perkembangan pesat, terutama dalam era digital yang semakin maju. Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, Perusahaan telekomunikasi dituntut untuk senantiasa berinovasi dan mengadopsi strategi pemasaran efektif guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing produknya. PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk sebagai Perusahaan telekomunikasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia, menyadari pentingnya akses internet yang handal dan terjangkau bagi perkembangan UMKM di era digital saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk meluncurkan layanan internet IndiBiz sebagai solusi inovatif. IndiBiz hadir dengan tujuan memberikan akses internet yang cepat dan handal kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan

menggunakan layanan Internet IndiBiz, UMKM dapat menikmati koneksi internet yang stabil dan berkualitas untuk mendukung aktivitas bisnis mereka. Selain itu, layanan IndiBiz juga dirancang agar tetap terjangkau bagi UMKM sehingga tidak membebani biaya operasional mereka. Ini akan membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas serta mengoptimalkan potensi bisnis mereka dalam dunia digital.

Dalam konteks PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk *product knowledge* terbaru yang dikenal sebagai IndiBiz telah diperkenalkan sebagai upaya mendukung dan memajukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Meskipun IndiBiz menjanjikan potensi besar untuk memberikan manfaat kepada segmen UMKM, permasalahan yang ada kurangnya dikenal banyak kalangan UMKM terkait *product knowledge* IndiBiz.

Solusi dari permasalahan yang ada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk telah merumuskan pendekatan yang komprehensif melalui pengembangan inovasi dan strategis pemasaran yang kuat. Dengan harapan bahwa solusi inovatif dan pendekatan pemasaran yang cermat akan membantu mendorong kesadaran dan pemahaman yang lebih baik mengenai *product knowledge* IndiBiz.

1.2 Tujuan PKL

Pelaksanaan penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dimaksudkan untuk mengetahui pengembangan *Product Knowledge* IndiBiz

pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan.

1.3 Manfaat PKL

Adapun manfaat penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

- 1) Menambah kemampuan menawarkan suatu produk kepada segmen bisnis. Penulis diberikan arahan langsung oleh pembimbing industri untuk menawarkan *product knowledge* IndiBiz.
- 2) Dapat memecahkan masalah yang ada selama pelaksanaan PKL. Penulis memberikan solusi untuk mengembangkan sistem yang ada sehingga lebih efektif.

2. Bagi Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

- 1) Menjalin kerja sama yang baik antara PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan dengan Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech.
- 2) Menilai kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang diperoleh.

3. Bagi Instansi

- 1) Berkontribusi dalam melakukan proses validasi data dan penawaran produk ke segmen bisnis pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

- 2) Mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan terhadap cara melakukan proses validasi dan penawaran produk ke segmen bisnis pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1.4 Tempat PKL

Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi, komunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Penulis ditetapkan di Divisi *Business Service* PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan.

Berikut merupakan informasi mengenai Perusahaan tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL):

Nama Perusahaan : PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk
Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan
Alamat : Jl. Jendral Sudirman No. 459 Palembang, Sumatera
Selatan
Telepon : (0711) 5738005

1.5 Waktu PKL

Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan selama 1 (satu) bulan, terhitung dari tanggal 24 Juli 2023 sampai dengan 25 Agustus 2023. Waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL) harian disesuaikan dengan jam kerja yang ada pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha

Telekomunikasi Sumatera Selatan yaitu dimulai pada pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB.

Adapun tahapan dalam Praktik Kerja Lapangan (PKL) yaitu:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini Penulis mencari informasi mengenai tempat Instansi/Perusahaan yang sesuai dan menerima Praktik Kerja Lapangan (PKL) untuk bulan Juli. Setelah Penulis mendapatkan informasi bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Indonesia Sumatera Selatan memberikan kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Penulis mengurus surat permohonan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) yang ditujukan kepada MGR *SHARED SERVICE HC & FINANCE* SUMSEL, PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No. 459 Palembang Sumatera Selatan. Setelah surat permohonan selesai dibuat oleh BAAK PalComTech, kemudian dilanjutkan untuk memberi langsung surat permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Indonesia Sumatera Selatan untuk selanjutnya diberikan kepastian berupa konfirmasi langsung oleh pihak Perusahaan. Dan Penulis secara langsung mendapat surat persetujuan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sesuai dengan waktu yang ditetapkan.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan Penulis ditempatkan di *Business Service*. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama satu bulan terhitung dari tanggal 24 Juli 2023 sampai dengan 25 Agustus 2023. Dengan waktu kerja sebanyak lima hari kerja dalam satu minggu. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) oleh Penulis, yaitu:

Tabel 1.1 Jadwal Praktik Kerja Lapangan

Hari	Jam Kerja	Keterangan
Senin sampai dengan Kamis	08.00 – 12.00 WIB	Istirahat
	12.00 – 13.00 WIB	
	13.00 – 17.00 WIB	
Jum'at	08.00 – 12.00 WIB	Istirahat
	12.00 – 13.00 WIB	
	13.00 – 16.00 WIB	

Sumber: Data diolah Penulis, 2023

3. Tahap Pelaporan

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama satu bulan, Penulis memiliki kewajiban untuk memberikan laporan mengenai kegiatan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL). Penulisan laporan dimulai dengan merangkum beberapa sumber data yang diperoleh dari laporan harian kegiatan PKL. Selain itu juga diperlukan pencarian data-data yang

dibutuhkan untuk pembuatan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) melalui kegiatan wawancara yang dilakukan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) maupun dengan mengakses internet. Data-data tersebut diolah dan dituangkan kedalam laporan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan Penulis dalam melakukan pengumpulan data pada penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Hardani dkk (2020, hlm. 123-126) Observasi adalah pengamatan dengan mencatat secara terstruktur terhadap fenomena-fenomena yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik dalam mengumpulkan data apabila: (1) selaras dengan tujuan penelitian (2) telah dirancang dan dicatat secara sistematis, dan (3) dapat mengendalikan keadaannya serta seberapa valid data tersebut. Observasi merupakan proses yang memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi dan tersusun dari proses psikologis dan biologis. Dalam menggunakan teknik pengumpulan data ini yang paling penting ialah mengandalkan ingatan serta pengamatan sang peneliti. Dalam Teknik ini Penulis terlibat secara langsung dalam kegiatan sehari-hari untuk mengamati kegiatan yang ada pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan.

