BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (**Telkom Indonesia** atau **Telkom** saja) (IDX: TLKM LSE: TKID NYSE: TLK) 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 BUMN yang sahamnya saat ini dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (51,19%) dan oleh publik sebesar 48,81%. Sebagian besar kepemilikan saham publik (45,58%) dimiliki oleh investor asing, dan sisanya (3,23%) oleh investor dalam negeri. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 9 anak perusahaan, termasuk PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel).

Presiden direktur Telkom saat ini adalah Rinaldi Firmansyah yang menggantikan Arwin Rasyid pada 28 Februari 2007. Sebelum menjadi Telkom yang Sekarang PT Telkom Indonesia mengalami beberapa kali perombakan, mulai dari *Era Kolonial*, kemudian di tahun 1961 di ambil ahli oleh Negara

sehingga berubah status jadi *Perusahaan Negara, Perumtel, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero), PT Telekomunikasi Indonesia Tbk*.

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan "Post Telegraaf Telefoon" (PTT).

Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa *telegraf elektromagnetik* pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg).

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi "'Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi'" (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi "'Perusahaan Negara Pos dan Giro'" (PN Pos & Giro) dan "'Perusahaan Negara Telekomunikasi'" (PN Telekomunikasi).

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.

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

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo.

Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi. Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan diregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi 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 duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

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

1.1.1 Visi dan Misi PT. Telkom

Dalam menjalankan peranannya PT. Telkom memiliki visi dan misi untuk lebih memperkokoh eksistensinya sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Berikut ini adalah visi dan misi yang dimiliki oleh PT. Telkom :

A. Visi PT Telkom

Persaingan di industri telekomunikasi semakin kuat dan ketat. Tantangan yang harus dihadapi harus disikapi secara tepat oleh seluruh karyawan PT. Telkom. Karyawan harus menyatukan hati dalam menetapkan tujuan yang ingin dicapai dan serasikan langkah agar

terjadi kerjasama yang solid dan sinergi sehingga rencana-rencana yang direncanakan berjalan secara lancar. Untuk mewujudkan keinginan tersebut maka perlu ditetapkan visi jangka panjang, menengah dan pendek. Januari 2005 telah diawali dengan penyelenggaraan *Executive Briefing* 2005 yang kemudian menetapkan tiga visi seluruh karyawan PT. Telkom. Visi-visi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Visi jangka panjang

   Visi jangka panjang dari PT. Telkom adalah bekerja dengan sebaik mungkin agar mati masuk surga
2. Visi jangka menengah

Visi jangka menengah dari PT. Telkom adalah *To become a leading InfoCom player in the region* . Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

3. Visi jangka pendek

   Visi jangka pendek dari PT. Telkom adalah Mencapai target sesuai dengan Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP)

B. Misi PT Telkom

Misi dari PT. Telkom adalah memberikan layanan sebagai berikut:

1. *One Stop InfoCom Services with Excellent Quality and Competitive Price and To Be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation*
2. *Managing Business Through Best Practices, Optimizing Superior Human Resource, Competitive Technology, and Synergizing Business Partners.*

Dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif. Telkom akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalisasikan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi

yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis. Untuk tercapainya misi diatas maka terdapat tujuh pernyataan yang harus dilaksanakan oleh seluruh karyawanh PT. Telkom melalui manajemen perubahan yang direncanakan secara baik yang disebut dengan *Turn Around Management* seperti sebagai berikut:

1. Berikan yang terbaik kepada pelanggan
2. Sapu bersih *fraud*
3. Perkuat *internal control*
4. Tingkatkan kompetensi kunci
5. Raih pendapatan semaksimal mungkin
6. Lakukan efisiensi biaya semaksimal mungkin
7. Berikan penghargaan bagi yang berhasil dan terapkan hukuman bagi yang menyimpang

1.1.2 Logo dan Arti Logo Perusahaan PT. Telkom

A. Logo

Di era persaingan bisnis sekarang ini satu perusahaan tentunya selain memiliki kinerja yang baik, juga harus memiliki identitas tersendiri yang membedakannya dari perusahaan-perusahaan lainnya yang bergerak dibidang yang sama. Untuk itu banyak perusahaan-perusahaan menciptakan sebuah logo yang selain untuk membedakannya dari perusahaan-perusahaan lainnya yang ada juga sebagai

identitas dari perusahaannya. Sehingga hanya dengan melihat logonya saja masyarakat sudah mengetahui perusahaan apa itu.

Logo juga bersifat persepsi bagi perusahaannya. Sebuah logo akan mejadi *brand image* dari suatu perusahaan. Sudah banyak perusahaan yang sudah melakukan transformasi visi dan misi mereka melalui sebuah logo. Karena suatu perusahaan tidak begitu saja membuat logo. Sebuah logo bagi perusahaan biasanya memiliki makna tertentu.

Tanggal 23 Oktober 2009 PT. Telkom merayakan ulang tahunnya yang ke 153 tahun. Sekaligus pada tanggal itu pula dilaksanakan *soft launching* suatu transformasi dan perubahan *landscape* bisnis PT. Telkom. Suatu perubahan landscape bisnis dari bisnis Informasi dan komunikasi menjadi *Telecommunication, Information, Media and Edutainment (TIME).*

Hal ini dikukuhkan dengan positioning Telkom yang baru yaitu *life confident* dengan taglinenya *The World In Your Hand.* Berikut ini adalah gambar dari logo PT. Telkom.

GAMBAR 1.1

Logo PT. Telkom



Sumber : Situs Web PT. Telkom,2011

B. Arti Logo

Berikut ini adalah makna dari simbol PT. Telkom diatas:

1. Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru PT. Telkom yaitu *TIME* (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*). ***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 yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan. ***Heart***.

Apapun makna dari warna-warna yang ada pada logo PT. Telkom diatas adalah sebagai berikut:

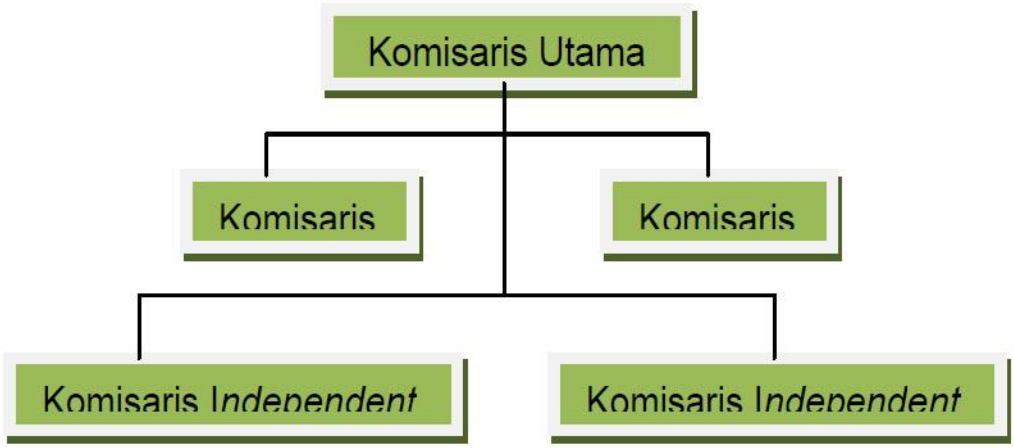
1. ***Expert Blue*** pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi
2. ***Vital Yellow*** pada telapak tangan mencerminkan suatu yang atraktif, hangat, dan dinamis
3. ***Infinite sky blue*** pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga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

1.2 Struktur PT. Telkom Indonesia Tbk.

Dalam tim manajemen PT. Telkom terdiri atas dua bagian kepemimpinan yaitu Komisaris dan Direksi. Berikut ini adalah bagan struktur organisasi dari tim manajemen dari PT. Telkom:

GAMBAR 1.2

Struktur Komisaris PT. Telkom

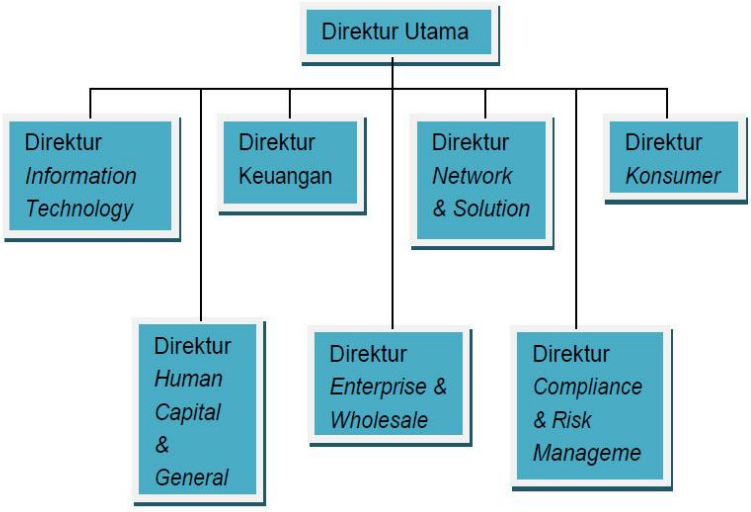


Sumber : Situs Web PT. Telkom, 2011

Berdasarkan bagan struktur organisasi Dewan Komisaris diatas dapat dilihat bahwa PT. Telkom dipimpin oleh Komisaris Utama yang dibantu oleh dua orang Komisaris dan dua orang Komisaris *Independent*.

GAMBAR 1.3

Struktur Direksi PT. Telkom



Sumber: Situs Web PT. Telkom, 2011

Sedangkan pada bagan struktur organisasi Dewan Direksi PT. Telkom dipimpim oleh seorang Direktur Utama yang dibantu oleh tujuh direktur yang memimpini beberapa bagian perusahaan dari PT. Telkom. Antara lain sebagai berikut:

1. Direktur *Information Technology*
2. Direktur *Human Capital and General Affair*
3. Direktur Keuangan
4. Direktur *Enterprise and Wholesale*
5. Direktur *Network and Solution*
6. Direktur Compliance and Risk Manageme
7. Direktur Konsumer

1.3 Divisi (Bagian) Tempat PKL

Area kerja : DCS (*Divisi Customer Service*)

Ruang lingkup Perkerjaan: Membantu *Assistance manager* untuk operasional dan Promosi dan Bertanggung Jawab Kepada *Assistance Manager*

Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

A. Pelayanan

1. Menjamin pelayanan terbaik serta sesuai dengan prosedur dan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen.
2. Mampu mengenali, mengantisipasi, memenuhi, dan melampaui harapan-harapan dari konsumen dengan efektif dan efesien.
3. Memelihara interaksi positif terhadap tamu dan rekan kerja dengan hubungan kerja yang baik.
4. Menangani keluhan dari setiap konsumennal dengan professional.
5. Menjalin hubungan baik dengan atasan, bawahan, sesama rekan kerja, supplier, dan lingkungan sekitar.

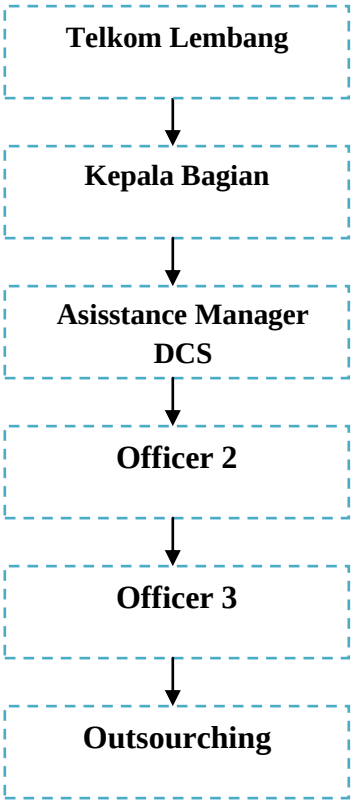
B. Operasional

1. Membantu *Assistance Manager* dan promosi-promosi.
2. Menguasai *Product Knowledge* Telkom secara Baik dan benar.
3. Membantu *Assistance manager* dalam mensosialisasikan paket Promo yang dikeluarkan.
4. Membantu *Outsourching* menangani gangguan jaringan di lapangan
5. Selalu berkoordinasi dengan Team dan atasannya.
6. Menjaga Hubungan baik dengan Lingkungan sekitar Telkom
7. Membantu officer 2 dalam penyusunan Laporan Bulanan dan mingguan
8. Membuat strategi *Telemarketing*

1.4 Struktur Divisi Customer Service

Gambar 1.4

Struktur Divisi Customer Service



Sumber : Peneliti, 2011

1.5 Job Description

Job Description adalah uraian singkat tentang tugas, kondisi pekerjaan, serta tuntutan yang diperlukan ketika menjabat suatu posisi. Di dalamnya, setidaknya ada nama posisi, tujuan pekerjaan dan hasil yang diharapkan, aktivitas yang perlu dilakukan, peralatan dan hubungan kerja yang digunakan, atau spesifikasi personal pemegang jabatannya.

