3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum. Berdiri pada tahun 1884 dengan nama *Post en Telegraafdienst* dan pada tahun 1906 diambil alih oleh Pemerintah Hindia Belanda namanya diubah menjadi *Post, Telegrafen Telefodienst* atau disebut PTT-Dieanst. Tahun 1961 berubah lagi menjadi Perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi, namun pada tahun 1965 dipisah menjadi Perusahaan Negara (PN) Telekomunikasi dan Perusahaan Negara (PN) Giro. Peningkatan bentuk Perusahaan dari PN menjadi Perusahaan Umum (PU) berlaku efektif pada tahun 1974 dan sejak itu dikenal dengan sebutan *Perumtel* (Perusahaan Umum Telekomunikasi) yang menjadi badan usaha tunggal penyelenggara jasa telekomunikasi untuk umum, baik hubungan telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri (Internasional). *Perumtel* sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi internasional berakhir pada tahun 1980, karena sejak itu diserahkan kepada Indosat.

Kebutuhan jasa telekomunikasi semakin meningkat, memerlukan penyediaan sambungan telekomunikasi yang lebih banyak dan cepat. Untuk itulah *Perutel* dengan Peraturan Pemerintah No. 25 tahun 1991 dialihkan bentuknya menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) atau PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom).

Akhirnya, pada tahun 1995 PT.Telekomunikasi Indonesia mengembangkan usahanya menjadi perusahaan yang ”*Go Public”* yaitu membuka kesempatan kepada masyarakat untuk menanamkan sahamnya pada PT. Telkom, namanya pun berubah menjadi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Wilayah bisnis PT. Telkom, Tbk meliputi seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang terbagi atas 7 (tujuh) Divisi Inti, 5 (lima) Divisi Non CORE, 9 (sembilan) Anak Perusahaan Afiliasi.

Tujuh Divisi Regional PT. Telkom, Tbk mencakup wilayah-wilayah yang dibagi sebagai berikut :

1. Divisi Regional I, Sumatera.
2. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya meliputi Bogor, Tanggerang, Bekasi, ditambah Serang, Karawang, dan Purwakarta.
3. Divisi Regional III, Jawa Barat minus Serang, Bogor, Tanggerang, Bekasi, Karawang dan Purwakarta.
4. Divisi Regional IV, Jawa Tengah dan DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta).
5. Divisi Regional V, Jawa Timur.
6. Divisi Regional VI, Kalimantan.
7. Divisi Regional VII, Kawasan Timur Indonesia yang meliputi Sulawesi, Bali, Nusa tenggara, Maluku, dan Papua.

3.1.2 Visi & Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1. Visi PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk

   Visi PT.Telkom,Tbk : "To become a leading InfoCom player in the region"(Telkom menunjukan suatu tekad untuk menjadi penyelenggara jasa Informasi dan Komunikasi yang handal ditingkat Regional).

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

2. Misi PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk

   Telkom mempunyai misi memberikan layanan " *One Stop InfoCom 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.

3.1.3 Produk – Produk Atau Jasa Perusahaan

Produk-produk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Terdiri dari :

1. *TELKOMPhone*

   TELKOMPhone atau sambungan teleponpelanggan adalah fasilitas telekomunikasi (telepon atau faksimile) yang ada di tempat pelanggan. Dalam hal ini pelanggan adalah badan hukum atau perorangan yang telah menandatangani perikatan atau kontrak dengan PT. Telkom, Tbk. untuk berlangganan sambungan telekomunikasi dan bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul daripadanya.

2. *TELKOMPay Phone*

   Layanan dari PT. Telkom, Tbk. Untuk umum atau publik. Termasuk dalam layanan telepon umum adalah :

   a. Telepon coin, yaitu Telepon Umum Coin (TUC) atau Telepon Umum Multi Coin (TUMC).
   b. Telepon Umum Coin Pelanggan (TUCP) *unbranded.*
   c. Telepon Umum Kartu Magnetik (TUKM). d. Telepon Umum *Kart Smart* (TUKS).

3. *WarungTELKOM*

   Tempat yang disediakan untuk pelayanan jasa telekomunikasi tunggu untuk umum baik yang bersifat sementara maupun bersifat tetap, atas nama PT. Telkom, Tbk. Penyelenggaraan kegiatan layanan dapat bekerjasama dengan mitra dan dapat berupa pembagian pendapatan atau penerapan tarif khusus.

4. *TELKOMLokal*

   TELKOMLokal adalah jasa penggilan antar pelanggan telepon dalam jarak dibawah 30 km atau didalam 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 TELKOMLokal walaupun besaran tarifnya sama dengan TELKOMLokal. Pada saat ini teknologi penyaluran suara pada TELKOMLokal adalah *circuit switch* melalui PSTN *(Public Switch Telepon Network)* sehingga kualitas suara sangat jernih.

5. *TELKOMSLJJ*

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

6. *TELKOMSLI*

TELKOMSLI adalah pangilan nomor telepon *internasional direct dialing* (IDD) dengan momor telepon pemanggil dengan yang dipanggil berbeda wilayah negara. Untuk melakukan sambungan internasional, pemanggil harus menekan kode negara.

7. *TELKOMCallingCard*

Kartu yang diberi nomor identitas tertentu yang diberikan sejumlah deposit atau yang dihubungkan dengan *account* tertentu yang digunakan untuk melakukan telekomunikasi dengan sistem pembayaran pra bayar maupun pasca bayar. TELKOM*CallingCard* menggunakan teknologi *circuit switch* (bukan VoIP).

Dalam perkembangannya layanan TELKOM*CallingCard* akan dikelola oleh anak perusahaan PT. Telkom, Tbk. Termasuk dalam kelompok produk TELKOM*CallingCard* adalah Kartu Panggil "MERDEKA", Kartu Panggil "BEBAS", Kartu Panggil *Co-Branding*, Telepon Umum Kartu Kredit.

8. *TELKOMLink ASTINet*

TELKOMLink ASTINet menyediakan layanan akses internet *dedicated* dengan kecepatan bervariasi dari 64 Kbataus sampai dengan 2Mbataus yang dapat digunakan oleh akses internet secara terus menerus selama 1 x 24 jam melalui beragam fasilitas saluran *dedicted* yang tersedia dengan rebilitas yang handal dan perfermansi akses yang baik serta dijunjang dengan ketersediaan *bandwith* ke *Global Internet.*

9. *TELKOMNet Instan*

TELKOMNet Instan merupakan layanan produk akses internet dial up temudah tanpa berlangganan dengan jangkauan terluas. Pelanggan dikenakan tagihan sesuai pemakaian, tanpa biaya abodemen. Akses ke internet dapat langsung dilakukan dalam hitungan menit, jika perangkat telah tersedia dan tersambung ke saluran telepon.

10. *TELKOMVision*

TELKOMVision adalah layanan produk PT. Telkom, Tbk. berbasis teknologi CaTV (TV Kabel). Dalam menyelenggarakan layanan ini, PT. Telkom, Tbk bekerjasama dengan PT. Indonusa sebagai anak perusahaan PT. Telkom, Tbk.

11. TELKOMSEL

TELKOMSEL adalah anak perusahaan PT. Telkom, Tbk. Yang menyelenggarakan layanan telepon bergerak selular (Celular Mobile Phone) dengan teknologi GSM. Layanan yang diberiakan TELKOMSEL secara umum dibedakan dalam dua kategori:

a. Postpaid GSM Card dengan brand name KartuHALO.

b. Prepaid GSM Card dengan brand name simPATI dan kartuAS.

12. TELKOMinter Carrier

TELKOMinter Carrier atau produk interkoneksi adalah layanan yang disediakan PT. Telkom, Tbk. untuk penyelenggara jasa atau penyelenggara jaringan (other licenced operator) baik yang bersifat traffic sensitive maupun yang bersifat nontraffic sensitive. Termasuk dalam kelompok produk TELKOMinter Carrier adalah produk : Interkoneksi jaringan, Interkoneksi Jasa, dan Sewa Jaringan.

13. *TELKOMSatelite*

TELKOMSatelite adalah semua produk PT. Telkom, Tbk. yang berbasis teknologi satelit. Termasuk dalam kelompok produk TELKOMSatelite adalah produk : Sewa Transponder (Standard C Band maupun ExtentedC Band), TV Transmission (Fixed atau Mobile TV Transmission), Teleprogram, Network TV Digital, Audio Distribution Network, dan *Satelite Data Communication (VSAT, IDR).*

14. *e-TELKOM*

e-TELKOM adalah layanan *e-commerce business to business* yang lengkap mulai dari otoritas sertifikasi, transaksi *settlement, hosting collocation,* sampai *on- line dailing.* Layanan *e-TELKOM* dimaksudkan untuk memberikan nilai maksimal kepada pelanggan, perusahaan, masyarakat luas melalui penyediaan layanan *e-business* yang luwes dan nyaman. Termasuk dalam kelompok layanan *e-TELKOM* adalah layanan :

a. *Certificate authority (I-trust),*
b. *I manage, I-deal,*
c. *I-sattle,*
d. *I- exchange.*

15. *TELKOMWeb*

TELKOMWeb adalah layanan PT. Telkom, Tbk. berupa situs *web,* baik yang berupa situs portal, situs informasi PT. Telkom, Tbk. dan situs-situs lain yang dikelola PT. Telkom, Tbk. Layanan ini dapat diakses melalui Internet.

16. *TELKOMGlobal 107*

TELKOMGlobal 107 adalah *Voice Over Internal Protocol* (VoIP) untuk akses internasional dengan kualitas premium dengan 1 *stage dial* 107. produk ini merupakan solusi komunikasi global yang hemat dengan kualitas yang tidak kalah dengan Sambungan langsung Internasional (SLI) yang berbasis PTSN.

17. *TELKOMFlexi*

TELKOMFlexi adalah produk terbaru yang memberikan layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses *fixed wireless* dengan teknologi CDMA, GSM dan PHS. *TELKOMFlexi* bersifat *mobile* terbatas. Manfaat *TELKOMFlexi* adalah memiliki kemampuan fleksibilitas untuk dapat melakukan panggilan dan dipanggil dalam satu kode area, memiliki fitur-fitur yang terdapat pada telepon selular, memiliki layanan komunikasi data seperti SMS, MMS, *WebService*, *Data Transfer* dan *Video Streaming* (musik, film, dan sebagainya).

18. *TELKOMSpeedy*

TELKOMSpeedy adalah produk layanan internet *access end-to-end* dari PT. Telkom, Tbk. dengan basis teknologi *Asymetric Digital Subscriber Line* (ADSL), yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijaminkan sesuai dengan paket layanan yang diluncurkan dari madem sampai BRAS (*Broadbad Remote Access Server*).

3.1.4 Logo PT. Telkomunikasi Indonesia, Tbk

Logo TELKOM adalah berupa gambar lingkaran dengan garis-garis gradasi warna biru seperti pada gambar berikut ini :



Gambar 3.1 Logo Telkom

Logo tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

1. Bentuk visual logo (Bulat) melambangkan keutuhan Wawasan Nusantara, ruang gerak TELKOM secara Nasional dan Internasional.
2. Misi Telkom yang mantap, modern, luwes, sederhana, dan cepat terlihat secara utuh.
3. Menggambarkan dunia telekomunikasi modern melalui teknologi mutakhir yang terjamin dalam citra keseluruhan.
4. Gambaran sifat komunikasi kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis, digambarkan oleh garis-garis yang mengesankan gerak beraturan dengan warna dominan biru tua dan biru muda yang bergradasi membentuk kesatuan visual yang utuh.
5. Warna biru tua dan biru muda bergradasi menggambarkan teknologi tinggi telekomunikasi yang berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang.
6. Ruang gerak telekomunikasi secara Nasional dan Internasional tergambar dengan bentuk bulatan dari logo.
7. Bentuk bulat yang berwarna biru tua menggambarkan utuhnya wawasan, bentuk huruf yang dipakai mencerminkan karakter yang modern, kokoh, berwibawa, kompak namun tetap sederhana dan mudah dibaca.
8. Secara teknis cetak modern, spesifikasi biru gradasi tidak sulit untuk diproduksi.

3.1.5 Kredo PT. Telkom, Tbk

Committed 2 U

Gambar 3.2 Kredo Telkom

Kredo tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

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

3.1.6 Maskot PT. Telkom, Tbk



Gambar 3.3 Maskot Telkom

Maskot *Be Bee* terdiri dari bagian-bagian berikut ini :

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

Filosofi dibalik sifat dan perilaku *Be Bee*, lebah tegolong mahluk sosial yang senang bekerja sama, pekerja keras yang mempunyai kesisteman berupa pembagian peran operasional dan fungsional menghasilkan yang terbaik berupa madu yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Dihabitatnya lebah mempunyai dengung sebagai tanda keberadaannya dan royal terhadap kelompok berupa perlindungan bagi koloninya, maka akan menyerang bersama bila diganggu. Lebah mempunyai 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 kedepan dengan merancang bangun sarang yang kuat dan efisien, berproduksi, berkembang biak, dan menyiapkan persediaan makanan bagi kelangsungan hidup koloninya. Lebah berwarna biru merupakan penggambaran insan TELKOM Indonesia.

3.1.7 Budaya Perusahaan

Dalam suatu perusahaan, masing-masing pasti memiliki starategi untuk memenangkan persaingan. Bila strategi yang telah diterapkan ternyata tidak mampu mengungguli lawannya, maka tidak ada salahnya disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang akan datang dalam mencapai target untuk memenangkan persaingan tersebut. Begitu juga dengan yang ada di PT. Telkom, Tbk.

THE TELKOM WAY 135 sebagai budaya korporasi yang dikembangkan TELKOM merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk meneguhkan hati, merajut pikiran, dan menyerasikan langkah semua Insan TELKOM dalam menghadapi persaingan bisnis InfoCom.

a. 1(satu) asumsi dasar yang disebut

b. 3 (tiga) nilai inti, mencakup:

1. Customer Value
2. Excellent Service
3. Competent People

c. 5 (lima) langkah perilaku untuk memenangkan persaingan, yang terdiri dari:

1.Stretch The Goals

2. Simplify

3. Involve Everyone

4. Quality is My Job

5. Reward the Winners

THE TELKOM WAY 135 adalah hasil penggalian dari perjalanan TELKOM dalam mengarungi lingkungan yang terus berubah, dan dikristalisasi serta dirumuskan dengan dirangsang oleh berbagai inspirasi dari perusahaan lain dan berbagai tantangan dari luar. Dengan akar yang kuat pada kesadaran kolektif organisasi, diharapkan *THE TELKOM WAY* 135 dapat cepat tertanam dalam jiwa insan TELKOM.

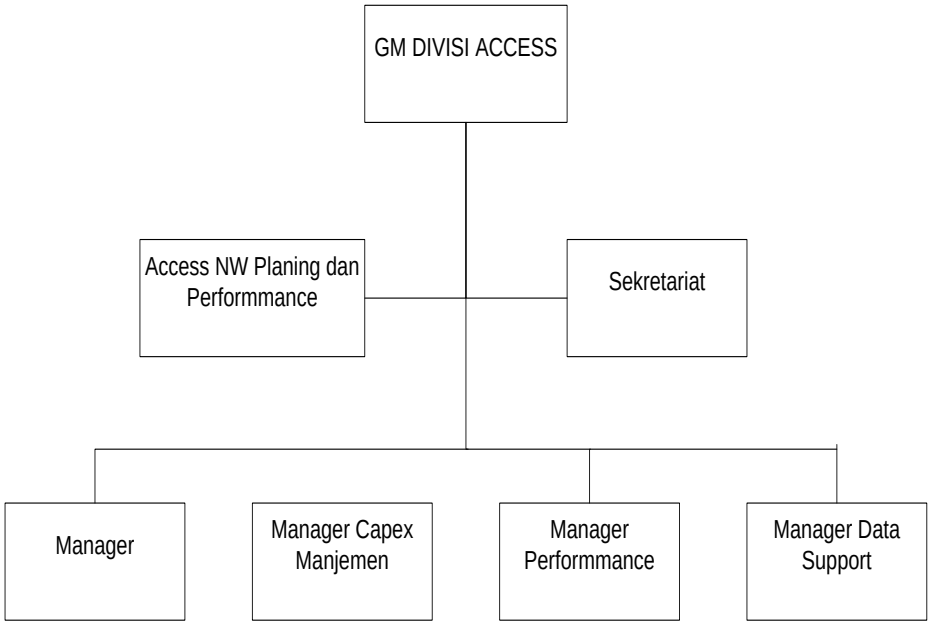
Commited 2 *U* adalah asumsi dasar dan keyakinan yang senantiasa harus diteguhkan oleh setiap insan PT. Telkom, Tbk bahwa hanya dengan memberikan yang terbaik kepada *Stakeholders* (Pemegang saham), perusahaan bisa mempertahankan keberadaan dan kelangsungan hidupnya.

Bagi insan PT. Telkom, Tbk, hati yang telah diteguhkan itu harus ditindaklanjuti dengan merajut "pikiran" bahwa hanya dengan orang-orang yang kompeten *(Competent People)*, yang dapat memberikan pelayanan yang istimewa *(Excellent Service)* dan peningkatan nilai pada pelanggan *(Costomer Value)* maka memberikan yang terbaik pada *Stakeholders* (Pemegang saham) itu bisa tercapai. Karena itu ketiganya dijadikan sebagai nilai-nilai inti *(Core Value)* dari keseluruhan nilai-nilai yang dikembangkan perusahaan.

Hati yang diteguhkan dengan *Commited* 2 *U*, pikiran yang dirajut dengan *People*, *Service*, dan *Customer* masih harus diikuti dengan langkah yang harus diserasikan dengan insan PT. Telkom, Tbk.

Maka dengan unsur satu hati (asumsi dasar); tiga pikiran (nilai-nilai inti); dan lima langkah (perilaku) tersebut, ingin ditegaskan disini bahwa budaya baru PT. Telkom, Tbk mengandung maksud untuk "Meneguhkan hati, Merajut pikiran, dan Menyerasikan langkah" semua insan PT. Telkom, Tbk dalam berkiprah untuk memenangkan persaingan dibisnis InfoCom.

3.2. Struktur Organisasi PT. TELKOM, Tbk.



Gambar 3.4 Struktur Organisasi Divisi Access NW Planning dan Performmance PT. TELKOM Dinas Pelayanan Bandung Barat

3.3. Deskripsi Kerja

Hubungan serikat dengan pimpinan terjalin cukup baik dan selama ini belum pernah terjadi persoalan yang serius, hal ini merupakan penunjang utama keberhasilan perusahaan disamping perangkat keras yang dimiliki perusahaan.

Semangat hubungan ketenagakerjaan pancasila dan industri pancasila dapat diwujudkan diperusahaan ini dengan sebaik-baiknya. Sehingga dapat menumbuhkan ketahanan perusahaan yang kokoh, yang selalu dibina secara kekeluargaan, agar setiap pekerjaan mampu menghadapi hambatan yang akan merusak atau mengganggu perusahaan.

3.3.2.1. Deskripsi Kerja *Divisi Acces NW Palanning & Performmance PT.Telekomikasi Indonesia Dinas Pelayanan Bandung Barat* adalah sebagai berikut :

1. **Divisi Regional III**

   Tugas tugasnya :

   a. Memanagemen SDM
   b. Pengaturan Kerja terhadap Kasie
   c. Memberikan Tugas dan Pengarahan disiplin
   d. Memonitoring seluruh teknik maupun adyan

2. **ANP (Acces Network Planning)**

   Tugasnya adalah : memastikan tercapainya sasaran perencanaan dan pengembangan jaringan akses untuk menjaga kualitas dan ketersediaan jaringan akses sesuai standar dan strategi bisnis.

3. **Capex Manajemen (CM)**

   Tugasnya adalah : memastikan tercapainya sasaran perencanaan dan pemantauan kualitas jaringan akses melalui pengendalian kegiatan pembangunan, pengelolaan CAPEX jaringan Akses, dan pengendalian program PPLT unutk menjaga kualitas dan ketersediaan jaringan akses sesuai standar unit bisnis.

4. **Acces Performmance & QoS**

   Tugasnya adalah : memastikan tercapainya sasaran pengeloaan kinerja jaringan akses dan kualitas layanan (Quality

Of Service) dalam mendukung strategi perencanaan dan pengembangan jaringan akses melalui Operational Key Performmance indicator (OKPI) dan SLA serta pengendalian implementasi SOP & SMP jaringan akses untuk menjaga kualitas dan ketersediaan jaringan akses standar dan strategi unit bisnis.

5. **Data Pelanggan**

Tugas-tugasnya :

a. Menerima dan memeriksa berkas pelanggan
b. Menerima bukti kring dan teknik jaringan
c. Entry data ke master jaringan
d. Menyimpan berkas pelanggan
e. Mengisolir

6. **Acces Data Support (ADS)**

Tugasnya adalah ; memastikan tercapainya sasaran pengelolaan acces data dan support dalam mendukung strategi perencanaan dan pengembangan jaringan akses melalui pengelolaan data, standarisasi sarana kerja, dan pengendalian sistem mutu jaringan akses untuk menjaga kualitas dan ketersedia jaringan akses sesuai standar dan strategi bisnis.

7. **Data Pelanggan**

Tugas-tugasnya :

a. Menerima dan memeriksa berkas pelanggan
b. Menerima bukti kring dan teknik jaringan
c. Entry data ke master jaringan
d. Menyimpan berkas pelanggan
e. Mengisolir

8. **Logistik**

Tugas-tugasnya :

a. Menyediakan material dan barang sesuai dengan kegunaan
b. Mencatat barang masuk dan keluar
c. Mencatat kartu kendali barang
d. Laporan data material

9. Pemeliharaan

Tugas-tugasnya :

a. Menerima laporan pekerjaan selesai dari petugas jarlok
b. Input pekerjaan selesai
c. Mengirimkan bukti kedata calon pelanggan

10. Sentral Daya

Tugas-tugasnya :

a. Pelayanan pasang baru
b. Mengisolir rekening yang menunggak
c. Penggantian modul
d. Pelayanan future

11. Jaringan Kabel

Tugas-tugasnya :

a. Struktur data jaringan kabel
b. Validasi data jaringan
c. Omseting data pelanggan

12. Security

Tugas-tugasnya :

a. Menjaga keamanan seluruhkawasan gedungKancatel Padalarang
b. Piket bergilir di sekitas kawasan jaringan telpon wilayah Padalarang dan sekitarnya.