BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Profil Tempat Kerja Praktek

2.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. TELKOM Tbk

- **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** Proklamasi 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 Satellit 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 menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdsarkan 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 Sumatera dengan mitra PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo); Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten dengan mitra PT Aria West International (Aria West); Divisi Regional IV Jawa Tengah dan Yogyakarta dengan mitra PT Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI); Divisi Regional VI Kalimantan dengan mitra PT Dayamitra Telekmunikasi (Dayamitra); dan Divisi R **1999** Undang-undang nomor 36/1999 tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi egional VII kawasan Timur Indonesia dengan mitra PT Bukaka Singtel.
- **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.
- **2009** yang lalu PT.Telekomunikasi Indonesia merayakan ulang-tahunnya yang ke 153 tahun. Sekaligus pada tanggal itu pula dilaksanakan *soft launching* suatu transformasi dan perubahan landscape bisnis 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.**

2.1.2. Logo Instansi

Arti Logo TELKOM



Gambar 2.1 Logo TELKOM

Sebuah logo akan menjadi suatu Brand Images dimana dari suatu perusahaan. Sudah banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan transformasi visi dan misi melalui logo contohnya Pertamina dan Telkom. Logo juga bersifat persepsi kuat terhadap perusahaan. Adapun Arti dari simbol-simbol logo tersebut yaitu:

- Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*). **Expertise**.
- Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar. **Empowering.**
- Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat. **Assured.**
- Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru. **Progressive.**

- Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan. **Heart**.

warna-warna yang digunakan adalah :

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

Peran Telekomunikasi

1. Memperkukuh kesatuan dan persatuan bangsa
2. Memperlancar kegiatan pemerintahan dan mendukung tercapainya tujuan pembangunan
3. Mendorong upaya mencerdaskan bangsa
4. Memperlancar pertumbuhan ekonomi nasional
5. Memprkuat hubungan antar bangsa .

Visi TELKOM

To become a leading InfoComm player in the region

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

Misi TELKOM

Telkom mempunyai misi memberikan layanan " *One Stop InfoComm Services with Excellent Quality and Competitive Price and To Be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation* " 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.

Arti Kredo



Gambar 2.2 Kredo TELKOM

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 Practies*)
4. Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif dalam peningkatan produktivitas dan kontribusi kerja
5. Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik.

Maskot TELKOM

Maskot Be Bee



Gambar 2.3 Maskot TELKOM

1. Antena Lebah sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan
2. Mahkota Kemenangan
3. Mata yang Tajam dan Cerdas
4. Sayap Lincah dan Praktis

2.1.3. Badan Hukum Instansi

PT.TELKOM Tbk. merupakan perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi (*InfoComm*) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi

secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. TELKOM, yang selanjutnya disebut juga Perseroan atau Perusahaan, menyediakan jasa telepon tidak bergerak melalui kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tidak bergerak tanpa kabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*cellular*), data dan *internet*, serta *network* dan interkoneksi baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

Sampai dengan 31 Desember 2006 jumlah pelanggan TELKOM sebanyak 48,5 juta pelanggan yang terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,7 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 4,2 juta pelanggan dan 35,6 juta pelanggan jasa telepon bergerak. Pertumbuhan jumlah pelanggan TELKOM di tahun 2006 sebanyak 30,73% telah mendorong kenaikan Pendapatan Usaha TELKOM dalam tahun 2006 sebesar 23% dibanding tahun 2005.

Sejalan dengan visi TELKOM untuk menjadi perusahaan *InfoComm* terkemuka di kawasan regional serta mewujudkan TELKOM *Goal* 3010 maka berbagai upaya telah dilakukan TELKOM untuk tetap unggul dan *leading* pada seluruh produk dan layanan.

Hasil upaya tersebut tercermin dari market share produk dan layanan yang unggul di antara para pemain telekomunikasi. Selama tahun 2006 TELKOM telah menerima beberapa penghargaan baik dari dalam maupun luar negeri, di antaranya The Best Value Creator, The Best of Performance Excellence Achievement, Asia's Best Companies 2006 Award dari Majalah Finance Asia.

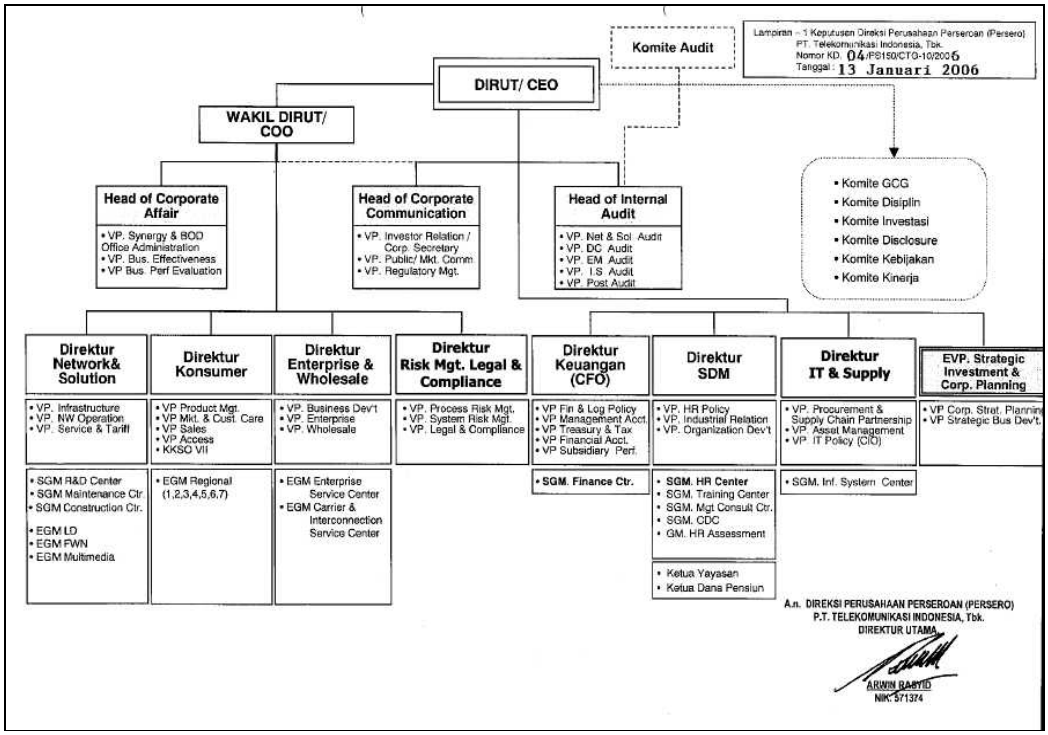
Saham TELKOM per 31 Desember 2006 dimiliki oleh pemerintah

Indonesia (51,19%) dan pemegang saham publik (48,81%), yang terdiri dari investor asing (45,54%) dan investor lokal (3,27%). Sementara itu harga saham TELKOM di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2006 telah meningkat sebesar 71,2% dari Rp 5.900,- menjadi Rp 10.100,-. Kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir 2006 sebesar USD 22,6 miliar.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh TELKOM, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, saat ini TELKOM menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

2.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dari fungsi-fungsi dan merupakan hubungan-hubungan yang menyatakan suatu kegiatan dalam mencapai suatu tujuan. Secara fisik suatu struktur organisasi dapat dinyatakan dalam bentuk bagan yang memperlihatkan hubungan unit-unit organisasi dan garis wewenang yang ada. Keuntungan yang dapat diperoleh dari penggunaan bagan organisasi yaitu dapat memperlihatkan karakteristik utama dari perusahaan dan memperhatikan gambar pekerjaan dan hubungan-hubungan yang ada di dalam perusahaan. Struktur organisasi PT. TELKOM Tbk secara garis besar dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. TELKOM Tbk