BAB III

TINJAUAN UMUM PT.TELKOM

3.1 Tinjauan Umum

3.1.1 Sejarah PT. TELEKOMUNIKASI Tbk

PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk atau dikenal dengan TELKOM adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum dalam negeri. Sejarah yang dilalui instansi ini pun terbilang cukup panjang. Berawal pada tahun 1984, pemerintah kolonial Belanda mendirikan *Post En Telegraafedienst* sebuah perusahaan swasta yang bergerak di bidang ekspedisi surat menyurat untuk domestic dan jasa layanan telegraph internasional.

Di Indonesia jasa telepon mulai ada sejak tahun 1882 hingga tahun 1906, bentuk perusahaan dalah swasta tetapi telah mendapat izin dari pemerintah selama 25 tahun, pada tahun 1906 pemerintah kolonial Belanda membentuk Depatment untuk mengawasi kegiatan jasa Pos dan Telekomunikasi di Indonesia dengan Staatsbland Nomor : 52 Tahun 1884.

Penyelenggara Telekomunikasi oleh swasta ini berlangsung sampai tahun1906 dan sejak itu diambil alih oleh Pemerintah Hindia Belanda dengan berdasarkan kepada Staatland Nomor : 395 Tahun 1906. Sejak itu berdirilah *Post*

Telegaraf En Telefoondients, atau disebut *PTT Dients* yang pada tahun 1927 ditetapkan sebagai Perusahaan Negara Pemerintah Hindia Belanda.

Jawatan PTT berlangsung sampai dikeluarkanya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor : 19 Tahun 1961 Perusahaan Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi. Pada tahun 1961, jasa Pos dan Telekomunikasi baru berdiri dengan bentuk perusahaan pemerintah pertama, agra menjaga jas Pos dan Telekominikasi di wilayah Sumatera, dimana mulai terbentuk pada tahun 1970 secara Nasional. Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor : 240 Tahun 1961 Perusahaan Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi. Pemerintah memisahkan Jasa Pos dan Telekomunikasi pada tahun 1965 ke dalam dua perusahaan milik Negara yaitu PN Pos dan Giro dan PN.Telekomunikasi. seiring dengan kemajuan teknologi dan jasa telekomunikasi mendorong pemerintah untuk meningkatkan bentuk PN Telekomunikasi menjasi Perusahaan Umum (PERUM).

Dan kemudian pada tahun 1974 PN Telekomunikasi terbagi menjadi dua perusahaan milik Negara, Perusahaan Umum Telekomunikasi dan PT. Inti untuk peningkatan jasa telekomunikasi dalam dan luar negeri, juga pembuatan peralatan telekomunikasi pada khususnya. Untuk itu berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1974 resmi berdiri Perusahaan Umum Telekomunikasi yang popular dengan sebutan PERUMTEL. Dalam peraturan tersebut PERUMTEL dinyatakan sebagai penyelenggara telekomunikasi untuk umum, baik hubungan telekomunikasi dalm negeri maupun luar negeri. Pada saat itu hubungan

telekomunikasi luar negeri jga diselenggarakan oleh PT. Indonesia Satelit Corporation (INDOSAT) yang saat itu berstatus perusahaan asing, bagian dari *America Cable and Radio Corporation* sebuah perusahaan di Negara bagian Delaware, Amerika Serikat.

Seluruh saham PT. INDOSAT dengan modal asing tersebut, pada akhir tahun 1980 dibeli oleh Negara Republik Indonesia. Pada tahun 1980 bisnis telekomunikasi internasional dipindahkan dari PERUMTEL ke INDOSAT dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor : 53 Tahun 1980 yang isinya tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor : 22 Tahun 1974.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor : 53 Tahun 1980, PERUMTEL ditetapkan sebagai badan usaha penyelenggara telekomunikasi dalam negeri. Pada tahun 1991, memasuki Repelita V Pemerintah merasa perlu pencepatan pembangunan di bidang telekomunikasi, karena sebagian infrastruktur diharapkan dapat memacu perkembangan pembangunan di sektor lainnya, untuk itu berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor : 25 Tahun 1991, Pemerintah telah mengubah PERUMTEL dari “ Perusahaan Umum” menjadi Perusahaan Negara dengan layanan masyarakat umum senagai tujuan utama perusahaan, yaitu “Persero”.

Perusahaan Negara mempunyai keterbatasan kewajiban untuk tujuan komersial sehingga berubah nama menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Telekominikasi Indonesia yang juga dikenal dengan TELKOM disahkan pada tahun 1995. Bisnis TELKOM terbagi menjadi 12 Unit Operasional Regional yang

dikenal dengan nama “ Witel “ dimana secara terpusat dikontrol oleh kator pusat TELKOM di Bandung Jabar.

Tiap Witel mempunyai struktur manajemen tersendiri yang bertanggung jawab untuk semua aspek bisnis TELKOM dalam wilayah maka, dari penyediaan jasa telepon hingga kegiatan manajemen dan pengamanan, meskipun mereka bukan merupakan perusahaan berorientasi keuntungan tang terpisah. Jika ditelaah, perubahan-perubahan besar-besaran terjadi pad tahun 1995 yang meliputi:

1. Restrukturisasi Internal
2. Kerja Sama Operasi (KSO)
3. *Initial Public Offering* (IPO)

Restrukturisasi Internal dimaksudkan untuk pengelolaan perusahaan menjadi lebih efisien dan efektif, karena terjadi pemisahan bidang usaha kegiatan bisnis perusahaan yang terbagi menjadi tiga bagian utama antara lain:

a. *Primari Businesses* (Bisnis Utama),
b. *Related Businesses* (Bisnis Sampingan),
c. *Overhead Perusahaan* (Jasa Pendukung Bisnis).

Bisnis utama perusahaan adalah menyediakan jasa sambungan local dan sambungan lokal jarak jauh dalam negeri, bisnis yang berhubungan termasuk jasa selular bergerak, saluran sewa, telex, penyewaan satelit transponder, VSAT (*Very Small Aprature Terminal)* dan berbagi jasa tambahan lainnya yang diselenggarakan dengan membentuk perusahaan patungan.

Bisnis Sampingan tersebut, tidak dioperasikan oleh TELKOM secara langsung seluruhnya melalui kerjasama *Joint Venture* dimana TELKOM

mempunyai keuntungan langsung dan tidak langsung kemudian bisnis selular analog dioperasikan oleh TELKOM dengan perjanjian pembagian keuntungan bersama Investor. Hal ini menjadikan perhatian lebih bagi bagi perusahaan untuk mengubah penambahan bisnis sampingan (*Related Businesses)* kea rah kerjasama *Joint Venture*. Perusahaan juga merencanakan untuk mendelegasi perusahaan luar (*Outsource)* untuk jasa pendukung bisnis sebagai bagian dari Restrukturisasi.

Juga bagian dari Restrukturisasi, TELKOM menghilangkan struktur Witel dan membuat delapan Divisi Operasi pada tanggal 1 Juli 1995, termasuk Divisi Regionaldimana penyediaan jasa telepon tidak berdasrkan wilayahnya dan divisi jasa jaringan dimana penyediaan jasa sambungan lokal jarak jauh melalui operasi secara nasional infrastruktur jaringan transmisi dan satu Divisi Network yang keduanya mengelola bidang usaha utama.

Divisi regional ini menjadi pengganti struktur Wilayah Usaha Telekomunikasi (WITEL) yang memiliki daerah territorial tertentu namun hanya menyelenggarakan jasa telepon local dan mendapat bagian dari jasa telepon Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ), Sambungan Langsung Internasional (SLI) melalui perhitungan interkoneksi. Fungsi tiap divisi adalah terpisah, team bergerak dalam desentralisasi (tidak terpusat) manajemen dan aspek biaya serta keuntungan dibagi terpisah, dengan menjaga internal aspek keuangan masing-masing.

Perusahaan juga mengorganisasikan jasa pendukung bisnis untuk penyediaan jasa informasi, memperbaiki pelatihan dan pendukung manajemen

dalam Divisi regional TELKOM, dari Divisi I sampai VII mewakili Geografis Indonesia seperti:

1. Divisi Regional I, Sumatera.
2. Divisi Regional II, Jakarta dan Wilayah sekitarnya.
3. Divisi Regional III, Jawa Barat.
4. Divisi Regional IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. Divisi Regional V, Jawa Timur.
6. Divisi Regional VI, seluruh Kalimantan.
7. Divisi Regional VII kawasan Indonesia Timur yang trdiri dari seluruh Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua.

Perkembangan terakhir berdasarkan keputusan Direksi TELKOM, mulai tanggal 31 Desember 1996 TELKOM menambah dua Divisi, yaitu Divisi Multimediandan Divisi Pembangunan. Divisi Multimedia yang mengelola jasa pengelola bisnis utama, sedangkan Divisi Pembangunan termasuk Divisi Penunjang.

1. Ruang Lingkup Divisi-Divisi di PT.TELKOM

   Adapun ruang lingkup dari masing-masing Divisi dapat diuraikan sebagai berikut:

   1) Divisi Network

      Divisi yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan tranmisi jalur utama nasional. Pelanggan Divisi Network adalah untuk kepentingan internal TELKOM namun bila dimungkunkan dapat melayani eksternal TELKOM.

2) Divisi Multimedia

Divisi TELKOM yang mengelola Multimedia dan Network Provider untuk melayani masyarakat, langganan dan internal TELKOM, *Internal Provider Corporate Costumers*. Divisi ini bertanggung jawab untuk menyiapkan bisnis masa depan yang ditandai dengan adanya konvergensi telepon, televise kabel (*Video Communication)* dan *Internet (Computer Communication*).

3) Divisi Sistem Informasi

Divisi yang menyediakan sistem informasi, baik untuk kepentingan TELKOM maupun pihak lain, produk-produk layanan yang dihasilkan adalah : *Software, Management Informations System, System Information Costumer* (SISKA), *Biling Corporate Database*, Interkoneksi Billing dan Proses Telepon Selular.

4) Divisi Riset Teknologi Informasi (RisTi)

Divisi yang melaksanakan Riset dan Pembangunan Teknologi Telekomunikasi dan Informasi yang kepentingan internal TELKOM, baik riset pengembangan produk baru, standarisasi perangkat, *Grand Scenario Technologi* uji kaji laboratorium.

5) Divisi Properti

Divisi yang mengelola *Property* (tanah gedung, dan sarana lainnya) milik TELKOM yang tidak berkaitan dengan alat

produksi, pengelolaan property ini utamanya untuk kepentingan TELKOM, namun bila memungkinkan dapat melayani pihak lainnya.

6) Divisi Atelir

Divisi yang berfungsi sebagai *Repair Center* (Pusat Pembengkelan) bagi kepentingan TELKOM, meliputi : Pengetesan dan Modul Repair menyediakan suku cadang perangkat dan konsultasi teknis.

7) Divisi Pelatihan

Divisi yang menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi pegawai TELKOM untuk menunjang Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas professional dan berintegrasi.

8) Divisi Pembangunan

Divisi yang melaksanakan pembangunan, kontruksi jaringan konsultasi pembangunan, desain proyek dan pengadaan untuk kepentingan TELKOM. Divisi pembangunan ini tidak menagani pembangunan yang menjadi tanggung jawab Mitra KSO yang harus diselesaikan sampai Repelita VI.

3.1.1.1 Visi dan Misi PT. TELKOM

Setiap perusahaan yang didirikan akan mempunyai program sebagai sandaran bagi setiap aktifitasnya, sehingga masing-masing perusahaan mempunyai tolak ukur tersendiri. PT TELKOM membawa misi yang diemban dan visi yang harus dicapai dengan membuat kebijakan-kebijakan dalam hal produk dan jasa layanan telekomunikasi.

Seiring dengan berjalanya kurun waktu, visi dan misi organisasi PT TELKOM mengalami perubahan sesuai dengan standart yang harus dicapai pada periode masing-masing.

Visi dan Misi PT TELKOM sebagai penyedia layanan dibidang jasa telekomunikasi, yaitu:

1. Visi

   " *To Become a Leading Inficom Player in the Region* ", menunjang suatu tekad PT TELKOM untuk menjadi penyelenggara jasa informasi dan komunikasi yang handal dan terkemuka di level regional.

2. Misi

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

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's Best Companies 2006 Award dari majalah Finance Asia.

Saham TELKOM per 31 Desember 2006 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (51,19%) dan pemegang sahan public (48.81%), yang terdiri dari investor asing (45,54%) dan investor local (3,27%). Sementara itu harga saham TELKOM di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2006 telah meningkat sebesar 71,2% dari Rp 5.600,- menjadi 10.100,-. Kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir 2006 sebesar USD 22,6 miliar.

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

3.1.1.2 Unit Bisnis Telkom

Unit-unit Bisnis TELKOM terdiri dari Divisi, Center, Yayasan, dan Anak Perusahaan, sebagai berikut:

1. Divisi Long Distance
2. Carrier Interconnection Service
3. Divisi Multimedia
4. Divisi Fixed Wireless Network
5. Enterprise Service
6. Divisi Regional I – Sumatera
7. Divisi Regional II – Jakarta
8. Divisi Regional III – Jawa Barat
9. Divisi Regional IV – Jawa Tengah dan Yogyakarta
10. Divisi Regional V – Jawa Timur
11. Divisi Regional VI – Kalimantan
12. Divisi Regional VII – Kawasan Timur Indonesia
13. Maintenance Service Center
14. Training Center
15. Carrier Development Support Center
16. Management Consulting Center
17. Construction Center
18. I/S Center
19. R&D Center

20. Community Development Center (CDC)

3.1.1.3 Yayasan-Yayasan :

1. Dana Pensiun (Dapentel).
2. Yayasan Pendidikan TELKOM.
3. Yayasan Kesehatan.
4. Yayasan Sandhykara Putra Telkom (YSPT).

3.1.1.4 Anak Perusahaan :

Kepemilikan >50%

1. PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) : Telekomunikasi (Selular GSM) (baru).
2. PT. Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra) : Telekomunikasi (KSO – VI Kalimantan).
3. PT. Infomedia Nusantara (Infomedia) : Layanan Informasi (baru).
4. PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional : Internasional Telecommunication Services, Investment & Strategic Partnership and Project Management & Consultancy.
5. PT. Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo) : Telekomunikasi Telepon Tetap (KSO – I Sumatra).

6. PT. Multimedia Nusantara (Metra) : Multimedia, pay special TV.

7. PT. Napsindo Primental Internasional (Napsindo) : Network Access Point.

8. PT. Indonusa Telemedia (Indonusa) : TV Cable (baru).

9. PT. Graha Sarana Duta (GSD) : Properti, Kontruksi dan Jasa (baru).

Kepemilikan 20% - 50%

1. PT. Patra Telekomunikasi Indonesia (Patrakom) : Layanan VSAT.

2. PT. Citra Sari Makmur (CSM) : VSAT dan layanan telekomunikasi lainnya.

3. PT. Pasifik Satelit Nusantara (PSN) : Transponder Satelit dan Komunikasi.

Kepemilikan < 20%

1. PT. Mandala Selular Indonesia (MSI) : Layanan NMT – 450 Selular dan CDMA.

2. PT. Batam Bintan Telekomunikasi (Babintel) Telepon Tetap di Batam dan Pulau Bintan.

3. PT. Pembangunan Telekomunikasi Indonesia (Bangtelindo) : Pengelolaan jaringan dan Peralatan Telco.

3.1.2 Sejarah Speedy

Data Vas & Sales merupakan divisi dari PT.TELKOM yang bergerak dalam bidang marketing/ penjualan produk dari PT.TELKOM yang bekaitan dengan akses Broadband dan komunikasi data.

Speedy adalah produk terbaru dari TELKOM yang dipasarkan oleh divisi tersebut. Penggunaan produk Speedy di Bandung masih tergolong baru, karena launching Speedy di Bandung baru dilakukan sekitar dua tahun yang lalu (sekitar awal Juni 2006). Sehingga Divisi Data Vas & Sales difokuskan untuk memasarkan Speedy untuk memperbanyak pelanggan yang menggunakan jasa PT.TELKOM.

PT.TELKOM Tbk.,sebagai salah satu service provider telekomnikasi di Indonesia yang lebih banyak bergerak dalam bidang Landline Phones, Mobile Phone, dan multimedia. Salah satu produk yang dtawarkan dari bidang multimedia adalah Produk TelkomSpeedy.

Speedy adalah produk layanan internet access end–to-end dari PT.TELKOM dengan basis teknologi Asymetric Digital Subsciber Line (ADSL), yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijaminkan sesuai dengan paket layanan yang diluncurkan oleh modem sampai BRAS (Broadband Remote Access Server). Produk ini menwarkan kemudahan untuk mengakses internet dengan kecepatan hingga 1 Mbps.

Layanan Speedy telah ditetapkan sebagai newr evenoe generator TELKOM di masa datang. Salah satu hal yang mendasar untuk menjadikan produk Speedy sebagai produk unggulan serta dapat memberikan layanan terbaik bagi pelanggan adalah tersedianya sebuah pedoman yang dapat menjadi acuan bagi seluruh personil Speedy. Layanan Speedy ini melibatkan Divisi Multimedia, seluruh Divisi Regional, Divisi Enterprise Service, Divisi Long Distance, ISC, Infomedia, dan Mitra.

Delivery Channel (DC) dalam hal ini Divisi Enterprise Service sebagai Interface kepada Corporate Customer dan Divisi Regional sebagai interface kepada pelanggan personal. DC memerlukan integrasi PO-DC untuk dapata memberikan layanan sesuai dengan SLG kepada pelanggan.

Harapan dan tingkat kehandalan yang diminta oleh pelanggan untuk menunjang operasionalnya membutuhkan unit pelayanan yang mampu memberikan jaminan layanan maksimal baik saat delivery maupun after sales. Bahwa peta peran dan proses bisnis yang mengatur hubungan PO-DC dan Mitra dalam menyelenggarakan delivery dan after sales layanan Speedy End to end saat ini belum mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan, sehingga sudah saatnya Telkom melakukan transformasi peta peran dan bisnis proses layanan Speedy yang Radikal.

Keunggulan yang dimilki Speedy adalah sebagai berikut :

1. saluran telepon dapat di gunakan untuk pembicaraan telpon dan akses internet secara bersamaan.

2. Koneksi lebih cepat, downsteam sampai dengan 384 Kbps.

3. Koneksi ke internet dapat di lakukan setiap saat karena setiap hubungan internet bersifat dedicated connection.

4. Layanan terintegrasi, yaitu jaringan internet dan provider internet yang sama.

5. Koneksi bersifat *highly reliable* dan *highly secure*.

6. Pemakaian mudah dikendalikan dan di pantau dengan fitur Quota alert atau mengakses www.telkomspeedy.com.

7. Pilihan paket berlangganan di tawarkan bersifat variatif sesuai dengan kebutuhan pengguna layanan.

8. Tanpa deposit (uang jaminan) berlangganan.

9. Akses kabel lebih handal dan nyaman, tanpa membutuhkan Tower dan Antena.

TelkomSpeedy mengeluarkan paket layanan terbarunya per 1 April 2009, namun demikian paket ini baru berlaku di wilayah Jabotabek dan Jawa Barat. Berbeda dengan paket layanan lama, paket terbaru ini terlihat digolongkan berdasarkan kecepatan akses yang diperoleh oleh pengguna. Satu hal yang mengejutkan adalah kecepatan maksimal yang dijanjikan TelkomSpeedy MultiSpeed adalah 3 Mbps atau sekitar 375KB/s pada pake Biz.

Proses migrasi telkom speedy paket personal berbasis data ke paket personal berbasis waktu cukup mudah, bahkan tanpa dikenakan biaya tambahan. Saya hanya membayar biaya materai sebesar 6000 ribu rupiah, dan menandatangani pernyataan aturan layanan telkom speedy. Sehubungan dengan trauma masa lampau, saya memastikan sekali lagi kepada CS Telkom Speedy

bahwa paket telkom speedy saya akan berubah per tanggal 1 April 2007 bukan pada akhir bulan pendaftaran. Informasi lebih lanjut tentang Paket Telkom Speedy Time Based.

A. **Modem**

Untuk dapat mengakses Speedy, kita tidak dapat mempergunakan modem analog biasa, melainkan harus mempergunakan modem ADSL Modem dapat dihubungkan ke komputer/laptop melalui fasilitas konektor:

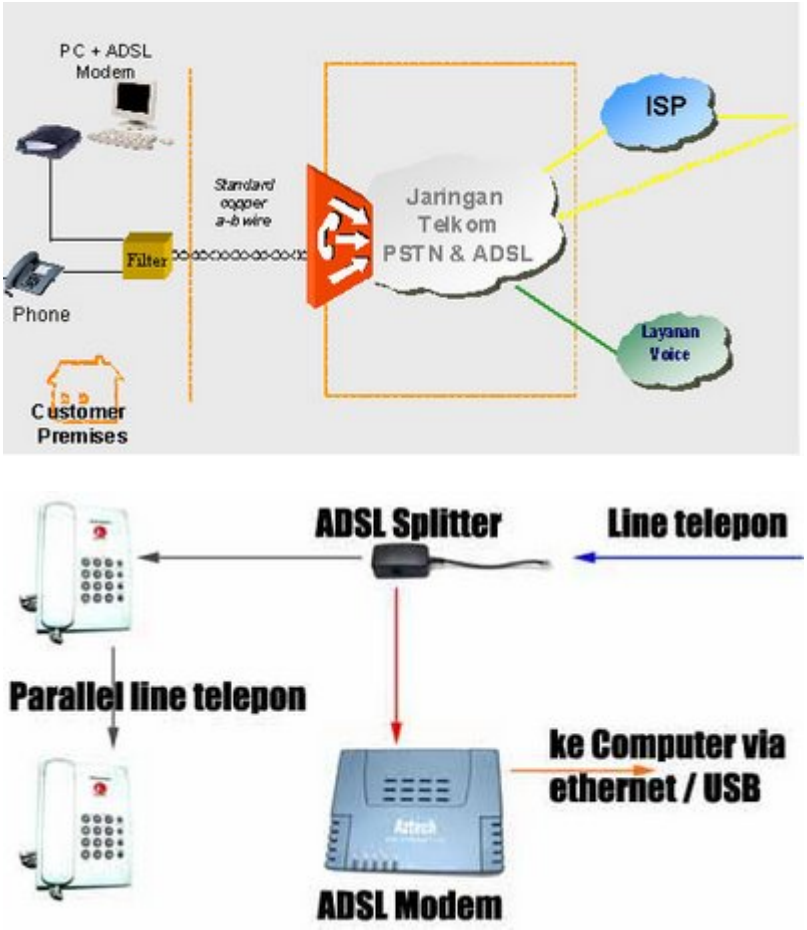
1. Ethernet LAN (umumnya memiliki 1 port hingga 4 port)
2. Wireless LAN
3. USB

Paket-paket Modem yang ada memungkinkan menggabungkan dua atau tiga fasilitas di atas, ataupun hanyamemiliki satu saja. Modem ADSL pada umumnya juga sudah menyediakan fasilitas-fasilitas builtin router, pengaturan modem melalui web browser, dan fitur keamanan seperti firewall.

B. **Koneksi**

Koneksi ke internet dapat dilakukan setiap saat (on-line) di mana setiap hubungan sifatnya dedicated connection. Koneksi memiliki sifat highly reliability dan highly secure. Tidak seperti modem kabel, ADSL memberikan dedicated line ke Internet.

Dikarenakan teknologinya, tidak semua jaringan telepon dapat dipergunakan untuk layanan Speedy. Untuk dapat melakukan koneksi ADSL, diperlukan kualitas jaringan telepon yang cukup baik serta alat Digital Multiplekser (DSLAM) di STO Telkom terdekat yang melayani jaringan telepon yang ingin dikoneksikan dengan Speedy.



Sumber : www.telkomspeedy.com

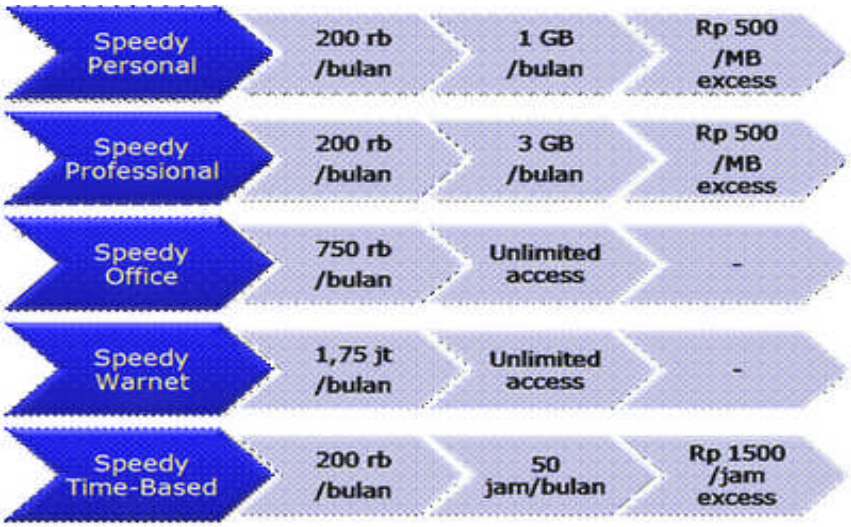
Gambar 3.1. Cara mengkoneksikan Speedy ke Telepon

Untuk melakukan koneksi internet, modem ADSL melakukan 2 tahap koneksi:

1. Koneksi ADSL dari modem ke Digital Multiplekser (DSLAM) di STO terdekat
2. Koneksi Internet ke BRAS (Broadband Remote Access Server), untuk memverifikasi username dan password pelanggan.

Biasanya pada modem ADSL, kedua tahap koneksi tersebut dapat terlihat dari lampu led yang berlabelkan "ADSL" dan "Internet".

C. **Tarif Telkom Speedy**



Sumber : www.telkomspeedy.com

Gambar 3.2. Tarif Telkom Speedy

D. **Keamanan**

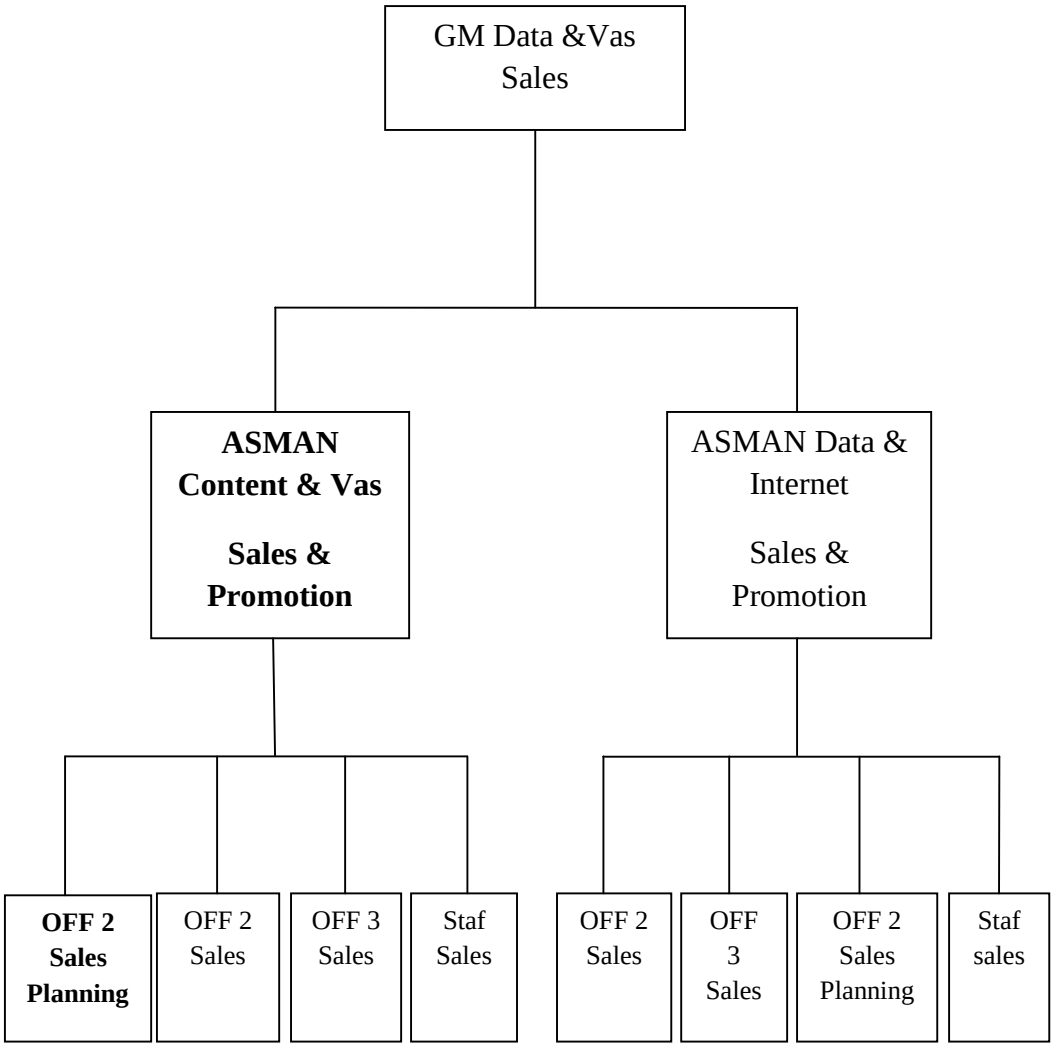
Disarankan, pengguna Speedy dan koneksi internet pada umumnya, seharusnya menginstal firewall dan anti virus yang mampu untuk meminimalisasi serangan-serangan maya dari perengah (cracker) maupun worm, trojan horse, dan virus.

E. **Dimana dapat melihat info tentang SPEEDY ?**

a. Web: http://www.telkomspeedy.com/
b. Phone: CALL CENTER 147
c. Walk: PLASA TELKOM terdekat

3.2 Struktur Organisasi Divisi Data Data Vas Sales

Untuk Produk Speedy



Sumber : Dokumentasi selama melakukan kerja praktek, 2009

Gambar 3.3. Struktur Organisasi

3.3 Deskripsi Kerja

3.3.1. GM Data & Vas Sales

a. Tugas :

1. Memastikan efektivitas penjualan (sales) dan promosi penjualan untuk meningkatan jumlah pelnggan produk Data, Internet dan Content VAS.

b. Tanggung Jawab :

1. Memastikan tersedianya strategi pengelolaan Sales Data dan VAS yang sejalan dengan strategi operasional Kandatel.
2. Memastikan tersedianya rumusan/ penjabaran sistem dan kebijakan pengelolaan Sales Data dan VAS sesuai dengan pedoman serta kebijakan sub bisnis unitnya seta kebijakan fungsional perusahaan.
3. Memastikan tersedianya usulan RKA Sales Dta dan VAS mengacu pada strategi dan kebijakan pengelolaan Sales Data dan VAS.
4. Memastikan tercapainya kinerja fungsi Sales Data dan VAS melalui pelaksanaan RKA dan implementasi sistem pengelolaan kinerja di fungsinya sesuai kebijakan yang berlaku (SKU dan SKI)
5. Memastikan optimalnya penggunaan sumber daya di unit kerjanya.

6. Memastikan pengembangan karir dan peningkatan kompetensi subordinate-nya difasilitasi dengan baik.
7. Memastikan terciptanya kerjasama yang kondusif dan sinergis dengan pihak-pihak terkait.
8. Memastikan kebijakan Sales Data dan VAS dan informasi penting dipahami oleh karyawan d jajaran organisasinya.
9. Memastikan terindentifikasinya semua resiko proses yang berada dalam lingkup tanggung jawabnya, serta memastikan pengendalian & evaluasinya secara periodic/inisidentil untuk minimalisasi resiko.
10. Memastikan efektivitas program penjualan produk Data & Internet & VAS memastikan tersusunnya demand potensial dan waiting list.
11. Memastikan efektivitas program promosi untuk mendukung penjualan produk.
12. Memastikan efektivitas pemanfaatan informasi competitor dan customer profilling untuk mendukung penjualan dan promosi.
13. Memastikan efektivitas pembinaan sales forces dan outlets (saluran distribusi).

3.3.2. ASMAN Data & Internet Sales & Promotion

c. Tugas :

1. Memastikan implementasi penjualan (sales) dan promosi produk Data & Internet secara efektif untuk meningkatkan jumlah pelnggan baru melalui implementasi penjulan, promosi, penjulan, pemanfaatan, informasi competitor, dan perluasan outlets, serta pembinaan sales forces.

d. Tanggung Jawab :

1. Memastikan tersedianya rumusan program kerja dan anggaran tahunan sales & promotion Data & Internet selaras dengan strategi pengelolaan Sales Data & VAS.
2. memastikan tersedianya rumusan prosedur operasional atau aturan-aturan pendukung lainnya dengan kebijakan Sales Data & VAS.
3. Memastikan efektivitas penugasan / pendistribusian program kerja kepada subordinate sesuai dengan peran dan tanggungjawabnya.
4. memastikan tercapainya kinerja Sales&Promotion Data & Internet melalui pelaksanaan program kerja sesua proses bisnis dan implementasi sistem pengelolaan kinerja di unit kerjanya sesuai kebijakan yang berlaku.
5. memastikan optimalnya penggunaan sumberdaya di unit kerjanya.
6. memastikan pengembangan karir dan peningkatan kompetensi subordinate-nya difasilitasi dengan baik.

7. memastikan terciptanya kerjasama yang kondutif dan sinergi dengan pihak-pihak terkait.
8. memastikan kebijakan Sales & Promotion Data & Internet dan informasi penting dipahami oleh karyawan di jajaran organisasinya.
9. memastikan terindentifikasinya semua resiko proses bisnis yang berada dalam lingkup tanggung jawabnya, serta memastikan pengendalian & evaluasinya secara periodic/ insidentil untuk minimalisasi resiko.

3.3.3 ASMAN Content & Vas Sales & Promotion

e. Tugas :

1. memastikan implementasi penjualan (sales) dan promosi produk CONTENT & VAS secara efektif untuk meningkatkan jumlah pengguna dan pelanggan baru melalui implementasi penjualan, promosi penjualan, pemanfaatan informasi competitor, dan perluasan outlets, serta pembinaan sales forces.

f. Tanggung Jawab :

1. Memastikan tersedianya rumusan program kerja dan anggaran tahunan Sales & Promotion Content &VAS selaras dengan strategi pengelolaan Sales Data &VAS.
2. Memastikan tersedianya rumusan procedur operasional atau aturan-aturan pendukung lainnya sesuai dengan kebijakan Sales Data & VAS.
3. memastikan efektivitas penugasan/ pendistribusian program kerja kepada subordinate sesuai dengan peran dan tanggungjawabnya.
4. memastikan tercapainya kinerja Sales & Promotion Content & VAS melalui pelaksanaan program kerja sesuai proses bisnis dan implementasi sitem pengelolaan kinerja di unit kerjanya sesuai kebijakan yang berlaku.
5. Memastikan optimalnya penggunaan sumberdaya di unit kerjanya.
6. memastikan pengembangan karir dan peningkatan kompetensi subordinate-nya difasilitasi dengan baik.
7. memastikan terciptanya kerjasama yang kondutif dan sinergis dengan pihak-pihak terkait.
8. Memastikan kebijakan Sales & Promotion Content & VAS dan informasi penting dipahami oleh karyawan di jajaran organisasinya.

9. Memastikan terindentifikasinya semua resiko proses bisnis yang berada dalam lingkup tanggungjawabnya, serta pengendalian & evaluasinya secara periodic/insidentil untuk minimalisasi resiko.

3.4 Analisis Sistem yang Berjalan

Sistem pendaftaran pasang baru speedy yang berjalan di PT.Telkom saat ini belum efisien dan efektif dan ini menyebabkan kinerjanya masih memerlukan waktu yang lama sehingga dalam proses pemasangan speedy kepada customer sedikit terlambat karena perlunya pengecekan dalam hal adanya persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi agar pemasangan speedy berjalan dengan lancar.