BAB 2
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Profil Tempat Kerja Praktek

2.1.1. Sejarah Instansi

Tahun 1975 merupakan awal perjalanan usaha PT Infomedia Nusantara menjadi perusahaan pertama penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Di bawah subdivisi Elnusa GTDI dari anak perusahaan Pertamina, Infomedia telah menerbitkan Buku Petunjuk Telepon Telkom Yellow Pages.

Perkembangan yang tercatat selanjutnya adalah berdirinya PT Elnusa Yellow Pages di tahun 1984 yang berubah nama di tahun 1995 menjadi PT Infomedia Nusantara pada saat PT Telkom Tbk menanamkan investasi. Untuk mendukung implementasi Good Coorporate Governance dalam setiap aspek kegiatan perusahaan, Infomedia telah mengeluarkan kebijakan pedoman tata kelola perusahaan di tahun 2008.

Pada tanggal 30 Juni 2009 PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) melalui PT Multimedia Nusantara (Metra), anak perusahaan yang 99,99% milik Telkom (selanjutnya disebut Telkom Group) telah menandatangani *Shares Sales & Purchase Agreement* (SPA) untuk membeli 49% saham PT Infomedia Nusantara (Infomedia) milik PT Elnusa Tbk (Elnusa), sehingga 100% saham PT Infomedia Nusantara telah dimiliki oleh Telkom Group.

Saat ini, Infomedia, sesuai dengan visinya menjadi penyedia jasa layanan informasi yang utama dikawasan regional telah melakukan berbagai upaya untuk mewujudkan visi tersebut dengan mengoptimalkan kompetensi untuk mengambil *opportunity* dalam pengembangan bisnis kedepan melalui transformasi bisnis dari 3 Pilar Bisnis (Layanan Direktori, Layanan Contact Center dan Layanan Konten) menuju Layanan Outsourcing atau *Business Process Outsourcing* (BPO) dan Layanan Konten Digital atau *Digital Rich Content (DRC).*

Layanan Outsourcing atau *Business Process Outsourcing (BPO)* didefinisikan sebagai bisnis penyediaan jasa alih-daya *(outsourcing)* oleh pihak ketiga bagi perusahaan untuk satu atau beberapa fungsi bisnis dalam jangka panjang *(multi year contract)*. Bisnis Layanan Outsourcing (BPO) yang telah dijalani Infomedia saat ini berbasis layanan *voice* yaitu Layanan *Contact Center* baik untuk *inbound* maupun *outbound* dan *non voice* seperti *direct mail* dan *web development*. Namun saat iniInfomedia telah membagi bisnis Layanan Outsourcing (BPO) kedepannya dalam empat kelompok berdasarkan basis layanan yaitu: Contact Center Services, HR Services, IT Services dan Direct Mail.

Sedangkan pengembangan bisnis Layanan Konten Digital (DRC) didasarkan oleh semakin berkembangnya kebutuhan informasi yang semakin cepat dan *mobile*, perubahan gaya hidup dan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Infomedia membagi bisnis DRC dalam 3 bagian, yaitu; *printed* (Yellow Pages, White Pages & Special Directory) , *mobile* (*mobile application*, SMS)dan *online (online ad*, *e-commerce*, *membership*).

Keseluruhan produk dan layanan Infomedia merupakan komitmen perusahaan dalam memberikan solusi layanan informasi dan komunikasi yang prima bagi customer dan masyarakat di Indonesia.

2.1.2. Logo Instansi

2.1.2.1. Logo PT. Telekom Indonesia



Gambar 2.1. LogoTerbaruPT. Telekom Indonesia

Keterangan logo Telkom

a. **Expertise** : makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu TIME (Telecommunication, Information, Media & Edutainment.)
b. **Empowering** : makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
c. **Assured** : makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat
d. **Progressive** : kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
e. **Heart** : simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan.

Selain simbol, warna-warna yang digunakan adalah :

a. **Expert Blue** pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi

b. **Vital Yellow** pada telapak tangan mencerminkan suatu yang atraktif, hangat, dan dinamis

c. **Infinite sky blue** pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga untuk masa depan.

2.1.2.2.Kredo PT. Telkom Indonesia, Tbk



Gambar 2.2. Kredo PT.Telkom

Penjelasan Mengenai Kredo PT. Telkom

a. Kami selalu fokus pada pelanggan
b. Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang komperatif
c. Kami selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik (*Best Practices*)
d. Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam peningkatan produktivitas dan kontrobusi kerja.
e. Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik

2.1.3. Badan Hukum Instansi

Telkom merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang ditetapkan sesuai dengan undang-undang Nomor 36

tahun 1999 tentang telekomunikasi dan informatika. Penyelenggara telekomunikasi pada hakekatnya terdiri dari 3 (Tiga) yaitu :

1. Penyelenggara Jasa Telekomunikasi

Penyelenggara Jasa telekomunikasi adalah penyelenggaraan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Badan penyelenggara untuk jasa telekomunikasi dalam negeri (Domestik) adalah PT. Telkom dan Badan Penyelenggara untuk jasa telekomunikasi luar negeri (Internasional) adalah PT. Indosat. Badan Usaha Milik Negara tersebut diberi wewenang untuk yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi, seperti telepon, telex, faksimili, dan sebagainya, maupun jasa telekomunikasi berupa jasa-jasa nilai tambah (Value Added Service). Badan lain di luar badan penyelenggara, baik dalam bentuk Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) maupun Koperasi juga berhak untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi non dasar. Sedang untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi dasar, Badan Lain dapat bekerjasama dengan PT Telkom dan atau PT Indosat. Bentuk kerjasama antara badan penyelenggara dan badan lain ini telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 8 tahun 1993, yaitu dapat berbentuk Kerjasama Operasi (KSO), usaha patungan dan kontrak manajemen.

2. Penyelenggaraan Telekomunikasi untuk Keperluan Khusus

Penyelenggaraan telekomunikasi untuk keperluan khusus adalah penyelenggaraan telekomunikasi yang dilakukan oleh instansi pemerintahtertentu, perorangan atau Badan Hukum untuk keperluan khusus atau untuk keperluan sendiri. Telekomunikasi khusus dapat dilakukan oleh instansi pemerintah tertentu atau badan hukum (perseroan terbatas atau koperasi) yang ditentukan berdasarkan hukum. Telekomunikasi khusus diselenggarakan berdasarkan ijin yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi.

Ijin penyelenggaraan telekomunikasi khusus hanya diberikan Badan Hukum apabila wilayah tersebut belum tersedia atau belum terjangkau fasilitas

telekomunikasi yang dapat disediakan oleh Badan Penyelenggara atau Badan Lain. Telekomunikasi untuk keperluan khusus hanya dapat diselenggarakan dengan mempertimbangkan kerahasiaan dan jangkauan atau pengoperasiannya perlu bentuk sendiri.

Penyelenggara telekomunikasi untuk keperluan khusus adalah :

1. Instansi pemerintah tertentu untuk pelaksanaan tugas khusus.
2. Perseorangan atau.
3. Badan hukum.

Ciri dari telekomunikasi untuk keperluan khusus adalah :

1. Penyelenggaraan telekomunikasi untuk keperluan Hankamneg diselenggarakan oleh Dephankam.
2. Penyelenggaraan diperuntukan bagi Pertahanan Keamanan Negara.
3. Bukan penyelenggaraan jasa telekomunikasi.

3. Penyelenggaraan Telekomunikasi untuk Keperluan Pertahanan dan Keamanan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor. 4 tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi untuk Keperluan Pertahanan dan Keamanan Negara diatur bahwa :

1. Penyelenggaraan telekomunikasi untuk keperluan Hankamneg diselenggarakan oleh Dephankam.
2. Penyelenggaraan diperuntukan bagi Pertahanan Keamanan Negara.
3. Bukan merupakan penyelenggaraan jasa telekomunikasi.

2.1.4. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Struktur manejemen PT Telkom, secara garis besar meliputi kantor perusahaan, divisi regional I s.d.VII, divisi network dan divisi pendukung untuk kantor perusahaan, strukturnya sangat sederhana hanya terdiri dari dewan direksi yang dibantu oleh kelompok pengembang bisnis, sekretaris perusahaan, kepala audit internal dan beberapa vice president. Struktur manejemen PT Telkom adalah:

1. Kantorperusahaan
2. Divisi regional
3. Divisi Pendukung

Adapun divisi regional PT Telkom meliputi wilayah-wilayah yang dibagi sebagai berikut :

1. Divisi Regional I, Sumatera
2. Divisi Regional II, Jakarta & sekitarnya
3. Divisi Regional III, Jawa Barat
4. Divisi Regional IV, Jawa Tengah & DIY
5. Divisi Regional V, Jawa Timur
6. Divisi Regional VI, Kalimantan
7. Divisi Regional VII, kawasan Indonesia Timur meliputi Sulawesi, Bali, NusaTenggara, Timor Timur, Maluku dan Irian Jaya.

2.2. Landasan Teori

Dalam merancang pembuatan aplikasi (Software) unit sistem informasi *gudang speedy* di PT. Telkom Sukabumiharus tidak lepas dari peranan beberapa aplikasi dan teknologi pendukung agar menjadi sebuah aplikasi (Software) yang tangguh, responsif, dan dinamis guna terciptanya kenyamanan dan kemudahan untuk *user* (pengguna). Aplikasi dan teknologi yang akan digunakan di dalam membuat aplikasi (Software) ini adalah :

2.2.1. Data

Data adalah kumpulan dari fakta-fakta, kejadian-kejadian yang dapat berupa simbol, angka, huruf, dan lain-lain yang berguna bagi suatu pengolahan data (proses) atau sebagai masukan (input) bagi suatu proses. Data merupakan deskripsi dari sesuatu dan kejadian yang kita hadapi.

2.2.2. Sistem

Terdapat dua pendekatan dalam mendefinisikan sistem yaitu yang menekanan pada prosedur yang saling berhubungan untuk melakukan suatu kegiatan dan yang menekankan pada elemen-elemen yang berinteraksi, berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu.

2.3 Visi dan Misi PT. Telkom

Visi

Adapun Visi PT. Telkom yaitu:

1. *"To become a leading InfoCom player in the region",* maksudya adalah:PT. TELKOM Indonesia, Tbk berusaha untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.
2. *To be dominant infoCom player in the region and having strong brand equit* artinya menjadi penyedia layanan infocom yang paling dominant di Sumatera dan menjadi atau penyampai *brand* di bidang jasa Telekomunikasi.

Misi

PT. Telkom Indonesia, Tbk mempunyai misi memberikan layanan *"One Stop InfoCom"* dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif. PT. TELKOM Indonesia, Tbk 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.

Dari misi diatas maka dapat dinyatakan bahwa :

1. PT. TELKOM Indonesia, Tbk berupaya memberikan pelayanan *One Stop InfoCom* yang berkualitas tinggi dengan menetapkan *system management modern* yang dominan pada kepuasan para pelanggan dengan harga yang kompetitif.
2. TELKOM Indonesia, Tbk memberikan layanan yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul melalui manajemen modern (TQM) dan melakukan setiap kegiatan dengan teknologi yang bersifat komputerisasi.
3. Melakukan kerjasama dengan *Share Holder* (pemegang saham) yang saling menguntungkan secara *Win-win* solution melalui *Business partner* yang sinergi.