Adapun *Job Description* dari *Divisi Customer Service* yang berada di Kancatel Telkom Lembang adalah sebagai berikut :

Kepala Bagian : Mengawasai , Mengontrol , dan menjadi Penanggung Jawab atas kinerja dari keseleruhan divisi yang ada di Kancatel Lembang, baik Divisi Customer Service dan Divisi Accses.

Assistance manager DCS : mengawasi dan mengontrol pelayanan yang ada di Kancatel Telkom Lembang khususnya di *Divisi Customer Service* mulai dari pemasangan *speedy*, pemutusan *speedy*, atau pemasangan telepon, pemutusan telepon.

Officer 2 DCS : bertugas di Ruang Pelayanan untuk melayani secara langsung pelanggan yang datang ke Kancatel Lembang. Seperti pemasangan *speedy*, pemutusan *speedy*, atau pemasangan telepon dan pemutusan telepon

Officer 3 DCS : bertugas di Ruang Pelayanan untuk melayani secara langsung pelanggan yang datang ke Kancatel Lembang. Seperti pemasangan *speedy*, pemutusan *speedy*, atau pemasangan telepon, pemutusan telepon.

Outsourching DCS : menjadi perantara dari *Divisi Customer Service* untuk menyelesaikan laporan gangguan *speedy* atau telepon untuk di sampaikan kepada *Divisi Accses* dan segera di tindak lanjut oleh outsourching *Divisi Accses*.

Outsourching DCS : bertugas di Ruang Pelayanan melayani pembayaran telephone dan *speedy.*

1.6 Sarana dan Prasarana PT. Telkom Kancatel Lembang

Secara umum sarana dan prasarana adalah alat penunjang keberhasilan suatu proses upaya yang dilakukan di dalam pelayanan publik, karena apabila kedua hal ini tidak tersedia maka semua kegiatan yang dilakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan rencana.

A. Sarana PT. Telkom Kancatel Lembang

Adapun sarana yang ada di PT. Telkom Kancatel Lembang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Sarana PT. Telkom Kancatel Lembang

No	Sarana	Jumlah	Kondisi
1	Kantor Utama	1	Baik
2	Mushalla	1	Baik
3	Pos satpam	1	Baik
4	Telephone umum	3	Kurang Baik

Sumber : Peneliti, 2011.

A. Prasarana PT. Telkom Kancatel Lembang

Adapun prasarana yang ada di PT. Telkom Kancatel Lembang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Prasarana PT. Telkom Kancatel Lembang

No	Prasarana	Jumlah	Kondisi
1	AC	8	Baik
2	Camera digital	1	Baik
3	Dispenser	2	Baik
4	Etalase	1	Baik
5	Genset	1	Baik
6	*Hydrant*	8	Baik
7	Jam dinding	4	Baik
8	Kabel	4 rol	Baik
9	Kamar mandi	2	Baik
10	Komputer	9	Baik

11	Kulkas	1	Baik
12	Lapangan	1	Baik
13	Lemari	10	Baik
14	Meja dan kursi	20	Baik
15	Mesin fax	1	Baik
16	Mesin fotokopi	1	Baik
17	Microphone	1	Baik
18	Mobil	2	Baik
19	Motor	1	Baik
20	Printer	3	Baik
21	Ruang rapat	1	Baik
22	Ruangan battery	1	Baik
23	Ruangan MDF	1	Baik
24	Ruangan sentral	1	Baik
25	*Smoke detector*	4	Baik
26	Telepon	9	Baik

27	Tiang Bendera	1	Baik
28	Tiang telepon	12	Baik
29	*Whiteboard*	7	Baik

Sumber : Peneliti, 2011.

1.7 Lokasi dan Waktu PKL

1.7.1 Lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Dalam rangka penyusunan laporan PKL (Praktek Kerja Lapangan), penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kancatel Lembang, yang bertempat di Jl. Raya Lembang No. 259 Kab. Bandung, yang berkegiatan umum membantu di bidang DCS, *dan* DIVA.

1.7.2 Waktu Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Adapun waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di lakukan selama 1 bulan, yakni mulai dari tanggal 4 Juli 2011 s.d 5 Agustus 2011. Setiap hari Senin s.d Jum’at dimulai pada jam 07.30 s.d 16.00 WIB setiap minggunya. Pembimbing magang penulis, selama menjalani kegiatan magang adalah Bapak Kurniawan, yang menjabat sebagai *Supervisor*.