BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan PT. Telkom

PERUMTEL adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa Telekomunikasi untuk umum dalam negeri. Pada awalnya bernama "*POST EN TELEGRAAFDIENST*" yang didirikan pada tahun 1884 dengan Staatblad no 52, kemudian pada tahun 1906 dirubah menjadi "*POST, TELEGRAAF EN TELEFOONDIENST*" (PTT) dengan *Staatsblad* no.395 dan semenjak itu disebut *PTT-Dients*. Tahun 1931 ditetapkan sebagai Perusahaan Negara berdasarkan I.B.W.

Selanjutnya pada tahun 1960 Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang no.19 th 1960, tentang persyaratan sebuah Perusahaan Negara (PN) dengan PERPU no.240 th 1961 berubah menjadi PN POS dan TELEKOMUNIKASI. Lapangan usaha PN POS dan TELEKOMUNIKASI ternyata berkembang dengan pesat, maka pada tahun 1965 Pemerintah mengadakan peninjauan kembali.Hasilnya berdasarkan Peratuaran Pemerintah (PP) no.29 dan 30 tahun 1965 terjadi pemecahan menjadi : P.N.POS DAN TELEKOMUNIKASI.

Selanjutnya mulai tgl 28 April 1970 berdasarkan S.K. Mentri Perhubungan no.129/U/1970 PN TELEKOMUNIKASI berubah menjadi PERUSAHAAN UMUM TELEKOMUNIKASI yang disingkat dengan PERUMTEL. Keberadaan PERUMTEL dikukuhkan dengan Peraturan

Pemerintah no 36 tahun 1974 yang menetapkan sebagai pengelola telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan luar negeri.

Pada akhir tahun 1980, Pemerintah mengambil kebijaksanaan dengan membeli seluruh saham PT INDOSAT sebuah perusahaan swasta yang didirikan dalam rangka Penanaman Modal Asing yang kemudian diubah statusnya menjadi BUMN berbentuk PERSERO. Pernyataan modal negara Republik Indonesia dalam saham PT.INDOSAT tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah no 52 tahun 1980.

Selanjutnya untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum, maka dengan Peraturan Pemerintah no.53 tahun 1980 diadakan perubahan atas Peraturan Pemerintah no.22 tahun 1974, yakni dengan menetapkan PERUMTEL sebagai badan usaha yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi dalam negeri dan PT INDOSAT sebagai badan usaha yang diberi wewenang menyelenggarakan telekominikasi untuk umum internasional. Peraturan Pemerintah no.39 tahun 1974 tentang PERUMTEL juga diubah yang dituangkan dalam Peraturan Pemerintah no.54 tahun 1980.

Sehubungan dengan diundangkannya Peraturan Pemerintah no.3 tahun 1983 tentang Tata Cara Pembinaan dan Pengawasan PERJAN, PERUM dan PERSERO, diterbitkan Peraturan Pemerintah no.21 tahun 1984 tentang PERUMTEL sebagai pengganti dari Peraturan Pemerintah no.36 tahun 1970. Peraturan Pemerintah no. 54 tahun 1980. Satu hal yang sangat menggembirakan dalam sejarah perundang-undangan ini adalah ditetapkannya

Undang-undang no.3 tahun 1989 tetang telekomunikasi, yang memberikan angin segar dalam pengembangan dan pembangunan pertelekomunikasian di Indonesia.

1.2 Visi dan Misi PT. Telkom

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

1.2.1 Visi

Persaingan di industri telekomunikasi semakin kuat dan ketat. Tantangan yang harus dihadapi harus disikapi secara tepat oleh seluruh karyawan PT. Telkom. Karyawan harus menyatukan hati dalam menetapkan tujuan yang ingin dicapai dan serasikan langkah agar terhjadi kerjasama yang solid dan sinergi sehingga rencana-rencana yang direncanakan berjalan secara lancar. Untuk mewujudkan keinginan tersebut maka perlu ditetapkan visi jangka panjang, menengah dan pendek.

Januari 2005 telah diawali dengan penyelenggaraan *Executive Briefing* 2005 yang kemudian menetapkan tiga visi seluruh karyawan PT. Telkom. Visi-visi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Visi jangka panjang

   Visi jangka panjang dari PT. Telkom adalah “Mati Masuk Surga”

2. Visi jangka menengah

   Visi jangka menengah dari PT. Telkom adalah “*To become a leading InfoCom player in the region”.*

   Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

3. Visi jangka pendek

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

1.2.2 Misi

Misi dari PT. Telkom adalah memberikan layanan sebagai berikut:

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

Dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif.

Telkom akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalisasikan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis.

