

**LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)
BERTEMPAT DI BANDUNG UTARA**



Nama Penyusun Laporan:

Abidah Elma N. F	(8105123242)	Ovi Alvioni	(8105123255)
Aisyah Miftahurrohmah	(8105123256)	Rangga Dian P	(8105123240)
Aisyah Qurrotun A	(8105120470)	Ratih Tri H	(8105120485)
Anastasia Wulandari	(8105123249)	Ricky Dharmawan	(8105123254)
Chintya Febiyanti	(8105123250)	Ridho Setia P	(8105123246)
Dewi Yuliana Sari	(8105123226)	Rika Dwi Winarni	(8105123237)
Ekky Karmila	(8105123222)	Rosmawarni	(8105123234)
Fatmania Indriana	(8105123229)	Srimur Riyana	(8105120471)
Imas Nugraha	(8105123253)	Suaibatul Islamiah	(8105123257)
Nadiyah Ulfah	(8105123231)	Susi Amaliana	(8105123236)
Nida Nurbaiti	(8105120465)	Widya Eka Putri	(8105123221)

**Dosen Pembimbing: Susi Indriani, M.S.Ak
Pendidikan Akuntansi Reguler 2012**

**EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2014

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang dilaksanakan di Bandung Utara pada 22-24 Oktober 2014 dengan baik dan sesuai dengan rencana.

Laporan ini ditujukan sebagai pertanggungjawaban atas perjalanan KKL yang telah penulis laksanakan. Dalam laporan ini penulis mencoba untuk menguraikan mengenai profil perusahaan yang dikunjungi selama masa KKL dan memaparkan kegiatan yang dilaksanakan disana. Serta di akhir pembahasan, penulis mencantumkan saran yang dapat digunakan sebagai perbaikan dalam pelaksanaan KKL berikutnya.

Pelaksanaan dan penyusunan laporan ini tidak terlepas dari perhatian serta bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi.
2. Ibu Santi Susanti, S.Pd, M.Ak selaku Ketua Konsentrasi Pendidikan Akuntansi yang telah memberikan saran, arahan, masukan serta dorongan dalam pelaksanaan KKL dan penyusunan laporan ini.
3. Para dosen Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dan mendampingi selama masa KKL.

Penulis sadar bahwa laporan ini belum sempurna. Oleh karenanya, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun yang seyogianya dapat membuat laporan ini menjadi lebih baik. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat baik kepada penulis sendiri dan kepada para pembaca secara umumnya.

Jakarta, 10 November 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
BAB I – PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Tujuan Penulisan.....	3
Manfaat KKL.....	3
Rumusan Masalah.....	4
BAB II – GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
PT. Telkom Indonesia.....	5
Tahu Susu Lembang.....	20
BAB III – KEGIATAN PERJALANAN	
PT. Telkom Indonesia.....	24
Tahu Susu Lembang.....	28
Tangkuban Perahu.....	30
Floating Market.....	32
Cihampelas.....	33
BAB IV - PENUTUP	
Kesimpulan.....	36
Saran.....	37
LAMPIRAN	
Dokumentasi.....	38

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah suatu bentuk kegiatan yang memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk terjun langsung dalam sebuah industri dan dunia kerja yang mungkin tidak ditemukan di kampus, sekaligus sebagai proses pembelajaran mahasiswa yang sedang membangun dan mengetahui keberhasilan dan permasalahan yang di hadapi. KKL dilaksanakan oleh perguruan tinggi dalam upaya meningkatkan Misi dan Bobot pendidikan bagi mahasiswa dan untuk mendapat nilai tambah yang lebih besar pada pendidikan tinggi.

Mendapatkan pekerjaan adalah sesuatu yang sangat sulit. Persaingan yang ketat, lapangan pekerjaan yang sempit, dan masih banyak hal lainnya yang jadi penyebab sulitnya mendapatkan pekerjaan. Dengan adanya kuliah kerja lapangan, mahasiswa diharapkan mendapat pengalaman dalam mengenal dunia kerja, dan memahami lingkungan kerja yang baik. Hal ini tentunya membantu mahasiswa untuk mendapatkan gambaran mengenai cara kerja yang baik dan disiplin, sehingga kelak mahasiswa dapat menjadi pekerja yang handal dalam bidangnya, dan mampu untuk menembus ketatnya persaingan di dunia kerja.

Kuliah kerja lapangan di Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta merupakan salah satu mata kuliah yang wajib. Mata kuliah kerja lapangan ini merupakan salah satu syarat untuk lulus program S1 di Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Mata kuliah ini terdapat di semester lima dengan bobot dua SKS. Dalam mata kuliah kerja lapangan ini, mahasiswa dituntut untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja, sehingga diharapkan mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan dalam dunia kerja.

Bagi mahasiswa, kegiatan KKL harus dirasakan sebagai pengalaman belajar yang baru yang tidak di peroleh di dalam kampus, sehingga selesainya

KKL mahasiswa akan memiliki wawasan guna bekal hidup dan bersosialisasi di tengah masyarakat pada saat melaksanakan pengabdian kepada bangsa dan Negara di kemudian hari.

Pada konsentrasi Pendidikan Akuntansi, penting untuk mengetahui bagaimana sebuah perusahaan menjalankan kegiatan akuntansinya. Kegiatan akuntansi yang dilaksanakan tersebut tentunya juga dilakukan berdasarkan suatu standar yang telah ditetapkan oleh sebuah Badan Akuntansi Internasional maupun Nasional. Salah satu standar akuntansi internasional yang paling terbaru adalah standari IFRS yang ditetapkan pada tahun 2001. Sejumlah standar yang dibentuk sebagai bagian dari IFRS dikenal dengan nama terdahulu Internasional Accounting Standards (IAS). IAS dikeluarkan antara tahun 1973 dan 2001 oleh Badan Komite Standar Akuntansi Internasional (bahasa Inggris: Internasional Accounting Standards Committee (IASC)). Pada tanggal 1 April 2001, IASB baru mengambil alih tanggung jawab guna menyusun Standar Akuntansi Internasional dari IASC. Selama pertemuan pertamanya, Badan baru ini mengadaptasi IAS dan SIC yang telah ada. IASB terus mengembangkan standar dan menamai standar-standar barunya dengan nama IFRS.

Dalam mengetahui bagaimana sebuah standari baru diaplikasikan dalam suatu perusahaan maka kami mengunjungi sebuah perusahaan besar di Kota Bandung, yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk atau biasa disebut Telkom. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah sebuah BUMN di Indonesia yang menjadi pelopor pengguna standar IFRS. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana sebuah perusahaan menerapkan sebuah standari akuntansi baru. Selain itu, apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Selain mengetahui standar akuntansi, sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi juga sangat tertarik untuk mengetahui dan mengunjungi langsung sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai suatu kegiatan bisnis untuk memperoleh keuntungan. Kami memilih Pabrik Tahu Susu Tauhid karena merupakan UKM yang telah cukup berkembang. Pada saat KKL kami melihat bagaimana keadaan suatu pabrik dan proses dari pembuatan tahu susu itu sendiri.

B. Tujuan Penulisan

1. Bagi para Mahasiswa, penulisan ini bertujuan untuk menambah pemahaman tentang konsep Akuntansi PT. Telkom Indonesia.
2. Bagi para Mahasiswa, penulisan ini bertujuan untuk menginformasikan tentang langkah-langkah kerja yang sistematis pada tahu susu Bandung.
3. Bagi para Dosen, penulisan ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menilai tingkat ketercapaian Mahasiswa dalam partisipasi kegiatan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) di Bandung.
4. Bagi para Dosen, penulisan ini bertujuan sebagai dasar acuan untuk meningkatkan kualitas program KKL (Kuliah Kerja Lapangan) yang lebih baik lagi di masa mendatang.

C. Manfaat KKL

Hasil kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) Konsentrasi Pendidikan Akuntansi 2012 diharapkan mempunyai kegunaan baik antara lain :

a. Bagi Mahasiswa

- 1) sarana dalam melatih keterampilan mahasiswa sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.
- 2) kegiatan belajar dalam mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja.
- 3) Menjadikan mahasiswa lebih aktif dalam mempelajari konsep-konsep terapan dalam akuntansi yang dapat dimanfaatkan pada dunia kerja.
- 4) Mendapatkan pengetahuan baru tentang penerapan PSAK dan IFRS di PT.Telkom.
- 5) Mendapatkan pengetahuan tentang persaingan dalam dunia usaha dan dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru.
- 6) Mendapatkan tambahan materi akuntansi yang dilakukan di obyek KKL.

b. Bagi Konsentrasi Pendidikan Akuntansi

- 1) Dapat menentukan ilmu yang diberikan telah sesuai dengan harapan dan dapat digunakan dalam dunia kerja.
- 2) Menambah wawasan dalam meningkatkan pengelolaan peningkatan pelayanan kepada mahasiswa

c. Bagi Fakultas

- 1) Bahan pertimbangan / masukan dalam memajukan fakultas baik baik itu peningkatan mutu dalam bidang akademis maupun non-akademis.
- 2) Untuk menambah wawasan dalam pengelolaan kelembagaan fakultas, terutama dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada mahasiswa dan peningkatan kualitas proses belajar mengajar.

d. Bagi Universitas

Dari kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) konsentrasi Pendidikan Akuntansi 2012 dapat meningkatkan kerjasama yang baik antara pihak Universitas dan PT.Telkom dan Penhusaha Pabrik Tahu Lembang yang dijadikan obyek KKL.

D. Rumusan Masalah

Sesuai dengan hasil kunjungan dalam kuliah kerja lapangan yang telah dilaksanakan pada tanggal 22, 23 dan 24 Oktober 2014 di Bandung, Adapun permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan system IFRS pada PT Telkom ?
2. Bagaimana prosedur-prosedur yang dilakukan PT Telkom dalam melaksanakan system IFRS ?
3. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan system IFRS pada PT Telkom ?
4. Apa saja upaya-upaya untuk mengatasi kendala-kendala dalam pelaksanaan system IFRS pada PT Telkom?
5. Bagaimana cara membuat tahu susu Lembang?
6. Bagaimana strategi yang dilakukan agar menarik konsumen?

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

I. PT. TELKOM INDONESIA

A. Sejarah Singkat PT Telkom Indonesia

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan penyelenggaraan bisnis Telecommunication, Information, Media and Education (T.I.M.E) yang terbesar di Indonesia. Pengabdian TELKOM berawal pada 23 Oktober 1856, tepat pada saat dioperasikannya layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Selama itu pula TELKOM telah mengalami berbagai transformasi. Dibawah ini adalah sejarah singkat TELKOM:

- 1882
Sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf dibentuk pada masa pemerintahan kolonial Belanda.
- 1906
Pemerintahan kolonia Belanda membentuk sebuah jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang diberi nama Jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (*Post, Telegraphen Telephone Dienst/PTT*).
- 1945
Proklamasi Kemerdekaan Indonesia sebagai Negara merdeka dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang.
- 1961
Status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel)
- 1965
PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro), dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

- 1974
PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.
- 1980
PT Indonesia Satellite Corporation (Indosat) didirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel.
- 1989
Undang - undang nomor 3/1989 tentang Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.
- 1991
Perumtel berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no. 25 tahun 1991.
- 1995
Penawaran umum perdana saham TELKOM (*Initial Public Offering/IPO*) dilakukan pada 14 November, sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), *New York Stock Exchange* (NYSE) dan *London Stock Exchange* (LSE), Saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan (*Public Offering Without Listing/POWL*) di *Tokyo Stock Exchange*.
- 1996
Kerjasama Operasi (KSO) mulai diimplementasikan pada 1 Januari 1996 di wilayah Divisi Regional 1 Sumatra – dengan mitra PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo); Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten dengan mitra PT Aria West International (AriaWest); Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta dengan mitra PT Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI); Divisi Regional VI Kalimantan – dengan mitra PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra); dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT. Bukaka Sngtel.

- 1999
Undang-undang nomor 36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi.
- 2001
TELKOM membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industry jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan saham bersama dan kepemilikan silang antara TELKOM dan Indosat. Dengan transaksi ini, TELKOM menguasai 72,72% saham Telkomsel. TELKOM membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasi laporan keuangan Dayamitra kedalam keuangan TELKOM.
- 2002
TELKOM membeli seluruh saham Pramindo melalui 3 tahap, yaitu 30% saham pada saat ditandatanganinya perjanjian jual beli pada tanggal 15 Agustus 2002, 15% pada tanggal 30 September 2003 dan sisa 55% saham pada tanggal 31 Desember 2004. TELKOM menjual 12,72% saham Telkomsel kepada Singapore Telecom, dan dengan demikian TELKOM memiliki 65% saham Telkomsel.
Sejak Agustus 2002 terjadi duopoly penyelenggaraan telekomunikasi local

B. Tentang PT Telkom Indonesia

Telkom Group adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom:

❑ Telecommunication

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legacy Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain Ordinary Telephone Service* (POTS), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta korporasi.

❑ Information

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

❑ Media

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

❑ Edutainment

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

❑ Services

Services menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan Customer Portfolio Telkom kepada

pelanggan Personal, Consumer/Home, SME, *Enterprise*, *Wholesale*, dan Internasional.

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

Telkom Group



C. Visi dan Misi PT Telkom Indonesia

Visi

“To become a leading Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services (“TIMES”) player in the region”

Misi

- Menyediakan layanan *“more for less”* TIMES.
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Corporate Culture : The Telkom Way

Basic Belief : Always The Best

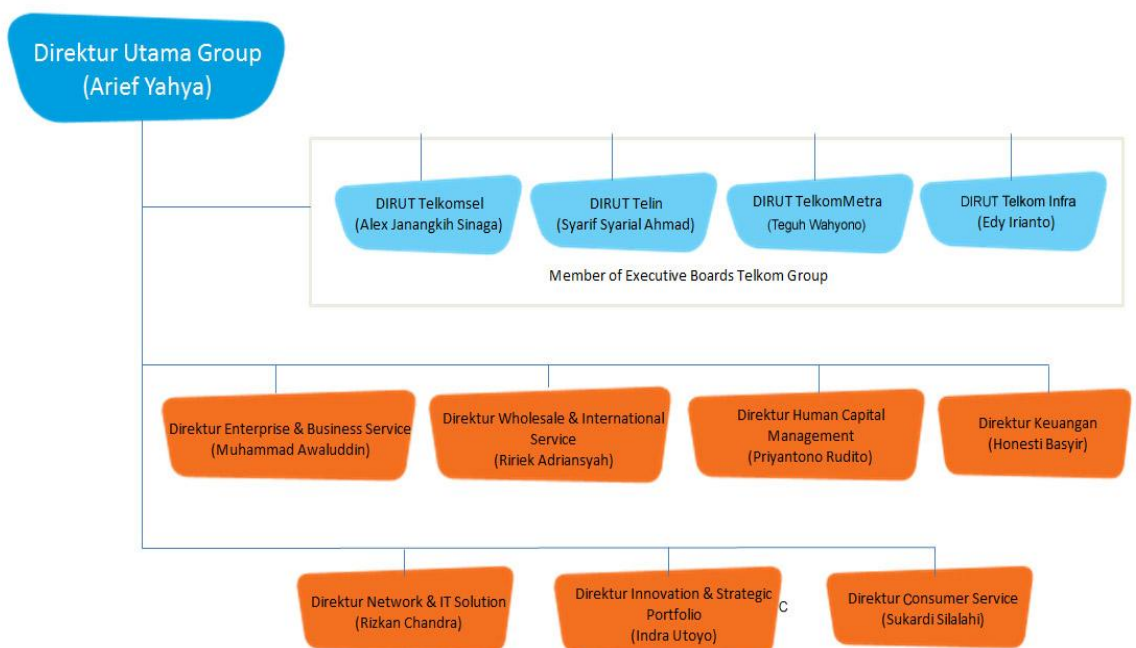
Core Values : Solid, Speed, Smart

Key Behaviours : Imagine, Focus, Action

Inisiatif Strategis

- Pusat keunggulan.
- Fokus pada portofolio dengan pertumbuhan atau *value* yang tinggi.
- Percepatan ekspansi internasional.
- Transformasi biaya.
- Pengembangan IDN (id-Access, id-Ring, id-Con).
- Indonesia Digital Solution (“IDS”) – layanan konvergen pada solusi ekosistem digital.
- Indonesia Digital Platform (“IDP”) – *platform enabler* untuk pengembangan ekosistem.
- Eksekusi system pengelolaan anak perusahaan terbaik.
- Mengelola portofolio melalui BoE dan CRO.
- Meningkatkan sinergi di dalam Telkom Group.

D. Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia



Berikut ini merupakan penjelasan yang lebih terperinci, yaitu:

Telekomunikasi

a. Sambungan Telepon Kabel Tidak Bergerak

Plain Old Telephone Services (POTS') merupakan layanan telefoni dasar pada sambungan telepon kabel.

Layanan Telepon Tetap Bernilai Tambah (VAS Fixed Wireline) merupakan fasilitas layanan bernilai tambah yang dihadirkan satu paket dengan produk inti Kami untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Layanan *Intelligent Network (IN)* atau Jaringan Pintar Teknologi Informasi (JAPATI) merupakan arsitektur jaringan layanan berbasis teknologi informasi yang terhubung dengan sistem sentral dan jaringan telekomunikasi Telkom. Pelanggan jasa JAPATI dapat menikmati layanan *FreeCall, Personal FreeCall, Split Charging, UniCall, VirtualNet, PremiumCall, VoteCall* dan *VoteFree*.

Layanan *Session Initiation Protocol (SIP)* adalah layanan berbasis teknologi *IP Multimedia Subsystem (IMS)* yang memadukan teknologi nirkabel dan kabel untuk melayani jasa *voice* dan data.

b. Sambungan Telepon Nirkabel Tidak Bergerak

Layanan Prabayar merupakan jasa sambungan telepon yang dapat dinikmati pelanggan dengan membeli nomor perdana dan *voucher* isi ulang agar dapat menggunakan jasa telekomunikasi yang diinginkan.

Layanan Pascabayar merupakan layanan telepon dengan sistem pembayaran yang ditagihkan pada pelanggan di akhir bulan atas jasa telekomunikasi yang digunakan pada bulan sebelumnya.

c. Seluler

Telkom melayani jasa komunikasi seluler melalui Anak Perusahaan, Telkomsel, yang memanfaatkan teknologi GSM dan frekuensi 3,5G. Layanan seluler masih menjadi kontributor terbesar bagi pendapatan konsolidasi Perusahaan.

Produk dan layanan seluler yang ditawarkan oleh Telkomsel dibagi ke dalam dua model, yaitu layanan pascabayar yang disajikan melalui produk *kartuHALO*, serta layanan Prabayar yang disajikan melalui produk *simPATI* dan Kartu As. Diferensiasi dari ketiga produk tersebut adalah sebagai berikut:

- **kartuHALO** hingga kini masih tercatat sebagai layanan komunikasi seluler pascabayar yang paling banyak digunakan sejak diperkenalkan pertama kali pada tahun 1995. Pelanggan *kartuHALO* pada akhir tahun 2011 mencapai 2,2 juta, atau setara dengan pangsa pasar sebesar 53,4% dari total pelanggan seluler pascabayar yang ada di Indonesia.
- **simPATI** adalah produk Prabayar yang tersedia dalam bentuk *voucher* perdana dan isi ulang dengan fitur canggih dan lengkap dengan harga terjangkau pada waktu *off-peak*.
- **Kartu As** adalah inovasi layanan seluler terakhir dari Telkomsel untuk jenis Prabayar dengan tarif yang dihitung per detik pemakaian. Kartu As ini menargetkan segmen pengguna muda.

d. Jasa Layanan Internet (*Narrowband & Broadband*)

Layanan Dial-Up merupakan jasa akses internet yang memanfaatkan jaringan telepon biasa dan modem *dial up*, pelanggan diharuskan berlangganan ke *Internet Service Provider* (“ISP”) tertentu atau melakukan akses internet ke Telkomnet Instan.

Flexi Net merupakan layanan akses internet yang menggunakan jaringan TelkomFlexi.

Jasa Penyewaan Port (*Port Wholesale*) melayani penyewaan *Port Remote Access Server* bagi penyelenggara jasa internet, penyelenggara jasa konten (*Content Service Provider/CSP*), dan korporat untuk kemudian diperjualbelikan kepada pelanggan.

Metro I-net merupakan solusi jaringan data berkapasitas tinggi dan berbasis *Internet Protocol* (“IP”) atau *Ethernet* yang menjamin

fleksibilitas, kemudahan dan keefektifan serta jaminan kualitas untuk segmen pelanggan bisnis dan residensial.

Astinet melayani akses Internet dengan menggunakan *Gateway Internet default* dan *IP Address* publik milik Telkom untuk saluran komunikasi tetap atau *dedicated* selama 24 jam sehari.

Broadband Internet melayani akses Internet secara *dedicated* dengan kecepatan di atas 384 kbps.

Hotspot/Wi-Fi merupakan solusi akses nirkabel Intranet dan Internet bagi pelanggan layanan data bergerak pada area tertentu dengan memanfaatkan alat bayar Telkom, alat bayar ISP lain (*roaming*) maupun secara bulk dengan peralatan *Customer Premises Equipment* berbasis teknologi Wi-Fi.

IP Transit melayani jasa interkoneksi ke global internet dengan memanfaatkan fitur *Full Route BGP Internet* dan blok IP serta *Autonomous System* (“AS”) Pelanggan (Non Telkom) dengan rasio *bandwidth* 1:1 dari CPE hingga ke *upstream* Telkom.

e. Layanan Jaringan

Sirkuit Langganan merupakan bentuk jasa jaringan transmisi terestrial *unregulated* yang menghubungkan 2 (dua) titik terminasi antar *Point of Presence* (“POP”) *dedicated* untuk digunakan secara eksklusif dengan kapasitas kanal transmisi yang simetris.

IPLC (*International Private Leased Channel*) merupakan saluran telekomunikasi terestrial yang disewakan secara *dedicated* untuk memfasilitasi komunikasi *voice*, data, video dan layanan telekomunikasi lainnya yang dilakukan oleh pelanggan di Indonesia dengan pelanggan telekomunikasi di negara lain atau sebaliknya, sesuai dengan kewenangan pelanggan berdasarkan regulasi yang berlaku.

VPN Backhaul adalah suatu node yang berada di jaringan *Virtual Private Network* (“VPN”) yang berfungsi sebagai pusat dari node-node lainnya.

ADSL Link/EBIS ESP merupakan saluran akses pelanggan berbasis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* guna menyediakan akses

internet yang disewakan kepada penyelenggara jasa internet selain Telkom.

Jasa Satelit melayani sewa *bandwidth transponder* satelit dan/atau produk turunannya yang memanfaatkan satelit milik Telkom atau satelit pengganti.

f. Jasa Komunikasi Data

ISDN PRA adalah jaringan digital untuk memfasilitasi layanan telekomunikasi multimedia, yang menggunakan *bandwidth* yang lebih lebar dan sistem digital dari terminal ke terminal untuk melayani komunikasi suara, data dan video serta dengan kecepatan, kualitas dan kapasitas tinggi melalui satu saluran. Jaringan ini berkapasitas total 1.984 kbps, yang terdiri dari 30B+D64, dan dapat digunakan untuk menghubungkan PABX, dari komputer *mainframe* ke jaringan PASOPATI, dan hubungan antar *Local Area Network* ("LAN").

DINA Access merupakan layanan komunikasi dengan akses *dedicated* untuk melayani interkoneksi antar LAN dan layanan multimedia yang kecepatannya dapat disesuaikan permintaan pelanggan, mulai dari 64 hingga 2.084 Kbps.

VPN merupakan jaringan pribadi yang menggunakan media seperti internet untuk menghubungkan *remote site* secara aman.

Global Datacom adalah bentuk layanan komunikasi data bagi pelanggan korporasi yang menghubungkan kantor pusat dengan cabang atau kliennya di berbagai negara di dunia. Telkom bekerja sama dengan mitra global melalui Telin dalam menyediakan layanan ini.

Metro Link adalah bentuk layanan konektivitas berbasis jaringan Metro yang melayani *point to point*, *point to multipoint* dan *multipoint to multipoint*.

VAS Datacom memberikan fasilitas tambahan yang menawarkan nilai tambah bagi pelanggan komunikasi data.

g. Layanan Interkoneksi dan *Intercarrier*

Interkoneksi Transit adalah bentuk jasa penyaluran panggilan interkoneksi dari penyelenggara komunikasi asal kepada penyelenggara tujuan dengan memanfaatkan jaringan tetap Telkom.

Interkoneksi Terminasi adalah bentuk layanan pengakhiran panggilan interkoneksi pada jaringan Telkom dari penyelenggara telekomunikasi domestik lainnya.

Layanan berbasis *Signalling* ditawarkan kepada penyelenggara lain melalui jaringan signalling Telkom, baik domestik maupun internasional.

Interkoneksi *Originating* merupakan layanan pembangkitan panggilan interkoneksi yang ditawarkan jaringan penyelenggara asal.

Akses Jasa Telkom disediakan oleh penyelenggara layanan telekomunikasi lain untuk layanan, seperti akses Sambungan Langsung Jarak Jauh (“SLJJ”) dan Sambungan Langsung Internasional (“SLI”) 007.

Terminasi Internasional adalah layanan pengakhiran panggilan oleh Mitra Internasional pada jaringan Telkom.

VAS Interkoneksi adalah layanan bernilai tambah antara lain Telkom Free, Telkom Split Charging, Telkom Vote, Telkom Uni, Telkom Premium, dan *call center* dari penyelenggara jasa melalui jaringan Telkom.

h. Sarana Penunjang

Layanan mekanikal dan elektrik (“ME”) menyediakan sarana pasokan listrik AC milik Telkom bagi mitra penyelenggara.

Layanan Non ME menyediakan sarana penunjang milik Telkom untuk mitra penyelenggara antara lain berupa ruangan, lahan, kolokasi, *Integrasi Grounding, Tower, Duct, Roof Top*, dan Jalan Akses.

CPE adalah perangkat yang digunakan oleh pelanggan Telkom sebagai pelengkap dari penyelenggara telekomunikasi dan terletak di tempat pelanggan.

Layanan Teknologi Informasi (TI)

a. *Managed Application & Performance/ITO*

Cloud Based Managed Services yang berbasis aplikasi *client server* mendukung layanan *cloud computing* yang dapat diakses pelanggan melalui jaringan internet.

Server Based Managed Services yang berbasis *server* yang diakses oleh pelanggan melalui layanan internet atau aplikasi khusus lain sebagai *client*.

IT Consulting merupakan layanan konsultasi TI yang terdiri dari pekerjaan pengembangan sistem/aplikasi, *Blueprint/MasterPlan* TI atau perancangan dokumen strategis lainnya

b. *E-Payment/Payment Service*

Billing Payment adalah layanan yang memudahkan proses transaksi pembayaran bagi pelanggan jasa atau barang kepada perusahaan penyedia jasa seperti PLN, Telkom, PDAM, PJKA, dan lain-lain melalui jasa yang disediakan *collection agent* di antaranya bank, koperasi, BPR, *convenience store*, dan lain-lain sehingga tidak harus mendatangi perusahaan bersangkutan.

Remittance adalah layanan pengiriman uang di mana pengirim dan penerima dana tidak harus memiliki rekening di bank namun harus memiliki perangkat seluler untuk menerima notifikasi.

E-Money melayani penyimpanan uang pelanggan/penggunaannya secara elektronik dalam suatu media (handphone, kartu prabayar, atau suatu rekening virtual yang dapat diakses melalui media internet) untuk melakukan transaksi secara elektronik.

E-Voucher atau *Telkom Voucher* merupakan *single voucher* yang diterbitkan Telkom yang berfungsi untuk membeli layanan atau mengisi pulsa layanan milik Telkom Group, seperti Kartu As, *simPATI* dan Flexi Trendy, layanan prabayar TelkomVision dan Speedy Hotspot.

c. *IT enabler Services (ITeS)*

Business Process Outsourcing (BPO) merupakan layanan berbasis kontrak untuk mengelola/menjalankan beberapa proses perusahaan pelanggan.

Knowledge Process Outsourcing (KPO) merupakan layanan BPO untuk proses bisnis yang memerlukan kompetensi khusus untuk pengelolaannya.

d. *Network Centric VAS*

Data & Telephony merupakan layanan data dan telepon berbasis TI yang menawarkan nilai tambah bagi pelanggan layanan konektivitas.

Security merupakan layanan security berbasis TI yang bernilai tambah bagi pelanggan layanan konektivitas.

Server & Storage merupakan layanan *server & storage* berbasis TI yang bernilai tambah bagi pelanggan layanan konektivitas.

e. **Jasa Integrasi**

Jasa Integrasi Jaringan & Piranti Keras memadukan dan menyediakan perangkat konektivitas di lokasi pelanggan (CPE).

Jasa Integrasi Aplikasi dan Piranti Lunak memadukan dan menyediakan seluruh sistem yang diperlukan untuk mengintegrasikan dua atau lebih aplikasi/piranti lunak/sistem.

Jasa Integrasi Computing Hardware memadukan sistem yang menggabungkan seluruh perangkat komputasi yang diperlukan untuk membantu sistem informasi bagi pelanggan.

Media & Edutainment

a. **Konten**

Musik adalah konten yang disajikan dalam berbagai bentuk, baik unsur lagu atau melodi, syair, dan lirik serta aransemen musiknya yang merupakan karya seni seseorang atau lebih.

Berita adalah konten yang memberitakan suatu kejadian atau peristiwa pada waktu dan tempat tertentu.

Sport adalah konten mengenai informasi seputar olahraga yang disajikan dalam bentuk teks, video, dan multimedia.

Edukasi adalah konten terkait dunia pendidikan yang bertujuan untuk mencerdaskan bangsa dengan mengedepankan metode pembelajaran yang menarik.

Permainan (*Game*) adalah konten yang diakses oleh pengguna sebagai bentuk hiburan ataupun alat pembelajaran dengan karakteristik di antaranya *skill game*, *Mass Multiplayer Online* (“MMO”), *sport game*, *board game* dan sebagainya.

Anti Virus adalah konten yang berisi perangkat lunak untuk mendeteksi dan menghapus virus dari sistem komputer.

b. Portal

E-Commerce merupakan portal yang memfasilitasi transaksi secara elektronik oleh pihak ketiga atau jajaran Telkom Group, terdiri dari aktivitas penjualan, *delivery*, layanan pelanggan dan pembayaran.

E-Store adalah portal yang memfasilitasi penjualan konten atau aplikasi yang dapat diunduh secara langsung ke perangkat *mobile* atau *web*, seperti *game*, aplikasi, musik, dan sebagainya, yang disediakan secara berbayar maupun gratis.

Community adalah portal komunitas yang menyediakan konten yang dapat menarik minat komunitas tertentu baik dalam bentuk berita, video, *user generated content*, artikel tertentu, dan sebagainya.

On Device Portal merupakan portal yang dipasang di perangkat *mobile* guna memfasilitasi penggunaanya dalam memilih, membeli dan menggunakan konten *mobile* dan layanan.

c. Media

Pay TV adalah layanan TV berbayar yang disediakan melalui satelit atau kabel dengan sajian berupa konten premium seperti berita, sport, hiburan dan lain-lain.

***Over the Top TV* (“OTT TV”)** adalah layanan TV yang dapat diakses oleh pelanggan melalui jaringan internet.

Advertisement merupakan layanan promosi komersial untuk produk atau jasa milik pihak ketiga yang disediakan melalui media digital maupun cetak.



E. Makna Logo PT Telkom Indonesia

Penampilan logo baru tersebut mencakup perubahan logo secara menyeluruh dan terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan, yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi serta sumber daya manusia.

F. Filosofi Warna

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

Dengan tetap mengacu kepada filosofi *Telkom Corporate*, yaitu *Always The Best* – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik

II. TAHU LEMBANG

A. Profil Tahu Lembang



Tahu Lembang merupakan kawasan wisata kuliner keluarga yang berada dalam Corporate The Big Price Cut Group yang menjalankan kegiatan operasional sehari-hari secara mandiri, meskipun begitu tahu lembang tetap mendapatkan pengawasan dari pihak corporate.

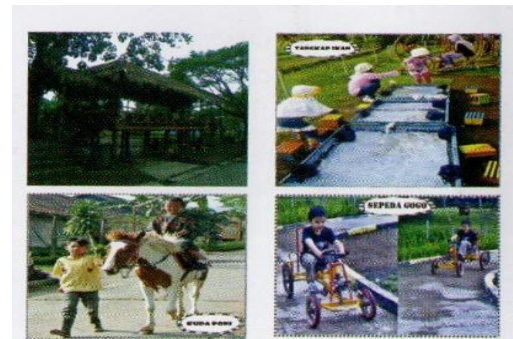
Ruang pabrik Tahu Susu didesain dengan terbuka, yang dimaksudkan agar konsumen melihat secara langsung proses pembuatannya. Waktu yang diperlukan untuk membuat tahu susu yaitu 7 jam.



Tahu lembang memiliki produk unggulan yaitu Tahu Susu, Tahu Susu ini dibuat dalam 5 varian bentuk yaitu bentuk tahu goreng, tahu bundle, takus panjang, takus kotak dan takus kasur yang dijual dalam keadaan mentah. Kawasan kuliner tahu lembang tidak hanya memberikan suasana atau pemandangan alam yang sejuk dan asri tetapi juga menawarkan berbagai fasilitas outdoor activities yang mengasyikan dilahan seluas dua hektar.

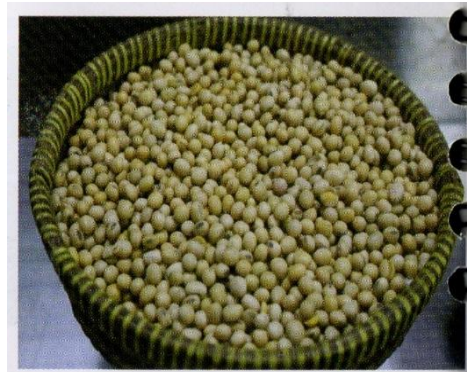
B. Fasilitas Tahu Lembang

- Pabrik tahu susu
- Pasar kuliner
- Rumah makan khas sunda
- ATV
- Tangkapan ikan
- Becak mini
- Taman kelinci
- Kebun Stroberi
- Kuda poni
- Toko oleh-oleh
- Factory outlet
- Mushola & toilet



C. Tahapan Proses Produksi

Untuk pembuatan tahu susu yang enak dan bergizi dibutuhkan kacang kedelai yang berkualitas bagus. Oleh sebab itu, Tahu Susu Lembang menggunakan kacang kedelai import yang berkualitas nomor satu.



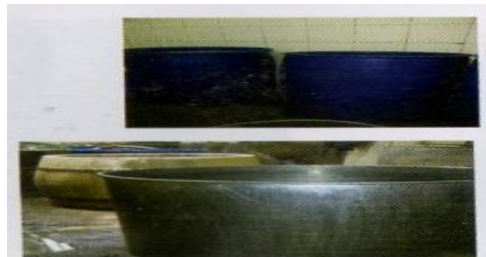
D. Bahan Pokok Tahu Susu

- Kacang Kedelai 13 kg
- Susu Sapi 4 Liter
- Mentega 2 Ons
- Garam
- Bawang Putih
- Kunyit

- Air
- Biang Tahu

E. Peralatan Produksi

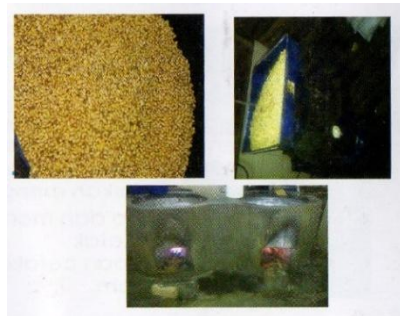
- Tong Pencucian
- Mesin Giling
- Tungku Perebusan
- Tong Kayu
- Tong Plastik
- Saringan Besar & Kecil
- Serok Cetak
- Cetakan
- Kayu Pengaduk
- Tangok
- Kain Saring
- Kain Cetakan
- Tampir



F. Tahapan Proses Produksi

Proses pembuatan tahu susu yang berkualitas baik melalui beberapa proses, yaitu:

- Kacang kedelai direndam selama 4 jam dan dicuci sampai bersih
- Kacang kedelai digiling menggunakan mesin pengiling
- Kacang kedelai direbus kurang lebih selama 1 jam sambil diaduk-aduk
- Setelah direbus, kacang kedelai di saring untuk dipisahkan antara ampas dan sari kedelai (Susu kedelai)



- e. Lalu sari kedelai ditambah susu murni, mentega dan garam serta biang tahu sampai tercampur rata, lalu biarkan mengendap
- f. Setelah mengendap dan menjadi biang tahu, lalu dicetak menggunakan papan cetakan dan di press selama satu jam
- g. Selanjutnya adonan diangkat dari papan cetakan dan dipotong-potong sesuai ukuran
- h. Lalu, tahu direbus kedalam air mendidih yang telah diberi garam dan bawang putih selama 15 menit
- i. Setelah itu, tahu didinginkan menggunakan kipas angin, setelah dingin lalu tahu siap dikemas dan dijual



- j. Tahu susu kuning, diberi tambahan kunyit sebagai bahan pewarnanya. Tahu susu yang telah diberi garam kemudian diangkat dan ditiriskan, setelah dingin tahu susu dikemas. Untuk kemasan digunakan dua macam kemasannya itu kemasan besek dan kemasan box plastik, untuk selanjutnya dijual kekonsumen.



BAB III

KEGIATAN PERJALANAN

A. PT. Telkom Indonesia

1. Kegiatan di Lapangan

Pada tanggal 22 Agustus 2014, mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi konsentrasi pendidikan akuntansi UNJ berkesempatan untuk mengunjungi PT Telkom yang berada di Bandung. Sesuai dengan konsentrasi mata kuliah yang kami ambil, kami ingin mengambil pelajaran dari suksesnya PT Telkom dalam menerapkan sistem IFRS. Dalam kesempatan ini, kami merasa sungguh beruntung karena bisa datang langsung ke perusahaan Indonesia pertama yang berhasil mengimplementasikan sistem IFRS dengan baik. Kegiatan kunjungan kami ini diadakan seperti seminar. Tema yang diangkat yakni "*Implementation of IFRS in PT. Telkom*".

MC membuka acara ini dengan sangat baik. Selanjutnya semua orang yang ada didalam ruangan seminar diminta berdiri untuk menyanyikan lagu kebanggan PT Telkom. Dengan semangat kami menyanyikan tiga lagu yang merupakan penggambaran dari PT. Telkom. Setiap lirik mengandung makna yang mendalam. Menurut MC ketiga lagu ini memang selalu dinyanyikan dalam setiap agenda PT Telkom. Alasannya karena melalui lagu ini, akan timbullah semangat bagi para pegawai dan seluruh orang yang menyanyikannya. Setelah bernyanyi acara dilanjutkan dengan berdoa bersama. Harapannya adalah bahwa kegiatan seminar yang akan dilangsungkan dapat berjalan lancar dan diberkahi oleh Allah.

Selanjutnya, dipanggillah pembicara pertama dalam seminar ini. Beliau adalah Bapak Onesti, Direktur Keuangan PT Telkom. Sebenarnya Bapak Onesti tidak ada dalam jadwal pembicara. Namun beruntungnya kami karena dengan agenda beliau yang sibuk beliau masih menyempatkan untuk hadir dan berbagi sedikit ilmu dan pengalamannya. Dalam perawakannya Bapak Onesti nampak masih muda dan bugar. Ia berbicara dengan begitu semangat, menjelaskan kondisi

PT Telkom saat ini dan tantangannya kedepan. Menurut beliau PT Telkom berusaha untuk tetap eksis di dunia bisnis yang ada. Meskipun pada kenyataannya dunia bisnis saat ini menghadapi persaingan yang sangat ketat. Beliau mengatakan bahwa kita semua merupakan bagian dari masyarakat global. Sehingga kita harus mampu bersaing dengan negara-negara lain dalam menjalankan bisnis.

PT Telkom saat ini sedang mengembangkan program TIMES yang merupakan transformasi bisnis PT Telkom yang dimulai dari tahun 2008. Program TIMES ini merupakan cara PT Telkom untuk melakukan *continuous improvement*. Program tersebut diharapkan mampu membuat PT Telkom menjadi "*The Dancing Giant*". Sehingga PT Telkom tidak akan tergerus oleh zaman dengan tetap flexibel dan dinamis. Saat ini PT Telkom telah memiliki anak perusahaan di 9 negara. Ini merupakan langkah strategis PT Telkom untuk bisa menjadi pemain lokal maupun pemain internasional. Sehingga ketika adanya MEA di tahun 2015 PT Telkom juga benar-benar telah siap.

Bapak Onesti mengakhiri pembicaraannya dengan memberikan hadiah kepada salah seorang mahasiswa UNJ yang mengajukan pertanyaan. Setelah itu dilanjutkan oleh pembicara kedua yakni Bapak Agus Hari. Beliau mengungkapkan panjang lebar terkait penerapan IFRS di PT Telkom. Setelah itu diadakanlah sesi tanya jawab. Para mahasiswa begitu antusias bertanya karena memanfaatkan kesempatan untuk belajar akuntansi secara langsung pada prakteknya. Mahasiswa yang bertanya juga diapresiasi oleh PT Telkom dengan memberikan buku panduan IFRS. Acara ditutup dengan foto bersama.

Setelah acara selesai, kami kembali ke bus masing- masing. Kira- kira jam 14.00 kami telah berada di bus dan bersiap untuk melanjutkan perjalanan menuju pabrik tahu susu di Lembang Bandung. Acara makan siang dilakukan saat itu juga di dalam bus. Meskipun tidak biasa tetapi kami tetap menikmatinya.

2. Penerapan IFRS pada PT. Telkom Indonesia

Perubahan yang cukup besar terkait pelaporan keuangan tahun 2011 adalah berkaitan dengan penerapan standar pelaporan keuangan *International*

Financial Reporting Standard (IFRS). Maka rancangan dan penerapan pengendalian internal atas pelaporan keuangan perlu mengalami penyesuaian yang cukup besar agar sesuai dengan ketentuan standar akuntansi yang berlaku. Hal tersebut meliputi kebijakan akuntansi, organisasi dan aplikasi TI, termasuk perubahan rancangan dan penerapan pengendalian internal atas pelaporan keuangan yang diikuti dengan pengembangan kompetensi pengetahuan IFRS kepada karyawan yang terlibat.

Komitmen untuk menerapkan IFRS merupakan keputusan manajemen, bahwa Telkom akan melakukan adopsi lebih awal dari *roadmap* DSAK IAI atas Standar Pelaporan Keuangan IFRS. Untuk itu sejak tahun 2010 dibentuk tim khusus disebut dengan Gugus Tugas IFRS yang bertanggung jawab mempersiapkan implementasi IFRS mulai dari fase penilaian, desain, implementasi sampai tahap kestabilan yang direncanakan akan tercapai pada tahun 2012. Berikut tahapan perancangan dan penerapan IFRS PT. Telkom Indonesia Tbk.

Tabel 1.1

Tahapan Perancangan dan Penerapan IFRS PT. Telkom Indonesia Tbk

Tahun	Fase	Kegiatan
2010	Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> ○ Penilaian proses bisnis dan TI di Telkom ○ Penilaian <i>accounting gap</i> dan <i>practical gap</i> ○ Menentukan dan memilih opsi IFRS 1 untuk penerapan pertama IFRS ○ Penilaian TI dan proses bisnis yang terpengaruh implementasi IFRS ○ Pembuatan <i>Mock-up</i> laporan keuangan IFRS (31 Maret 2010)
2010-2011	Desain	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pembuatan kerangka dan detail <i>Chart of Account</i> (COA) ○ Pembuatan BRDs untuk aplikasi TI yang terpengaruh ○ Pembuatan <i>Mock-up</i> laporan keuangan IFRS (30 Juni

		<p>2010)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pembuatan <i>position paper</i> IFRS untuk topik-topik akuntansi penting ○ Pembuatan <i>group reporting package</i> IFRS ○ Penyusunan proses pengakuan dan pengukuran untuk transaksi transisional.
2011	Implementasi	<ul style="list-style-type: none"> ○ Akuntansi dan Pelaporan – pembuatan panduan <i>group reporting package</i>, penyusunan laporan keuangan IFRS, kebijakan akuntansi IFRS, dan blank template keuangan IFRS ○ Data dan Teknologi – implementasi aplikasi TI baru (modifikasi) ○ Proses dan Kontrol – mengupdate dan menyesuaikan proses bisnis SOA & SOP ○ Manajemen Perubahan – melakukan sosialisasi dan pelatihan atas akuntansi dan pelaporan, data dan teknologi, serta proses dan kontrol ○ <i>Overall Project Monitoring</i> – memonitor progres dari implementasi IFRS dan mengidentifikasi serta memitigasi risiko.
2012	Sustain	<ul style="list-style-type: none"> ○ Membuat dan mengoperasikan sistem pendukung implementasi IFRS ○ Mengidentifikasi, memprioritisasi serta menyelesaikan masalah yang muncul dalam proses bisnis, kontrol, serta aplikasi TI ○ Mengelola tes ulang dan aktivasi aplikasi TI dan perubahan proses bisnis ○ Melakukan pengecekan proses dan kualitas data ○ Membuat daftar aktivitas dan <i>roadmap</i> untuk melakukan perbaikan

		○ Menyusun proses transisi dari fase <i>sustain</i> ke fase bisnis sehari-hari
--	--	--

Bagi Telkom, implementasi IFRS memiliki tantangan tersendiri, selain harus menyampaikan Laporan Keuangan dalam standar IFRS ke US SEC, Telkom pun harus menyampaikan Laporan Keuangannya dengan SAK Indonesia ke Bapepam-LK dengan tetap memperhatikan norma-norma pengendalian internal.

Terkait dengan penerapan IFRS, Telkom juga berperan aktif mendukung implementasi IFRS di BUMN lainnya dan terlibat sebagai narasumber, berikut beberapa kegiatan yang telah dilakukan: Telkom terlibat aktif menjadi Tim Kerja Koordinasi BUMN untuk Antisipasi Penerapan IFRS ke dalam SAK Indonesia, salah satu wujudnya adalah menjadi narasumber dan pengajar untuk *workshop* penerapan SAK Indonesia Baru (IFRS) untuk BUMN;

Telkom memberikan jasa pendampingan konvergensi SAK Indonesia-IFRS kepada salah satu BUMN di Indonesia dan ini merupakan langkah awal untuk membantu proses konvergensi di BUMN-BUMN lainnya. Telkom menjadi pembicara utama dalam Seminar IFRS untuk Auditor dengan tema ” *Internal Auditors Need to Know IFRS Conversion*” pada tanggal 11-13 April 2011 di Bandung dan Secara rutin melakukan sosialisasi dan *workshop* atas implementasi IFRS ke Anak Perusahaan Telkom.

B. Tahu Susu Lembang

Pada Rabu, 23 Oktober 2014, kegiatan yang dilakukan oleh para Mahasiswa program konsentrasi Pendidikan Akuntansi Reguler dan Non Reguler adalah kunjungan ke UMKM Tahu Susu Lembang yang beralamat di Jalan Raya Lembang No. 177 Bandung. Disana Mahasiswa mendapatkan informasi tentang pembuatan tahu susu dan juga informasi berdirinya Tahu Susu Lembang dari seorang informator yang memberikan penjelasan. Sayangnya saat itu Mahasiswa tidak dapat melihat sepenuhnya proses pembuatan dikarenakan UMKM Tahu Susu Lembang sedang dalam perbaikan, namun mahasiswa diperlihatkan secara

langsung bahan – bahan yang digunakan untuk membuat tahu susu lembang dan beberapa peralatan, serta proses penyaringan.

Udara sejuk Lembang yang menyentuh kulit sangat cocok menemani wisata kuliner di tahu susu lembang ini. Tahu Lembang memiliki keunikan tersendiri sehingga sangat berbeda dengan tahu-tahu biasanya. Jika tahu biasa dibuat dari kedelai dan bahan lainnya. Namun Tahu Lembang ini dicampur dengan susu sapi sehingga rasanya semakin gurih dan nikmat. Selain itu tahu ini juga tidak menggunakan bahan pengawet sehingga aman dan sehat untuk dikonsumsi. Kita bisa membeli tahu susu maupun tahu bulat. Harganya pun relatif terjangkau. Untuk tiap porsi yang berisi 12 potong, kita hanya mengeluarkan biaya sekitar Rp 10.000,- dan Rp. 10.000,- untuk tiket kunjungan. Jika ingin mencoba menu lain, sentra Tahu Lembang ini juga menyediakan susu kedelai, lontong, kupat tahu, batagor dan makanan lainnya. Selain wisata kuliner wisata yang didapat dari kunjungan tahu susu lembang yaitu melihat secara langsung proses pembuatan tahu susu yang sangat unik tersebut.

Dalam pemilihan untuk pembuatan tahu susu yang enak dan bergizi dibutuhkan bahan baku kedelai yang berkualitas no.1, digunakan kedelai yang berkualitas yang di import dari amerika, hal ini dikarenakan ketidakmampuan pasar dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan akan kedelai. Tahu Lembang memiliki produk unggulan yaitu Tahu Susu, Tahu Susu ini dibuat dalam 5 Varian bentuk yaitu bentuk Tahu Goreng, Tahu Buntel, Takus Panjang, Takus Kotak, dan Takus Kasur yang dijual dalam keadaan mentah. Kawasan kuliner tahu susu lembang tidak hanya memberikan suasana atau pemandangan alam yang sejuk dan asri tetapi juga menawarkan berbagai fasilitas outdoor Activities yang mengasyikan di lahan seluas dua hektar drive thru, pabrik tahu susu, resto, jajanan pasar tradisional, Out Bound, SPBU, rest area, toilet dan lain-lain.

Lokasi Tahu Susu Lembang sangatlah luas. Lahan 2 hektar yang awalnya sebuah kandang kuda itu sekarang berubah menjadi sebuah tempat wisata keluarga yang nyaman untuk dijadikan tempat rekreasi sambil menikmati kuliner unik yaitu tahu susu. Tempat ini di design dengan konsep wisata. Bagian depan sengaja dibuat menyerupai SPBU, hal ini sebenarnya tidak bermaksud untuk

menipu konsumen, akan tetapi bertujuan agar memudahkan konsumen dalam membeli produk tahu susu tersebut, dengan konsep seperti ini konsumen dapat dengan mudah membeli tahu susu tanpa harus menghentikan mesin kendaraan dan turun dari kendaraan mereka. Konsep tempat dan cara transaksi yang diterapkan ini memang sangat unik. Ketika memasuki wilayah TSL, pengunjung akan disambut layaknya memasuki area SPBU, tapi bertuliskan POM Tahu. POM Tahu tersebut merupakan kepanjangan dari Pusat Orang Makan Tahu.

Setiap hari, TSL memproduksi tahunya di tempat. Jumlah produksinya sangat relatif, antara 5 ribu (hari biasa) hingga 20 ribu (hari libur) tahu. Harga yang ditetapkan yaitu Rp 10 ribu untuk tahu goreng/10 pcs, tahu bungkus, atau tahu bantal/5 pcs, dan Rp 15 ribu untuk tahu cetak atau takus/10 pcs. Akan tetapi, karena terbuat dari bahan alami dan tanpa bahan pengawet, maka tahu susu ini hanya tahan selama 2 hari setelah produksi. Tak hanya memikirkan soal rasa, kemasan TSL juga diusahakan tampil semenarik mungkin. TSL mengemas produk mereka dalam bentuk kemasan kue brownies untuk tahu cetak dan besek bambu untuk tahu bantal. Kemasan ini bertujuan agar menarik minat konsumen untuk membeli produk TSL.

C. Wisata Gunung Tangkuban Perahu

Hari kedua KKL yaitu Kamis, 23 Oktober 2014 semua mahasiswa jurusan Ekonomi Administrasi berwisata menuju salah satu wisata yang ada di kota Bandung yaitu Gunung Tangkuban Perahu. Kami berangkat pukul 09.00 Wib. Kami menuju lokasi bersama-sama dengan menggunakan transportasi bis yang telah disediakan oleh panitia. Pada pukul 11.00 Wib kami tiba di kawasan Gunung tangkuban perahu atau lereng namun belum mencapai lokasi wisata utama. Untuk mencapai lokasi utama gunung tangkuban perahu kami menaiki bis kecil dengan membayar Rp 3.500/orang. Setibanya di lokasi utama wisata kami menikmati keindahan alam yang ada disana. Selain itu kami mendokumentasikan kegiatan selama disana dengan berfoto bersama-sama.

Gunung Tangkuban Perahu adalah salah satu gunung yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Sekitar 20 km ke arah utara Kota Bandung, dengan rimbun pohon pinus dan hamparan kebun teh di sekitarnya, Gunung Tangkuban Perahu mempunyai ketinggian setinggi 2.084 meter. Bentuk gunung ini adalah Stratovolcano dengan pusat erupsi yang berpindah dari timur ke barat. Jenis batuan yang dikeluarkan melalui letusan kebanyakan adalah lava dan sulfur, mineral yang dikeluarkan adalah sulfur belerang, mineral yang dikeluarkan saat gunung tidak aktif adalah uap belerang. Daerah Gunung Tangkuban Perahu dikelola oleh Perum Perhutanan. Suhu rata-rata hariannya adalah 17 °C pada siang hari dan 2 °C pada malam hari.

Salah satu tujuan kami mengunjungi wisata gunung tangkuban perahu adalah untuk mengenal sejarah dan asal muasal tempat wisata tersebut. Asal-usul Gunung Tangkuban Perahu dikaitkan dengan legenda Sangkuriang, yang dikisahkan jatuh cinta kepada ibunya, Dayang Sumbi. Untuk menggagalkan niat anaknya menikahinya, Dayang Sumbi mengajukan syarat supaya Sangkuriang membuat perahu dalam semalam. Ketika usahanya gagal, Sangkuriang marah dan menendang perahu itu sehingga mendarat dalam keadaan terbalik. Perahu inilah yang kemudian membentuk Gunung Tangkuban Perahu. Selain untuk menikmati wisata kegiatan tersebut juga untuk mempererat tali kekeluargaan jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi UNJ.

Gunung Tangkuban Perahu ini termasuk gunung api aktif yang statusnya diawasi terus oleh Direktorat Vulkanologi Indonesia. Beberapa kawahnya masih menunjukkan tanda tanda keaktifan gunung ini. Di antara tanda aktivitas gunung berapi ini adalah munculnya gas belerang dan sumber-sumber air panas di kaki gunungnya, di antaranya adalah di kasawan Ciater, Subang. Gunung Tangkuban Perahu pernah mengalami letusan kecil pada tahun 2006, yang menyebabkan 3 orang luka ringan.

Selama dua jam kami menikmati dan berfoto di lokasi wisata tak hanya itu beberapa teman kami juga ada yang berbelanja pernak-pernik khas gunung tangkuban perahu. Pkl13.00 Wib kami berkumpul kembali di lereng dan bersiap meninggalkan lokasi wisata gunung tangkuban perahu. Kemudian kami

melanjutkan perjalanan menuju tempat makan siang dan floating market, lokasi wisata selanjutnya.

D. Floating Market

Pada tanggal 23 oktober 2014 acara Kuliah Kerja Lapangan (KKL) kami mengagendakan untuk refreshing ke tempat wisata sekitar Lembang Bandung, Jawa barat. Pada kunjungan wisata pertama kami pergi ke tangkuban perahu, dilanjutkan makan siang di Rumah Makan Grafika. Setelah makan siang dan shalat dzuhur kami melanjutkan perjalanan tepat pukul 13.00 WIB menuju tempat wisata lain yaitu Floating Market.

Floating Market merupakan sebuah tempat wisata yang menyajikan keunikan tersendiri seperti penjual makanan yang berada di perahu, transaksi ke penjual makanan tidak menggunakan uang langsung melainkan harus menukarkan uang terlebih dahulu ke loket penukaran uang untuk ditukarkan dengan koin, keunikan lain adalah terdapatnya wisata perahu dan rumah-rumah mini. Tiket masuk untuk floating market sebesar Rp 10.000 itu sudah dibayarkan oleh EO, pada tiket yang murah tersebut peserta juga mendapatkan segelas minuman. peserta boleh memilih minuman berupa kopi, sirup atau susu panas atau dingin.

Setelah menikmati minuman gratis dari pihak floating market kami masuk ke tempat wisata untuk berfoto ria di depan floating market bersama teman-teman pendidikan akuntansi. setelah itu kami menyebar ada yang naik perahu untuk menikmati wisata airnya, ada yang ke rumah mini, dan ada pula yang menikmati makan di floating market. Sebelum bisa menikmati makan disana kami harus menukarkan uang kami dengan koin khas floating market. koin tersebut bernilai Rp 5.000; Rp 10.000; dan Rp 20.000. Selepas menukarkan koin kami baru bisa menikmati makan, makan disana sangat beraneka ragam ada bakpau, kebab, bakso, kentang goreng, mie khas daerah dan sebagainya. selepas menikmati wisata di floating market tepat pukul 15.10 WIB kami bergegas untuk ke hotel.

E. Wisata ke Cihampelas Bandung

Pada hari ke-3 tepatnya hari Jumat tanggal 24 Oktober 2014 kegiatan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) kami di Bandung ini adalah bersiap untuk check out dari hotel tempat menginap dan berangkat pulang menuju Jakarta. Kami mulai check out sekitar pukul 09.00 pagi WIB. Kemudian menunggu kedatangan bis yang akan mengantar kami pulang ke Jakarta sekitar satu jam dari check out. Selama menunggu kedatangan bis, kegiatan yang kami lakukan adalah mengabadikan moment terakhir di hotel dengan foto bersama satu kelas Pendidikan Akuntansi Reguler 2012.

Tiba pukul 10.00 kami bergegas memasuki bis dan siap untuk kembali ke Jakarta, tetapi sebelum kembali ke Jakarta agenda kami adalah pergi ke Cihampelas yaitu tempat wisata belanja yang ada di Jalan Cihampelas 160, Bandung, Jawa Barat. Perjalanan dari hotel tempat menginap ke Cihampelas hanya dibutuhkan waktu sekitar 45-50 menit, karena daerah hotel tempat kami menginap jaraknya tidak jauh untuk ke Cihampelas. Maka sekitar pukul 10.50 kami tiba di Cihampelas.

Kota Bandung selain dikenal sebagai kota yang memiliki banyak tempat wisata alam adalah kota yang memiliki tempat wisata belanja juga, yang sering disebut kota pusatnya fasion di Indonesia. Karena perkembangan fasion di Bandung begitu pesat dengan memiliki keunikan serta cirri khas tersendiri dari produk yang dihasilkan. Nah salah satu tempat wisata belanja atau pusat fasion di Bandung adalah daerah Cihampelas ini.

Cihampelas adalah daerah di Bandung yang dahulu terkenal sebagai pusat tempatnya pakaian berbahan dasar jeans, karena disini dapat ditemukan berbagai model pakaian dari zaman dahulu hingga terbaru yang berbahan dasar jeans. Kemudian seiring berkembangnya zaman, daerah Cihampelas kini tidak hanya menyediakan produk pakaian yang berbahan dasar jeans namun segala jenis bahan dan model telah tersedia disini dengan harga yang tentunya terjangkau. Tidak hanya itu, di Cihampelas kita juga dapat menemukan berbagai jenis barang selain pakain seperti aksesoris wanita dan pria mulai dari tas, sepatu hingga gelang dan

jam tangan dan lain-lain yang harganya pun tak kalah terjangkau, serta berbagai toko yang menyediakan makanan oleh-oleh khas Bandung.

Banyaknya outlet dan toko yang tersebar di sepanjang jalan Cihampelas membuat para pengunjung puas karena mereka memiliki banyak pilihan untuk berbelanja dan kemudahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Namun, kekurangannya adalah karena begitu ramai dan banyak toko-toko serta outlet-outlet yang tersebar membuat jalan Cihampelas ini terbilang cukup macet. Apalagi jika pada hari libur atau weekend, banyak para pengunjung yang datang dan membuat jalan ini semakin macet.

Setiba di Cihampelas pukul 10.50 kamipun langsung berbegas turun dari bis dan siap untuk berbelanja. Kami diberikan waktu kurang lebih selama dua jam untuk berkeliling dan membeli oleh-oleh di Cihampelas. Karena hari ini bertepatan dengan hari Jumat, maka semua laki-laki diberikan waktu untuk menunaikan sholat Jumat terlebih dahulu baru kemudian bisa berbelanja, dan untuk semua wanita bisa langsung berbelanja dan setelah itu baru menunaikan sholat Dzuhur.

Kami pun langsung keluar dari bis dan saling membentuk kelompok-kelompok kecil, berpencar mengelilingi Cihampelas untuk mencari dan membeli oleh-oleh. Sebagian ada yang langsung menuju toko pakaian untuk membeli beberapa pasang baju, ada pula yang langsung mencari toko oleh-oleh makanan khas Bandung. Para dosen pun tak mau kalah, mereka juga berpencar dan mencari oleh-oleh. Harga untuk pakaian seperti kaos-kaos bertulisan Bandung kota wisata dan sebagainya yang ditawarkan pada setiap toko dan outlet di Cihampelas ini rata-rata sejajar atau sama, karena mungkin harga telah disepakati oleh penjual agar para penjual sama-sama bisa mendapatkan pembeli.

Kebanyakan dari kami adalah membeli oleh-oleh makanan seperti peuyem, dodol, dan camilan-camilan khas Bandung lainnya. Karena memang oleh-oleh ini bisa dinikmati untuk banyak orang, sanak saudara dirumah. Tetapi ada pula yang memang sengaja membeli beberapa potong kaos atau pernik-pernik aksesoris seperti gelang, gantungan kunci dan kalung untuk diberikan kepada sanak saudara dirumah atau rekan kerabat sebagai cinderamata atau souvenir.

Setelah puas berbelanja, kami pun siap kembali ke bis untuk meletakkan semua barang yang telah dibeli, lalu bergegas melakukan sholat Dzuhur bagi yang wanita. Karena kami hanya diberikan waktu sekitar setengah jam untuk sholat dan makan siang. Makan siang yang telah disediakan ini adalah paket makan yang sama seperti hari sebelumnya saat kami selesai kunjungan ke PT Telkom Indonesia. Kemudian setelah selesai makan siang, sekitar pukul 13.30 kami segera memasuki bis dan bersiap untuk berangkat menuju Jakarta.

Perjalanan dari Cihampelas saat itu cukup lancar sebelum kami memasuki TOL. Ketika telah memasuki TOL jalan agak tersedak macet karena banyak kendaraan lain yang juga ingin keluar TOL. Sesaat sebelum memasuki TOL kami beristirahat sejenak di daerah Cikampek untuk menunaikan sholat Asar bagi yang tadi belum menjamak sholatnya di waktu Dzuhur atau pun bagi yang ingin membeli oleh-oleh tambahan untuk keluarga, karena disini tersedia pula penjual manisan dan makanan lainnya.

Selama perjalanan pulang, tidak ada kegiatan khusus yang kami lakukan. Karena memang sudah cukup lelah menghabiskan waktu berkeliling di Cihampelas. Sebagian ada yang tertidur pulas di bangkunya, ada pula yang bermain games di handphone nya, ada pula yang bernyanyi-nyanyi sambil memainkan gitar.

Perjalanan pulang ini sekitar lima jam dari pukul 13.30 di Cihampelas hingga 18.30 atau tiba pukul 18.50 di Universitas Negeri Jakarta, terbilang cukup lama karena kondisi jalan yang agak sedikit macet, namun itu semua tidak jadi masalah karena syukur Alhamdulillah perjalanan kami ke Jakarta selamat sampai tujuan tanpa ada sesuatu hal yang tidak diinginkan terjadi.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) merupakan salah satu program yang diadakan oleh Universitas Negeri Jakarta dan diperuntukkan untuk semua mahasiswa dari setiap fakultas. KKL yang diselenggarakan selama tiga hari di kawasan Bandung ini selain dimanfaatkan dengan mengunjungi perusahaan seperti PT Telkom dan mengunjungi Unit Usaha Menengah (UKM) yaitu Tahu Lembang, juga meliputi kegiatan wisata ke Tangkuban Perabu dan Floating Market. Meski KKL hanya memiliki bobot 1 SKS, namundengan serangkaian kegiatan yang dijalani selama KKL, mahasiswa Fakultas Ekonomi khususnya konsentrasi Pendidikan Akuntansi diharapkan dapat mengambil manfaat dari program ini sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai jenis perusahaan dan usaha yang berada di Bandung tersebut.

Dari kunjungan ke PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom), mahasiswa mengetahui bahwa PT Telkom merupakan perusahaan penyelenggara layanan informasi dan telekomunikasi (InfoComm) yang memiliki layanan paling lengkap dan jaringan terbesar di Indonesia. Sejak tahun 2010, PT Telkom sudah menerapkan sistem akuntansi berbasis IFRS dengan masa assessment selama 1 tahun sejak September 2009. Meski telah menjadi perusahaan besar di dalam negeri, PT Telkom mulai memperluas jaringannya hingga melakukan ekspansi di 10 negara baik Asia, Australia bahkan hingga ke Amerika. Selain itu, portofolio PT Telkom yang awalnya hanya mencakup telekomunikasi, sejak tahun 2008 telah berubah menjadi TIMES (Telecommunication, IT, Media, Edutainment, and Service) yang menjadikan PT Telkom tak hanya fokus sebagai penyedia layanan komunikasi, tetapi juga melakukan pelebaran bidang usaha yang mencakup TIMES sehingga mampu melayani memenuhi kebutuhan masyarakat luas dalam segala aspek.

Kunjungan ke UKM “Tahu Lembang” memberikan mahasiswa wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana awal usaha tersebut didirikan. Mahasiswa dapat mengetahui tentang alat dan bahan yang diperlukan untuk pembuatan Tahu Susu Bandung sekaligus melihat secara langsung proses pembuatannya. Selain itu, dengan serangkaian kegiatan wisata serta hiburan selama KKL berlangsung, mahasiswa saling menjalin hubungan yang lebih akrab satu sama lainnya baik antar kelas, antar konsentrasi, antar prodi hingga antar jurusan sehingga tercipta rasa kebersamaan yang mungkin sulit dirasakan jika saja KKL tidak terlaksana.

B. SARAN

Dari pelaksanaan KKL yang telah dijalani, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan demi perbaikan pelaksanaan program ini di masa mendatang, diantaranya:

1. Pihak Universitas diharapkan dapat mempersiapkan program ini lebih matang sehingga tidak terkesan mendadak dan apa yang menjadi tujuan dari program ini benar-benar dapat dirasakan oleh mahasiswa.
2. Sebelum pelaksanaan KKL, sebaiknya mahasiswa diberikan pembekalan yang lebih terperinci terlebih dahulu tentang tujuan pelaksanaan serta apa kewajiban yang harus dilakukan mahasiswa selama program berlangsung.
3. Dalam pemilihan tempat kunjungan, sebaiknya memilih tempat yang sesuai dengan bidang studi yang dijalani mahasiswa sehingga apa yang didapat selama program berlangsung sejalan dengan yang diharapkan mahasiswa.
4. Di masa mendatang diharapkan pihak Universitas dan Fakultas sendiri yang merancang dan mengagendakan program ini secara detail sehingga ketika pelaksanaannya, setiap kegiatan yang berlangsung memiliki porsi yang pas dan merata sesuai dengan waktu pelaksanaan yang telah dialokasikan dan kejadian yang terjadi tahun ini dimana kegiatan wisata lebih mendominasi dibandingkan kegiatan intinya (kunjungan ke perusahaan) tidak terulang kembali.

DOKUMENTASI

Foto bersama dosen sebelum pelaksanaan KKL di Bandung



Suasana KKL di PT Telkom



Foto bersama pihak PT Telkom



Penyerahan plakat oleh Kepala Konsentrasi Pendidikan Akuntansi kepada pihak PT Telkom



Foto Mahasiswa Pendidikan Akuntansi di Hotel



Foto bersama di Tangkuban Perahu

