BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan 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 tersebar di Indonesia . TELKOM (yang selanjutnya disebut juga perseroan atau perusahaan) menyediakan jasa telepon tidak bergerak kabel *(fixed Wireline)* ,jasa telepon tidak bergerak nirkabel*(fixed wireless),* jasa telepon bergerak (*Cellular*), data dan internet dan *network* dan interkoneksi baik langsung maupun melalui perusahaan asosiasi .

Keberadaannya pertama kali pada tahun 1882 di masa pemerintahan kolonial Belanda, dengan nama *Post en telegraph Dienst* sebuah perusahaan public penyedia layanan pos telegraph . Pada tahun 1906, statusnya di ubah menjadi jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang diberi nama Jawatan Pos ,Telegraph dan Telepon *(Post Telegraph en Telephone Dienst/PTT)* yang berpusat di Bandung dengan alamat Jl.Japati No. 1 Bandung 40133.

Pada tahun 1961 , jasa pos dan telekomunikasi tersebut setatusnya berubah menjadi perusahaan pemerintah pertama dengan tujuan menjaga jasa pos dan telekomunikasi di wilayah Sumatra, dimana mulai terbentuk pada tahun 1970

secara nasional . Berdasarkan Peraturan Pemerintah tahun No.29 dan No.30 tahun 2 1965 , pemerintah memisahkan jasa pos dengan telekomunikasi pada tahun 1965 ke dalam 2 (dua) perusahaan milik Negara, yaitu Perusahaan Negara Pos dan Giro , dan Perusahaan Negara Telekomunikasi .

Perluasan gerak Perusahaan Negara Telekomunikasi ditambah dengan ditetapkannya Peraturan Pemerintah No.44 tahun 1969 dan No. 45 tahun 1969 tentang bentuk – bentuk Perusahaan Negara yang mengubah Perusahaan Negara Telkomunikasi menjadi bentuk Perusahaan Umum (Perum). Perubahan status ini ditetapkan pada tanggal 28 april 1970 dengan ditetapkannya Peraturan Pemerintah No.36 tahun 1974. Status Perusahaan Negara Telekomunikasi diubah menjadi (Perumtel) yang disempurnakan lagi dengan Peraturan Pemerintah No. 21 tahun 1984 .

Pada akhirnya tahun 1980, pemerintah mengambil kebijakan dengan membeli seluruh saham PT. Indosat, sebuah perusahaan swasta yang didirikan dalam rangka penanaman modal asing yang kemudian diubah statusnya menjadi suatu Badan Hukum Milik Negara (BUMN) berbentuk Persero. Penyertaan modal Negara Republik Indonesia dalam PT.Indosat tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah No. 52 tahun 1980 . Selanjutnya untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa Telekomunikasi untuk umum , maka dengan Peraturan Pemerintah No.53 tahun 1980 diadakan perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 36 tahun 1974 yakni dengan menetapkan Perumtel sebagai badan usaha yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi dalam negeri dan PT.Indosat

sebagai badah usaha yang diberi wewenang menyelenggarakan telekomunikasi luar negeri .

Pada tanggal 24 September 1991, pemerintah mengubah Perumtel yang semula merupakan perusahaan umum menjadi perusahaan Negara yaitu Perusahaan Perseorangan (Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Disingkat Telkom yang didirikan berdasarkan Akte Notaris Imas Fatimah, SH No. 128 dengan tujuan utama perusahaan yaitu memberikan layanan untuk masyarakat umum . Perubahan status ini berdasarkan peraturan pemerintah No. 25 tahun 1991

Penawaran umum perdana saham Telkom (*Initial Public Offering/IPO)* dilakukan pada tanggal 14 November 1995 , sejak saat 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 di *Tokyo Stock Exchange* tanpa pencatatan *Public Offering Without Listing* (POWL) .

Kerja sama Operasional (KSO)mulai diimplementasikan pada Januari 1996 di wilayah :

1. Divisi Regional I Sumatera dengan mitra PT. Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo) .
2. Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten dengan mitra PT. Asia West International (Aria West)
3. Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta dengan PT . Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI) .

4. Divisi Regional VI Kalimantan dengan mitra PT. Dayamitra Telekomunikasi (Daya Mitra) .
5. Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia dengan mitra PT. Bukaka Singtel.

Berdasarkan undang – undang No. 36/1999, yang mengatur tentang jasa layanan telekomunikasi, dimana terjadi perubahan pasar, dari semula pasar monopoli (dahulu Telkom) kini menjadi non monopoli /pasar bebas (pasar persaingan sempurna). Hal tersebut membuat Telkom sebagai *Incumbent* (Operator dominan/operator penyelenggara jaringan telekomunikasi pertama kali) tidak lagi menguasai pasar sepenuhnya, melainkan harus mampu bersaing dengan operator penyelnggara jasa telekomunikasi lainnya di Indonesia, dan mempersiapkan diri menghadapi operator asing yang akan masuk. Selain adanya perubahan sifat pasar, setiap penyelenggara jaringan telekomunikasi juga dituntut untuk dapat memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen jasa telekomunikasi. (berdasarkan Undang –Undang No. 8/1999 tentang perlindungan konsumen).

Pada tahun 2001 PT. Telekomomunikasi Indonesia membeli 35% saham PT. Telkomsel dari PT. Indosat sebagai bagian dari implementasi retrukturisasi industry jasa telekomunikasi di Indonesia , yang di tandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara PT. Telkom dengan PT. Indosat. Dengan Transaksi ini Telkom menguasai 72,72% saham PT. Telkomsel. Telkom membeli 90.32 saham PT. Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan PT . Dayamitra ke dalam laporan keuangan Telkom.

Pada tahun 2002 Telkom membeli seluruh saham PT. 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 sisanya 55% saham pada tanggal 31 Desember 2004. Telkom menjual 12,72% saham PT. Telkomsel kepada PT.Singapore Telecom, dan dengan demikian Telkom memilik 60% saham PT. Telkomsel . sejak Agustus 2002 terjadi duapoli penyelenggaraan telekomunikasi local. Memasuki tahun 2003, Telkom menjadi FNSP (*Full Network and Service Provider*), dan juga mulai digelar kompetisi dengan format *duopoly* (PT. Telkom versus PT. Indosat). Semula layanan yang disajikan hanya POTS (*Plain Ordinary Telephone Service*), dan sekarang lebih dititik beratkan pada pengembangan PMM (*Phone, Mobile, and Multimedia*).

Saham TELKOM per 31 Desember 2006 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (51,19%) dan pemegang saham politik (48,81%), yang terdiri dari investor asing (45,54%) dan Investor local (3,27%). Sementara itu harga saham TELKOM di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2006 telah menigkat sebesar 71,2% dari Rp. 5.900,- menjadi Rp. 10.000,- Kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir 2006 sebesar USD 22,6 Miliar . Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh TELKOM, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhan dimasa mendatang, saat ini TELKOM menjadi Korporasi terbaik Indonesia .

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi dibagi menjadi dua perusahaan milik Negara, yaitu Perusahaan Umum telekomunikasi (Perumtel) dan yang bergerak sebagai penyedia layanan telekomunikasi domestic dan internasional serta PT.

Industri Telekomunikasi Indonesia (PT.INTI) yang bergerak sebagai pembuat perangkat telekomunikasi. Pada tahun 1980, bisnis telekomunikasi internasional diambil alih oleh PT. Indonesian Satellite Corporation (Indosat) yang baru saja dibentuk saat itu. Sebelum tahun 1995, operasi bisnis Telkom dibagi kedalam dua belas wilayah operasi,yang dikenal sebagai wilayah telekomunikasi atau witel. Setiap witel bertanggung jawab penuh atas seluruh aspek bisnis diwilayah masing-masing, mulai dari penyedia layanan telepon hingga manajemen dan keamanan property.

Dalam perkembangannya, TELKOM merombak ke dua belas witel menjadi divisi-divisi, sebagai berikut :

1. Divisi Infrastruktur Telekomunikasi (INFRATEL)

   Divisi yang menyelenggarakan jasa Telekomunikasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional.
2. Divisi *Research & Development Center* (R D C) Divisi yang melaksanakan riset dan pengembangan Telekomunikasi dan informasi untuk kepentingan internal PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk., baik riset pengembangan produk baru, standarisasi perangkat, *grand scenario technology* dan uji kaji laboratorium.
3. Divisi *Management Service Center* (MSC)

   Divisi yang bertanggung jawab atas pencapaian perusahaan jasa atelir bagi alat-alat produksi divisi-divisi dan penggunaan lain diluar perusahaan serta jasa-jasa yang berkaitan dengan prioritas pemenuhan pelayanan kebutuhan internal perusahaan.

4. Divisi Telkom *Learning Center* (TLC)

   Divisi yang menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi pegawai PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Untuk menunjang terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas, professional dan integritas.

5. Divisi *Information System Center* (ISC)

   Divisi yang menyediakan system informasi, informasi *costumer, billing, corporate database*, interkoneksi billing, dan proses telepon selular.

6. Divisi Multimedia (DIVMEDIA)

   Divisi yang mengelola jasa multimedia dan *network provider* untuk melayani masyarakat, pelanggan dan internal PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk., *Interner provider*. Divisi ini bertanggung jawab pada konvergensi telepon, televise kabel dan internet.

7. *Supply Center*

   Divisi yang melaksanakan pembangunan, kontruksi bangunan, konsultasi bangunan, desain proyek dan pengadaan untuk kepentingan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

8. Divisi *Management Consultant Center* (MCC)

   Sesuai namanya Divisi ini bertanggung jawab atas jasa konsultan bagi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

9. Divisi Telkom Flexi (DTF)

   Divisi yang mengelola dan bertanggung jawab atas layanan CDMA PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk., yaitu Flexi.

10. Divisi *Access* (Diva)

Divisi pendukung yang bertanggung jawab memberikan akses bagi divisi-divisi lain di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

11. Divisi *Enterprise* (DIVES)

    Divisi yang melayani dan bertanggung jawab atas pelayanan pelanggan korporasi, seperti instansi pemerintah dan perusahaan (BUMN, swasta, perbankan, perhotelan, dll).

12. Divisi *Consumer Service* (DCS)

    Divisi yang melayani dan bertanggung jawab terhadap layanan pelanggan perorang, seperti telepon rumah, dll.

13. Divisi *Business Service* (DBS)

    Divisi yang melayani dan bertanggung jawab terhadap pelayanan pelanggan bagi dunia usaha, seperti UKM, dll

Sepanjang tahun 2008, berbagai penghargaan dan sertifikasi telah diterima oleh TELKOM, baik dari dalam maupun dari luar negeri antara lain, sertifikasi ISO 9001:2000 dan ISO 9004:2000 untuk Divisi *Enterprise Service* dari TUV Rheinland Internasional 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 Companies Awards* ke 8 dari Frontier Consulting Group; Juara Umum 2007 *Annual Report Award* dari menteri keuangan RI; Juara Umum Anugerah Media Humas 2008 dari Bakorhumas; CIO *of The Year* 2008 dalam *Hitachi Data System IT Inspiration awards*; dan penghargaan CEO dan perusahaan Idaman dari majalah Warta Ekonomi.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication , Information, Media, and Edutaiment*) yang terbesar di Indonesia. Selama ini Telkom telah mengalami berbagai transformasi agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat diminati masyarakat. Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan NEW TELKOM Indonesia adalah tranformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur,transformasi, system dan model opera kepada pihak eksternal bersamaan dan transformasi sumber daya manusia. Transpormasi 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.

Tabel 1.1

Bentuk matrix perusahaan

tahun	**Bentuk lama**	**Bentuk baru**
1906	Post en Telegraf Dienst	Pos Telegraf & Telefon Dients
1931	Jawatan Pos, Telegrap dan Telepon Dients	Perusahaan Negara PTT
1961	Perusahaan Negara PTT	PN Postel
1965	PN Postel	PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi
1974	PN Telekomunikasi	PERUMTEL

1991	PERUMTEL	PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero)

Sumber: Ramadhan k.H., dkk, dari Monopoli Menuju Kompetisi, Grasindo, 1994

Secara singkat sejarah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Dapat dilihat dari tahun ke tahun sebagai berikut :

1882 : Sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf dibentuk pada masa pemerintahan colonial Belanda.

1906 : Pemerintahan Kolonial Belanda membentuk sebuah jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang diberi nama jawatan pos, Telegraf dan telepon (*Post, Telegraf en Telephone Dients/PTT).*

1945 : Proklamasi kemerdekaan Indonesia sebagai Negara merdeka dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang.

1961 : Status Jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).

1965 : PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

1974 : PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.

1980 : PT Indonesian Satelite Corporation (Indosat) didirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel.

1989 : Undang- undang nomoe 3/1989 tentang Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

1991 : Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no.25 tahun 1991.

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.*

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 DayamitraTelekomunikasi (Dayamitra); dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT Bukaka Singtel.

1999 : Undang-undang nomor 36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi. **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.

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.

2009 : Tanggal 23 Oktober 2009 PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk merayakan ulang tahunnya yang ke 153 tahun. Sekaligus pada tanggal itu pula dilaksanakan *soft launching* sesuatu informasi dan perubahan landscape bisnis Telkom. Suatu perubahan landscape bisnis dari bisnis Informasi dan Komunikasi (infocomm) menjadi Telecommunication, Information, Media, and Edutainment (TIME). Hal ini dikukuhkan dengan positioning Telkom yang baru yaitu *life confident* dengan tigelinenya "The World In Your Hand".

1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk memiliki visi dan misi yang patut diketahui oleh masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia.

1.2.1 Visi PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk

To become a leading InfoCom player in the region

Mengandung arti bahwa TELKOM berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoComm* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

Sedangjkan Visi dari Telkom *Learning Center Area* – III Jabar & Banten adalah Telkom bercita – cita untuk menempatkan diri menjadi

perusahaan *infocom* terkemuka dalam bidang kinerja finansial, pasar, dan operasional di kawasan regional.

1.2.2 Misi PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk

Telkom mempunyai misi memberikan layanan "*One Stop InfoCom Service 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 dan saling mendukung secara sinergis.

1.3 Lambang dan Arti Lambang PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk

Gambar 1.1

Lambang PT. Telekomunikasi Indonsia.Tbk



Sumber :*Internet www.google.com, Agustus 2012*

• ***Expertise*** : makna dari lingkungan sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*)

• ***Empowering*** : makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.

• ***Assured*** : makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat.

• ***Progressive***: kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.

• ***Heart***: simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk manggapai masa depan.

Warna-warna yang digunakan adalah :

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

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

• ***Infinite Sky Blue*** pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga untuk masa depan.

1.4 Sejarah Perusahaan PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

Didirikan pada tahun 2002 yang beralamatkan di jalan cisanggarung no 2 bandung merupakan Unit Bisnis konsultan manajemen di lingkungan PT. Telkom,

berangkat dari adanya kebutuhan terhadap konsultansi dari internal perusahaan. Dalam perkembangan selanjutnya seiring dengan meningkatnya kebutuhan jasa konsultansi, Telkom MCC juga melayani Klien eksternal dari berbagai industri melalui pola-pola Sinergy antar Perusahaan (BUMN/BUMD/Perusahaan lain).

Telkom MCC memberikan pemikiran strategis maupun operasional di bidang manajemen bagi para Klien melalui proyek jasa konsultansi dengan beragam topik. Dari waktu ke waktu Telkom MCC terus meningkatkan kualitas layanannya melalui perbaikan proses bisnis, peningkatan kompetensi SDM-nya sebagai asset utama melalui berbagai program Training & Development, dan pembangunan Knowledge Management System agar dapat memberikan solusi total secara kreatif, inovatif dan efektif untuk perkembangan dan kebutuhan bisnis yang mendorong kemajuan bagi para pengguna jasanya.

Visi, Misi dan Objective PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung diantaranya :

VISI

"To become the most reputableConsultant for client's value enhancement", yang mengandung arti bahwa Telkom MCC ingin menjadi konsultan yang ber-reputasi baik dalam penyelengaraan jasa konsultansi untuk menciptakan peningkatan nilai bagi Kliennya.

MISI

Memberikan layanan jasa konsultansi dengan kualitas terbaik/ Profesional dalam upaya peningkatan kinerja, daya saing dan pertumbuhan bisnis klien dengan berbagi pengalaman (experience and knowledge sharing).

OBJECTIVE

Memberikan nilai tambah untuk Klien agar mencapai competitive sustainable growth melalui layanan jasa konsultansi secara profesional berupa pemberian rekomendasi / solusi yang implementatif.

1.5 Sejarah Divisi Marketing PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

Divisi marketing terbentuk bersamaan dengan berdirinya MCC telkom yaitu pada tahun 2002 yang beralamatkan di jalan cisanggarung no 2 bandung merupakan Unit Bisnis konsultan manajemen di lingkungan PT. Telkom, berangkat dari adanya kebutuhan terhadap konsultansi dari internal perusahaan. Dalam perkembangan selanjutnya seiring dengan meningkatnya kebutuhan jasa konsultansi, Telkom MCC juga melayani Klien eksternal dari berbagai industri melalui pola-pola Sinergy antar Perusahaan (BUMN/BUMD/Perusahaan lain).

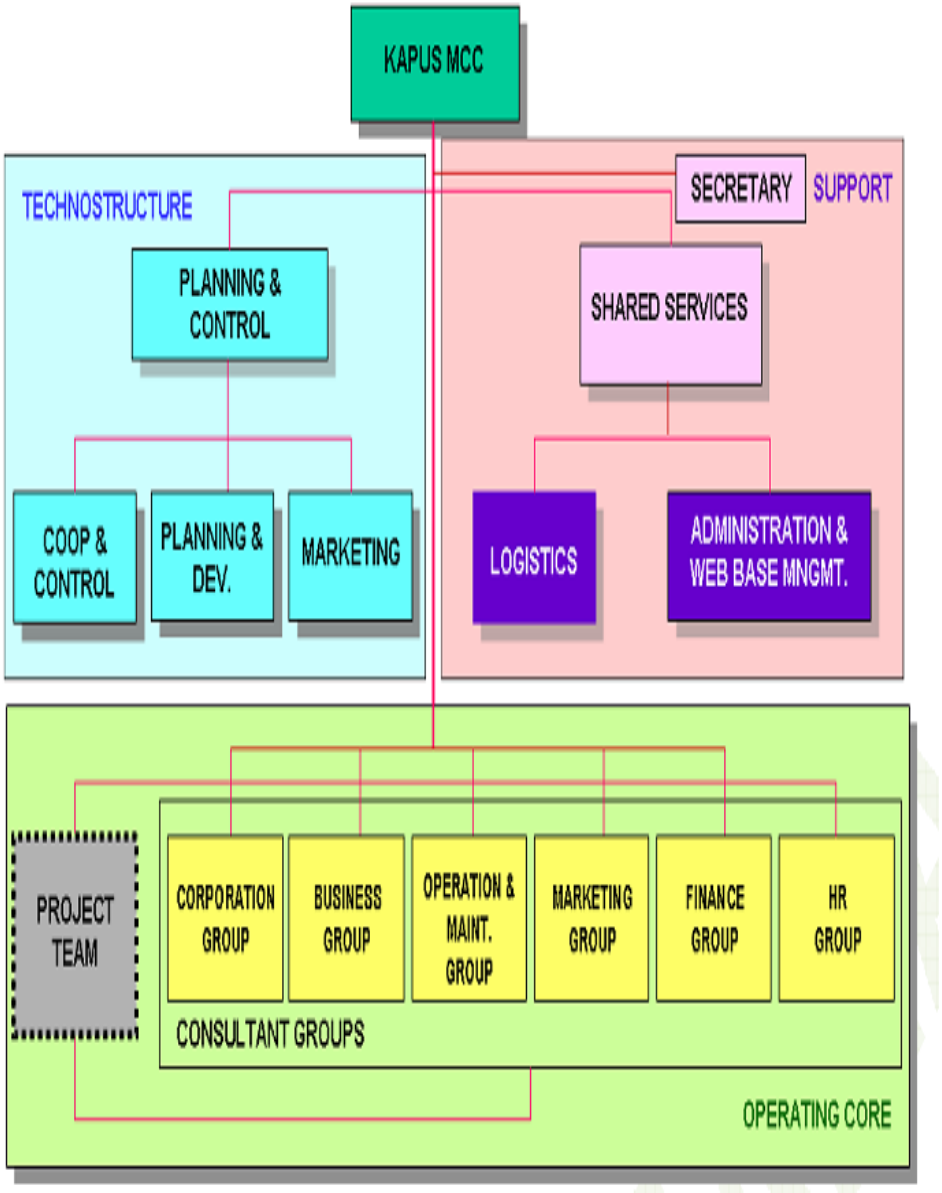
Telkom MCC memberikan pemikiran strategis maupun operasional di bidang khususnya marketing bagi para Klien melalui proyek jasa konsultansi dengan beragam topik. Dari waktu ke waktu Telkom MCC terus meningkatkan kualitas layanannya melalui perbaikan proses bisnis, peningkatan kompetensi SDM-nya sebagai asset utama melalui berbagai program Training &Development,

dan pembangunan Knowledge Management System agar dapat memberikan solusi total secara kreatif, inovatif dan efektif untuk perkembangan dan kebutuhan bisnis yang mendorong kemajuan bagi para pengguna jasanya.

1.6 Struktur Organisasi PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung



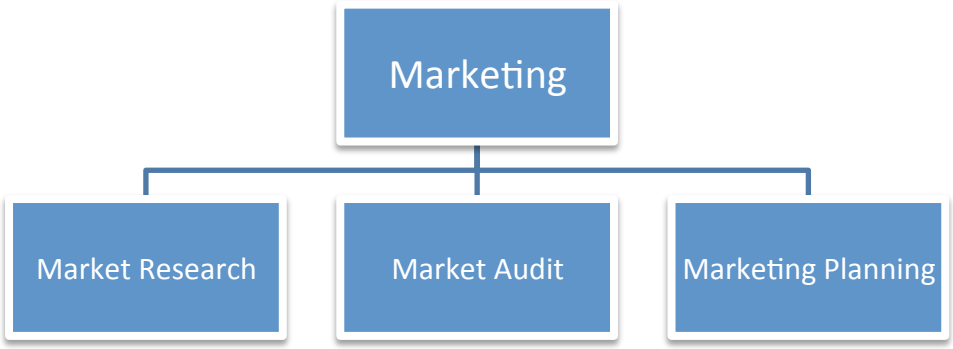
Sumber : Arsip Telkom MCC

Telkom MCC dipimpin oleh seorang Direktur yang dibantu oleh 2 orang senior Manager (SM planning dan control dan SM Shared Sevices) serta didukung 6 kelompok konsultan yang masing-masing kelompok pimpinanoleh seorang Coordinator.

1.7 Sruktur Divisi Marketing PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

Gambar 1.3

Sruktur divisi marketing Telkom MCC



Sumber : Arsip Telkom MCC

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

Untuk melakukan perannya, Marketing Telkom MCC ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskanpenjabaran 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 yang berhubungan dengan produk dan jasa konsultasi.

c. Menyusun program dan dukungan promosi.

d. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan efektivitas kerjasama dengan piha keksternal dalam hal *channel distribution.*

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

f. Mengkoordinasi pelaksanaan fungsi jasa konsultasi.

1.8 Job Deskcription

Dalam strukur Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung pimpinan paling atas ialah Direktur yang bertugas diantaranya :

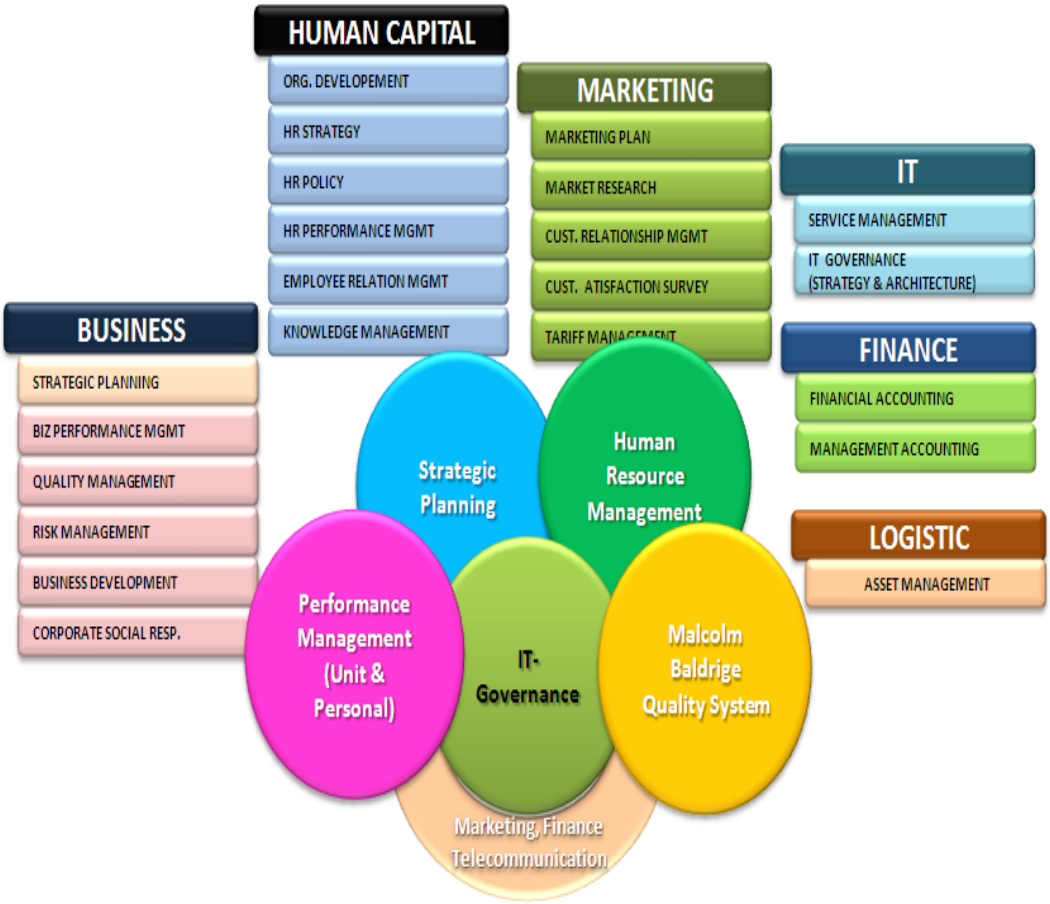
1. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, kepegawaian dan kesekretariatan.
2. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan.

3. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.
4. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direktur Utama.
5. Dalam melaksanakan tugas-tugas Direktur Umum bertanggung jawab kepada Direktur Utama.
6. Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif.
7. Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tertinggi (biasanya bekerjasama dengan MD atau CEO) .
8. Memimpin rapat umum, dalam hal memastikan pelaksanaan tata-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat, menyesuaikan alokasi waktu per item masalah, menentukan urutan agenda, mengarahkan diskusi ke arah konsensus, menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
9. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
10. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas.
11. Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh BOD atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu, yang diputuskan, dalam meeting-meeting BOD.

Adapun tugas divisi-divisi Telkom MCC yang berhubungan dengan produk dan jasa konsultasi terangkum dalam bentuk bagan diantaranya :

Gambar 1.4

Divisi-divisi Telkom MCC



Sumber : Arsip Telkom MCC

Scope of consulting services **:**

1. survey/ Research
2. assessment / Audit System
3. system Development
4. ssistance/Supervision, and
5. *Business Forum / Event Organizer* (FGD, Workshop, Business Gathering, Seminar andProduct launching

1.9 Sarana dan Prasarana PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

Guna mendukung kinerja dan fasilitas pelayanan jasa konsultasi,Telkom MCC menyediakan fasilitas pendukung yang sangat nyaman dan kodusif seperti ruang rapat (meeting room) dan konferensi yang dilengkapi dengan AC, sound system, akses internet (WiFi) hingga perangkat multi media modern dan tersedia dalam ukuran besar dan kecil dapat disesuaikan menurut kebutuhannya.

1.9.1 Sarana

Sarana yang terdapat di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Jl. Cisanggarung No.2 Bandung.

Tabel 1.2

Sarana PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

no	Nama sarana	jumlah
1	Gedung	1
2	mushola	1
3	Tempat parkir	1
jumlah		3

Sumber : Arsip selama penulis PKL, Agustus 2012

1.9.2 Prasarana

Adapun prasarana yang tersedia di ruang MarketingPT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung Jl. Cisanggarung No.1 Bandung :

Tabel 1.3

Prasarana PT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandung

no	Nama prasarana	Jumlah
1	Meja kerja	15
2	Kursi putar	15
3	komputer	15
4	printer	5
5	scanner	1
6	Televisi	1
7	Kamera	1
8	Mesin foto copy	1
9	Mesin fax	1
10	Alat penghancur kertas	1
11	Lemari laporan	1
12	Lemari penghargaan	1
13	Kursi tambahan	8
14	AC	1
15	Jam dinding	1

16	White board	1
	Jumlah	69

Sumber : Arsip selama penulis PKL, Agustus 2012

1.10 Lokasi Dan Waktu Praktek Lapangan Kerja

1.10.1 Lokasi

Lokasi untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di KantorPT. Telkom Management Consulting Center (MCC) Bandungyang terletak di Jalan Jl. Cisanggarung No. 2 Bandung 40115 telepon (022) 4521620 Fax (022) 7217273.

1.10.2Waktu

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini berlangsung mulai dari tanggal 09 Juli s/d 31 Juli 2012, dengan waktu 4 hari kerja yaitu hari Senin sampai hari kamis dimana jam kerja di tetapkan mulai dari pukul 08.00 sampai dengan selesai, sedangkan bulan ramadhan pukul 09.00 sampai dengan selesai.