BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) 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.

Sebagai BUMN, Pemerintah Republik Indonesia merupakan pemegang saham mayoritas yang menguasai sebagian besar saham biasa Perusahaan sedangkan sisanya dimiliki oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia ("BEI"), *New York Stock Exchange ("NYSE")*, *London Stock Exchange ("LSE")* dan *Tokyo Stock Exchange (tanpa listing).*

Untuk menjawab tantangan yang terus berkembang di industri telekomunikasi dalam negeri maupun di tingkat global, Telkom bertekad melakukan transformasi secara fundamental dan menyeluruh di seluruh lini bisnis yang mencakup transformasi bisnis dan portofolio, transformasi infrastruktur dan sistem, transformasi organisasi dan sumber daya manusia serta transformasi budaya.

Pelaksanaan transformasi ini dilakukan dalam rangka mendukung upaya diversifikasi bisnis TELKOM dari ketergantungan pada portofolio bisnis Legacy yang terkait dengan telekomunikasi, yakni layanan telepon tidak bergerak (Fixed), layanan telepon seluler (Mobile), dan Multimedia (FMM), menjadi portofolio TIME. Konsistensi Telkom dalam berinovasi telah berhasil memposisikan Perusahaan sebagai salah satu perusahaan yang berdaya saing tinggi dan unggul dalam bisnis *New Wave*.

Komitmen Telkom untuk mendukung mobilitas dan konektivitas tanpa batas diyakini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan ritel maupun korporasi terhadap kualitas, kecepatan, dan kehandalan layanan serta produk yang Telkom tawarkan. Hal itu terbukti dengan kontinuitas peningkatan di sisi jumlah pelanggan Telkom, yakni mencapai 120,5 juta pelanggan per 31 Desember 2010, atau meningkat sebesar 14,6%. Dari jumlah tersebut, sebanyak 8,3 juta pelanggan merupakan pelanggan telepon kabel tidak bergerak, 18,2 juta pelanggan telepon nirkabel tidak bergerak, dan 94,0 juta pelanggan telepon seluler. & interkoneksi baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

Berikut adalah tabel sejarah perkembangan PT.Telkom, Tbk :

Tabel 1.1

Sejarah Perkembangan PT.Telkom, Tbk.

No	Tahun	Keterangan
1	1882	Sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegrap dibentuk pada masa pemerintahan kolonial Belanda.
2	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*).
3	1945	Proklamasi kemerdekaan Indonesia sebagai negara merdeka dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang.
4	1961	Status jawatan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).
5	1965	PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro), dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).
6	1974	PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.
7	1980	PT Indonesian Satellite Corporation (Indosat) didirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah

		dari Perumtel.
8	1989	Undang-undang nomor 3/1989 tentang Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.
9	1991	Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no.25 tahun 1991.
10	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.
11	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.
12	1999	Undang-undang nomor 36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi.
13	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.
14	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 duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.
15	2005	TELKOM meluncurkan Telkom-2 satelit untuk mengganti semua satelit layanan transmisi yang telah dilayani oleh satelit sebelumnya, Palapa B-4 Peluncurannya menjadikan total satelit yang telah diluncurkan oleh TELKOM menjadi delapan satelit, termasuk satelit Palapa A-1.
16	2009	TELKOM mulai melakukan transformasi bisnis-satunya perusahaan di bidang telekomunikasi untuk jangkauan yang lebih luas dari bisnis, perusahaan memperluas sayapnya ke telekomunikasi, teknologi informasi layanan, media massa dan edutainment. Keputusan Telkom untuk mengubah bisnisnya dipicu oleh pergeseran gaya hidup pelanggan, dan didukung oleh kemajuan teknologi dan perubahan peraturan yang memungkinkan penyedia layanan untuk memberikan layanan tambah bagi pelanggan. Dengan transformasi bisnis baru, Telkom juga berencana untuk melakukan akuisisi beberapa perusahaan yang sejalan dengan transformasi Telkom dari bisnis yang baru juga dengan menampilkan logo dan tagline baru Perusahaan 'the world in your hand''.
	2010	Proyek kabel bawah laut JaKaLaDeMa dan serat kabel optik yang menghubungkan Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Denpasar

		dan Mataram telah berhasil dirampungkan pada bulan april 2010.

Sumber : PT.Telkom, Oktober 2011

1.1.1 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media dan Edutainment* (TIME) di kawasan regional.

Misi

1. Menyediakan layanan TIME yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif
2. Menjaga model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia

Tujuan

Menciptakan posisi terdepan dengan memperkokoh bisnis legency & meningkatkan bisnis *new wave* untuk memperoleh 60% dari pendapatan industri pada tahun 2015.

Inisiatif Strategis

1. Mengoptimalkan layanan sambungan telepon kabel tidak bergerak / *Fixed wireline* ("FWL").
2. Memperkuat dan mengembangkan bisnis sambungan telepon nirkabel tidak bergerak / *fixed wireless access*

("FWA") dan mengelola portofolio nirkabel.

3. Melakukan investasi pada jaringan broadband.
4. Mengintegrasi solusi bagi UKM, Enterprise dan berinvestasi di bisnis wholesale.
5. Mengembangkan layanan Teknologi Informasi termasuk e payment.
6. Berinvestasi di bisnis media dan edutainment.
7. Berinvestasi pada peluang bisnis international yang strategis.
8. Mengintegrasikan *Next Generation Network* ("NGN") dan OBCE (*Operational support system, Business support system ,Customer support system and Enterprise relations managemen*t).
9. Menyelaraskan struktur bisnis dan pengelolaan portofolio.
10. Melakukan transformasi budaya perusahaan.*Model as the Best Managed Indonesian Corporation "*

1.1.2 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Gambar 1.1

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Telkom Indonesia Logo Pertama (1956-1965)

Sumber : Wikipedia. Oktober 2011

Gambar 1.2

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Telkom di Indonesia Logo 1974-1991

Sumber : Wikipedia. Oktober 2011

Gambar 1.3

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Oktober 2011

Bentuk bulatan dari logo melambangkan:

- Keutuhan Wawasan Nusantara; Ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional;
- Telkom yang mantap, modern, luwes, dan sederhana.

- Warna biru tua dan biru muda bergradasi melambangkan teknologi telekomunikasi tinggi/canggih yang terus berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang.
- Garis-garis tebal dan tipis yang mengesankan gerak pertemuan yang beraturan menggambarkan sifat komunikasi dan kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis.

Tulisan INDONESIA dengan huruf *Futura Bold Italic*, menggambarkan kedudukan perusahaan; Telkom sebagai Pandu Bendera Telekomunikasi Indonesia (*Indonesian Telecommunication Flag Carrier*).

Gambar 1.4

Logo Baru PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Oktober 2011

Perayaan Hari Jadi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) pada 23 Oktober 2009 memiliki arti khusus, karena bersamaan dengan hari jadi tersebut Telkom mendeklarasikan identitas baru sebagai simbol transformasi bisnis Telkom dari *InfoCom* menjadi T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*).

Dengan identitas dan *portofolio* bisnis yang baru, Telkom juga memiliki nilai-nilai yang baru. Untuk menjawab tantangan masa depan tersebut Telkom melakukan transformasi secara menyeluruh dan mendasar. Transformasi kali ini adalah yang paling besar sepanjang sejarah Telkom, karena bersifat fundamental, menyeluruh dan terintegrasi yang menyentuh empat aspek dasar perusahaan, yakni: Transformasi Bisnis, Transformasi Infrastruktur, Transformasi Sistem dan Model Operasi dan Transformasi *Human Resources*

Budaya ataupun nilai-nilai baru yang kini tengah diinternalisasikan kepada seluruh pegawai meliputi:

1. *Expertise* (mencerminkan tradisi pengetahuan dan pengalaman Telkom yang dalam dan luas dalam industrinya)
2. *Empowering* (memberdayakan pelanggan untuk meraih cita-cita mereka)
3. *Assured* (memberikan keyakinan pada pelanggan untuk bisa mengandalkan Telkom dalam industri telekomunikasi yang senantiasa berubah)
4. *Progressive* (menyiratkan pergerakan menuju teknologi yang lebih canggih dan menjauhi budaya yang terkait kepemerintahan)
5. *Heart* (mewakili sikap kepedulian Telkom dalam bekerja sama dengan para pelanggan).

1.1.3 Motto PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Gambar 1.5

Motto PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Committed 2 U

Sumber : Wikipedia,Oktober 2011

Commited To You (*Commited* 2 *U*) memiliki arti :

- Kami selalu fokus kepada pelanggan
- Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang kompetitif
- Kami selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik (*Best Practices*)
- Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam peningkatan produktivitas dan kontribusi kerja
- Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik .

1.1.4 Maskot PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Gambar 1.6

Maskot Telkom, *Bee*



Sumber : Wikipedia,Oktober 2011

Maskot *Be Bee* memiliki arti :

- Antena Lebah Sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan.
- Mahkota Kemenangan.
- Mata yang Tajam dan Cerdas.
- Sayap Lincah dan Praktis.
- Tangan Kuning Memberikan Karya Yang Terbaik.

Filosofi yang terkandung dalam sifat dan prilaku *Be Bee* adalah karena lebah tergolong makhluk yang senang bekerja sama, pekerja keras, mempunyai kesisteman berupa pembagian peran operasional dan fungsional, menghasilkan yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Lebah mempunyai dengung sebagai tanda keberadaannya dan loyal terhadap kelompok berupa perlindungan bagi koloninya. Ia memiliki potensi diri yang baik berupa tubuh yang sehat, liat dan kuat sehingga bisa bergerak cepat, gesit dan efektif dalam menghadapi tantangan alam. Lebah berpandangan jauh ke depan dengan merancang bangun sarang yang kuat dan efisien, berproduksi, berkembang biak dan menyiapkan persediaan makanan bagi kelangsungan hidup koloninya. Lebah biru merupakan penggambaran insan Telkom Indonesia.

1.1.5 Struktur Organisasi

Searah dengan pelaksanaan visi, misi maupun inisiatif strategis TELKOM dalam rangka perwujudan transformasi bisnis Perusahaan sebagai penyedia layanan TIME, kami melakukan reorganisasi pada sejumlah unit usaha, khususnya pada bisnis telepon kabel tidak bergerak.

Perubahan struktur organisasi diarahkan pada persoalan pengelolaan hal-hal sebagai berikut:

1. Penataan pengelolaan pelanggan yang ditandai dengan:

a. Pengembangan pengelolaan segmen pelanggan yaitu dengan dibentuknya Divisi Business Service untuk merespon perkembangan pasar segmen UKM; dan

b. Penajaman pengelolaan segmen pelanggan yaitu dengan dibentuknya organisasi Divisi Consumer Service yang diarahkan untuk peningkatan pertumbuhan bisnis dari pelanggan telepon kabel tidak bergerak dengan memanfaatkan peluang pertumbuhan pada bisnis konvergensi broadband dan layanan baru lainnya berdasarkan akses high bandwidth. Pembentukan Divisi Consumer Service ini merupakan evolusi dari organisasi Divisi Regional.

2. Penataan pengelolaan jasa yang ditandai dengan:

a. Pembentukan unit penyedia produk dan layanan, yaitu dengan diubahnya fokus peran Divisi Multimedia dari unit bisnis yang semula fokus sebagai pengelola bisnis-bisnis baru TELKOM menjadi unit organisasi yang diperankan sebagai *service integrator, content agregator* dan *platform management.*

b. Pengintegrasian fungsi pengelolaan service planning & strategy dan pengelolaan tarif kepada unit organisasi pengelola IT strategy, yaitu dengan dialihkannya pengelola *service planning* dan tarif dari Direktorat

Network & Solution kepada Direktorat IT & Supply dan direktorat tersebut diubah penamaannya menjadi Direktorat IT, Solution & Supply.

3. Penataan pengelolaan infrastruktur yang ditandai dengan implementasi secara penuh pengalihan pengelolaan akses jaringan dari Divisi Regional kepada Divisi *Access Network* (Divisi Regional Fungsinya sudah digantikan secara penuh oleh Divisi Consumer Service dan Divisi Access Network).

4. Penyesuaian fungsi pendukung yang terkait dengan perubahan organisasi Divisi Regional dan terbentuknya unit organisasi lainnya, yang antara lain (telah diimplementasikan di tahun 2010) ditandai dengan perubahan organisasi Direktorat Keuangan dan unit Financial Center. Perubahan organisasi tersebut merupakan penyesuaian pengorganisasian dari aktivitas pengelolaan keuangan yang disesuaikan dengan perubahan unit-unit bisnis yang didukung. Unit *Finance Center* telah berubah menjadi unit *Finance, Billing & Collection Center*.

1.1.6 Anak Perusahaan

Sementara itu, kami menumbuhkembangkan sinergi di antara jajaran TELKOMGroup dalam upaya mengantisipasi tantangan yang muncul di Indonesia dari meningkatnya dinamika dari industri telekomunikasi baik di tingkat domestik, regional maupun global.

Ekspansi usaha kami untuk mencapai visi Perusahaan didukung oleh anak Perusahaan dan Perusahaan asosiasi lainnya yang bergerak di berbagai bidang usaha, sebagai berikut:

Gambar 1.7

Anak Perusahaan Dengan Saham >50%

Kepemilikan Langsung lebih dari 50%

Anak Perusahaan(*)	Tanggal Pendirian/ Akuisisi	Jenis Usaha	Kepemilkan Saham (%)
PT Telekomunikasi Selular ("Telkomsel")	26 Mei 1995	Jasa telepon *mobile* seluler (GSM).	TELKOM (65%)
PT Multimedia Nusantara ("Metra")	9 Mei 2003	Multimedia, TV berlangganan, Layanan Sistem Informasi	TELKOM (100%)
PT Telekomunikasi Indonesia International ("TII")	31 Juli 2003	Telepon tidak bergerak (KSO-III Jabar & Banten), telekomunikasi internasional.	TELKOM (100%)
PT Pramindo Ikat Nusantara ("PIN")	15 Agustus 2002	Jasa pembangunan telekomunikasi.	TELKOM (100%)
PT Infomedia Nusantara ("Infomedia")	22 September 1999	Buku petunjuk telepon & layanan informasi, *Call Center*.	TELKOM (100%)
PT Dayamitra Telekomunikasi ("Mitratel")	17 Mei 2001	Telepon tidak bergerak (KSO-VI Kalimantan), penyediaan sarana – prasarana telekomunikasi & jasa telekomunikasi.	TELKOM (100%)
PT Indonusa Telemedia ("Indonusa")	7 Mei 1997	Multimedia (TV berlangganan, internet).	TELKOM (100%)
PT Graha Sarana Duta ("GSD")	25 April 2001	Jasa pengelolaan gedung, jasa kontruksi dan pengembangan.	TELKOM (99,99%)
PT Napsindo Primatel Internasional ("Napsindo")	29 Desember 1998	*Network access point.*	TELKOM (60%)

