# BAB III

# PROFIL PERUSAHAAN

## 3.1. Tinjauan umum perusahaan

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan Badan Usaha Milik Negara dan penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. TELKOM menyediakan layanan InfoComm, telepon kabel tidak bergerak (*fixed wireline*) dan telepon nirkabel tidak bergerak (*fixed wireless*), layangan telepon seluler, data dan internet, serta jaringan dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan.

Sejarah PT. TELKOM di Indonesia pertama kali berawal dari sebuah badan usaha swasta penyediaan layanan pos dan telegrap yang didirikan kolonial Belanda pada tahun 1882. Pada tahun 1905 pemerintah kolonial Belanda mendirikan, perusahaan Telekomunikasi sebanyak tiga puluh delapan perusahaan. Kemudian Pada tahun 1906 pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan Pos, Telegrap dan Telepon *(Post, Telegraph en Telephone Dienst/ PTT)*.

Pada tahun 1961 status jawatan diubah menjadi perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 pemerintah memisahkannya menjadi perusahan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1974 Perusahaan Negara Telekomunikasi disesuaikan menjadi perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL) yang menyelenggarakan jasa Telekomunikasi Nasional dan Internasional.

Perubahan di lingkungan PT. TELKOM Indonesia, Tbk terus berlanjut mulai dari perusahan jawatan sampai perusahaan *public*. Perubahan-perubahan

besar terjadi pada tahun 1995 meliputi (1) Restrukturisasi Internal; (2) Kerjasama Internal; (3) *Intial Publik Offering* (IPO).

Pada tanggal 1 Juli 1995 organisasi PT. TELKOM Indonesia, Tbk berhasil menrekstruktur jenis jasa Telekomunikasi menjadi tujuh divisi regional dan satu divisi network yang keduanya mengelola bidang usaha utama. Divisi regional sebagai pengganti struktur WITEL yang memiliki daerah teritorial tertentu, namun hanya menyelenggarakan jasa telepon lokal dan mendapat bagian dari jasa SLJJ dan SLI. Divisi *network* menyelenggarakan jasa Telekomunikasi jarak jauh.

### 3.2. Sekilas tentang speedy

Speedy adalah produk dari Telkom Indonesia berupa layanan akses Internet berkualitas tinggi bagi rumah tangga serta bisnis skala kecil dan menengah.

Speedy menggunakan teknologi ADSL (assymmetric digital subscriber line), yang menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan telefon secara optimal bagi keperluan konsumsi konten Internet, dengan kecepatan data dari 384 kb/s hingga 10 Mb/s.

Teknologi ADSL juga memungkinkan pemanfaatan satu jaringan kabel untuk digunakan bersamaan sebagai jaringan data dan jaringan telefon. Selama koneksi Internet digunakan, layanan telefon, fax, dan layanan data melalui jaringan telefon tetap dapat digunakan.

Perbandingan Speedy terhadap teknologi Internet lain:

