



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk (Telkom, perseroan, perusahaan) yang pada awalnya bernama “*Post en Telegraafdiens*” merupakan salah satu BUMN penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia, didirikan pada tahun 1882 pada masa kolonial Belanda. Kemudian pada tahun 1906 pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan Pos, Telegrap, dan Telephon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst*). PT. Telkom menyediakan layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data.

Perubahan di lingkungan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk terus berlanjut mulai dari perusahaan jawatan sampai perusahaan *public*. Pada tahun 1995 perubahan-perubahan besar terjadi meliputi:

1. Restrukturisasi Internal
2. Kerjasama Internal
3. *Intial Public Offering* (IPO)

Sejak saat itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo.

Pada 23 Oktober 2009, PT. Telkom meluncurkan “New Telkom” yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan. Sampai dengan penggantian identitas perusahaan. Sampai dengan 31 Desember 2009, jumlah pelanggan Telkom telah tumbuh sebesar 21,2% atau menjadi 105,1 juta pelanggan. Untuk menghadapi tantangan dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan mobilitas dan konektivitas tanpa putus, Telkom telah memperluas portofolio bisnisnya yang mencakup telekomunikasi, informasi, media, dan edutainment (TIME). Dengan meningkatkan infrastruktur, memperluas teknologi *Next Generation Network* (NGN) dan mobilitasi sinergi di seluruh jajaran Telkom *Group*, Telkom dapat mewujudkan dan memberdayakan pelanggan ritel dan korporasi dengan memberikan kualitas, kecepatan, kehandalan dan layanan pelanggan yang lebih baik.

Unit-unit bisnis PT. TELKOM Indonesia, Tbk terdiri dari Divisi, *Center*, Yayasan dan Anak Perusahaan. Adapun Divisi dan *Center* yang tersedia di PT. Telkom yaitu:

1. *IT Service and Solution Center*

Bertujuan untuk melakukan mekanisasi terhadap sistem *billing*.

2. Telkom Barat

Terdiri atas wilayah Sumatera yang diwakili oleh Divisi Regional I, wilayah Jakarta dan Banten yang diwakili oleh Divisi Regional II, serta wilayah Jawa Barat yang diwakili oleh Divisi Regional III.

3. Telkom Timur

Terdiri atas wilayah Jawa Tengah yang diwakili oleh Divisi Regional IV, wilayah Jawa Timur yang diwakili oleh Divisi Regional V, wilayah Kalimantan yang diwakili oleh Divisi Regional VI, serta wilayah Bali yang diwakili oleh Divisi Regional VII.

4. Divisi Access

Terletak di Divisi Regional II.

5. Divisi Infratel

Didalamnya terdapat NETBRO (*Network of Broadband*) yang bertugas untuk melakukan pengendalian strategi RKM dan programnya.

6. Internal Audit

Dibentuk karena adanya perubahan organisasi unit bisnis yang berimplikasi pada penyelenggaraan audit internal. Sehingga perlu di tata ulang secara komprehensif dan diselaraskan dengan perubahan konsepsi pengelolaan unit bisnis.

7. CDC (*Community Development Center*)

Melakukan program kemitraan dan program bina lingkungan.

8. MSC (*Maintenance Service Center*)

Memiliki layanan Jaminan Suku Cadang, layanan Kalibrasi, layanan Repair, dan *Technical Assistance Support*.

9. HRAS (*Human Resources Assessment Services*)

Dibentuk sebagai salah satu wujud perhatian dan keseriusan manajemen terhadap sistem pengelolaan sumber daya manusia. Membantu menyediakan dan memberikan dukungan bagi aktivitas pengembangan karir karyawan dan juga sebagai pendukung bisnis di dalam portfolio PT.

Telkom.

10. Supply Centre

Sebagai manajemen logistik dan memberikan solusi dalam mengelola program kerja, proyek maupun aktivitas lainnya secara detil, sederhana, dan mudah.

11. Digital Learning

Melalui website *e-learning*, digunakan sebagai media pelatihan karyawan PT. Telkom secara *online*.

12. Product and Promo

Bertujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk PT. Telkom.

Adapun yayasan yang dimiliki oleh PT. Telkom, diantaranya:

1. Dapentel (Dana Pensiun Telkom)
2. YaKes (yayasan Kesehatan)
3. Koptel (Koperasi Telkom)
4. Sekar (Serikat Karyawan)

Berikut adalah anak perusahaan yang dimiliki oleh PT. Telkom, yaitu:

Kepemilikan > 50%

1. PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), bidang telekomunikasi – operator fasilitas telekomunikasi dan jasa telepon seluler.
2. PT. Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra), bidang telekomunikasi.
3. PT. Multimedia Nusantara (Metra), bidang jasa jaringan telekomunikasi dan multimedia.
4. PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional (TII), bidang telekomunikasi.
5. PT. Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo), bidang jasa dan pembangunan telekomunikasi.
6. PT. Graha Sarana Duta (GSD), bidang penyewaan kantor dan manajemen gedung dan jasa pemeliharaan, konsultan sipil, dan pengembang.
7. PT. Telkom Akses (Telkom Akses), bidang pembangunan, jasa dan perdagangan bidang telekomunikasi.
8. PT. Patra Telekomunikasi Indonesia (Patrakom), bidang telekomunikasi – menyediakan sistem komunikasi satelit, jasa, dan sarana terkait.
9. PT. Napsindo Primatel Internasional (Napsindo), bidang telekomunikasi – menyediakan Network Access Point (NAP), Voice Over Data (VOD), dan jasa terkait lainnya.
10. PT. Infomedia Nusantara (Infomedia), bidang jasa data dan informasi.
11. PT. Telkom Landmark Tower (TLT), bidang jasa pengembangan dan manajemen.
12. PT. Graha Yasa Selaras (GYS), bidang jasa pariwisata.

13. PT. Pojok Celebes Mandiri (Pointer), bidang jasa agen/biro perjalanan wisata.

14. PT. Satelit Multimedia Indonesia (SMI), bidang jasa perdagangan dan jasa jaringan telekomunikasi, satelit, serta alat multimedia.

Sesuai dengan Pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan jasa telekomunikasi dan informatika, serta optimalisasi sumber daya perusahaan, dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk mencapai tujuan tersebut, Perusahaan menjalankan kegiatan yang meliputi:

a. Usaha utama:

1. Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual, menyewakan, dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual, dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Usaha penunjang:

1. Menyediakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
2. Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki perusahaan, yang antara lain meliputi

pemanfaatan aktiva tetap dan aktiva bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

Dalam perjalanannya PT. Telkom telah banyak menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi bagi konsumennya. Berikut adalah layanan dan produk PT. Telkom saat ini:

1. Telepon
SLI, SLJJ, Special Service, Immarsat Group, dan Telkom Global
2. Seluler
Telkomsel
3. Broadband
Speedy dan Speedy Hotspot
4. TV
UseeTV

Visi dan Misi PT TELKOM

Visi

“To become a leading Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services (“TIMES”) player in the region”

Misi

1. Menyediakan layanan *“more for less”* TIMES
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Visi dan Misi ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012.

Corporate Culture : The New Telkom Way

Basic Belief : Always The Best

Core Values : Solid, Speed, Smart

Key Behaviors : Imagine, Focus, Action

Gambar 2.1

Logo PT. Telkom Indonesia, Tbk



Penjelasan mengenai logo PT. Telkom Indonesia, Tbk:

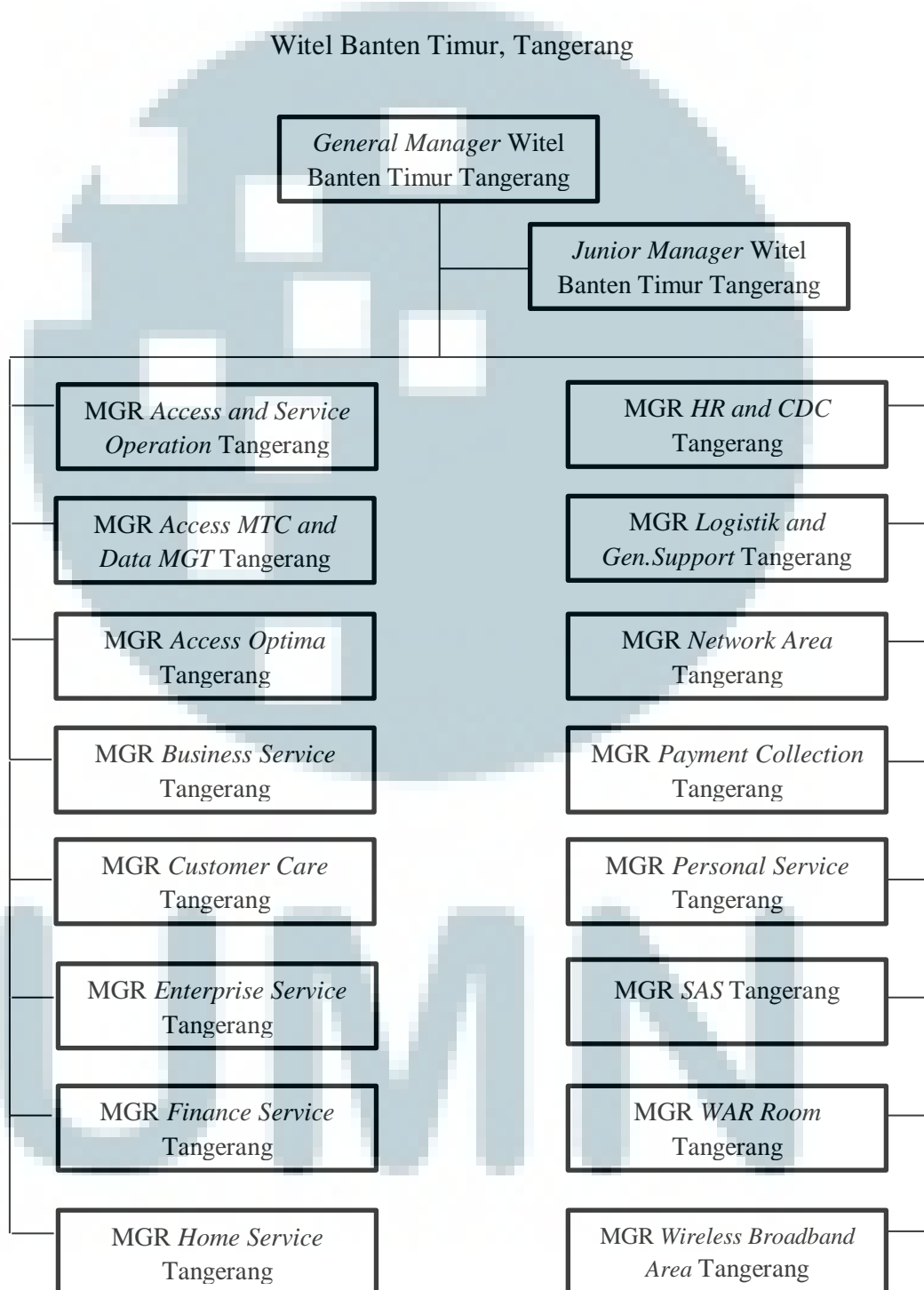
1. Arti dari simbol logo:

- a. *Expertise* : makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portfolio bisnis TELKOM yaitu TIMES (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment, and Service*).

- b. *Empowering* : makna dari tangan yang meraih ke luar mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi keluar.
 - c. *Assured* : makna dari jemari tangan, memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan erat.
 - d. *Progressive* : kombinasi tangan dan lingkaran, simbol matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
 - e. *Heart* : simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan.
2. Warna pada logo telkom yaitu Merah, Putih, Hitam, dan Abu-Abu, yang memiliki filosofi:
- a. Warna merah – Berani, Cinta, energi, Ulet
mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
 - b. Warna putih - suci, damai, cahaya dan bersatu
yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
 - c. Warna hitam - warna dasar
melambangkan kemauan keras.
 - d. Warna abu-abu
merupakan warna transisi melambangkan teknologi.

Gambar 2.2

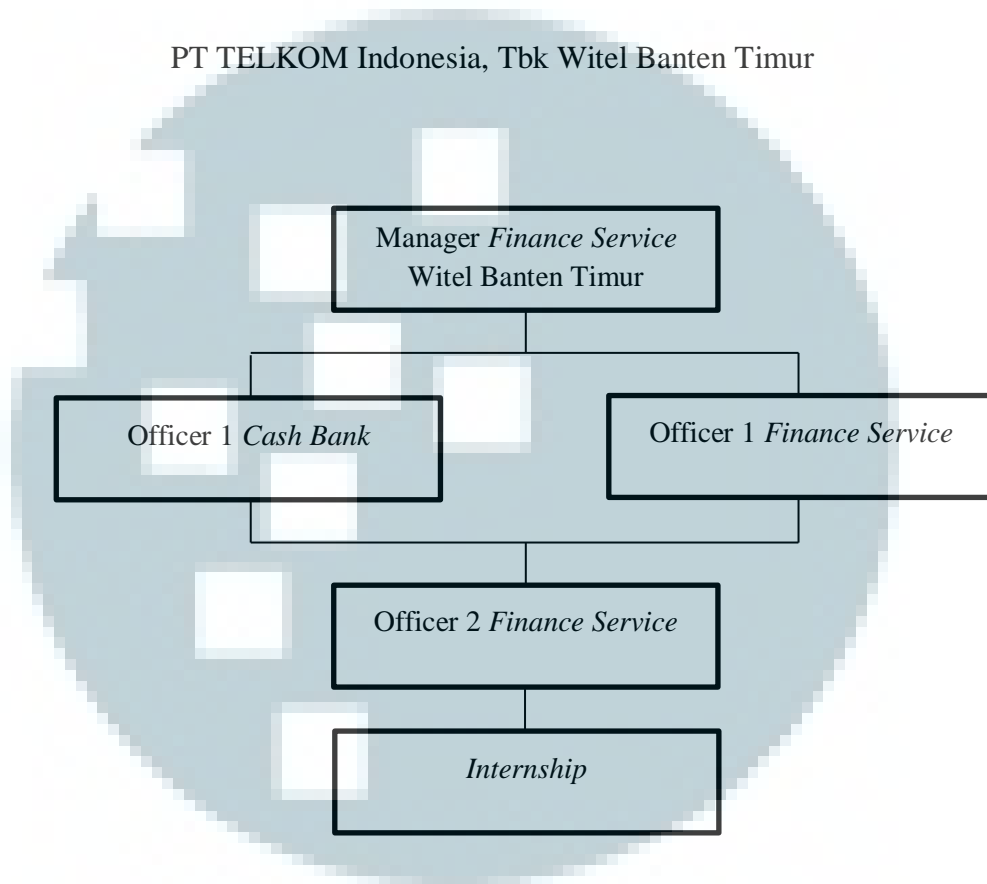
Struktur Organisasi PT. TELKOM Indonesia, Tbk



Gambar 2.3

Struktur Organisasi *Finance Service*

PT TELKOM Indonesia, Tbk Witel Banten Timur



UMMN