

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom) merupakan salah satu badan usaha milik negara yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi.

2.1 Sejarah Singkat Telkom

Adapun sejarah singkat PT. Telkom adalah sebagai berikut :

1. Era Kolonial

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT).

2. Perusahaan Negara

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

3. Perumtel

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI

menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

4. PT. Telkom (Persero)

Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.

5. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Tahun 1999 ditetapkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi. Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan diregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Pada 23 Oktober 2009, Telkom

meluncurkan "New Telkom" (Telkom baru) yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

2.2 Logo Telkom



Gambar 2.1 Logo Telkom

Logo baru Telkom mencerminkan brand positioning "Life Confident" dimana keahlian dan dedikasi akan diberikan bagi semua pelanggan untuk mendukung kehidupan mereka dimanapun mereka berada. Brand positioning ini didukung oleh "service culture" baru yaitu: expertise, empowering, assured, progressive dan heart.

Sekilas logo bulat dengan siluet tangan terkesan simple, simplifikasi logo ini terdiri dari lingkaran biru yang ada di depan tangan berwarna kuning. Logo ini merupakan cerminan dari "brand value" baru yang selanjutnya disebut dengan "Life in Touch" dan diperkuat dengan tag line baru pengganti "committed 2U" yakni "the world is in your hand".

Adapun arti dari simbol-simbol logo tersebut yaitu:

- a. *Expertise* : makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu TIME (Telecommunication, Information, Media & Edutainment).

- b. *Empowering* : makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
- c. *Assured* : makna dari jari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat
- d. *Progressive* : kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
- e. *Heart* : simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan. Selain simbol, warna-warna yang digunakan adalah :
 - a. *Expert Blue* pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi.
 - b. *Vital Yellow* pada telapak tangan mencerminkan suatu yang atraktif, hangat, dan dinamis.
 - c. *Infinite sky blue* pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga untuk masa depan.

2.3 Visi dan Misi Telkom

1. Visi Telkom

Visi Telkom adalah “*To Become a Leading Info Com Player in the Region*”, menunjukkan suatu tekad bahwa Telkom untuk menjadi penyelenggara jasa informasi dan komunikasi yang handal di level Regional.

2. Misi Telkom

Misi Telkom adalah memberikan layanan "*One Stop Infocom*" dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara

yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif.

2.4 Struktur Organisasi

Bidang usaha Telkom dibagi tiga, yaitu bidang usaha utama, bidang usaha terkait, dan bidang usaha pendukung. Guna menampung segala bidang usaha dalam restrukturisasi maka sejak 1 Juli 1995 Telkom telah menghapus struktur Wilayah Usaha Telekomunikasi (WITEL) dan secara defacto meresmikan dimulainya era Divisi. Sebagai pengganti WITEL bisnis bidang utama dikelola oleh tujuh Divisi Regional dan satu Divisi Network. Divisi Regional menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayahnya masing-masing, sedangkan Divisi Network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional.

Divisi Regional Telkom mencakup wilayah-wilayah sebagai berikut :

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

Struktur manajemen TELKOM, secara garis besar meliputi Kantor Perusahaan, Divisi Regional I s.d VII, Divisi Network dan Divisi Pendukung. Kantor Perusahaan strukturnya sangat sederhana, hanya terdiri dari Dewan Direksi yang dibantu kelompok Pengembang Bisnis, Sekretaris Perusahaan, Kepala Audit Internal, dan beberapa Vice President.

Struktur organisasi yang terdapat pada PT Telkom adalah struktur organisasi yang berbentuk garis dan staff. Wewenang tertinggi dalam organisasi dipegang oleh satu orang pimpinan yang membawahi beberapa bagian sesuai fungsinya masing-masing. Seorang General Manager dibantu oleh seseorang Deputy General Manager yang membawahi beberapa Manager. Manager sendiri membawahi beberapa bagian yang saling terkait dan saling bekerja sama dalam melaksanakan suatu tugas dan tanggung jawab.

2.5 Budaya Perusahaan

THE TELKOM WAY 135 sebagai budaya yang dikembangkan TELKOM, merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk meneguhkan hati, merajut pikiran dan menyerasikan langkah semua insan TELKOM dalam menghadapi persaingan bisnis InfoCom.

a. satu asumsi dasar yang disebut *Committed 2 U . 3* (tiga) nilai inti, mencakup :

1. Customer Value
2. Excellent Service
3. Component People

b. Lima langkah perilaku untuk memenangkan persaingan, yang terdiri dari :

1. *Stretch The Goal*

2. *Simplify*
3. *Inovolve Everyone*
4. *Quality is My Job*
5. *Reward the Winners*

THE TELKOM WAY 135 adalah hasil penggalian dari perkalanan TELKOM dalam mengarungi lingkungan yang terus berubah, dan diskristalisasi serta dirumuskan dengan rangsan oleh berbagai inspirasi dari perusahaan lain dan berbagai tantangan dari luar. Dengan akar yang kuat pada kesadaran kolektif organisasi, diharapkan *THE TELKOM WAY 135* dapat cepat tertanam dalam jiwa insan TELKOM. TELKOM berharap dengan tersosialisasinya *THE TELKOM WAY 135*, maka akan tercipta pengendalian cultural yang efektif terhadap cara memandang, cara berpikir dan cara berperilaku semua insan TELKOM.