(*) Konsolidasian

Sumber : PT.TELKOM, Oktober 2011

Gambar 1.8

Anak Perusahaan Dengan Saham 20% - 50%

Kepemilikan Langsung antara 20% sampai dengan 50%

Anak Perusahaan	Tanggal Pendirian/ Akuisisi	Jenis Usaha	Kepemilkan Saham (%)
PT Patra Telekomunikasi Indonesia ("Patrakom")	28 September 1995	Layanan VSAT	TELKOM (40%)
PT Citra Sari Makmur ("CSM")	14 Februari 1986	Layanan VSAT dan jasa konsultasi.	TELKOM (25%)
PT Pasifik Satelit Nusantara ("PSN")	2 Juli 1991	Transponder satelit komunikasi dan seluler berbasis satelit.	TELKOM (22,38%)

Sumber : PT.TELKOM, Oktober 2011

Gambar 1.9

Anak Perusahaan Dengan Saham Kurang 20%

Kepemilikan Langsung kurang dari 20%

Anak Perusahaan	Tanggal Pendirian/ Akuisisi	Jenis Usaha	Kepemilkan Saham(%)
PT Batam Bintan Telekomunikasi ("BBT")	15 Juni 1996	Telepon tidak bergerak (di pulau Batam & Bintan)	TELKOM (5%)
PT Pembangunan Telekomunikasi Indonesia ("Bangtelindo")	24 Desember 1993	Jasa konstruksi dan pemeliharaan sarana telekomunikasi	TELKOM (2,11%)

Sumber : PT.TELKOM, Oktober 2011

Gambar 1.10

Anak Perusahaan Dengan Kepemilikan Tidak Langsung

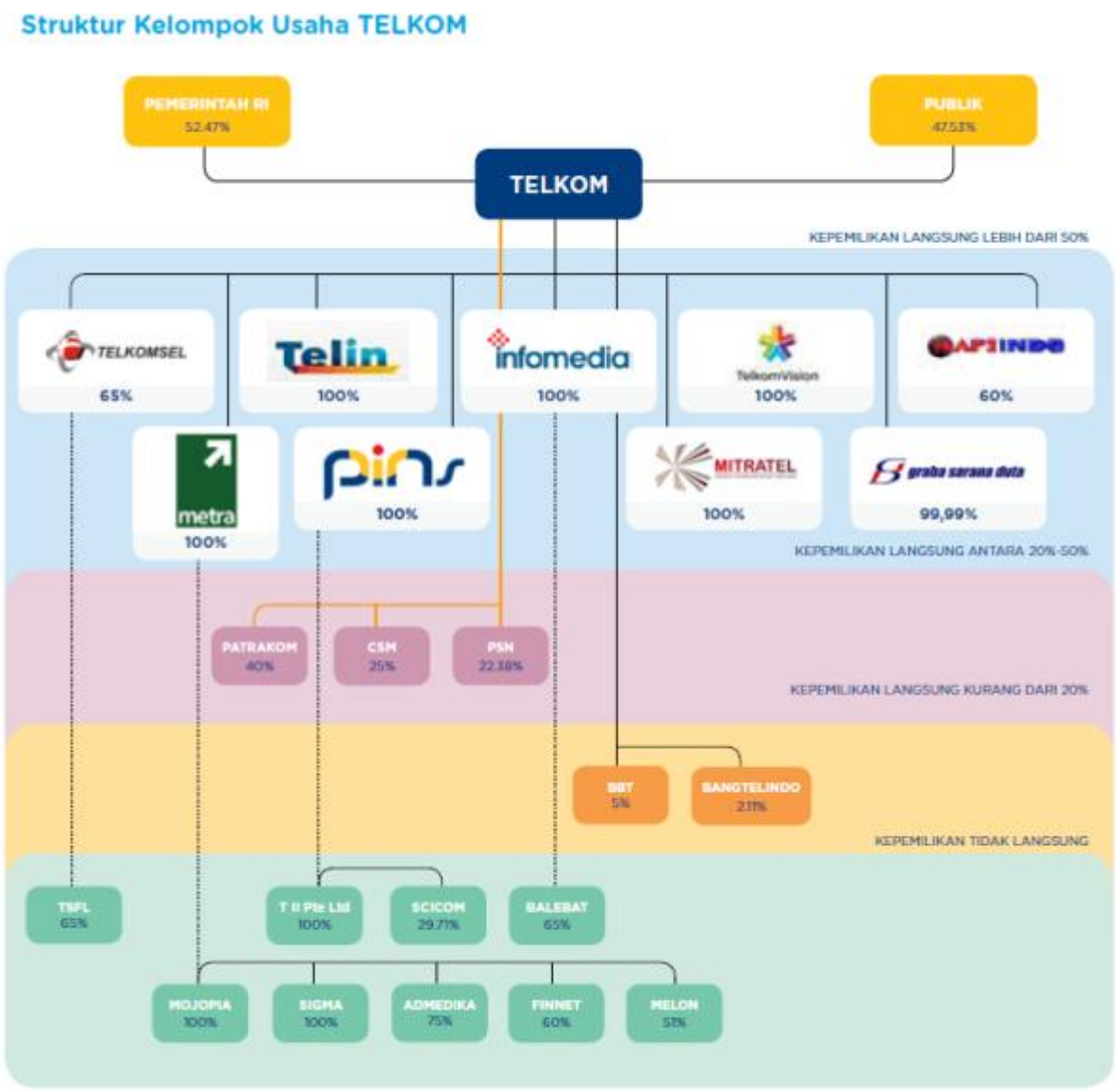
Kepemilikan Tidak Langsung

Anak Perusahaan	Tanggal Pendirian/ Akuisisi	Jenis Usaha	Kepemilkan Saham(%)
PT Metranet ("Metra-Net")	17 April 2009	Jasa portal multimedia	Metra (100%)
PT Sigma Cipta Caraka ("Sigma")	1 Mei 1987	Penyedia IT & Solution	Metra (100%)
PT Telekomunikasi Indonesia International Pte Ltd ("TII Pte Ltd")	6 Desember 2007	Telekomunikasi	TII (100%)
PT Administrasi Medika ("AdMedika")	25 Februari 2010	Jasa administrasi asuransi kesehatan	Metra (75%)
PT Balebat Dedikasi Prima ("Balebat")	1 Oktober 2003	Percetakan	Infomedia (65%)
Telekomunikasi Seluler Finance Limited ("TSFL")	22 April 2002	Keuangan	Telkomsel (65%)
PT Finnet Indonesia ("Finnet")	31 Oktober 2005	Penyedia infrastruktur komunikasi data perbankan & *e-payment*	Metra (60%)
PT Melon Indonesia ("Melon")	16 Agustus 2010	Jasa nilai tambah teleponi & jasa multimedia lainnya	Metra (51%)
Scicom Bhd ("Scicom")	31 Desember 2007	Penyedia jasa *contact center*	TII (29,71%)

Sumber : PT.TELKOM, Oktober 2011

Gambar 1.11

Stuktur Kelompok Usaha Telkom



Sumber : PT.TELKOM, Oktober 2011

1.1.7 Produk – Produk TELKOM

TELKOM telah melakukan transformasi bisnis untuk mempertahankan kesinambungannya sebagai pemimpin pasar dalam bisnis telekomunikasi domestik. Pengembangan usaha dilakukan untuk mengakomodasi kebutuhan seluruh segmen pelanggan, baik pelanggan biasa, pelanggan korporasi, ataupun operator telekomunikasi berlisensi lainnya.

Dalam waktu yang sama, tren permintaan yang dinamis menyediakan peluang usaha yang signifikan. Sebagai operator telekomunikasi terpadu, sesuai dengan strategi usaha TELKOM, pengembangan usaha yang kami lakukan berbasis pada kemampuan inti di bidang telepon kabel tidak bergerak, telepon nirkabel tidak bergerak, seluler, data & internet serta jaringan & interkoneksi, dengan pergeseran paradigma bisnis ke arah TIME sebagai masa depan bisnis telekomunikasi di Indonesia.

Kekuatan TELKOM sebagai penyedia solusi total bagi para pelanggan terlihat pada sinergi dari seluruh potensi yang dimiliki untuk meraih posisi pasar yang kuat di tengah persaingan bisnis telekomunikasi yang semakin ketat.

Sinergi juga dilakukan bersama dengan TELKOMGroup, khususnya dalam berbagai kegiatan promosi dan pemasaran.Berdasarkan portofolio bisnis, saat ini TELKOM mengelompokkan kegiatan usahanya sebagai berikut: sambungan telepon kabel tidak bergerak, sambungan

telepon nirkabel tidak bergerak, seluler, data & internet dan jaringan & interkoneksi.

1. Sambungan Telepon Kabel Tidak Bergerak

1.1 TELKOM Local

TELKOM Local adalah jasa panggilan antar pelanggan telepon dalam jarak dibawah 30 km atau di dalam satu wilayah (boundary) lokal. Pada umumnya nomor pemanggil dan yang dipanggil masih dalam satu kode area. Panggilan TELKOM Phone ke nomor seluler dalam satu kota tidak termasuk TELKOM Local. Pada saat ini teknologi penyaluran suara pada TELKOM Local adalah circuit switch melalui PSTN (*Public Switch Telepon Network*) sehingga kualitas suara sangat jernih.

1.2 TELKOM SLJJ

TELKOM SLJJ adalah panggilan telepon jarak jauh dimana nomor telepon yang dipanggil dan yang dipanggil masih dalam satu wilayah negara. Pada umumnya nomor telepon pemanggil dengan yan dipanggil berbeda kode area. Dalam melakukan panggilan SLJJ, pemanggil harus menekan kode area sebelum nomor pelanggan yang diinginkan.

1.3 TELKOM SLI -007

007 adalah layanan jasa komunikasi antar negara dengan menggunakan kode akses 007. Layanan ini juga dilengkapi dengan panggilan melalui bantuan operator dengan memutar

nomor akses 107. Sebelumnya, layanan ini dikenal dengan TELKOM International Call ("TIC") 007, sesuai dengan saat diluncurkan pada bulan Juni 2004. Pada bulan Mei 2006, mengubah namanya menjadi TELKOMSLI-007.

1.4 TELKOMSpeedy

TELKOMSpeedy merupakan layanan internet broadband yang memanfaatkan teknologi **Asymmetric Digital Subscriber Line** ("ADSL") dengan kecepatan tinggi hingga 3 Mbps (downstream). Speedy menyediakan layanan data, multimedia dan telepon/fax secara bersamaan (simultan) dengan hanya menggunakan saluran telepon kabel yang sudah ada.

2. Sambungan Telepon Nirkabel Tidak Bergerak

TELKOMFlexi adalah layanan telekomunikasi suara dan data yang berbasis nirkabel dengan teknologi CDMA (*Code Division Multiple Access*) 2000-IX. Layanan ini terbatas pada satu kode area tertentu (limited mobility) dalam arti pelanggan hanya dapat menggunakannya dalam sebuah kode area tertentu. Biaya pemakaiannya mengacu pada tarif telepon rumah (PSTN TELKOM). TELKOMFlexi menawarkan tiga layanan dasar: suara, SMS dan data dengan kecepatan rendah. Layanan bernilai tambah juga tersedia seperti *Ring Back Tone* (RBT).

Salah satu keunggulan TELKOMFlexi adalah kualitas suara yang jernih dan radiasi yang rendah serta jenis terminal yang bisa digunakan pelanggan beragam mulai dari terminal bergerak maupun terminal tidak bergerak.

Pelanggan yang menggunakan perangkat bergerak dapat memilih layanan pascabayar (FLEXIClassy) dan pascabayar (FLEXITrendy), sementara untuk pelanggan yang menggunakan perangkat tidak bergerak dapat menggunakan Fixed Wireless Terminal (FWT) untuk mengakses FLEXIHome yang berbasis sistem ESN (Non Sim Card). Salah satu produk TELKOMFlexi yang paling kompetitif adalah FLEXICombo yang memungkinkan pelanggan memiliki dua sampai tiga nomor dalam satu kartu sehingga memberikan mobilitas antar kota.

FLEXICombo merupakan pengembangan layanan dari FLEXIClassy dan FLEXITrendy yang khusus di rancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang sering menggunakan layanan roaming.

Pada tahun 2011 ini terdapat beragam inovasi produk dan layanan yang dapat Kami sediakan seperti FlexiChatting, FlexiNet Unlimited, Flexi Irit Mingguan, Flexi Irit Mingguan Xtra dan Flexi ngROOMpi.

3. Seluler

Telkomsel merupakan penyedia layanan telekomunikasi seluler dengan teknologi GSM dan 3G. Melalui penawaran serangkaian produknya, seperti kartuHALO, simPATI dan kartu As, Telkomsel menawarkan layanan pascabayar dan layanan prabayar.

Para pelanggan dan pengguna Telkomsel mendapatkan beragam fitur, aplikasi dan layanan bernilai tambah (*value added service*), termasuk SMS, WAP, GPRS, MMS, Wi-Fi, roaming internasional, mobile banking, CSD dan EDGE. kartuHALO diperkenalkan pertama kali pada tahun 1995 dan merupakan kartu pascabayar yang paling banyak digunakan. Pada akhir tahun 2010 kami memiliki 2,1 juta pelanggan kartuHALO, dengan pangsa pasar sekitar 45,2% dari pelanggan pascabayar, kartuHALO merupakan layanan pasca bayar paling populer di Indonesia yang menyediakan layanan yang disesuaikan bagi pelanggan dengan berbagai kepentingan.

simPATI merupakan layanan pra bayar isi ulang yang paling komprehensif dan menyediakan harga terbaik pada waktu off-peak. kartu AS adalah produk entry-model paling unggul dan kartu pra bayar pertama yang menyediakan tarif perdetik. Produk ini disediakan bagi segmen pasar yang lebih

memperhatikan biaya, dengan menyediakan rangkaian layanan yang inovatif dan efektif secara biaya.

4. Data dan Internet

4.1 TELKOMGlobal-01017

TELKOMGlobal-01017 merupakan layanan premium panggilan VoIP internasional yang memanfaatkan jaringan internet dengan kode akses 01017 untuk panggilan ke lebih dari 232 kode negara tujuan. Tarif layanan ini adalah 25% dari tarif SLI untuk semua negara dan tidak mengenal tarif rata untuk setiap waktu (time band). Layanan TELKOM Global-01017, tidak memerlukan perangkat tambahan untuk mengakses dan hanya dengan metode one stage dialing.

4.2 TELKOMSave

TELKOMSave adalah layanan panggilan jarak jauh dan panggilan VoIP internasional yang sejenis dengan TELKOMGlobal-01017, namun menggunakan metode dialing dua tahap. Agar dapat melakukan panggilan internasional atau panggilan jarak jauh, pelanggan terlebih dahulu harus memutar nomor akses, memasukkan nomor PIN, selanjutnya memutar nomor tujuan. Tarif layanan

yang dikenakan adalah 24% dari tarif SLI. Pelanggan pascabayar dan prabayar dapat memanfaatkan layanan ini.

4.3 TELKOMNet Instan

TELKOMNet Instan merupakan layanan akses internet dial-up tanpa perlu berlangganan dan khusus dirancang dengan konsep yang mudah dan sederhana untuk memenuhi kebutuhan aksesibilitas. Dalam menggunakan layanan ini, pelanggan cukup mengakses konfigurasi koneksi internet di komputer dan mengisi dial number dengan 0809 8 9999. Pada saat login, pelanggan cukup mengisi user name: telkomnet@instan dan password : TELKOM. Biaya pemakaian dibebankan berdasarkan lama waktu pemakaian dan biaya pemakaian tersebut disatukan dengan tagihan penggunaan telepon.

