BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi. Cikal bakal PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan badan usaha bernama Post-en Telegraafdlenst yang didirikan dengan Staatsblad No.52 tahun 1884. Penyelenggaraan telekomunikasi di Hindia Belanda pada waktu itu pada mulanya diselenggarakan oleh swasta. Bahkan sampai tahun 1905 tercatat 38 perusahaan telekomunikasi, yang pada tahun 1906 diambil alih oleh pemerintah Hindia Belanda dengan berdasarkan Staatsblad No.395 tahun 1906. sejak itu berdirilah Post, Telegraaf en Telefoondients atau disebut PTT-Dienst. PTT-Dienst ditetapkan sebagai Perusahaan Negara berdasarkan Staatsblad No.419 tahun 1927 tentang Indonesia Bedrijvenwet (I.B.W.,Undang-undang Perusahaan Negara).

Jawatan PTT ini berlangsung sampai dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perpu) No.19 tahun 1960 oleh Pemerintah Republik Indonesia, tentang persyaratan suatu perusahaan Negara dan PTT. Dienst memenuhi syarat untuk tetap menjadi suatu Perusahaan Negara (PN). Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No.240 tahun 1961, tentang pendirian perusahaan Negara pos dan telekomunikasi disebutkan, bahwa Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi disebutkan,

bahwa Perusahaan Negara sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 1.B dilebur ke dalam Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN.Pos dan Telekomunikasi).

Dalam perkembangan selanjutnya Pemerintah memandang perlu untuk membagi PN Pos dan Telekomunikasi menjadi dua Perusahaan Negara yang berdiri sendiri. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.29 tahun 1965, maka berdirilah Perusahaan Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan pendirian Perusahaan Negara Telakomunikasi (PN Telekomunikasi) diatur dalam Peraturan Pemerintah No.30 tahun 1965. Bentuk ini pun dikembangkan menjadi Perusahaan Umum (Perum) Telekomunikasi melalui Peraturan Pemerintah No. 36 tahun 1974. Dalam peraturan tersebut dinyatakan pula Perusahaan Umum Telekomunikasi sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi untuk umum, baik hubungan telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri. Tentang hubungan telekomunikasi luar negeri pada saat itu juga diselenggarakan PT. Indonesian Satellite Corporation (Indosat), yang masih berstatus perusahaan asing, yakni American Cable & Radio Corporation, suatu perusahaan yang didirikan berdasarkan peraturan perundangan Negara bagian Delaware, Amerika Serikat.

Seluruh saham PT. Indosat dengan modal asing ini pada akhir tahun 1980 dibeli oleh Negara Republik Indonesia dari American Cable & Radio Corporation. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.53 tahun 1980 tentang telekomunikasi untuk umum yang isinya tentang Perubahan atas

Peraturan Pemerintah No.22 tahun 1974. Berdasarkan peraturan pemerintah No.53 tahun 1980, PERUMTEL ditetapkan sebagai badan usaha yang berwenang menyelenggrakan telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan Indosat ditetapkan sebagai badan usaha penyelenggara telekomunikasi untuk umum internasional.

Memasuki Repelita V pemerintah merasakan perlunya percepatan pembangunan telekomunikasi, karena sebagai infrastruktur diharapkan dapat memacu pembangunan sector lainnya. Selain hal tersebut penyelenggaraan telekomunikasi membutuhkan manajeman yang labih professional, oleh sebab itu perlu menyesuaikan bentuk perusahaan. Untuk itu berdasarkan Peraturan Pemerintah No.25 tahun 1991, maka bentuk Perusahaan Umum (PERUM) dialihkan menjadi Perusahaan Perseorangan (Persero), sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-Undang No.9 tahun 1969. Sebab itu berdirilah Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia atau TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK.

Mengantisipasi era globalisasi, seprti diterapkannya perdagangan bebas baik internasional, maupun regional, maka PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada tahun 1995 ini melaksanakan program besar secara simultan. Program-program tersebut adalah restrukturisasi intenal, Kerja Sama Operasi (KSO) dan

Persiapan *Go Public/International* atau dikenal dengan *Initial Public Offering.* Restrukturisasi Internal meliputi bidang usaha sekaligus pengorganisasiannya. Bidang usaha PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

dibagi menjadi tiga, yaitu bidang usaha utama, bidang usaha terkait dan bidang usaha pendukung. Bidang usaha utama PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah menyelenggarakan jasa telepon lokal dan jarak jauh dalam negeri, sedangkan usaha terkait termasuk Sistem Telepon Bergerak Selular (STBS), sirkit langganan, teleks, penyewaan transponder satelit, VSAT dan jasa nilai tambah tertentu.

Bidang usaha terkait ini ada yang diselenggarakan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan ada juga yang diselenggarakan bekerjasama dengan pihak ketiga melalui perusahaan patungan. Sedangkan bidang usaha pendukung adalah bidang usaha yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelayanan jasa telekomunikasi, namun keberadaannya mendukung kelancaran bidang utama dan bidang terkait. Bidang pendukung dimaksud adalah pelatihan, sistem informasi, atelir, properti, riset teknologi dan informasi.

Untuk menampung bidang-bidang usaha tersebut maka sejak 1 Juli 1995 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk telah menghapuskan struktur Wilayah Usaha Telekomunikasi (Witel) dan secara *de facto* meresmikan dimulainya era divisi. Sebagai pengganti Witel, bisnis bidang utama dikelolaoleh tujuh Divisi Regional dan Divisi Network. Divisi Regional menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayahnya masingt-masing, sedangkan Divisi Nettwork menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negeri melaui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional. Divisi Regional PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk mencakup wilayah-wilayah yang dibagi dalam :

1. Divisi Regional I, Sumatera
2. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya
3. Divisi Regional III, Jawa Barat
4. Divisi Regional IV. Jawa Tengah dan DIY Yogyakarta
5. Divisi Regional V, Jawa Timur
6. Divisi Regional VI, Kalimantan
7. Divisi Regional VII, Kawasan Timur Indonesia yang meliputi Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Irian Jaya.

Masing-masing Divisi dikelola oleh suatu tim manajemen yang terpisah berdasarkan prinsip desentralisasi serta bertindak sebagai pusat investasi (Divisi Regional) dan pusat keuntungan (Divisi Network dan divisi lainnya) serta mempunyai laporan keuangan internal yang terpisah. Sedangkan divisi-divisi pendukung terdiri dari Divisi Pelatihan, Divisi Properti, Divisi Sistem Informasi. Beralihnya kebijakan sentralisasi ke kebijakan dekonsentrasi dan desentralisasi kewenangan, maka struktur dan fungsi Kantor Pusat juga mengalami perubahan. Berdasarkan organisasi Dvisional ini maka Kantor Pusat diubah menjadi Kantor Perusahaan, dan semula sebagai pusat investasi disederhanakan menjadi pusat biaya *(Cost Center).* Berlakunya kebijakan dekonsentrasi menjadikan jumlah sumber daya manusia Kantor Perusahaan menjadi lebih sedikit.

Kantor Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk berdasarkan akta perubahan yang terakhir berkedudukan di Jalan Japati No.1 Bandung, bertanggungjawab atas penyampaian sasaran pengelolaan perusahaan melalui

kegiatan unit kerja perusahaan secara keseluruhan. Dlaam kaitannya dengan Divisi, Kantor Perusahaan hanyalah menetapkan hal-hal yang strategis, sedangkan penjabaran operasionalnya dilaksanakan oleh masing-masing Divisi.

Dari hasil restrukturisasi KD 49/02, maka Struktur Korporasi Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk., secara garis besar meliputi Kantor Perusahaan. Didalam kantor perusahaan terdapat struktur yang dikepalai oleh Dewan Direksi, setelah itu di bawah Dewan Direksi terdapat Direksi, Direksi langsung membawahi empat divisi, yaitu Corporate Planning Group, Corporate Transformation Group, lalu Internal Auditor Group, yang terakhir yaitu Corporate Secretary didalam Corporate Secretary inilah Komunikasi Perusahaan berada.

3.2 Visi, Misi, dan Tujuan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

3.2.1 Visi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Visi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah *"To Become a Leading InfoCom Player In The Region"*

Makna dari visi tersebut yaitu: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk bukan lagi perusahaan yang memonopoli pasar telekomunikasi Indonesia, yang paling kompetitif tentu saja yang akan menang.

Menjadi *InfoCom Player* mengandung arti bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk bergerak dalam bidang bisnis informasi dan komunikasi yang secara konkrit diwujudkan dalam bentuk

keanekaragaman produk jasa. Semua layanan yang dijadikan hanya POTS *(Plain Ordinary Telephone Service),* kini menjadi PMVIS *(Phone, Mobile, View, Internet, Services).*

Dominan *InfoCom Player In The Region* mengandung pengertian bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan informasi dan komunikasi (InfoCom) yang berpengaruh di kawasan Asia Tenggra, yang kemudian akan berlanjut ke Kawasan Asia, dan Asia Pasifik.

3.2.2 Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

1. *To Provide One Stop Infocom Services with Excellent Quality & Competitive Price*. Artinya TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK menjamin pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, kualitas produk, kualitas jaringan, dengan harga yang kompetitif.
2. *To be The Role Model as The Best Managed Indonesian Coorporation*. Artinya TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK merupakan contoh model perusahaan yang terbaik dalam mengelola manajemennya.

3.2.3 Tujuan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Tujuan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk antara lain:

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

Rumusan Kredo *Commited 2 U* bisa dianggap sebagai refleksi kepercayaan fundamental ataupun pandangan mendasar perusahaan terhadap realitas bisnis. Selengkapnya *Commited 2 U* dirumuskan sebagai berikut:

"Perusahaan dan seluruh jajarannya memberikan komitmen pelayanan dan hasil serta citra yang terbaik kepada para stakeholder"

Kata *Commited* diartikan sebagai pernyataan janji dan kesediaan untuk melibatkan diri secara total dalam rangka memberikan yang terbaik kepada stakeholder. Pelibatan diri ini dapat dilakukan dalam bentuk aktivitas pekerjaan, pemikiran, menganut nilai-nilai bersama, mendukung manajemen, menanggung tanggung jawab, menjalankan

kepemimpinan, pengembangan kompetensi dan sebagainya, yang kesemuanya itu dilakukan dalam rangka memberikan yang terbaik.

3.3 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Berikut ini adalah logo lama PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang banyak dikenal banyak orang untuk jangka waktu alama sebelum akhirnya diganti dengan logo baru yang lebih modern.

Gambar 3.1
Logo Lama PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.



Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., 2010

Adapun arti dari logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. adalah:

1. **Bentuk bulatan dari logo** melambangkan Keutuhan Wawasan Nusantara; Ruang gerak TELKOM secara nasional & internasional; **TELKOM** yang mantap, modern, luwes, dan sederhana
2. **Warna biru tua dan biru muda bergradasi** melambangkan teknologi telekomunikasi tinggi atau canggih yang terus berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang

3. **Garis-garis tebal dan tipis yang mengesankan gerak pertemuan yang beraturan** menggambarkan sifat komunikasi dan kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis
4. **Tulisan INDONESIA dengan huruf Futura Bold Italic**, menggambarkan kedudukan TELKOM sebagai Pandu Bendera Telekomunikasi Indonesia (*Indonesian Telecommunication Flag Carrier*).

Sekarang logo lama telah diganti dengan logo baru yang merupakan cerminan masa depan Telkom yang lebih modern. Logo baru PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 3.2
Logo Baru PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk.



Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., 2010

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

Dengan identitas dan *portofolio* bisnis yang baru, Telekomunikasi Indonesia, Tbk juga memiliki nilai-nilai yang baru. Untuk menjawab tantangan masa depan tersebut Telekomunikasi Indonesia, Tbk melakukan transformasi secara menyeluruh dan mendasar. Transformasi kali ini adalah yang paling besar sepanjang sejarah Telekomunikasi Indonesia, Tbk, 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 Resource.*

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

1. *Expertise* (mencerminkan tradisi pengetahuan dan pengalaman Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang dalam dan luas dalam industrinya)
2. *Empowering* (memberdayakan pelanggan untuk mearih cita-cita mereka)
3. *Assured* (memberikan keyakinan pada pelanggan untuk bisa mengandalkan Telekomunikasi Indonesia, Tbk 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 Telekomunikasi Indonesia, Tbk dalam bekerja sama dengan para pelanggan).

3.4 Motto PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk.

Keputusan Direksi PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk. No. KD.41/ PR000/ SEK-00/ 2002 tanggal 07 Agustus 2002 menetapkan satu-satunya pesan korporasi (kredo) dalam bentuk kelompok kata yang dituangkan dalam tulisan, dan dibaca, diucapkan sebagaimana laval bacaan Bahasa Inggris, sebagai berikut:

Gambar 3.3
Motto PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.



Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., 2010

Arti kredo PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk. adalah:

1. Kami selalu fokus kepada pelanggan
2. Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang kompetitif
3. Kami selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik *(best practices)*
4. Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam peningkatan produktivitas dan kontribusi kerja
5. Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik

3.5 Maskot PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Selain logo, PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk. juga memiliki maskot diberi nama *"Be Bee"*, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3.4
Maskot PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.



Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., 2010

Arti dari maskot PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk., adalah:

1. Antena Lebah Sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan
2. Mahkota Kemenangan
3. Mata yang Tajam dan Cerdas
4. Sayap Lincah dan Praktis
5. Tangan Kuning Memberikan Karya Yang Terbaik.
6. Filosofi Dibalik Sifat dan Perilaku "*Be Bee*"

Lebah tergolong makhluk sosial yang senang bekerja sama, pekerja keras mempunyai kesisteman berupa pembagian peran operasional dan

fungsional menghasilkan yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Di habitatnya, lebah mempunyai dengung sebagai tanda keberadaannya dan loyal terhadap kelompok berupa perlindungan bagi koloninya, maka akan menyerang bersama bila diganggu.

Lebah 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 berwarna biru merupakan penggambaran insan TELKOM Indonesia.

3.6 Budaya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

THE TELKOM WAY 135 sebagai budaya korporasi yang dikembangkan TELKOM merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk meneguhkan hati, merajut pikiran, dan menyerasikan langkah semua Insan TELKOM dalam menghadapi persaingan bisnis InfoCom.

Unsur-unsur “THE TELKOM WAY 135”, yaitu:

- Arti angka 1 (satu) asumsi dasar yang disebut *committed 2 you*.
- Arti Angka 3 (tiga) nilai inti, mencakup: *Customer Value, Excellent Service,* dan *Competent People*

- Arti angka 5 (lima) langkah perilaku untuk memenangkan persaingan, terdiri dari: *Stretch The Goals*, *Simplify*, *Involve Everyone*, *Quality is My Job*, dan *Reward the Winners*.

3.7 Strategi Bisnis PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Berikut ini merupakan strategi bisnis PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang dilakukan sebagai landasan bisnisnya, yaitu:

1. ***Multi Service Building***

   Untuk mengembangkan bisnis *infocom*, TELKOM harus dapat memberikan layanan terpadu. Dalam memasarkan sambungan telepon misalnya, harus sudah mencakup layanan multimedia. Pelanggan tidak lagi mengenal TELKOM hanya sebagai penyedia telepon tetapi sudah dapat menikmati berbagai layanan secara paket. Dalam hal ini akan mengikutsertakan TELKOM Group, sebagai pelanggan TELKOM berarti menjadi pelanggan perusahaan yang tergabung dalam TELKOM Group.

2. ***Service Excellent***

   Service Excellent sudah menjadi keharusan dalam berkompetisi. Layanan prima baik dari sisi kualitas produk, *delivery*, *price* dan layanan purna jual menjadi bagian penting yang harus mendapat perhatian jajaran Telkom.

3. ***Build Business Scale***

   Membangun bisnis beskala besar sangat penting bahwa Telkom yang sudah dikenal sebagai *national Company*. Untuk itulah *Central Policy* harus diperkuat dan produk arus mencakup *National Wide*. Produk-produk

dengan *branding local* perlu dihentikan kemudian dibuat stabdarisasinya sehingga apabila di implementasikan secara nasional akan membentuk *Business Scale* yang besar dan kompetitif (*barrier to entry*) bagi pesaing.

4. Strong Financial Growth

Pertumbuhan perusahaan secara *financial* sudah sangat perlu ditingkatkan dan semakin menjadi kunci kesinambungan dan pertumbuhan perusahaan.

3.8 Unit Bisnis PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Unit bisnis Telkom terdiri dari Divisi, Center, Yayasan dan anak perusahaan, yang dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini:

1. Divisi

a. Divisi *Long Distance* (Sub Divisi Satelit)
b. Divisi Multimedia
c. Divisi *Fixed Wireless*
d. Divisi Regional I wilayah Sumatera
e. Divisi Regional II wilayah Jakarta (Jadebotabek dan sekapur)
f. Divisi Regional III wilayah Jawa Barat dan Banten
g. Divisi Regional IV wilayah Jawa Tengah dan Jogjakarta
h. Divisi Regional V wilayah Jawa Timur
i. Divisi Regional VI wilayah Kalimantan
j. Divisi Regional VII kawasan timur Indonesia

2. Center

a. Maintenance Service Center

b. Carrier dan Interconnection Service Center

c. Enterprise Service Center

d. Training Center

e. Carrier Development Support Center

f. Managemen Consulting Center

g. Construction Center

h. I/ S Center

i. R & D Center

j. SME Development Center

3. Yayasan

a. Dana Pensiun (Dapentel)

b. Yayasan Pendidikan

c. Yayasan Kesehatan

4. Anak Perusahaan

a. Kepemilikan kurang dari lima puluh persen:

- PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel)
- PT. Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra)
- PT. Infomedia Nusantara (Infomedia)
- PT. Telekomunikasi Seluler Raya (Telsera)
- PT. Pro Infokom Indonesia (PII)
- PT. Indonusa Telemedia (Indonusa)

- PT. Graha Sarana Duta (GSD)

b. Kepemilikan dua puluh persen sampai lima puluh persen:

- PT. Pasifik Satelit Nusantara (PSN)
- PT. Multimedia Nusantara (Metra)
- PT. Citra Sari Makmur (CSM)
- PT. Menara Jakarta
- PT. Metro Selular Indonesia (Metrosel)
- PT. Mobile Selular Indonesia (Mobisel)
- PT .Napsindo Primatel Internasional (Napsindo)
- PT. Patra Telekomunikasi Indonesia (Patrakom)
- PT. Pramindo Ikat Nusantara

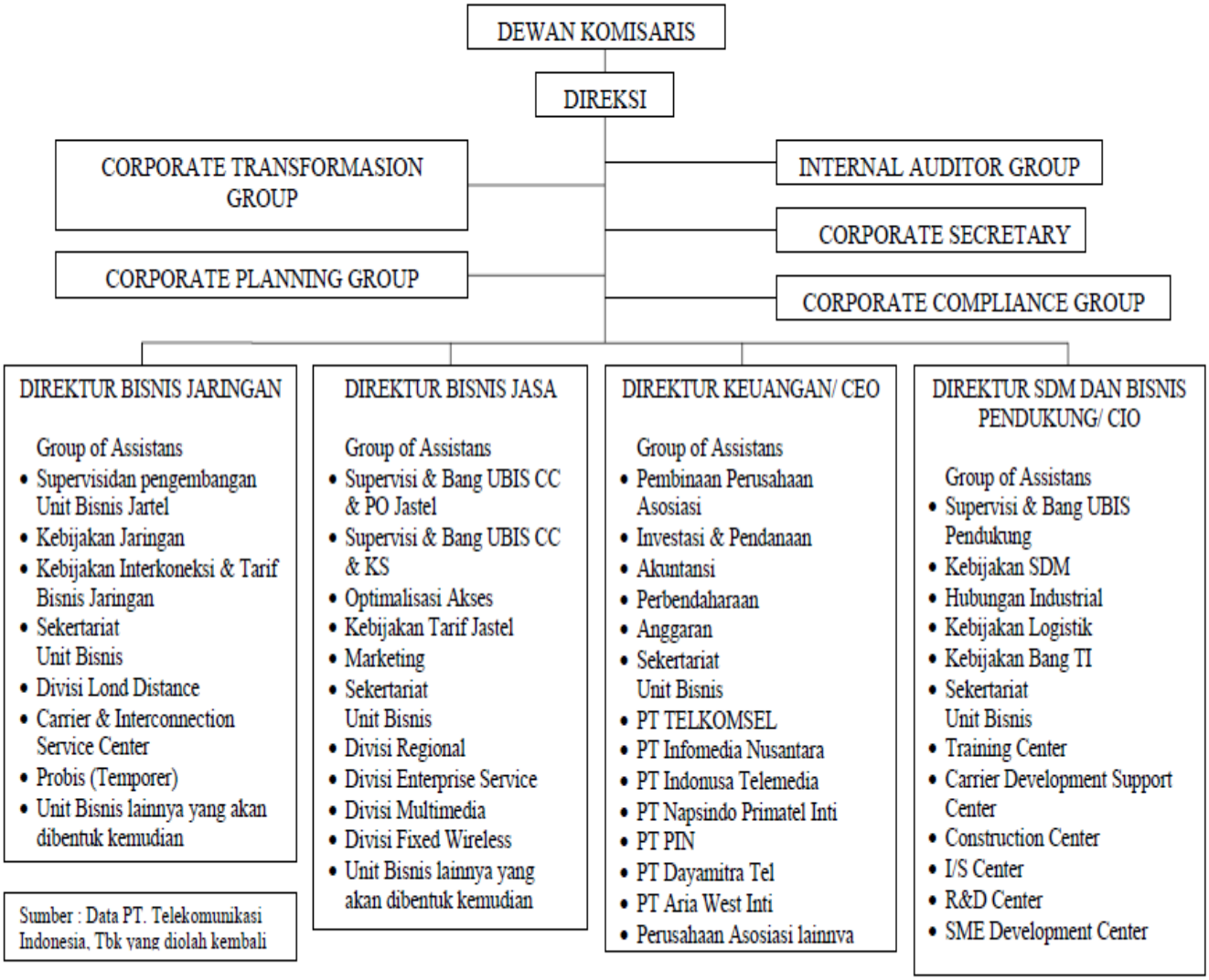
c. Kepemilikan kurang dari dua puluh persen

- PT. Batam Bintan Telekomunikasi (Babintel)
- PT. Telekomunikasi Selular Indonesia (Komselindo)
- PT. Medianusa PTE, Ltd.
- PT. Pembangunan Telekomunikasi Indonesia (Bangtelindo)

3.9 Struktur PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Struktur Organisasi perusahaan Telekomunikasi Indonesia, Tbk, yaitu:

Gambar 3.5.
Struktur PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., 2010

3.10 *Job Description Manager* dan *Assisten Manager*

Adapun uraian tujuan utama pekerjaan yang ada di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk Manager dan *Assisten Manager*, adalah sebagai berikut:

1. Manager Perencanaan

Tujuan utama pekerjaan, Bertanggung jawab mengendalikan pengelolaan sistem manajerial secara terpadu untuk mendukung ketepatan pengambilan keputusan General Manager

a. Assisten Manager Quality Assurance

- Tujuan utama pekerjaan, Bertanggung jawab dalam Penyusunan Business Plan serta penyelenggaraan fungsi manajemen umum lainnya.
- Bertanggung jawab dalam penyusunan Analisa Daerah Operasi, *Market Research*, (*Macro demand*) sebagai dasar proyek rencana Jangka Panjang (RJP).
- Bertanggung jawab dalam hasil kajian Kelayakan Jasa Baru dan Lama untuk dapat dimanfaatkan oleh manajemen maupun unit terkait.
- Bertanggung jawab dalam penyusunan hasil Analisa kajian performance fungsi organisasi dalam rangka perubahan dan perbaikan Sistem pengelolaan Operasional.

- Bertanggung jawab terhadap kwalitas proses produksi, kualitas produk, kwalitas pelayanan dan operasional sesuai dengan kriteria *World Class Operator* (WCO).

b. Assisten Manager Perencanaan Bisnis

Tujuan utama pekerjaan, bertanggung jawab atas penyelenggaraan, pengembangan, pemeliharaan dan pengoperasian Sistem Informasi Manajemen (perusahaan).

c. Assisten Manager Perencanaan Infrastruktur

Dengan tujuan utama pekerjaan bertanggung jawab atas penyajian data operasional secara tepat dan akurat.

2. Manager Sumber Daya Manusia

Tujuan utama pekerjaan menyediakan dukungan kepada unit-unit kerja dalam perencanaaan, pendayagunaan, pengembangan dan administrasi Sumber Daya Manusia.

a. Assisten Manager Pelayanan SDM

Tujuan utama pekerjaan, melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian belanja pegawai, kesejahteraan pegawai, dan pensiunan secara efektif dan efisien untuk mendukung pencapaian sasaran-sasaran dan target-target.

b. Assisten Manager Pengembangan Kompetensi SDM dan HRMIS

Tujuan utama pekerjaan, melaksanakan pengelolaan pengembangan dan pembinaan SDM untuk meningkatkan produktivitas dan nilai

tambah para pegawai guna mendukug pencapaian sasaran-sasaran dan target-target.

c. Assisten Manager Pengamanan

Tujuan utama pekerjaan, mengelenggarakan pengamanan umum dan sistem.

3. Manager Keuangan

Tujuan utama pekerjaan, mengkordinir penyusunan, pengendalian anggaran dan pelaporan realisasinya mengelola pembendaharaan yang meliputi pengelolaan kas dan bank, kegiatan penagihan dan pengelolaan/ administrasi/ pengawasan pendapatan.

Menyajikan laporan keuangan yang meliputi kegiatan akuntasi, jurnal, general ledger, kertas kerja keuangan, penyajian neraca, rugi laba, analisa sumber/ penggunaan dana dan ratio keuangan. Melaksanakan administrasi keuangan.

a. Assisten Manager Pembendaharaan

Tujuan utama pekerjaan menyelenggarakan kegiatan pengelolaan kas yang meliputi: penerimaan, pengeluaran fisik kas, verifikasi dokumen dan pelaporan rutin maupun insidentil.

b. Assisten Manager Anggaran

Tujuan utama pekerjaan, mengkoordinir penyusunan RKA, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan anggaran biaya (OPEX dan CAPEX) dan anggaran pendapatan serta membuat laporan dan analisa anggaran. Memproses redistribusi/ relokasi anggaran

c. Assisten Manager Akuntansi

Tujuan utama pekerjaan, mengelola pencatatan transaksi keuangan, mengkoordinir pelaksanaan audit dan tindak lanjut dan mengkoordinir penyusunan analisa laporan keuangan.

d. Assisten Manager Pengawasan Pendapat (WasPat)

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan kegiatan pengawasan pendapat yang meliputi penagihan, pengurusan, inventarisasi fisik tagihan, pendistribusian kuitansi, pengadministrasian tagihan dan penyelesaian interkoneksi.

4. Manager Logistik

Tujuan utama pekerjaan, terselenggaranya dukungan kepada unit-unit kerja dalam perencanaan, pengadaan, penyimpanan, pemeliharaan, pendistribusian, pengendalian persediaan perangkat telekomunikasi sarana penunjang dan pengadministrasian umum.

a. Assisten Manager Administrasi Logistik dan Sarana Umum

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan perencanaan dan administrasi perlengkapan guna memberikan dukungan kepada unit-unit kerja.

b. Assisten Manager Pengadaan Logistik

Tujuan utama pekerjaan, menyelnggarakan pengadaan barang dan jasa.

5. Manager Operasi dan Pemeliharaan Akses Pelanggan

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan operasi dan pemeliharaan jaringan kabel.

a. Assisten Manager Tata Usaha dan Logistik

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan, mengendalikan dan mengadministrasi kegiatan logistik dan keuangan.

b. Assisten Manager Administrasi Validasi Kabel dan Program Jaringan

Tujuan utama pekerjaan, menyiapkan dan menyajikan data rencana perluasan, rehabilitasi jaringan kabel, jumlah anggaran, jadwal pelaksanaannya serta menyelenggarakan dan mengadministrasikan kegiatan logistik dan keuangan.

c. Assisten Manager Jaringan

Tujuan utama pekerjaan, memelihara dan memperbaiki kabel primer dan *junction*; memlihara MH, HH, *Chamber* dan RK; memelihara *cabel Chamber* dan memelihara SATG.

d. Assisten Manager IKR, PSB dan Gangguan

Tujuan utama pekerjaan, memilhara dan mengembangkan sarana, prasarana dan fastel, serta menangani segala permasalahan jaringan kabel sekunder.

e. Assisten Manager Akses Pelanggan

Tujuan utama pekerjaan, mengkoordinir pengoperasian, pemeliharaan, perbaikan dan instalansi perangkat akses radio (ultra phone, rural,

DRMASS, WLL, DPG). Koordinasi unit terkait dengan akses radio dan fiber optik.

6. Kepala Dinas Niaga

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan kegiatan pemasaran/ penjualan dan pelayanan jasa telekomunikasi.

a. Assisten Manager Pelayanan

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan kegiatan pemasaran/ penjualan dan pelayanan jasa telekomunikasi.

b. Kepala Sub Dinas Operasi Telepon dan Telegrap

- Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan kegiatan persambungan telepon, penerangan informasi lokal (108) dan administrasi telepon.
- Menyelenggarakan kegiatan operasi telegrap dan administrasi telegrap.

c. Assisten Manager Telepon Umum dan Warung Telekomunikasi

Tujuan utama pekerjaan, menyelenggarakan operasi dan pemeliharaan serta administrasi telepon umum dan wartel.

d. Assisten Manager Pelayanan Khusus/Acc. Manager

Tujuan utama pekerjaan, tercapainya sasaran kualitatif berupa kepuasan pelanggan segmen corporate potensial serta kualitatif berupa target penjualan produk-produk jasa telekomunikasi.

e. Assisten Manager Program Pemasaran dan Data Pelanggan

- Tujuan utama pekerjaan, membantu kepala sub dinas pelayanan dalam penyusunan rencana dan kebijakan pengembangan pemasaran

untuk penentuan dan pencapaian target pemasaran dan kualitas pelayanan dalam suatu boundary pelayanan.

- Keabsahan administrasi data pelanggan baru maupun mutasi yang diinputkan ke dalam billing.

f. Assisten Manager Produksi dan Interkoneksi

Tujuan utama pekerjaan, menjamin kelancaran dan keakuratan data proses produksi pulsa dan interkoneksi.

3.11 *Telkom E-Service*

Telkom E-Service adalah layanan baru dari TELKOM yang dipersembahkan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dan semakin mendekatkan TELKOM dengan pelanggannya. Melalui layanan ini, pelanggan akan mendapatkan banyak kemudahan dalam berinteraksi dengan TELKOM secara *online.*

Layanan yang diberikan melalui layanan *Telkom E-Service* ini antara lain:

1. **Informasi Tagihan**

   Memberikan informasi tagihan *Fixed Telepon, Flexi Classy,* dan *Speedy* lengkap dengan komponen tagihan, seperti abodemen, Lokal, SLJJ, Seluler, dan pajak.

2. **Permohonan Fitur**

   Pelanggan dapat melakukan permohonan fitur melalui *Telkom E-Service* tanpa harus mendatangi Plaza Telkom. Fitur yang dapat diaktifkan adalah:

- *Caller ID* atau KLIP
- *Call Forwarding* atau Lacak
- *Call Waiting* atau Nada Sela
- Buka atau Tutup Sambungan Langsung Internasional
- Buka atau Tutup *Premium Call*
- Telkom Memo

3. **Permohonan Informasi Tagihan Jasa Telekomunikasi**

   Pelanggan dapat mengajukan layanan pengiriman informasi tagihan melalui pos langsung ke alamat sesuai permohonan pelanggan.

4. **Klaim Jasa Telekomunikasi**

   Pelanggan dapat memanfaatkan layanan ini untuk melakukan konfirmasi bila dirasakan terjadi ketidaksesuaian antara pemakaian dengan tagihan.

5. **Lapor Gangguan**

   Pelanggan dapat memanfaatkan layanan ini untuk melaporkan ketidaknyamanan pada layanan yang TELKOM berikan.

Mulai tahun 2008, TELKOM memberikan layanan detail call melalui *Telkom E-Service*. Untuk mendapatkan kemudahan yang ada di *Telkom E-Service*, pelanggan tinggal masuk ke website TELKOM dengan alamat www.telkom.co.id kemudian klik menu Layanan Pelanggan, pilih menu *Telkom E-Service.*

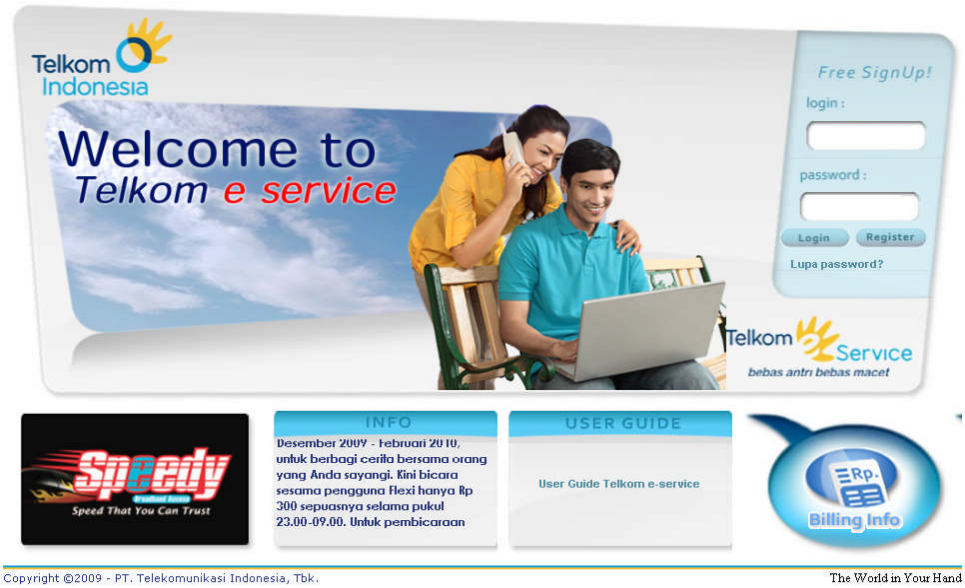
Pelanggan harus melakukan registrasi terlebih dahulu. Setelah registrasi pelanggan di setujui, pelanggan akan mendapatkan *username* dan *password* yang dikirimkan via email. Tampilan *Telkom E-Service*, sebagai berikut:

