II

RUANG LINGKUP PERUSAHAAN

2.1. Sejarah singkat PT. Telekomunikasi Indonesia

1882 Sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegrap dibentuk pada masa pemerintahan Kolonial Belanda

1906 Pemerintah Kolonial Belanda membentuk sebuah jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang diberi nama Jawatan Pos, Telegrap dan Telepon (Post, Telegraph en Telephone Dienst/PTT)

1945 Prokamasi kemerdekaan Indonesia sebagai Negara merdeka dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang

1961 Status Jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel)

1965 PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro),dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi)

1974 PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional

1980 PT. Indonesian Satellite Corporation (Indosat) didirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel

1989 Undang – undang nomor 3/1989 tentang Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi

1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no.25 tahun 1991

1995 Penawaran umum perdana saham TELKOM (initial Public Offering/IPO) dilakukan pada tanggal 14 November 1995. sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), New York Stock Exchange (NYSE) dan London Stock Exchange (LSE). Saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan (Public Offering Without Listing/POWL) di Tokyo Stock Exchange

1996 Kerja sama Operasi (KSO) mulai diimplementasikan pada 1 Januari 1996 di wilayah Divisi Regional I Sumatra – dengan mitra PT. Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo); Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten – dengan mitra PT. Aria West International (AriaWest); Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta – dengan mitra PT. Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI); Divisi Regional VI Kalimantan – dengan mitra PT. Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra); dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT. Bukaka Singtel

1999 Undang – undang no.36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi

2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT. Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia, yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara TELKOM dengan Indosat. Dengan transaksi ini, TELKOM menguasai 72,72% saham Telkomsel. TELKOM membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan Dayamitra ke dalam laporan Keuangan TELKOM

2002 TELKOM membeli Seluruh saham Pramindo melalui 3 tahap, yaitu 30% saham pada saat ditandatanganinya perjanjian jual-beli pada tanggal 15 Agustus 2002, 15% pada tanggal 30 September 2003 dan sisa 55% saham pada tanggal 31 desember 2004. TELKOM menjual 12,72% saham TElkomsel kepada Singapore Telecom, dan dengan demikian TELKOM memiliki 65% saham Telkomsel. Sejak Agustus 2002 terjadi duopoly penyelenggaraan telekomunikasi lokal

2.2. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia

Visi PT. TELKOM adalah Menjadi dominan InfoCom Player di kawasan Regional

Misi PT. TELKOM adalah Memberikan layanan "One Stop InfoCom" dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif dan dengan *Business Partner* yang sinergi

2.3. Budaya Kerja PT. Telekomunikasi Indonesia

Penetapan Budaya CARE sebagai budaya kerja di Lingkungan unit KSO Divisi Regional III Jawa Barat – Banten

A. Landasan Budaya CARE

Dalam mengembangkan dan mengimplementasikan nilai-nilai budaya CARE, sangat diperlukan adanya landasan sebagai faktor penguat budaya, yaitu sebagai berikut :

1. BERSIH, TRANSPARAN DAN PROFESIONAL (BTP)
   a. BERSIH, berarti mengandung nilai-nilai kejujuran, integritas, kredibilitas dan anti KKN (Korupsi, Kolusi dan Nepotisme)
   b. TRANSPARAN, berarti mengandung nilai-nilai auditable, accountable, opened, dan responsible
   c. PROFESIONAL, berarti mengandung nilai-nilai efisien-efektif, inovatif, customer orientation, competitive, akurat, risk tasking, self confidence, proaktif dan kerja sama intrapreneurship
2. RINGKAS, RAPI, RESIK, RAWAT dan RAJIN (5 R)
   a. RINGKAS, mengandung pengertian mengatur segala sesuatu, memilah sesuai dengan aturan atau prinsip tertentu
   b. RAPI, mengandung pengertian setelah tahapan RINGKAS dilalui selanjutnya menyimpan barang/dokumen di tempat yang tepat atau tata letak yang benar sehingga dapat dipergunakan dalam keadaan mendadak, untuk mengurangi atau menghilangkan proses pencarian
   c. RESIK, mengandung pengertian yaitu membersihkan barang-barang/dokumen sehingga menjadi bersih
   d. RAWAT, mengandung pengertian bahwa setelah tahapan diatas dilalui, selanjutnya melakukan kegiatan berupa mempertahankan dan memelihara ke-8 butir diatas untuk dapat dilakukan secra terus menerus

e. RAJIN, berarti mengandung pengertian bahwa setiap pegawai/karyawan harus mampu mendisiplinkan diri sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang telah disepakati, untuk menciptakan tempat kerja dengan kebiasaan dan prilaku yang baik. Dengan mengajarkan setiap orang apa yang harus dilakukan dan memerintahkan setiap orang untuk melaksanakannya, maka kebiasaan buruk akan terbuang dan kebiasaan baik akan terbentuk

B. Budaya CARE

1. Budaya CARE berarti budaya yang peduli terhadap *stake holder* baik peduli kepada pelanggan, pegawai, pemilik, maupun peduli kepada lingkungan perusahaan
2. Budaya CARE secara akronim berarti CREATIVE, ADAPTIVE, RESPONSIVE, EMPATHY kepada stake holder
3. Budaya CARE mengandung nilai-nilai yang luhur, yaitu mengedepankan bahwa bekerja termasuk jabatan adalah amanah, sedangkan amanah mengandung arti sebuah kepercayaan yang diberikan oleh atasan/perusahaan. Amanah boleh diharapkan namun tidak etis apabila diminta apalagi memaksa meminta. Budaya CARE juga mengandung nilai luhur yaitu bahwa bekerja atau jabatan adalah ibadah. Untuk itu emua pegawai yang sedang menjalankan pekerjaan (jabatan) hendaknya dilakukan dengan tulus, ikhlas, jujur, tepat waktu, semakin hari semakin tambah baik, dan dilakukan dengan cara

disiplin, yang pada dasarnya dapat menyenangkan semua *stake holder* (pelanggan, pegawai, pemilik dan lingkungan)

4. Nilai – nilai yang terkandung di dalam budaya CARE adalah sebagai berikut :
   a. CREATIVE, berarti mengupayakan, membangun, dan menggali potensi untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, pegawai, pemilik dan lingkungan
   b. ADAPTIVE, berarti mengerti, memahami dan dapat menguraikan kebutuhan pelanggan, pegawai, pemilik dan lingkungan
   c. RESPONSIVE, berarti mengenali pelanggan, menunjukkan rasa hormat sesama pegawai, dapat memberikan komitmen kepada pemilik dan mendorong partisipasi pelayanan di lingkungan masyarakat
   d. EMPATHY, berarti menempatkan pelanggan diatas segala-galanya, menjamin perlakuan yang adil dan setara terhadap pegawai, menyediakan informasi yang lengkap dan akurat bagi pemilik dan mempraktekan nilai-nilai kita di lingkungan masyarakat

2.4. Kegiatan Usaha

2.4.1. Jasa pelayanan telekomunikasi

Setiap perusahaan temasuk PT TELKOM senantiasa mengusahakan perkembangan dan kemajuannya. PT TELKOM sebagai satu-satunya organisasi penyelenggara (tunggal) jasa telekomunikasi untuk umum dalam negeri yang

selalu memperluas usahanya dalam menyediakan dan menyelenggarakan jasa telekomunikasi kepada masyarakat. Jasa telekomunikasi yang disediakan TELKOM dibagi dalam dua kelompok yaitu, jasa telekomunikasi dasar dan bukan dasar. Pengelompokkan ini belum belum dilaksanakan secara tegas mengingat teknologi telekomunikasi dan informasi berkembang dengan pesat. Bisnis utama TELKOM sampai saat ini adalah menyediakan PSTN (Public Switch Telephone Network) dan menyelenggarakan jasa melalui PSTN

Jenis jasa telekomunikasi yang sudah beroperai sampai saat ini adalah :

1. Jasa telepon dalam negeri
2. Jasa interkoneksi kepada penyelenggara telekomunikasi lain
3. Jasa telepon bergerak selular
4. Jasa satelit
5. Jasa lainnya

Jasa-jasa pelayanan yang diberikan adalah:

a. Jasa Telepon

Memungkinkan masyarakat untuk mengadakan hubungan langsung dengan seseorang ditempat lain dengan menggunakan perangkat. Jas ini merupakan pelayanan terpenting dan tersebar yang diselenggarakan PT TELKOM. Oleh karana itu, perkembangan dan kemajuan pesat. Pelayanan ini berupa:

- Percakapan telepon melalui operator,
- Kamar bicara umum swalayan/pesawat telepon umum swalayan,
- Telepon umum koin dan kartu,
- Sambungan telepon kendaraan bermotor.

b. **Jasa Telegrap**

Pemberian ini memungkinkan seseorang mengirimkan berita tertulis ketempat lain yang jauh dengan menggunakan fasilitas telekomunikasi. Padsa awlnya merupakan jasa yang penting yang diberikan oleh PT TELKOM, tetapi dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa telepon da telax maka produksi dari jasa ini menurun

c. **Jasa Telex**

Merupakan jasa telegrap dengan menggunakan peralatan seperti telepon otomat yang merupakan perkembangan telegram yang dikirimkan dengan menggunakan teleprinter

d. **Facsimile, Telecopier dan Telephoto**

Merupakan perkembangan dari teknologi telekomunikasi. Pemakaian ini melalui "Dial-up" dan masih terbatas pada lembaga-lembaga tertentu.

e. **Leased Chanel/Sirkuit Sewa**

Berupa saluran khusus telekomunikasi yang disewakan kepada instansi pemerintah dan lembaga-lembaga yang menginginkan hubungan langsungantara kantor pusat dan kantor cabang yang berada didaerah yang belumterjangkau fasilitas telekomunikasi.

f. **Komunikasi Radio (KOMRAD)**

Berupa telepon radio, telegrap radio, radio siaran non pemerimtah (RSNP), radio amatir serta komunikasi radio antar penduduk (KRAP).

g. **Menyediakan saluran-saluran bagi pemenuhan kebutuhan sarana telekomunikasi.** Saluran ini digunakan untukmenyalurkan berita.

h. **Menyediakan alat penyambung (switching)** yaitu: peralatan yang berada di sentral-sentral telepon, telegrap dan telex.

2.4.2. Kerjasama operasi

Masih untuk mewujudkan Pembangunan dan mengatasi masalah dana, maka TELKOM mengikutsertakan swasta dalam pembangunan prasarana jaringan, penyediaan jasa-jasa khusus dan pelaksanaan operasinya. Partisipasi swasta sampai saat ini dikenal dalam bentuk pola bagi hasil, perusahaan patungan dan kerjasama operasi (KSO), dimana organisasi kemitraan yang tidak membentuk suatu badan hokum, namun tetap dalam sebuah divisi TELKOM.

Divisi KSO dikelola oleh mitra KSO, yang merupakan konsorium dari beberapa perusahaan dalam maupun luar negeri. Maka KSO diterapkan selama 15 tahun dan pada akhir masa KSO seluruh hak, kepemilikan dan kepentingan mitra KSO yang berkaitan dengan sarana/jaringan baru dan semua pekerjaan yang sedang berjalan dialihkan kepada TELKOM.

2.5. Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia

Sistem ketenaga kerjaan perusahaan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lembar lampiran