BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Administration Support

Administration support merupakan salah satu unit kerja yang berada di kancatel purwakarta yang dipimpin oleh seorang Asisten Junior Manajer (AJM) administration support yaitu bapak bambang tri angkoso, dimana dalam menjalankan tugas kesehariannya dibantu oleh 6 orang bawahannya.

Misi dari AJM administraation, administrasi support yaitu memastikan tercapainya sasaran pengelolaan support administrasi melalui pelaksanaan program comunity support pengelolaan administrasi kesekretariaan kancatel serta dukungan operasional dalam pengelolaan logistik dalam mendukung strategi kancatel sesuai dengan kaidah etika bisnis good corporate governance.

2.2. Aspek Produksi

Telkom sebagai perusahaan penyedia jasa telekomunikasi pertama & terbesar di Indonesia memeliki tekad unruk menjadi penyelenggara jasa informasi dan komunikasi yang handal di level regional. Salah satunya adalah dengan melakukan pengembangan produk/jasa baru. Dalam pengembangan produk/jasa baru, terdapat beberapa hal yang diperhatikan oleh perusahaan, yaitu *Technology Sourcing, Learning Cycle, dan Product Integrity.*

a. Technology Sourcing

Agar dapat tetap bersaing menghadapi era kompetisi global, Telkom harus menguasai teknologi secara terus menerus. Teknologi tersebut didapatkan dari internal (*externaltechnology sourcing). Internal technology sourcing* sangat bergantung kepada kepada kemampuan /

daya serap perusahaan terhadap teknologi, sedangkan external technology sourcing bisa didapatkan melalui *license agreement, Joint research,* konsorsium, *strategic alliances, joint venture* dan proyek akuisisi. Dalam hal ini, Telkom bermitra dengan perusahaan-perusahaan global yang terbaik di bidangnya seperti Siemens, NEC, CISCO, Ericson, dan masih banyak lagi. Hasil penguasaan teknologi ini selanjutnyaakan dimanfaatkan dalam pengelolaan *basic research* yang menghasilkan suatu temuan yang nantinya akan dikembangkan menjadi suatu inovasi produk / jasa baru yang dilempar ke pasaran secara komersial.

b. Learning Cycle

Dalam aktivitas proses produksi, dikenal adanya *learning curve* yang dibedakan menjadi *internal* dan *external learning.* Internal learning didapatkan dari pengalaman dalam menciptakan/menghasilkan suatu produk, "learning by doing" sedangkan external learning adalah hasil dari apa yang terjadi saat user memiliki kesempatan untuk menggunakan produk pada periode tertentu, "learning by using", dan "learning by failing", dihasilkan dalam proses pengembangan market, produk dan teknologi baru berdasarkan kegagalan dari usaha sebelumnya. Telkom menerapkan 8 kriteria untuk menjamin kesiapan suatu produk / jasa baru yang dikenalkan dengan 8 Internal Capabilities :

1. Quality
2. Reliability
3. Compatibility
4. Billing
5. Ceverage
6. Availability
7. Feature
8. Readiness

c. Product Integrity

Tahapan ini merupakan tahapan yang penting sebelum perusahaan melakukan proses peluncuran produk, karena pada tahapan ini dapat diketahui bahwa produk yang akan dikeluarkan ini telah sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen atas produk baru tersebut yang memadukan nilai dan gaya hidup mereka.

Produk-produk yang dihasilkan oleh Telkom juga mengedepankan aspek pelayanan terhadap pelanggan dan dan hal itu merupakan hal pokok dari kegiatan operasional Telkom. Aktivitas mengelola layanan mencakup proses Pra Jual, Penjualan, hingga tahap Purna Jual.

d. Aktivitas Pra Jual

Kegiatan atau aktivitas yang dilakukan pada tahapan ini mencakup seluruh aktivitas sebelum penjualan produk kepada pelanggan. Aktivitas ini terdiri atas kegiatan *inventor control*, pengelolaan nomor dan pesawat, serta delivery fisik produk pada anggota saluran distribusi maupun pihak ketiga.

