

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 PROFIL PERUSAHAAN

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di negara ini. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (“BEI”), *New York Stock Exchange* (“NYSE”), *London Stock Exchange* (“LSE”) dan *public offering without listing* (“POWL”) di Jepang.

Layanan telekomunikasi dan jaringan Telkom sangat luas dan beragam meliputi layanan dasar telekomunikasi domestik dan internasional, baik menggunakan jaringan kabel, nirkabel tidak bergerak (*Code Division Multiple Access* atau “CDMA”) maupun *Global System for Mobile Communication* (“GSM”) serta layanan interkoneksi antar operator penyedia jaringan. Di luar layanan telekomunikasi, Telkom juga berbisnis di bidang Multimedia berupa konten dan aplikasi, melengkapi portofolio bisnis perusahaan yang disebut TIME. Bisnis telekomunikasi adalah fundamental platform bisnis Perusahaan yang bersifat *legacy*, sedangkan portofolio bisnis lainnya disebut sebagai bisnis *new wave* yang mengarahkan Perusahaan untuk terus berinovasi pada produk berbasis kreatif digital. Hal tersebut mempertegas komitmen Telkom untuk terus meningkatkan pendapatan di dalam situasi persaingan bisnis di industri ini yang sangat terbuka.

Obsesi Perusahaan untuk secara berkelanjutan membantu mengembangkan usaha kecil dan menengah menjadi perusahaan dengan skala besar, dengan tetap mengutamakan peningkatan kesejahteraan masyarakat luas. Selain itu, Perusahaan juga terus melakukan diversifikasi usaha baik melalui merger ataupun akuisisi. Saat ini Perusahaan sedang memperkuat fundamental jaringan broadband di kawasan Indonesia Timur melalui proyek Palapa Ring sehingga dapat mewujudkan jaringan nasional yang kuat dengan

nama Nusantara *Super Highway*. Komitmen Kami terhadap konektivitas dan mobilitas data yang handal dan terpercaya, mampu meningkatkan jumlah pelanggan *broadband* Kami menjadi 10,5 juta pelanggan per 31 Desember 2011, atau meningkat sebesar 64,3%. Sementara itu, pelanggan layanan seluler meningkat pesat sebesar 13,8% atau 13 juta pelanggan baru sehingga total pelanggan seluler menjadi 107 juta.

LOGO TELKOM



Gambar 1.1. Logo PT.Telkom

Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom baru") yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan. Dengan slogan "*The World in your hand*" ada pun arti dari simbol-simbol logo tersebut yaitu :

- a. Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*) disebut *Expertise*.
- b. Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar disebut *Empowering*.
- c. Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat disebut *Assured*.
- d. Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru disebut *Progressive*.

- e. Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan disebut *Heart*.

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.

1.1.1. Visi Perusahaan :

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

1.1.2. Misi Perusahaan :

- 1. Menyediakan layanan TIME yang berkualitas tinggi dengan harga kompetitif.
- 2. Menjaga model pengelolaan korporatif terbaik di Indonesia

1.1.3. Bidang Usaha Perusahaan

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk., yang selanjutnya disebut TELKOM atau Perseroan, merupakan perusahaan informasi dan komunikasi (*InfoCom*) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia.

Telkom menyediakan jasa telepon tetap kabel (*fixed wide line*), jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*mobile service*), data dan internet serta jasa multimedia lainnya, dan *network* dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

1.1.4. Produk

- 1. Speedy



Gambar 1.2. Produk Speedy

Speedy adalah produk Layanan internet access end-to-end dari PT. TELKOM dengan basis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL), yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijamin sesuai dengan paket layanan yang diluncurkan dari modem sampai BRAS (*Broadband Remote Access Server*)

2. GrooviaTV



Gambar 1.3. Produk Groovia

Groovia TV adalah sinergi yang menghubungkan kekuatan antara internet dengan web. Kombinasinya dinamakan "*The Power Of Television Media*". Groovia Tv menawarkan banyak pengalaman-pengalaman baru dan seru dalam menonton acara televisi bagi keluarga melalui jaringan internet. Kelengkapan *feature-feature* (fungsionalitas) yang diberikan ini yang disebut "*A Complete One-Stop Multimedia For A Family*".

