BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi (InfoComm) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia.Perusahaan didirikan berdasarkan legilasi Republik Indonesia. Alamat kantor resmi Perusahaan adalah Jalan Japati No.1, Bandung, 40133, Indonesia, sedangkan nomor telepon kantor resmi Perusahaan adalah (62) (022) 452-1510.

PT Telekomuikasi Indonesia, Tbk didirikan pada tahun 1884, berawal dari sebuah badan usaha swasta penyediaan layanan pos telegraf dibentuk pada masa Pemerintahan Kolonial Belanda.Penyelenggaraan telekomunikasi oleh swasta ini berlangsung sampai tahun 1906. Kemudian pada tahun 1906, Kolonial Belanda membentuk sebuah Jawatan Pos, Telegraf & Telepon (*Post Telegraft and Telefondients*), atau disebut PTT Dienst. Pada tahun 1927 ditetapkan sebagai Perusahaan Negara Pemerintah Hindia Belanda.

Jawatan PTT berlangsung sampai dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No.19 tahun 1960, yang menetapkan Jawatan PTT untuk menjadi Perusahaan Negara.Kemudian berdasarkan Peraturan Peerintah RI No.24 tahun 1961 Perusahaan Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi. Pada tahun 1965 pemerintah

membagi PN Pos dan Telekomunikasi menjadi dua Perusahaan Negara, yaitu PN Pos dan Giro, dan Perusahaan Negara Telekomunikasi.

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL) sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.

Selanjutnya untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk public, maka dengan Peraturan Pemerintah No.53 tahun 1980 diadakan peuibahan atas Peraturan Pemerintah No.22 tahun 1974, yakni dengan menetapkan PERUMTEL sebagai Badan Usaha yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunukasi dalam negeri dan PT Indosat diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi internasional, terpisah dari PERUMTEL.

Kemudian tahun 1991 melaui Peraturan Pemerintah No.25 tanggal 1 Mei 1991 Pemerintah mengubah bentuk Perum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).Sebagai bentuk pengembangan usahanya, Telkom memberikan penawaran umum perdana saham pada tahun 1995. Dengan begitu namanya pun berubah menjadi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Sejak November 1995 Telkom telah beubah statusnya menjadi Perusahaan public.Perubahan besar-besaran Telkom terjadi pada tahun 1995, meliputi Restrukturasi Internal, Kerjasama Operasi (KSO), dan Initial Publik Offering (IPO).Sejak saat itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, New York Stock Exchange (NYSE) dan London Stock Exchange

(LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa Pencatatan (*Public Offering Without Lishing*/POWL) di Tokyo *Stock Exchange*.

Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan NEW TELKOM Indonesia adalah system transformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur, transformasi system dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan New Corporate Identity TELKOM pada tanggal 23 Oktober 2009, pada hari ulang tahun TELKOM yang ke 153.TELKOM juga memiliki tagline baru, *"The World in Your Hand".*

Sampai dengan 31 Desember 2008 jumlah pelanggan TELKOM tumbuh 37% dari tahun sebelumnya sebanyak 68,6 juta pelangan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 12,7 juta pelanggan dan 65,3 juta pelanggan jasa telepon bergerak.

Sejalan dengan lahirnya NEW TELKOM Indonesia, berbekal semangat positioning baru Life Confident manajemen dan seluruh karyawan TELKOM berupaya mempersembahkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *steakholders.*

Sepanjang Tahun 2008, berbagai penghargaan dan sertifikasi telah diterima oleh TELKOM, baik dari dalam maupun luar negeri antara lain, Sertifikasi ISO 9001:2000 dan ISO 9004:2000 untuk Divisi *Enterprise Service* dari TUV Rheinland Internaional Indonesia; Penghargaan Sistem Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) dan Kecelakaan Nihil 2008 dari Wakil Presiden RI; *The Best Corporate Image category* dalam ajang *Most Admired Copies Award* ke

8 dari *Frontier Consulting* Group; Juara Umum 2007 Annual Report Award dari Menteri Keuangan RI; Juara Umum Anugerah Media Humas 2008 dari Bakohumas CIO of The Year 2008 dalam Hitachi Data System IT Inspiration Awards; dan Penghargaan CEO dan Perusahaan Idaman dari Majalah Warta Ekonomi.

Saham TELKOM per 31 Desember 2008 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (52,47%) dan pemegang saham public (47,53%). Saham TELKOM tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), *New York Stock Exchange* (NYSE), *London Stock Exchange* (LSE), dan *Tokyo Stock Exchange*, tanpa tercatat. Harga saham TELKOM di BEI pada akhir Desember 2008 sebesar Rp.6.900. Nilai kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir tahun 2008 mencapai Rp. 139,104 miliar atau 12,92% dari kapasitasi pasar BEI.

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

1.1.1 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1.1.1.1 Visi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

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

1.1.1.2 Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1. Menyediakan layanan T.I.M.E yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjaga model Pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

TELKOM berkomitmen memberikan layanan terbaik dan berkualitas, untuk kemudahan bagi pelanggan dengan harga yang kompetitif. Dalam mengelola bisnis, TELKOM melakukan dengan cara-cara terbaik sesuai dengan standar internasional, yang fokus pada optimalisasi keunggulan kompetitif perusahaan, serta membangun sinergi kemitraan yang saling mendukung dan menguntungkan.

1.1.2 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Adapun beberapa perubahan logo yang telah dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebagai berikut:

A. Telkom Indonesia Logo Pertama (1956-1965)

Telkom memiliki logo pertama dengan gambar merpati ditengah dan masih bersatu dengan tambahan kata Pos dan Telkom di dalamnya.

Gambar 1.1

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Agustus 2013

B. Telkom di Indonesia Logo (1974-1991)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk berubah drastic dengan merubah bentuk dan warn khas yang asalnya oren menjadi biru.

Gambar 1.2

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Agustus 2013

C. Telkom di Indonesia Logo (1991 – 2009)

Seiring perkembangan jaman, PT. Telekom unikasi Indonesia, Tbk merubah logo kembali menjadi bulat seperti kelereng.

Gambar 1.3

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Agustus 2013

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*).

D. Telkom di Indonesia Logo (2009 – 2012)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk kembali merubah logo menjadi seperti bulatan yang hendak di genggam, dilengjkapi tulisan Telkom Indonesia.

Gambar 1.4

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Agustus 2013

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 ndust 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).

E. Telkom di Indonesia Logo (2013 – sekarang)

Terakhir PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk hanya sedikit merubah logonya di bagian warna dan menamgahkan kata *the world in your hand.*

Gambar 1.5
Logo Baru PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Sumber : Wikipedia. Agustus 2013

Perayaan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia, 17 Agustus 2013 memiliki arti khusus bagi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom), karena bersamaan dengan hari jadi tersebut Telkom mendeklarasikan penampilan baru logo Telkom Indonesia di tahun 2013 yang mencerminkan komitmen Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia. Telkom mempersembahkan tiga Mahakarya untuk Indonesia yakni Telkomsel, Indonesia *Digital Network* (IDN) dan *International Expansion.*

Penampilan logo baru mencakup perubahan warna logo secara menyeluruh dan terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan, yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi serta sumber daya manusia.

Filosofi warna yang mendasari logo baru Telkom ini antara lain:

Merah : Berani, Cinta, Energi, Ulet; Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.

Putih : Suci, Damai, Cahaya, Bersatu; Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa. Hitam – Warna Dasar; Melambangkan kemauan keras.

Abu : Warna Transisi; Melambangkan teknologi.

1.1.3 Motto PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Untuk menunjukan keseriusannya, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki motto untuk meyakinkan pelanggannya bahwa, PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk memiliki pelayanan yang maksimal.

Gambar 1.6

Motto PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Committed 2 U

Sumber : Wikipedia,Agustus 2013

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

a. Kami selalu fokus kepada pelanggan.
b. Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yang kompetitif .
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 kontribusi kerja
e. Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik .

1.1.4 Maskot PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Selain memliki motto, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki maskot, dimana maskot ini mempunyai makna disetiap bagiannya yang menggambarkan kesamaan karakter dan menjelaskan secara singkat dan jelas mengenai PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk itu sendiri.

Gambar 1.7

Maskot Telkom, *Bee*



Sumber : Wikipedia,Agustus 2013

Maskot *Be Bee* memiliki arti :

a. Antena Lebah Sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan.
b. Mahkota Kemenangan.
c. Mata yang Tajam dan Cerdas.
d. Sayap Lincah dan Praktis.
e. 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 Produk – Produk TELKOM

1. TELKOM *Phone*

TELKOM *phone* atau sambungan telepon pelanggan adalah fasilitas komunikasi (telepon atau *Facsimile*) yang ada di tempat pelanggan. Dalam hal ini pelanggan adalah badan hukum atau perorangan yang telah menandatangani perikatan atau kontrak dengan Telkom untuk

berlangganan sambungan telekomunikasi dan bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul dari padanya.

2. **TELKOM *Pay Phone***

   Layanan Telepon dari Telkom untuk umum atau publik. Termasuk dalam layanan telepon umum adalah :

   - Telepon Coin, yaitu Telepon Umum Coin (TUC) atau Telepon Umum Multi Coin (TUMC)
   - Telepon Umum Coin Pelanggan (TUCP) *unbranded*
   - Telepon Umum Kartu Magnetik (TUKM)
   - Telepon Umum Kart Smart (TUKS)

3. **Warung TELKOM**

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

4. **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.

5. 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.

6. TELKOM SLI

TELKOM SLI adalah panggilan telepon *internasional direct dialing (IDD)* dengan nomor telepon pemanggil dan nomor telepon yang dipanggil berbeda wilayah negara. Untuk melakukan sambungan internasional, pemanggil harus menekan kode area.

7. TELKOM *Calling Card*

Kartu yang diberi nomor identitas tertentu yang berisikan sejumlah deposit atau yang dihubungkan dengan *account* tertentu yang digunakan untuk dapat melakukan telekomunikasi dengan sistem pembayaran pra bayar maupun pasca bayar. TELKOM *Calling Card* menggunakan teknologi *circuit switch* (bukan VoIP). Dalam perkembangannya layanan TELKOM *Calling Card* akan dikelola oleh anak perusahaan Telkom. Termasuk dalam kelompok produk TELKOM *Calling Card* adalah Kartu Panggil MERDEKA, Kartu Panggil BEBAS, Kartu Panggil *Co-Branding*, Telepon Umum Kartu Kredit.

8. TELKOM *Link* ASTI*Net*

TELKOM *Link* ASTI*Net* menyediakan layanan akses internet *dedicated* dengan kecepatan bervariasi dari 64 Kb/s sampai dengan 2 Mb/S yang dapat digunakan untuk akses internet secara terus menerus selama 1 x 24 jam melalui beragam fasilitas saluran *dedicated* yang tersedia dengan reabilitas yang handal dan performansi akses yang baik yang ditunjang dengan ketersediaan *bandwith* ke *Global Internet*

9. TELKOM*Net Instan*

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

10. TELKOM *Vision*

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

11. TELKOMSEL

TELKOMSEL adalah anak perusahaan Telkom yang menyelenggarakan layanan telepon bergerak selular (*Celular Mobil Phone*) dengan teknologi GSM. Layanan yang diberikan TELKOMSEL secara umum dibedakan dalam dua kategori :

- *Postpaid* GSM *Card* dengan *brand name* Kartu HALO.

- *Prepaid* GSM *Card* dengan *brand name* simPATI.

12. TELKOM *Inter Carrier*

TELKOM *Inter Carrier* atau produk interkoneksi adalah layanan yang disediakan Telkom untuk penyelenggaraan jasa atau penyelenggaraan jaringan (*other licenced operator)* baik yang bersifat *traffic sensitive* maupun yang bersifat non *traffic sensitive.* Termasuk dalam kelompok produk TELKOM*inter Carrier* adalah produk : Interkoneksi jaringan, Interkoneksi Jasa , Sewa Jaringan.

13. TELKOM Satelit

TELKOM Satelit adalah semua produk Telkom yang berbasis teknologi satelit. Termasuk dalam kelompok produk TELKOM*Satelit* adalah produk: Sewa transponder (*Standard C Band* maupun *Extended C 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* yang lengkap mulai dari otoritas sertifikasi, transaksi *settlement, hosting collocation,* sampai *online dialing.* Layanan *e*-TELKOM dimaksudkan untuk memberikan nilai maksimal kepada pelanggan, perusahaan

1.2 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., Divisi Regional III dalam peta bisnis layanan jasa telekomunikasi menguasai wilayah Propinsi Jawa Barat 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 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 1.8

Area PT. Telkom Divisi Regional III Jawa Barat



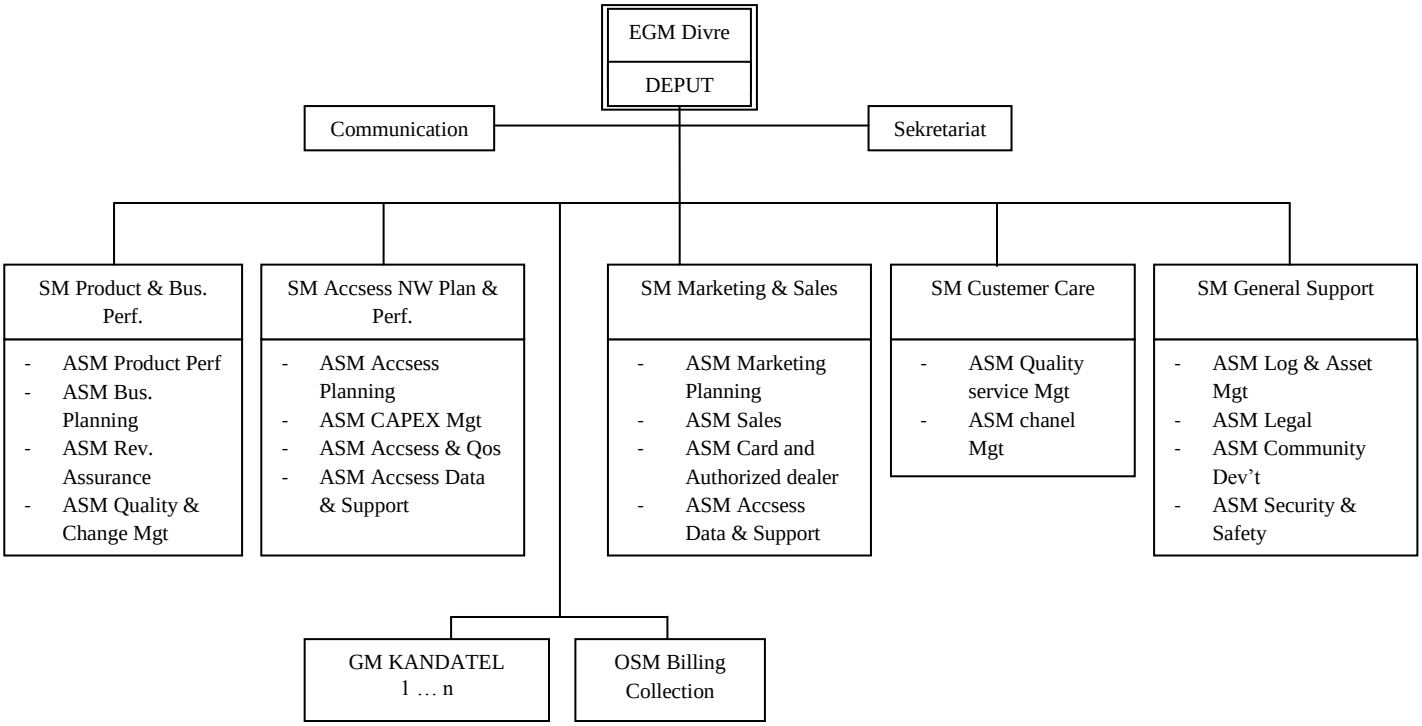
Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia Regional III Jawa Barat

1.3 Struktur PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat

Dalam Divisi Regional II Jawa Barat memiliki struktur yang sudah jelas dan sesuai dengan job description yang sudah ditentukan. Adapun struktur tersebut sebagai berikut:

Gambar 1.9

Struktur PT.Telkom Divisi Regional III Jawa Barat



Sumber: *Division Communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional III Jawa Barat

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 koordinator 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 komitment pada pihak ketiga.

c. Menyelenggarakan peran sekretariat dan dukungan administrasi perkantoran pada kantor DIVRE III Jawa Barat, 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 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 :

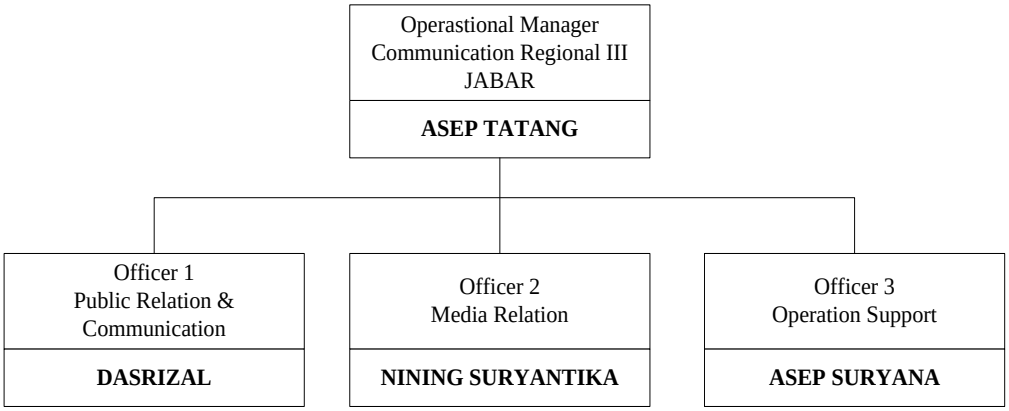
a. Penyelenggaraan proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian, piutang dan komplain.
b. Perencanaan dan pengembangan proses *billing dan system payment*.
c. Evaluasi performansi pencapaian proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian piutang dan complain.
d. Kerjasama dengan unit-unit internal 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 *Division Communication* PT. Telkom Regional III Jabar

Division Communication adalah salah satu divisi yang ada di PT. Telkom Regional III Jabar, Tbk. Division ini mengelola seluruh aktifitas komunikasi, baik internal maupun eksternal, yang dilakukan oleh PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Berikut, adalah struktur organisasi *Division Communication* PT. Telkom Regional III Jabar.

Gambar 1.10
Struktur Organisasi *Division Communication*
PT. Telkom Regional III Jabar



Sumber : PT. Telkom Regional *Communication* Jabar

1.5 *Job Description*

Job Description setiap bagian dalam setiap perusahaan pasti memiliki *jobdesc* yang berbeda-beda, berikut *Job Description* Divisi *Communication* Telkom Jabar:

1. *Operation Manager Communication*
    a) Memastikan tujuan/sasaran bidang regional *communication* untuk dijabarkan dan dikomunikasikan kepada seluruh karyawan/staf unit kerja untuk menyusun program kerja / RKA, dan indikator-indikator kinerja fungsi secara *koMperhensif.*
    b) Memastikan kebijakan *internal, regulasi, investor insight, statement / opini / content media, opini publik dan voice of employee* digunakan sebagai pedoman untuk pelaksanaan aktifitas program komunikasi secara *internal / eksternal.*

c) Memastikan undang-undang ,usulan program, kebiajakan yang terkait *CSR* dan rencana program *CSR.*

d) Mewakili perusahaan (Unit *Coorporate Communications & Affair)* pada pertemuan fungsi-fungsi formal dan legislatif.

e) Memastikan laporan kegiatan dan pembiayaan Unit *Coorporte Communication & Affair* di review untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan yang telah ditetepkan organisasi tercapai.

2. *Public Relations & Communications*

a) Memastikan data perusahaan yang mencakup seluruh aspek potensi dan performansi *enterprice* dikelola sebagai informasi bisnis yang diperlukan dalam perencanaan strategis dan pengendalian perusahaan.

b) Memastikan terselenggaranya sistem monitoring, evaluasi dan rekomendasi proyek-proyek strategis perusahaan.

c) Memastikan perubahan pada ruang lingkup unit *coorporate communications and affair* dikelola secara efektif untuk menjadi *role model* bagi karyawan dengan upaya bersama-sama meningkatkan kinerja perusahaan.

d) Menyajikan laporan dan anggaran pembiayaan unit *coorporate affair* sesuai yang dibutuhkan Dewan Direksi, Dewan Komisaris, dan lembaga-lembaga lain yang berkepentingan.

3. *Media Relations*

a) Memastikan aliran informasi dikelola oleh pesan BOD dan BOC, serta jadwal kegiatan BOD dikelola secara efektif.

b) Memastikan negosiasi dilakukan untuk melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekternal dengan kewenangan tertentu.

c) Memastikan hubungan dengan organisasi dan *key* person sema nasional dan internasional diciptakan dan dipelihara dalam rangka menjalani hubungan kerja yang luas untuk mengembangkan bisnis dan mewakili perusahaan.

d) Memastikan hubungan baik dengan berbagai media baik cetak maupun elektronik.

e) Memastikan kebijakan *coorporate image / reputation* yang digunakan sebagai *framework* dan standarisasi pelaksanaan komunikasi ektrenal / internal di luar investor relations berdasarkan strategi yang telah ditetapkan.

4. *Operating Support*

a) Memastikan terselenggaranya aktifitas dukungan terkait fungsi *logistic dan procurement* pada *unit Coorporate Office.*

b) Memastikan terselenggaranya kegiatan yang diselenggarakan unit *Coorporate Communicatons.*

Sumber : www.telkom.co.id

1.6 Sarana dan Prasarana PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat

Fasilitas Perusahaan yang ada untuk fasilitas kantor PT. Telkom Divisi communication Regional III meliputi fasilitas kerja dan fasilitas gedung, yang terdiri sebagai berikut:

Tabel 1.1

Sarana dan Prasarana 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
5	Ruang Rapat	Baik
6	Telepon	Baik
7	Camera Digital	Baik
8	Nikon D60	Baik
9	Handy Cam	Baik
10	Mesin Foto copy	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 5 (lima) lantai	Baik
17	Lift sebanyak 2 (dua) buah	Baik
18	Ruangan yang berAC	Baik
19	Tangga darurat	Baik
20	Lapangan parker	Baik
21	Taman	Baik
22	Fasilitas kerohanian	Baik
23	Sarana olah raga	Baik
24	Sarana kesenian	Baik
25	Toilet	Baik
26	Koperasi pegawai	Baik
27	Kantin	Baik

Sumber Division Communications, 2013

1.7 Lokasi dan waktu Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1.7.1 Lokasi pelaksanaan kerja praktek

Praktek kerja Lapangan (PKL) di laksanakan di *Division communication* di PT.Telekomunikasi Indonesia Regional III Jawa Barat. Kota Bandung yang beralamat Jl. Supratman No. 66 A Lantai 5 Bandung 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

Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan (16 hari kerja) yang terhitung mulai dari tanggal 20 Agustus 2011 – 10 September 2011. Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan pada hari Senin – Jum’at pada pukul 08.00 – 17.00 WIB.