BAB II
PROFIL PERUSAHAAN

Untuk menjelaskan profil TELKOM secara singkat, maka akan dijelaskan mengenai sejarah TELKOM, visi dan misi TELKOM, kebijakan strategis TELKOM, sasaran bisnis TELKOM, *carporate strategy* TELKOM, produk jasa TELKOM, unit bisnis TELKOM, kepemilikan saham TELKOM, struktur organisasi DIVRE III dan struktur korporasi perusahaan TELKOM.

2.1 Sejarah TELKOM



Secara garis besar sejarah TELKOM terbagi menjadi dua bagian, yaitu masa pra kemerdekaan dan pasca kemerdekaan.

1. **Masa Pra Kemerdekaan:**
   - **1882** : Didirikan *"Post en Telegraf Dienst"*. Sebuah badan usaha swasta penyedia laporan post dan telegraft dibentuk pada masa pemerintahan kolonial Belanda.
   - **1906** : Berubah menjadi *"Post-Telegraaf en Telefoon Dienst"*. 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).
   - **1932** : Berubah menjadi *"Post-Telegraaf en Telefoon Dienst Dutch Colonial Administrations"*.
2. **Masa Pasca Kemerdekaan :**
   - **1945** : Proklamasi kemerdekaan Indonesia sebagai negara merdeka dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang. "Post-Telegraaf en Telefoon Dienst" beralih ke pemerintah RI dan dinamai *"Jawatan Post-Telegraaf en Telefoon Dienst"*.
   - **1960** : Berubah menjadi *"Perusahaan Negara Post-Telegraaf en Telefoon Dienst"*.
   - **1965** : *Perusahaan Negara Post-Telegraaf en Telefoon Dienst* dipisah menjadi dua perusahaan, yaitu : Perusahaan Negara Pos dan Giro, dan Perusahaan Negara Telekomunikasi.

- **1974** : PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.
- **1980** : Jasa telekomunikasi internasional dan domestik dipisahkan, dimana PERUMTEL menjadi pengelola jasa telekomunikasi domestik seedangkan INDOSAT mengelola jasa telekomunikasi internasional.
- **1989** : Undang – undang nomor 3/1989 tentang Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.
- **1991** : Mengalami status perubahan menjadi PT.Telekomunikasi Indonesia (PERSERO). Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no.25 tahun 1991.
- **1995** : Mengalami perubahan status menjadi perubahan publik, yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Penawaran Umum perdana saham TELKOM (*Initial Public Offerin/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** : Kerjasama 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); Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT Bukaka Singtel.
- **1999** : Undang – undang no.36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaran telekomunikasi.
- **2001** : TELKOM memmbeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia, yang ditandai demngan penhapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara TELKOM dengan Indosat. Dengan transaksi ini, Telkom mengusai 72,72% saham

Telkomsel. Telkom membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan Dayamitra kedalam 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 memilki 65% saham Telkomsel. Sejak Agustus 2002 terjadi duapoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.
- **2003** : PT.TELKOM menjadi perusahaan yang *"Full Network dan Service Provider"*.

2.2 Visi dan Misi TELKOM

Visi TELKOM adalah: *"To become a dominan InfoCom company in the region"*. Maksud yang terkandung dalam visi tersebut adalah bahwa TELKOM ingin menjadi operator telekomunikasi yang dominan dalam percaturan bisnis InfoCom di kawasan regional.

Sedangkan misi TELKOM adalah*: "TELKOM provides solution in InfoCom industry by one stop service whilst quaranteeing the best quality of service and maximum value to the cutomer thru utilizing state of the art technology, knowledge base company and partnership"*. Maksud yangterkandung dari misi ini adalah bahwa TELKOM ingin memberikan layanan "satu pintu" (*one stop service*) dengan memberikan kualitas yang prima dan harga yang kompetitif. TELKOM juga ingin melakukan pengelolaan usaha yang terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, teknologi yang kompetitif, dan kerjassama dengan mitra bisnis yang ada untuk meningkatkan sinergi usahanya.

2.3 Kebijakan Strategis TELKOM

Secara umum TELKOM memilki 4 kebijakan startegis, yaitu :

Multi Service Building

Maksud dari kebijakan ini adalah bahwa dalam mengembangkan bisnis InfoCom, TELKOM harus dapat memberikan layanan yang bersifat terpadu. Sebagai contoh: dalam memasarkan sambungan telepon, didalamnya sudah termasuk layanan multimedia, sehingga

pelanggan tidak hanya menikmati layanan komunikasi melalui telepon, akan tetapi juga dapat menikmati layanan lain yang bersifat satu paket layanan.