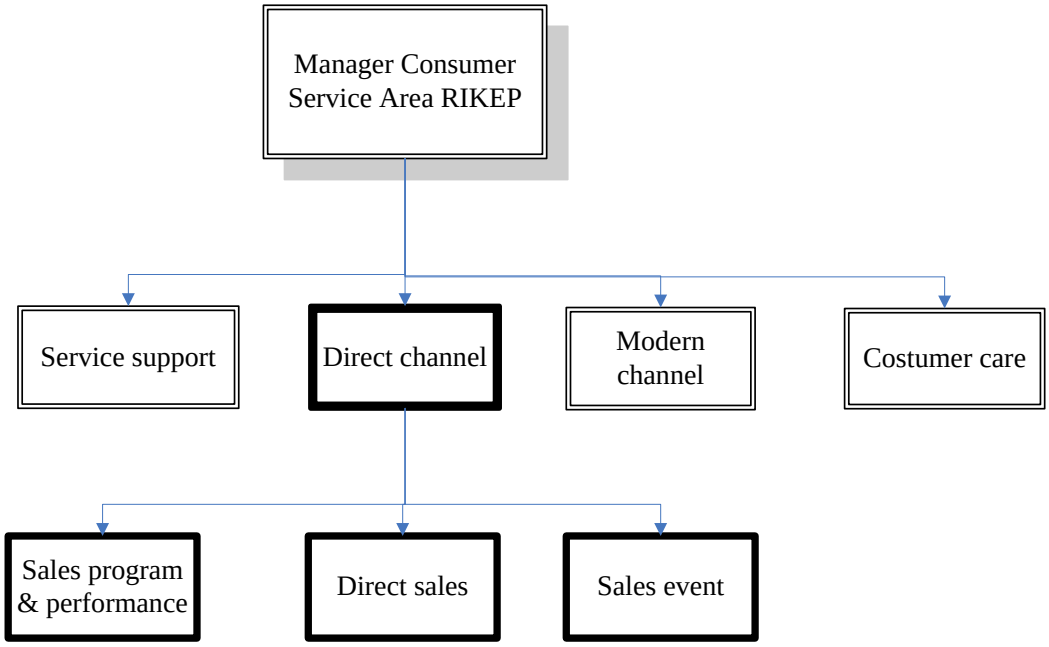
1. Pada dial-up Internet, akses data dilewatkan pada sentral digital, yang memiliki keterbatasan sampling data maksimal 56 kb/s. Pada Speedy, akses data dipisahkan dari dari akses suara di DSLAM (digital subcriber

line access module), sehingga kecepatan Speedy dapat ditingkatkan maksimal sesuai kebutuhan.

2. Pada broadband wireles access, akses pada user dibagi dari BTS yang memiliki kapasitas terbatas. Akses pada Speedy bersifat individual per user hingga port DSLAM terdekat, dimana setiap user menduduki port tersendiri yang bersifat dedicated.

### 3.3. Struktur organisasi

STRUKTUR ORGANISASI PT TELKOM AREA RIKEP




**Gambar 3.1 Struktur Organisasi Unit Consumer Service Regional 1 Area RIKEP**

### 3.4. Deskripsi Kerja

Deskripsi kerja secara umum di Unit Consumer Service Regional 1 Area RIKEP :

1. **Manager consumer service**, bertanggung jawab atas RKA (rencana kerja anggaran) dan performansi Telkom area RIKEP serta memastikan seluruh sumber daya dan peran kontribusi unit kerja berjalan sesuai DJM (*distinct job manual*)
2. **Direct channel**
    1. Memastikan kebijakan dan penjualan produk diesekusi dengan benar
    2. Bertanggung jawab untuk mengelola sales channel internal, yaitu karyawan, plasa Telkom, telemarketing dan sales 147
    3. Memastikan kinerja penjualan dievaluasi secara periodic, untuk mengukur kinerja direct channel

    **2.1. Sales program and performance** :

    1. Memastikan data dan informasi dari internal dan eksternal diidentifikasi untuk menyusun target sales dan rencana kerja bulanan.
    2. Memastikan pelaksanakan program-program penjualan dievalusai efektifitasnya untuk mengidentifikasi dan memetakan permasalahan-permasalahan dalam penjualan.
    3. Memastikan kelengkapan administrasi penjualan secara cermat
    4. Bertanggunga jawab untuk mengelola sales channel via 147

    **2.2. Direct sales :**

    1. Bertanggung jawab mengelola sales channel yaitu : karyawan dan telemarketing area

2. Memastikan rencana kerja bulanan seperti open table, door to door dll berjalan dengan baik untuk mencapai target yang telah ditetapkan

**1.3. Sales event**

1. Bertanggung jawab mengelola sales channel plasa Telkom
2. Memastikan rencana kerja bulanan berjalan dengan baik untuk mencapai target