BAB III

DATA HASIL PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Telkom

PT. TELKOM Indonesia adalah badan usaha yang memiliki sejarah panjang, berawal dari tahun 1884 dengan nama ***" Post en Telegraf Dienst "*** sebuah perusahaan swasta yang menyelenggarakan jasa-jasa pos dan telekomunikasi.

Perubahan demi perubahan berlangsung dilingkungan PT. TELKOM seperti perubahan sejak dari Jawatan, Perusahaan Umum (PU), Perusahaan Perseroan, sampai menjadi Perusahaan Publik. Bahkan secara makro penyelenggaraan yang semula menjadi monopoli pemerintah secara berangsur diberlakukan privatisasi penyelenggaraan telekomunikasi. Kalau ditelaah, perubahan-perubahan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan.

Pada tahun 1995 restrukturisasi dan divisionalisasi PT. TELKOM dilakukan. Yang berawal dari pemikiran. Perlunya Identifikasi dan pemilihan. Bisnis TELKOM antara bisnis inti dan yang bukan bisnis inti. Sehingga memungkinkan tiap unit bisnis memfokuskan usahanya secara cermat.

Secara umum bisnis TELKOM di Indonesia saat ini dibagi menjadi empat kelompok besar yaitu : Core Business, Related

Business, Supporting Business dan Non Core Business dan setiap kelompok terdiri dari beberapa unit bisnis yang disebut sebagai ***Divisi***

PT. TELKOM membawahi 15 divisi yaitu yang terdiri dari tujuh (7) divisi regional, satu (1) divisi Network yang keduanya mengelola bidang usaha utama. Adapun divisi penunjang PT. Telkom saat ini adalah Divisi RISTI (Riset dan Teknologi), Divisi ATELIR, Divisi PELATIHAN, Divisi SISFO, Divisi PEMBANGUNAN, dan Divisi MULTIMEDIA.

Divisi Atelir termasuk dalam Supporting Business yang terdiri dari enam (6) unit Atelir yakni terdiri dari daerah :

1. Medan
2. Jakarta
3. Cibinong
4. Surabaya
5. Balikpapan
6. Ujung Pandang

Atelir dibentuk pada tanggal 22 Februari 1995 yang merupakan titik awal dari tonggak sejarah berdirinya divisi Atelir

Tugas pokok yang diemban oleh Divisi Atelir bagi kepentingan perusahaan PT. Telkom terdiri dari :

1. Jaminan Suku Cadang (JAMSUCA)
2. Jasa Kalibrasi (Calibration)
3. Jasa Perbaikan (Repair)

4. Jasa Refurbish Telum (Refurbish Ment)
5. Jasa Bantuan Tekhnis (Tech Assintance Support)
6. Jasa Terkait lainnya (Related Business)

3.2 Kebijakan, Strategi, Visi, Misi, dan Tujuan Divisi Atelir

3.1.1 Kebijakan

Seluruh kegiatan perusahaan yang bersifat strategis dirumuskan dalam kebijakan Back To Basic yaitu kebijakan untuk kembali kepada sikap profesional dalam fungsi tugas dan tanggung jawab.

3.2.1 Stategi Pemasaran

a. Konsolidasi organisasi yang berorientasi kepada kastamer
b. Membentuk Inkubator bisnis yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik kastamer, mengetahui peluang pasar, mengetahui kwalitas mutu pelayanan.
c. Menerapkan marketing yang profesional untuk mendukung pemasaran produk divisi atelir dengan bertumpu pada " Marketing Mix " (Product, Place, Promotion, Price).
d. Meningkatkan penyediaan prasarana/sarana produksi serta sumber daya manusia (SDM) yang profesional.
e. Meningkatkan jalinan kemitraaan/strategi aliansi dengan mitra kerja dan vendor untuk menangkap peluang pasar dan transfer teknologi

3.2.2 Visi Divisi Atelir

Divat merupakan divisi Support PT.Telkom didukung oleh SDM yang handal dan kerja sama tim yang kompak dengan organisasi yang fleksibel yang merupakan pelopor dan pusat unggulan dibidang jasa atelir, bekerja secar efektif dan efisien, mempunyai hubungan baik berdasarkan asas kemitraan yang saling menguntungkan dengan para mitra usaha dan mitra kerja untuk menjadikan kastamer terbaik dibidang bisnisnya.

3.2.3 Misi Divisi Atelir

Divat mendukung bisnis penyelenggara dan pengguna jasa telekomunikasi secara profesional, sehingga dicapai tingkat efektifitas, efisiensi dan ekonomis dipihak penyelenggara dan pengguna jasa telekomunikasi serta menjadi Divisi Atelir sebagai pusat unggulan pelayanan atelir.

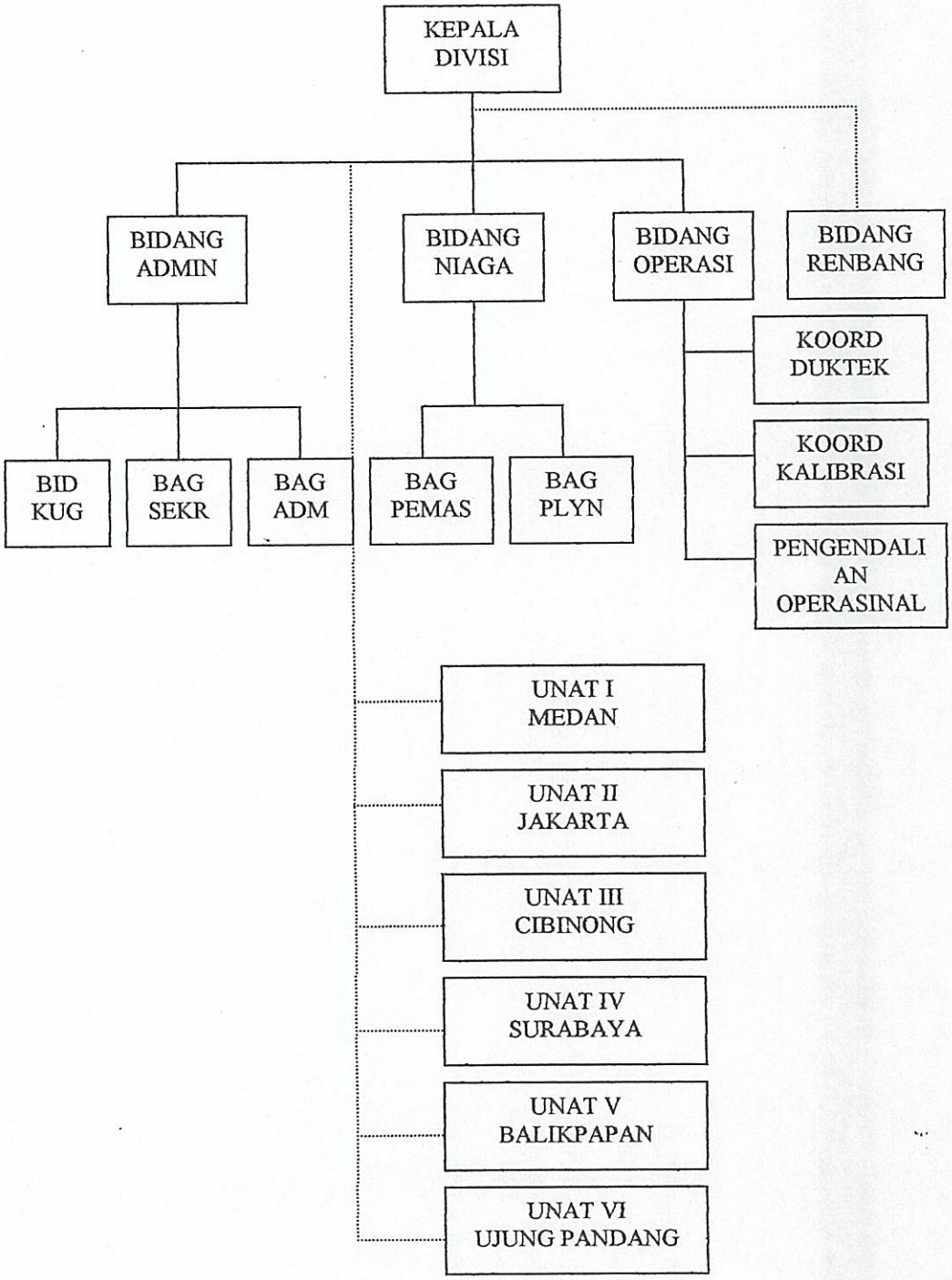
3.2.4 Tujuan Divisi Atelir

a. Menyediakan dukungan pemeliharaaan, jasa perbaikan, jasa kalibrasi, dan jasa technical solution yang cepat, tepat, dan ekonomis pada pengguna jasa.
b. Memberikan layanan yang maksimal kepada pengguna jasa dalam upaya menuju target standar perfermansi kelas dunia
c. Pencapaian tingkat produktivitasyang maksimal dengan standar kualifikasi ISO 9000
d. Menjadikan DIVAT sebagai pusat unggulan SDM

e. Mewujudkan kemandiriandalam membiayai biaya eksploitasi dan investas

3.1.3 *Struktur Organisasi dan Job Description*

3.1.3.1 Struktur Organisasl



3.1.3.2 Job Description

Bid ADM

a. Mengelola dan menyelenggarakan kegiatan kesekretariatan Divat
b. Mengelola kegiatan Kumnat Divat
c. Menyelenggarakan kegiatan humas dan hubungan antar lembaga.
d. Merencanakan kebutuhan dan pengembangan SDM
e. Mengembangkan PMT-GKM
f. Melaksanakan pengelolaan keuangan Divat
g. Menyusun Neraca awal serta melakukanevaluasi aktiva fisik Divat

Bid NIAGA

a. Melakukan pembinaan dan peningkatan profesionalisme staff dilingkungan bidang niaga. .
b. Menyusun dan mengendalikan target pemasaran dan pelayanan jasa atelir.
c. Menyusun, menetapkan dan mengendalikan target pemasaran dan pelayanan divisi atelir.
d. Menyusun, mengendalikan pola dukungan pelayanan.
e. Menyusun, mengendalikan dan mengembangkan kerja sama dibidang pemasaran jasa dengan customer.
f. Menyusun, mengusulkan, megendalikan dan mengevaluasi RKAP bidang niaga dan marketing plan.

g. Melakukan pembinaan dan pengendalian semua kegiatan bidang niaga.

h. Membuat laporan rutin tentang perkembangan bidang niaga.

Bid Operasional

a. Bertangggung jawab dalam memberikan kepuasan yang maksimal kepada pengguna jasa atelir dengan peningkatan kwalitas pelayanan.

b. Bertanggung jawab atas pencapaian sasaran penyelenggaraan perbaikan perangkat .

c. Merumuskan prosedur operasi perbaikan perangkat dan pemeliharaan peralatan kerja.

d. Mengelola suku cadang.

e. Menyediakan bantuan operasi dan pemeliharaan kepada pihak ketiga.

Bidang Renbang

a. Mengembangkan dan menjabarkan visi, misi dan tujuan divisi atelir kedalam bisnis plan dan kegiatan teknologi dan manajemen.

b. Menyusun sasaran strategis kebijaksanaan divisi, portofolio, bisnis dan pengembangan organisasi sesuai perkembangan lingkungan bisnis.

c. Merumuskan dan menilai kinerja operasional.

Kepala Unat I sampai dengan VI

a. Mengelola jasa perbaikan perangkat telekomunikasi serta jasa lainnya yang bertalian pada coverage area yang menjadi tanggung jawabnya.
b. Mengelola seluruh kegiatan pendukung untuk menjamin terselenggaranya jasa atelir yang dibutuhkan oleh pengguna.
c. Melaksanakan customer relation atu service.
d. Melaksanakan sistem pelaporan.
e. Mengelola anggaran pendapatan dan biaya unit atelir.
f. Meningkatkan performansi unit atelir.
g. Mengelola dan mengoptimalkan sumber daya manusia.
h. Mengembangkan peluang usaha pada coverage area yang menjadi tanggung jawabnya

3.2 Penetapan Tarif

3.2.1 Sistem Informasi Akuntansi

Dalam banyak organisasi, sistem informasi akuntansi merupakan satu-satunya sistem informasi yang dibentuk secara formal. Dalam kebanyakan organisasi yang benar-benar mempunyai sistem informasi manajemen yang disusun secara formal, akuntan memegang peranan penting dalam administrasi dan operasinya.

Begitu pula di Divisi Atelir bahwa semua kegiatan yang terjadi di perusahaan mengacu kepada bagian keuangan dalam bentuk

sistem informasi Manajemen Akuntansi (SIMAK). Dalam hal ini penetapan tarifpun dipengaruhi oleh SIMAK tadi.

3.2.2 Sasaran Pemasaran Produk

Sasaran pemasaran produk dan pengembangan Divisi Atelir ditetapkan dengan dukungan data kondisi, eksisiting, perencanaan, dan analisa keuangan. Usaha untuk menangkap peluang pasar memerlukan perencanaan berupa pemilahan potensi pasar yang terwujud dalam bentuk segmen pasar dan sasaran pemasaran produk.

Calon pelanggan dan pelanggan produk/jasa Divisi Atelir dikelompokan dalam tiga segmen pasar yaitu :

1. Operator Telekomunikasi Telkom.
2. Operator Telekomunikasi Non Telkom.
3. Non Oerator Telekomunikasi.

Dengan dasar pengelompokan ini ditetapkan sasaran pemasaran produk menurut jenis produk dan segmen pasar .

3.2.3 Kegiatan Pemasaran

Agar lebih terkoordinasi dan terfokus pada sasaran kegiatan yang dilakukan dalam bidang pemasaran mengacu pada pengelompokan berdasarkan jenis produk. Segmentasi pasar berdasarkan jenis pelanggan, calon pelanggan, sasaran pemasaran produk dan potensi.

Kegiatan bidang pemasaran sampai dengan tahun 1997 dapat dikelompokan dalam dua macam kegiatan yaitu :

1. Kerja sama dengan mitra atau vendor.

   Divisi Atelir bekerja sama dengan beberapa mitra dan vendor dalam bentuk PKS. Langkah ini ditempuh untuk mendukung dan meningkatkan performa pelayanan.

2. Mitra Divisi Atelir.

   a. Sentral ; Siemens, PT. Inti, PT. DGE, PT. NNC, PT. Lucent Technogies dengan sub bidang berupa EWSD, NEAXGIE, 5 ESS.

   b. Transmisi ; PT. Catur Pandu, PT Alcatel, Endoko Mindo, PT. Inka Karindo, PT CMI, PT EN, PT. SILKAR dengan sub bidang berupa Satelit dan Trater.

   c. Terminal ; PT. Tritama, PT. Chatulistiwa, PT Wisana, PT. Delima Pusaka dengan sub bidang berupa Telum.

3.2.4 Prosedur Penetapan Tarif suku Cadang

Prosedur penetapan tarif suku cadang ini dimulai atau berawal dari adanya suatu permintaan konsumen/pelanggan atau calon pelanggan.

Dimana pelanggan akan menyampaikan pesanan barang tersebut kebagian Niaga baik melalui telepon, faximilie, ataupun lewat surat. Setelah diterima faktur pemesanan, bagian Niaga

memproses sesuai dengan prosedur yang ada di Divisi atelir melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

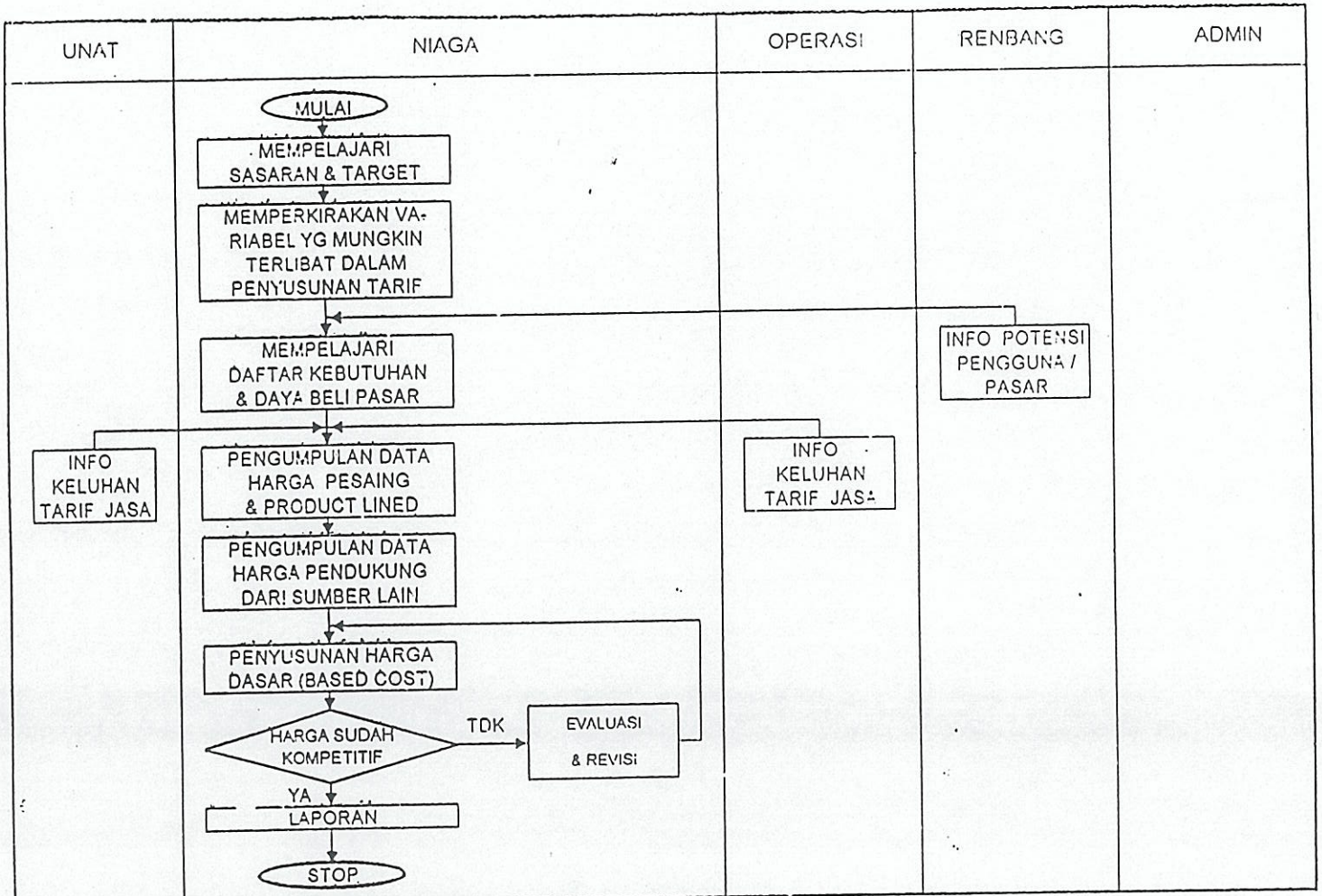
a. Aktivitas yang dilakukan yaitu mempelajari sasaran dan target dengan rincian aktivitas sebagai berikut :
   1. Mempelajari sasaran dan target perusahaan.
   2. Mempelajari jadwal release produk jasa Atelir.
   3. Mempelajari target biaya dan lama pelaksanaan pekerjaan.

b. Memperkirakan variabel yang mungkin terlibat dalam penyusunan harga tarif dengan rincian aktivitas :
   1. Memperkirakan variabel-variabel yang mungkin terlibat dalam penyusunan tarif jasa Atelir.

c. Mempelajari daftar kebutuhan dan daya beli pasar dengan rincian aktivitasnya sebagi berikut :
   1. Mempelajari daftar kebutuhan pengguna jasa Atelir.
   2. Mempelajari daftar kemampuan/daya beli pasar/pengguna.

d. Pengumpulan daftar harga dan produk dengan rincian sebagai berikut :
   1. Mencari dan mengumpulkan data harga jasa dari perusahaan pesaing.
   2. Mencari dan mengumpulkan data harga jasa dari produk jasa yang satu keluarga product lined.
   3. Mencari dan mengumpulkan data harga jasa dari produk jasa suplement.

BAGAN ALIR PROSES BISNIS : PENYUSUNAN USULAN TARIF JASA & NILAI SIJ
BIDANG : NIAGA
TUJUAN : MENYUSUN TARIF & SIJ YANG WAJAR DAN KOMPETETIF



e. Pengumpulan data harga pendukung dari sumber lain sebagi berikut :

1. Mencari dan mengumpulkan data harga yang diperlukan untuk penyusunan tarif jasa dari sumber-sumber lain seperti : Bappenas, Depnaker, Biro Statistik dll.
2. Mencari dan mengumpulkan data harga yang berkaitan dengan penyusunan tarif antara lain : pertumbuhan ekonomi, kebijakan pemerintah, perubahan sosial dan lain-lain.

f. Penyusunan harga dasar dengan rincian aktivitas :

1. Merumuskan formula untuk penetapan tarif jasa Atelir.
2. Melakukan perhitungan tarif jasa baik berdasarkan harga pokok jasa maupun berdasarkan kemampuan/potensi pasar.
3. Menyusun daftar tarif jasa secara lengkap termasuk Fee perusahaan dan PPN.
4. Bila tarif jasa tersebut belum kompetitif, maka di evaluasi untuk direvisi.

g. Menyusun Laporan sebagai berikut :

1. Menyusun laporan hasil perhitungan.
2. Di Tentry ke SIMAK

3.2.5 Hal-hal yang mempengaruhi Penetapan tarif

a. Customer/pelanggan merupakan pihak yang mempunyai kepentingan tinggi terhadap kualitas layanan Divisi Atelir

oleh sebab itu diperlukan strategi yang berorientasi kepada kastamer.

b. **Vendor/mitra kerja** merupakan hal yang mempengaruhi penetapan tarif karena vendor/mitra kerja dimungkinkan akan menawarkan jasanya secara langsung kepada kastamer.

c. **Biaya operasional** juga dapat mempengaruhi karena apabila biaya operasional tinggi maka tarif/harga yang diajukan atau yang ditetapkan harus seimbang dengan biaya operasional yang dikeluarkan.

d. **Tarif pesaing** maksudnya semakin banyaknya produk yang sama dipasaran dengan harga/ tarif yang lebih murah akan mempengaruhi penetapan tarif Divisi Atelir.

e. **Biaya Produksi** maksudnya biaya produksi yang dikeluarkan tinggi maka tarif/harga yang ditentukanpun secara otomatis akan tinggi pula.

3.2.6 Alir proses bisnis tentang tagihan JAMSUCA (Tunai)

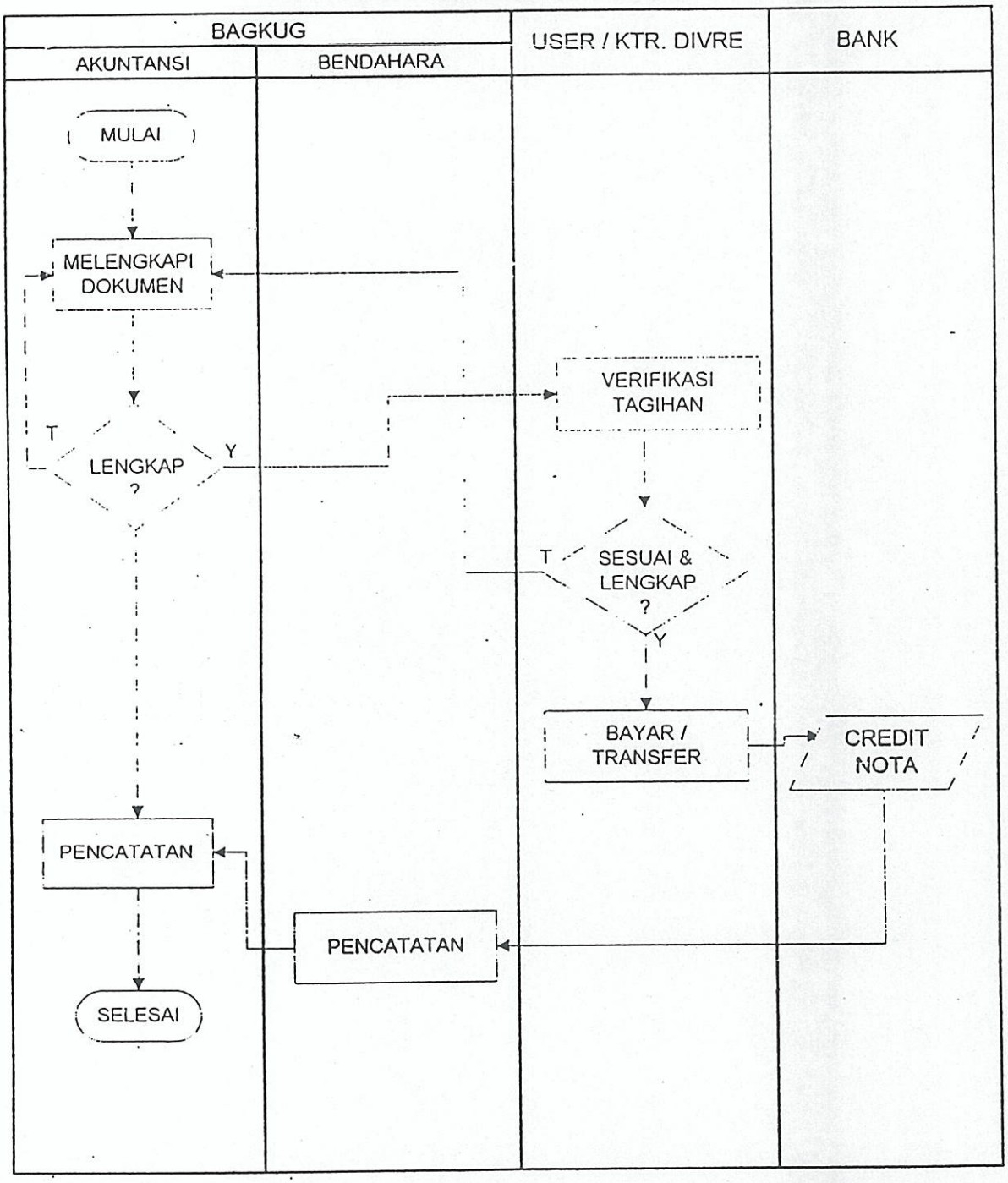
a. Membuat kelengkapan dokumen tagihan dengan perincian sebgai berikut :

1 Akuntansi bagian KUG membuat surat tagihan, invoice kuitansi dan melengkapinya dengan copy SLA.

2 Kemudian menyerahkannya pada user.

b. Verifikasi oleh user dengan perincian aktivitas sebagai berikut :
    1. User memverifikasikan dokumen atas dasar tarif dan kelengkaopan dokumen.
    2. Jika benar dan lengkap user akan membayar lewat Bank.
    3. Jika tidak benar atau tidak lengkap maka user akan konfirmasikan kepada akuntansi di bagian keuangan.
c. Hasil dengan perincian aktivitasmya adalah bank akan mengeluarkan kredit nota untuk diserahkan kepada bendahara.
d. Pencatatan dimana bagian akuntansi akan mengadakan :
    1. Pencatatan pada buku pengawasan piutang atau pendapatan.
    2. Tentry Ke SIMAK.

BAGAN ALIR PROSES BISNIS
TAGIHAN JAMSUCA (TUNAI)



ADMIN.25/98

BAGAN ALIR PROSES BISNIS : EVALUASI USULAN TARIF

BIDANG : RENBANG

SASARAN : MENENTUKAN TARIF YANG KOMPETITIF

