

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk

2.1 Profil TELKOM Indonesia

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom Indonesia atau TELKOM) adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. TELKOM mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 50 juta. TELKOM merupakan salah satu perusahaan BUMN.

Profil singkat PT. TELKOM Indonesia atau profil perusahaan tempat kerja praktek dilaksanakan dapat dilihat seperti berikut

1. Industri : Informasi dan Komunikasi
2. Didirikan: 23 Oktober 1856 (diluncurkan kembali tanggal 23 Oktober 2009).
3. Kantor : Jl.Jaksa Agung Suprapto No.78 Gresik, Jawa Timur
4. Produk : Telepon Tetap, Seluler, Aplikasi, *Content* dan *Datacom*, Properti dan Konstruksi.
5. Pemilik : Pemerintah Indonesia.
6. Situs web: www.telkom.co.id

Penjelasan tentang sejarah, logo, visi, misi, struktur organisasi PT. TELKOM Indonesia akan dijelaskan pada sub bab berikutnya.

2.2 Sejarah dan Perkembangan PT. TELKOM Indonesia

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi. PT TELKOM menyediakan sarana dan jasa layanan telekomunikasi dan informasi kepada masyarakat luas sampai ke pelosok daerah di seluruh Indonesia. Sejarah PT. TELKOM di Indonesia pertama kali berawal dari sebuah badan usaha swasta penyediaan layanan pos dan telegraf yang didirikan kolonial Belanda pada tahun 1882. Pada tahun 1905 pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan telekomunikasi sebanyak tiga puluh delapan perusahaan. Kemudian pada tahun 1906 pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst / PTT*).

Pada tahun 1961 status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 pemerintah memisahkannya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1974 Perusahaan Negara Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional dan internasional.

Pada tahun 1980 Indonesia mendirikan suatu badan usaha untuk jasa Telekomunikasi Internasional yang bernama PT. Indonesian Satelite Corporation (INDOSAT) yang terpisah dari PERUMTEL. Pada tahun 1989 pemerintah Indonesia mengeluarkan UU No.3/ 1989 mengenai Telekomunikasi, yang isinya tentang peran swasta dalam penyelenggaraan Telekomunikasi. Pada tahun 1991

PERUMTEL berubah bentuk menjadi perusahaan perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25/ 1991 sampai sekarang.

Perubahan di lingkungan PT. TELKOM Indonesia, Tbk terus berlanjut mulai dari perusahaan jawatan sampai perusahaan publik. Perubahan-perubahan besar terjadi pada tahun 1995 meliputi :

1. Restrukturisasi Internal
2. Kerjasama Internal
3. *Intial Publik Offering (IPO)*

Jenis usaha PT. TELKOM Indonesia, Tbk adalah penyelenggara jasa Telekomunikasi dalam negeri dan bidang usaha terkait seperti jasa Sistem Telepon Bergerak Sirkuit (STBS) pelanggan, teleks, penyewaan transpoder satelit, *Very Small Aperture Terminal* (VSAT) dan jasa nilai tambah tertentu.

Pada tanggal 1 Juli 1995 organisasi PT. TELKOM Indonesia, Tbk mengubah struktur jenis jasa telekomunikasi menjadi tujuh divisi regional dan satu divisi *network* yang keduanya mengelola bidang usaha utama. Divisi regional sebagai pengganti struktur WITEL yang memiliki daerah teritorial tertentu, namun hanya menyelenggarakan jasa telepon lokal dan mendapat bagian dari jasa SLJJ dan SLI. Divisi *network* menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh.

Unit-unit bisnis PT. TELKOM Indonesia, Tbk terdiri dari Divisi, Pusat, Yayasan dan Anak Perusahaan. Adapun divisi yang tersedia di PT. TELKOM yaitu:

1. Divisi *Long Distance*
2. *Carrier and Interconnection Service*
3. Divisi Multimedia



PT. TELKOM memiliki beberapa yayasan yaitu :

1. Dana Pensiun (Dapentel)
2. Yayasan Pendidikan PT. TELKOM Indonesia, Tbk.
3. Yayasan Kesehatan
4. Yayasan Sandhykara Putra TELKOM (YSPT)

PT. TELKOM memiliki anak perusahaan berdasarkan besar kepemilikan yaitu:

- A. Kepemilikan > 50%
 - 1. PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) : Telekomunikasi (Seluler GSM)
 - 2. PT. Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra) : Telekomunikasi (KSO-VI Kalimantan)
 - 3. PT. Infomedia Nusantara (Infomedia) : Layanan Informasi
 - 4. PT. AriWest International (AriaWest) : Telekomunikasi Telepon Tetap (KSO-III Jawa Barat dan Banten)
 - 5. PT. Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo) : Telekomunikasi Telepon Tetap (KSO-I Sumatera)
 - 6. PT. Multimedia Nusantara (Metra) : Multimedia, *pay special TV*
 - 7. PT. Napsindo Primatel International (Napsindo) : *Network Access Point*
 - 8. PT. Indonusa Telemedia (Indonusa) : *TV Cable* (baru)
 - 9. PT. Graha Sarana Duta (GSD) : Properti, Konstruksi dan Jasa (baru)
- B. Kepemilikan 20% - 50%
 - 1. PT. Patra Komunikasi Indonesia (Patrakom) : Layanan VSAT
 - 2. PT. Cita Sari Makmur (CSM) : VSAT dan layanan Telekomunikasi lainnya
 - 3. PT. Pasifik Satelit Nusantara (PSN) : Transponder Satelit dan Komunikasi

C. Kepemilikan < 20%

1. PT. Mandara Seluler Indonesia (MSI) : Layanan NMT – Seluler dan CDMA
2. PT. Batam Bintan Telekomunikasi (Babintel) Telepon Tetap di Batam dan Pulau Bintan
3. PT. Pembangunan Telekomunikasi Indonesia (Bangtelindo) : Pengelolaan Jaringan dan Peralatan Telekomunikasi

Divisi Multimedia dan Divisi Pembangunan ditetapkan 31 Desember 1996

berdasarkan keputusan direksi PT. TELKOM Indonesia, Tbk. Seiring dengan diberlakukannya pasar bebas maka PT. TELKOM Indonesia, Tbk membentuk kerja sama dengan para investor dan operator kelas dunia yang disebut dengan pola Kerja Sama Operasi (KSO). Tujuan dibentuknya KSO adalah :

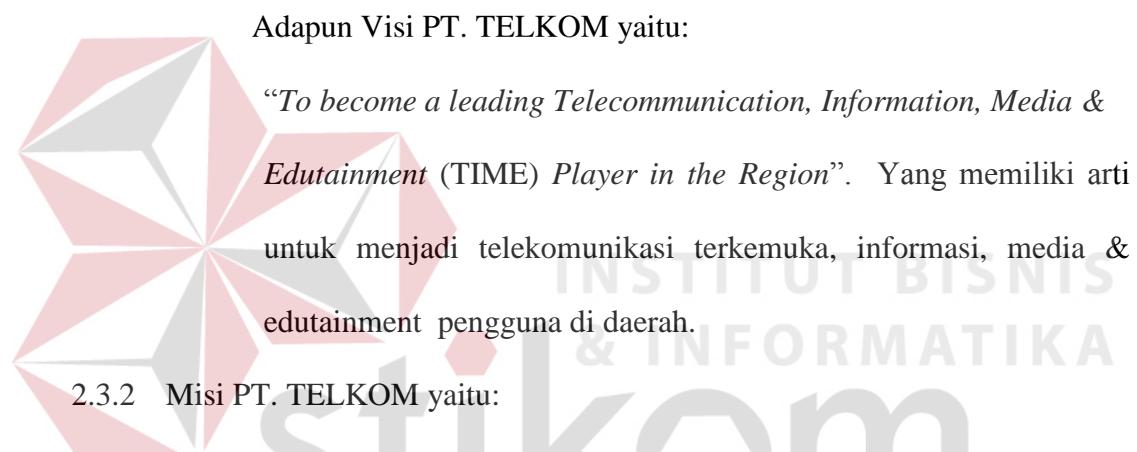
1. Mempercepat pembangunan Telekomunikasi untuk kurun waktu IV, karena pendanaan disediakan oleh mitra KSO.
2. Memperoleh ahli teknologi kelas dunia yang bergabung dalam mitra KSO.
3. Meningkatkan kemampuan berkompetensi dalam era pasar bebas.