Untuk tercapainya misi diatas maka terdapat tujuh pernyataan yang harus dilaksanakan oleh seluruh karyawanh PT. Telkom melalui manajemen perubahan yang direncanakan secara baik yang disebut dengan *Turn Around Management* seperti sebagai berikut:

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

1.3 Motto PT. Telkom

Setiap perusahaan khususnya perusahaan besar tentunya memiliki suatu motto atau slogan sebagai bentuk pencitraan perusahaannya. Motto juga biasanya digunakan sebagai identitas suatu perusahaan. Suatu motto tentu mempunyai suatu maksud yang ingin disampaikan suatu perusahaan kepada *stakeholders* (pelanggan, mitra kerja, pemegang saham, kompetitor, masyarakat). Begitu juga dengan PT. Telkom yang mempunyai motto "*Commited 2 U"*.

Dalam rangka memberikan yang terbaik kepada *stakeholders*, setiap insan PT. Telkom wajib menjaga dan mempunyai nilai kerja yang merupakan wujud nyata dari *"Commited 2 U"* yaitu:

1. **Kejujuran (jujur dan tulus, dapat dipercaya, satunya kata dengan perbuatan, keteladanan)**

   Memiliki kejujuran berupa integritas, ketulusan, dapat dipercaya dan satu kata dengan perbuatan, selain itu bersikap dan berperilaku baik sehingga menjadi teladan bagi bawahannya.

2. **Transparan (menyatakan apa adanya, *no hidden agenda*)**

   Menyampaikan hal-hal yang perlu diketahui oleh orang lain dilingkungan perusahaan sesuai dengan kepentingan dan kewenangannya. Dalam melakukan aktivitas hubungan dengan pihak atau unit lain tidak mempunyai maksud-maksud lain yang bertentangan dengan kepentingan perusahaan.

3. **Komitmen (memiliki kesatuan tekad dan tujuan, loyal kepada perusahaan, konsisten pada keputusan, dedikasi kepada *stokeholders*)**

   Bekerja dengan dedikasi tinggi yang dilandasi dengan kesamaan pandangan dan tujuan dengan perusahaan.

   Bertanggungjawab penuh atas pelaksanaan keputusan yang telah ditetapkan sesuai dengan kwenangan dan berani menanggung resiko atas keputusan yang diambilnya. Menjalankan keputusan yang sudah disepakati untuk mendukung pemenuhan kepentingan *stakeholders* secara proporsional.

4. **Kerjasama (*open minded*, menerima perbedaan dan kritik, *positive thinking*, tidak sektoral, tidak menyalahkan orang lain)**

   Membangun sinergi dan terbentuknya kerja tim yang solid dengan menghilangkan sekat-sekat vertical, horizontal dan hubungan antar unit.

   Menciptakan iklim dimana setiap karyawan bisa berpartisipasi dan berkontribusi dengan mengembangkan ide, kreatifitas dan gagasan banyak orang (*open minded*) serta selalu melihat sisi positif dan manfaat dari setiap ide, gagasan, kritik, permasalahan yang disampaikan tanpa mencari-cari kesalahan orang lain.

5. **Disiplin (patuh pada aturan dan sistem)**

   Bekerja dngan mengikuti sisten dan peraturan yang berlaku serta hasil pencapaian performansi tidak dilakukan melalui cara-cara pintas (*short cut)* demi terciptanya "*good governance*".

6. **Peduli (*customer centric, respect for others, emphatic*)**

   Berupaya memahami dan menghargai kebutuhan kebutuhan *stakeholders* serta menaruh perhatian yang tulus terhadap permasalahan yang dihadapi dan mengupayakan solusinya.

7. **Tanggungjawab (kepatutan /"*proper", excellent result, continous inprovement)***

   Bertanggungjawab dalam memberikan hal yang terbaik bagi *stakeholders*, dengan kualitas atau mutu sebagai tujuan, dengan cara memenuhi standar-standar proses dan mutu yang telah disepakati dan ditetapkan, tidak pernah puas dengan hasil yang dicapai dan selalu berupaya melakukan perbaikan serta meningkatkan hasil.

1.4 Budaya Perusahaan PT. Telkom

Budaya dalam suatu perusahaan biasanya bertujuan untuk mengatur para karyawan agar dalam setiap apa yang dikerjakan tidak melenceng dari tujuan awal yang ingin dicapai. Khususnya untuk perusahaan besar yang memiliki karyawan yang berjumlah sangat besar seperti PT. Telkom budaya perusahaan sangat dijunjung tinggi agar

kerjasama dan kekompakan antara atasan dan bawahan maupun antar karyawan terjalin selaras.

Di PT. Telkom sendiri terdapat budaya perusahaan yang disebut dengan “Budaya *The Telkom Way* (*TTW)* 135” yang berpedoman pada lima perilaku yaitu sebagai berikut:

1. ***Stretch of Goals***

   Karyawan PT. Telkom harus mempunyai komitmen untuk dapat mencapai target yang lebih tinggi atau diatas rata-rata dari yang diharapkan.

2. ***Simplify***

   Karyawan PT. Telkom senantiasa berusaha meningkatkan cara-cara kerja yang semakin baik, cepat dan mudah (*simplify*). Penyederhhanaan dapat dilakukan dalam hal memecahkan masalah dengan tidak menerapkan peraturan yang kaku, mengambil keputusan dan aktifitas atau proses yang cepat, dan penggunaan teknologi yang sudah diaplikasikan. Sikap sederhana dapat juga direfleksikan dalam penggunaan anggaran atau peralatan yang tidak boros, efisien dan tidak mubazir, serta tidak menciptakan pekerjaan yang tidak perlu.

3. ***Involve Everyone***

   Karyawan PT. Telkom senantiasa berusaha melibatkan setiap orang *(involve everyone)* yang terkait untuk bekerjasama membangun sinergi dan terbentuknya kerja tim yang kuat.

Menghilangkan sekat vertikal (karyawan dengan managemen), horizontal (antar fungsi) dan external (*customer dan suplier*), agar tercipta iklim dimana semu karyawan bisa berpartisipasi dan berkontribusi. Dengan kerjasama akan memunculkan ide, kreatifitas dan gagasan banyak orang, sehingga tugas yang berat menjadi lebih ringan, dapat dilakukan lebih cepat, lebih cerdas dan lebih inovatif.

4. ***Quality is My Job***

   Karyawan PT. Telkom harus mengutamakan kualitas dalam melaksanakan pekerjaannya (*quality is my job).* Kualitas bukan pekerjaan atasan tetapi pekerjaan semua karyawan.

   Memastikan bahwa kualitas atau mutu pekerjaan menjadi tujuan yang dimulai dari pekerjaan yang ada pada setiap insane pegawai.

5. ***Rewards the winner***

   Karyawan PT. Telkom harus mempunyai sikap saling menghargai pendapat, respek dan menerapkan penghargaan yang tinggi bagi yang terbaik (*rewards the winner*), baik secara individu maupun unit kerja.

1.5 Logo Perusahaan PT. Telkom

Di era persaingan bisnis sekarang ini satu perusahaan tentunya selain memiliki kinerja yang baik, juga harus memiliki identitas tersendiri yang membedakannya dari perusahaan-perusahaan lainnya yang bergerak dibidang yang sama.

Untuk itu banyak perusahaan-perusahaan menciptakan sebuah logo yang selain untuk membedakannya dari perusahaan-perusahaan lainnya yang ada juga sebagai identitas dari perusahaannya. Sehingga hanya dengan melihat logonya saja masyarakat sudah mengetahui perusahaan apa itu.

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

Tanggal 23 Oktober 2009 PT. Telkom merayakan ulang tahunnya yang ke 153 tahun. Sekaligus pada tanggal itu pula dilaksanakan *soft launching* suatu transformasi dan perubahan *landscape* bisnis PT. Telkom. Suatu perubahan landscape bisnis dari bisnis Informasi dan komunikasi menjadi *Telecommunication, Information, Media and Edutainment (TIME)*. Hal ini dikukuhkan dengan positioning Telkom yang baru yaitu *life confident* dengan taglinenya *The World In Your Hand.* Berikut ini adalah gambar dari logo PT. Telkom:

Gambar 1.1

Logo PT. Telkom



Sumber : Situs Web PT. Telkom

Berikut ini adalah makna dari simbol PT. Telkom diatas:

1. Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru PT. Telkom yaitu *TIME* (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*). ***Expertise***.
2. Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar. ***Empowering*.**
3. Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat. ***Assured*.**
4. Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru. ***Progressive*.**
5. Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan. ***Heart***.

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

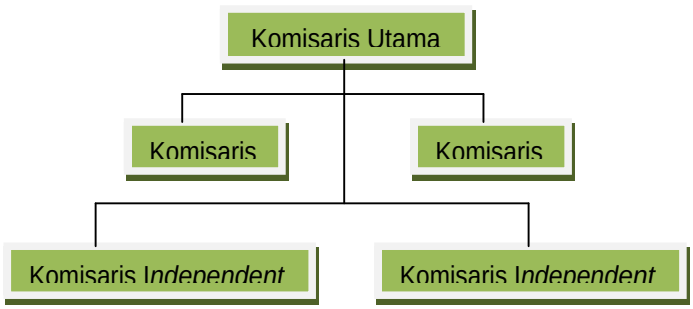
1. ***Expert Blue*** pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi
2. ***Vital Yellow*** pada telapak tangan mencerminkan suatu yang atraktif, hangat, dan dinamis
3. ***Infinite sky blue*** pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga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

1.6 Struktur Organisasi PT. Telkom

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

Gambar 1.2

Struktur Komisaris PT. Telkom

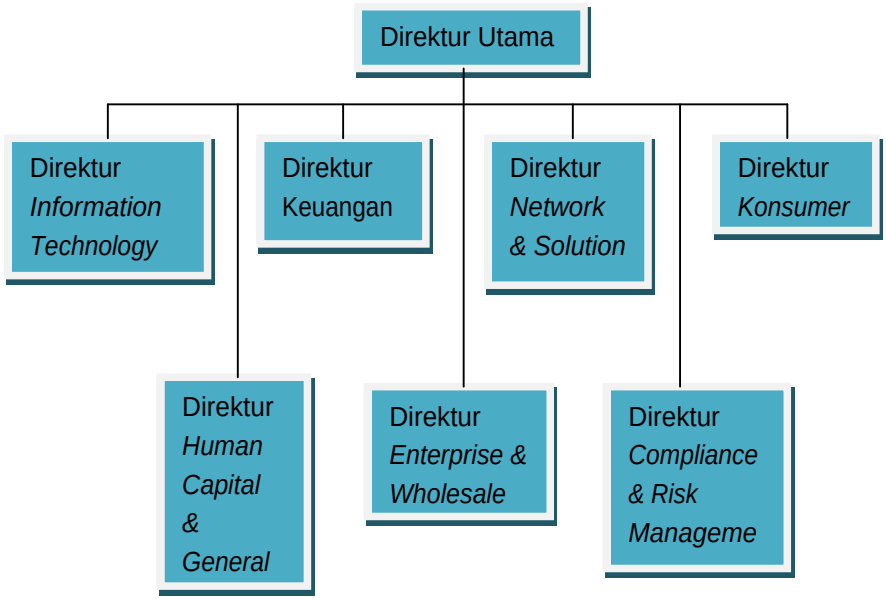


Sumber : Situs Web PT. Telkom

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

Gambar 1.3

Struktur Direksi PT. Telkom



Sumber: Situs Web PT. Telkom

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

1. Direktur *Information Technology*
2. Direktur *Human Capital and General Affair*
3. Direktur Keuangan

4. Direktur *Enterprise and Wholesale*
5. Direktur *Network and Solution*
6. Direktur *Compliance and Risk Manageme*
7. Direktur *Konsumer*

1.7 Penghargaan yang Diperoleh PT. Telkom

Mendapatkan sebuah penghargaan tentu saja dapat membuat siapapun yang mendapatkannya merasa bangga dan merasa apa yang dikerjakan diapresiasikan dan dihargai oleh orang lain. Karena setiap orang tentu saja akan melakukan hal-hal yang terbaik agar dihargai oleh orang lain. Penghargaan juga dapat memotivasi seseorang untuk dapat melakukan sesuatu lebih baik lagi, karena dengan penghargaan justru bukan berarti seseorang dapat merasa puas begitu saja tetapi suatu penghargaan seharusnya dijadikan sebagai suatu beban bagi orang yang mendapatkannya agar tetap mempertahankan prestasi yang sudah ada.

Begitu halnya dengan perusahaan, apalagi sekarang ini dizaman yang serba berkembang dan persaingan bisnis semakin ketat. Untuk itu banyak hal yang dilakukan oleh perusahaan agar masyarakat tetap dapat melihat eksistensi perusahaan tersebut.

Penghargaan yang telah diperoleh oleh PT. Telkom dari tahun ke tahun semakin memperkukuh eksistensinya sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbaik dan terbesar di Indonesia bahkan telah mendunia.

Berikut ini adalah beberapa penghargaan yang diperoleh PT. Telkom sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2010 berdasarkan level penghargaan, kategori penghargaan, dan sumber penghargaan :

Table 1.1

Penghargaan PT. Telkom Tahun 2008

No	Level	Kategori	Sumber
1	*National*	*Top Brand Service Provider*	*Marketing Magazine*
2	*National*	*The Best Prepaid CDMA Operator* dan *The Best Customer Care*	*Selular Magazine cooperating with Indonesian Telecommunication Society (MASTEL)*
3	*National*	*The Company With The Best Corporate Image*	*Frontier Consulting Group*
4	*National*	*As Big Three, Telkom will join in 2008 ASIAN MAKE Award Competition*	*Dumanis*
5	*National*	*The Best CSR Reporting in Annual Report 2007*	*Nasional Center for Sustainability Reporting (NCSR) cooperating with Indonesian Institute for Accounting Management (IAMI)*

No	Level	Kategori	Sumber
6	*National*	*The Best Non-Financial State Owned Enterprise in Telecommunication Sector*	*Investor Magazine*
7	*National*	*1. . Grand Champion* *1st Place in Non Financial-Listed State Owned Company Category*	*Ministry of State-Owned Enterprises, Indonesian Capital Market & Financial Institution Watch* *Jakarta Stock Exchange, National Committee for Government Policy* *Bank of Indonesia, Indonesian Accountant Assosiation and General Directorate of Taxes*
8	*National*	*1. Public Companies Award Based onWAI* *2. Best Public Companies Based on WAI in Sector : Infrastucture, Utilities & Transportation* *3. Top 25 Wealth Added Creator 2008*	*SWA Magazine, Stren & Co, dan SWA NETWORK*
9	*National*	*e-learning Award, as Content and Application Developer and e-Learning Service Provider in Indonesia*	*Division for Education Institution, Departement of National Education*

No	Level	Kategori	Sumber
10	*National*	*The Most Wanted Enterprise in Telecommunication Sector dan The Most Wanted CEO 2008 (Rinaldi Firmansyah, TELKOM CEO)*	Warta Ekonomi *Magazine*
11	*National*	*Grand Champion in Telecommunication Sector*	*Accounting Programm, Faculty of Economics cooperating with Indonesian Capital Market & Financial Institution Watch and Bisnis Indonesia Daily Newspaper*
12	*Interntional*	*CIO of The Year (Indra Utoyo, Director of IT and Supply, TELKOM)*	*Hitachi Data Systems*

Sumber : Situs Web PT. Telkom

Table1.2

Penghargaan PT. Telkom Tahun 2009

No	Level	Kategori	Sumber
1	*National*	Perusahaan Telekomunikasi dengan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terbaik	*Indonesian Human Capital Study 2009*
2	*National*	BUMN Terbaik dalam Kategori Badan Non Keuangan Sektor Telekomunikasi	*Investor Award 2009*
3	*National*	Perusahaan Idaman 2009	*Majalah Warta Ekonomi*
4	*National*	*Best of The Best Operator of The Year, Data Communication Service Provider of The Year, Broadband Service Provider of The Year, Mobile Service Provider of The Year* untuk Telkomsel	*Frost and Sullivan Telecoms Award 2009*

No	Level	Kategori	Sumber
5	*National*	*Best of Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* 2009 Kelompok Industri Jasa Keuangan, Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi serta Perdagangan, Jasa dan Investasi	*National Center for Sustainability Reporting (NCSR), Indonesia-Netherlands Association*, Institut Akuntan Manajemen Indonesia serta Kementrian Lingkungan Hidup RI
6	*National*	Rekor Dunia - Indonesia (MURI) untuk pembuatan RBT Angklung yang dimainkan oleh pemain angklung terbanyak, 4500 orang	Museum Rekor Indonesia
7	*National*	*The Best e-Company Award 2009*	Majalah Warta Ekonomi
8	National	Sertifikasi ISO 27001:2005 untuk *Charging Flexi Trendy*	*Bureau Veritas Certification* dari Inggris

No	Level	kategori	Sumber
9	National	45 Penghargaan Kecelakaan Nihil *(Zero Accident Award 2009)* dan 18 Penghargaan Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3)	Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi
10	National	Sertifikasi ISO 9001:2008 untuk TELKOM *Carrier and Interconnection Service Division*	TUV *Rheinland* Indonesia
11	*National*	*Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award 2009, The Most Sustainable Corporate Image 2009*	Majalah *Business Week* dan *Frontier Consulting Group*
12	*National*	*Indonesian CSR Award 2008*	*Corporate Forum for Community Development* dan Menteri Sosial RI

No	Level	Kategori	Sumber
13	*National*	*Indonesian Customer Satisfaction Award 2009: Speedy sebagai Best Internet Service Provider Wireline / Fixed, SimPATI sebagai Best Prepaid Cellular Simcard, KartuHALO sebagai Best PostPaid Cellular Simcard, Telkomsel Flash sebagai Best Internet Service Provider Wireless / Mobile*	Majalah *Swa* dan *Frontier Consulting Group*
13	*National*	*The Best Operational Center (Gold), The Best Business Contribution (Gold), The Best Technology Innovation (Bronze), The Best Manager Above 100 Seat (Bronze)*	*Contact Center Award oleh ICCA (Indonesia Contact Center Association)*
14	*Nasional*	*The Best Operator CDMA*	*Cellular Show 2009*

No	Level	Kategori	Sumber
15	*National*	Rinaldy Firmansyah CEO of The Year 2009, Perusahaan Terbaik dalam Kategori Emiten Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi	Bisnis Indonesia *Award* 2009
16	*National*	*Cellular GSM Service Point*	Majalah *Marketing*
17	*Nasional*	*Service Quality Award 2009*	Majalah Marketing Indonesia dan Carre-CCSL
18	*Nasional*	*The Good Corporate Governance Non Financial Sector*	*Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD)* dan Majalah *Business Review*
19	*Asia-Pasifik*	*The Best Outsourcing Partnership – Asia Pasifik 2009 (Silver)*	*ContactCenterWorld.com*
20	*International*	Urutan ke 675	*Forbes Global 2000*

No	Level	Kategori	Sumber
21	*National*	Top Brand Award untuk Internet Service Provider (Speedy & Telkomnet Instant), Pre Paid CDMA (Flexi Trendy), Post Paid CDMA (Flexi Classy)	Majalah *Marketing* bekerja sama dengan *Frontier*
22	*Asia*	*Asia Best Companies 2009, Best Managed Company (Rank 2nd), Best Corporate Governance (Rank 6th) , Best Investor Relations (Rank 4th), Best Corporate Social Responsibility (Rank 2nd), Most Commited to a strong dividend policy (1st)*	*Finance Asia*