Gambar 3.6
Tampilan Website TELKOM



Sumber: www.telkom.co.id, 2010

Gambar 3.7
Tampilan *Telkom E-Service*



Sumber: www.telkom.co.id, 2010

3.12 Program COOP PT. TELKOM

3.12.1 Pengertian Program COOP

Cooperative Academic Education Program (COOP) adalah program belajar bekerja terpadu yang dilaksanakan PT. TELKOM bersama Anak Perusahaan (PT. Telkomsel dan PT. Infomedia) yang bekerja sama dengan Dunia Pendidikan guna mewujudkan suasana sinergis antara lembaga pendidikan, penelitian serta riset dan dunia Industri.

Lembaga pendidikan disini adalah tingkatan universitas, dimana terdapat lebih dari 66 universitas di seluruh Indonesia yang terpilih dan bekerja sama dengan Telkom. Persayaratannya sendiri yaitu diperuntukkan bagi mahasiswa yang sudah melewati minimal 7 semester.

3.12.2 Persyaratan Peserta COOP

1. Mahasiswa program studi: Teknik Elektro, Teknik Industri, Manajemen, Akuntansi, Ilmu Hukum, Psikologi, Ilmu Komunikasi, dan Sistem Informasi.
2. Mahasiswa Program S1 Reguler minimal telah menempuh semester VII atau telah memenuhi 110 dari total SKS.
3. Bersedia magang *full tim*e di Unit- Unit Bisnis Telkom Group untuk masa 3 (tiga) bulan.

4. Memiliki IP minimal 2.75 di setiap semester dengan melampirkan transkrip nilai tiap semester.
5. Memiliki prestasi ekstra kulikuler.
6. Mempunyai kemampuan Bahasa Inggris.
7. Usia maksimal 25 tahun pada saat seleksi.
8. Berbadan sehat dan berkelakukan baik, dengan melampirkan surat keterangan yang berlaku.
9. Melampirkan surat permohonan mengikuti program, pas foto berwarna 3 lembar ukuran 3x4, dan *Curriculum Vitae* (CV).
10. Menghubungi sekretariat kampus masing-masing atau dapat dilihat dalam situs resmi Telkom untuk keterangan lebih lanjut.

3.12.3 Metode Seleksi Peserta COOP

Metode seleksi pada program COOP ini dilakukan dalam 2 tahap yang dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

- Tahap I, seleksi administrasi oleh perguruan tinggi (26 Maret 2010).
- Tahap II, seleksi tertulis dan wawancara oleh TELKOM dan DPPK (April - Mei 2010).

3.12.4 Prinsip Dasar Program COOP

Dapat disimpulkan prinsip dasar dari Program COOP adalah sebagai berikut:

1. COOP berbeda dengan magang/ Kerja Praktek (KP) / Praktek Kerja Lapangan (PKL), karena bersifat sukarela, selektif dan tidak harus terkait mata kuliah.
2. COOP dapat diikuti oleh mahasiswa minimal semester 7 tapi belum lulus.
3. COOP bersifat ELEKTIF (dipilih oleh mahasiswa) dan SELEKTIF (mahasiswa diseleksi untuk dapat mengikuti program COOP).
4. Seleksi mahasiswa mencakup *hard skills* (kemampuan akademis) dan *soft skills* (seperti kepribadian, motivasi dan kemampuan bersosialisasi dalam dunia industri).
5. Mahasiswa peserta COOP bekerja di perusahaan dan mendapat kompensasi keuangan serta bantuan lain (misalnya: asuransi, transport, pemondokan) sesuai dengan ketentuan perusahaan, atau sponsor, dan akan dikembalikan ke perguruan tinggi asal, bila selama mengikuti COOP mahasiswa tersebut melanggar peraturan yang berlaku dalam perusahaan tempat ia bekerja.
6. Jangka waktu pelaksanaan COOP adalah 3-4 bulan mulai bulan Juli sampai bulan Oktober.
7. Jika lulus, mahasiswa peserta Co-op diberi surat keterangan bekerja dari perusahaan.

8. Mahasiswa yang tercatat pada daftar alumni Co-op TelkomGroup
9. Masuk sebagai database *rekrutment* calon karyawan PT. TELKOM.
10. Mahasiswa peserta COOP akan mendapatkan honorarium dan sertifikat COOP

3.12.5 *Contact Service* COOP

- Telepon : 022-4525436-70705004 / 021-52963068-52962674
- website : http://www.telkom.co.id/telkom-peduli/co-op/
- email : togu/telkom.co.id, sekretariatdppk@gmail.com
- Menghubungi pihak kampus.