

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. TELKOM WITEL YOGYAKARTA

A. Sejarah dan Perkembangan PT. Telkom Witel Yogyakarta

Telkom merupakan perusahaan milik Badan Usaha Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang informasi dan komunikasi. Sejarah PT. Telkom Indonesia ini bermula pada pendirian badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf pada tahun 1882. Pada tahun 1961, status diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor. Pada tahun 2009 dijadikan momen tersebut dijadikan sebagai patokan hari lahir Telkom.

Telekomunikasi Indonesia, Tbk selanjutnya disebut TELKOM merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E.S (*Telecommunication Information, Media, Edutainment and Services*) milik negara yang terbesar di Indonesia, yaitu sebuah portofolio bisnis yang lebih lengkap mengikuti tren perubahan bisnis global di masa datang. Berikut ini nama – nama sebelum menjadi PT. TELKOM INDONESIA :

a. Perusahaan Negara

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

b. Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel)

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT Indonesia Satellite Corporation Tbk (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

c. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero)

Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991. Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) (keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI)), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo.. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi

lokal. Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan “New Telkom” (“Telkom baru”) yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

Setelah Telkom menjadi perusahaan publik bukan berarti berhenti dalam melakukan transformasi badan hukum. Saat ini Telkom telah berkembang menjadi perusahaan publik dengan Group perusahaan sehingga transformasi badan hukum hanya terjadi di *subsidiary* berupa pendirian perusahaan baru, akuisisi, *merger*, *cross ownership* dan penataan portofolio bisnis. Transformasi kebijakan strategis transformasi yang digerakan *top down* , terpusat dan menjangkau *company wide*. Tentu bukan hal yang mudah untuk menggambarkan perjalanan transformasi Telkom ke dalam uraian yang ringkas dan sederhana. Walaupun tidak selalu tepat dalam hal ini digunakan metode penggambaran transformasi berdasarkan periode masa tugas kepemimpinan puncak perusahaan.

Menghadapi tantangan menurunnya bisnis konvensional dan munculnya peluang-peluang bisnis baru, Telkom kembali mendefinisikan ulang bisnisnya dari Infocom menjadi TIME (*Telecommunication, Information, Media dan Edutainment*) yang dikelola bersama subsidiary. Pergesaran bisnis Telkom juga dikomunikasikan ke eksternal melalui corporate rebranding dengan perubahan identitas visual berupa new corporate logo dan tagline *the world in your hand*.

Agar mampu memberikan layanan bisnis TIME maka Telkom melakukan transformasi teknologi dengan infrastruktur berbasis broadband dan IP based. Selanjutnya implementasi kesepuluh strategic initiatives tersebut diwujudkan dalam restrukturisasi organisasi yang inline dengan bisnis baru perusahaan. Dalam rangka mendukung keberhasilan ketiga transformasi, mutlak untuk dilakukan

transformasi budaya yang baru, The Telkom Way untuk mengsinergikan Telkom Group dengan corporate values disingkat Telkom's 5C atau 5C, yang meliputi : *Commitment to long term, Customer first, Caring meritocracy, Co-creation of win-win partnership dan Collaborative innovation.*

B. Profil dan Identitas PT. TELKOM Indonesia

1. Tentang Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode "TLK".

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

1. Mobile

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

2. Fixed

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.

3. Wholesale & International

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

4. Network Infrastructure

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

5. Enterprise Digital

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*

6. Consumer Digital

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).

(https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html).

2. Slogan dan Logo

a. Slogan PT Telekomunikasi Indonesia

- (1991-2002) Setia Melayani Anda
- (2002-2009) Committed 2U
- (2009-sekarang) *The World in Your Hand*/Dunia dalam Genggaman

Tagline PT Telkom Indonesia saat ini “ *The World in Your Hand* ” yang bermakna Dunia dalam Genggaman anda memiliki pesan bahwa dengan kehadiran PT Telkom Indonesia akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan untuk mengakses dunia

b. Logo PT Telekomunikasi Indonesia

Pada tanggal 20 Juni 2014 CEO PT.TELEKOMUNIKASI kembali melakukan perubahan logo dengan mempunyai keyakinan bahwa Telkom Indonesia ada untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia. Oleh karena, itu logo Telkom Indonesia terdiri dari empat warna yakni merah (pada aksen), putih (warna dasar dominan), hitam (warna dasar tidak dominan), hitam (warna dasar tidak dominan), abu-abu (warna transisi). Logo Telkom Indonesia dapat dilihat pada gambar :



the world in your hand

Gambar 2.1

(Sumber : <https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/Indo/tkahomepage/halaman-telkom-indonesia.html>)

Warna dasar yang ada pada logo baru Telkom adalah warna putih, merah, hitam, dan abu-abu. Dengan gambar telapak tangan dan lingkaran. Logo ini diluncurkan pada tanggal 28 Oktober 2009. Arti dari warna-warna tersebut adalah sebagai berikut:

1. Warna Merah Artinya Berani, Cinta, Energi dan Ulet, warna merah mencerminkan spirit Telkom yang selalu optimis dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
2. Warna Putih Artinya Suci, Damai, Cahaya dan Bersatu, yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Warna Hitam Artinya kemauan keras
4. Warna abu-abu Artinya warna transisi melambangkan teknologi.

3. VISI DAN MISI

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

a. Visi

Be the King of Digital in the Region

b, Misi

Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization

4. Produk dan Jasa Unggulan PT Telkom Indonesia

PAKET INDIHOME TRIPLE PLAY Internet, UseeTV & Telepon Rumah

PAKET SENSASI EXTRA	PAKET DELUXE/PREMIUM	PAKET DELUXE/PREMIUM	PAKET GAMER
Triple Play: Internet, TV, Telepon	Triple Play: Internet, TV, Telepon	Triple Play: Internet, TV, Telepon	Triple Play: Internet, TV, Telepon
20 Mbps 400 rb/bln	10 Mbps 460 rb/bln	50 Mbps 820 rb/bln	10 Mbps 380 rb/bln
30 Mbps 490 rb/bln	20 Mbps 630 rb/bln	10 Mbps 1750 rb/bln	20 Mbps 480 rb/bln
40 Mbps 590 rb/bln	30 Mbps 820 rb/bln		30 Mbps 680 rb/bln
	40 Mbps 995 rb/bln		40 Mbps 785 rb/bln
Gratis 100 Menit	Gratis 1000 Menit	Gratis 1000 Menit	Gratis 100 Menit
86 Channels	141 Channels + Add On	All Channels	- Incoming Call Only untuk 50 Mbps & 100 Mbps
Free Mnipack	Nonton Sepuasnya	Nonton Sepuasnya	- 86 Channels - Untuk 50 Mbps & 100 Mbps tidak tersedia UseeTV
- Movin + IFLIX - Inditainment 2	Free 2 Bulan	Free 2 Bulan	
- HOOG - CATCHPLAY	Free 1 Bulan	Free 1 Bulan	
Pilihan Bonus Ekstra			

PAKET INDIHOME DUAL PLAY Internet & Telepon Rumah atau Internet & USEETV

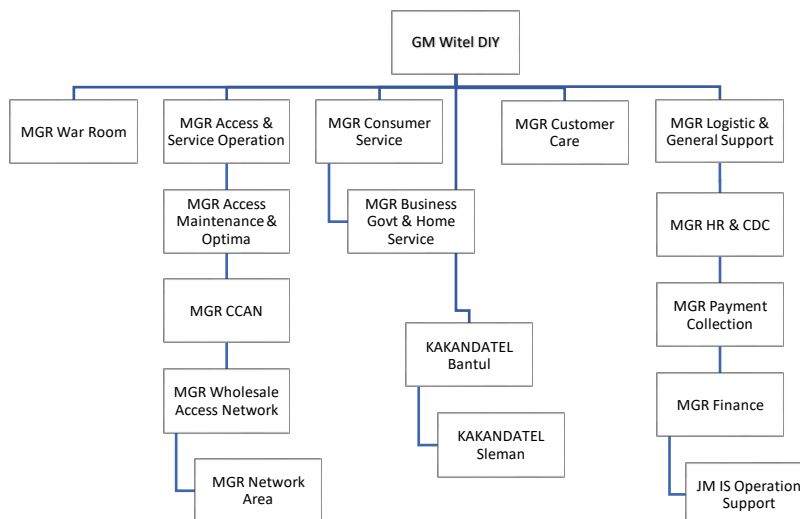
PAKET NETIZEN I	PAKET NETIZEN II
Dual Play: Internet, & Telepon Rumah	Dual Play: Internet, & UseeTV
10 Mbps 285 rb/bln	10 Mbps 315 rb/bln
20 Mbps 385 rb/bln	20 Mbps 415 rb/bln
30 Mbps 545 rb/bln	30 Mbps 575 rb/bln
40 Mbps 645 rb/bln	40 Mbps 675 rb/bln
Gratis 100 Menit	X
X	86 Channels
X	Nonton Sepuasnya
X	Free 2 Bulan
X	Free 1 Bulan

PAKET INDIHOME 1P Internet Only atau Telepon Rumah Only

PAKET INTERNET ONLY
10 Mbps 250 rb/bln
20 Mbps 350 rb/bln
30 Mbps 510 rb/bln
40 Mbps 610 rb/bln

PAKET TELEPON ONLY
235 rb/bln
Bonus 300 menit nelpon lokal atau interlokak

5. Struktur Organisasi



(Sumber : Indihome Yogyakarta)

Bagian GM Marketing merupakan divisi yang langsung dibawah monitoring dari Ketua Manager PT Telkom Witel Yogyakarta wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dimana *General Manager* PT Telkom Witel Yogyakarta membawahi divisi – divisi *Manager War Room, Manager Access dan Service Operation, Manager Consumer Service, Manager Customer Care, Manager Logistic dan General Support*. Divisi *Manager Consumer Service* membahawi divisi *Home Service* yang berhubungan dengan kegiatan promosi Indihome.

Divisi *Home Service* adalah divisi yang berhubungan langsung dengan kegiatan promosi dan berhubungan langsung dengan *sales avenger* Indihome. Divisi *Home Service* terjun langsung dalam melayani kebutuhan dan membuat promo – promo yang sedang dibutuhkan oleh konsumen.