

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Telekomunikasi Indonesia

Cikal bakal TELKOM adalah suatu badan usaha bernama Post-en Telegraafdienst yang didirikan dengan Staatsblad No.52 tahun 1884. Penyelenggaraan telekomunikasi di Hindia Belanda pada waktu itu mulanya diselenggarakan oleh swasta. Bahkan sampai tahun 1905 tercatat 38 perusahaan telekomunikasi, yang pada tahun 1906 diambil alih oleh pemerintah Hindia Belanda berdasarkan Staatblad No. 395 tahun 1906. Sejak itu berdirilah Post, Telegraaf en Telefoondients atau disebut PTT Dients. PTT Dients ditetapkan sebagai perusahaan Negara berdasarkan Staatblad No. 419 tahun 1927 tentang Indonesia Bedrijvenment (I.B.W., Undang – Undang Perusahaan Negara).

Jawatan PTT ini berlangsung sampai dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undan–Undang (Perpu) No.19 tahun 1960 oleh Pemerintah Republik Indonesia, tentang persyaratan suatu Perusahaan Negara dan PTT Dients memenuhi syarat untuk tetap menjadi suatu Perusahaan Negara (PN). Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 240 tahun 1961, tentang Pendirian perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi disebutkan, bahwa Perusahaan Negara sebagaimana dimaksud dalam pasal 21.B.W. dilebur kedalam Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN. Pos dan Telekomunikasi).

Dalam perkembangan selanjutnya pemerintah memandang perlu untuk membagi PN Pos dan telekomunikasi menjadi dua Perusahaan Negara berdiri sendiri. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1965, maka berdirilah perusahaan Negara Pos dan Giro (PN. Pos dan Giro) dan pendirian Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN. Telekomunikasi) diatur dalam peraturan Pemerintah No. 30 tahun 1965.

Bentuk PN ini pun dikembangkan menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Telekomunikasi melalui Peraturan Pemerintah No. 36 tahun 1974. Dalam peraturan tersebut dinyatakan pula Perusahaan Umum.

Telekomunikasi (PERUMTEL) sebagai badan usaha tunggal penyelenggara jasa telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri. Tentang hubungan telekomunikasi luar negeri pada saat itu juga diselenggarakan oleh PT Indonesia Satellite Corporation (Indosat) yang masih besetatus perusahaan asing, yakni dari *Amerika Cable & Radio Corporation*, didirikan berdasarkan peraturan perundangan Negara bagian Delaware, Amerika Serikat.

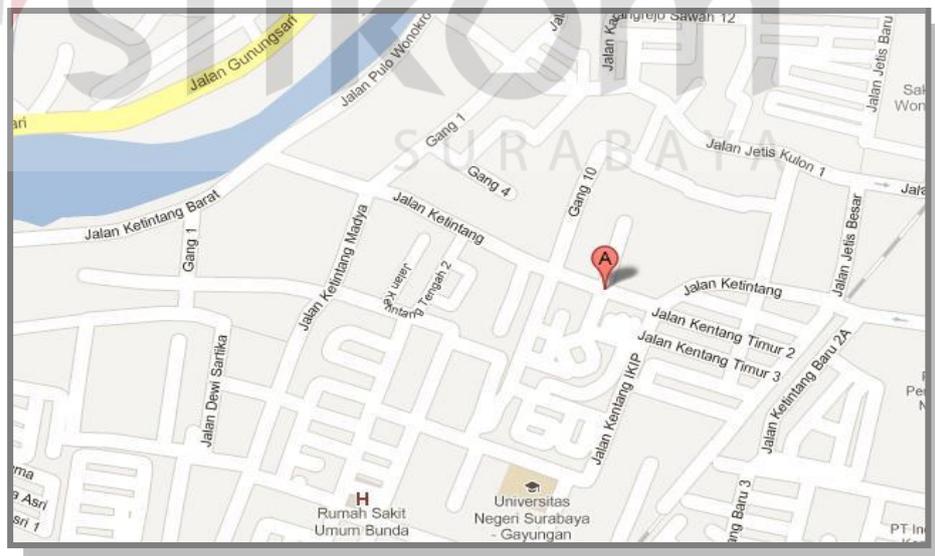
Seluruh saham PT Indosat dengan modal asing ini pada akhir tahun 1980 dibeli oleh Negara Republik Indonesia dari American Cable & Radio Corporation. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 53 tahun 1980 tentang telekomunikasi untuk umum yang isinya tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah No. 22 tahun 1974. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 3 tahun 1980, PERUTEL ditetapkan sebagai badan usaha penyelenggara telekomunikasi untuk umum Internasional.

