

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK. REGIONAL IV JATENG & DIY & COMMUNITY DEVELOPMENT CENTER

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu badan usaha berlabel Badan Usaha Milik Negara (BUMN) serta menjadi penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom menyediakan layanan *Information and Communication*, telepon kabel (*fixed wireline*), telepon nirkabel (*fixed wireless*), layanan telepon seluler, data dan internet yaitu dengan produk Indihome, serta jaringan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan, seperti Telkomsel. PT. Telekomunikasi Indonesia adalah BUMN yang memiliki komitmen untuk dapat selalu dekat baik lingkungan sekitar ataupun masyarakat luas melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

2.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Telkom berawal dari tahun 1856, tepatnya tanggal 23 oktober 1856, yang ditahun 2017 dimana, Telkom menyediakan pelayanan pengoperasian telegram elektromagnetik di Indonesia di saat itu. Telkom menjadi penyedia pelayanan komunikasi berupa telegram pertama di Indonesia yang dapat menghubungkan kota Batavia (Jakarta) dengan kota Buitenzorg (Bogor) oleh pemerintah kolonial belanda. Kemudian pada tahun 1884, Pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan swasta yang menyediakan layanan pos dan telegraf dari domestic hingga internasional. Layanan telepon mulai di perkenalkan di Indonesia pada tahun 1882 hingga pada tahun 1906 layanan telepon disediakan oleh perusahaan swasta sebagai lisensi pemerintah selama 25 tahun. Hingga di awal abad 20, tepatnya tahun 1906 Pemerintah Kolonial Belanda mengendalikan seluruh layanan pos dan telekomunikasi Indonesia. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Pada tahun 1961, separuh dari layanan telekomunikasi ini dialihkan kepada perusahaan milik Negara. Di tahun 1965, pemerintah Indonesia memisahkan antara layanan pos dan telekomunikasi kedalam dua perusahaan milik Negara yang berbeda, PN Pos dan Giro (sekarang Pos Indonesia) dan PN Telekomunikasi Indonesia. Di tahun 1974, PN (Perusahaan Negara) dibagi menjadi dua perusahaan milik Negara, yaitu Perusahaan Umum Telekomunikasi (perumtel) merupakan penyedia layanan telekomunikasi *domestic* internasional serta PT. Industri Telekomunikasi (“PT.INTI”) yang bergerak sebagai pembuat perangkat telekomunikasi. Dan di tahun 1980, bisnis ini diambil oleh pihak Indosat (PT. Indonesian Satellite Corporation). (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Kemudian di tahun 1991, Perumtel mengalami perubahan status yang menjadi Perseroan Terbatas (P.T) milik Negara dengan nama perseroan PT. Telekomunikasi Indonesia yang biasa di sebut masyarakat Telkom. Kemudian ada pembagian wilayah operasi bisnis hingga dua belas wilayah yang di kenal dengan witel (wilayah telekomunikasi). Setiap witel memiliki komitmen yaitu bertanggung jawab penuh terhadap aspek bisnis di wilayahnya masing-masing, mulai dari penyedia layanan telepon hingga manajemen dan keamanan properti. Kemudian di tahun 1995, Telkom merubah pembagian wilayah operasi dari dua belas wilayah menjadi tujuh wilayah yang kemudian disebut menjadi divisi regional. Divisi regional meliputi :

- Divisi I Sumatera
- Divisi II Jakarta
- Divisi III Jawa Barat
- Divisi IV Jawa Tengan dan DIY
- Divisi V Jawa Timur
- Divisi VI Kalimantan
- Divisi VII Indonesia Bagian Timur (Papua dan sekitarnya)

Di Setiap divisi, memiliki witel yang jumlahnya ditentukan oleh masing-masing regional. Untuk Divisi Regional IV Jateng dan DIY memiliki delapan witel. Wilayah-wilayah Telkom Regional IV meliputi : Witel Semarang, Witel Solo, Witel Kudus, Witel Purwokerto, Witel Pekalongan, Witel Yogyakarta dan Witel Magelang. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Tahun 1999, perusahaan industri telekomunikasi mengalami perubahan dengan skala yang besar. Sebab, dalam UU No. 36 (Undang Undang Telekomunikasi) berlaku efektif pada bulan September tahun 2000 yang berisi tentang pedoman mengatur reformasi industri telekomunikasi yang bertujuan agar adanya persaingan yang sehat dalam bidang *infocomm*. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Telkom memiliki komitmen untuk mempertahankan di lingkungan industri yang sampai saat ini kompetitif, Pada tahun 2009, Telkom bertransformasi dari perusahaan *Infocomm* menjadi perusahaan TIME (Telekomunikasi, Infomasi, Media, Edutainment) dengan mempertahankan warisan perusahaan dan siap untuk bersaing dengan sehat.

