

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

##### 1. Latar Belakang Berdirinya Perusahaan

PT Telekomunikasi Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum dalam negeri. Dikutip dari buku PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk "Sejarah perkembangan dan Proyeksi Ke Depan". Pada awalnya bernama "*Post En Telegrafdient*" yang didirikan pada tahun 1884 dengan Staatblad No. 52, kemudian pada Tahun 1906 dirubah menjadi "*Post Telegraf en Telefoondient*" dengan staatblad No. 395 dan sejak itu disebut PTT-Dient. Tahun 1931 ditetapkan sebagai Perusahaan Negara berdasarkan IBW, selanjutnya pada Tahun 1960, tentang persyaratan sebuah Perusahaan Negara, ternyata PTT memenuhi syarat untuk tetap menjadi Perusahaan Negara dan dengan PERPU no. 240 Tahun 1961 berubah menjadi Perusahaan Negara Pos atau PN Pos dan Telekomunikasi.

Lapangan usaha PN Pos dan Telekomunikasi ternyata berkembang dengan pesat maka pada Tahun 1965 pemerintah mengadakan peninjauan kembali. Hasilnya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 dan 30 Tahun 1965 terjadi pemecahan menjadi

perusahaan negara Pos dan perusahaan negara Telekomunikasi. Selanjutnya mulai tanggal 28 April 1970 berdasarkan SK Menteri Perhubungan No. 129/1970 PN Telekomunikasi yang disingkat dengan PERUMTEL. Keberadaan Perumtel dikukuhkan dengan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1974 yang menetapkan sebagai pengelola Telekomunikasi untuk umum dalam Negeri dan Luar Negeri.

Perumtel sebagai penyelenggara jasa Telekomunikasi Internasional berakhir pada tahun 1980, karena sejak itu pelayanan jasa Telekomunikasi Internasional diserahkan kepada PT Indosat. Satu hal yang sangat menggembarakan dalam sejarah Perundang-undangan ini adalah ditetapkannya UU No. 3 tahun 1989 tentang Telekomunikasi yang memberikan angin segar dalam pengembangan dan pembangunan Pertelekomunikasian di Indonesia.

Mengingat perkembangan demikian pesat ditambah dengan pola manajemen yang lebih terbuka, Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah No. 25 tahun 1991 tanggal 1 Mei 1991 menetapkan bentuk Perusahaan Umum atau Perum Telekomunikasi menjadi Perusahaan Perseroan atau PT Telekomunikasi Indonesia. Peralihan bentuk Perusahaan tersebut ditandai dengan penandatanganan Akte Pendirian PT Telekomunikasi Indonesia oleh Notaris Imas Fatimah, SH bersama dengan Menparpostel pada saat itu Soesilo Soedarman yang bertindak selaku kuasa dari Menteri Keuangan sebagai pemegang saham.

Pada tahun 1995, PT Telkom mengalami Restrukturisasi Internal, yaitu penerapan Kerja sama Operasi atau KSO, pada tanggal 1 Juli 1995 PT Telkom telah menghapus struktur organisasi Wilayah Usaha Telekomunikasi atau WITEL yang berjumlah 12 Witel menjadi 7 Divisi Regional dan satu Divisi Net Work.

Tujuh Divisi Regional meliputi :

1. Divisi Regional I, Sumatera.
2. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.
3. Divisi Regional III, Jawa Barat.
4. Divisi Regional IV, Jawa Tengah & DIY.
5. Divisi Regional V, Jawa Timur.
6. Divisi Regional VI, Kalimantan.
7. Divisi Regional VII, Bali & Kawasan Indonesia Timur.

Dari tujuh Divisi Regional diatas, Divisi Regional IV Jateng & DIY membawahi lima Kantor Distrik, yaitu :

- Distrik Semarang
- Distrik Yogyakarta
- Distrik Solo
- Distrik Purwokerto
- Distrik Pekalongan

Dalam operasionalnya Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DIY bekerja sama dengan Perusahaan PT MGTI (Mitra Global

Telekomunikasi Indonesia) sebagai investor pembangunan telekomunikasi bersama-sama melaksanakan kebijakan mutu untuk memperoleh sertifikat ISO-1902 serta memperoleh target perusahaan menjadi perusahaan berkelas dunia. Kerjasama Operasi di Drive IV ini berakhir Januari 2004 dan segala bentuk operasional dan pembangunan diambil kembali oleh PT Telkom dan struktur organisasinya pun dirubah total, kantor Distrik dirubah kembali menjadi Kandatel atau Kantor Daerah Telekomunikasi.

## **2. Visi dan Misi PT. Telkom**

Berdasarkan Nota Dinas No. 121/PR180/RE3-06/2003, visi dan misi PT. Telkom adalah sebagai berikut:

1. Visi : *To Become a Dominant Player Infocom Company In The Region*, Telkom berupaya menempatkan diri sebagai perusahaan yang berpengaruh di kawasan Asia Tenggara. Visi ini dijabarkan dalam penetapan strategi salah satunya adalah Telkom akan memiliki 5 area bisnis utama yaitu *Phone, Mobile, View, Internet dan Service ( PMVIS )*.

### **2. Misi :**

a. Telkom menjamin bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, kualitas produk, kualitas jaringan dengan harga yang kompetitif "*To Provide One Stop Service With Excellent Quality and Competitive Price*",

b. Telkom akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalkan SDM unggul, menggunakan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang menguntungkan secara timbal balik atau *win-win solution* dan saling mendukung secara sinergis atau "*Managing Business Through Best Practices, Optimizing Superior Human Resource, Competitive Technology, and Synergizing Business Partners*".

### 3. Logo PT. Telkom



Mempunyai arti yaitu :

1. Bentuk bulatan dari logo melambangkan keutuhan wawasan nusantara, ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional.
2. Telkom yang mantap, modern, luwes, dan sederhana.

3. Warna biru tua dan biru muda bergradasi melambangkan teknologi telekomunikasi tinggi dan canggih yang terus berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang.
4. Garis-garis tebal dan tipis mengesankan gerak pertemuan yang beraturan menggambarkan sifat komunikasi dan kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis.
5. Tulisan Indonesia dengan huruf *Futura Bold Italic*, menggambarkan kedudukan perusahaan: Telkom sebagai Pandu Bendera Telekomunikasi Indonesia.

#### 1. Kredo PT. Telkom

### *Committed 2 U*

Memiliki arti bahwa :

1. Kami selalu focus kepada pelanggan.
2. Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang kompetitif.
3. Kami selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik (*Best Practice*).
4. Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif dalam peningkatan produktifitas dan kontribusi kerja.
5. Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik.

#### **4. Produk-produk PT. Telkom**

##### **1. TELKOM PTSN**

Layanan sambungan fasilitas telepon yang dapat digunakan untuk fungsi telepon, faksimile atau data/internet dengan penambahan modem oleh pelanggan.

##### **2. TELKOM FLEXI**

Layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses tanpa kabel dengan teknologi CDMA yang sangat hemat karena biaya pemakaiannya mengacu pada tarif telepon rumah.

##### **3. TELKOM SMS**

Layanan jasa pengiriman pesan dengan menggunakan media data dimana pelanggan dapat mengirim dan menerima pesan secara tertulis.

##### **4. TELKOM UNICAL**

Layanan yang memberikan kemudahan bagi suatu perusahaan yang memiliki banyak kantor cabang untuk dihubungi pelanggannya hanya dengan menghubungi satu nomor unik.

##### **5. TELKOM PREMIUM CALL**

Layanan yang dapat diberikan untuk suatu badan usaha maupun perorangan untuk menyediakan jasa informasi konsultasi kepada masyarakat dengan tarif premium per menit, yang akan dibebankan kepada pemanggil (user).

## 6. TELKOM FREE PERSONAL

Layanan yang memberikan fasilitas telepon bebas biaya kepada pelanggan tertentu (yang telah diberikan PIN) untuk menghubungi nomor telepon TELKOM Free Personal.

## 7. TELKOM VISION

Layanan program TV multi channel yang mencapai hampir 40 channel TV dengan kualitas tinggi yang dapat dipilih mulai dari berita, film, hiburan, olahraga, musik, dan pendidikan.

## 8. TELKOM ASTINET

Layanan akses internet dan multimedia TelkomNet untuk Akses Internet menuju Global Internet. Yang sangat Mudah dan Cepat.

## 9. TELKOM NET INSTAN

Layanan dari PT Telkom untuk memperoleh Internet dial-up secara mudah dan tanpa berlanggan dengan konsep layanan mudah dan sederhana.

## 10. TELKOM SPEEDY

Speedy adalah layanan Internet (Internet Service) berkecepatan tinggi dari PT.Telkom, berbasis teknologi akses Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL), yang memungkinkan terjadinya komunikasi data, voice dan video secara bersamaan, pada media jaringan akses kabel tembaga (line telepon). Untuk mendapatkan layanan *Hi-Speed Internet*, pelanggan hanya perlu menghubungi Telkom



tidak perlu ke ISP lain. Saluran telepon dapat dipergunakan untuk pembicaraan telepon dan akses internet pada saat bersamaan. Koneksi ke internet lebih cepat dibanding menggunakan modem analog. Koneksi ke internet dapat dilakukan setiap saat (on). Setiap hubungan sifatnya *dedicated connection*. Koneksi memiliki sifat *highly reliability* dan *highly secure*. Tidak seperti kabel modem, ADSL memberikan *dedicated line* ke Internet.

### 5. Penghargaan Yang pernah Diterima Oleh PT. Telkom

Penghargaan yang diterima perusahaan adalah salah satu alat kontrol dalam memandang perusahaan dari sisi luar, yang pada ujungnya menjadi barometer di dalam meningkatkan performansi bisnis perusahaan. Dalam perjalanannya PT. Telkom mendapat penghargaan-penghargaan seperti:

**Tabel 1. Tahun 2008**

Top Brand Service Provider	Marketing Magazine	National
The Best Prepaid Selular Magazine cooperating with Indonesian CDMA Operator	Telecommunication Society (MASTEL)	National
The Best Costoumer Care	Selular Magazine cooperating with Indonesian Telecommunication Society (MASTEL)	National
The Company With The Best Corporate Image	Frontier Consulting Group	National

## Tahun 2009

Tahun 2009		
The Best Outsourcing Partnership – Asia Pasifik 2009 (Silver)	ContactCenterWorld.com	Asia-Pasifik
The Best Operator CDMA	Cellular Show 2009	Nasional
Service Quality Award 2009	Majalah Marketing Indonesia dan Carre-CCSL	Nasional
The Good Corporate Governance Non Financial Sector	Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) dan Majalah Business Review	Nasional

(sumber:<http://www.telkom.co.id/penghargaan>)

## 6. Sasaran Perusahaan

Sasaran yang ingin dicapai adalah agar menjadi *leader* dalam bisnis *Infocom* dengan menyediakan layanan penuh hal ini harus diimplementasikan di KANDATEL Yogyakarta sebagai berikut :

- a. Bisnis Menjadi *full service Provider* dan *Net Work Provider* dengankemampuan multi service serta leading dalam bisnis PMVIS (*Phone, Mobile, View, Internet, dan Service*).
- b. PT. Telkom harus memberikan perhatian yang penuh terhadap pelanggan pelanggannya dengan layanan prima yaitu dengan mengoptimalkan daur hidup pelanggan, hal ini dilakukan untuk



menghindari ancaman dari operator lain yang membawa keunggulan Produk dan teknologi.

- c. Meningkatkan pertumbuhan pendapatan minimal 25 persen pertahun.
- d. Meningkatkan kompetensi SDM sesuai dengan bidang bisnis Infocom, agar mampu mendukung strategi bisnis, oleh sebab itu perlu dilandasi strategi pengelolaan SDM yang tepat. Manajemen PT Telkom telah menetapkan sistem pengelolaan SDM berdasarkan pada kompetensi atau disebut dengan *Competency Based Human Resource Management*.

#### **7. Struktur Organisasi Kandatel Yogyakarta**

Kandatel Yogyakarta adalah salah satu Kantor Daerah Telekomunikasi yang ada dilingkungan Divre IV yang dipimpin oleh seorang *General Manager* yang bertanggung jawab kepada *Senior General Manager* dan *Deputy Senior General manager* di Divre IV.

Bisnis Telkom Drive IV adalah jasa dan pelayanan jaringan komunikasi, yang digolongkan dalam dua area bisnis utama, yaitu telepon dan multi media. Dari dua bisnis tersebut dibagi menjadi sembilan produk utama, yaitu Telkom lokal, Telkom SLJJ, TIC-007, Telkom Flexi, Telkom Link, Telkom Net, Telkom Save, Telkom Global 017, dan Telkom Speedy.

Dalam melaksanakan operasionalnya dibantu oleh seorang *Deputy General Manager* dan 7 Manajer yaitu :

**a. Manajer ANM ( *Access Network Maintenance* )**

Memastikan tersedianya jaringan akses pada kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan *Access Network Maintenance* untuk mendukung strategi unit bisnis melalui pengembangan, pemeliharaan, perbaikan, peningkatan kualitas jaringan akses, pengelolaan validitas data jaringan akses, dan penyediaan alat kerja berikut alat ukur jaringan akses sesuai standard yang ditetapkan, dalam melaksanakan fungsinya dibantu oleh para Asman (*Assisten Manajer*), *Officer*, *Senior Supervisor*, dan *Supervisor*.

**b. Manajer ANO ( *Access Network Operation* )**

Bertanggung jawab atas berfungsinya secara efektif *access network* dalam memenuhi layanan jasa kepada *Customer*, Melaksanakan Operasi akses untuk layanan PSB, Mutasi, dan penanganan gangguan untuk menservis pelanggan personal dan *Public access*.

Di samping bertanggung jawab Melaksanakan Operasi Wan atau Lan dan *public service access* lainnya, juga melaksanakan operasi *service access interface Management* dan *access Quality of Service* serta dukungan teknis bagi layanan operasi akses meliputi: Operasi MDF, fungsi *Testing Dispatching and Clearing* terhadap order Pasang Baru, penanganan gangguan dan pengelolaan *CPE Customer Care*. Dalam

melaksanakan fungsinya dibantu oleh para Asman (Asisten Manajer), *Officer, Senior Supervisor, dan Supervisor.*

**c. Manajer Bisnis & Informasi**

Bertanggung jawab Memastikan tercapainya sasaran pengelolaan kegiatan *Business Performance, Fraud Management, Quality Management* dan *Special Partnership* berjalan dengan baik dalam mendukung strategi Datel guna mempertahankan dan meningkatkan *sustainable growth* dan keunggulan kompetitif perusahaan dengan mendayagunakan sumberdaya, dalam melaksanakan fungsinya dibantu oleh para Asisten Manajer, dan Officer di unitnya.

**d. Manajer General Support**

Bertanggung jawab Memastikan tercapainya sasaran pengelolaan *Logistic, Asset Management, Kandatel Secretary, Public Relations* dan *Data Reporting* dan berjalan dengan baik dalam mendukung strategi Datel sesuai dengan kaidah etika bisnis dan *Good Corporate Governance*. Selain itu juga bertanggung jawab Memastikan pemanfaatan asset perusahaan secara optimal. Memastikan bahwa setiap program kemitraan dan bina lingkungan yang ditetapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan citra perusahaan. Dalam menjalankan fungsinya pemangku jabatan ini dibantu oleh Asman (Asisten Manajer), *Senior Supervisor* dan *officer* di unitnya.

**e. Manajer DATA & VAS (*Data Internet & Value Added Service*).**

Bertanggung jawab memastikan efektivitas penjualan produk data dan Internet dan VAS berikut promosi penjualan untuk meningkatkan jumlah pelanggan produk Data, Internet dan Content VAS. Memastikan tersedianya strategi pengelolaan *Sales Data* dan VAS yang sejalan dengan strategi operasional Kandatel. selain tanggung jawabnya terhadap efektifitas pembinaan *sales force* dan *outlets* (saluran distribusi). Dalam melaksanakan fungsinya dibantu oleh para *Asman Officer*, dan *Senior Supervisor* di unitnya.

**f. Manajer Fixed Wireline & Wireless**

Bertanggung jawab Memastikan efektifitas penjualan dan promosi penjualan untuk meningkatkan jumlah pelanggan produk *Fixed Phone*. Juga bertanggung jawab memastikan tersedianya strategi pengelolaan *Fixed Phone Sales* yang sejalan dengan strategi operasional Kandatel, efektifitas program penjualan produk *Fixed Phone*, pengelolaan *demand waiting list* dan pemanfaatan hasil survey pasar, pemanfaatan informasi kompetitor secara efektif. Efektivitas program promosi untuk mendukung penjualan produk dan efektifitas pembinaan *sales forces*. Dalam melaksanakan fungsinya dibantu oleh para *Asman Officer*, dan *Senior Supervisor* di unitnya.

