

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. TELKOM YOGYAKARTA

A. PT. Telkom Yogyakarta

Jasa telepon untuk pertama kalinya diselenggarakan di Indonesia oleh perusahaan swasta berdasarkan suatu lisensi selama 25 tahun dari pemerintah Hindia Belanda. Pada tahun 1906, pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu departemen pemerintah yang bertugas mengendalikan seluruh jasa pos dan telekomunikasi di Indonesia. Pada tahun 1965, pemerintah Indonesia memisahkan jasa telekomunikasi dan pos ke dalam dua perusahaan milik negara. Masing-masing Perusahaan Negara (PN) Pos dan Giro yang berdiri dengan Peraturan Pemerintah No.29 tahun 1969 serta PN Telekomunikasi berdasarkan Peraturan Pemerintah No.30 tahun 1965, selanjutnya berdasarkan SK Menteri Perhubungan No.129/U/1970 tanggal 28 April 1970, PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi yang disingkat PERUMTEL.

Keberadaan PERUMTEL dikukuhkan dengan peraturan pemerintah No 36 tahun 1974 yang menetapkan sebagai pengelola jasa telekomunikasi untuk umum, baik hubungan dalam negeri maupun luar negeri. Tentang hubungan telekomunikasi luar negeri pada saat itu diselenggarakan oleh PT Indonesian Satellite Corporation (INDOSAT) yang masih berstatus perusahaan asing yakni American Cable & Radio Corporation, suatu perusahaan yang disirikan berdasarkan peraturan perundang-undangan negara bagian Bawawere Amerika

Serikat, dan pada tahun 1980 bidang usaha telekomunikasi internasional dialihkan dari PERUMTEL kepada Indosat.

Pada tahun 1989 keluar undang-undang No. 3 tahun 1989 tentang telekomunikasi yang memberikan angin segar dalam pengembangan dan pembangunan telekomunikasi di Indonesia. Mengingat perkembangan yang demikian pesatnya ditambah dengan pola manajemen yang terbuka maka pada tahun 1961, pemerintah mengubah status PERUMTEL dari Perusahaan Umum yaitu perusahaan milik negara dengan tujuan utama melayani kepentingan umum menjadi persero yaitu perseroan terbatas milik negara dengan tujuan utama memupuk keuntungan disamping juga tetap melayani kepentingan umum dan memberi staus perusahaan perseroan PT Telekomunikasi Indonesia. Peralihan bentuk perusahaan tersebut ditandai dengan penandatanganan akte pendirian perseroan PT Telekomunikasi Indonesia oleh notaris Imas fatimah, SH bersama-sama dengan MENPARPOSTEL Soesilo Soedarman yang bertindak selaku kuasa dari Menteri Keuangan sebagai pemegang saham yang dilaksanakan pada hari selasa tanggal 24 september 1991 bertempat di DEPARPOSTEL Jl. Kebon Sirih No 36 Jakarta Pusat. Sebelum tahun 1995, usaha TELKOM ditentukan secara terpusat oleh kantor pusat TELKOM di Bandung yang masing-masing Wilayah Telkom memiliki manajemen terpisah, serta bertanggungjawab atas seluruh aspek bidang usaha TELKOM, dari penyelenggaraan jasa telepon hingga manajemen property dan keamanan di wilayah mereka masing-masing. Wilayah TELKOM tidak diperlakukan sebagai pusat investasi yang berdiri sendiri.

Sejak juli 1995 TELKOM telah menghapuskan struktur Wilayah TELKOM (Witel) dan manggantikannya dengan struktur 7 divisi Regional dan

satu divisi *Network*. Divisi regional menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayah masing-masing dan divisi *network* menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*) yang terbesar di Indonesia. Pengabdian Telkom berawal pada 23 Oktober 1856, tepat saat dioperasikannya layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Selama itu pula Telkom telah mengalami berbagai transformasi. Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan *new Telkom Indonesia* adalah transformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur, transformasi sistem dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada tanggal 23 Oktober 2009, pada hari ulang tahun Telkom yang ke 153. Telkom juga memiliki tagline baru, *The World in Your Hand*.

Sampai dengan 31 Desember 2008 jumlah pelanggan Telkom tumbuh 37% dari tahun sebelumnya sebanyak 68,6 juta pelanggan yang terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,6 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 12,7 juta pelanggan dan 65,3 juta pelanggan jasa telepon bergerak. Sejalan dengan *lahirnya new Telkom Indonesia*, *berbekal semangat positioning baru Life Confident* manajemen dan seluruh karyawan Telkom berupaya mempersembahkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *stakeholders*.

Sepanjang Tahun 2008, berbagai penghargaan dan sertifikasi telah diterima oleh Telkom, baik dari dalam maupun luar negeri antara lain, Sertifikasi ISO 9001:2000 dan ISO 9004:2000 untuk Divisi *Enterprise Service* dari TUV *Rheinland International* Indonesia; Penghargaan Sistem Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) dan Kecelakaan Nihil 2008 dari Wakil Presiden RI; *The Best Corporate Image category* dalam ajang *Most Admired Companies Awards* ke 8 dari *Frontier Consulting Group*; Juara Umum 2007 *Annual Report Award* dari Menteri Keuangan RI; Juara Umum Anugerah Media Humas 2008 dari Bakorhumas *CIO of The Year 2008* dalam *Hitachi Data System IT Inspiration Awards*; dan Penghargaan CEO dan Perusahaan Idaman dari Majalah *Warta Ekonomi*.

Saham TELKOM per 31 Desember 2008 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (52,47%) dan pemegang saham publik (47,53%). Saham Telkom tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), New York Stock Exchange (NYSE), London Stock Exchange (LSE) dan Tokyo Stock Exchange, tanpa tercatat. Harga saham Telkom di BEI pada akhir Desember 2008 sebesar Rp 6.900. Nilai kapitalisasi pasar saham Telkom pada akhir tahun 2008 mencapai Rp 139,104 miliar atau 12,92 % dari kapitalisasi pasar BEI.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh Telkom, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, Telkom menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

PT. Telkom adalah salah satu perusahaan telekomunikasi yang sangat memperhatikan masalah bagaimana konsumennya dapat merasa terpuaskan dan

loyal terhadap perusahaan, karena loyalitas konsumen dapat berpengaruh terhadap *profit* yang dicapai perusahaan. Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia yang semakin terus mengalami perubahan terutama dengan kecanggihan teknologi yang semakin maju dirasakan pula perkembangannya di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga berbagai upaya dilakukan guna meningkatkan jumlah pelanggan/ konsumen yang berhasil diraih atau paling tidak dapat mempertahankan pelanggan yang loyal pada media komunikasi yang ditawarkan oleh PT. Telkom.

Datel Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan terbesar yang bergerak dibidang produksi dan jasa telekomunikasi yang sampai saat ini terus berkembang. Sampai dengan November 2009, Jumlah pelanggan Telkom Flexi di wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta mencapai 1,3 juta pelanggan, sedangkan secara nasional jumlah pelanggan mencapai 15,5 juta atau naik sekitar 60 persen dibanding tahun lalu.

B. Visi , Misi dan Tujuan PT. Telkom Yogyakarta

Dengan adanya kedudukan, tugas pokok dan fungsi dari PT Telkom maka dibentuklah visi, misi dan tujuan dari PT Telkom yang bergerak dibidang telekomunikasi. Setelah melewati tahap transformasi perusahaan dan pergantian logo baru pada perusahaan Telkom maka Telkom melahirkan visi dan misi yang lebih baik daripada visi misi yang lalu. Dalam menjalankan pelayanannya di bidang jasa bagi seluruh masyarakat baik dalam maupun luar negeri, PT. TELKOM mempunyai visi dan misi untuk berkompetensi dengan perusahaan pesaing.

Adapun visi dan misi PT. TELKOM adalah sebagai berikut :

1. Visi

PT Telkom selalu berusaha menjadi perusahaan penyedia jasa yang terbaik bagi konsumennya. Dalam merealisasikan tujuan tersebut maka PT TELKOM mempunyai visi yaitu *To become a leading InfoCom player in the region.*

Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik. Telkom juga memiliki visi menjadi "Pelaku Infocom Terkemuka Dikawasan Regional" yang mengandung arti bahwa PT TELKOM bergerak dalam bisnis informasi dan telekomunikasi yang secara nyata diwujudkan dalam bentuk keragaman produk jasa.

2. Misi

Selain visi PT TELKOM juga mempunyai misi untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Misi PT TELKOM yaitu "*To Provide One Stop Services with Excellent Quality and Competitive Price*", yang mengandung arti bahwa TELKOM menjamin pelanggan akan mendapat layanan terbaik dalam bentuk kemudahan, kualitas jaringan, kualitas produk, dengan harga kompetitif. Selain misi utama tersebut PT TELKOM juga mempunyai satu misi yang tak kalah pentingnya yaitu Telkom akan mengelola bisnis melalui praktek-

praktek terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis.

3. Tujuan

Adapun tujuan PT. TELKOM yaitu membangun, mengembangkan, dan mengusahakan telekomunikasi untuk umum dalam negeri dalam arti seluas-luasnya guna meningkatkan kelancaran hubungan masyarakat dalam menunjang terlaksananya pembangunan nasional.

Untuk mencapai tujuan tersebut, PT. TELKOM menjalankan kegiatan-kegiatan antara lain:

1. Merencanakan, mendukung, menyediakan, memiliki, mengembangkan, dan selanjutnya mengoperasikan, serta memelihara sarana atau fasilitas telekomunikasi untuk mendukung terselenggaranya jasa telekomunikasi.
- 2.. Meningkatkan kemampuan sarana atau fasilitas telekomunikasi dalam rangka peningkatan jasa bagi masyarakat luas.
- 3.. Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka pemanfaatan dan pengembangan sumber daya yang dimiliki perseroan dalam arti seluas-luasnya, antara lain yaitu mengembangkan sumber daya manusia, memanfaatkan aktifa tetap dan aktifa bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan, fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

4. Melakukan kegiatan-kegiatan lain yang diperlukan dengan lapangan usahanya.

PT. TELKOM juga bekerja sama dengan pihak lain dalam mendirikan atau menjalankan perusahaan, ikut serta dalam perusahaan atau badan usaha tersebut baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dengan badan usaha lain atau pihak lain. Kerjasama ini mencakup kerjasama internasional, sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

A. Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan Keputusan direksi Perusahaan Umum Telekomunikasi dengan No. KP. 81/PS150/SDM-11/1993 tanggal 9 Desember 1993 mengenai struktur organisasi kantor pelayan telekomunikasi, maka organisasi yang ada pada Kantor Daerah Telekomunikasi Yogyakarta dengan struktur organisasi PT. TELKOM Kandatel Yogyakarta sebagai berikut:

1. **General Manager**, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan kegiatan bisnis di daerah Yogyakarta menghasilkan pendapatan yang optimal, bersinergi dengan unit bisnis terkait lainnya serta berjalan sesuai dengan kaidah Good Corporate Government dan selaras dengan rencana jangka pendek atau panjang Divisi Regional IV maupun perusahaan.

2. **Departemen Keuangan**, memiliki tugas sebagai berikut:

Bertanggung jawab atas terlaksananya Customer Interface Management melalui Service Point, Service Fulfiment, service Assurance, dalam wilayah Kandatel Yogyakarta.

- Melakukan tinjauan manajemen atas implementasi rencana kerja fungsinya yang dilaksanakan secara periodic.
- Mengusulkan alokasi rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan pada fungsi yang berada di bawah pengelolaanya.

3. Departemen Layanan Umum, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan terkelolanya fungsi *Indirect channel management* (Layanan Umum Kandatel Yogyakarta) dalam mendukung sub-bisnis unitnya mengacu kepada strategi operasional, menyelaraskan dengan pedoman strategi yang dikembangkan oleh menejemen bidang Marketing dan Bussiness.

4. Departemen Perencanaan dan Pengendalian, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan tercapainya sasaran pengelolaan Business Planning yang mengakomodasi strategi operasional dan dilengkapi dengan usulan rencana kerja dan anggaran selaras dengan strategi bisnis unit bisnisnya.

5. Departemen OM Aceso Network, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan terkelolanya fungsi OM Aceso Network dalam mendukung sub-bisnis unitnya mengacu kepada strategi operasional OM Acces Network pada unit bisnisnya sekaligus menyelaraskan dengan pedoman dan strategi yang dikembangkan oleh fungsi pada unit yang lebih paham (Pengelola OM Acces Network).

6. Departemen Keuangan dan Sumber Daya Manusia, memiliki tugas sebagai berikut:

- memberikan pelayanan kepada pegawai (cuti).
- mengelola dan pegawai.
- IBO (Iman, Budaya, Olahraga).
- Kesejahteraan pegawai (kesehatan, pengobatan, gaji).
- Perencanaan pensiun (MPP, Taspen, dan lain-lain).

7. Departemen Dukungan Manusia, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan terkelola fungsi Purel, sekretariat dan Bina Lingkungan dengan baik dalam mendukung pencapaian sasaran bidang General Affairs sesuai kaidah Good Corporate Government di Kantatel Yogyakarta.

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu Badan usaha Milik Negara (BUMN) di Lingkungan Departemen Perhubungan RI, PT. TELKOM Yogyakarta termasuk kategori kantor Daerah yang secara struktural bertanggungjawab kepada Kepala Wilayah Telekomunikasi IV yang wilayahnya meliputi propinsi Jawa Tengah dan DIY, dan berkedudukan di kota Semarang. untuk Kantor Daerah Yogyakarta membawahi 7 (tujuh) kantor cabang yang berada di wilayah Daerah istimewa Yogyakarta, yaitu:

1. Kantor Cabang Telekomunikasi di Bantul
2. Kantor Cabang Telekomunikasi di Godean
3. Kantor Cabang Telekomunikasi di Kalasan
4. Kantor Cabang Telekomunikasi di Pakem
5. Kantor Cabang Telekomunikasi di Sleman
6. Kantor Cabang Telekomunikasi di Wates
7. Kantor Cabang Telekomunikasi Wonosari

B. Usaha dan Kegiatan PT. Telkom

PT. TELKOM merupakan badan usaha yang menyelenggarakan pelayanan Telekomunikasi untuk umum yang antara lain:

1. Jasa Telekomunikasi, yang terdiri:

Jasa telekomunikasi yang diberikan PT TELKOM berupa jasa telepon, jasa telegraph, jasa telex dan sebagainya yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Jasa Telepon, meliputi sambungan telepon STBN (Sambungan Telepon Bermotor Nasional), STJJ (Sentral Telepon Jarak Jauh).
- b. Jasa *Telegraph*, meliputi telegram, telegram indah, biro fax, SKDP (Sistem Komunikasi Data Paket).
- c. Jasa Telex, meliputi sambungan telex dan LSD telex

2. Fasilitas Telekomunikasi untuk Umum

PT. TELKOM sangat peduli dengan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh masyarakat karena selain untuk memudahkan dalam berkomunikasi, juga dapat untuk melakukan aktivitas bisnis yang meliputi:

a. Wartel (warung telepon)

Wartel adalah tempat pelayanan telekomunikasi yang dikelola oleh badan lain (badan hukum) diluar telkom (seperti koperasi/swasta) yang bekerjasama dengan PT. TELKOM dalam bentuk perjanjian kerjasama (PKS) untuk masa dua tahun dan dapat diperpanjang.

Pelayanan jasa telekomunikasi di wartel dikenakan tarif sama dengan tarif yang berlaku di TELKOM dan kepada pengelola wartel diberikan pembagian 20 % untuk hubungan dalam negeri dan 7,5% untuk hubungan internasional.

b. Kiospon (Kios telepon)

Kiospon adalah kios yang sah dan dilengkapi dengan pelayanan percakapan antar daerah langsung (SLJJ) maupun melalui operator.

c. Telepon Umum Coin (TUC), Telepon Umum Kartu (TUK)

Telepon umum adalah sambungan telepon dinas TELKOM yang dipasang diberbagai tempat di pelosok kota untuk memenuhi kebutuhan jasa telepon bagi masyarakat yang belum berkesempatan mendapatkan sambungan telepon rumah dan juga mereka yang sedang dalam perjalanan. Telepon umum ada dua macam yaitu telepon umum coin dan telepon umum kartu.

C. Public Relations PT. TELKOM Kandatel Yogyakarta

Dalam PT. Telkom Kandatel Yogyakarta *Public Relations* dijabat dengan nama *Officer* yang mendukung kelancaran operasional dari implementasi strategi, kebijakan, sistem dan prosedur yang berhubungan dengan ruang lingkup bidang *Public Relations* yang meliputi pengelolaan museum, media relations, dan pengelolaan image. Dalam menjalankan tugas-tugasnya, seorang *Officer Public Relations* harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang manajemen *Public Relations, Media Relations, dan Corporate Image*.

Public Relations pada PT. TELKOM Kandatel Yogyakarta merupakan salah satu bagian dari manajemen yang berada dibawah naungan Manager Assistant Manager Dukungan Manajemen (Mandukman).

Dalam menjalankan tugas-tugasnya *Public Relations* PT TELKOM memiliki pegangan visi dan misi yang dijadikan pedoman dan dilaksanakan oleh seorang *Officer Public Relations* pada PT TELKOM.

Visi Manajemen *Public Relations* pada PT TELKOM yaitu “*Menjadikan Public Relations TELKOM sebagai competitive advantage bagi perusahaan dan sebagai role model pengelolaan PR di Indonesia*”, yang mengandung arti bahwa secara internal PR TELKOM mempunyai tekad untuk berkembang menjadi salah satu keunggulan daya saing perusahaan dalam menghadapi kompetisi. Secara eksternal, PR TELKOM bertekad menjadi salah satu role model yang diakui eksistensi maupun kapabilitasnya dalam pengelolaan PR di Indonesia.

Adapun Misi Manajemen *Public Relations* pada PT TELKOM mencakup:

- a. “Menentukan, menciptakan, melaksanakan dan mengevaluasi proses komunikasi secara *professional* yang berkelanjutan, agar setiap informasi timbal balik dapat mencapai sasaran yang diinginkan, sehingga menciptakan opini dan melahirkan citra positif bagi perusahaan”
- b. “Mengelola penyelenggaraan proses komunikasi termasuk medianya dengan pihak internal maupun eksternal sehingga proses komunikasi dan media yang digunakan mampu mendukung secara efektif terselenggaranya proses eksekutif, kegiatan PR, dan

kegiatan social yang dapat memberi nilai-nilai tambah pada pembentukan *Corporate Image, Corporate Identity, Corporate Culture, serta Corporate Value*”

Dengan adanya misi tersebut Manajemen PR dituntut untuk selalu berupaya secara berkelanjutan meningkatkan *value* PR dan kompetensi SDM PR yang merupakan elemen penting dalam peningkatan *profesionalisme*. Seiring dengan kemajuan jaman dan arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, segala daya dan upaya tersebut bertujuan untuk membentuk nilai positif dalam *Corporate Image, Corporate Identity, Corporate Culture dan Corporate Value*.

Dari semua kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh setiap unit kerja tersebut PR dapat menentukan sasaran kegiatan yaitu :

Public Understanding

Adalah proses komunikasi timbal balik yang mengarah kepada kesadaran dan pengertian publik akan arah gerak dan langkah (publik dapat memaklumi akan gerak dan usah perusahaan).

1. Public Confidence

Adalah proses komunikasi timbal balik yang bertujuan untuk meraih kepercayaan publik terhadap keberadaan dan kegiatan perusahaan.

2. Public Support

Adalah proses komunikasi timbal balik yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan publik terhadap setiap aktivitas perusahaan.

3. *Public Cooperation*

Adalah proses komunikasi timbal balik yang bertujuan meraih kerjasama dan peran publik yang sesuai dengan tujuan perusahaan untuk kepentingan bersama.

Ujung dari sasaran akhir ini mengharapkan terbentuknya *Corporate Image*, *Corporate Identity*, *Corporate Culture*, dan *Corporate Value* yang semakin meningkat dan dinamis sesuai dengan perkembangan jaman.

Dari semua sasaran kegiatan PR TELKOM tersebut pada intinya ditujukan untuk kepuasan publik dan menciptakan suatu *image* positif dari publik terhadap perusahaan. Oleh karena itu, PT TELKOM selalu berusaha menjalin hubungan yang baik dengan komunitasnya.

Dalam menjalin hubungan dengan *community* demi menciptakan *image* positif publik terhadap perusahaan PT. TELKOM menyelenggarakan berbagai program *community relations* diantaranya:

- a. Pemberian dana kepada Pedagang Kaki Lima (PKL) untuk pemindahan lokasi dari depan PT. TELKOM pindah di belakang PT. TELKOM
- b. Pengadaan fasilitas tempat sampah di lingkungan sekitar PT. TELKOM dalam rangka ikut berpartisipasi dengan adanya gerakan “Yogya-ku Bersih, Yogya-ku Indah”
- c. Adanya program Kredit usaha Kecil (KUK) diperuntukan bagi pengusaha kecil yang memerlukan modal untuk mengembangkan usahanya dengan bunga pinjaman yang

sangat rendah. Program ini dikelola oleh bagian CDC
(*Community Development Center*).

Program *community* ini akan dibahas dan diuraikan lebih, dalam bab selanjutnya yang penulis angkat sebagai pembahasan dalam karya tugas akhir ini. (Laporan tahunan Telkom Yogyakarta)