BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil Tempat Kerja Praktek

Tempat perusahaan untuk Kerja Praktek yaitu PT. TELKOM PUSAT BANDUNG REGIONAL III yang beralamat di Jln. Lembong No. 11 No.Tlp 022-4540099.

2.1.1 Sejarah PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi (*InfoComm*) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. TELKOM (yang selanjutnya disebut juga Perseroan atau Perusahaan) menyediakan jasa telepon tidak bergerak kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tidak bergerak nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*cellular*), data & internet dan *network* & interkoneksi baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi. Berikut adalah tabel sejarah perkembangan PT.Telkom, Tbk :

Tahun	Keterangan
1882	Sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegrap dibentuk pada masa pemerintahan kolonial Belanda.
1906	Pemerintah Kolonial Belanda membentuk sebuah jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang diberi nama Jawatan Pos, Telegrap dan Telepon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst/PTT*).
1945	Proklamasi kemerdekaan Indonesia sebagai negara merdeka

	dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang.
1961	Status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).
1965	PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro), dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).
1974	PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.
1980	PT Indonesian Satellite Corporation (Indosat) didirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel.
1989	Undang-undang nomor 3/1989 tentang Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.
1991	Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no.25 tahun 1991.
1995	Penawaran Umum perdana saham TELKOM (*Initial Public Offering*/IPO) dilakukan pada tanggal 14 November 1995. sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), New York Stock Exchange (NYSE) dan London Stock Exchange (LSE). Saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan (*Public Offering Without Listing*/POWL) di Tokyo Stock Exchange.
1996	Kerja sama Operasi (KSO) mulai diimplementasikan pada 1 Januari 1996 di wilayah Divisi Regional I Sumatra – dengan mitra PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo); Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten – dengan mitra PT Aria

	West International (AriaWest); Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta – dengan mitra PT Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI); Divisi Regional VI Kalimantan – dengan mitra PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra); dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT Bukaka Singtel.
1999	Undang-undang nomor 36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi.
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 dengan Indosat. Dengan transaksi ini, TELKOM menguasai 72,72% saham Telkomsel. TELKOM membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan Dayamitra ke dalam laporan keuangan TELKOM.
2002	TELKOM membeli seluruh saham Pramindo melalui 3 tahap, yaitu 30% saham pada saat ditandatanganinya perjanjian jual-beli pada tanggal 15 Agustus 2002, 15% pada tanggal 30 September 2003 dan sisa 55% saham pada tanggal 31 Desember 2004. TELKOM menjual 12,72% saham Telkomsel kepada Singapore Telecom, dan dengan demikian TELKOM memiliki 65% saham Telkomsel. Sejak Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

Tabel 2.1.0.1 Sejarah Perkembangan PT.TELKOM, Tbk

Sampai dengan 31 Desember 2006 jumlah pelanggan TELKOM sebanyak 48,5 juta pelanggan yang terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,7 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 4,2 juta pelanggan dan 35,6 juta pelanggan jasa telepon bergerak. Pertumbuhan

jumlah pelanggan TELKOM di tahun 2006 sebanyak 30,73% telah mendorong kenaikan Pendapatan Usaha TELKOM dalam tahun 2006 sebesar 23% dibanding tahun 2005.

Sejalan dengan visi TELKOM untuk menjadi perusahaan *InfoComm* terkemuka di kawasan regional serta mewujudkan TELKOM Goal 3010 maka berbagai upaya telah dilakukan TELKOM untuk tetap unggul dan *leading* pada seluruh produk dan layanan.

Hasil upaya tersebut tercermin dari market share produk dan layanan yang unggul di antara para pemain telekomunikasi. Selama tahun 2006 TELKOM telah menerima beberapa penghargaan baik dari dalam maupun luar negeri, di antaranya *The Best Value Creator, The Best of Performance Excellence Achievement, Asia™ Best Companies* 2006 Award dari Majalah Finance Asia.

Saham TELKOM per 31 Desember 2006 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (51,19%) dan pemegang saham publik (48,81%), yang terdiri dari investor asing (45,54%) dan investor lokal (3,27%). Sementara itu harga saham TELKOM di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2006 telah meningkat sebesar 71,2% dari Rp 5.900,- menjadi Rp 10.100,-. Kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir 2006 sebesar USD 22,6 miliar.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh TELKOM, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, saat ini TELKOM menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

2.1.1.1 VISI dan MISI PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Visi PT. Telkom adalah "*To Become a Dominant InfoCom Player in the Region",* menunjukkan suatu tekad bahwa TELKOM untuk menjadi penyelenggara jasa Informasi dan Komunikasi yang handal di level Regional.

Misi PT. Telkom adalah "*One Stop InfoCom Services with Excellent Quality and Competitive Price and To Be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation "*

Memberikan layanan "*One Stop Infocom*" dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif dan dengan *Business Partner* yang sinergi.

Dalam operasionalisasi dari Visi Korporasi, TELKOM menggunakan pendekatan **"Budaya"** yang berakar kuat dan dinamai : **"The TELKOM Way 135"** yang mempunyai cakupan 3 tingkatan unsur meliputi : asumsi dasar yang senantiasa harus mengakar bahwa hanya dengan tindakan untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat pelanggan, para pemenang saham, pimpinan perusahaan, pemilik (pemerintah) dan sesama rekan kerjalah, kelangsungan hidup bisnis perusahaan akan mampu dipertahankan.

Asumsi Dasar tersebut lebih familiar disebut : ***Committed 2 U*** (baca *Committed to you*).

Komitmen untuk senantiasa memberikan yang terbaik, dapat dilaksanakan menggunakan 3 pendekatan nilai-nilai inti mencakup :

1. Untuk memperoleh manfaat bersih yang diperoleh pelanggan atas produk maupun jasa TELKOM, perlu perubahan mengarah kepada *Customer driven Company*, berfokus kepada penentuan "Suara pelanggan" dalam arti luas.
2. Obsesi TELKOM adalah mengedepankan mutu layanan melebihi yang diharapkan pelanggannya, langkah ke arah ini perlu dilakukan hal-hal yang tepat, pada waktu yang tepat, untuk orang yang tepat dengan hasil maksimal yang terbaik.
3. Kompetensi setiap insan TELKOM dalam konteks pelayanan, menjadi yang utama dalam memberikan layanan terbaik, hasil terbaik dan citra terbaik, karenanya di internal TELKOM tidak lagi perlu bicara status ataupun kedudukan seseorang, melainkan lebih fokus kepada kompetensi individu masing-masing untuk mengembangkan kemampuan terbaiknya dalam memberikan pelayanan.

Dari Nilai-nilai Inti tersebut masih perlu lebih dioperasionalisasikan dalam bentuk perilaku penjabarannya dalam 5 langkah meliputi :

1. Dengan persaingan antar Operator telekomunikasi yang sudah tidak dapat dihindari lagi, TELKOM tidak mungkin tumbuh menjadi operator terbaik dan *market leader*, sehingga diperlukan langkah diluar batas-batas normal **(***stretch the goals***)**, ketatnya kompetisi dapat dimenangkan;
2. Dalam kapasitasnya sebagai BUMN, TELKOM masih banyak dihadapkan kepada hal-hal yang birokratis, dan untuk dapat keluar dari jerat birokrasi, perlu langkah penyederhanaan **(***Simplify***)**, untuk mengambil keputusan yang cepat, termasuk proses penyelesaian masalah pelanggan dengan cepat dan sederhana.
3. *One man show* bukanlah watak pelayanan TELKOM, kordinasi dalam mengembangkan sinergi menjadi total solusi untuk menciptakan cita rasa layanan yang berkualitas dan bertanggungjawab dari hulu hingga hilir, sehingga setiap insan TELKOM, sekecil apapun aktivitasnya, merupakan satuan proses kerja yang tidak terputus.
4. Setiap orang tentunya ingin bekerja dan mempersembahkan hasil kerjanya sebaik mungin, peluang ini merupakan nilai positif untuk menanamkan watak kerja setiap insan TELKOM, untuk lebih mengutamakan "Kualitas" hasil kerjanya, sehingga pada diri setiap insan TELKOM akan menampilkan **"***Quality is may Job***"**.
5. Kepada mereka yang berhasil menampilkan performansi kerja yang baik, sudah selayaknya memperoleh **"***Rewards***"** (Penghargaan), baik dari ungkapan para pelanggan, maupun dari internal Perusahaan (TELKOM).

2.1.2 Logo PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Gambar 2.1.0.1 Logo Lama Telkom

Bentuk bulatan dari logo melambangkan:

- Keutuhan Wawasan Nusantara; Ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional;
- Telkom yang mantap, modern, luwes, dan sederhana.
- Warna biru tua dan biru muda bergradasi melambangkan teknologi telekomunikasi tinggi/canggih yang terus berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang.
- Garis-garis tebal dan tipis yang mengesankan gerak pertemuan yang beraturan menggambarkan sifat komunikasi dan kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis.

Tulisan INDONESIA dengan huruf *Futura Bold Italic*, menggambarkan kedudukan perusahaan; Telkom sebagai Pandu Bendera Telekomunikasi Indonesia (*Indonesian Telecommunication Flag Carrier*).



Gambar 2.1.0.2 Logo Baru Telkom

Perayaan Hari Jadi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) pada 23 Oktober 2009 memiliki arti khusus, karena bersamaan dengan hari jadi tersebut Telkom mendeklarasikan identitas baru sebagai simbol transformasi bisnis Telkom dari *InfoCom* menjadi T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*).

Dengan identitas dan *portofolio* bisnis yang baru, Telkom juga memiliki nilai-nilai yang baru. Untuk menjawab tantangan masa depan tersebut Telkom melakukan transformasi secara menyeluruh dan mendasar. Transformasi kali ini adalah yang paling besar sepanjang sejarah Telkom, karena bersifat fundamental, menyeluruh dan terintegrasi yang menyentuh empat aspek dasar perusahaan, yakni: Transformasi Bisnis, Transformasi Infrastruktur, Transformasi Sistem dan Model Operasi dan Transformasi *Human Resources*

Budaya ataupun nilai-nilai baru yang kini tengah diinternalisasikan kepada seluruh pegawai meliputi:

1. *Expertise* (mencerminkan tradisi pengetahuan dan pengalaman Telkom yang dalam dan luas dalam industrinya)
2. *Empowering* (memberdayakan pelanggan untuk mearih cita-cita mereka)
3. *Assured* (memberikan keyakinan pada pelanggan untuk bisa mengandalkan Telkom dalam industri telekomunikasi yang senantiasa berubah)

4. *Progressive* (menyiratkan pergerakan menuju teknologi yang lebih canggih dan menjauhi budaya yang terkait kepemerintahan)
5. *Heart* (mewakili sikap kepedulian Telkom dalam bekerja sama dengan para pelanggan).

2.1.2.1 Motto PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Gambar 2.1.0.3 Motto Telkom

Commited To You (*Commited* 2 *U*) memiliki arti :

- Kami selalu fokus kepada pelanggan
- Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yg kompetitif
- Kami selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik (*Best Practices*)
- Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam peningkatan produktivitas dan kontribusi kerja
- Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik .

2.1.2.2 Maskot PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Gambar 2.1.0.4 Maskot Telkom

Maskot *Be Bee* memiliki arti :

- Antena Lebah Sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan.
- Mahkota Kemenangan.
- Mata yang Tajam dan Cerdas.
- Sayap Lincah dan Praktis.
- Tangan Kuning Memberikan Karya Yang Terbaik.

Filosofi yang terkandung dalam sifat dan prilaku *Be Bee* adalah karena lebah tergolong makhluk yang senang bekerja sama, pekerja keras, mempunyai kesisteman berupa pembagian peran operasional dan fungsional, menghasilkan yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Lebah mempunyai dengung sebagai tanda keberadaannya dan loyal terhadap kelompok berupa perlindungan bagi koloninya. Ia memiliki potensi diri yang baik berupa tubuh yang sehat, liat dan kuat sehingga bisa bergerak cepat, gesit dan efektif dalam menghadapi tantangan alam. Lebah berpandangan jauh ke depan dengan merancang bangun sarang yang kuat dan efisien, berproduksi, berkembang biak

dan menyiapkan persediaan makanan bagi kelangsungan hidup koloninya. Lebah biru merupakan penggambaran insan Telkom Indonesia.

2.1.3 Badan Hukum PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk

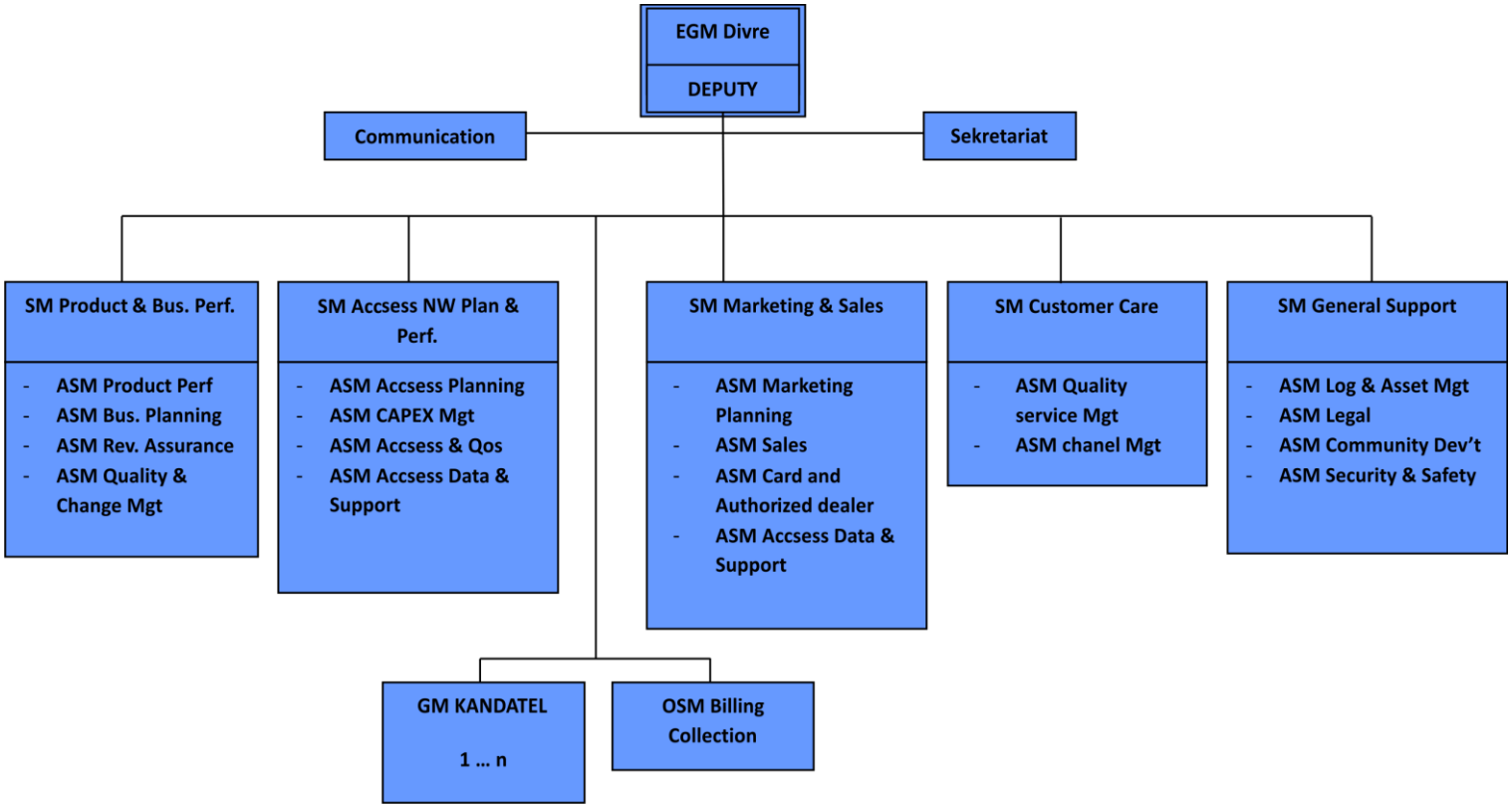
Bentuk dari PT. TELKOM adalah BUMN (Badan Usaha Milik Negara) ialah badan usaha yang permodalan seluruhnya atau sebagian dimiliki oleh pemerintah. Status pegawai badan usaha tersebut adalah pegawai negeri. BUMN sendiri sekarang ada 3 (tiga) macam yaitu Perjan, Perum dan Persero.

Dimana PT. TELKOM berbentuk BUMN Persero. Persero adalah salah satu Badan Usaha yang dikelola oleh Negara atau Daerah. Berbeda dengan Perum atau Perjan, tujuan didirikannya Persero yang pertama 16 adalah mencari keuntunagan dan yang kedua memberi layanan kepada umum.

Modal pendiriannya berasal sebagian atau seluruhnya dari kekayaan negara yang dipisahkan berupa saham–saham. Persero dipimpin oleh direksi. Sedangkan pegawainya berstatus sebagai pegawai swasta. Badan usaha ditulis PT < nama perusahaan > (PERSERO). Perusahaan ini tidak memperoleh fasilitas negara. Jadi dari uraian di atas, ciri–ciri PERSERO adalah :

1. Tujuan utamanya mencari laba (Komersial)
2. Modal sebagian atau seluruhnya berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan yang berupa saham–saham
3. Dipimpin oleh direksi
4. Pegawainya berstatus sebagai pegawai swasta
5. Badan usahanya ditulis PT (nama perusahaan) (PERSERO)
6. Tidak memperoleh fasilitas negara

2.1.4 Struktur Organisasi dan Job Description PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Gambar 2.1.0.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi diatas adalah struktur organisasi yang sampai saat ini masih dipakai oleh PT. Telkom Divisi Regional III, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman dan semakin majunya teknologi serta kebutuhan akan pelayanan yang lebih baik ada beberapa yang berubah dan masih dalam tahap proses. Antara lain adalah ada beberapa divisi yang berdiri sendiri dan tidak lagi berada di bawah EGM Divre III.

Divisi tersebut mempunyai struktur sendiri yang memudahkan mereka untuk melakukan koordinasi dan pekerjaannya masing-masing agar bisa lebih baik dalam memberikan pelayanan jasa di bidang telekomunikasi dan informasi.

Uraian tanggung jawab jabatan di PT. Telkom Divisi Regional III adalah sebagai berikut :

1. **EGM Divre III**

EGM Divre III bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi divisi regional di wilayah geografisnya. Yaitu mencakup :

a. Tercapainya target *revenue*
b. Tertagihnya piutang usaha dari *revenue* yang dihasilkan
c. Efisiensi biaya penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer* dengan tetap menjaga efektivitas dalam upaya pemenangan kompetisi perebutan *customer* segmen.
d. Optimalisasi sumberdaya perusahaan, termasuk pendayagunaan infrastruktur *access.*
e. Terkendalinya aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care,* serta operasi dan pemeliharaan infrastuktur *access* yang diselenggarakan di berbagai wilayah diareanya oleh kandatel.
f. Efektivitas penyelenggaraan kerjasama dengan pihak eksternal dalam rangka penyelenggaraan fungsi *delivery channel*
g. Terjaganya perimbangan alokasi sumberdaya operasional di divisi regional, khususnya yang terkait dengan operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access.*

h. Terkoordinasinya seluruh aktivitas operasi bisnis Telkom
i. Memastikan bahwa semua resiko pada proses bisnis didalam ruang lingkup divisi regional III diidentifikasi, dievaluasi, dan dikontrol

Mewakili Telkom di wilayah geografisnya dalam hubungannya dengan pihak eksternal

2. **Deputy Divre III**

Deputy EGM Divre III adalah posisi yang diberikan peran sebagai coordinator untuk membantu EGM Divre III dalam mengendalikan dan memfasilitasi kelancaran penyelenggaraan operasional unit-unit yang berada dalam kendali Divre III, yaitu Kandatel.

Deputy EGM bertanggung jawab atas :

a. Pengendalian operasional KANDATEL dengan fokus *driving existing business, sinergi & integrasi operasi, revenue enchancement,* serta pengendalian *cost*/efisiensi.
b. Kualitas dan sinergi dari perencanaan serta pelaksanaan kebijakan dan strategi operasional KANDATEL sehingga dapat memenuhi sasaran kinerja yang telah ditetapkan.
c. Tersolusinya permasalahan yang terkait dengan interaksi DIVRE terhadap unit-unit *Corporate Service,* seperti HR. *Center dan finance Center.*
d. Koordinasi dengan bidang-bidang terkait untuk memfasilitasi kebutuhan dari KANDATEL dalam rangka mendukung pencapaian kinerja yang telah ditetapkan.

3. **Sekretariat Divre III**

Bagian sekretaris DIVRE III dipimpin oleh pejabat setingkat *Manager,* yang disebut *Division Secretary* DIVRE III.

Division Secretary DIVRE III, bertanggung jawab atas kelancaran dan efektivitas dukungan bagai kegiatan-kegiatan perkantoran dan protokoler pada kantor Divisi Regional.

4. ***Communication* Divre III**

Bagian komunikasi DIVRE III dipimpin oleh pejabat setingkat *Manager*, yang disebut *Division Communication.*

Division Communication DIVRE III, bertanggung jawab atas terkordinasinya *public image* yang positif atas representasi TELKOM di wilayah DIVRE III, yang dilakukan melalui upaya pengelolaan komunikasi efektif.

Untuk melakukan perannya, *Division Communication* DIVRE III, melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Mengelola mekanisme komunikasi, termasuk pengelolaan medianya, sehingga komunikasi DIVRE III dengan pihak eksternal dapat secara optimal menjadi sarana yang efektif dalam menjaga dan membangun *Corporate Image.*

b. Mengkoordinir program pengembangan informasi, yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan penyaringan informasi (disesuaikan dengan norma/peraturan publikasi informasi bagi perusahaan *go public*), pengkayaan jenis dan nilai informasi, pengemasan, pengelolaan mekanisme *feedback* yang sistematis.

c. Mengkoordinir program-program yang terkait dengan *news & information management.*

d. Menyelenggarakan program hubungan *public,* yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan proses komunikasi dengan public (*press conference*), layanan kunjungan *study* banding/*benchmark,* merespon

saran/masukan/kritik dari media massa, membina hubungan dengan komunitas industri & asosiasi terkait/PEMDA setempat, dll).

e. Mengkoordinasi kegiatan komunikasi internal di lingkungan DIVRE III.

5. **SM. Product & Business Performance**

Bidang *Product & Business Performance,* dipimpin oleh seorang *Senior Manager* yang disebut *Senior Manager Product & Business Performance,* dan disingkat *SM. Product & Business Performance.*

SM. Product & Business Performance bertanggung jawab atas penyiapan strategi, kebijakan penyelenggaraan bisnis pada lingkup DIVRE III yang mencakup perencanaan operasi bisnis, pengelolaan portofolio produk, pengaturan *revenue assurance,* serta pengelolaan *quality* dan performasinya, sehingga dapat dipastikan bahwa penyelenggaraan operasi bisnis DIVRE III dilaksanakan dalam koridor pengendalian manajemen secara memadai.

Untuk melakukan peranannya *SM. Product & Business Performance* dibantu oleh:

a. *Manager Product Performance.*

b. *Manager Business Planning.*

c. *Manager Revenue assurance.*

d. *Manager Quality & Change Management.*

Dalam menjalankan perannya, *SM. Product & Business Performance* berinteraksi dengan :

a. *SM. Marketing & Sales,* dalam hal koordinasi penentuan produk-produk yang perlu diprioritaskan sebagai pilar penyangga bisnis DIVRE III.

b. GM. KANDATEL, dalam hal koordinasi penyusunan rencana bisnis DIVRE III.

c. *OSM. HR. Center Area*, dalam hal penyusunan SLA.

d. *OSM. Finance Center Area,* dalam hal penyusunan SLA.

6. **SM. Access Network Planning & Performance**

Bidang Access Network Planning & Performance, dipimpin oleh seorang Senior Manager yang disebut *Senior Manager Access Network Planning & Performance,* dan disingkat *SM. Access Network Planning & Performance.*

SM. Access Network Planning & Performance bertanggung jawab atas perencanaan pengembangan, penyediaan, serta pendayagunaan *access network*, sehingga dapat dipastikan bahwa penyelenggaraan operasi layanan kepada *customer*, baik kepada *customer* segmen konsumen/retail maupun *customer segmen corporate customer/OLO,* dapat didukung dengan pendayagunaan *access network* secara efisiensi dan berkualitas.

Untuk melakukan perannya, SM. *Access Network Planning & Performance* ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Menyusun rencana pendayagunaan *Access Network,* mencakup perencanaan pembangunan, *quality enhancement* dan *replacement/*modernisasi jaringan akses (*Copper, Radio, Fiber)* termasuk NMS (*Network Management System).*

b. Menyusun program yang diperlukan sebagai rujukan dalam alokasi anggaran LOP, *commitment budget, payment budget, monitoring* dan evaluasi pelaksanaan project.

c. Mengelola performansi infrastruktur & *QoS measures, standard setting, supervise & control performance* untuk *access personal customer* dan *corporate customer* & OLO.

d. Mengelola manajemen data yang diperlukan untuk pendayagunaan *access network*, serta pengelolaan fasilitas pendukung *access network (supporting access facilities).*

e. Merumuskan kebijakan dan prosedur operasional *access network* pada lingkup operasi DIVRE III, khususnya yang terkait dengan *public access,* dan performansi & *Qos public access.*

f. Mengelola dan mengendalikan pendayagunaan *access network* yang terkait dengan *public access.*

Dalam menjalankan perannya, *SM. Access Network Planning & Performance* dibantu oleh :

a. *Manager Access Planning.*

b. *Manager CAPEX Management.*

c. *Manager Access Performance & Qos.*

d. *Manager Access Data & Support.*

7. **SM. Marketing & Sales**

SM. Marketing & Sales bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan fungsi marketing & sales pada lingkup wilayah operasi DIVRE III, sehingga dapat dipastikan bahwa upaya pemasaran seluruh produk TELKOM dilakukan secara kompetitif dan sesuai dengan karakteristik pasar serta direspon dengan upaya *sales* yang mampu secara efektif menghasilkan *revenue* maksimal.

Untuk melakukan perannya, *SM. Marketing & Sales* ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan penjabaran di wilayah operasinya strategi dan kebijakan pemasaran dari rumusan yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office.*

b. Merumuskan marketing & *sales planning*, serta menyusun dan mengendalikan program promosi.

c. Menyusun program dan dukungan promosi.

d. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan efektivitas kerjasama dengan pihak eksternal dalam hal *channel distribution.*

e. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kinerja *sales operation.*

f. Mengkoordinasi dan mengendalikan penyediaan, sirkulasi dan penjualan kartu flexi/voucher, yang diselaraskan dengan kebijakan *card management* ditetapkan oleh *Corporate Office.*

g. Mengkoordinasi pelaksanaan fungsi penjualan kartu flexi/voucher yang bersifat lintas area KANDATEL.

Dalam menjalankan perannya *SM. Marketing & Sales* dibantu oleh :

a. *VP. Marketing & Customer Care*, dalam hal koordinasi implementasi kebijakan *marketing*

b. *VP. Sales*, dalam hal koordinasi operasi untuk hal-hal yang terkait dengan *card management*, dan kerja sama *Authorized Dealer.*

c. *VP. Marketing Communication*, dalam hal koordinasi dukungan dan kerjasama promosi.

d. GM KANDATEL, dalam hal koordinasi *marketing & sales operation.*

8. **SM. Customer Care**

SM. Customer Care bertanggung jawab atas kualitas dan efektivitas penyelenggaraan layanan *customer* pada lingkup wilayah operasi DIVRE III, sehingga dapat dipastikan bahwa upaya pelayanan kepada *customer segmen* consumer/retail dilakukan secara kompetitif dan sesuai dengan karakteristik segmennya serta mampu secara efektif menjaga kepuasan *customer.*

Untuk melakukan perannya, *SM, Customer Care* digunakan untuk malakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan kebijakan customer care yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office.*

b. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kualitas pengelolaan *customer*.

c. Mengembangkan metode pelayanan *customer,* yang diselaraskan dengan karakteristik *customer* di wilayah operasinya.

Dalam menjalankan perannya *SM. Customer Care* dibantu oleh :

a. *Manager Quality Service Management.*

b. *Manager Channel Management.*

Dalam menjalankan perannya *SM. Customer Care* berinteraksi dengan :

a. *VP. Marketing & Customer Care,* dalam hal koordinasi implementasi kebijakan *Customer Care.*

b. *VP. Sales,* dalam hal koordinasi operasi untuk hal-hal yang terkait dengan *channel management.*

c. GM. Divisi Pengelola Jasa, dalam hal koordinasi *service operation.*

9. **SM. General Support**

SM. General Support bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan fungsi *General Support* pada lingkup wilayah operasi DIVRE III, sehingga dapat dipastikan bahwa kebutuhan fasilitas penyelenggaraan operasional DIVRE III dapat dipenuhi dan dilaksanakan dengan lancar, didukung dengan lindungan aspek *legal & compliance* yang memadai, serta dilaksanakan secara efisien, dan dengan administrasi yang tertib.

Untuk melaksanakan perannya *SM General Support* ditugaskan untuk malakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Mengelola proses management *logistic*, dalam rangka pemenuhan kebutuhan *logistic* dan sarana umum yang diperlukan atas seluruh *asset* yang berada di lingkungan wilayah operasi DIVRE III.

b. Mengelola, mengatur mekanisme pandayagunaan, mengadministrasikan, serta memenuhi aspek-aspek perlindungan yang diperlukan atas seluruh asset yang berada dilingkungan wilayah operasi DIVRE III.

c. Mengelola aktivitas legal, dalam rangka pemenuhan perlindungan dan prasyarat aspek legal yang diperlukan dalam penyelenggaraan seluruh aspek operasional DIVRE III.

d. Mengelola aktivitas yang terkait dengan pembinaan hubungan dengan lingkungan, termasuk *community development*, serta dukungan penyelenggaraan tanggung jawab perusahaan dalam hal penyaluran dana kemitraan (usaha kecil dan menengah, dan bina lingkungan)

e. Menyelenggarakan kegiatan pengamanan *asset*, personil, informasi dan data operasional perusahaan serta kesehatan dan keselamatan kerja.

Dalam menjalankan perannya *SM. General Support* dibantu oleh :

a. *Manger Logistic*

b. *Manager Asset Management*

c. *Manager Legal*

d. *Manager Community Development*

e. *Manager Security and safety*

Dalam menjalankan perannya, *SM. General Support* berinteraksi dengan :

a. OSM. Financial Center Area, dalam hal koordinasi pemenuhan kebutuhan anggaran, penyelenggaraan logistic, serta koordinasi dalam hal *asset management.*

b. *VP. Legal & Compliance*, dalam hal koordinasi implementasi kebijakan aspek legal perusahaan.

c. *VP. System Risk Management,* dalam hal koordinasi implementasi kebijakan *security & safety* perusahaan.

d. SGM. CDC, dalam hal koordinasi penyelenggaraan aktivitas *community development*, dan penyaluran bina kemitraan.

e. GM. KANDATEL, dalam hal koordinasi penyelenggaraan aktivitas dukungan *management.*

10. **GM. Kandatel**

GM. KANDATEEL bertanggung jawab atas tecapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi KANDATEL di wilayah geografisnya, yaitu mencakup ;

a. Tercapainya target *revenue.*

b. Tertagihnya piutang usaha dari *revenue* yang dihasilkan.

c. Efisiensi biaya penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer segmen* consumer/retail, dengan tetap menjaga efektivitas dalam upaya pemenangan kompetisi perebutan *customer* segmen consumer/retail.

d. Kesiapan dan kehandalan infrastruktur *access.*

e. Terselenggaranya aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care,* serta operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access,* yang diselenggarakan di wilayah geografisnya.

f. Terpilihnya alokasi sumber daya operasional Divisi Regional, khususnya yang terkait dengan operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access* dalam rangka eksekusi layanan yang diperlukan baik untuk *customer segmen* consumer/retail, maupun dukungan yang diperlukan untuk eksekusi layanan kepada *customer segmen corporate customer/OLO*.

g. Memastikan bahwa semua resiko pada proses bisnis di lingkup KANDATEL yang bersangkutan diidentifikasi, dievaluasi, dan dikontrol dengan semestinya.

Dalam melaksanakan perannya, GM. KANDATEL dibantu oleh beberapa posisi *Manager* dan *Senior General Supervisor*, yaitu :

a. *Manager Business Performance.*

b. *Manager Access Network Maintenance.*

c. *Manager Access Network Operation.*

d. *Manager Customer Care.*

e. *Manager Sales Fixed Phone.*

f. *Manager Data & VAS Sales.*

g. *Manager General Support.*

h. *Junior Manager KANDATEL.*

11. **OSM. Billing & Collection**

Unit Billing & Collection dipimpin oleh seorang ***Operation Senior Manager*** yang bertanggung jawab langsung kepada EGM Divre III, dan selanjutnya disebut OSM UBC.

Peran OSM. UBC bertanggung jawab atas :

a. Penyelenggaraan proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian, piutang dan komplain.

b. Perencanaan dan pengembangan proses *billing dan system payment*.

c. Evaluasi performansi pencapaian proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian piutang dan complain.

d. Kerjasama dengan unit-unit internal dan eksternal.

Untuk menyelenggarakan perannya OSM.UBC dibantu oleh :

a. *Manager Billing.*

b. *Manager Collection.*

c. *Manager Collection Support.*

d. *Asman Billing & Collection Area.*

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Jaringan Komputer

Jaringan adalah adalah sebuah sistem yang terdiri atas komputer dan perangkat jaringan lainnya yang bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan yang sama. Tujuan dari jaringan komputer adalah:

- Membagi sumber daya: contohnya berbagi pemakaian printer, CPU, memori, harddisk
- Komunikasi: contohnya surat elektronik, *instant messaging*, *chatting*
- Akses informasi: contohnya *web browsing*

Agar dapat mencapai tujuan yang sama, setiap bagian dari jaringan komputer meminta dan memberikan layanan (*service*). Pihak yang meminta layanan disebut klien (*client*) dan yang memberikan layanan disebut pelayan (*server*). Arsitektur ini disebut dengan sistem client-server, dan digunakan pada hampir seluruh aplikasi jaringan komputer.

2.2.2 Jenis Jaringan Komputer

2.2.2.1 Lokal Area Network (LAN)

LAN (Local Area Network) Merupakan jaringan yang bersifat internal dan biasanya milik pribadi di dalam sebuah perusahaan kecil atau menengah dan biasanya berukuran sampai beberapa kilometer. LAN seringkali menggunakan teknologi transmisi kabel tunggal. LAN tradisional beroperasi pada kecepatan mulai 10 sampai 100 Mbps (mega bit/detik).

2.2.2.2 Metropolitan Area Network (MAN)

Metropolitan Area Network (MAN) pada dasarnya merupakan versi LAN yang berukuran lebih besar dan biasanya memakai teknologi yang sama dengan LAN. MAN dapat mencakup kantor-kantor perusahaan yang berdekatan dan dapat dimanfaatkan untuk keperluan pribadi (swasta) atau umum. MAN biasanya mampu menunjang data dan suara, dan bahkan dapat berhubungan dengan jaringan televisi kabel. MAN hanya memiliki sebuah atau dua buah kabel dan tidak mempunyai elemen switching, yang berfungsi untuk mengatur paket melalui beberapa output kabel. Adanya elemen switching membuat rancangan menjadi lebih sederhana.

2.2.2.3 Wide Area Network (WAN)

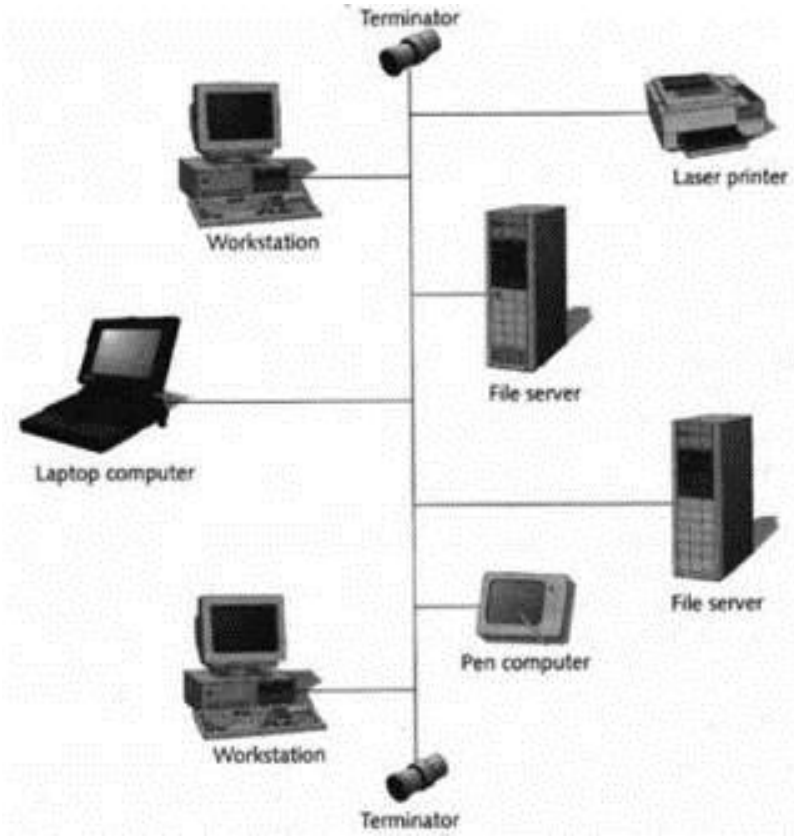
Wide Area Network (WAN), jangkuannya mencakup daerah geografis yang lebih luas, seringkali mencakup sebuah negara bahkan benua. WAN terdiri dari kumpulan LAN, MAN dan mesin-mesin yang bertujuan menjalankan program aplikasi pemakai.

2.2.2.4 Jaringan Nirkabel

Merupakan suatu solusi terhadap komunikasi yang tidak bisa dilakukan dengan jaringan yang menggunakan kabel. Misalnya orang yang ingin mendapat informasi atau melakukan komunikasi walaupun sedang berada diatas mobil atau pesawat terbang, maka mutlak jaringan tanpa kabel diperlukan karena koneksi kabel tidaklah mungkin dibuat di dalam mobil atau pesawat. Saat ini jaringan tanpa kabel sudah marak digunakan dengan memanfaatkan jasa satelit dan mampu memberikan kecepatan akses yang lebih cepat dibandingkan dengan jaringan yang menggunakan kabel.

2.2.3 Topologi Jaringan

2.2.3.1Topologi Bus



Gambar 2.2.0.1 Topologi Bus

Karakteristik Topologi BUS:

- Node-node dihubungkan secara serial sepanjang kabel, dan pada kedua ujung kabel ditutup dengan terminator.
- Paket-paket data saling bersimpangan pada suatu kabel.
- Memerlukan Tconnector pada setiap Ethernet card.

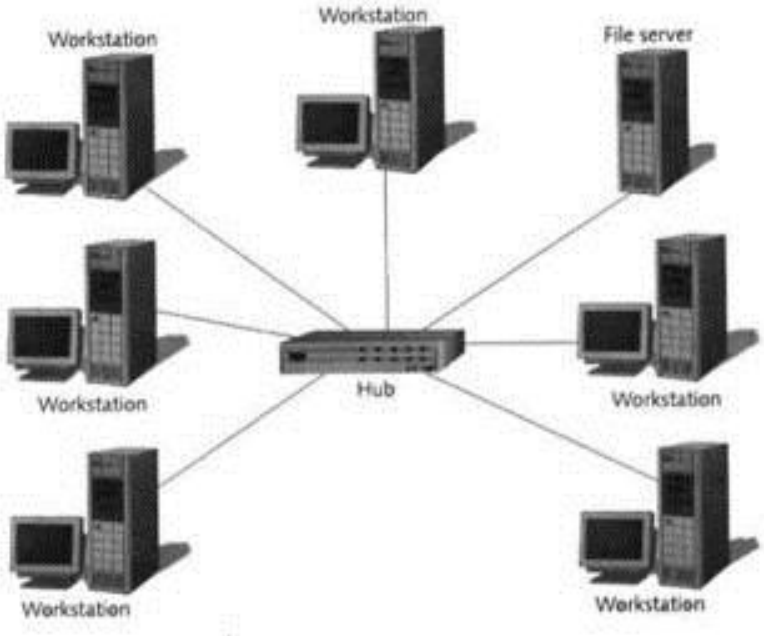
Keuntungan Topologi BUS:

- Kabel yang digunakan sedikit untuk menghubungkan komputer-komputer atau peralatan-peralatan yang lain.
- Cukup mudah apabila kita ingin memperluas jaringan pada topologi bus.