2. Wawancara

Menurut Hardani dkk (2020, hlm. 137-140) Wawancara adalah kegiatan *dialogue* antar dua individu atau lebih secara langsung atau percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Maksud diadakannya wawancara yang diperkuat oleh pernyataan Lincoln dan Guba (dalam Hardani dkk, 2020, hlm. 138) antara lain: mengonstruksi mengenai kejadian, orang, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, kepedulian, tuntutan dan lain-lain. Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Penulis melakukan wawancara kepada Ibu Meutie Puspitasari selaku *officer 1 Customer Avenger* dan *Sales Business Service* PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan mengenai *Product Knowledge* IndiBiz.

3. Dokumentasi

Menurut Julmi (2020) dokumentasi merupakan dokumen yang berisi informasi yang relevan mengenai pertanyaan penelitian. Tujuan dari dokumentasi adalah untuk mengumpulkan data tentang latar belakang dan konteks sejarah penelitian.

Dokumentasi yang didapat terkait dengan *Product Knowledge* IndiBiz yaitu Brosur pemasaran IndiBiz, selain itu dokumentasi lainnya berupa foto kegiatan sehari-hari Penulis selama Praktik Kerja Lapangan (PKL).

BAB II

KEADAAN UMUM TEMPAT PKL

2.1 Sejarah berdirinya PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, merupakan Perusahaan informasi dan telekomunikasi Indonesia (*Info Comm*) serta penyedia jasa jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang tersebar di Indonesia. Telekomunikasi yang selanjutnya disebut juga Perseroan atau Perusahaan penyedia jasa telepon tidak bergerak kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tidak bergerak nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*cellular*), data & internet interkoneksi baik secara langsung maupun melalui Perusahaan asosiasi.

PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk merupakan suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa penyediaan layanan pos dan telegrap yang didirikan kolonial Belanda pada tahun 1882. Pada tahun 1905 Pemerintah kolonial Belanda mendirikan Perusahaan telekomunikasi Indonesia sebanyak tiga puluh delapan Perusahaan. Kemudian pada tahun 1906 Pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan pos, telegrap dan telepon (*Post, Telegrap, end Telephone Dienst/ PTT*). Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan negara Pos dan telekomunikasi Indonesia (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan negara telekomunikasi Indonesia (PN Telekomunikasi). Tahun

1974 PN telekomunikasi Indonesia disesuaikan menjadi Perusahaan umum telekomunikasi Indonesia (PERUMTEL).

Pada tahun 1980 Indonesia mendirikan jasa telekomunikasi Indonesia nasional maupun internasional dan seluruh saham PT. Telekomunikasi Indonesia *Satellite Cooperation* (Indosat) di ambil alih oleh Pemerintah RI menjadi BUMN. Pada tahun 1989, ditetapkan undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta.

Pemegang saham mayoritas Perseroan adalah Pemerintah Republik Indonesia, dengan nilai kepemilikan saham sebesar 52,56% dan sisanya yakni 47,44% dimiliki oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan *New York Stock Exchange* (NYSE). Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di tiga belas anak Perusahaan, termasuk PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel).

PT. Telekomunikasi Indonesia melayani jutaan konsumen 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. PT. Telekomunikasi Indonesia juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media, dan *edutainment*, termasuk *cloud based and server based managed services*, layanan portal lainnya.

Dalam penyelenggaraan telekomunikasi Indonesia. Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero)

Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1991. Penawaran Umum perdana saham telekomunikasi Indonesia (*Initial Public Offering*) dilakukan pada tanggal 14 November 1995. Sejak itu saham telekomunikasi Indonesia tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), *New York Stock Exchange* (NYSE) dan *London Stock Exchange* (LSE). Saham telekomunikasi Indonesia juga diperdagangkan tanpa pencatatan (*Public Offering Without Listing*) di *Tokyo Stock Exchange*. Kerja Sama Operasi (KSO) mulai diimplementasikan pada 1 Januari 1996 di wilayah Divisi Regional I Sumatra dengan mitra PT. Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo), Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten dengan mitra PT. *Aria West International* (*Aria West*), Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta dengan mitra PT. Mitra Globa Telekomunikasi Indonesia (MGTI), Divisi Regional VI Kalimantan dengan mitra PT. Dayamitra Telekomunikasi Indonesia (Dayamitra), dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia dengan mitra PT. Bukaka Singtel. Tahun 2001 Telekomunikasi Indonesia membeli saham Telekomunikasi sebanyak 35% dari PT. Indosat sebagai restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia.

Telekomunikasi Indonesia yang ditandai dengan pengganti identitas Perusahaan sejak 1 Juli 1995 PT. Telekomunikasi Indonesia telah menghapus struktur wilayah usaha telekomunikasi (WITEL) dan secara *de facto* meresmikan dimulainya era Divisi *Network*. Badan Usaha utama dikelola oleh 7 divisi regional dan 1 divisi *network*. Divisi regional menyelenggarakan

jasa telekomunikasi Indonesia di wilayah masing-masing dan divisi *network* menyelenggarakan jasa telekomunikasi Indonesia jarak jauh luar negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional daerah regional. Adapun beberapa divisi yang tersedia di PT. Telekomunikasi Indonesia antara lain:

1. Divisi Regional I, Sumatera.
2. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.
3. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.
4. Divisi Regional III, Jawa Barat.
5. Divisi Regional IV, Jawa Tengah dan Yogyakarta.
6. Divisi Regional V, Jawa Barat.
7. Divisi Regional VI, Kalimantan.
8. Divisi Regional VII, Kawasan Timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua)

2.2 Kondisi Umum PT. Telekomunikasi (Persero), Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk yang selanjutnya disingkat sebagai TELKOM atau “Perseroan” adalah Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan layanan pos dan telegrap.

Lokasi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk WITEL SUMSEL berada di jalan Jendral Sudirman No. 459, 20 Ilir D.III, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129.

2.3 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Visi dan misi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk yang tercantum dalam dokumen Rencana Jangka Panjang Perusahaan telah disetujui serta ditandatangani oleh Dewan Komandaris tanggal 26 Desember 2016.