Pada tahun 1999, pemerintah Indonesia menetapkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 mengenai penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi. Memasuki abad ke-21, pemerintah melakukan penyesuaian regulasi mengenai sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, PT. TELKOM tidak lagi memonopoli industri telekomunikasi di 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 duopoly penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Pada tanggal 23 Oktober 2009, PT. TELKOM merilis “*New Telkom*” atau “*Telkom Baru*”. Peluncuran “*New Telkom*” diganti dengan pergantian identitas perusahaan.

2.3 Visi dan Misi PT. TELKOM

2.3.1 Visi PT. TELKOM



2.3.2 Misi PT. TELKOM yaitu:

- 1. To Provide TIME Services with Excellent Quality & Competitive Price.*
- 2. To be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation.*

Yang memiliki arti untuk menyediakan layanan waktu dengan cepat, kualitas dan harga kompetitif. Menjadi model peran sebagai perusahaan terbaik yang dikelola di Indonesia.

2.4 Logo PT. TELKOM Indonesia

Sebuah logo akan menjadi suatu *Brand Images* dimana dari suatu perusahaan. Logo juga bersifat persepsi kuat terhadap perusahaan. PT. TELKOM sekarang menggunakan logo terbarunya yang diluncurkan pada tahun 2009. Pada Gambar 2.1 merupakan logo PT. TELKOM.



Gambar 2.1 Logo PT. TELKOM Indonesia

Keterangan logo PT. TELKOM Indonesia :

In Your Hand : Sebuah logo akan menjadi suatu *Brand Images* dimana dari suatu perusahaan. Sudah banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan transformasi visi dan misi melalui logo contohnya Telkom. Logo juga bersifat persepsi kuat terhadap perusahaan. Adapun arti dari simbol-simbol logo PT. TELKOM Indonesia :

1. Lingkaran: sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu *Telecommunication, Information, Media & Edutainment (TIME), Expertise*.
2. Tangan yang meraih ke luar: Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar, ***Empowering***.

3. Jemari tangan: Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat, *Assured*.
4. Kombinasi tangan dan lingkaran: Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru, *Progressive*.
5. Telapak tangan : mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan, *Heart*.

Warna-warna yang digunakan pada logo adalah :

1. *Expert Blue* pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi.
 2. *Vital Yellow* pada telapak tangan mencerminkan suatu yang atraktif, hangat, dan dinamis.
 3. *Infinite Sky Blue* pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga untuk masa depan.
- 2.5 Maskot PT. TELKOM Indonesia**

Adapun nama maskot PT. TELKOM Indonesia adalah maskot *Be bee* yang berasal dari filosofi yang dinilai dari sifat dan perilaku. Gambar 2.2 merupakan Maskot *Be bee* PT. TELKOM.

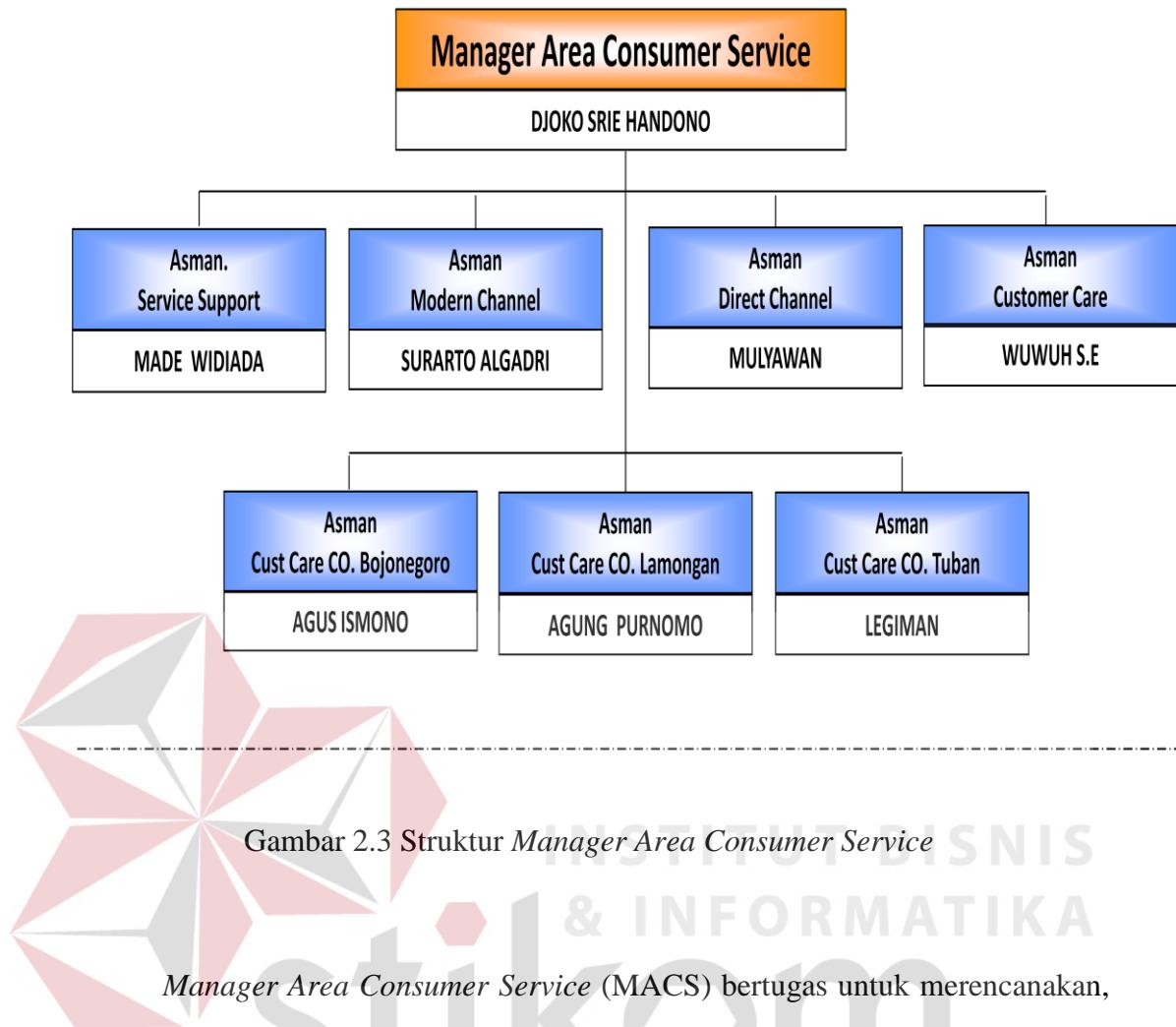


Gambar 2.2 Maskot PT. TELKOM Indonesia

Filosofi Maskot *Be bee* yaitu : lebah tergolong makhluk sosial yang senang bekerja sama, pekerja keras mempunyai kesisteman berupa pembagian peran operasional dan fungsional menghasilkan yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Di habitatnya lebih mempunyai dengung sebagai tanda keberadaannya dan loyal terhadap kelompok berupa perlindungan bagi koloninya, maka akan menyerang bersama bila diganggu. Lebah memiliki potensi diri yang baik berupa tubuh yang sehat, ligat dan kuat sehingga bias bergerak cepat, gesit dan efektif dalam menghadapi tantangan alam. Lebah berpandangan jauh ke depan dengan merancang bangun sarang yang kuat dan efisien, berproduksi, berkembang biak dan menyiapkan persediaan makanan bagi kelangsungan hidup koloninya. Lebah berwarna biru merupakan penggambaran insane PT. TELKOM Indonesia, Tbk.

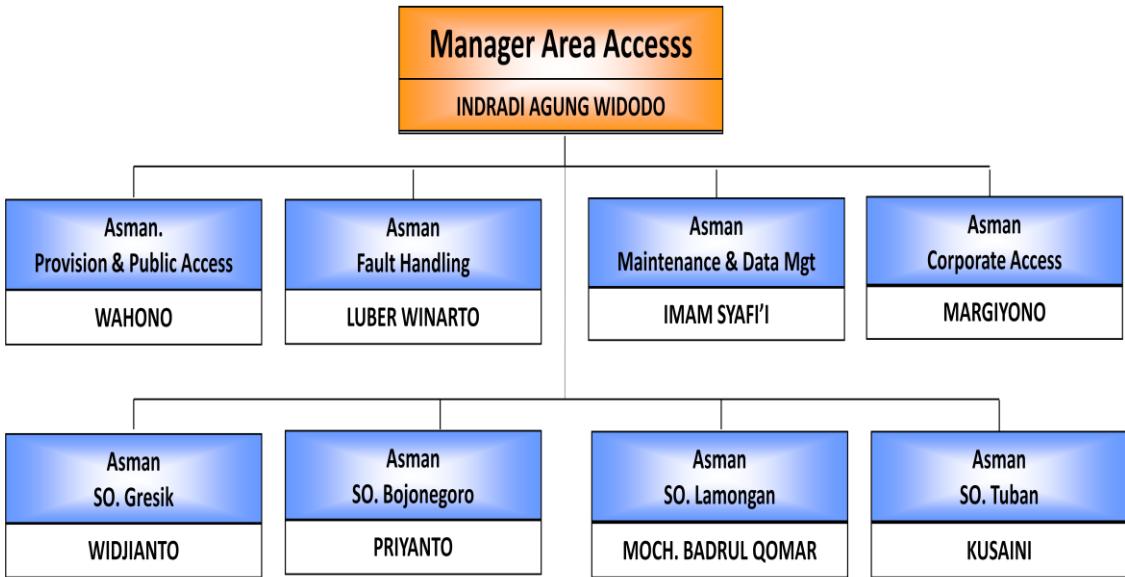
2.6 Struktur Organisasi PT. TELKOM

Struktur manajemen PT. TELKOM secara garis besar hanya meliputi kantor perusahaan besar dan beberapa divisi kantor perusahaan yang mempunyai struktur sederhana yang meliputi divisi *Manager Area Consumer Service*, *Manager Area Access*, dan *Manager Regional V*, dan tiap-tiap divisi tersebut memiliki tugas serta wewenang masing-masing. Struktur organisasi pada kantor PT. TELKOM Indonesia area Gresik atau tempat kerja praktik seperti pada Gambar 2.3, Gambar 2.4 dan Gambar 2.5.



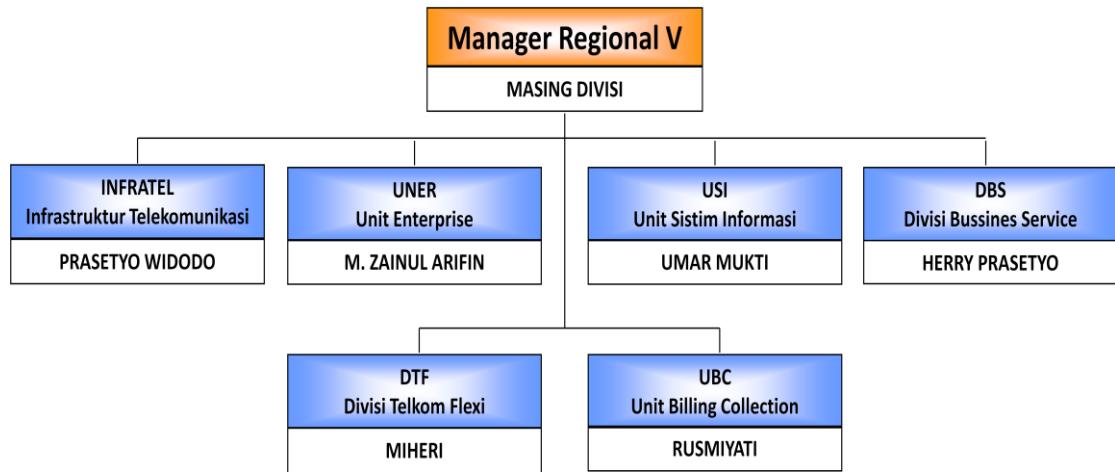
Gambar 2.3 Struktur Manager Area Consumer Service

Manager Area Consumer Service (MACS) bertugas untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pasca penjualan dalam sebuah organisasi. MACS melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk di dalamnya adalah pusat panggilan (*call center*), tenaga penjualan (*sales force*), pemasaran, dukungan teknis (*technical support*) dan layanan lapangan (*field service*).



Gambar 2.4 Struktur Manager Area Access

Manager Area Access bertugas untuk *monitoring* anggaran operasional akses, monitoring kelancaran operasional di lapangan, dan memutuskan hal-hal yang urgent untuk dieksekusi.



Gambar 2.5 Struktur Manager Regional V



Manager Regional V bertugas sesuai bagian-bagian yang ada di divisi tersebut diantaranya menangani operasional dan *maintenance* perangkat-perangkat dalam jaringan (divisi infratel), *monitoring* koneksi *client-server* dan mengolah data informasi yang berhubungan dengan pelanggan (divisi sistem informasi), memberikan pelayanan dan solusi total *Information and Communication Technology* (ICT) bagi para pelanggan di level korporasi (divisi *enterprise*) dan lain sebagainya.