4.4 Plasa.com (www.plasa.com)

plasa.com (www.plasa.com) merupakan layanan portal web kami yang menyajikan layanan informasi serta komunitas internet berbahasa Indonesia dengan fokus layanan pada komunitas pendidikan nasional. plasa.com memiliki beberapa layanan portal di antaranya: layanan email gratis, online web forum, online classified ads services, online blogging untuk netters, electronic cards services, online webchat services dan IRC-like webchat,

online messaging services, RSS news clips dan Komunitas Sekolah Indonesia (“KSI”).

4.5 Kartu i-VAS

Kartu i-VAS. Untuk mendukung para pengguna internet, kami mengeluarkan kartu Internet Value Added Service (“i-VAS”) yang merupakan alat pembayaran (micropayment) prabayar untuk mengakses berbagai konten atau layanan internet. Kartu i-VAS ini ditujukan untuk menjadi alat pembayaran online terpercaya yang dapat memfasilitasi proses pembayaran dengan nilai nominal yang tidak terlalu besar dan tidak bisa menggunakan kartu kredit.

5. Jaringan dan Interkoneksi

TELKOMIntercarrier merupakan layanan interkoneksi dan wholesale untuk penyelenggara jasa dan jaringan lainnya yang dikenal dengan OLO (*Other Licensed Operator*).

TELKOMIntercarrier menyediakan layanan interkoneksi domestik dan internasional, layanan satelit, penyewaan jaringan, penggunaan bersama akan infrastruktur dan fasilitas, layanan data dan layanan akses jaringan.

5.1 TELKOM Solution Business Partner (”TS BP”)

Kami memberikan solusi yang sesuai dengan pelanggan perusahaan maupun UKM. Layanan TSBP ini mencakup seluruh produk dan layanan TELKOM, TELKOMGroup

maupun mitra pendukung. Layanan TSBP dalam bentuk konektivitas yang banyak digunakan oleh pelanggan perusahaan dan UKM terdiri dari jasa jaringan (XPDR, IDR,VSAT, penyewaan jaringan), DATAKOM (VPN IP, VPN Frame Relay, Dinaccess, Infonet, Metro Ethernet, ADSL Link, ISDN), dan akses internet (IP Transit, Astinet, Speedy).

Untuk melengkapi layanan konektivitas tersebut, TELKOM juga menyediakan berbagai solusi pendukung bekerjasama dengan anak perusahaan dan mitra strategis, yaitu:

- Solusi aplikasi yang sesuai dengan jenis industri pelanggannya, sebagai contoh aplikasi SATU (Sarana Transaksi Keuangan) merupakan sistem inti perbankan yang dapat dipergunakan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, aplikasi Pegadaian, aplikasi Enterprise Resource Planning (ERP) dan aplikasi SIAP Online (Sistem Informasi Administrasi Pendidikan). Layanan aplikasi ini disediakan oleh anak perusahaan (Sigma, Finnet, Metra dan AdMedika) maupun mitra strategis lainnya;
- Customer Premises Equipment/CPE (router, switch, hub, PABX, video conference terminal, IP phone terminal,

video surveillance, automatic meter reading, tracking device) dan

• Jasa pendukung (konsultansi, project management dan training).

6. Lain-Lain

TELKOMVision. TELKOMVision merupakan nama produk dari PT Indonusa Telemedia, anak perusahaan kami yang bergerak di bidang TV berlangganan. Layanan yang diberikan TELKOMVision terdiri dari TV kabel, akses internet cepat dan TV satelit. TV kabel menggunakan Hybrid Fiber Coaxial ("HFC"), uatu teknologi yang menggabungkan dua physical access yaitu serat optik dan kabel coaxial. Saluran TV premium seperti, HBO, Cinemax dan Star Movie juga disediakan dalam satu paket dasar tanpa harus menambah biaya sewa bulanan.

Pelanggan TELKOMVision dapat menggunakan layanan internet broadband dengan kecepatan tinggi (30 Mbps downstream dan 512 Kbps upstream), tanpa batas waktu dan tanpa tagihan pulsa tambahan. Dengan menyediakan kabel modem Data Over Cable Service Interface Specification ("DOCSIS") 1.0, pelanggan sudah dapat tersambung dengan jaringan TELKOMNet melalui Divisi Multimedia kami.

Selain melalui jaringan kabel, TELKOMVision juga melayani TV Satelit Direct to Home (“DTH”) yang menggunakan infrastruktur satelit TELKOM, yaitu satelit TELKOM-1 dan TELKOM-2 dengan teknologi perpanjangan C-band dengan tambahan perangkat berupa parabola mini dan dekoder.

7. Layanan Bernilai Tambah

Kami bertujuan untuk menggabungkan sebanyak mungkin layanan bernilai tambah bersama dengan produk inti kami untuk memaksimalkan pendapatan dan meningkatkan posisi pasar. Kami berupaya menempatkan layanan bernilai tambah yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya.

1.2 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia.

1.2.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat & Banten

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., Divisi Regional III dalam peta bisnis layanan jasa telekomunikasi menguasai wilayah Propinsi Jawa Barat dan sebagian Propinsi Banten dengan bentang geografi dari kawasan Ujungkulon hingga Losari.

Torehan perjalanan Sejarah Divre III dimulai ketika masih menyandang sebutan DTEL VIII Bandung dimasa TELKOM masih berstatus Perusahaan Negara (PN), selanjutnya berganti sebutan menjadi WITEL V Jawa Barat saat status TELKOM sebagai Perusahaan Umum (PERUM), ketika TELKOM mulai akan "*Go Public*" sebagai *Public Corporation*, TELKOM telah menyandang predikat sebagai perusahaan terbuka Perseroan Terbatas (PT), sebutan WITEL V-pun berubah menjadi Divisi Regional III untuk wilayah Jawa Barat & Banten secara utuh.

Kehadiran Mitra Kerjasama Operasi (KSO) PT. Ariawest International dalam kancah bisnis jasa informasi dan telekomunikasi di Divre III tahun 1995, membawa konsekuensi adanya penciutan area bisnis, dengan di masukkannya Bogor, Serang dan Purwakarta (BOSEPUR) sebagai bagian dari wilayah bisnis Divre II Jakarta.

Gambar 1.12

Area PT. Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten



Sumber : Pt.Telkom,Oktober 2011

1.2.2 Sejarah divisi PT. Telkom Kancatel Garut.

PT. Telkom telah melakukan reformasi pemikiran, baik itu yang bersifat internal maupun eksternal. Secara internal peningkatan kualitas SDM di bidang telekomunikasi selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sedangkan di sudut eksternal terjadilah pembentukan restrukturisasi organisasi atau perampingan divisi.

PT. Telkom Garut pada awalnya mempunyai divisi Kandatel (kantor daerah telekomunikasi) yang menginduk di Kab. Garut sendiri. Tetapi ada keputusan dari kantor pusat Telekomunikasi yaitu *coorperate* yang menginstruksikan pada bulan April 2006 bahwa PT. Telkom Kandatel Garut harus di restrukturisasi atau perampingan wilayah menjadi Kancatel (kantor cabang telekomunikasi) yang menginduk ke Kab. Tasikmalaya. Kancatel di Kab. Garut ini merupakan Kancatel A atau disebut pusatnya Kancatel.

Perampingan atau restrukturisasi ini sangat dikaitkan dengan pengeluaran yang stabil tetapi pendapatan yang sangat besar. Sehingga dapat mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. yang menjadikan sebuah perusahaan menjadi baik dan berkembang. Kantor Kancatel Kab. Garut ini berjalan selama 2 tahun. Yang sampai dengan saat ini berjalan dengan baik.

Efektivitas kantor Kancatel ini sangat efisien dan pesat dalam penjualan produk-produk Telkom seperti : Telepon flexi dan Jaringan Internet SPEEDY. Dengan hasil yang menguntungkan bagi perusahaan telekomunikasi PT. Telkom. Yang dapat mengharumkan perusahaan ini.

Gambar 1.13

Struktur PT.Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten

Sumber : PT TELKOM,Oktober 2011

Gambar tersebut menunjukkan bahwa Divre III dipimpin oleh seorang EGM Divre yang bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi Divisi Regional. EGM Divre dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh Deputi yang berperan sebagai koordinator untuk membantu EGM DIVRE III dalam mengendalikan dan memfasilitasi kelancaran dan penyelenggaraan operasional unit-unit operasi yang berada dalam kendali DIVRE, yaitu KANDATEL.

EGM Divre juga dibantu bidang komunikasi untuk membentuk image yang positif atas representasi telkom di wilayah Divre III, dan bidang sekretariat yang bertanggung jawab atas kelancaran dan efektivitas dukungan berbagai kegiatan perkantoran dan protokoler pada kantor Divisi Regional.

EGM Divre membawahi bagian-bagian berikut :

a. Product & Business Performance.
b. Access Network Planning & Performance
c. Marketing & Sales
d. Customer Care
e. General Support
f. Kandatel
g. Unit Billing dan Collection

Uraian tanggung jawab jabatan di PT. Telkom Divisi Regional III adalah sebagai berikut :

1. EGM Divre III

EGM Divre III bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi divisi regional di wilayah geografisnya. Yaitu mencakup :

a. Tercapainya target *revenue*
b. Tertagihnya piutang usaha dari *revenue* yang dihasilkan
c. Efisiensi biaya penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer* dengan tetap menjaga efektivitas dalam upaya pemenangan kompetisi perebutan *customer* segmen.
d. Optimalisasi sumberdaya perusahaan, termasuk pendayagunaan infrastruktur *access.*
e. Terkendalinya aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care*, serta operasi dan pemeliharaan infrastuktur *access* yang diselenggarakan di berbagai wilayah diareanya oleh kandatel.
f. Efektivitas penyelenggaraan kerjasama dengan pihak eksternal dalam rangka penyelenggaraan fungsi *delivery channel*
g. Terjaganya perimbangan alokasi sumberdaya operasional di divisi regional, khususnya yang terkait dengan operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access.*
h. Terkoordinasinya seluruh aktivitas operasi bisnis Telkom
i. Memastikan bahwa semua resiko pada proses bisnis didalam ruang lingkup divisi regional III diidentifikasi, dievaluasi, dan dikontrol
j. Mewakili Telkom di wilayah geografisnya dalam hubungannya dengan pihak eksternal

Dalam menjalankan perannya, EGM Divre III dibantu oleh beberapa posisi Senior Manager (SM), General Manager (GM), dan Operation Senior Manager (OSM), yaitu :

a. SM. Product & Business Performance
b. SM. Access Network Planning & Performance
c. SM. Marketing & Sales
d. SM. Customer Care
e. SM. General Support
f. GM. Kandatel
g. OSM. Billing & Collection

2. Deputy Divre III

Deputy EGM Divre III adalah posisi yang diberikan peran sebagai coordinator untuk membantu EGM Divre III dalam mengendalikan dan memfasilitasi kelancaran penyelenggaraan operasional unit-unit yang berada dalam kendali Divre III, yaitu Kandatel.

3. Sekretariat Divre III

Bagian sekretaris DIVRE III dipimpin oleh pejabat setingkat *Manager,* yang disebut *Division Secretary* DIVRE III. *Division Secretary* DIVRE III, bertanggung jawab atas kelancaran dan efektivitas dukungan bagai kegiatan-kegiatan perkantoran dan protokoler pada kantor Divisi Regional.

Untuk melakukan perannya, *Division Secretary* DIVRE III melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Melakukan peran sebagai coordinator *speech writer* dan *content profider* terhadap materi yang akan disampaikan EGM DIVRE III dalam berbagai pertemuan.

b. Mengelola jadwal aktivitas-aktivitas EGM DIVRE III dan Deputy EGM DIVRE III yang bersifat strategis, khususnya yang terkait komitmen pada pihak ketiga.

c. Menyelenggarakan peran sekretariat dan dukungan administrasi perkantoran pada kantor DIVRE III Jawa Barat dan Banten, termasuk pengelolaan korespondensi dengan *eksternal constituen.*

d. Mengkoordinasi kegiatan protokoler DIVRE III.

4. *Communication* Divre III

Bagian komunikasi DIVRE III dipimpin oleh pejabat setingkat *Manager*, yang disebut *Division Communication. Division Communication* DIVRE III, bertanggung jawab atas terkordinasinya *public image* yang positif atas representasi TELKOM di wilayah DIVRE III, yang dilakukan melalui upaya pengelolaan komunikasi efektif.

Untuk melakukan perannya, *Division Communication* DIVRE III, melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Mengelola mekanisme komunikasi, termasuk pengelolaan medianya, sehingga komunikasi DIVRE III dengan pihak eksternal dapat secara optimal menjadi sarana yang efektif dalam menjaga dan membangun *Corporate Image.*

b. Mengkoordinir program pengembangan informasi, yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan penyaringan informasi (disesuaikan dengan norma/peraturan publikasi informasi bagi perusahaan *go public*), pengkayaan jenis dan nilai informasi, pengemasan, pengelolaan mekanisme *feedback* yang sistematis.

c. Mengkoordinir program-program yang terkait dengan *news & information managemen.*

d. Menyelenggarakan program hubungan *public,* yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan proses komunikasi dengan public (*press conference*), layanan kunjungan *study* banding/*benchmark,* merespon saran/masukan/kritik dari media massa, membina hubungan dengan komunitas industri & asosiasi terkait/PEMDA setempat, dll).

e. Mengkoordinasi kegiatan komunikasi internal di lingkungan DIVRE III.

5. SM. Product & Business Performance

Bidang *Product & Business Performance,* dipimpin oleh seorang *Senior Manager* yang disebut *Senior Manager Product & Business Performance,* dan disingkat *SM. Product & Business Performance.*

SM. Product & Business Performance bertanggung jawab atas penyiapan strategi, kebijakan penyelenggaraan bisnis pada lingkup DIVRE III yang mencakup perencanaan operasi bisnis, pengelolaan portofolio produk, pengaturan *revenue assurance*, serta pengelolaan *quality* dan performasinya, sehingga dapat

dipastikan bahwa penyelenggaraan operasi bisnis DIVRE III dilaksanakan dalam koridor pengendalian manajemen secara memadai.

Untuk melakukan peranannya *SM. Product & Business Performance* dibantu oleh:

a. *Manager Product Performance.*
b. *Manager Business Planning.*
c. *Manager Revenue assurance.*
d. *Manager Quality & Change Management.*

6. SM. Access Network Planning & Performance

Bidang Access Network Planning & Performance, dipimpin oleh seorang Senior Manager yang disebut *Senior Manager Access Network Planning & Performance,* dan disingkat *SM. Access Network Planning & Performance.*

SM. Access Network Planning & Performance bertanggung jawab atas perencanaan pengembangan, penyediaan, serta pendayagunaan *access network,* sehingga dapat dipastikan bahwa penyelenggaraan operasi layanan kepada *customer,* baik kepada *customer* segmen konsumen/retail maupun *customer segmen corporate customer/OLO,* dapat didukung dengan pendayagunaan *access network* secara efisiensi dan berkualitas.

Sejalan dengan proses transformasi organisasi di Telkom, mulai media tahun 2009, bidang ANPP secara garis komando telah berpisah dengan Divre, dan

bergabung menjadi divisi tersendiri bersama Divisi Akses. Divisi Akses Regional III Jabar dan Banten dipimpin oleh GM.

Untuk melakukan perannya, SM. *Access Network Planning & Performance* ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Menyusun rencana pendayagunaan *Access Network*, mencakup perencanaan pembangunan, *quality enhancement* dan *replacement/*modernisasi jaringan akses (*Copper, Radio, Fiber)* termasuk NMS (*Network Management System).

b. Menyusun program yang diperlukan sebagai rujukan dalam alokasi anggaran LOP, *commitment budget, payment budget, monitoring* dan evaluasi pelaksanaan project.

c. Mengelola performansi infrastruktur & *QoS measures, standard setting, supervise & control performance* untuk *access personal customer* dan *corporate customer* & OLO.

d. Mengelola manajemen data yang diperlukan untuk pendayagunaan *access network*, serta pengelolaan fasilitas pendukung *access network (supporting access facilities).*

e. Merumuskan kebijakan dan prosedur operasional *access network* pada lingkup operasi DIVRE III, khususnya yang terkait dengan *public access,* dan performansi & *Qos public access.*

f. Mengelola dan mengendalikan pendayagunaan *access network* yang terkait dengan *public access.*

Dalam menjalankan perannya, *SM. Access Network Planning & Performance* dibantu oleh :

a. *Manager Access Planning.*
b. *Manager CAPEX Management.*
c. *Manager Access Performance & Qos.*
d. *Manager Access Data & Support.*

7. SM. Marketing & Sales

SM. Marketing & Sales bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan fungsi marketing & sales pada lingkup wilayah operasi DIVRE III, sehingga dapat dipastikan bahwa upaya pemasaran seluruh produk TELKOM dilakukan secara kompetitif dan sesuai dengan karakteristik pasar serta direspon dengan upaya *sales* yang mampu secara efektif menghasilkan *revenue* maksimal.

Untuk melakukan perannya, *SM. Marketing & Sales* ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan penjabaran di wilayah operasinya strategi dan kebijakan pemasaran dari rumusan yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office.*

b. Merumuskan marketing & *sales planning*, serta menyusun dan mengendalikan program promosi.

c. Menyusun program dan dukungan promosi.

d. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan efektivitas kerjasama dengan pihak eksternal dalam hal *channel distribution.*

e. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kinerja *sales operation.*

f. Mengkoordinasi dan mengendalikan penyediaan, sirkulasi dan penjualan kartu flexi/voucher, yang diselaraskan dengan kebijakan *card management* ditetapkan oleh *Corporate Office.*

g. Mengkoordinasi pelaksanaan fungsi penjualan kartu flexi/voucher yang bersifat lintas area KANDATEL.

8. SM. Customer Care

SM. Customer Care bertanggung jawab atas kualitas dan efektivitas penyelenggaraan layanan *customer* pada lingkup wilayah operasi DIVRE III, sehingga dapat dipastikan bahwa upaya pelayanan kepada *customer segmen* consumer/retail dilakukan secara kompetitif dan sesuai dengan karakteristik segmennya serta mampu secara efektif menjaga kepuasan *customer.*

Untuk melakukan perannya, *SM, Customer Care* digunakan untuk malakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan kebijakan customer care yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office.*

b. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kualitas pengelolaan *customer*.

c. Mengembangkan metode pelayanan *customer*, yang diselaraskan dengan karakteristik *customer* di wilayah operasinya.

9. SM. General Support

SM. General Support bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan fungsi *General Support* pada lingkup wilayah operasi DIVRE III, sehingga dapat dipastikan bahwa kebutuhan fasilitas penyelenggaraan operasional DIVRE III dapat dipenuhi dan dilaksanakan dengan lancar, didukung dengan lindungan aspek *legal & compliance* yang memadai, serta dilaksanakan secara efisien, dan dengan administrasi yang tertib.

Untuk melaksanakan perannya *SM General Support* ditugaskan untuk malakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Mengelola proses management *logistic*, dalam rangka pemenuhan kebutuhan *logistic* dan sarana umum yang diperlukan atas seluruh *asset* yang berada di lingkungan wilayah operasi DIVRE III.

b. Mengelola, mengatur mekanisme pandayagunaan, mengadministrasikan, serta memenuhi aspek-aspek perlindungan yang diperlukan atas seluruh asset yang berada dilingkungan wilayah operasi DIVRE III.

c. Mengelola aktivitas legal, dalam rangka pemenuhan perlindungan dan prasyarat aspek legal yang diperlukan dalam penyelenggaraan seluruh aspek operasional DIVRE III.

d. Mengelola aktivitas yang terkait dengan pembinaan hubungan dengan lingkungan, termasuk *community development*, serta dukungan penyelenggaraan tanggung jawab perusahaan dalam hal penyaluran dana kemitraan (usaha kecil dan menengah, dan bina lingkungan)

e. Menyelenggarakan kegiatan pengamanan *asset*, personil, informasi dan data operasional perusahaan serta kesehatan dan keselamatan kerja.

Dalam menjalankan perannya *SM. General Support* dibantu oleh :

a. *Manger Logistic*
b. *Manager Asset Management*
c. *Manager Legal*
d. *Manager Community Development*
e. *Manager Security and safety*

10. GM. Kandatel

GM. KANDATEL bertanggung jawab atas tecapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi KANDATEL di wilayah geografisnya, yaitu mencakup ;

a. Tercapainya target *revenue.*

b. Tertagihnya piutang usaha dari *revenue* yang dihasilkan.

c. Efisiensi biaya penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer segmen* consumer/retail, dengan tetap menjaga efektivitas dalam upaya pemenangan kompetisi perebutan *customer* segmen consumer/retail.

d. Kesiapan dan kehandalan infrastruktur *access.*

e. Terselenggaranya aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care*, serta operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access,* yang diselenggarakan di wilayah geografisnya.

f. Terpilihnya alokasi sumber daya operasional Divisi Regional, khususnya yang terkait dengan operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access* dalam rangka eksekusi layanan yang diperlukan baik untuk *customer segmen* consumer/retail, maupun dukungan yang diperlukan untuk eksekusi layanan kepada *customer segmen corporate customer/OLO*.

g. Memastikan bahwa semua resiko pada proses bisnis di lingkup KANDATEL yang bersangkutan diidentifikasi, dievaluasi, dan dikontrol dengan semestinya.

Dalam melaksanakan perannya, GM. KANDATEL dibantu oleh beberapa posisi *Manager* dan *Senior General Supervisor*, yaitu :

a. *Manager Business Performance.*

b. *Manager Access Network Maintenance.*

c. *Manager Access Network Operation.*

d. *Manager Customer Care.*

e. *Manager Sales Fixed Phone.*

f. *Manager Data & VAS Sales.*

g. *Manager General Support.*

h. *Junior Manager KANDATEL.*

Untuk efektivitas dan kelancaran penyelenggaraan operasinya, GM. KANDATEL dibantu oleh Deputy GM. KANDATEL, dengan pembagian fokus tugas diselaraskan dan disesuaikan dengan kondisi di masing-masing KANDATEL, yang pengaturannya ditetapkan oleh EGM. DIVRE III.

11. OSM. Billing & Collection

Unit Billing & Collection dipimpin oleh seorang ***Operation Senior Manager*** yang bertanggung jawab langsung kepada EGM Divre III, dan selanjutnya disebut OSM UBC.

Peran OSM. UBC bertanggung jawab atas :

a. Penyelenggaraan proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian, piutang dan komplain.

b. Perencanaan dan pengembangan proses *billing dan system payment*.

c. Evaluasi performansi pencapaian proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian piutang dan complain.

d. Kerjasama dengan unit-unit internal dan eksternal.

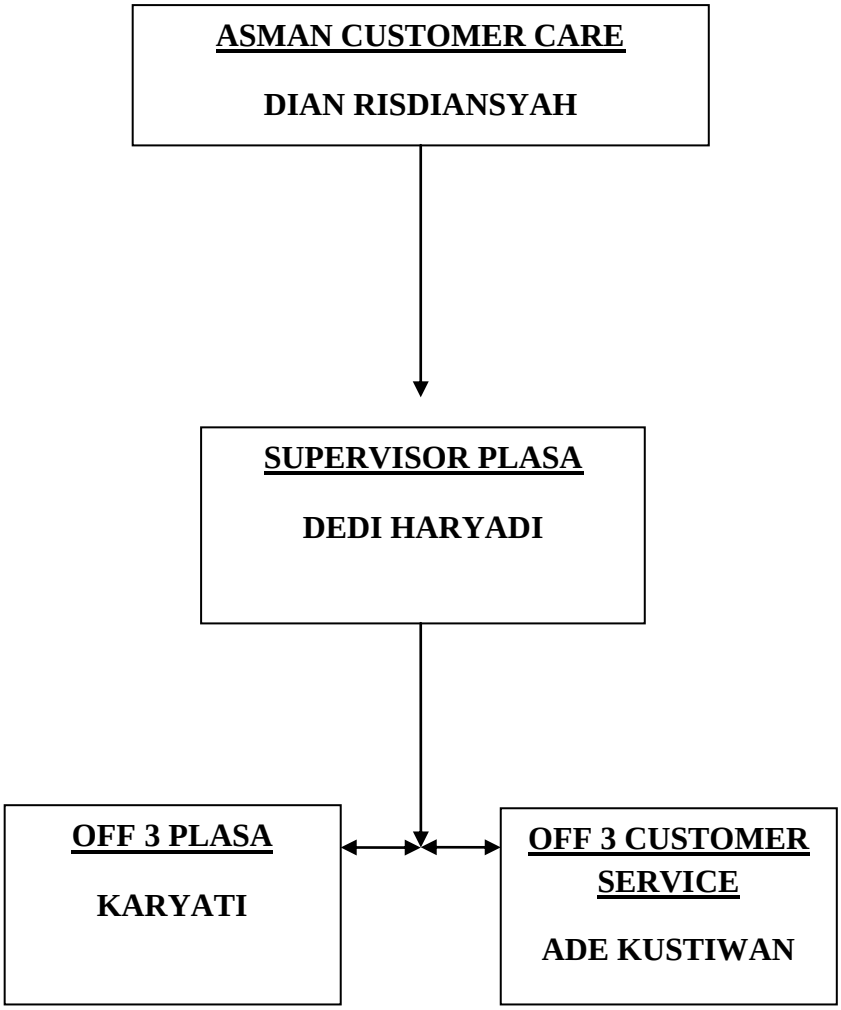
Sejalan dengan transformasi organisasi di Telkom, pada media tahun 2009, OSM UBC telah terpisah dari Divre dan tidak lagi bertanggung jawab terhadap EGM Divre, melainkan langsung ke *Corporate Office*

1.4 Struktur Organisasi PT. Telkom Kancatel Garut.

Struktur Organisasi PT. Telkom Kancatel Garut dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 1.14

Struktur Organisasi PT. Telkom Kancatel Garut



Sumber : PT.TELKOM Kancatel Garut,Oktober 2011

1.5 Job Description

a. Asman Customer Care.

- Memastikan tugas – tugas kritis yang berkaitan dengan pekerjaannya diuraikan dan diklasifikasikan secara tepat untuk menyusun prioritas pekerjaan yang sesuai dengan sumber daya yang dikendalikan.

- Memastikan hubungan dengan pihak external yang berkepentingan (stakeholders) diarea dikelola untuk menghasilkan kerjasama yang bersifat produktif, kondusif dan sinergis.

- Memastikan pemutakhiran data dan informasi tentang pelanggan (termasuk pemberkasan dokumen) dilaksanakan secara konsisten untuk menyajikan data dan profil pelanggan yang akurat dan aktual.

b. Supervisor Plasa.

- Memastikan interaksi dengan pihak lain (karyawan atau unit kerja) dilakukan untuk mengkoordinasikan atau mengeskalasi penyelesaian permasalahan unit kerja

- Memastikan kebutuhan jumlah customer service responsibility (CSR) dikendalikan untuk menjamin ketersediaan.

- Memastikan jumlah kebutuhan sarana kerja plasa dikendalikan untuk menjamin ketersediaan sarana kerja plasa

c. Off 3 Plasa

- Memastikan informasi-informasi yang relevan dari sumber internal terkait pekerjaannya dikumpulkan untuk memahami dan menyusun rencana pekerjaan.

- Memastikan prosedur dan aturan administrasi dipedomani dan dikembangkan untuk mengaplikasikan pengelolaan administrasi plasa (termasuk administrasi keuangan plasa) secara efektif.

- Memastikan tindak lanjut klaim atau complain pelanggan di pantau penyelesaiannya untuk menyediakan informasi penanganan klaim atau komplain secara progresif.

d. Off 3 Customer Service

- Memastikan informasi-informasi yang relevan dari sumber internal terkait pekerjaannya dikumpulkan untuk memahami dan menyusun rencana pekerjaan.

- Memastikan standar pengelolaan data pelanggan di pedomani dan dikembangkan untuk menyajikan data pelanggan secara actual, akurat dan informatife.

- Memastikan system pendokumentasian dan penyimpanan dokumen dikembangkan sesuai kebutuhan dan kepentingan operasional untuk memelihara berkas-berkas pelanggan secara aman dan tertib.

1.6 Sarana dan Prasarana Unit *Community Development Sub Area Garut* PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat & Banten

Dalam menjalankan tugas, sarana dan prasarana merupakan hal terpenting yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam menunjang para karyawan dalam melakukan perkerjaan. Sarana dan prasarana yang Unit *Community Development Sub Area Garut* PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat & Banten ,tempat penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL). Meliputi:

Tabel 1.2

Sarana dan Prasarana Unit *Community Development Sub Area Garut* PT.Telkom Divre III

No	Fasilitas Kerja dan Gedung	Kondisi
1	Ruang Kerja	Baik
2	*Workstation* (meja kerja)	Baik
3	Ruang Rapat	Baik
4	Perangkat Komputer	Baik
6	Telepon	Baik
7	Camera Digital	Baik
11	Facsimile	Baik
12	*Over head projector (OHP)*	Baik
13	*White Board*	Baik
14	Perpustakaan	Baik
15	Buku-buku atau dokumen petunjuk kerja. (Contohnya seperti : Kumpulan peraturan pelaksanaan kerja)	Baik
16	Gedung dengan jumlah 2 (dua) lantai	Baik
19	Tangga	Baik

20	Lapangan parkir	Baik
21	Taman	Baik
22	Fasilitas kerohanian	Baik
23	Sarana olah raga	Baik
25	Toilet	Baik

Sumber : Pengamatan Penulis,Oktober 2011

1.7 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

1.7.1 Lokasi Praktek Kerja Lapangan

Adapun tempat pelaksanaan PKL ini adalah di Unit CDSA Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten, Kancatel Garut yang beralamat di Jl. Pramuka No. 32. Garut 40122. Telepon (022) 4532167, Fax. (022) 45322195. dan alamat web PT Telkom, Tbk adalah www.telkom.co.id

1.7.2 Waktu Praktek Kerja Lapangan

Adapun tanggal pelaksanaan PKL ini adalah pada tanggal 1 Agustus 2011 hingga 31 Agustus 2011. Dari hari Senin hingga Jumaat, jam kerja dimulai pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB dan pada hari Sabtu dan Minggu libur.