1. Manajemen

Booking info, replacement, manajemen pelaporan data tagihan & pembayaran, penanganan pengaduan, tindak lanjut gangguan, layanan customer care, dll.

2. Layanan retail

Terdiri dari beberapa layanan pelanggan, diantaranya :

- Layanan Mutasi, yaitu :

a. Layanan penggantian nomor atau pesawat,
b. Layanan migrasi
c. Layanan penggantian pemilik dan perubahan alamat, dll.

- Modifikasi Layanan, yaitu :

a. Aktivitas / deaktivasi fitur berbayar maupun tidak berbayar
b. Isolir / buka isolir (blokir), dll.

3. Pencabutan (buka/tutup blokir) atas permintaan pelangganan yang berhenti berlangganan, dll.

e. Aktivitas Penjualan

Kegiatan atau aktivitas yang dilakukan pada tahap ini mencakup seluruh aktivitas penjualan produk kepada pelangganan beserta seluruh aktivitas penunjang mulai dari pemesanan, penjualan, pengelolaan data pelanggan retail dan aktivitas produk di network.

f. Aspek Keuangan

Pengelolaan fungsi keuangan diselenggarakan secara sentralisasi oleh *Finance Center* berdasarkan KD.02/PS 150/CTG10/2006. *Finance Center* adalah unit bisnis *Corporate Service* yang merupakan unit organisasi di bawah Direktorat Keuangan yang diberikan otoritas dan peran sebagai penyelenggaraan operasi fungsional keuangan perusahaan untuk seluruh unit organisasi Telkom.

Untuk memenuhi kebutuhan anggaran, setiap unit / divisi yang ada di dalam perusahaan menyusun anggaran yang didasarkan pada asumsi kebutuhan anggaran tahun lalu ditambahkan dengan besaran anggaran yang diajukan oleh tiap unit / divisi setiap tahunnya :

1. Setiap bagian unit yang ada tiap divisi menyusun kebutuhan anggaran untuk 1 tahun kedepan.
2. Rencana kebutuhan anggaran tesebut selanjutnya diajukan oleh bagian keuangan dan dilakukan rapat penyusunan anggaran kerja oleh divisi-divisi terkait.
3. Kebutuhan tehadap anggaran selama 1 tahun tersebut selanjutnya diajukan ke kantor perusahaan.
4. Kantor perusahaan melakukan rapat penyelenggaraan dana dan kinerja keuangan divisi terkait yang selanjutnya menetapkan anggaran yang dialokasikan untuk divisi tersebut.
5. Bagian keuangan di tiap divisi menerima alokasi anggaran dari perusahaan kemudian membagikannya kepada setiap bagian yang ada

di divisi tersebut sesuai dengan persentase kebutuhan anggaran dari masing-masing bagian.

6. Kelebihan atau sisa terhadap anggaran akan dikembalikan kepada kantor perusahaan.

g. Aspek Pemasaran

Aktivitas pemasaran atas produk-produk Telkom mencakup pengelolaan fungsi pemasaran, penjualan, dan operasional *channel management*, mencakup kegiatan perencanaan pemasaran dan penjualan, melakukan monitoring, realisasi pemasaran / penjualan, melakukan *survey* kemampuan dan covarge produk dan layanan Telkom serta melakukan kerjasama dengan pihak ketiga dan melakukan koordinasi denngan divisi-divisi terkait dalam meningkatkan dan membangun produk.

h. Aspek Sumber Daya Manusia

Jumlah karyawan memenuhi SDM yang ideal dan agar operasional dari tiap unit dapat berjalan dengan baik, maka bagian dukungan manajemen melakukan beberapa kebijakan SDM yaitu:

1. Kebijakan rekurtmen

Penempatan pegawai ditiap unit mengikuti aturan dari kantor pusat perusahaan, sehingga hal-hal yang berkaitan ini sepenuhnya hanya wewenang dari kantor perusahaan.