**g. Manajer Customer Care**

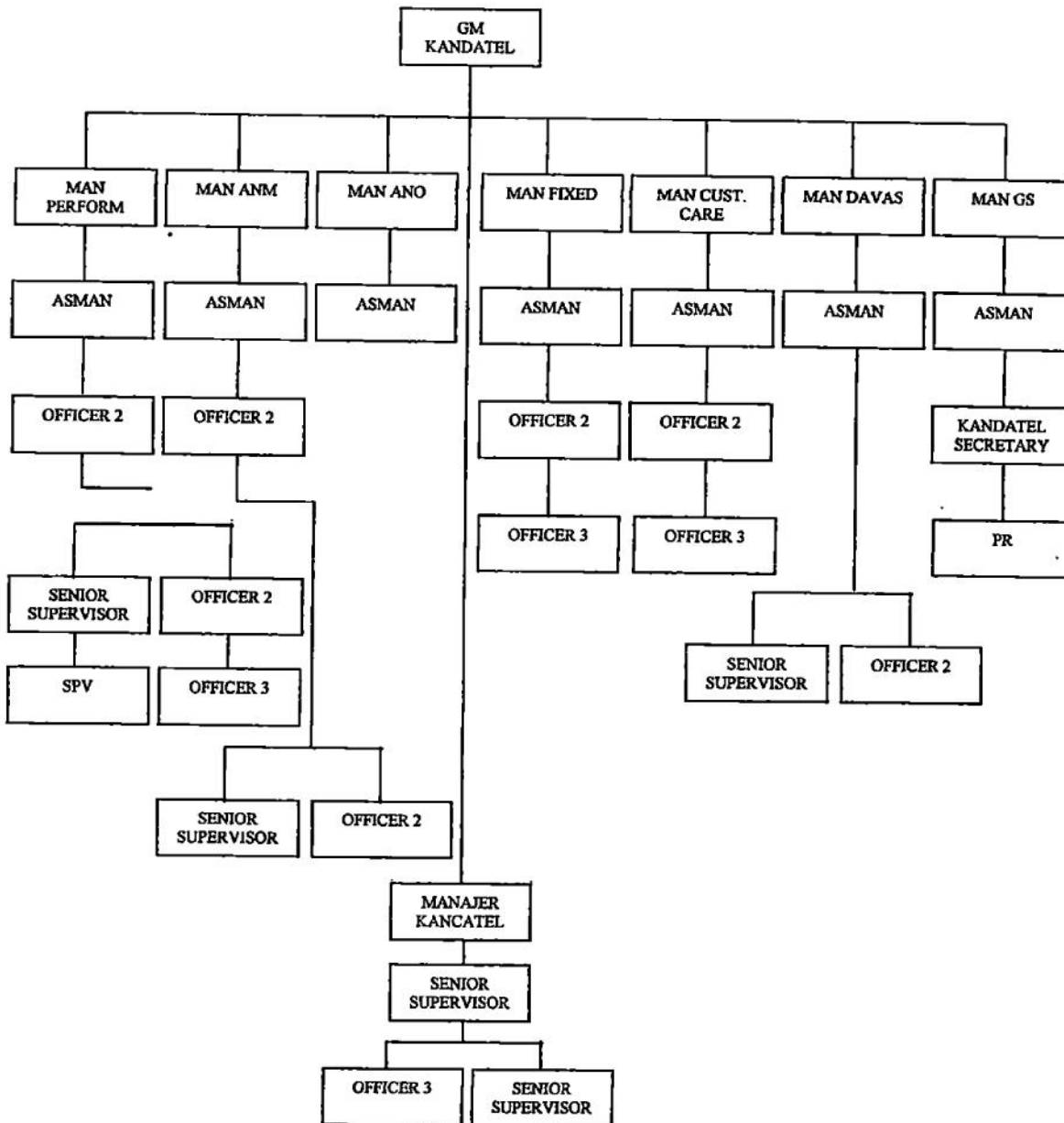
Bertanggung jawab Memastikan tercapainya pemeliharaan kepuasan dan loyalitas pelanggan konsumen di Datel melalui pengelolaan fungsi *Customer Care* yang baik yang berbasis *Fixed Line, Fixed Wireline, Data* maupun *Value Added Service* guna mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif perusahaan melalui pendayagunaan sumberdaya perusahaan. Dalam menjalankan fungsinya dibantu oleh para Asman dan *Officer* dalam unitnya.

**h. Junior Manager Kancatel (Kantor Cabang Telekomunikasi)**

Bertanggung jawab untuk memastikan pencapaian sasaran-sasaran Operasioanal dan Bisnis Kancatel dengan mengacu kepada rencana jangka panjang Kandatel Yogyakarta , memiliki kewenangan dalam merumuskan dan mengusulkan strategi

Operasioanal Kancatel, mampu menjabarkan serta menganalisa sumberdaya pendukung internal dan eksternal lingkungannya, memiliki kepekaan dan mampu mencermati seluruh perkembangan perubahan yang terjadi, dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh *Senior Supervisor*.

### 8. Struktur Organisasi Kandatel Yogyakarta



Sumber : Distinct Job Manual DIVRE IV Jateng & DIY (KD.13/PS150/CTG-10/2008)