Kerugian Topologi BUS:

- Traffic (lalu lintas) yang padat akan sangat memperlambat bus.
- Setiap barrel connector yang digunakan sebagai penghubung memperlemah sinyal elektrik yang dikirimkan, dan kebanyakan akan menghalangi sinyal untuk dapat diterima dengan benar.
- Lebih lambat dibandingkan dengan topologi yang lain.
- Sangat sulit untuk melakukan troubleshoot pada bus.

2.2.3.2 Topologi Star



Gambar 2.2.0.2 Topologi Star

Karakteristik Topologi Bintang (Star):

- Setiap node berkomunikasi langsung dengan konsentrator (HUB).
- Bila setiap paket data yang masuk ke consentrator (HUB) kemudian di broadcast keseluruh node yang terhubung sangat banyak (misalnya memakai hub 32 port), maka kinerja jaringan akan semakin turun.

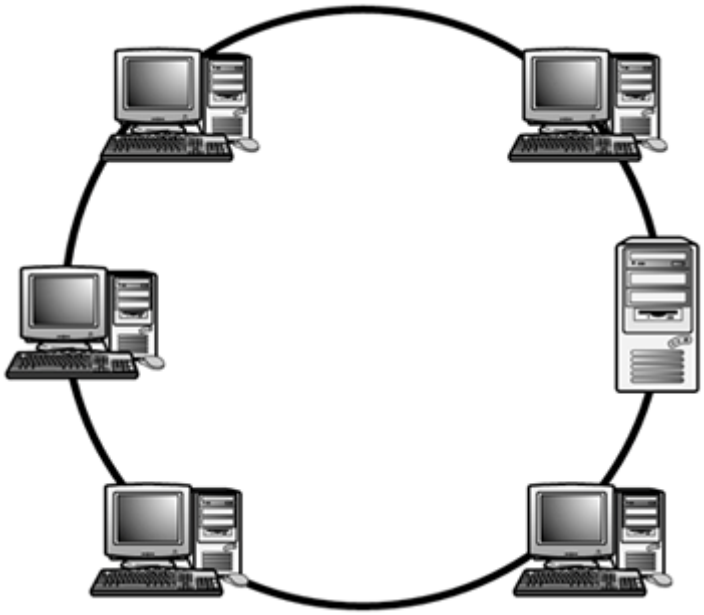
Keuntungan Topologi Bintang (Star):

- Cukup mudah untuk mengubah dan menambah komputer ke dalam jaringan yang menggunakan topologi star tanpa mengganggu aktvitas jaringan yang sedang berlangsung.
- Apabila satu komputer yang mengalami kerusakan dalam jaringan maka komputer tersebut tidak akan membuat mati seluruh jaringan star.

Kerugian Topologi Bintang (Star):

- Jika hub pusat mengalami kegagalan, maka seluruh jaringan akan gagal untuk beroperasi.

2.2.3.3 Topologi Ring



Gambar 2.2.0.3 Topologi Ring

Karakteristik Topologi Cincin (Ring):

- Node-node dihubungkan secara serial di sepanjang kabel, dengan bentuk jaringan seperti lingkaran.
- Paket-paket data dapat mengalir dalam satu arah (kekiri atau kekanan) sehingga collision dapat dihindarkan.

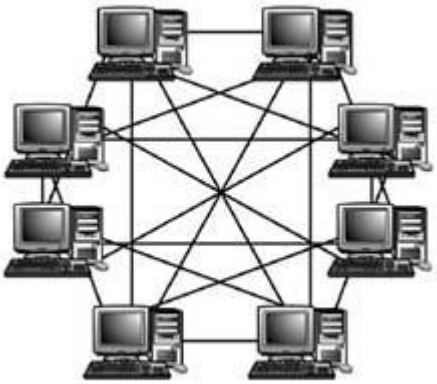
Keuntungan Topologi Cincin (Ring):

- Data mengalir dalam satu arah sehingga terjadinya collision dapat dihindarkan.
- Aliran data mengalir lebih cepat karena dapat melayani data dari kiri atau kanan dari server.
- Waktu untuk mengakses data lebih optimal.

Kerugian Topologi Cincin (Ring):

- Apabila ada satu komputer dalam ring yang gagal berfungsi, maka akan mempengaruhi keseluruhan jaringan.
- Menambah atau mengurangi komputer akan mengacaukan jaringan.
- Sulit untuk melakukan konfigurasi ulang.

2.2.3.4 Topologi Mesh



Gambar 2.2.0.4 Topologi Mesh

Karakteristik Topologi Mesh :

- Setiap computer terhubung langsung dengan komputer lain (pear to pear).
- Setiap computer mempunyai jalur sendiri-sendiri dengan computer lain sehingga tidak akan terjadi collision domain.

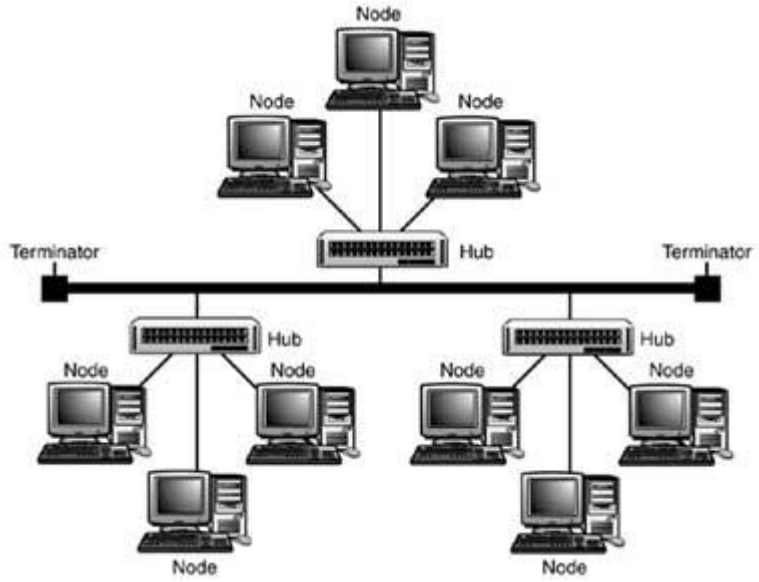
Keuntungan Topologi Mesh:

- Apabila ada salah satu jalur pada komputer putus, komputer masih dapat berhubungan dengan jalur yang lain.

Kerugian Topologi Mesh:

- Penggunaan Ethernet dan kabel yang banyak sehingga dibutuhkan dana yang besar.

2.2.3.5 Topologi Tree



Gambar 2.2.0.5 Topologi Tree

Karakteristik TopologiTree :

- Interkoneksi antar sentral dengan hierarki yang berbeda
- Sistem Hierarki (tingkatan).

Keuntungan Topologi Tree:

- Dapat terbentuknya suatu kelompok yang dibutuhkan pada setiap saat.

Kerugian Topologi Tree:

- Jika hierarki yang paling atas mengalami kerusakan, maka hierarki yang berada dibawahnya tidak akan berfungsi.

2.2.4 Komponen Perangkat Keras

Perangkat keras atau hardware selalu dibutuhkan pada setiap hal yang berkaitan dengan komputer. Dalam hal ini, komputer juga disebut perangkat keras. Dalam membangun sebuah jaringan juga membutuhkan perangkat keras khusus yang berhubungan dengan kebutuhan jaringan yang akan dibangun.

2.2.4.1 Server

Server biasanya komputer berkecepatan tinggi dengan kapasitas memori (RAM) dan simpanan yang besar, dan dihubungkan dengan kartu jaringan yang cepat (*fast network interface*).



Gambar 2.2.0.6 Server

2.2.4.2 Workstation

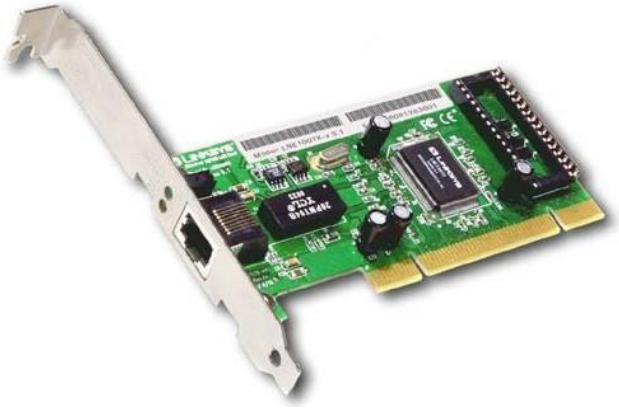
Semua komputer yang terhubung ke server pada jaringan disebut dengan workstation. Workstation merupakan komputer standar yang dikonfigurasi menggunakan kartu jaringan, perangkat lunak jaringan dan kabel-kabel yang diperlukan.



Gambar 2.2.0.7 Workstation

2.2.4.3 Network Interface Card (NIC)

Kartu LAN atau NIC (Network Interface Card) merupakan penghubung antara komputer satu dengan komputer lain. Dalam pemakaiannya, kartu LAN akan selalu dipasang pada motherboard.



Gambar 2.2.0.8 NIC

2.2.4.4 Switch/HUB

Sebuah Konsentrator/Hub adalah sebuah perangkat yang menyatukan kabel-kabel network dari tiap-tiap workstation, server atau perangkat lain. Dalam topologi Bintang, kabel twisted pair datang dari sebuah workstation masuk kedalam hub. Hub mempunyai banyak slot concentrator yang mana dapat dipasang menurut nomor port dari card yang dituju.



Gambar 2.2.0.9 Switch/HUB

2.2.4.5 Bridge, Router dan Wireless Access Point (WAP)

Bridge adalah sebuah perangkat yang membagi satu buah jaringan kedalam dua buah jaringan, ini digunakan untuk mendapatkan jaringan yang efisien,

Router berfungsi sebagai penghubung antar dua atau lebih jaringan untuk meneruskan data dari satu jaringan ke jaringan lainnya. Router berbeda dengan switch. *Switch* merupakan penghubung beberapa alat untuk membentuk suatu Local Area Network (LAN).



Gambar 2.2.0.10 Bridge, Router dan WAP

2.2.4.6 Repeater

Contoh yang paling mudah adalah pada sebuah LAN menggunakan topologi Bintang dengan menggunakan kabel unshielded twisted pair. Dimana diketahui panjang maksimal untuk sebuah kabel unshileded twisted pair adalah 100 meter, maka untuk menguatkan sinyal dari kabel tersebut dipasanglah sebuah repeater pada jaringan tersebut.



Gambar 2.2.0.11 Repeater

2.2.4.7 Modem Card

Modem merupakan kependekan dari Modulation demodulation. Alat ini digunakan untuk merubah sinyal analog menjadi digital dan sebaliknya. misalnya untuk menghubungkan antara dua komputer melalui dial-up dengan menggunakan line telepon dalam mengakses data melalui jaringan atau internet. Dengan alat ini rumah yang tekoneksi jaringan telepon dapat juga menikmati akses internet.



Gambar 2.2.0.12 Modem Card

2.2.4.8 Kabel UTP

Kabel UTP (Unishielded Twisted Pair) merupakan media transmisi yang digunakan untuk menghubungkan antara komputer satu dengan komputer lain dengan menggunakan port RJ45. Kabel UTP dapat digunakan untuk membangun jaringan LAN yang besar dengan terminal berupa hub atau switch. Secara fisik, kabel UTP memiliki 4 pasang (8 buah) kabel baja yang dikelilingi (dipilin) oleh jaket dengan bahan karet.



Gambar 2.2.0.13 Kabel UTP

Standar EIA/TIA 568 menjelaskan spesifikasi kabel UTP sebagai aturan dalam instalasi jaringan komputer. EIA/TIA menggunakan istilah kategori untuk membedakan beberapa tipe kabel UTP, yaitu:

Tipe Kabel	Keterangan
UTP (Kategori 1)	Biasanya digunakan diperangkat telepone pada jalur ISDN
UTP (Kategori 2)	Bisa mencapai 4 Mbits
UTP/STP (Kategori 3)	10 Mbits data transfer
UTP/STP (Kategori 4)	16 Mbits data transfer
UTP/STP (Kategori 5)	Bisa mencapai 100 Mbits data transfer
UTP/STP (Kategori 5e)	1 Gigabit Ethernet
UTP/STP (Kategori 6)	2,5 Gigabit Ethernet
UTP/STP (Kategori 7)	Gigabit Ethernet/20,8 db (Gigabit Ethernet)

Tabel 2.2.0.1 Tipe Kabel UTP

2.2.4.9 Konektor RJ-45

Konektor RJ45 adalah konektor yang dipasang pada kabel UTP. Cara pemakaiannya ialah dengan memasukkannya pada lubang port RJ45 yang ada pada kartu LAN. Secara fisik, bagian ujung dari konektor ini akan memiliki 8 buah pin berbentuk kawat baja.



Gambar 2.2.0.14 Konektor RJ-45

2.2.4.10 Printer

Printer adalah salah satu alas an utama kenapa ada network. Karena printer tidak selalu digunakan oleh setiap pemakai, akan lebih ekonomis jika memakai satu printer bersama-sama. Printer dapat dihubungkan langsung pada workstation atau ke server. Kita juga dapat memasang scanner, CD-ROM eksternal dan peralatan lain yang berguna dan dapat digunakan secara bersama-sama pada network. Sama seperti yang lainnya, hal ini membutuhkan perangkat lunak dan perangkat keras yang tepat.



Gambar 2.2.0.15 Printer