Memasuki Repelita V pemerintah merasakan perlunya percepatan pembangunan telekomunikasi, karena sebagai infrastruktur diharapkan dapat memacu pembangunan sector lainnya.

Selain hal tersebut penyelenggaraan telekomunikasi membutuhkan manajemen yang lebih professional, oleh sebab itu perlu meningkatkan bentuk perusahaan. Untuk itu berdasarkan Peraturan Pemerintah No.25 tahun 1991, maka bentuk Perusahaan Umum (PERUM) dialihkan menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), sebagaimana dimaksud dalam Undang–Undang No. 9 tahun 1968. Sejak itu berdirilah Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia atau TELEKOM.

2.2 Lokasi Perusahaan

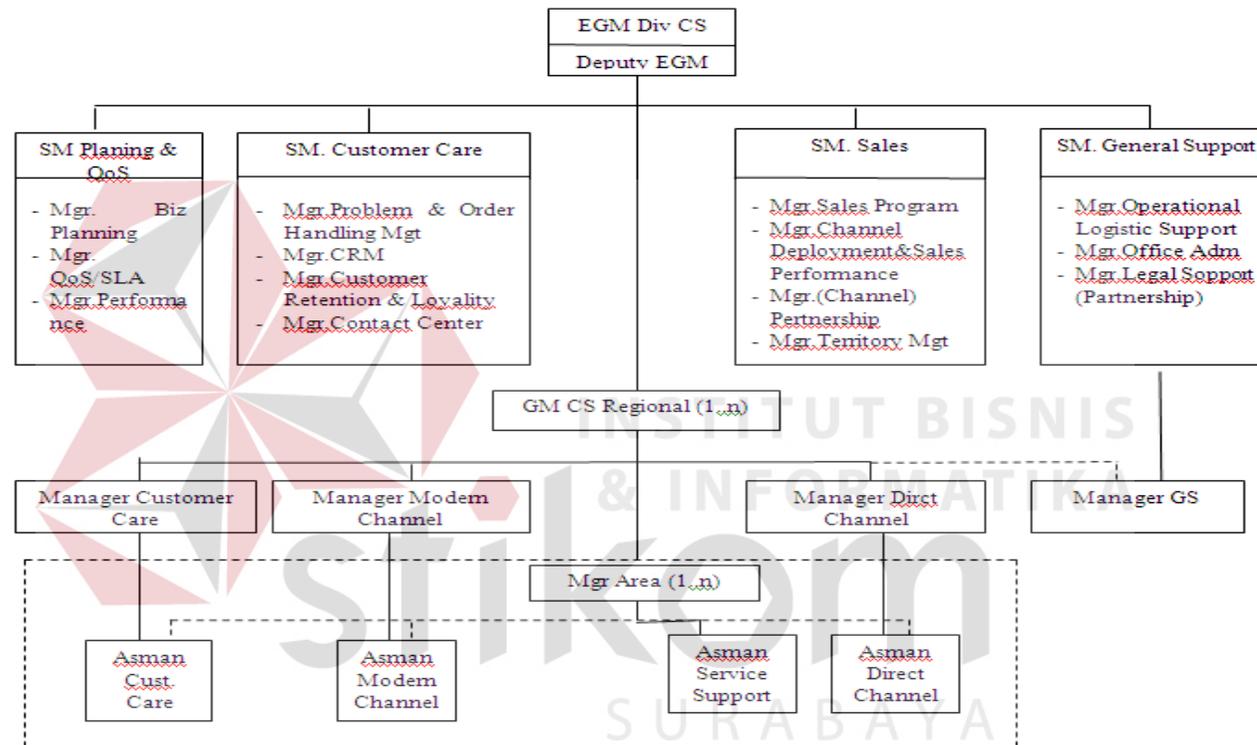
Lokasi PT Telkom Indonesia, Tbk Divisi *Consumer Service* II di Jalan Ketintang No. 156 Surabaya.



Gambar 2.1 Denah lokasi perusahaan

Sumber : *Google Maps*

2.3 Struktur Organisasi Divisi *Consumer Service*



Gambar 2.2 Struktur organisasi Divisi *Consumer Service*

Sumber : PT Telkom Indonesia, Tbk

Organisasi Divisi *Consumer Service* Terdiri atas:

(1). Pimpinan Divisi *Consumer Service*, yaitu:

- a. *Executive General Manager* Divisi *Consumer Service*.
- b. *Deputy Executive General Manager* Divisi *Consumer Service*.

(2). Penyelenggara operasi layanan bisnis FWL segmen *retail* terdiri dari dua Divisi *Consumer Service*, yaitu:

- a. Divisi *Consumer Service* Barat
- b. Divisi *Consumer Service* Timur

(3). Penyelenggara operasi layanan Divisi *Consumer Service* terdiri dari tujuh Unit *Consumer Service Regional* dengan pembagian sebagai berikut:

- a. Divisi *Consumer Service* Barat mencakup:
 1. Unit *Consumer Service* Regional I Sumatera
 2. Unit *Consumer Service* Regional II JABODETABEK
 3. Unit *Consumer Service* Regional III Jawa Barat & Banten
- b. Divisi *Consumer Service* Timur mencakup:
 1. Unit *Consumer Service* Regional IV Jawa Tengah & DIY
 2. Unit *Consumer Service* Regional V Jawa Timur
 3. Unit *Consumer Service* Regional VI Kalimantan
 4. Unit *Consumer Service* Regional VII Kawasan Timur Indonesia

(4). Penyelenggara pengelolaan fungsi *technostructure*, operation support dan management support masing–masing Divisi *Consumer Service* sebagai berikut:

- a. Bidang *Planning & Quality of Service*
- b. Bidang *Customer Care*

c. Bidang *Commerce*

d. Bidang *General Support*

2.4 Logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Gambar 2.3 Logo perusahaan
Sumber : PT Telkom Indonesia, Tbk.

Keterangan:

1. *Expertise*

Lingkaran merupakan symbol kelengkapan dari *product* dan *service* dalam time.

2. *Empowering*

Tangan yang meraih kelur mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi keluar.

3. *Assured*

Jemari mencerminkan kecermatan perhatian, serta kepercayaan dan hubungan erat.

4. *Progressive*

Kombinasi tangan dan lingkaran menjadi symbol matahari terbit, symbol perubahan dan awal yang baru.

5. *Heart*

Telapak tangan secara universal bisa diartikan untuk menceritakan kehidupan seseorang sebagai symbol pencapaian dan untuk penggapaian masa depan.

6. Penulisan karakter dengan tipe huruf dengan sudut yang bulat, disertai kombinasi huruf besar dan kecil mencerminkan suatu keseimbangan yang natural. Penggunaan huruf kecil juga merupakan upaya untuk lebih akrab dan bersahabat.

7. *Expert Blue*

Melambangkan pengalaman dan keahlian yang tinggi.

8. *Vital Yellow*

Merupakan elemen atraktif yang hangat, mengundang dan dinamis. Warna vital yellow juga menyeimbangkan *expert blue*.

9. *Infinite Sky Blue*

Mencerminkan inofasi dan peluang tak terhingga untuk masa depan.

Seperti yang diketahui, Telkom melakukan perubahan dikarenakan harus menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang ada, baik lingkungan Makro maupun Mikro. Perkembangan teknologi dan ketatnya persaingan industri teknologi komunikasi dan informasi di indonesia juga mendorong untuk melakukan perubahan. Potensi pasar dan pengguna di bisnis ini memang masih sangat besar. Namun itu juga harus bersaing dengan kompetitor lain dari merebutkan pasar dan pelanggan.