3. UseeTV



Gambar 1.4. Produk UseeTV

UseeTV adalah layanan portal hiburan, informasi dan *lifestyle*, berupa berbagai macam konten *streaming digital* maupun aplikasi, seperti video film, video klip musik, karaoke, *Live TV*, *TV on Demand*, *Live Streaming Radio* dan *Radio on Demand* yang dapat diakses melalui berbagai media seperti Laptop, Smartphone (HP), dll. Saat ini sudah tersedia aplikasi *mobile* untuk *gadget* berbasis iOS (Apple) dan android. Untuk *OS Mobile* lainnya (Symbian, Blackberry, dll) masih dalam proses *development*.

4. Telkomsel



Gambar 1.5. Produk Telkomsel

Telkomsel adalah penyedia layanan jasa telepon seluler yang terdiri Kartu Halo, Simpati, dan AS.

5. Telkom Vision



Gambar 1.6. Produk Telkom Vision

Jasa penyiaran saluran/channel TV/televisi yang dilakukan khusus untuk pemirsa yang bersedia membayar (berlangganan) secara berkala. Jasa ini biasanya disediakan dengan

menggunakan sistem digital ataupun analog melalui media satelit. Saat ini sistem penyiaran dengan digital adalah yang paling lazim digunakan (id.wikipedia.org). TelkomVision dengan produknya Yes Tv adalah salah satu media TV Langganan murah dan terbaik di Indonesia. Menghadirkan lebih dari 40 channel dengan kualitas gambar jernih dan stabil terhadap gangguan cuaca.

1.2. UNIT TEMPAT PKL

1.2.1. SEJARAH TEMPAT PKL

Divisi Regional III dalam peta bisnis layanan jasa telekomunikasi menguasai wilayah Propinsi Jawa Barat dan sebagian Propinsi Banten dengan bentang geografi dari kawasan Ujungkulon hingga Losari.

Sejarah divisi regional III dimulai ketika masih bernama DTEL VIII Bandung pada masa telkom masih berstatus Perusahaan Negara, selanjutnya berganti sebutan menjadi WITEL V Jawa Barat saat status telkom sebagai Perusahaan Umum (PERUM), dan ketika telkom mulai akan “*Go Public*” sebagai *Public Corporation*, telkom telah menyandang predikat sebagai perusahaan terbuka Perseroan Terbatas (PT), maka sebutan WITEL V berubah menjadi Divisi Regional III untuk wilayah Jawa Barat dan Banten.

Dengan masuknya Mitra Kerjasama Operasi (KSO) PT.Ariawest International kedalam DIVRE III tahun 1995, membawa konsekuensi adanya pengurangan area bisnis, dengan dimasukkannya Bogor, Serang, dan Purwakarta (BOSEPUR) sebagai bagian dari Wilayah bisnis.

Dalam peta bisnis jasa informasi dan telekomunikasi di kawasan Jawa Barat dan Banten, dengan bentang wilayah seluas 22.551 km² , terdapat 20 pusat pemerintahan daerah Kabupaten / Kota meliputi :

- | | |
|-----------------------|---------------------------|
| 1. Kota Bandung | 11. Kabupaten Sukabumi |
| 2. Kota Cimahi | 12. Kota Tasikmalaya |
| 3. Kabupaten Bandung | 13. Kabupaten Tasikmalaya |
| 4. Kabupaten Sumedang | 14. Kabupaten Ciamis |
| 5. Kota Cirebon | 15. Kota Banjar |

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 6. Kabupaten Cirebon | 16. Kabupaten Cianjur |
| 7. Kabupaten Kuningan | 17. Kabupaten Garut |
| 8. Kabupaten Indramayu | 18. Kabupaten Subang |
| 9. Kabupaten Majalengka | 19. Kabupaten Lebak (Rangkasbitung) |
| 10. Kota Sukabumi | 20. Kabupaten Pandeglang |

Dari ke-20 pusat pemerintahan Kabupaten / Kota di Jawa Barat dan Banten, kawasan bisnis layanan jasa informasi dan telekomunikasi di kelola oleh 8 Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi (KANDATEL) dan 83 Kantor Cabang Pelayanan Telekomunikasi (KANCATEL). Kedelapan KANDATEL Divisi Regional III meliputi :

- 1 KANDATEL Bandung, mencakup wilayah Kota Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Sumedang
- 2 KANDATEL Cirebon mencakup wilayah Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Indramayu dan Kabupaten Majalengka
- 3 KANDATEL Tasikmalaya mencakup wilayah Kota Tasikmalaya, Kota Banjar, Kabupaten Tasikmalaya, dan Kabupaten Ciamis.
- 4 KANDATEL Sukabumi mencakup wilayah Kota Sukabumi dan Kabupaten Sukabumi.
- 5 KANDATEL Cianjur mencakup seluruh wilayah Kabupaten Cianjur.
- 6 KANDATEL Garut mencakup seluruh wilayah Kabupaten Garut.
- 7 KANDATEL Subang mencakup seluruh wilayah Kabupaten Subang.
- 8 KANDATEL Rangkasbitung mencakup wilayah Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang.

Sedangkan posisi Divre III secara geografis berbatasan dengan wilayah bisnis Divre II Jakarta yang lebih dikenal dengan JABOTABEKSEPUR (Jakarta – Bogor – Tangerang – Bekasi – Serang – Purwakarta) dan kearah timur, berbatasan dengan wilayah bisnis Divre IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2.2. Visi dan Misi DIVISI REGIONAL III JABAR

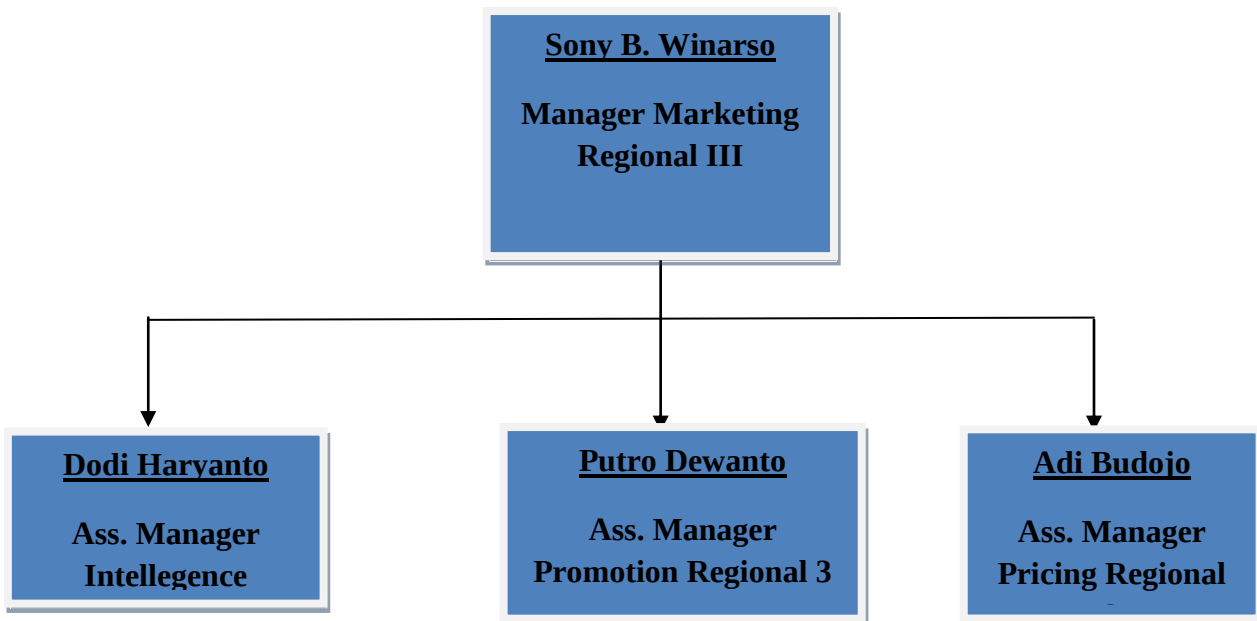
Visi :

Menjadi divisi yang paling bernilai dan paling menarik di Asia dalam peranannya sebagai penyedia jaringan dan layanan informasi dan komunikasi.

Misi :

1. Kepada pelanggan, menyediakan jaringan dan jasa informasi dan komunikasi.
2. Kepada karyawan, membentuk SDM (Sumber Daya Manusia) yang professional.
3. Kepada pemilik, memberikan pertumbuhan dan pencapaian laba yang menarik.
4. Kepada pemerintah, menyediakan fasilitas telekomunikasi nasional dan membayar pajak.
5. Kepada mitra bisnis, bersama-sama memperoleh keuntungan

1.2.3 STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 1.7. Struktur Organisasi PT.TELKOM Divisi Marketing Regional III Jawa Barat

Tugas pokok divisi Marketing Regional III adalah menjalankan program-program promosi baik itu program dari *corporate* (nasional) maupun regional (area) agar terlaksana dengan semestinya dan sesuai dengan anggaran beban iklan dan beban promosi yang sudah dicabangkan sebelumnya.

Fungsi unit Marketing Regional III tidak mengarah kepada penjualan seperti bagian marketing pada umumnya, namun lebih kepada Marketing communication. dan bagaimana caranya suatu produk perusahaan maupun program promosinya dapat dikenal oleh pasar.

1.2.4 Deskripsi Pekerjaan

Struktur organisasi PT. Telkom Indonesia, Tbk pada Divisi regional III area Jawa Barat terdapat jabatan-jabatan berikut *job description* sebagai berikut :

1. Manajer Marketing Regional III

- a. Memastikan RKAP Bidang/Fungsional, indikator-indikator kinerja, dan prosedur kerja pengimplementasian diterjemahkan dan dikomunikasikan kepada karyawan unit kerja untuk merencanakan, mengarahkan dan mengeksekusi efektivitas program-program perusahaan.
- a. Memastikan seluruh sumber daya (*people, tools/application, infrastruktural*, dan sebagainya) dan peran kontribusi unit kerja pada organisasi dipahami dan diterjemahkan untuk merumuskan dan mendistribusikan pekerjaan secara merata.
- b. Memastikan promo plan BTL dipedomani dalam mengendalikan pelaksanaan promosi *Below The Line* (BTL).

2. Asisten Manajer intellegent Regional III

- a. Memastikan tugas-tugas kritis yang berkaitan dengan pekerjaannya diuraikan dan diklasifikasikan secara tepat untuk menyusun prioritas pekerjaan yang sesuai dengan sumber daya yang dikendalikannya.
- b. Memastikan program *marketing intelligence/marketing survey* nasional dipedomani dalam mensupport pelaksanaan survey di tingkat regional.
- c. Memastikan informasi pergerakan kompetitor dimonitor dalam menyusun analisis *marketing intelligence*.
- d. Memastikan data potensial customer dianalisis dalam menyusun analisis profile dan rekomendasi need customer.
- e. Memastikan pemecahan permasalahan dilakukan secara terpola dengan membandingkan antar permasalahan yang terjadi sebelumnya dan kebijakan perusahaan yang berlaku untuk merumuskan kajian solusi terhadap permasalahan pada pekerjaan.
- f. Memastikan pengembangan staf dilakukan melalui monitoring pelaksanaan program kerja dan review kinerja secara periodik/berkala untuk mengendalikan seluruh aktivitas tetap berada pada program-program kerja yang telah ditetapkan.
- g. Memastikan interaksi dengan pihak lain (internal /Eksternal) dikembangkan secara

berkesinambungan untuk memperoleh dukungan pihak lain terhadap penyelesaian program-program kerja.

- h. Memastikan setiap keputusan operasional terkait pengelolaan pekerjaannya diambil dengan dilengkapi informasi dan fakta operasional yang penting dan lengkap termasuk kebijakan perusahaan untuk menjamin keputusan telah sesuai dengan kebijakan / regulasi.

3. Asisten Manajer promotion Regional III

- a. Memastikan tugas-tugas kritis yang berkaitan dengan pekerjaannya diuraikan dan diklasifikasikan secara tepat untuk menyusun prioritas pekerjaan yang sesuai dengan sumber daya yang dikendalikannya.
- b. Memastikan *marketing plan & CoE* dipedomani dalam menyusun *promotion tools plan*.
- c. Memastikan *promotion tools plan* dipedomani dalam proses penyediaan *promotion tools* sesuai dengan rencana.
- d. Memastikan pemecahan permasalahan dilakukan secara terpola dengan membandingkan antar permasalahan yang terjadi sebelumnya dan kebijakan perusahaan yang berlaku untuk merumuskan kajian solusi terhadap permasalahan pada pekerjaan.
- e. Memastikan pengembangan staf dilakukan melalui monitoring pelaksanaan program kerja dan *review* kinerja secara periodik/berkala untuk mengendalikan seluruh aktivitas tetap berada pada program-program kerja yang telah ditetapkan.
- f. Memastikan interaksi dengan pihak lain (internal/Eksternal) dikembangkan secara berkesinambungan untuk memperoleh dukungan pihak lain terhadap penyelesaian program-program kerja.
- g. Memastikan setiap keputusan operasional terkait pengelolaan pekerjaannya diambil dengan dilengkapi informasi dan fakta operasional yang penting dan lengkap termasuk kebijakan perusahaan untuk menjamin keputusan telah sesuai dengan kebijakan / regulasi.

4. Asisten Manajer Pricing Regional III

- a. Memastikan tugas-tugas kritis yang berkaitan dengan pekerjaannya diuraikan dan diklasifikasikan secara tepat untuk menyusun prioritas pekerjaan yang sesuai dengan sumber daya yang dikendalikannya.

- b. Memastikan usulan program non koridor pricing dari DCS dievaluasi dalam menyusun drafting nota dinas usulan program non koridor pricing dari DCS.
- c. Memastikan usulan program pricing dari DCS dievaluasi dalam menyusun rekomendasi hasil simulasi pricing.
- d. Memastikan penetapan pricing program nasional dianalisis dalam menentukan parameter yang sesuai di dalam sistem billing.
- e. Memastikan penetapan pricing program DCS/regional dianalisis dalam menentukan parameter yang sesuai di dalam sistem billing.
- f. Memastikan berita acara hasil *setting parameter pricing* nasional/DCS dipedomani dalam menyusun *entry database* parameter program.
- g. Memastikan *database parameter* program dipedomani dalam menetapkan hasil monitoring implementasi program *pricing*.
- h. Memastikan hasil monitoring implementasi program *pricing* dipedomani dalam menyusun reminder mengenai akan berakhirnya program *pricing* kepada DCS/UCSR.
- i. Memastikan *market intelligent* dianalisis dalam merekomendasikan *pricing* berdasarkan hasil analisis.
- j. Memastikan pemecahan permasalahan dilakukan secara terpola dengan membandingkan antar permasalahan yang terjadi sebelumnya dan kebijakan perusahaan yang berlaku untuk merumuskan kajian solusi terhadap permasalahan pada pekerjaan.
- k. Memastikan pengembangan staf dilakukan melalui monitoring pelaksanaan program kerja dan review kinerja secara periodik/berkala untuk mengendalikan seluruh aktivitas tetap berada pada program-program kerja yang telah ditetapkan.
- l. Memastikan interaksi dengan pihak lain (internal/Eksternal) dikembangkan secara berkesinambungan untuk memperoleh dukungan pihak lain terhadap penyelesaian program-program kerja.
- m. Memastikan setiap keputusan operasional terkait pengelolaan pekerjaannya diambil dengan dilengkapi informasi dan fakta operasional yang penting dan lengkap termasuk kebijakan perusahaan untuk menjamin keputusan telah sesuai dengan kebijakan / regulasi.

1.3. LOKASI TEMPAT PKL

TABEL 1.1.
JADWAL KERJA MAGANG

Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Keluar
Senin – Jum'at	08:00	17:00

ALAMAT : PT.TELKOM DIVISI REGIONAL III JAWA BARAT
Jl Supratman No 66A Bandung-Jawa Barat

TELEPON : 022-4532211

FAX : 022-4532134



Gambar 1.8.

Gedung Kantor Pusat Divisi Regional III Jawa Barat



Gambar 1.9.
Gedung bagian marketing tempat PKL