2. Pemeliharaan SDM

Kebijakan pemeliharaan karyawan secara umum oleh telkom adalah sebagai berikut:

a. Pembagian gaji & uang perjalanan dinas.

b. Promosi berupa promosi jabatan, promosi grade/level.

c. Pemberian tunjangan seperti: tunjangan hari raya, tunjangan hari tua, tunjangan kesehatan, medical check-up.

2.3. Ruang lingkup penugasan

Selama proses kerja praktek penulis melaksanakan aktivitas dibawah arahan seorang pembimbing dan bimbingan dari manager service dan manager administratrion support, keseluruhan aktivitan yang penulis lakukan selama kerja praktek berlangsung adalah sebagai berikut:

1. Entry data (monitoring sales speedy jakarta)

monitoring sales speedy jakarta (MSSJ) adalah sebuah jaringan internet yang merupakan data base penjualan speedy yang terpusat di jakarta. Entery data dilakukan secara rutin setiap ada perubahai informasi mengenai penjualan speedy di masing-masing kancatel, informasi yang dimasukkan kedalam data base ini meliputi:

- Penambahan jumlah pelanggan telkom speedy
- Penambahan keterangan pada pelanggan non-usage telkom speedy yang belum diberikan keterangan mengapa mereka belum berlangganan speedy dengan keterangan antara lain: jaringan tidak support, komputer tidak support, setter terlambat. Dll

2. Membuat surat perjanjian

Surat perjanjian dibuat untuk menjawab surat masuk yang berisikan perihal permohonan yang selanjutnya ditandatangani oleh AJM yang bersangkutan. Surat perjanjian yang dibuat penulis bahwa telkom bemberi izin mengenai penggunaan lapangan STO cibungur untuk kepentingan perlombaan sepeda santai. Karena pemberian izin fasilitas kantor adalah wewenang AJM administration support maka surat perjanjian tersebut ditandatangani oleh beliau sebelum surat teesebut dikeluarkan.

3. Mengagendakan surat masuk dan surat keluar

Pengagendaan surat diperlukan sebelum surat-surat didistribusikan, pencatatan dilakukan pada buku agenda surat masuk dan surat keluar milik unit komunikasi perusahaan untuk dijadikan sebagai arsip. Hal-hal yang perlu dicatat pada agenda surat masuk dan surat keluar adalah:

- Tanggal surat masuk
- Pengirim
- Perihal
- No. Anggota
- Disposisi / catatan penting

Kegiatan ini sangat penting dilakukan untuk merinci surat yang keluar dan masuk perusahaan agar jika suatu hari file surat diperlukan kembali dapat mudah ditemukan karena telah teragenda dengan baik.

4. Membuat lembar catatan untuk masuk

Lembar catatan dibuat saat ada surat masuk ke perusahaan, berupa keterangan kepada siapa surat tersebut akan direspon, yang selanjutnya diberi disposisi atau catatan mengenai hal-hal apa saja yang harus diperhatikan berkaitan dengan surat tersebut.

5. Out bond call (OBC)

Kegiatan ini bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat mengenai telkom speedy selama masa promo serta menarik pelanggan speedy lebih banyak lagi.

6. Membuat portal Telkom

Portal telkom adalah jaringan internet telkom yang berisikan info-info perusahaan, informasi yang dapat diperolaeh dari portal telkom antara lain: sejarah tekom, product knowladge, event-event.

7. Mendampingi AJM Service untuk mengisi Talkshow di radio-radio.

Talkshow yang dilakukan di radio-radio mengupas tentang teknologo boardband seperti teknoogi yang saat ini digunakan oleh speedy, selain memberikan informasi mengenai teknologi ini, telkom melalui AJM service telkom juga mempromosikan speedy untuk menarik pelanggan.

8. Sosialisasi internet ke sekolah.

Kegiatan ini dilakukan selain untuk memperkenalkan speedy kepada guru-guru dan siswa juga dalam rangka menawarkan pemasangan speedy di sekolah-sekolah yang dkunjungi, kegiatan ini berkaitan juga dengan diterapkannya sistem Sistem Informasi Aplikasi Pendidikan (SIAP) online pada tahun 2012, dimana seluruh aktivitas kegiatan belajar mengajar di seluruh sekolahan di indonesia menggunakan internet sebagai media utamanya.

9. Pengarah dan bimbingan

Aktivitas pengarahan dan bimbingan dilakukan oleh karyawan kancatel purwakarta dengan tujuan agar peserta kerja praktek mampu mengoptimalkan waktu untuk belajar mengenai ilmu-ilmu dari Telkom, selama kegiatan berlangsung penulis mendapatkan bimbingan antara lain mengenai ilmu jaringan yang disampaikan pembimbing dan bisnis telekomunikasi dari AJM service.

10. Menyampaikan materi “Perkembangan teknologi informasi & telekomunikasi”

Materi persentasi yang dibuat penulis selama melakukan kegiatan kerja praktek adalah bertemakan Perkembangan teknologi informasi & telekomunikasi yang berisikan mengenai perkembangan dunia IT dan IG hingga 4G. Materi yang telah diselesaikan kemudian dipersentasikan kepada rekan peserta kerja praktek lain dan digunakan oleh AJM service sebagai bahan presentasi untuk mengisi kuliah di Unikom.

2.4. Faktor Penentu Keberhasilan PT. TELKOM

Dalam menjalankan bisnisnya TELKOM mempunyai beberapa kunci sukses dari kegiatan usahanya sebagai berikut:

1. Costumer Base.
2. Service Exellent.
3. Leadership.

2.5. Kancatel purwakarta

Dalam melakukan segala aktivitasnya, telkom membagi area pelayanannya kedalam 6 kelompok divisi regional (divre), yakni:

- DIVRE I : Sumatera
- DIVRE II : Jakarta
- DIVRE III : Jawa barat
- DIVRE IV : Jawa tengah
- DIVRE V : Jawa timur
- DIVRE VI : Kalimantan

Masing-masing divre terdiri dari kantor daerah pelayanan telekomunikasi (kandatel). Sedangkan kandatel sendiri dibantu oleh bebrerapa kantor cabang pelayanan telekomunikasi (kancatel) atau disebut juga kantor pelayanan yang tugasnya menangani pengoperasian usaha jasa telekomunikasi di lingkungan yang lebih kecil lagi. Kancatel purwakarta berkedudukan dibawah kancatel bekasi. Kandatel bekasi terdiri dari 7 kantor cabang layanan telekomunikasi yaitu:

a. Kandatel jakarta pusat
b. Kandatel jakarta selatan
c. Kandatel bekasi
d. Kandatel tangerang
e. Kandatel jakarta utara
f. Kandatel jakarta barat
g. Kandatel jakarta timur
h. Kandatel bogor

Organisasi yang diterapkan di kandatel purwakarta termasuk kedalam struktur organisasi garis dan staf dimana dalam pelaksanaan organisasi kepegawaian tersebut sudah terstruktur dengan baik, dalam hal pekerjaan, pegawaian, hubungan antara satu dinas / bagian dengan dinas lain maupun lingkungan dari pekerjaannya. Struktur kancatel purwakarta telah ditetapkan sesuai dengan jabata, tanggung jawab dan job descriptionnya masing-masing termasuk hubungan kerja satu unit dengan unit lain. Kancatel purwakarta sendiri dipimpin oleh seorang manager yang bertanggung jawab kepada kandatel.

2.6. Area Pelayanan Kandatel Purwakarta

Daerah area pelayanan kancatel purwakarta meliputi 6 sentral telepon otomat (STO) antara lain:

1. STO Plered
2. STO Purwakarta
3. STO Cibungur
4. STO Cikampek
5. STO Jatisari
6. Cilamaya