

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Profil Umum PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

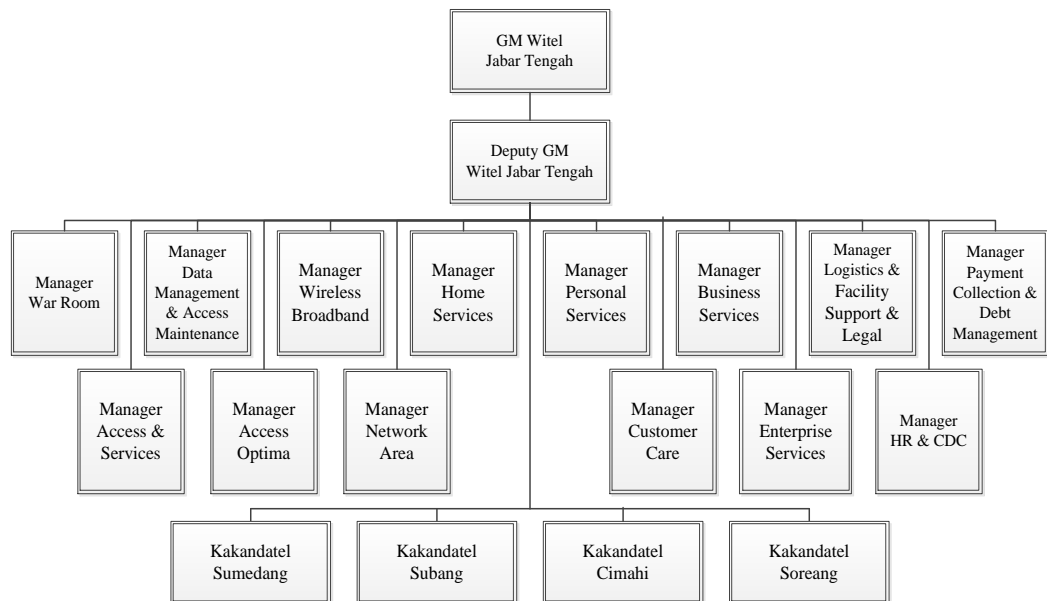
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Telkom) adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Berdiri sejak tanggal 23 Oktober 1856, saat ini Telkom merupakan salah satu BUMN yang sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (52,47%), dan 47,53% dimiliki oleh Publik, Bank of New York, dan Investor dalam Negeri. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 13 anak perusahaan, termasuk PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel). Telkom memiliki jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta. (Sumber: <http://www.telkom.co.id/tentang-telkom>)

Telkom *Group* melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom *Group* juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud-based* and *server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya. (Sumber: <http://www.telkom.co.id/tentang-telkom>.) Kalimantan; dan DIVRE VII untuk wilayah Indonesia bagian Timur. (Sumber: [6](http://www.telkom.co.id/tentang-</p></div><div data-bbox=)

[telkom.](http://www.telkom.co.id))

2.1.2 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Jabar Tengah Bandung

GAMBAR 2.1



(sumber: : <http://www.telkom.co.id>)

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT Telkom Indonesia adalah sebagai berikut:

“To become a leading Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services (“TIMES”) player in the region” (Untuk menjadi pemimpin dalam bidang Telekomunikasi, Informasi, Media, *Edutainment* dan *Services* (TIMES)).

Sedangkan Misi dari PT Telkom Indonesia adalah sebagai berikut:

- Menyediakan layanan “*more for less*” TIMES
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia

(Sumber: <http://www.telkom.co.id/tentang-telkom>)

2.1.4 Bidang Usaha

PT. TELKOM merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi. PT. TELKOM menyediakan sarana dan jasa layanan Telekomunikasi dan Informasi kepada masyarakat di seluruh Indonesia, baik untuk *personal user* maupun untuk *corporate user*.

2.1.5 Makna Logo

Gambar 2.2

Logo Baru PT Telkom Indonesia



Sumber: *Website* resmi PT Telkom Indonesia bagian siaran pers

Pada tanggal 17 Agustus 2013 bertepatan dengan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia ke-68, dan dengan mengambil semangat ulang tahun RI, Telkom memperkenalkan penampilan baru logo Telkom yang mencerminkan komitmen Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia. Penampilan logo baru tersebut mencakup perubahan logo secara menyeluruh dan terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan, yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi serta sumber daya manusia. Berikut penjabaran filosofi dari tiap warna yang terdapat dalam logo baru:

- Merah : Berani, Cinta, Energi, Ulet.

Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.

□ Putih : Suci, Damai, Cahaya, Bersatu

Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.

□ Hitam : Warna Dasar

Melambangkan kemauan keras.

□ Abu-Abu : Warna Transisi

Melambangkan teknologi.

Dengan tetap mengacu kepada filosofi Telkom *Corporate*, yaitu *Always The Best* – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik. (Sumber: <http://www.telkom.co.id/english-celebrating-68th-anniversary-of-the-republic-of-indonesias-independence-day-with-red-and-white-masterpiece-and-the-new-logo-of-telkom.html>)

2.1.6 Produk

Gambar 2.3

Produk Baru PT Telkom Indonesia



Sumber: <http://marketingtelkomspeedy.blogspot.co.id/p/tutorial.html>

IndiHome merupakan layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Internet on Fiber atau High Speed Internet, Phone (Telepon Rumah), dan Interactive TV (UseTV Cable) beserta beberapa fitur tambahan seperti IndiHome view, Melon dan Trend Micro Security.

USEETV

Gambar 2.4

Produk UseTV PT Telkom Indonesia

UseeTV
Mobile Primetime

Makin Asyik Nonton UseTV

Nikmati ratusan film pilihan!

Gratis

- ✓ Belasan channel TV yang bisa ditonton kapan saja
- ✓ Ratusan film nasional, internasional dan box office
- ✓ Musik download dan radio streaming dari berbagai daerah

Hubungi: **147**

useetvcom @useetvcom

Telkom Indonesia
the world in your hand

Sumber: <http://marketingtelkomspeedy.blogspot.co.id/p/tutorial.html>

Useetv adalah TV kabel berbasis sambungan optik yang tersambung

dengan paket speedy. Layanan televisis interaktif dan online yang dapat dinikmati melalui Televisi, PC/Laptop, smartphone. Selain channel-channel pilihan, useetv juga mempunyai beberapa keunggulan, diantaranya :

1. Pause and Rewind

Dapat menghentikan (pause) atau mainkan kembali (play) tayangan program TV yang sedang berjalan. Caranya dengan menekan tombol Pause dan Play pada remote UseeTV Cable.

2. TV on Demand

Dapat menonton kembali tayangan suatu program live / broadcast TV yang telah ditayangkan sampai satu minggu sebelumnya. Tinggal tekan tombol TVOD pada remote lalu pilih acara TV pada channel TV dan hari yang diinginkan

Indihome View (CCTV Online) by Telkom

Gambar 2.5

Produk Indihome View PT Telkom Indonesia



VIEW YOUR LOVED ONE ANYTIME

IndiHomeView solusi mudah, cepat dan hemat untuk mengawasi rumah, kantor atau toko dengan IP camera yang dapat diakses menggunakan gadget/laptop kapan saja dimana saja.

~~Rp. 800.000~~ **Rp. 550.000**
* Abonemen Cloud Service Rp.10.000/bulan

3 Langkah Mudah INSTALASI

- 1. Hubungkan IP Cam dengan Modem Wifi Speedy
- 2. Download dan Instal Aplikasi "IndiHome View"
- 3. Scan QR-Code untuk mendapatkan "IP Cam ID"

Sumber: <http://marketingtelkomspeedy.blogspot.co.id/p/tutorial.html>

Indihome View solusi mudah, cepat dan hemat untuk mengawasi rumah, kantor, toko dengan IP kamera yang dapat diakses menggunakan Smartphone/Laptop kapan saja dan dimana saja. Indihome view terhubung dengan modem wifi Speedy, sehingga tidak memerlukan Space memori untuk menyimpan hasil record

Melon – Portal Streaming dan Download

Gambar 2.6

Produk MelOn PT Telkom Indonesia



Sumber: <http://marketingtelkomspeedy.blogspot.co.id/p/tutorial.html>

MelOn Indonesia adalah portal musik digital yang menyediakan beragam musik dari berbagai genre, baik musik lokal maupun mancanegara. Pelanggan IndiHome akan mendapatkan free streaming dari MelOn Indonesia.

Trend Micro Security System – Antivirus

Gambar 2.7

Trend Micro Security System – Antivirus



Sumber: <http://marketingtelkomspeedy.blogspot.co.id/p/tutorial.html>

Trend Micro Security System adalah layanan Internet Security dari Telkom untuk pelanggan Internet IndiHome dengan aplikasi Trend Micro sebagai platform. Komputer akan terlindung dari serangan virus, malware, spyware, spam, phishing dan konten yang tidak layak dari internet sehingga data dan sistem aplikasi terbebas dari gangguan tersebut.

Wifi.id Seamless

Gambar 2.8

Wifi.id Seamless



Sumber: <http://marketingtelkomspeedy.blogspot.co.id/p/tutorial.html>

Wifi.id Seamless merupakan layanan yang diberikan IndiHome, agar selalu bisa terkoneksi dengan mudah dan murah melalui akses internet wifi ke jaringan @wifi.id di seluruh Indonesia secara otomatis (seamless).

2.2 Struktur Organisasi

PT Telkom sudah mengadopsi sebuah pendekatan *holding company* ke dalam pengelolaan korporasi, yang kami percaya akan menyediakan *productive flexibility* bagi seluruh entitas bisnis kami sesuai dengan karakteristik masing-masing unit.

Dalam rangka implementasi pengelolaan korporasi dengan berkarakteristik *holding company*, maka:

1. Peran *corporate office* difokuskan pada *Corporate Level*

Strategy (*directing strategy*, *portfolio strategy* dan *parenting strategy*)

2. *Parenting style* disesuaikan dengan karakteristik dan

tingkat maturity entitas bisnisnya.

3. *Empowerment* entitas bisnis sesuai dengan karakteristiknya.

Untuk itu, pada tahun 2013 telah melakukan beberapa perubahan menyangkut pembidangan pembagian tugas dan wewenang masing-masing anggota Direksi, sebagai berikut:

1. Merubah pembidangan divisi dari semula di bawah

Direktur *Enterprise & Wholesale* (“EWS”) menjadi Direktur Enterprise & Business Service yang fokus pada pengembangan segmen bisnis *enterprise* dan *small medium enterprise*.

2. Merubah pembedangan divisi yang semula di bawah Direktur

Compliance & Risk Management (“CRM”) menjadi Direktur Wholesale & International Service yang fokus pada pengembangan segmen bisnis *wholesale*. Kami juga mengalihkan tugas dan wewenang pengelolaan *compliance, legal* dan *risk management* ke Head of Compliance, Risk Management & General Affairs.

3. Merubah pembedangan divisi yang semula Direktur IT, Solution &

Strategic Portfolio (“ITSSP”) menjadi Direktur Innovation & Strategic Portfolio yang fokus pada upaya inovasi dan pengembangan portofolio bisnis.

4. Merubah pembedangan divisi yang semula Direktur NWS menjadi

Direktur Network, IT & Solution yang fokus pada pengelolaan dan pendayagunaan *infrastructure, IT* dan *service operation & management*, untuk mendukung upaya pengembangan bisnis yang sudah berjalan (*established*).

5. Merubah pembedangan divisi yang semula Human Capital & General

Affair menjadi Direktur Human Capital Management yang fokus pada pengelolaan *human capital*. Juga mengalihkan tugas dan wewenang

pengelolaan *supply* ke Head of Compliance, Risk Management & General Affairs.

Gambar 2.9

Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia



Sumber:

http://www.telkom.co.id/UHI/CDInteraktif2013/ID/0103_struktur.html

2.3 Deskripsi Jabatan

Selain itu untuk memwadhahi mekanisme pengelolaan *parenting* terhadap seluruh portfolio kami secara *Group*, maka telah dibentuk *Board of Executive* yang beranggotakan seluruh Direksi Telkom dan beberapa *Chief of Business*. *Chief of Business* merupakan sebutan untuk posisi “*senior business*

expert” yang ditempatkan sejajar dengan Direksi Telkom untuk melaksanakan peran sebagai penasehat dalam merumuskan keputusan-keputusan *corporate level strategy*, mengupayakan harmonisasi hubungan antara entitas anak dengan Telkom sebagai *parent*.

Gambar 2.10

Fungsi dan Wewenang PT Telkom Indonesia

Nama Direktorat	Fungsi dan Wewenang
Direktorat NITS	Fokus pada pengelolaan <i>infrastructure strategy & governance, IT Strategy & Governance, and Solution</i> serta pengelolaan pendayagunaan IT dan <i>service operation & management</i> , dalam rangka dukungan upaya eksploitasi bisnis yang sudah mapan dan pengendalian operasional infrastruktur melalui Divisi Network of Broadband Information System Center, Divisi Wireless Broadband serta Divisi Broadband.
Direktorat ISP	Fokus pada pengelolaan fungsi <i>Corporate Strategic Planning, Strategic Business Development, Innovation Strategy & Synergy</i> serta pengendalian operasi unit-unit: Divisi Solution Convergence dan Innovation & Design Center.
Direktorat CONS	Fokus dalam pengelolaan bisnis segmen konsumen serta pengendalian operasi Divisi Consumer Services
Direktorat EBIS	Fokus pada pengelolaan bisnis segmen <i>enterprise & small medium enterprise</i> serta pengelolaan Divisi Enterprise Services dan Divisi Business Services.
Direktorat WINS	Fokus pada pengelolaan fungsi penanganan bisnis segmen <i>wholesale</i> dan international, serta pengendalian operasional Divisi <i>Wholesale Services</i> .
Direktorat HCM	Fokus pada manajemen SDM Perusahaan serta penyelenggaraan operasional SDM secara terpusat melalui unit Human Capital Center, serta pengendalian operasi unit Telkom Corporate University Center, Assessment Center Indonesia serta Community Development Center.
Direktorat KEU	Fokus pada pengelolaan keuangan perusahaan serta mengendalikan operasi keuangan secara terpusat melalui unit Finance, Billing & Collection Center.

Sumber:

http://www.telkom.co.id/UHI/CDInteraktif2013/ID/0103_struktur.html

2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

2.4.1 Aspek Produksi

Divisi *Personal Service* PT Telkom yang terletak di Jl Supratman No 66a lantai 4 ini menangani kegiatan pemasaran dan layanan produk wifi.id. Mulai dari analisis penjualan, penyusunan rencana kegiatan promosi, *General Check Up* (GCU) *Access Point* wifi.id di wilayah Bandung dan terjun langsung untuk melakukan promosi produk-produk wifi.id diantaranya yaitu @wifi.id, FlashZone, FlashZone Seamless, IndiSchool dan lain-lain di wilayah Bandung.

Produk yang dihasilkan berupa laporan analisis revenue, laporan status *Access Point*, desain voucher wifi.id, rancangan kegiatan promosi serta media pendukung promosi seperti *Boardman*, *flyer*, rompi, *sticker*, brosur dan lain sebagainya.

2.4.2 Aspek Keuangan

Semua aspek keuangan di divisi *Personal Service* ini sudah diatur dari kantor pusat PT Telkom. Kebutuhan anggaran yang diberikan disesuaikan dengan program kerja yang diajukan dari divisi ini. Anggaran tersebut digunakan untuk kegiatan promosi dan iklan produk Indonesia WiFi. Kegiatan promosi dan iklan tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk dari Indonesia WiFi dan menarik minat beli masyarakat sehingga bisa mendatangkan profit bagi perusahaan.

2.4.3 Aspek Pemasaran

PT Telkom Witel Jabar Tengah ini hanya mencakup wilayah Bandung dan sekitarnya saja, oleh karena itu PT Telkom Witel Jabar Tengah hanya bertugas untuk mempromosikan produknya di wilayah Bandung dan sekitarnya (Sumedang, Garut, Lembang Rancaekek dan lain-lain). Sebelum melakukan pemasaran produknya, divisi *Personal Selling* terlebih dahulu menganalisis kondisi lapangan serta merancang strategi pemasaran, target pemasaran dan tata cara pelaksanaan pemasaran agar efektif dan tepat sasaran.

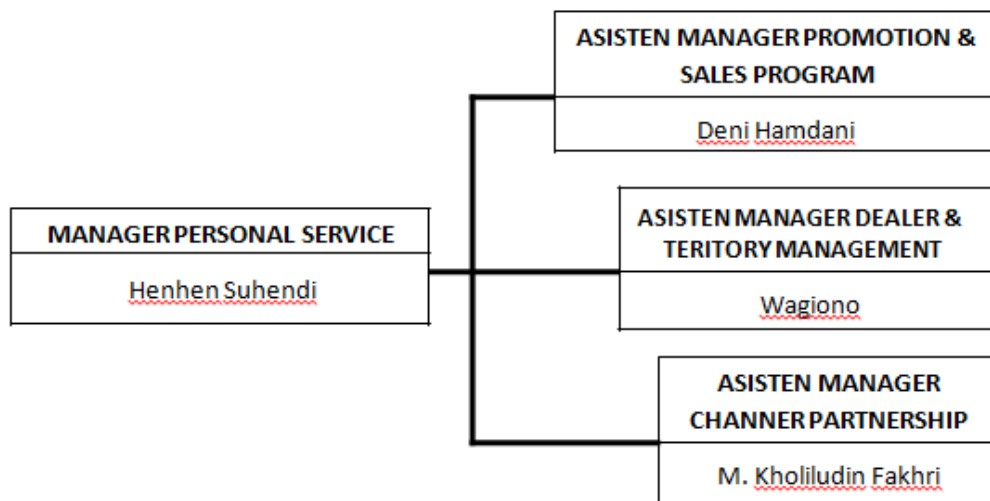
Pemasaran yang dilakukan oleh divisi *Personal Service* ini melalui tiga cara. Yang pertama yaitu dengan melakukan sosialisasi langsung dari tim perusahaan. Sosialisasi langsung ini dapat berupa kunjungan langsung ke sasaran pemasaran atau melalui kerjasama dengan pihak penyelenggara *event* tertentu, dan memberikan *product knowledge* terkait produk wifi.id. Yang kedua yaitu melalui media cetak dan elektronik. Media cetak yang dimaksud yaitu berupa iklan di surat kabar, pembagian brosur dan *flyer* serta penempelan poster, *sticker* dan banner di tempat-tempat yang dirasa potensial. Yang ketiga yaitu melalui kerjasama dengan mitra *Authorized Dealer* (AD). *Authorized Dealer* adalah pihak ketiga yang bekerjasama dengan pihak PT Telkom dalam pemasaran dan distribusi produk voucher wifi.id. Mitra AD yang bekerjasama dengan PT Telkom yaitu CV. Akardaya Mandiri, PT Telesindo Shop dan PT Sinar Lestari Prakarsa Abadi.

2.4.4 Aspek Sumber Daya Manusia

Divisi *Personal Service* dipimpin oleh seorang *manager* yang memiliki tiga asisten *manager* beserta para staffnya. Adapun struktur organisasinya dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 2.11

Struktur Organisasi Divisi *Personal Service*



Sumber: Wawancara dengan Ibu Ratu Intan, pegawai Divisi *Personal Service*

Tugas seorang *Manager Personal Service* Telkom Jabar Tengah ini yaitu mengatur penugasan staff di Witel yang berada di lingkup area tanggung jawabnya (Bandung dan sekitarnya). Penugasan yang diatur yaitu terkait dengan penjualan produk Indihome baik melalui penjualan produk kartu fisik Indihome, penjualan melalui pesan singkat yang dikirim ke 98108, penjualan kepada pelanggan operator Telkomsel melalui FlashZone dan FlashZone-Seamless, serta

penjualan melalui IndiSchool, IndiHome dan IndiClub. Bentuk penugasannya antara lain berupa pembuatan *report* atau rekapitulasi penjualan, penghitungan revenue, mengadakan sosialisasi atau mengikuti *event* untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap produk Indihome, survey lapangan terkait *quality control* layanan Indihome, dan penawaran kerjasama ke berbagai pihak agar mau menggunakan layanan Indihome.

Dalam melakukan tugasnya, *Manager Personal Selling* dibantu oleh ketiga Asisten Managernya yang memiliki tugas yang berbeda-beda. Asisten *Manager Promotion and Sales Program* bertanggung jawab dalam pengelolaan berbagai bentuk promosi produk Indihome. Contoh bentuk promosinya yaitu sosialisasi langsung ke lapangan, mengadakan atau bekerjasama dengan penyedia *event (sponsorship)*, maupun dengan penyebaran *flyer* atau pemasangan *poster* dan spanduk. Asisten *Manager Dealer* dan *Territory Management* bertanggung jawab dalam pengelolaan kerjasama dengan mitra *Authorized Dealer (AD)* terkait distribusi penjualan produk Indihome. Sedangkan Asisten *Manager Channer Partnership* bertugas mengelola hubungan kerjasama dengan pelanggan yang menggunakan layanan Indihome dengan sistem langganan *Managed Service*. *Managed Service* adalah layanan berlangganan Indihome dengan sistem tagihan bulanan.