Visi: *‘Be the King of Digital in The Region’*

Misi: *‘Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization’*

2.4 Budaya Perusahaan

Pada tahun 2020, berdasarkan Surat edaran Menteri BUMN Nomor: SE 7/MBU/07/2020 tanggal 1 Juli 2020 tentang nilai-nilai utama (*core values*) Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik Negara, setiap Badan Usaha Milik Negara (BUMN) wajib menerapkan nilai-nilai utama yang disebut AKHLAK. AKHLAK didefinisikan sebagai nilai-nilai Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif yang mendasari perilaku insan BUMN. Budaya Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut berikut ini.



Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 2.1 Logo Budaya Perusahaan

Berikut arti dari Logo Budaya Perusahaan

Amanah:

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.

Panduan Perilaku:

1. Memenuhi janji dan komitmen;
2. Bertanggung jawab atas tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan;
3. Berpegang teguh kepada nilai moral dan etika.

Kompeten:

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.

Panduan perilaku:

1. Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah;
2. Membantu orang lain belajar;
3. Menyelesaikan tugas dengan kualitas baik.

Harmonis:

Saling peduli dan menghargai perbedaan.

Panduan perilaku:

1. Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya;
2. Suka menolong orang lain;
3. Membangun lingkungan yang kondusif.

Loyal:

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.

Panduan Perilaku:

1. Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara;
2. Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar;
3. Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika.

Adaptif:

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

Panduan Perilaku:

1. Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik;
2. Terus menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi;
3. Bertindak proaktif.

Kolaboratif:

Membangun kerja sama yang sinergis.

Panduan Perilaku:

1. Memberikan kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi;
2. Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah;
3. Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama.

2.5 Produk-produk PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

1. Telepon, Data, Internet

- 1) IndiHome Fiber merupakan layanan *Triple Play* yang terdiri dari telepon rumah, Internet *on Fiber* atau *High Speed Internet* dan *Usee TV Cable* beserta beberapa fitur tambahan seperti *IndiHome View*, dan *Trend Micro Internet Security*.
- 2) Telepon rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang murah dan kualitas suara yang jernih. Paket IndiHome Fiber menawarkan gratis menelpon 1000 menit atau setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan baik untuk Lokal maupun Interlokal secara leluasa.
- 3) *Flexi* layanan data dan internet, layanan telepon.
- 4) Telekomunikasi Net Instan layanan akses internet dial *up*.
- 5) Telekomunikasi Net Astinet layanan akses internet berlangganan dengan focus perusahaan.

- 6) *e-Business (i-deal, i-manage, i-settle, i-Xchange, Telekomunikasi Web Kiostron, Telekomunikasi Web Plazatron).*
- 7) *Solusi Enterpriseh.*
- 8) *Telekomunikasi Link DINA ccessi.*
- 9) *Telekomunikasi Link VPN IP merupakan layanan komunikasi data any to any connection berbasis IP MPLS.*
- 10) *Telekomunikasi Net Whole Sale (VPN Dial) merupakan layanan akses dial up ke internet suatu Perusahaan yang dilakukan secara remote dan mobile melalui jaringan data berbasis TCPIP (MPLS/tunnelling) pada Telekomunikasi Net.*
- 11) *Telekomunikasi ISDN merupakan jaringan digital yang menyediakan layanan telekomunikasi multimedia, merupakan pengembangan dari sistem telepon yang telah terintegrasi.*
- 12) *e-Health merupakan layanan solusi untuk entitas Kesehatan meliputi e-Puskesmas, e-Pharmacy, HIE (Health Information Exchange).*
- 13) *Indibiz adalah sebuah produk terbaru. Produk ini merupakan layanan internet yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).*

2. Satelit

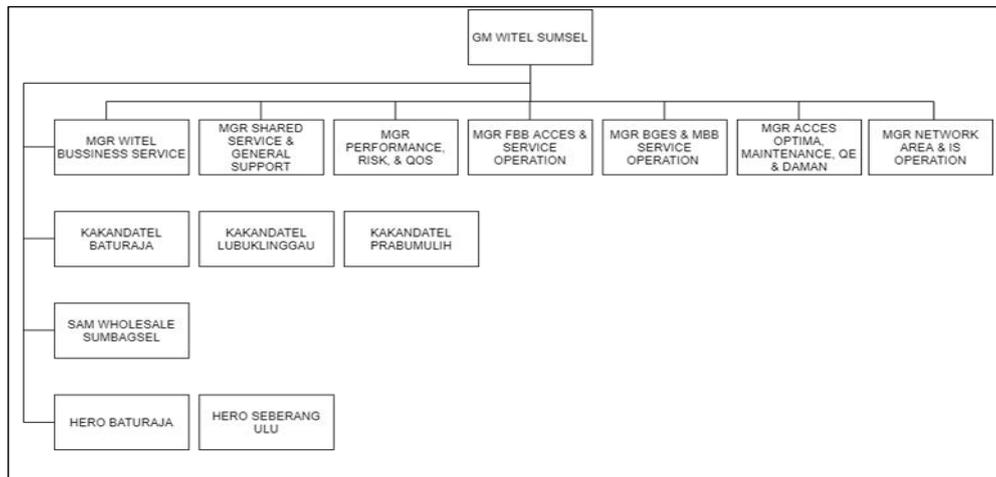
- 1) *Telekomunikasi Satelit.*
- 2) *Telekomunikasi VSAT.*

- (1) *Groovia* TV merupakan televisi *protocol* internet pertama di Indonesia. Kualitas resolusi *Groovia* TV lebih bagus disbanding dengan hasil video dari TV konvensional.
- (2) *Usee* TV merupakan layanan *Interactive* TV dari Indihome yang pertama di Indonesia. Layanan Tv berbayar (*Pay* TV) yang memberikan pengalaman baru. *Usee* TV *Cable* juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya, seperti *Pause & Rewind* TV, *Video on Demand*, *Video Recorder* dan lainnya.

2.6 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan

Dalam Sukarman Purba, dkk (2020:135), Struktur organisasi merupakan sistem berupa jaringan kerja yang mencakup tugas-tugas, sistem pelaporan hingga komunikasi yang mengaitkan pekerjaan secara individual bersama-sama dengan kelompok.

Struktur organisasi pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini.



Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Adapun tugas dan wewenang dari setiap jabatan posisi kerja karyawan di PT. Telkom Indonesia yaitu sebagai berikut.

1. GM Witel Sumsel

GM Witel memiliki peran sentral dalam struktur manajemen PT. Telkom yang menjamin kelancaran operasional dan pemberian layanan telekomunikasi yang optimal di wilayah tanggung jawabnya. Tugas-tugas utama GM Witel adalah sebagai berikut:

- 1) Manajemen Operasional: GM Witel memegang tanggung jawab atas operasional harian di wilayahnya, termasuk pengelolaan jaringan, pemeliharaan infrastruktur, serta penyediaan layanan telekomunikasi kepada pelanggan.
- 2) Pengembangan Bisnis: GM Witel berfokus pada pengembangan bisnis di wilayahnya, mengidentifikasi peluang baru, dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

- 3) Kepemimpinan Tim: Sebagai pemimpin, GM Witel mengelola tim yang terlibat dalam operasional, pemeliharaan, dan pengembangan wilayah.
- 4) Pengawasan Keuangan: GM Witel juga bertanggung jawab atas pengelolaan anggaran, keuangan, dan efisiensi operasional di wilayahnya.
- 5) Interaksi dengan Pihak Eksternal: GM Witel menjalin interaksi dengan berbagai pihak eksternal seperti pemerintah daerah, mitra bisnis, dan pelanggan untuk memastikan koordinasi yang efektif dalam penyediaan layanan.

2. **MGR Witel *Business Service***

Peran MGR Witel *Business Service* memiliki dampak signifikan dalam menyajikan solusi dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis pelanggan di wilayahnya, sambil juga memberikan kontribusi dalam pertumbuhan bisnis dan efisiensi operasional PT. Telkom.

- 1) Layanan Pelanggan Bisnis: Tugas utama manajer ini adalah memastikan bahwa pelanggan bisnis di wilayahnya diberikan layanan yang cocok dengan kebutuhan mereka.
- 2) Pengembangan Bisnis: MGR Witel *Business Service* berupaya mengembangkan bisnis di antara pelanggan bisnis di wilayahnya, termasuk mengidentifikasi peluang baru, merancang solusi sesuai, dan bekerjasama dengan tim penjualan.

- 3) **Manajemen Tim:** Manajer ini mengelola tim yang terlibat dalam memberikan layanan kepada pelanggan bisnis, yang bisa mencakup spesialis teknis, perencanaan jaringan, dukungan pelanggan, dan lainnya.
- 4) **Pengawasan Operasional:** Memastikan kelancaran operasional dalam penyampaian layanan kepada pelanggan bisnis, termasuk pemeliharaan jaringan dan penanganan masalah teknis.
- 5) **Koordinasi Internal dan Eksternal:** MGR Witel *Business Service* berkolaborasi dengan departemen internal seperti pemasaran, teknis, dan keuangan untuk memastikan koordinasi yang efektif dalam pemberian layanan kepada pelanggan.
- 6) **Analisis dan Pelaporan:** Melakukan analisis kinerja layanan dan pelanggan di wilayahnya serta menyusun laporan yang memberikan wawasan tentang pencapaian layanan dan peluang perbaikan.

3. MGR *Shared Service & General Support*

Peran MGR *Shared Service & General Support* sangat penting dalam memastikan bahwa berbagai fungsi dan layanan pendukung di PT Telkom dijalankan dengan baik, efisien, dan konsisten, sehingga berbagai unit bisnis dapat berfokus pada tugas-tugas inti mereka tanpa terbebani oleh kegiatan administratif yang terpisah.

- 1) ***Shared Services:*** Manajer ini bertanggung jawab atas pengelolaan layanan bersama yang digunakan oleh berbagai bagian perusahaan. Ini

mungkin meliputi layanan keuangan, sumber daya manusia, teknologi informasi, layanan pembelian, administrasi umum, dan lain-lain.

- 2) Pengelolaan Dukungan Umum: *MGR Shared Service & General Support* juga mengawasi fungsi dukungan umum seperti fasilitas, keamanan, perawatan properti, dan manajemen lingkungan kerja.
- 3) Efisiensi Operasional: Manajer ini bekerja untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan mengkonsolidasikan dan mengkoordinasikan layanan dan dukungan yang diperlukan oleh berbagai bagian perusahaan.
- 4) Pengawasan Tim: Manajer ini mengelola tim yang terlibat dalam memberikan layanan bersama dan dukungan umum. Ini termasuk mengkoordinasikan tugas dan tanggung jawab, serta memastikan bahwa layanan diberikan dengan kualitas yang diharapkan.
- 5) Pengembangan dan Peningkatan Layanan: *MGR Shared Service & General Support* terus mengembangkan dan meningkatkan layanan bersama serta dukungan umum sesuai dengan perkembangan perusahaan dan kebutuhan pengguna.
- 6) Analisis dan Pelaporan: Melakukan analisis kinerja layanan dan dukungan yang disediakan serta menyusun laporan untuk memberikan wawasan tentang efektivitas dan efisiensi operasional.

4. MGR Performance Risk & QOS

Peran *MGR Performance Risk & QOS* memiliki tanggung jawab krusial dalam menjaga performa yang optimal dari jaringan

telekomunikasi, mengelola risiko yang terkait, dan menjamin kualitas layanan yang memuaskan bagi pelanggan.

- 1) Pelayanan Pelanggan Bisnis: Manajer ini memastikan bahwa pelanggan bisnis di wilayahnya menerima layanan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 2) Pengembangan Bisnis: MGR *Performance Risk & QOS* berperan dalam mengembangkan bisnis di antara pelanggan bisnis di wilayahnya. Ini termasuk mengidentifikasi peluang baru, merancang solusi yang relevan, dan berkolaborasi dengan tim penjualan.
- 3) Manajemen Tim: Manajer ini mengelola tim yang terlibat dalam memberikan layanan kepada pelanggan bisnis, termasuk ahli teknis, perencanaan jaringan, dukungan pelanggan, dan lainnya.
- 4) Pengawasan Operasional: Memastikan kelancaran operasional dalam penyampaian layanan kepada pelanggan bisnis, termasuk pemeliharaan jaringan dan penanganan masalah teknis.
- 5) Koordinasi Internal dan Eksternal: MGR *Performance Risk & QOS* berkolaborasi dengan berbagai departemen internal seperti pemasaran, teknis, dan keuangan untuk memastikan koordinasi yang optimal dalam pemberian layanan kepada pelanggan.
- 6) Analisis dan Pelaporan: Melakukan analisis kinerja layanan dan pelanggan di wilayahnya serta menyusun laporan untuk memberikan wawasan tentang keberhasilan layanan dan peluang perbaikan.

5. MGR FBB Access & Service Operation

Peran MGR FBB *Access & Service Operation* memiliki tanggung jawab krusial dalam memastikan kinerja yang optimal dari jaringan serat optik dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui akses ini.

- 1) Pelayanan Pelanggan Bisnis: Manajer ini bertugas memastikan bahwa pelanggan bisnis di wilayahnya mendapatkan layanan sesuai kebutuhan mereka, termasuk layanan komunikasi data, solusi jaringan, layanan cloud, dan teknologi berbasis lainnya.
- 2) Pengembangan Bisnis: MGR FBB *Access & Service Operation* berupaya mengembangkan bisnis di antara pelanggan bisnis di wilayahnya. Ini melibatkan mengidentifikasi peluang baru, merancang solusi sesuai, dan berkolaborasi dengan tim penjualan.
- 3) Manajemen Tim: Manajer ini mengelola tim yang terlibat dalam memberikan layanan kepada pelanggan bisnis.
- 4) Pengawasan Operasional: Memastikan operasional yang lancar dalam penyampaian layanan kepada pelanggan bisnis, termasuk pemeliharaan jaringan dan penanganan masalah teknis.
- 5) Koordinasi Internal dan Eksternal: MGR FBB *Access & Service Operation* berkolaborasi dengan departemen internal seperti pemasaran, teknis, dan keuangan untuk memastikan koordinasi yang baik dalam pemberian layanan.
- 6) Analisis dan Pelaporan: Melakukan analisis kinerja layanan dan pelanggan di wilayahnya serta menyusun laporan untuk memberikan wawasan tentang keberhasilan layanan dan peluang perbaikan.

6. MGR Bges & MBB *Service Operation*

Peran MGR Bges & MBB *Service Operation* memiliki signifikansi besar dalam memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pengalaman optimal saat menggunakan layanan internet berkecepatan tinggi, baik di rumah maupun saat bergerak.

- 1) Pelayanan Pelanggan Bisnis: Manajer ini memastikan bahwa pelanggan bisnis di wilayahnya menerima layanan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 2) Pengembangan Bisnis: MGR Bges & MBB *Service Operation* bertujuan untuk mengembangkan bisnis di antara pelanggan bisnis di wilayahnya. Ini mencakup mengidentifikasi peluang baru, merancang solusi relevan, dan berkolaborasi dengan tim penjualan.
- 3) Manajemen Tim: Manajer ini mengelola tim yang terlibat dalam pemberian layanan kepada pelanggan bisnis. Ini dapat melibatkan spesialis teknis, perencanaan jaringan, dukungan pelanggan, dan lainnya.
- 4) Pengawasan Operasional: Memastikan kelancaran operasional dalam penyampaian layanan kepada pelanggan bisnis, termasuk pemeliharaan jaringan dan penanganan masalah teknis.
- 5) Koordinasi Internal dan Eksternal: MGR Bges & MBB *Service Operation* berkolaborasi dengan departemen internal seperti pemasaran, teknis, dan keuangan untuk memastikan koordinasi yang efektif dalam pemberian layanan kepada pelanggan. Mereka juga dapat

berinteraksi dengan pelanggan bisnis, mitra, dan pihak eksternal lainnya.

- 6) Analisis dan Pelaporan: Melakukan analisis kinerja layanan dan pelanggan di wilayahnya serta menyusun laporan untuk memberikan wawasan tentang pencapaian layanan dan peluang perbaikan.

7. MGR *Access Optima Maintenance*, QE & Daman

Peran MGR *Access Optima Maintenance*, QE & Daman memiliki peran yang sangat krusial dalam memastikan layanan akses berkecepatan tinggi tetap berjalan dengan baik, tetap berkualitas tinggi, sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan, serta mengelola risiko yang mungkin timbul.

- 1) Pelayanan Pelanggan Bisnis: Manajer ini memastikan bahwa pelanggan bisnis di wilayahnya mendapatkan layanan sesuai kebutuhan mereka, termasuk layanan komunikasi data, solusi jaringan, layanan *cloud*, dan teknologi berbasis lainnya.
- 2) Pengembangan Bisnis: MGR *Access Optima Maintenance*, QE & Daman bekerja untuk mengembangkan bisnis di antara pelanggan bisnis di wilayahnya. Ini melibatkan mengidentifikasi peluang baru, merancang solusi yang tepat, dan berkolaborasi dengan tim penjualan.
- 3) Manajemen Tim: Manajer ini mengelola tim yang terlibat dalam memberikan layanan kepada pelanggan bisnis. Ini mungkin meliputi spesialis teknis, perencanaan jaringan, dukungan pelanggan, dan lainnya.

- 4) Pengawasan Operasional: Memastikan kelancaran operasional dalam penyampaian layanan kepada pelanggan bisnis, termasuk pemeliharaan jaringan dan penanganan masalah teknis.
- 5) Koordinasi Internal dan Eksternal: MGR *Access Optima Maintenance*, QE & Daman bekerja sama dengan departemen internal seperti pemasaran, teknis, dan keuangan untuk memastikan koordinasi yang baik dalam pemberian layanan. Mereka juga berinteraksi dengan pelanggan bisnis, mitra, dan pihak eksternal lainnya.
- 6) Analisis dan Pelaporan: Melakukan analisis kinerja layanan dan pelanggan di wilayahnya serta menyusun laporan yang memberikan wawasan tentang pencapaian layanan dan peluang perbaikan.

8. MGR *Network Area & IS Operation*

Peran MGR *Network Area & IS Operation* memiliki peran penting dalam memastikan operasional yang lancar dari jaringan dan sistem informasi perusahaan di wilayahnya, serta mendukung keseluruhan operasional perusahaan.

- 1) Operasi Sistem Informasi: Manajer ini mengawasi operasional sistem informasi yang digunakan dalam semua aspek operasional perusahaan, termasuk manajemen data, sistem pendukung keputusan, dan aplikasi lainnya.
- 2) Pemeliharaan dan Perbaikan: Bertanggung jawab atas pemeliharaan jaringan dan sistem informasi, serta penanganan masalah dan perbaikan yang mungkin diperlukan.

- 3) Peningkatan Kinerja Jaringan: *MGR Network Area & IS Operation* bekerja untuk meningkatkan kinerja jaringan di wilayahnya, termasuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, meningkatkan kapasitas, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.
- 4) Manajemen Tim: Mengelola tim teknis yang bertanggung jawab atas manajemen jaringan dan sistem informasi di wilayah tersebut.

9. KAKANDATEL Batu Raja

Peran KAKANDATEL Batu Raja memegang peranan yang sangat krusial dalam mengelola operasional, layanan, dan bisnis Telkom di wilayah Batu Raja. Tujuannya adalah memastikan bahwa pelanggan dan komunitas setempat menerima layanan optimal dari perusahaan.

- 1) Pengelolaan Wilayah: Bertanggung jawab atas manajemen operasional Telkom secara keseluruhan di wilayah Batu Raja. Ini mencakup operasional jaringan, pelayanan pelanggan, serta koordinasi dengan pihak terkait di wilayah tersebut.
- 2) Pengembangan Bisnis: Bekerja untuk mengembangkan bisnis Telkom di wilayah Batu Raja. Ini termasuk mengidentifikasi peluang baru, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dan merancang strategi bisnis sesuai dengan kebutuhan lokal.

- 3) Manajemen Tim: Mengelola tim yang terlibat dalam berbagai aspek operasional dan bisnis di wilayah tersebut.
- 4) Peningkatan Layanan: Berupaya meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan di wilayah Batu Raja. Ini melibatkan pemantauan performa layanan, pengembangan solusi inovatif, dan penanganan masalah pelanggan.
- 5) Analisis Data dan Pelaporan: Menganalisis data performa operasional dan layanan di wilayahnya serta menyusun laporan yang memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan.
- 6) Kepatuhan dan Standar: Memastikan bahwa operasional dan layanan di wilayah Batu Raja selalu mematuhi standar dan regulasi yang berlaku.
- 7) Pelaporan dan Koordinasi: Berkoordinasi dengan kantor pusat dan departemen lain di perusahaan untuk memastikan informasi disampaikan secara konsisten dan operasional berjalan baik di wilayahnya.
- 8) Manajemen Risiko: Mengidentifikasi risiko operasional dan bisnis di wilayah Batu Raja serta mengembangkan strategi untuk mengurangi dampaknya.
- 9) Pengembangan Komunitas dan Kemitraan: Bekerja dengan masyarakat dan mitra lokal untuk mengembangkan hubungan positif dan mendukung pertumbuhan bisnis di wilayah tersebut.

10. KAKANDATEL Lubuk Linggau

Peran KAKANDATEL Lubuk Linggau memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola operasional, layanan, dan bisnis Telkom di wilayah Lubuk Linggau. Fokusnya adalah memastikan pelanggan dan komunitas setempat mendapatkan layanan optimal dari perusahaan.

- 1) Peningkatan Layanan: Berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan di area Lubuk Linggau.
- 2) Analisis Data dan Pelaporan: Menganalisis data kinerja operasional dan layanan di wilayah tersebut, dan menyusun laporan untuk memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan.
- 3) Kepatuhan dan Standar: Memastikan bahwa operasi dan layanan di wilayah Lubuk Linggau selalu mematuhi standar dan peraturan yang berlaku.
- 4) Pelaporan dan Koordinasi: Berkoordinasi dengan kantor pusat dan departemen lain di perusahaan untuk memastikan transmisi informasi yang konsisten dan operasi yang baik di wilayah tersebut.
- 5) Manajemen Risiko: Mengidentifikasi risiko operasional dan bisnis di sektor Lubuk Linggau dan mengembangkan strategi untuk mengurangi dampaknya.
- 6) Pengembangan Komunitas dan Kemitraan: Bekerja dengan komunitas dan mitra lokal untuk mengembangkan hubungan positif dan mendukung pertumbuhan bisnis di wilayah tersebut.

11. KAKANDATEL Prabumulih

Peran KAKANDATEL Prabumulih memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola operasional, layanan, dan bisnis Telkom di wilayah Prabumulih. Fokus utamanya adalah memastikan bahwa pelanggan dan komunitas setempat mendapatkan layanan optimal dari perusahaan.

- 1) Peningkatan Layanan: Berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan di area Prabumulih.
- 2) Analisis Data dan Pelaporan: Menganalisis data kinerja operasional dan layanan di wilayah tersebut, dan menyusun laporan untuk memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan.
- 3) Kepatuhan dan Standar: Memastikan bahwa operasi dan layanan lapangan di Prabumulih selalu mematuhi standar dan peraturan yang berlaku.
- 4) Pelaporan dan Koordinasi: Berkoordinasi dengan kantor pusat dan departemen lain di perusahaan untuk memastikan transmisi informasi yang konsisten dan operasi yang baik di wilayah tersebut.
- 5) Manajemen Risiko: Mengidentifikasi risiko operasional dan bisnis di sektor Prabumulih dan mengembangkan strategi untuk mengurangi dampaknya.
- 6) Pengembangan Komunitas dan Kemitraan: Bekerja dengan komunitas dan mitra lokal untuk mengembangkan hubungan positif dan mendukung pertumbuhan bisnis di wilayah tersebut.

12. SAM WHOLESALE SUMBAGSEL SAM Wholesale

Sumbagsel memiliki peran yang krusial dalam menyediakan layanan grosir telekomunikasi kepada pelanggan bisnis dan operator di wilayah Sumatera Bagian Selatan. Peran ini juga mendukung pertumbuhan bisnis dan konektivitas di daerah tersebut.

- 1) Manajemen Layanan Grosir: Tanggung jawabnya meliputi penyediaan layanan grosir telekomunikasi kepada pelanggan komersial dan operator di Sumatera Selatan. Ini mencakup kapasitas jaringan, akses lintas operator, dan layanan lainnya.
- 2) Penyediaan Kapasitas Jaringan: Menyediakan kapasitas jaringan yang dibutuhkan oleh berbagai entitas dalam industri telekomunikasi, termasuk operator seluler, penyedia Internet, dan layanan lainnya.
Berkoordinasi dengan Klien: Interaksi dan koordinasi dengan klien grosir untuk memahami kebutuhan mereka serta memastikan layanan yang diberikan memenuhi standar dan ekspektasi yang diharapkan.
- 3) Pengembangan Bisnis: Fokus pada pertumbuhan bisnis grosir di wilayah Sumatera Selatan dengan mengidentifikasi peluang baru, menyediakan solusi yang sesuai, dan menjalin kemitraan dengan berbagai entitas.
- 4) Analisis dan Pelaporan Data: Menganalisis data kinerja layanan grosir dan menyusun laporan untuk memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan.

13. HERO Batu Raja

Head Of Representative (HERO) ada suatu proyek, inisiatif, atau entitas yang terkait dengan wilayah atau layanan Batu Raja.

14. HERO Seberang Ulu

Head Of Representative (HERO) ada suatu proyek, inisiatif, atau entitas yang terkait dengan wilayah atau layanan Seberang Ulu.

15. Business Service

Business Service adalah divisi yang mengelola pelanggan dalam kategori Small Medium Enterprise yang dibagi menjadi beberapa segmen yaitu CMS (*Construction and Manufaktur Service*), TBS (*Tranding and Business Service*), PGS (*Public and General Service*), Segmen *Community*.

2.7 Lambang PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk merupakan salah satu Perusahaan yang menggunakan logo sebagai identitas perusahaannya. Dalam desain logo PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk yang telah diperbaharui pada 2013 memiliki penampilan yang terintegrasi dengan berbagai aspek salah satunya aspek dasar Perusahaan yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi serta terdapat sumber daya manusia, dengan logo tulisan Telkom Indonesia berwarna hitam dan terdapat gambar telapak tangan berwarna merah dengan lingkaran yang mengibaratkan sebuah bol menjadi citra, visi, misi, tujuan dan harapan PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk untuk memberikan yang terbaik. Lambang pada PT.

Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut ini.



Sumber: Logo PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Gambar 2.3 Lambang Perusahaan

Logo Philoshophy

Telkom Indonesia mempunyai filosofi korporasi “*Always The Best*”. Sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya menjadi yang terbaik. Dengan keyakinan tersebut, Telkom Indonesia terus berupaya memberikan yang terbaik bagi Perusahaan, terealisasinya pelayanan terbaik bagi seluruh pelanggan, dan memberikan kontribusi terbaik bagi kemajuan Bangsa Indonesia.

BAB III

HASIL DAN CAPAIAN KEGIATAN PKL

3.1 Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan dengan penempatan di Divisi *Business Service* PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan. Selama menjalankan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Penulis memiliki tanggung jawab untuk membantu dalam pelaksanaan tugas-tugas yang berkaitan dengan bidang *business service*.

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan selama kurang lebih satu bulan terhitung dari tanggal 24 Juli 2023 sampai dengan 25 Agustus 2023. Jadwal kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama 5 hari dalam seminggu yaitu Senin sampai dengan Kamis pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB, sedangkan Jumat pukul 08.00 WIB hingga 16.00 WIB.

Selama Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, maka bentuk-bentuk pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing lapangan merupakan kebijakan dari prosedur PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk. Merupakan bagian yang bertugas melakukan validasi data UMKM di Wilayah Telekomunikasi Sumatera Selatan dan membantu mempromosikan produk terbaru PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk.

Pada saat Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan, Penulis hanya tertuju pada tugas dan prosedur pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk yang berkaitan dengan *Product Knowledge* IndiBiz.

Tabel 3.1 Kegiatan Harian PKL di Divisi *Business Service* PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk WITEL SUMSEL

Tanggal	Kegiatan
25 Juli 2023 – 4 Agustus 2023	- Membantu mempromosikan Produk IndiBiz
7 Agustus 2023 – 24 Agustus 2023	- Membantu Validasi Data UMKM

Sumber: Data diolah Penulis 2023

3.1.1 Uraian Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Selama kurang lebih satu bulan Penulis melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) keseharian. Penulis mendapatkan beberapa tugas yang diperintahkan langsung oleh Staff Unit *Business Service* Mba Febby Fernandez dan Mba Meutia Puspitasari, seperti:

1. Mempromosikan Produk IndiBiz

PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk sedang di tahap mempromosikan produk IndiBiz. Untuk bisa memasarkan produk IndiBiz kepada segmen bisnis agar terus bertambahnya penjualan dengan cara mempengaruhi dan memasarkan produk, menyakinkan konsumen dengan cara harus bersedia berlangganan untuk sarana

bisnis, dan biasanya pegawai PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan mempromosikan lewat telpon kepada segmen bisnis. Penggunaan produk IndiBiz ini diperuntukkan untuk segmen bisnis. Segmen bisnis termasuk *cafe*, Perusahaan, rumah sakit, instansi sekolah dan puskesmas. Hal ini dijelaskan langsung oleh Mba Meutia Puspitasari selaku Staff *Business Service*. Berikut bukti dokumentasi Penulis dalam menawarkan produk dapat dilihat pada gambar 3.1 dibawah ini.



Sumber: Data diolah Penulis, 2023

Gambar 3.1 Dokumentasi Penulis

2. Memvalidasi Data UMKM ke Google SpreadSheet

Validasi data yang dilakukan pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan dengan cara melakukan proses analisa ulang data yang dimiliki oleh Perusahaan yang telah dikumpulkan dengan metode observasi ulang oleh pihak lapangan. Saat ini, proses validasi masih dilakukan secara manual. Jika terdapat

ketidakcocokan antara data yang telah dicatat dalam *spreadsheet* dan data yang terdapat dalam sistem pusat, maka data tersebut tidak layak untuk pemasangan layanan internet IndiBiz. Data UMKM dapat dilihat pada gambar 3.2 dibawah ini.

NO	LOKASI	WILAYAH	LEMBAGA	SIK	PKL_KD	PKL_NAMA	OPPORTUNITY	SEKTOR	SIK_NECESOR
1	1588	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2479413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
2	1589	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2482413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
3	1590	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2483413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
4	1591	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2484413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
5	1592	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2485413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
6	1593	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2486413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
7	1594	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2487413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
8	1595	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2488413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
9	1596	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2489413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
10	1597	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2490413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
11	1598	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2491413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
12	1599	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2492413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
13	1600	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2493413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
14	1601	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2494413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
15	1602	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2495413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
16	1603	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2496413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
17	1604	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2497413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
18	1605	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2498413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
19	1606	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2499413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
20	1607	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2500413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
21	1608	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2501413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
22	1609	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2502413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
23	1610	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2503413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
24	1611	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2504413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
25	1612	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2505413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
26	1613	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2506413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
27	1614	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2507413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
28	1615	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2508413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
29	1616	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2509413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
30	1617	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2510413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
31	1618	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2511413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
32	1619	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2512413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
33	1620	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2513413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
34	1621	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2514413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
35	1622	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2515413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
36	1623	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2516413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
37	1624	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2517413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
38	1625	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2518413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
39	1626	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2519413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
40	1627	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2520413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
41	1628	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2521413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
42	1629	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2522413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
43	1630	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2523413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
44	1631	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2524413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
45	1632	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2525413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
46	1633	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2526413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
47	1634	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2527413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
48	1635	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2528413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
49	1636	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2529413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa
50	1637	DAIRI 1	SUMASEL	INDO-FRABRIKALAH	FRM	2530413	Wahana Grand City	UMKM	Industri & Jasa

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 3.2 Data UMKM pada *SpreadSheet*

3.2 Kendala yang Dihadapi

Dalam menghadapi Praktik Kerja Lapangan (PKL) Penulis mengamati adanya kendala pada *Product Knowledge* IndiBiz pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan.

1. Mempromosikan hanya berpatokan lewat telepon saja.

Perusahaan masih menggunakan sambungan telepon sebagai strategi pemasaran produk karena dianggapnya lebih mudah, padahal banyak konsumen yang merasa terganggu waktu atau aktivitasnya.

2. Duplikasi Data

Penyimpanan data yang sama secara berulang dalam beberapa *file*, sehingga data yang sama di simpan di dalam lebih dari satu lokasi.

Masalahnya pada waktu *update* data, serta dapat menghabiskan tempat penyimpanan data dan juga menimbulkan ketidak kosistenan data.

3.3 Cara Mengatasi Kendala

Berdasarkan kendala di atas, IndiBiz yang secara langsung mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran dan adopsi produk. Tanpa pemahaman yang cukup, upaya pemasaran mungkin tidak memberikan hasil yang diharapkan dan adopsi produk mungkin tetap rendah.

Setelah kendala ini diselesaikan atau mendapat perhatian yang memadai, laporan ini dapat melanjutkan untuk mengatasi kendala lainnya seperti:

1. Sebaiknya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk melakukan riset yang mendalam untuk memahami dengan lebih baik kebutuhan dan preferensi pelanggan. Contohnya terjun langsung ke segmen bisnis. Pemasaran produk yang dilakukan secara langsung dapat memberikan Tingkat kepercayaan yang lebih besar, maka dari itu pelanggan akan lebih yakin dengan produk yang kita tawarkan. Berinteraksi secara langsung juga dapat mengetahui apa kebutuhan dan keinginan mereka.
2. Sebaiknya Perusahaan gunakan aplikasi yang menyediakan fitur *import data*, *import data* yakni mengambil *file* dari luar baik dari aplikasi lain dan menggabungkannya dengan data yang dikumpulkan dari kumpulan analisa sebelumnya. Kemudian dari hasil analisa tersebut, dapat digunakan untuk mengatur dan menganalisis semua data untuk kelancaran bisnis.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan merupakan sebuah cara dalam menerapkan ilmu yang telah mahasiswa dapatkan pada kegiatan perkuliahan. Setelah Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Penulis memperoleh banyak pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan dunia kerja yang sesungguhnya. Walaupun masih ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Penulis, berikut adalah hasil yang diperoleh Penulis dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan:

1. Penulis mendapatkan pengalaman baru dimana Penulis belajar mengenal lingkungan baru dalam hal dunia kerja bahwa dibutuhkan kemampuan dalam beradaptasi dengan menyesuaikan kondisi lingkungan yang ada karena itu berpengaruh terhadap respon balik yang diberikan oleh lingkungan.
2. Penulis belajar mengenal teknik telemarketing yaitu salah satu jenis strategi promosi pemasaran. Dalam hal ini Penulis melaksanakan kegiatan pemasaran dengan media sambung telepon. Dalam penggunaan teknik ini Penulis menelpon pelanggan kemudian memberikan informasi,

menawarkan produk, dan memberikan kesempatan untuk pelanggan mengambil keputusan.

3. Penulis belajar bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan ketika melakukan kegiatan promosi dengan belajar menguasai tentang pengetahuan produk (*product knowledge*) yang harus dimiliki.
4. Dalam melaksanakan tugas selama Praktik Kerja Lapangan (PKL), Penulis mengalami beberapa kendala yang dihadapi. Namun, Penulis belajar bagaimana cara mengatasi kendala-kendala tersebut dan dengan adanya bantuan dari pembimbing dan para staff yang berada di divisi *Business Service*.

4.2 Saran

Berdasarkan pengalaman selama Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan, Penulis memiliki beberapa saran yang dapat membantu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan kedepannya agar lebih baik lagi. Adapun saran yang dapat Penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan dapat meningkatkan strategi dalam metode promosi pemasaran pada *product knowledge* IndiBiz.
2. Diharapkan PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Wilayah Usaha Telekomunikasi Sumatera Selatan dapat mengidentifikasi langkah-langkah dalam menangani kendala yang muncul selama proses validasi data.