Sumber: Situs Web PT. Telkom

Table 1.3

Penghargaan PT. Telkom Tahun 2010

No	Level	Kategori	Sumber
1	National	1. *CIO Telkom Indra Utoyo sebagai CIO of The Year* 2. *2nd Best e-corporation* 3. *VP Onformation Tecnology Policy, Halim Sulasmono sebagai The Future IT Leader*	Majalah Swa
2	*National*	46 Penghargaan Kecelakaan Nihil (*Zero Accident Award)*	Kementrian Tenaga Kerja dan Transmigrasi
3	*National*	*Best CDMA Operator* untuk Flexi; *Best GSM Operator dan Best Operator of The Year* untuk Telkomsel	Majalah Sellular
4	*National*	Anugerah *Editor's Choice* dan *Netizen's Choice* untuk kategori *Corporate Brand* sebagai *"Greatest Brand of Decade "*	*MarkPlus & Co* dan Komunitas *Marketeers*

No	Level	Kategori	Sumber
5	*National*	*Top Brand Award untuk Simcard CDMA Prabayar (Flexi Trendy), Simcard CDMA* Pascabayar *(Flexi classy), Internet Service Fixed (Speedy* dan *TELKOMNETInstant)*	Majalah *Marketing*
6	*National*	Rekor Bisnis (ReBi) Award 2010 sebagai Perusahaan Layanan *Internet Broadband* Paling Banyak Dipakai dengan Jumlah Pelanggan di atas 1 Juta	*Founder Tera Foundation* dan harian Seputar Indonesia
7	*National*	*Service Quality Award 2010* untuk Plasa TELKOM, kategori *Cellular* (CDMA) *Service Points* dan untuk Grapari Telkomsel untuk *Cellular* (GSM) Service Points	Majalah *Marketing* dan *Customer Satisfaction & Loyalty*
8	*National*	*Top Original Brand* untuk Koneksi Internet Speedy untuk kategori Internet dalam Ajang *Indonesia Top Original Brands Appreciation*	Majalah SWA
9	*National*	Indonesia *Most Admired Company (IMAC) Kategori Corporate Telecommunication* dan *Internet Provider* untuk Speedy	Majalah *Business Week* dan *Frontier Consulting Group*

No	*Level*	Kategori	Sum10ber
10	International	Peringkat 684 Daftar Bergengsi *Forbes Global* 2000 (Peringkat 1 dari 10 Perusahaan dari Indonesia yang masuk dalam Forbes Global 2000)	Majalah Forbes
11	International	*Asia Pasific Frost & Sullivan Service Provider of The Year*	Lembaga Konsultan *Frost & Sullivan*

Sumber: Situs Web PT. Telkom

Penghargaan-penghargaan diatas diperoleh PT. Telkom tentu saja melalui kinerja yang baik dari kartawan dengan jabatan teratas hingga terbawah. Karena tanpa kerjasama yang apik dari semua lapisan karyawan maka tidak mungkin PT. Telkom dapat mengumpulkan begitu banyak penghargaan dari berbagai kategori, level, dan sumber.

Penghargaan yang didapatkan oleh PT. Telkom sendiri berasal dari berbagai sumber, mulai dari majalah, pemerintah, lembaga lembaga konsultan, dan berbagai perusahaan lainnya. Level penghargaan yang didapatkan oleh PT. Telkom sendiri berasal dari berbagai level yaitu level nasional, Asia, hingga International. Hal ini membuktikan bahwa eksistensi dari PT. Telkom tidak hanya dihargai di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia.

1.8 Visi, Misi dan Quality Policy Divisi Customer Care

Tidak hanya PT. Telkom secara keseluruhan yang memiliki visi dan misi dalam menunjang kegiatan kerjanya maupun menunjukan eksistensinya. Tetapi Divisi *Customer Care* dimana mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan pun memiliki visi, misi dan *quality policy* dalam eksistensinya. Berikut ini adalah visi, misi dan quality policy dari Divisi *Customer Care* PT. Telkom :

1.8.1 Visi

Visi dari Divisi *Customer Care* PT. Telkom adalah sebagai berikut: "*To Become a Leading Infocom Player In The Region."*

1.8.2 Misi

Misi dari Divisi *Customer Care* PT. Telkom adalah sebagai berikut: "*To Provide One Stop Infocom Services with Excellent Quality and Competitive Price."*

1.8.3 *Quality Policy*

Quality policy dari Divisi *Costumer Care* adalah sebagai berikut:

Kepuasan dan loyalitas *stakeholder* adalah tujuan bisnis kami. Bertekad untuk memenuhi kebutuhan persyaratan dan harapan pelanggan serta peraturan dan perundangan yang berlaku.

Setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan peningkatan perbaikan Sistem Manajemen Mutu secara terus menerus untuk mencapai *Business Result*.

1.9 Struktur Organisasi Divisi *Customer Care*

Setiap perusahaan tentu saja tidak dapat berjalan dengan baik hanya dengan satu bagian saja, khususnya perusahaan-perusahaan yang terhitung sebagai perusahaan besar. Setiap perusahaan besar tentu membagi karyawannya untuk mengisi beberapa divisi yang ada di dalam perusahaannya sesuai dengan kemampuan dari karyawannya. Hal itu dilakukan agar setiap karyawan dapat fokus dalam mengerjakan peranannya dalam perusahaan dimana karyawan tersebut bekerja.

PT. Telkom sendiri memiliki beberapa divisi yang setiap divisinya memiliki tugas dan peran yang berbeda dalam menunjang setiap kegiatan kerjanya. Setiap divisi dipimpin oleh seorang manager yang membawahi beberapa asisten manager yang menjalankan tugas yang berbeda dan setiap asisten manager membawahi beberapa staf yang juga bertugas sesuai dengan bagiannya. Berikut ini adalah beberapa divisi yang ada pada perusahaaan PT. Telkom:

1. Infrastruktur Telekomunikasi
2. *Carrier & Interconnection Service*
3. Divisi *Multimedia*

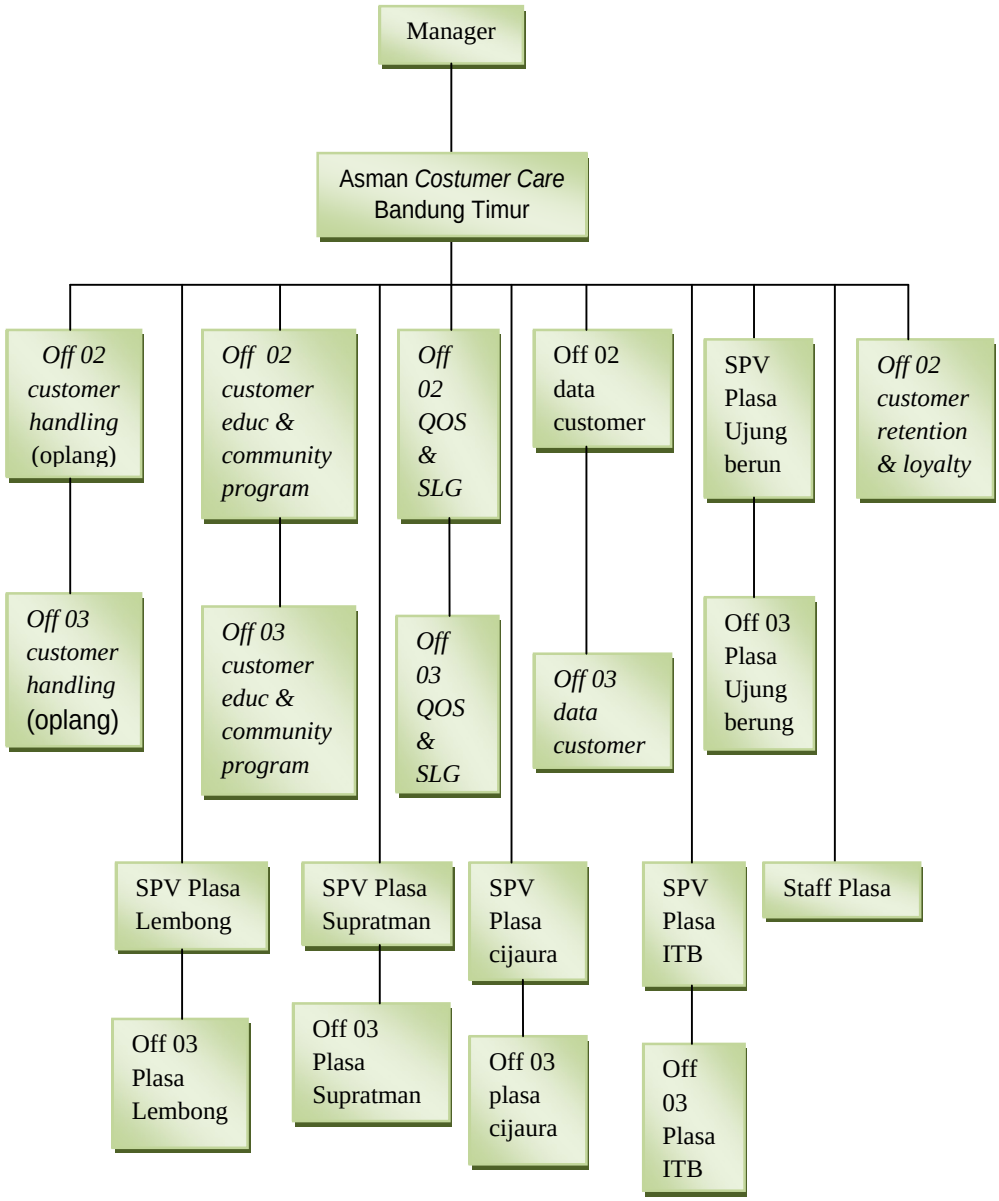
4. Divisi *Fixed Wireless Network*
5. *Enterprise Service*
6. Divisi Akses
7. *Maintenance Service Center*
8. *Training Center*
9. *Carrier Development Support Center*
10. *Management Consulting Center*
11. *Construction Center*
12. *I/S Center*
13. *R&D Center*
14. *Community Development Center(CDC)*

Divisi dimana mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan selama satu bulan terhitung dari tanggal 5 Juli – 2 Agustus 2010 adalah Divisi *Carried Development Support Center atau Customer Care*.

Divisi *Customer Care* sendiri dipimpin oleh seorang manager yang membawahi tiga asisten manager yang masing-masing memimpin subdivisi dari Divisi *Customer Care*. Berikut ini adalah bagan orgnisasi dari struktur organisasi dari Divisi *Customer Care* sesuai subdivisi dimana mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan:

Gambar 1.4

Struktur Organisasi Subdivisi *Costumer Care* Bandung Timur



Sumber: Dokumen Divisi *Costumer Care* PT. Telkom

Subdivisi *Costumer Care* ini dipimpin oleh seorang Manajer yang dibantu oleh seorang Asisten Manajer dimana Manajer dan Asisten Manajer membawahi beberapa bagian Officer dan Plasa yang ada di Bandung. Berikut ini adalah beberapa bagian *Officer* dan *Super Visior* yang ada dibawah pimpinan Manajer dan Asisten Manajer *Costumer Care*:

1. *Officer 02 Customer Handling* (Oplang) yang dibantu oleh *Officer 03 Costumer Handling* (Oplang).
2. *Officer 02 Customer Educ and Community Program* yang dibantu oleh *Officer 03 Customer Educ and Community Program*
3. *Officer 02 QOS and SLG* yang dibantu oleh *Officer 03 QOS and SLG*
4. *Officer 02 Data Costumer yang dibantu Officer 03 Data Costumer*
5. *Officer 02 Costumer Retention and Loyality*
6. *Super Visior* Plasa Lembong yang dibantu oleh *Officer 03* Plasa Lembong
7. *Super Visior* Plasa Cijaura yang dibantu oleh *Officer 03* Plasa Cijaura
8. *Super Visior* Plasa Supratman yang dibantu oleh *Officer 03* Plasa Supratman
9. *Super Visior* Plasa ITB yang dibantu oleh *Officer 03* Plasa ITB
10. *Super Visior* Plasa Ujungberung yang dibantu oleh *Officer 03* Plasa Ujungberung

11. Staff Plasa

1.10 Sarana dan Prasarana

Dalam mengerjakan sesuatu maka sarana dan prasarana sangat dibutuhkan untuk membantu dan mendukung kinerja dari yang menggunakannya. Begitu juga sarana dan prasarana sangat dibutuhkan membantu kinerja para pekerjanya. Berikut ini adalah sarana dan prasarana yang ada di PT. Telkom Divisi Customer Care tempat mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan:

Table 1.4

Sarana di Divisi *Costumer Care* PT. Telkom

No	Sarana	Jumlah	Keterangan
1	Gedung	1	Baik
2	Ruang kerja	3	Baik
3	Dapur	1	Baik
4	Rauang tamu	1	Baik
5	Toilet	2	Baik
6	Lapangan Parkir	2	Baik

No	Sarana	Jumlah	Keterangan
7	Lapangan olahraga	1	Baik
8	Mesjid	1	Baik
9	Ruang satpam	2	Baik
10	Recepsionis	1	Baik

Sumber: Data Divisi *Costumer Care*

Table 1.5

Prasarana di Divisi *Customer Care* PT. Telkom

No	Prasarana	Jumlah	Keterangan
1	Unit komputer	45	Baik
2	Air Conditioner (AC)	5	Baik
3	Loker	1	Baik
4	Meja kerja karyawan	45	Baik
5	Meja kerja supervisior	3	Baik
6	Telepon	48	Baik

No	Prasarana	Jumlah	Keterangan
7	Printer	2	Baik
8	Lampu	25	Baik
9	Kursi	48	Baik
10	Tempat sampah	3	Baik
11	Pemadam kebakaran	1	Baik
12	Televisi	1	Baik
13	Pewangi Ruangan	5	Baik
14	Papan tulis	2	Baik
15	Mobil dinas	1	Baik
16	Papan struktur kerja	6	Baik
17	Meja makan	1	Baik
18	Dispencer	1	Baik
19	Gelas	10	Baik
20	Piring	10	Baik

Sumber: Data Divisi *Costumer Care*

1.11 Lokasi Dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

1.11.1 Lokasi Praktek Kerja Lapangan

Lokasi mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah di PT. Telkom Kandatel Bandung Timur yang beralamat di Jalan Lembong No. 11-15 Bandung.

1.11.2 Waktu Praktek Kerja Lapangan

Waktu PKL yang ditempuh oleh mahasiswa adalah selama satu bulan terhitung dari tanggal 5 Juli 2010 sampai dengan 2 Agustus 2010. Dimana mahasiswa setiap harinya melakukan aktifitas Kerja Praktek Lapangan mulai dari hari Senin hingga Jum’at pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB.