

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLM”. Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran Telkom, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital. Tidak mudah dan membutuhkan waktu yang cukup lama bagi perusahaan ini untuk mencapai pencapaian hingga saat ini.

a. Tahun 1882 (Kemunculan Telepon)

Pada 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan pada 1856. Hadirnya telepon membuat masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini. Tahun 1892 telepon sudah digunakan secara interlokal dan tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

b. Tahun 1965 (Kelahiran Telkom)

Seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi. Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

c. Tahun 1974, 1980, 1989 (Perusahaan Umum Telekomunikasi/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.

d. Tahun 1989-1999 (Deregulasi)

Sejak tahun 1989, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Kemudian di Tahun 1999 ditetapkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.

e. Tahun 1991 (PT Telekomunikasi Indonesia/Persero)

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

f. Tahun 2001-2002 (Pembelian saham PT Indosat)

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.

g. Tahun 2009 (Telkom Baru)

Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom baru") yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

2.1.2 Visi dan Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

2.1.2.1 Visi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

"Be the King of Digital in the Region", artinya menjadi rajanya digital demi mewujudkan impian-impian dengan dipermudahnya mengakses segala sesuatu melalui inovasi yang dibuat oleh Telkom. Dan menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment, and Service* (TIMES) dikawasan regional.

2.1.2.2 Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

"Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization", artinya menjadikan Indonesia sebagai yang terdepan dalam inovasi digital dan globalisasi.

Kemudian, menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif serta menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

2.1.3 Logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Menurut Rustan (2009), Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo dapat menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual. PT. Telkom Indonesia, Tbk dengan sejarahnya yang panjang memiliki beberapa kali pergantian logo Perusahaan. Dari proses panjang tersebut, kini Telkom memiliki lambang yang sudah sangat ikonik di Indonesia. Berikut lambang Telkom dan penjelasannya:



Sumber: Telkom.co.id

Gambar 2.1
Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Logo Telkom yang baru diatur dalam peraturan No.PD.20.03/2014 tentang identitas baru perusahaan/merek yang bertanggal 20 Juni 2014. Sekilas logo bulat dengan siluet tangan terkesan simple dengan tag line “*The World in Your Hand*”, yang memiliki makna bahwa Telkom akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam mengakses dunia. *Brand positioning* ini didukung oleh *service culture* baru yaitu:

- a. *Expertise* (keahlian): makna dari lingkaran sebagai symbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*).
- b. *Empowering* (kekuasaan): makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi keluar.
- c. *Assured* (keyakinan/terjamin): makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat.
- d. *Progressive* (kemajuan): kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
- e. *Heart* (hati): simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan. Selain simbol, warna yang digunakan adalah:
 - Warna merah pada telapak tangan berarti berani, cinta, energi, dan ulet. Menggambarkan semangat perusahaan yang selalu optimis dan berani menghadapi berbagai tantangan.
 - Warna putih yang berarti suci, damai, cahaya, dan bersatu itu menjadi cerminan untuk perusahaan selalu memberikan yang terbaik bagi bangsa.
 - Warna hitam pada teks Telkom Indonesia merupakan warna dasar dan melambangkan kemauan keras.
 - Warna abu – abu pada lingkaran yang ada di depan tangan merupakan warna transisi yang mengartikan teknologi saat ini.

2.2 Struktur Organisasi

Robbins dan Coulter (2007:284) mengartikan bahwasannya struktur organisasi adalah kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan untuk mencapai suatu tujuan.

Hasibuan (2010:128), Struktur Organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi.

Bentuk struktur organisasi pada umumnya berbeda-beda serta memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Berdasarkan hubungan yang ada pada organisasi menurut Hasibuan (2010:150) terdapat lima jenis bentuk struktur utama organisasi yakni bentuk organisasi Lini, Lini dan Staf, Fungsional, Lini Staf dan Fungsional serta bentuk organisasi Komite. Salah satu bentuk struktur organisasi yang digunakan pada struktur organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Regional III Bandung adalah Lini dan Staf.

Hasibuan (2010:153) menyatakan bahwa bentuk organisasi lini dan staf pada dasarnya merupakan kombinasi dari organisasi lini dan organisasi fungsional. Asas kesatuan komando tetap dipertahankan dan pelimpahan wewenang berlangsung secara vertikal dari pucuk pimpinan kepada pimpinan dibawahnya. Pucuk pimpinan tetap sepenuhnya berhak menetapkan keputusan, kebijaksanaan, dan merealisasikan tujuan perusahaan. Dalam membantu kelancaran tugas pimpinan, ia mendapat bantuan dari para staf. Tugas para staf hanya memberikan bantuan,

pemikiran saran-saran, data, informasi, dan pelayanan kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan keputusan dan kebijaksanaannya. Adapun keunggulan dan kelemahan dari bentuk organisasi Lini dan Staf adalah sebagai berikut:

Keunggulannya:

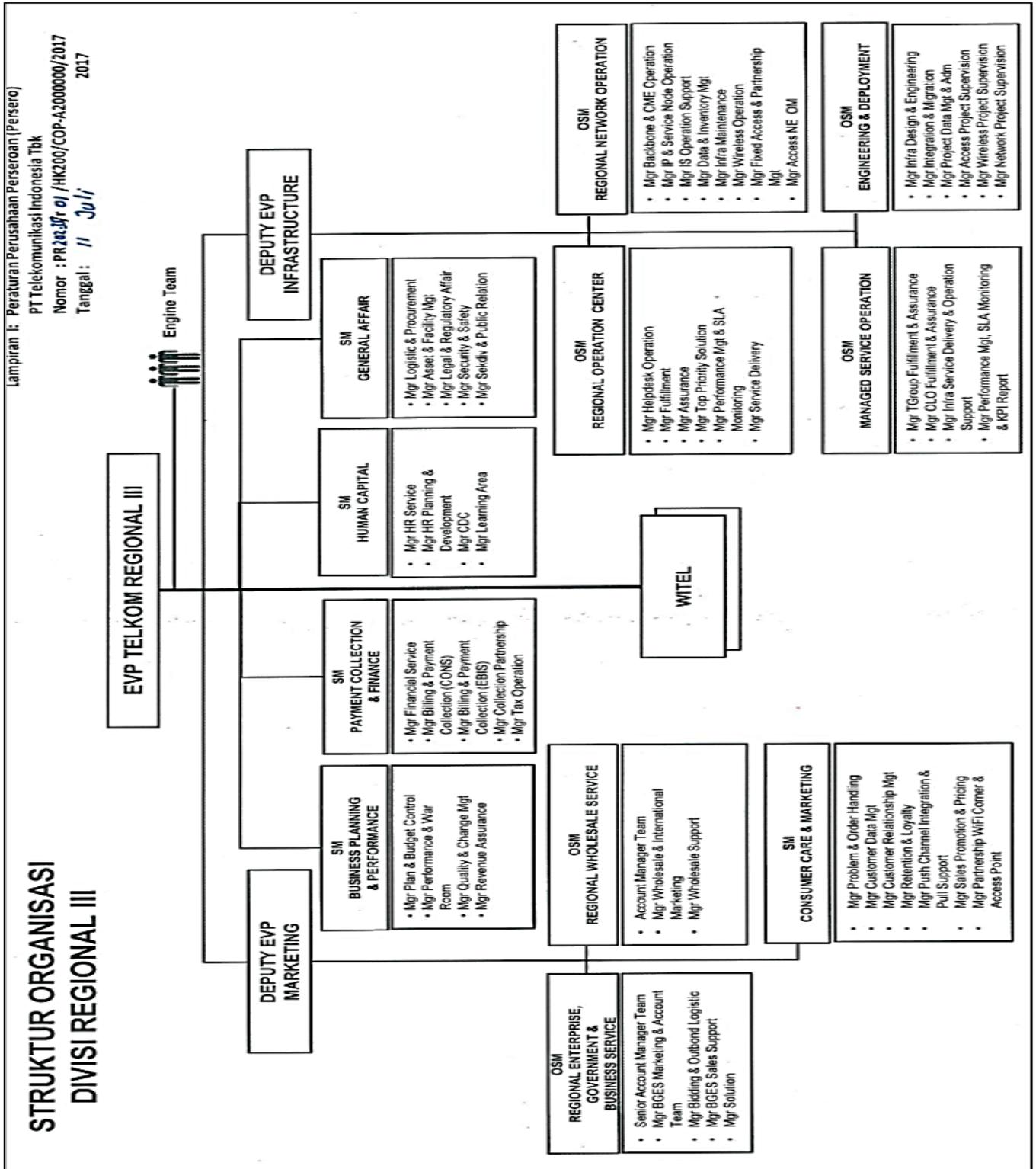
1. Asas kesatuan pimpinan tetap dipertahankan, sebab pimpinan tetap berada dalam satu tangan saja.
2. Adanya pengelompokan wewenang, yaitu wewenang lini dan wewenang staf.
3. Adanya pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antara pimpinan, staf dan pelaksana.
4. Pimpinan mempunyai bawahan tertentu, sedang bawahan hanya mempunyai seorang atasan tertentu saja.
5. Bawahan hanya mendapat perintah dan memberikan tanggung jawab kepada seorang atasan tertentu saja.
6. Pelaksanaan tugas-tugas pimpinan relatif lebih lancar, karena mendapat bantuan data, informasi, saran-saran, dan pemikiran para stafnya.
7. Asas *the right man in the right place* lebih mudah dilaksanakan.
8. Organisasi ini fleksibel dan luwes, karena dapat diterapkan pada organisasi
9. besar maupun kecil, organisasi perusahaan maupun organisasi sosial.
10. Kedisiplinan dan moral karyawan tinggi, karena tugas-tugasnya sesuai dengan keahliannya.
11. Keuntungan dari spesialisasi dapat diperoleh seoptimal mungkin.

12. Koordinasi relatif mudah dilaksanakan, karena sudah ada pembagian tugas yang jelas.
13. Bakat karyawan yang berbeda-beda dapat dikembangkan, karena mereka bekerja sesuai dengan kecakapan dan keahliannya.
14. Perintah dan pertanggungjawaban melalui garis vertikal terpendek.

Kelemahannya:

1. Kelompok pelaksana sering bingung untuk membedakan perintah atau bantuan nasihat.
2. Solidaritas dan *esprit de corp* karyawan kurang, karena tidak saling mengenal.
3. Persaingan kurang sehat sering terjadi, sebab setiap unit atau bagian menganggap tugas-tugasnyalah yang terpenting.

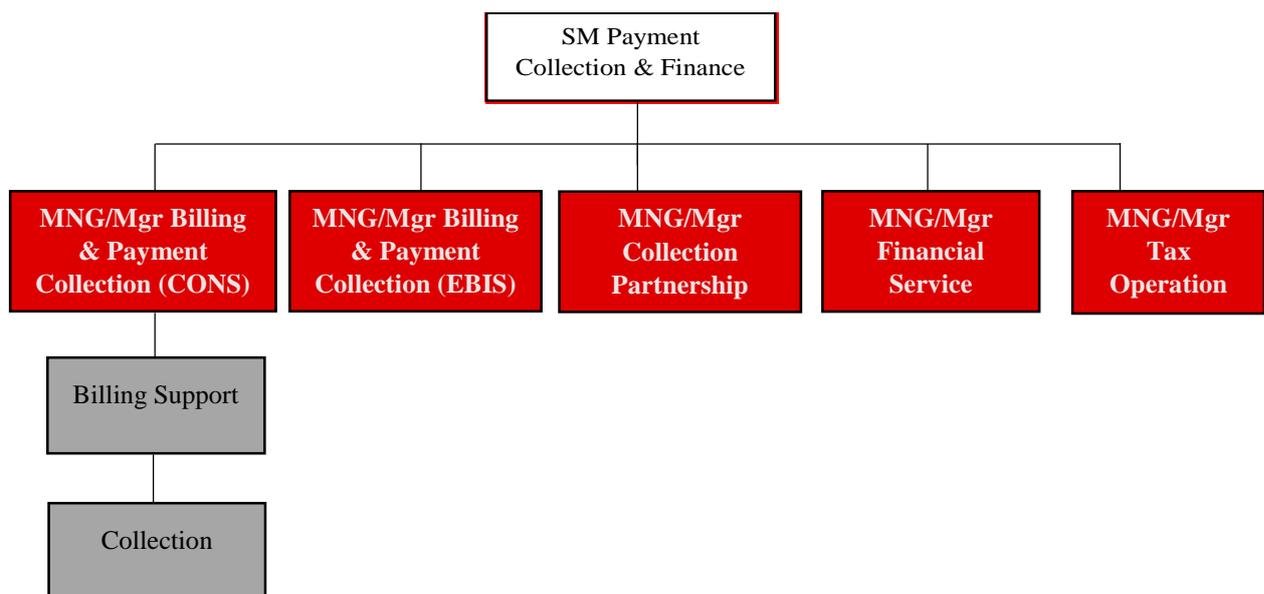
Adapun struktur organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional III Jawa Barat (Bandung) adalah sebagai berikut:



Sumber: Telkom Regional III

Gambar 2.2
Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia, Tbk. Regional III

Di dalam PT Telkom Indonesia, Tbk Regional III terdapat bagian-bagian atau divisi dan sub divisinya yang memiliki tanggung jawab masing-masing dalam kegiatan bisnis, contoh nya seperti bagian *Payment Collection* dan *Finance*. Adapun struktur organisasinya adalah sebagai berikut:



Sumber: *Payment Collection & Finance* Telkom

Gambar 2.3
Struktur Organisasi *Payment Collection & Finance* PT Telkom

2.3 Deskripsi Jabatan

Siswanto (2002) menjelaskan mengenai deskripsi jabatan yaitu rincian pekerjaan yang berisi informasi menyeluruh tentang tugas/kewajiban, tanggung jawab, dan kondisi-kondisi yang diperlukan apabila pekerjaan tersebut dikerjakan.

Gary Dessler (2010:110), deskripsi pekerjaan (*job description*) merupakan suatu daftar tugas, tanggung jawab, hubungan laporan, kondisi kerja, kepedulian atas tanggung jawab suatu jabatan, serta produk dari analisis jabatan. Berikut adalah

deskripsi jabatan yang ada di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional III serta *Payment Collection & Finance*:

2.3.1 Deskripsi Jabatan PT Telekomunikasi, Tbk Regional III

Eksecutive Vice Presiden (EVP) dibantu oleh dua orang *Deputy*, yakni *Deputy Marketing* dan *Deputy Infrastruktur*.

a. Deputy Marketing bertanggung jawab terhadap layanan, pemeliharaan berdasarkan standar pelayanan, penjualan produk, dan pemasaran. Dalam kesehariannya *Deputy Marketing* dibantu SM *Marketing & Costumer care*, SM *Ebis*, *Osm Wholesale*.

b. Deputy Infrastuktur bertanggung jawab pada pembangunan *fiber optic* maupun pemeliharaan jaringan yang lama. *Deputy* ini dibantu oleh OSM *ROC (Regional Operation Centre)*, *OSM Engginering Developmet*, *OSM Manage Service*, *Regional Network Operation* :

Kemudian ada satu kelompok pendukung **EVP Telkom Regional III** yang terdiri dari empat divisi diantaranya adalah *General Affair*, *Human Capital*, *Payment Collection & Finance*, serta *Bussines Planning & Performance*.

Payment Collection & Finance sendiri dipimpin oleh *Senior Manager Payment Collection & Finance* yang bertanggung jawab dan bertugas dalam meng-*collect* seluruh pembayaran pelanggan Telkom termasuk pembiayaan proyek dan membantu menyelesaikan kegiatan operasi perusahaan pada bagian *Payment Collection & Finance* serta melakukan pembayaran dan penagihan yang dilaksanakan oleh *Deputy Billing & Collection*. **SM Payment Collection &**

Finance dibantu oleh beberapa bawahannya, salah satunya adalah **MNG/Mgr Collection Partnership** yang dimana tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Memimpin dalam pelaksanaan pekerjaan pada audit serta konsultasi
- b. Memimpin dalam pelaksanaan tugas yang berkenaan dengan pelaksanaan audit dan konsultasi.
- c. **WITEL (Wilayah Telekomunikasi)** dipimpin oleh seorang general manager atau GM, bertanggung jawab dalam mengoperasikan seluruh program pembangunan infrastruktur telekomunikasi, pemasaran atau *sales* serta layanan *after sales service*.

2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

2.4.1 Aspek Kegiatan Usaha PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional III

Berdasarkan anggaran dasar PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk No.20 tanggal 23 Mei 2015 menetapkan kegiatan usahanya adalah mengoperasikan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta mengoptimalkan sumber daya perusahaan. Dan Telkom memiliki enam produk portofolio untuk segmen korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya, diantaranya:

1. *Mobile*, portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.
2. *Fixed*, portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk *Wi-Fi* dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand *IndiHome*.

3. *Wholesale & International*, produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, *Wi-Fi*, *VAS*, *hubbing*, *data center* dan *solution*.
4. *Network Infrastructure*, produk yang ditawarkan meliputi *network service*, *satelit*, *infrastruktur* dan *tower*.
5. *Enterprise Digital*, terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.
6. *Consumer Digital*, terdiri dari *media* dan *edutainment service*, seperti dalam bentuk *e-commerce* (blanja.com), *video/TV (Usee TV)* dan *mobile based digital service*.