Tahun 2012, PT. Telekomunikasi melakukan *reconfiguring* terhadap jenis perusahaannya, yang berawal TIME yang ditetapkan tahun 2009, kemudian menjadi TIMES (Telekomunikasi, Informasi, Media, Edutainment dan Services).

Telkom Di tahun 2016, merupakan perjalanan PT. Telkom untuk menuju ke perusahaan *digital telco* dengan melakukan transformasi organisasi dari sebelumnya TIMES, menuju model terbaru yaitu *Customer Facing Unit*(CFU) dan *Functional Unit* (FU). Transformasi tersebut akan membuat Telkom menjadi lebih ramping dan lincah dalam beradaptasi dengan gejolak perubahan industri telekomunikasi yang sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan dari segi efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

2.2 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.



Gambar 2.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Telkom sebagai perusahaan *Life Confident* ditujukan untuk mengubah “beban dunia” yang dirasa banyak membebani, dalam memungkinkan orang untuk menjelajahnya. Telkom yang baru membuatnya sederhana bagi orang untuk mengakses dunia, untuk memahaminya, untuk belajar dan memiliki suara di dalamnya. Memungkinkan orang untuk berbuat lebih banyak dan mengirim dunia kedalam tangan mereka. Sebuah pesan sederhana kepada masyarakat, bahwa dunia adalah milik mereka.

Logo Telkom Indonesia yang di ganti pada tahun 2013, tepatnya 17 agustus 2013 yang bertepatan dengan Hari lahirnya Bangsa Indonesia. Dengan mengambil semangat HUT RI ke-68 saat itu, Telkom Indonesia memperkenalkan penampilan baru logo Telkom Indonesia yang mencerminkan komitmen Telkom Indonesia untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia. Dalam penampilan logo baru, setiap warna memiliki arti, yaitu :

- **Merah** — Berani, Cinta, Energi, Ulet.

Mencerminkan *spirit* perseroran untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan.

- **Putih** — Suci, Damai, Cahaya, Bersatu

Mencerminkan semangat Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.

- **Hitam** — Warna Dasar
Melambangkan kemauan keras.
- **Abu-Abu** — Warna Transisi
Melambangkan teknologi

Makna tagline PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk “*The world in your hand*” merupakan sebuah pesan bahwa Telkom akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan para masyarakat melalui jasa Telekomunikasi dalam mengakses dunia. Sedangkan, makna dari logo itu sendiri mengacu pada filosofi Telkom Corporate, yaitu *Always The Best*— sebuah keyakinan dasar untuk dapat selalu memberikan yang terbaik dalam setiap hal atau pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan akhirnya akan membentuk Telkom menjadi perusahaan telekomunikasi terbaik di Indonesia.

2.3 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk ini tercantum dalam dokumen Rencana Jangka Panjang Telkom yang disetujui serta ditandatangani oleh Dewan Komisaris tanggal 26 Desember 2016.

2.3.1 Visi

“Be the King of Digital in the Region”

2.3.2 Misi

“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”

2.3.1 Kegiatan Usaha PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

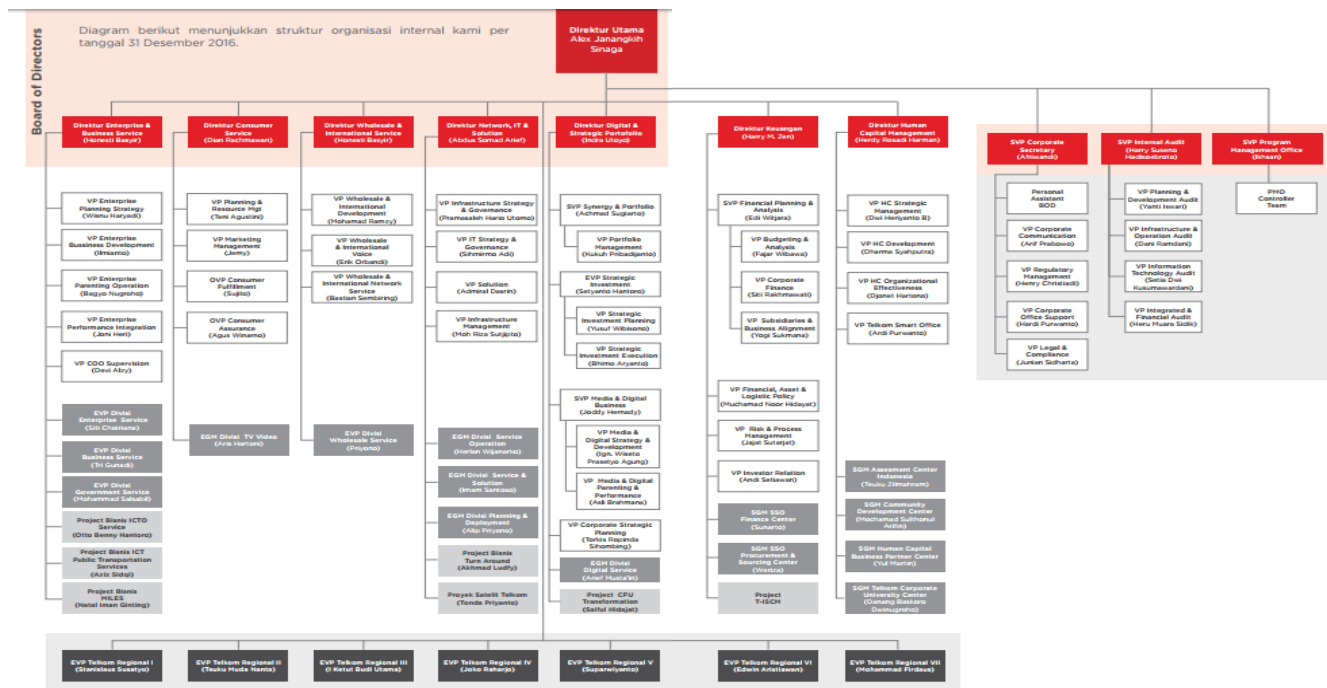
Kegiatan usaha PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk bertumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digital. Namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi serta kegiatan

usaha PT. Telkom ini berdasarkan anggaran dasar perusahaan yang mengacu pada versi terakhir anggaran dasar PT. Telkom No. 20 Tanggal 23 Mei 2015 yang menyebutkan bahwa aksud dan tujuan kegiatan usaha ini adalah menyelenggarakan jaringan dan jasa telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya perseroan. Dari pernyataan diatas kegiatan usaha PT. Telkom mencakup :

- Usaha Utama
 - Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan, menjual atau menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informasi dalam arti luas dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan peraruran dan perundang-undangan yang berlaku.
 - Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti luas dengan memperhatikan ketentuan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.
 - Melakukan investasi termasuk penyertaan modal pada perusahaan lainnya sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.
- Usaha Penunjang
 - Menyediakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
 - Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Telkom, salah

satunya pemanfaatan aktiva(harta) tetap dan aktiva bergerak, fasilitas sistem informasi, pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemelihara dan perbaikan.

- o Dalam hal ini, bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka mengoptimalkan *resources*, seperti sumber daya informatika, komunikasi atau teknologi yang dimiliki oleh pihak lain yang memiliki pandangan atau sejalan dengan maksud dan tujuan PT. Telkom.



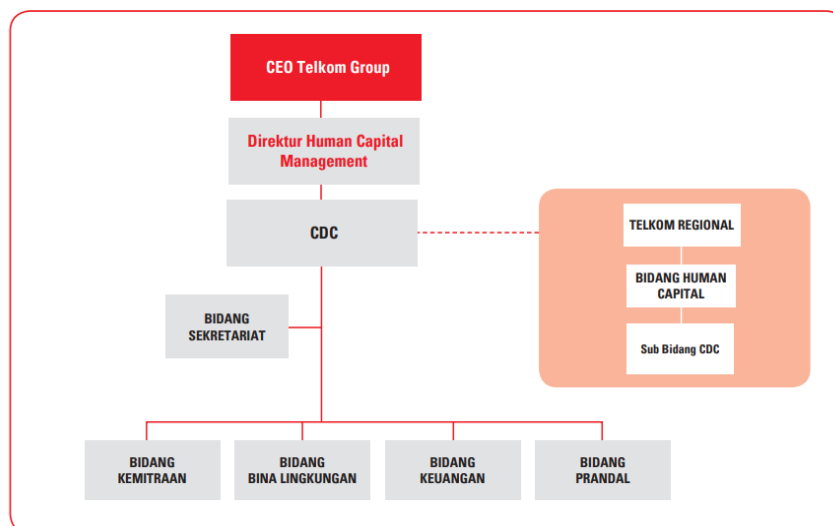
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia, Tbk

2.4 Community Development Center PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Community Development dibentuk pada tahun 2003 untuk dapat melaksanakan beban Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL

merupakan bentuk nyata program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Telkom serta merupakan pelaksanaan dari peraturan Menteri BUMN Nomor : PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, pada Bab II pasal 2 ayat (2) yang berbunyi :”Perseroan Terbuka dapat melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan berpedoman pada peraturan ini yang di tetapkan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)”.

Telkom sebagai BUMN terlibat secara aktif dalam pemberdayaan komunitas melalui Unit Community Development Center (“CDC”). Pada posisi strategis tersebut, CDC mengemban peran antara lain sebagai pemegang mandat pengelola PKBL. Program CSR dilaksanakan serta dikelola oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk melalui Unit Community Development Center(CDC) setiap Divisi Regional. Pelaksanaan program PKBL ini serentak dilaksanakan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Regional I sampai dengan Regional VII dibawah komando oleh unit CDC yang diatur oleh Organisasi Direktorat Human Capital baik tugas, wewenang dan tanggung jawab unit CDC.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Community Development Center PT. Telkom

Pimpinan CDC yaitu *Senior General Manager* yang memiliki hubungan dengan koordinasi dengan unit bisnis Telkom. Setiap Regional, baik dari Regional I hingga VII memiliki satu Pimpinan CDC (*Senior General Manager*) yang di bawahi oleh Direktur Human Capital Management (Human Resources) yang di bantu oleh bidang sekretariat, membantu proses surat menyurat masuk dan keluar. Pimpinan CDC ini memiliki empat manajer. Diantaranya :

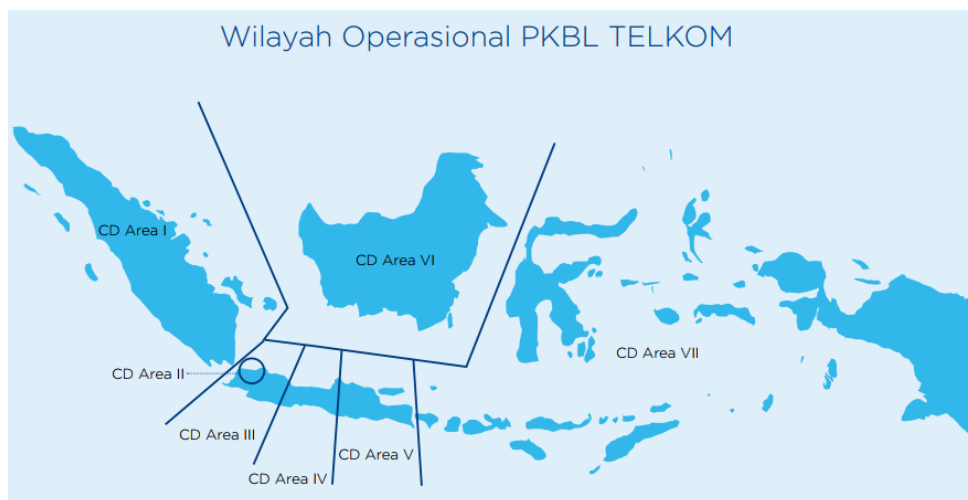
- Bidang Kemitraan yang bertugas untuk mengatur segala program kegiatan pemberian pinjaman modal kepada mitra binaan, mulai dari proses pendaftaran hingga pengembalian pinjaman.
- Bidang Bina Lingkungan bertugas untuk mengatur program bina lingkungan, seperti pendidikan dan bencana alam.
- Bidang Keuangan yang bertugas untuk mengatur keuangan dan finansial program PKBL secara keseluruhan.
- Bidang Prandal (Perencanaan dan Pengendalian) yang bertugas untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap program PKBL yang di jalankan.

2.4.1 Wilayah Operasional CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jakarta, yakni Regional II. Untuk jangkauan pelayanan Telkom tersebar diseluruh wilayah Indonesia dan dibagi menjadi 7 CDC Divisi Regional, yaitu :

- CDC Regional I, Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Sumatera Selatan, Jambi, Lampung
- CDC Regional II, Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bogor, Serang, Karawang, Purwakarta
- CDC Regional III, Bandung, Cirebon, Tasikmalaya, Cianjur, Rangkasbitung, Garut, Sukabumi
- CDC Regional IV, Semarang, Pekalongan, Purwokerto, Jogja, Solo, Kudus, Magelang.
- CDC Regional V, Surabaya Barat dan Timur, Malang, Madiun, Jember

- CDC Regional VI, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Palangkaraya, Tarakan
- CDC Regional VII, Makassar, Kendari, Palu, Pare-Pare, Luwuk, Poso, Manado, Gorontalo, Denpasar, Mataram, Kupang, Ambon, Ternate, Tual, Sorong, Papua, fakfak, Merauke, Manokwari, Biak



Gambar 2.4 Wilayah Operasional Unit CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

(Sumber: Laporan PKBL Tahun 2010)

2.5 Visi dan Misi CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

2.5.1 Visi

Menjadi Perusahaan terbaik di dunia dalam membangun komunitas demi keberlanjutan bisnis dan reputasi perusahaan.

2.5.2 Misi

- Membentuk atau memberdayakan komunitas Akses yang berhubungan dengan bisnis *Telecommunication, Information, Media, Edutainment, Services* (TIMES);
- Membentuk atau memberdayakan komunitas Konten yang berhubungan dengan bisnis *Telecommunication, Information, Media, Edutainment, Services* (TIMES);
- Membentuk atau memberdayakan komunitas Sosial, Ekonomi dan Lingkungan.