Service Exellent

Maksudnya adalah bahwa dalam menyediakan pelayanan pada pelanggan, sudah menjadi keharusan bagi TELKOM untuk memberikan pelayanan yang prima (*service exellence*), baik dari sisi produk, harga, pengiriman, dan juga layanan purna jual.

Build Business Scale

Maksudnya adalah bahwa sebagai suatu "National Company", maka sudah selayaknyalah bagi TELKOM untuk membangun skala bisnis usahanya untuk memperkuat *"barrier to entry"* terhadap bisnis jasa telekomunikasi. Untuk itulah maka TELKOM harus memperkuat kebijakan sentral dengan mnyediakan produk dengan standarisasi nasional.

Strong Financial Growth

Maksudnya adalah bahwa TELKOM akan meningkatkan pertumbuhan finansial perusahaan karena hal ini akan menjadi kunci bagi kesinambungan dan pertumbuhan perusahaan secara umum.

2.4 Sasaran Bisnis TELKOM

Kebijakan strategis TELKOM tersebut dapat dijabarkan dalam sasaran bisnis yang ingin dicapai dalam kurun waktu 5 tahun kedepan. Sasaran bisnis resebut meliputi :

Bisnis dan Pelanggan (customer)

Sasaran yang ingin dicapai TELKOM adalah: menjadi solusi penyedia jasa terbaik dengan kemampuan *multi service building*, dan menjadi pemain dominan dalam bisnib InfoCom dengan CAGR 24%.

Keuangan (financial)

Sasaran yang ingin dicapai TELKOM adalah: menjaga tingkat pertumbuhan dengan CAGR minimal 15%, dan pada tahun 2005 diharapkan kompetisi SDM fit 100% pada bisnis InfoCom, serta peningkatan net income/employee dengan pertumbuhan CAGR 20%.

Proses Bisnis Internal (Internal Business Process)

Sasaran yang ingin dicapai TELKOM adalah: menjadi fole of model sebagai E-Company di Indonesia.

2.5 Corporate Strategy TELKOM

Strategi utama TELKOM adalah tumbuh dengan cepat (Rapid Growth) dengan memokuskan pada upaya mengkapitalisasi seluruh potensi bisnis dan sumber daya perusahaan (*customer, market, product, employee*), sehingga dapat dicapai skala ekonomi dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan (Suitanable Growth).

2.6 Produk Jasa TELKOM

Pada jalur produk TELKOM dalam mengelola bisnis jasa telekomunikasi terbagi menjadi 5 jenis. Kelima jenis tersebut adalah :

Phone-Net

Jenis produk dari *Phone-Net* meliputi : PSTN/POTS, dan *Backbone Service.*

Mobile-Net

Jenis produk dari *Mobile-Net* meliputi: *Celluler Phone*, berupa produk GMPCS dan *Value Added Services*, yang terdiri atas: Internet dan VoIP *Access.*

View-Net

Jenis produk dari *View-Net* terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu : *Cable TV, Interactive Services* (*Near VoD, Pay per View, home Shopping*), *Value Added Services Cable TV.*

Inter-Net

Jenis produk dari Inter-Net meliputi: *Voice Over Internet, Dial/Dedicated Internet, Internet/Data Network, e-Commerce,* dan *Web Hosting.*

Service-Net

Jenis produk dari *service-Net* meliputi: *Interconnection, Smart card, billing, Call Center, ASP & Hosting Service*, dan *Intelligent Network.*

2.7 Unit Bisnis Telkom

Unit-unit bisnis TELKOM terdiri dari Divisi Center, Yayasan dan Anak Perusahaan, sebagai berikut:

Divisi Centre

1. Divisi Long Distance (baru)
   Sub Divisi satelit (baru)
2. Carrier & Interconnection Service Center
3. Divisi Multimedia (baru)
4. Divisi Fixed Wireless (baru)
5. Enterprise Service Center
6. *Customer Service* Wilayah Sumatera (baru)
7. *Customer Service* Wilayah Jakarta (Jadebotabek & Sekapur) (baru)
8. *Customer Service* Wilayah Jawa Barat
9. *Customer Service* Wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta (baru)
10. *Customer Service* Wilayah Jawa Timur (baru)
11. *Customer Service* Wilayah Kalimantan
12. *Customer Service* Wilayah Kawasan timur Indonesia (baru)
13. Maintenance Service Center (baru)
14. Training Center (baru)
15. Carrier Development Support Center
16. Management Consulting Center
17. http://www.telkom-indonesia.com/ccConstructionCenter (baru)
18. I/S center
19. R&D Center (baru)
20. SME Development (baru)

Yayasan – yayasan :

- Dana Pensiun (Dapentel) (baru)
- Yayasan Pendidikan
- Yayasan Kesehatan

Anak Perusahaan :

- **Kepemilikan > 50%**

1. PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel): Telekomunikasi (Selular GSM) (baru)
2. PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra): Telekomunikasi (KSO-VI Kalimantan)
3. PT Infomedia Nusantara (Infomedia): Layanan Informasi (baru)

4. PT Telekomunikasi Selular Raya (Telesera) : Telekomunikasi (Selular AMPS)
5. PT Pro Infokom Indonesia (PII) : B2B (e-Government)
6. PT Indonusa Telemedia (Indonusa): TV Cable (baru)
7. PT Graha Sarana Duta (GSD): Properti, Konstruksi dan Jasa

- **Kepemilikan 20% - 50%**
  1. PT Pasifik satelit Nusantara (PSTN): Transponder Satelit dan Komunikasi
  2. PT Multimedia Nusantara (Metra): Multimedia
  3. PT Citra Sari Makmur (CSM): VSAT
  4. PT Menara Jakarta: Multimedia
  5. PT Metro Selular Indonesia (Metrosel): Telekomunikasi (selular AMPS)
  6. PT Mobile Selular Indonesia (Mobisel): Telekomunikasi (selular NMT-450)
  7. PT Napsindo Primatel Internasional (Napsindo): Network Access Point
  8. PT Patra Telekomunikasi Indonesia (Patrakom): Layanan Satelit Komunikasi Industri Perminyakan
  9. PT Pramindo Ikat Nusantara : Telekomunikasi (KSO-1 Sumatera)
- **Kepemilikan < 20%**
  1. PT Batam Bintan Telekomunikasi (Babintel): Telekomunikasi (Pulau di Batam & Bintan)
  2. PT Komunikasi Selular Indonesia (Komselindo): Telekomunikasi (Selular AMPS)
  3. PT Medianusa PTE, Ltd: Agen Penjualan Buku Petunjuk Telepon (BPT)
  4. PT Pembangunan Telekomunikasi Indonesia (Bangtelindo): Konstruksi & Konsultasi Fas.Tel.

2.8 Tabel Kepemilikan Saham Telkom

Posisi 30 Juni 2003 dan 31 Mei 2003

Rincian Saham	Posisi 30 Juni 2003	%	Posisi 31 Mei 2003	%
1	2	3	4	5
Dwi warna	1		1	
Negara RI*)	5.160.235.355	51,19	5.160.235.355	51,19

Publik:				
Pemodal Nasional	280.999.809	2,78	284.204.627	2,82
Pemodal Asing	4.638.769.475	46,02	4.635.559.657	45,99
Total Publik	4.919.764.284	48,81	4.919.764.284	48,81
Jumlah Saham	10.079.999.640	100,00	10.079.999.640	100,00

Sumber: PT Datindo Entrycom (BAE)

2.9 Struktur Organisasi TELKOM

Dalam pengelolaan organisasinya, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memilki sebuah Dewan Komisaris yang terdiri dari 1 (satu) ketua dan 4 (empat) anggota serta sebuah Dewan Direksi yang beranggotakan 1 (satu) orang Presiden Direktur atau CEO dan 4 (empat) orang anggota Dewan Direksi lainnya yang memilki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda seperti Direktur Sumber Daya dan Bisnis Pendukung/CIO, Direktur Bisnis Jaringan Telekomunikasi, Direktur Bisnis dan Jasa Telekomunikasi, dan Direktur Keuangan/CFO.

Sebagai sebuah holding company, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki beberapa buah anak perusahaan terafiliasi seperti PT Telekomunikasi Selular Indonesia yang bergerak sebagai pemyelenggara jasa telekomunikasi bergerak selular, PT Indonusa Telemedia yang menangani bisnis multimedia penyiaran dan internet dengan nama produk TELKOMVision dan PT Infomedia Nusantara yang mengelola bisnis penerbitan Buku Petunjuk Telepon (Yellow Pages) dan Call Center.

Selain anak perusahaan tadi, dalam menjalankan opersi perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. telah mengelompokan unit-unit yang ada dalam organisasi kedalam bentuk divisi, Center dan Yayasan.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM