BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT. Telkom). adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. PT. 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. PT. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 9 anak perusahaan, termasuk PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel).

Beberapa Sejarah perkembangan PT. Telkom dari masa ke masa, adalah sebagai berikut:

1. 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).
2. 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).

3. 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.
4. Pada tahun 1991, Perumtel berubah bentuk menjadi '"Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia"' berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.
5. Pada tanggal 14 November 1995, dilakukan Penawaran Umum Perdana saham PT. Telkom. Sejak itu saham PT. 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.
6. 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.

7. Tahun 2001, PT. 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.
8. Pada 23 Oktober 2009, PT. Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom Baru") yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

PT. Telkom menyediakan jasa telepon tetap kabel (fixed wire line), jasa telepon tetap nirkabel (fixed wireless), jasa telepon bergerak (mobile service), data/internet serta jasa multimedia lainnya.

Dalam meningkatkan usahanya serta memberikan proteksi yang sesuai dengan keinginan masyarakat, PT. Telkom telah membuka kantor-kantor Cabang dan Perwakilan yang terdapat di berbagai regional yang terdiri dari 7 DIVRE yaitu;

1. Divre Sumatera
2. Divre Jakarta
3. Divre Jawa Barat
4. Divre Jawa Tengah & DI.Yogyakarta
5. Divre Jawa Timur
6. Divre Kalimantan
7. Divre Kawasan Timur Indonesia.

PT. Telkom Juga mempunyai anak perusahaan seperti, Telkomsel, Telkomvision/Indonusa, Infomedia, Graha Sarana Duta / GSD, Patrakom, Bangtelindo, PT FINNET Indonesia.

1.1.1 Visi dan Misi

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

- Menjadi perusahaan multimedia terkemuka di Indonesia

B. Misi

- Memaksimalkan "Nilai Perusahaan" melalui ekspansi dan pengembangan portofolio usaha di bidang adjacent industries telekomunikasi.
- Menjadi perusahaan holding strategis demi pertumbuhan tinggi dan sinergi melalui anak-anak perusahaan dan unit bisnis strategis.
- Menjadi kontributor pendapatan yang utama bagi pemegang saham

1.1.2 Logo dan Arti Lambang

A. Logo / Lambang

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* 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. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber: Arsip Dokumen PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, 2012

B. Arti Lambang

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 Sejarah Bagian / Divisi

Divisi dimana mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan selama kurang dari satu bulan terhitung dari tanggal 26 Juli 18 Agustus 2010 adalah *Divisi Direct Channel*. Dimana Divisi ini sendiri dipimpin oleh seorang Assistent manager yang membawahi tiga Officer yang masing-masing memimpin subdivisi dari *Divisi Direct Channel*.

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.

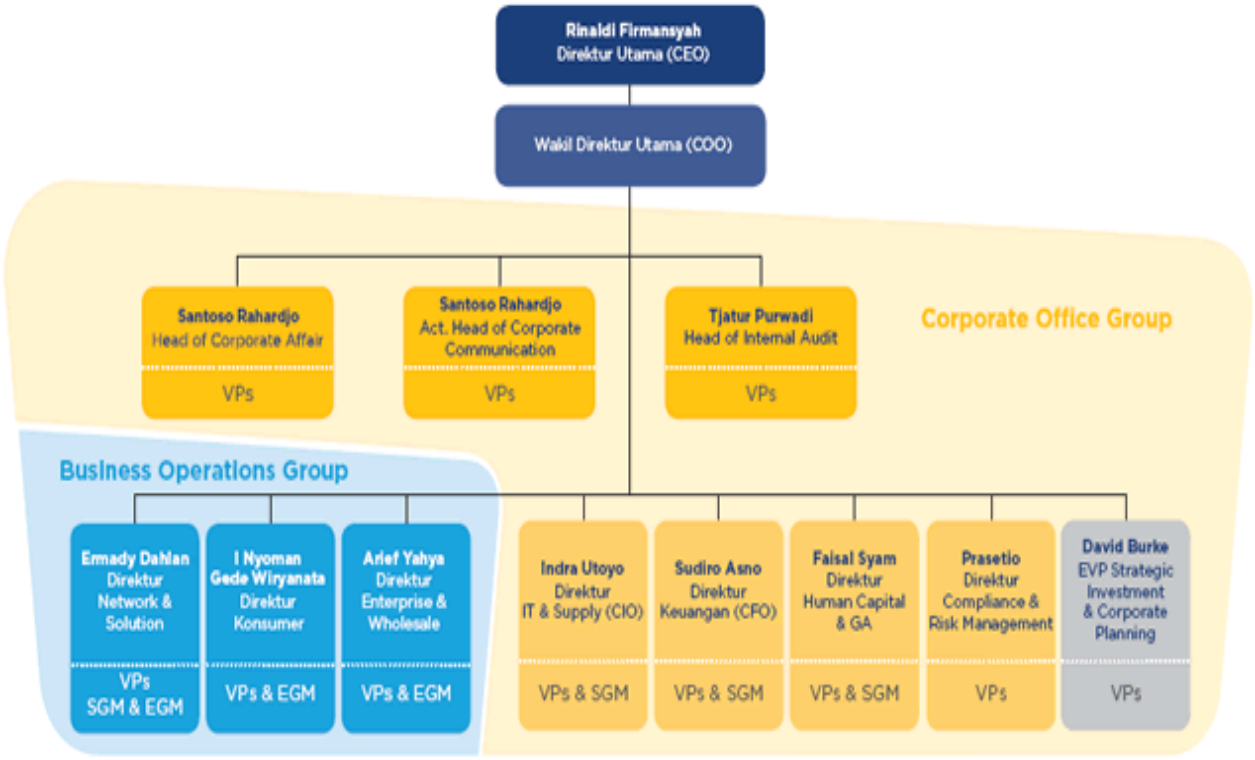
B. Operasional

1. Membantu Assistant Manager dan promosi-promosi.
2. Menguasai *Product Knowledge* PT. Telkom secara Baik dan benar.
3. Membantu Assistant 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 PT. Telkom
7. Officer-officer saling membantu dalam penyusunan Laporan Bulanan dan mingguan
8. Membuat strategi Telemarketing

1.3 Struktur Perusahaan

Gambar 1.2

Struktur Perusahan
PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

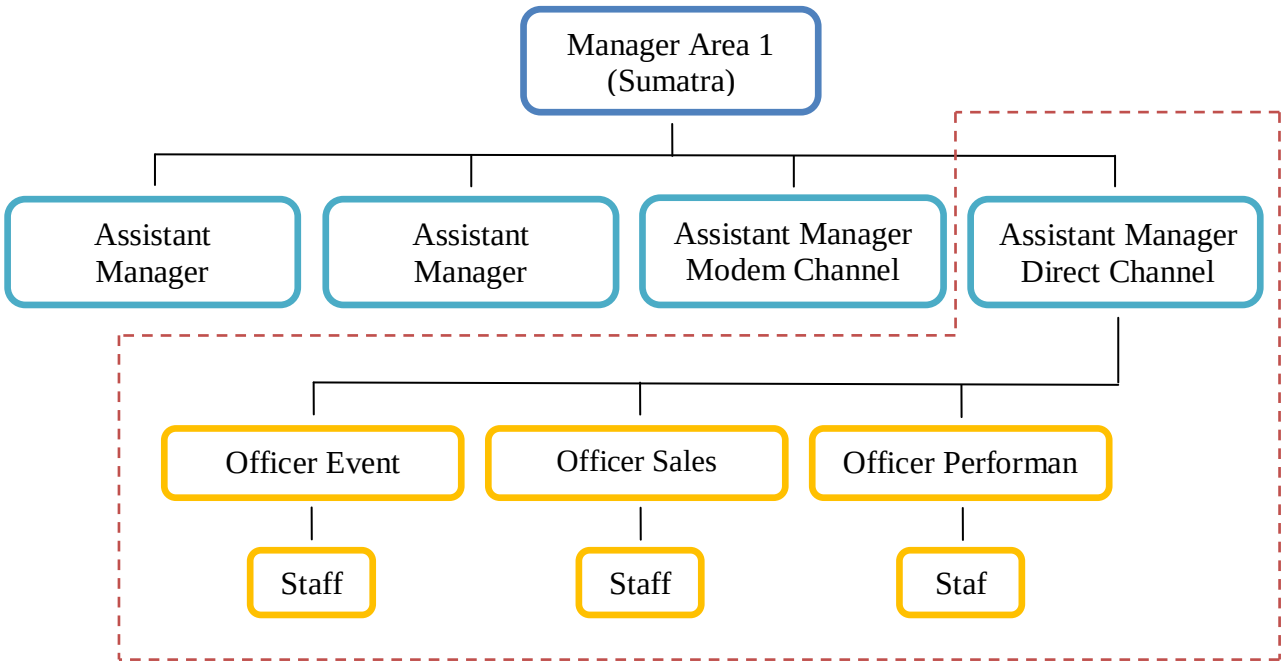


Sumber: Arsip Dokumen PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, 2012

1.4 Struktur Organisasi Bagian / Divisi

Gambar 1.3

Divisi Consumer Service
(Area Direct Channel)



Sumber: Arsip Dokumen PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, 2012

1.5 Job Descriptioin

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 Direct Channel* yang berada di Kandatel PT. Telkom di tempat mahasiswa melakukan kerja praktek adalah sebagai berikut :

1. ***Asisstant Manager*** : Mengawasai, Mengontrol, dan menjadi Penanggung Jawab atas kinerja dari keseleruhan Officer yang ada di Kandatel Riau Daratan, baik Officer Event, Officer Sales dan Officer Performan.
2. ***Officer Event*** : Bertugas di ruangan mengatur dan merencanakan sutu kegiatan di kandatel ridar.
3. ***Officer Sales*** : Bertugas di Ruang Pelayanan untuk melayani secara langsung pelanggan yang datang ke kandatel ridar. Seperti pemasangan speedy, pemutusan speedy, atau pemasangan telepon, pemutusan telepon.
4. ***Officer Performan*** : Menjadi perantara antara *Officer Event* dan *Officer Sales* untuk meningkatkan promosi, pelayanan dalam mengenalkan produk dari PT. Telkom.
5. ***Staff*** : Membantu menyelesaikan pekerjaan masing-masing officer.

1.6 Sarana dan Prasarana

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 di lakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang di harapkan sesuai dengan rencana.

A. Sarana *Divisi Direct Channel* PT. Telkom Pekanbaru

Adapun saran yang ada di *Divisi Direct Chanel* PT. Telkom Pekanbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Sarana Direct Channel PT. Telkom Pekanbaru

No	Sarana	Jumlah	Kondisi
1	Kantor Utama	1	Baik
2	Mushallah	1	Baik
3	Pos Satpam	2	Baik
4	Lapangan Upacara	1	Baik
5	Lapangan Parkir	1	Baik
6	Toilet	2	Baik
7	Smoking Area	1	Baik
8	Ruang *Assistant Manager*	1	Baik
9	Ruang *Front Office*	1	Baik
10	Ruang ST *Office*	1	Baik

Sumber: Peneliti, 2012

B. Prasarana *Divisi Direct Channel* PT. Telkom Pekanbaru

Adapun prasaran yang ada di *Divisi Direct Channel* PT. Telkom Pekanbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Prasarana Direct Channel PT. Telkom Pekanbaru

No	Prasarana	Jumlah	Kondisi
1	Lemari	3	Baik
2	Meja Kerja	24	Baik
3	Komputer	10	Baik

4	Laptop	5	Baik
5	Printer	5	Baik
6	Telepon	5	Baik
7	Dispenser	2	Baik
8	White Board	2	Baik
9	TV	1	Baik
10	AC	6	Baik
11	Mobil	6	Baik

Sumber: Peneliti, 2012

1.7 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1.7.1 Lokasi PKL

Dalam rangka penyusunan laporan PKL (Praktek Kerja Lapangan), penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telkom Pekanbaru, yang bertempat di Jl. Jend. Sudirman No. 199 Pekanbaru, yang berkegiatan umum membantu di bidang Direct Channel.

1.7.2 Waktu PKL

Adapun waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di lakukan selama Kurang dari 1 bulan, yakni mulai dari tanggal 28 Juli 2011 s.d 18 Agustus 2011. Setiap hari Senin s.d Jum’at dimulai pada jam 08.00 s.d 16.00 WIB setiap minggunya. Pembimbing magang penulis, selama menjalani kegiatan magang adalah Yenny Pietris Anna yan menjabat sebagai *Officer Event.*