

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (PT Telkom Access)

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (“Telkom”, “Perseroan”, atau “Perusahaan”) yang menyediakan layanan telekomunikasi dan jaringan seluruh dunia. Telkom hanya memakai layanan InfoComm, telepon tidak digunakan bergerak kabel (fixed wireline) dan juga telepon tidak digunakan bergerak nirkabel (fixed wireless) maka layanan seperti telepon seluler, data dan internet, untuk jaringan dan interkoneksi. Baik secara langsung maupun melalui perusahaan tersebut.

Sebelum dimulai yang dikenal sebagai badan usaha swasta yang untuk menyediakan dari layanan pos dan telegraf atau dengan dinamakan “JAWATAN”. Sebelum tahun 1961 status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). PN Postel akan dipecah menjadi Perusahaan Negara dan Giro (PN POS & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Sebelum dimulai pada tahun 1974 PN Telekomunikasi disesuaikan dijadikan Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Pada tanggal 14 November 1995 mulai telah diluncurkan PT. Telekomunikasi Indonesia yang sebagai nama perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia.

Telkom menyediakan jasa telepon tetap kabel (fixed wire line), jasa telepon tetap nirkabel (fixed wireless), jasa telepon bergerak (mobile service), data/internet melalui jasa multimedia lainnya.

Tabel sejarah PT. Telkom di indonesia

Tahun	Keterangan
1882	Sebuah badan usaha swasta yang menyediakan layanan pos dan telegraf dibentuk pada masa pemerintahan kolonial belanda.
1906	Pemerintah kolonial belanda dibentuk sebuah jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang memberi nama jawatan pos, Telegraf dan Telepon (Post, Telegraph en Telephone Dienst/PTT).
1945	Proklamasi kemerdekaan indonesia yang sebagai negara merdeka dan berdaulat dari lepas dari pemerintahan jepang.
1965	PN Postel akan dipecahkan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan juga Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).
1974	PN telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.
1980	PN Indonesia Satellite Corporation (Indosat) yang mendirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional dalam terpisah dari Perumtel.
1989	Undang-undang nomor 3/1989 tentang telekomunikasi dalam tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi
1991	Perumtel akan mengubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no. 25 tahun 1991.
1995	Penawaran Umum perdana saham TELKOM (Initial Public Offering/IPO) dilakukan pada tanggal 14 November 1995, sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), New York Stock Exchange (NYSE) dan juga London Stock Exchange (LSE).

	Ketika saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan (Public Offering Without Listing/POWL) di Tokyo Stock Exchange.
1996	Kerja Sama Operasi (KSO) mulai diimplementasikan pada 1 Januari 1996 di wilayah Divisi Regional I Sumatra - dengan Mitra PT Aria West Internasional (AriaWest); Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta – dengan mitra PT Mitra PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra); dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT Bukaka Singtel.
1999	Undang-undang nomor 36/1999 dalam tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi.
2001	TELKOM membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat yang sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara TELKOM dengan Indosat. Dengan transaksi ini, TELKOM menguasai 72,72% saham Telkomsel. TELKOM membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan Dayamitra ke dalam laporan 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 dengan TELKOM memiliki 65% saham Telkomsel. Sejak Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

2.2 Profil Perusahaan

BISNIS KAMI ADALAH T.I.M.E.S

TELKOM adalah perusahaan penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia

- Kami sangat bangga melayani lebih dari 151,9 juta pelanggan yang terdiri dari seluler (Telkomsel) lebih dari 125 juta dan pelanggan tetap 25,8 juta.
- Kami juga menyediakan beragam layanan komunikasi lain termasuk layanan interkoneksi jaringan telepon, multimedia, data dan layanan terkait komunikasi internet, sewa transponder satelit, sirkit langganan, televisi berbayar dan layanan VoIP.
- Kami mendominasi lebih dari 60% pangsa pasar broadband di Indonesia yang mencapai lebih dari 19 juta pelanggan. Kami sangat bangga bahwa bisnis layanan data, internet dan Teknologi Informasi yang kami layani ini mampu berkontribusi 35% terhadap total pendapatan perusahaan.
- Kapasitas gateway internet kami yang terbesar di Indonesia, saat ini sudah lebih dari 106,4 Gbps. Kami selalu memastikan kecukupan kapasitas gateway internet agar mampu mengantisipasi pertumbuhan trafik broadband yang tinggi baik fixed broadband maupun mobile broadband.

Melanjutkan Transformasi

- Visi kami adalah menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Service (TIMES) di kawasan regional.
- Untuk menghadapi tantangan dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan mobilitas dan konektivitas tanpa putus, Kami telah bertransformasi, bisnis kami mencakup telekomunikasi, informasi, media, edutainment dan Services (TIMES).

- Upaya transformasi ini kami fokuskan pada sisi portofolio, infrastruktur dan system, organisasi dan budaya perusahaan.
- Dengan berfokus kuat pada layanan TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Service), kami berkomitmen untuk Mempelopori Masyarakat Digital di Indonesia.

2.3 Visi dan Misi dan Tujuan Telkom Access surabaya

- **Visi**

Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan TIME di kawasan regional

- **Misi**

Menyediakan layanan TIME yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif untuk model sumber pengelolaan korporasi terbad di seluruh indonesia.

- **Tujuan**

Diposisi terdepan dengan memperkokoh bisnis Legacy dan meningkatkan bisnis *new wave* untuk memperoleh 60% yang mendapatkan industri pada tahun 2015.

2.4 Riwayat Singkat TELKOM

Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Dengan statusnya sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di BEI, NYSE, LSE dan Public Offering Without Listing (“POWL”) di Jepang. Riwayat singkat Telkom dari tahun ke tahun dapat dilihat pada bagian “Sejarah Panjang Menempa Kami”.

KEGIATAN USAHA

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:

Usaha Utama

- Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Usaha Penunjang

- Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
- Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

2.5 Analisis Strategi PT. Telekomunikasi Indonesia

- Mengoptimalkan layanan sambungan telepon kabel tidak bergerak / *Fixed wireline* ("FWL").

Dengan kemajuan teknologi komunikasi secara global, PT.Telkom dapat mengikuti kemajuan teknologi tersebut dengan memberikan layanan FWL guna memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. Semakin meningkatnya kebutuhan komunikasi di era globalisasi maka perusahaan telekomunikasi sejenis akan bersaing dengan meningkatkan layanan yang terbaru. Adanya FWL, akan memudahkan konsumen dalam berkomunikasi dan memperluas pangsa pasar yang ada.

- Memperkuat dan mengembangkan bisnis sambungan telepon nirkabel tidak bergerak / *fixed wireless access* ("FWA") dan mengelola portofolio nirkabel.

Dengan meningkatnya kebutuhan komunikasi secara global yang mengedepankan kepraktisan, tepat sekali bagi PT.Telkom untuk memperkuat dan mengembangkan bisnis FWA dan mengelola portofolio nirkabel. Dengan mengembangkan bisnis tersebut maka konsumen yang sudah menjadi pelanggan akan merasa puas memakai layanan PT.Telkom dan mudah untuk menarik konsumen baru dengan berbagai layanan yang semakin baik.

- Melakukan investasi pada jaringan *broadband*.

Saat ini Perusahaan sedang memperkuat fundamental jaringan broadband di kawasan Indonesia Timur melalui proyek Palapa Ring, itulah salah satu cara investasi perusahaan untuk memperluas jaringan diseluruh Indonesia, karena PT.Telkom memiliki tujuan untuk mewujudkan jaringan nasional yang kuat dengan nama Nusantara Super Highway.

- Mengintegrasikan solusi bagi UKM, Enterprise dan berinvestasi di bisnis *wholesale*.

Dengan menggandeng perusahaan kecil maka PT.Telkom dapat memperluas jaringan komunikasi karena perusahaan tidak perlu membangun dari awal semuanya. Dengan cara merger, akuisisi akan lebih efektif dan efisien demi

mencapai tujuan perusahaan apabila dibandingkan dengan memperluas usaha sendiri dari awal.

- Mengembangkan layanan Teknologi Informasi termasuk *e-payment*.

Dengan layanan elektronik, konsumen perusahaan dapat secara praktis melakukan transaksi yang berhubungan dengan pelayanan perusahaan. Contohnya membayar tagihan telepon akan sangat memudahkan apabila dapat dilakukan dengan cara transfer dibandingkan cara lama dengan cara mengantri diteller. Dengan cara transaksi elektronik, konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri karena bisa mengakses semua layanan dan menggunakan cara pembayaran elektronik.

- Berinvestasi di bisnis media dan *edutainment*.

Konsentrasi perusahaan sekarang bukan hanya dalam hal komunikasi saja, banyak sekali layanan baru yang selalu ditawarkan dari perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Contohnya informasi yang berupa iklan-iklan dalam layanan yang berisikan informasi terbaru dunia global, pengguna juga dapat mengakses segala macam jenis aplikasi yang berhubungan dengan pendidikan seperti *e-book*.

- Berinvestasi pada peluang bisnis internasional yang strategis.

Komunikasi bersifat global, maka perusahaan sangat dituntut untuk berhubungan secara global pula. Untuk menyediakan layanan yang dapat diakses secara global, bukan hanya untuk daerah tertentu saja. Itulah gunannya komunikasi, untuk itu perusahaan melakukan investasi internasional dan bekerja sama dengan perusahaan asing demi menyediakan layanan komunikasi global.

- Mengintegrasikan *Next Generation Network* ("NGN") dan OBCE (*Operational support system, Business support system, Customer support system and Enterprise relations management*).

Pertumbuhan teknologi sangatlah cepat, untuk itu perusahaan harus peka terhadap perubahan didalam komunikasi, perusahaan juga harus mampu melihat peluang komunikasi dimasa depan. Selain itu, perusahaan harus mampu menyediakan layanan yang lebih baik bagi konsumen untuk mendukung sistem poperasi perusahaan.

- Menyelaraskan struktur bisnis dan pengelolaan portofolio.

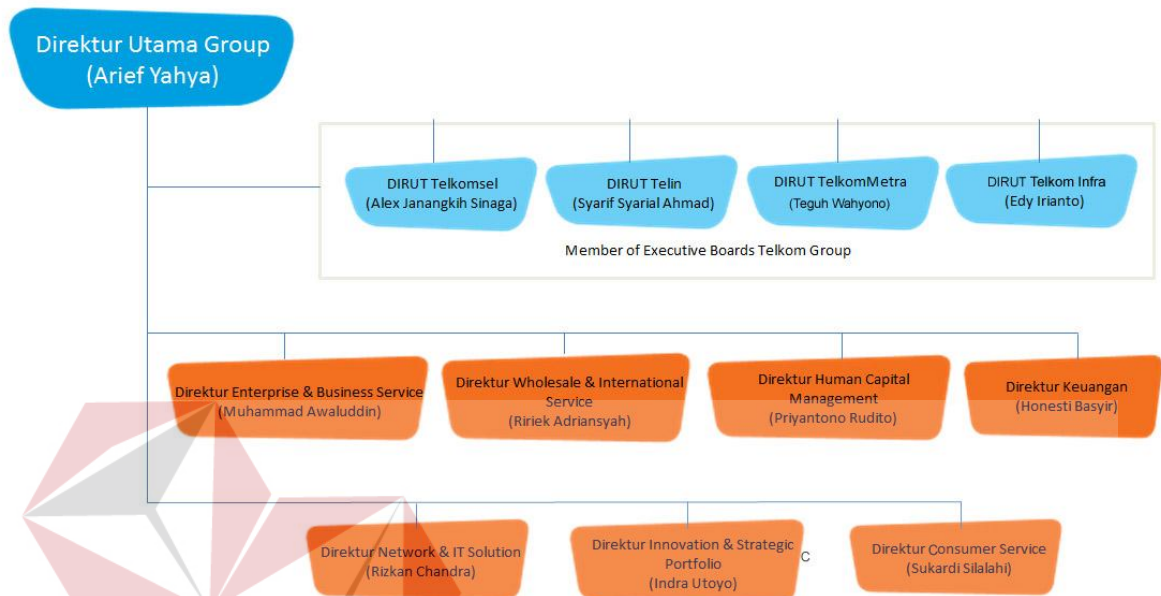
Dengan cara mengevaluasi produk-produk bisnis perusahaan sehingga perusahaan dapat memfokuskan pada satu jenis usaha tetapi tetap memiliki diversifikasi usaha.

- Melakukan transformasi budaya perusahaan.

Budaya disetiap perusahaan pasti berbeda, untuk itu sangatlah penting untuk mentransformasikan budaya yang ada disebuah perusahaan. Karena perusahaan tidaklah berdiri sendiri, perusahaan juga melakukan merger dan akuisisi dengan perusahaan lain dan budaya di setiap perusahaan yang diajak bekerja sama haruslah memiliki budaya yang sama sesuai budaya perusahaan, untuk itu diperlukan transformasi budaya.

2.6 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Surabaya tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi