

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK. (PERSERO)**

#### **SEMARANG DAN IDENTITAS RESPONDEN**

##### **2.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia**

Pada awal mulanya PT. Telkom, Tbk merupakan sebuah tubuh yang dibangun oleh pemerintah Hindia Belanda dengan nama "Post en Telegraafdienst" yang didirikan pada tahun 1884 dengan Staatsblad Nomer. 52 serta bertugas selaku penyelenggara telekomunikasi di Hindia Belanda pada waktu itu. Pada dini mula usahanya, tubuh ini di selenggarakan oleh pihak swasta, apalagi hingga tahun 1905, tercatat 38 industri telekomunikasi yang pada tahun 1906 diambil oleh pemerintah Hindia Belanda Staatsblad nomer. 395. Sejak itu berdirilah "Post Telegraf en Telefoondienst" ataupun diucap PTT – Dienst. PTT – Dienst di resmikan selaku industri negeri bersumber pada Staatsblad Nomer. 419 tahun 1927 tentang Indoneisa Bedroekvenwer ( I. B. W. Undang – undang Industri Negeri).

Berikut pada tahun 1960 pemerintah menghasilkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang – Undang Nomer. 19, tahun tentang persyaratan suatu industri Negeri (PN) dengan PERPU Nomer. 240 tahun 1961 berganti jadi PN POS serta TELEKOMUNIKASI. Lapangan usaha PN POS serta TELEKOMUNIKASI nyatanya tumbuh dengan pesat, hingga pada tahun 1965 Pemerintah mengadakan peninjauan kembali. Hasilnya bersumber pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor. 29 serta 30 tahun 1965 terjalin pemecahan Industri Post serta Giro ( PN. Pos serta Giro) serta Industri Negeri Telekomunikasi (PN. Telekomunikasi). Wujud ini setelah itu dibesarkan mulai bertepatan pada - 28 April 1970 bersumber Industri Universal TELEKOMUNIKASI yang disingkat dengan PERUMTEL.

Keberadaan di kukuhkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor. 36 tahun 1974. Menetapkan selaku pengelola telekomunikasi buat universal dalam negara serta luar negara. Dalam rangka tingkatan pelayanan jasa telekomunikasi buat universal, pemerintah menghasilkan Peraturan Pemerintah Nomor. 53 Tahun 1980, PERUMTEL selaku Tubuh Usaha yang berwenang menyelenggarakan telekomunikasi universal dalam negara serta pemerintah mengambil kebijaksanaan dengan membeli segala saham PT. INDOSAT ialah, suatu industri swasta yang didirikan dalam rangka Penanaman Modal Asing yang setelah itu diganti statusnya jadi BUMN berupa PERSERO.

Statment modal negeri Republik Indonesia dalam saham PT. INDOSAT tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor. 52 tahun 1980. Berikutnya buat lebih tingkatan pelayanan jasa telekomunikasi buat universal, hingga dengan Peraturan Pemerintah Nomor. 53 tahun 1980 diadakan pergantian atas Peraturan Pemerintah Nomor. 22 tahun 1974, ialah dengan menetapkan PERUMTEL selaku tubuh usaha yang diberi wewenang buat menyelenggarakan telekomunikasi dalam negara serta PT. INDOSAT selaku tubuh usaha yang diberi wewenang menyelenggarakan telekomunikasi buat universal internasional.

Peraturan Pemerintah Nomor. 39 tahun 1974 tentang PERUMTEL pula diganti yang dituangkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor. 54 tahun 1980. Sehubungan dengan diundangkannya Peraturan Pemerintah Nomor. 3 tahun 1983 tentang Tata Metode Pembinaan serta Pengawasan PERJAN, PERUM serta PERSERO, diterbitkan Peraturan Pemerintah Nomor. 21 tahun 1984 tentang PERUMTEL selaku pengganti dari Peraturan Pemerintah Nomor. 36 tahun 1970. Peraturan Pemerintah Nomor. 54 tahun 1980. Satu perihal yang sangat menggembirakandalam sejarah perundang-undangan ini merupakan ditetapkannya Undang-

undang Nomor. 3 tahun 1989 tentang telekomunikasi, yang membagikan angin fresh dalam pengembangan serta pembangunan pertelekomunikasian di Indonesia.

Mengikat pertumbuhan demikian pesat ditambah dengan pola manajemen yang lebih terbuka, Pemerintah lewat Peraturan Pemerintah Nomor. 25 tahun 1991 bertepatan pada 1 Mei 1991 menetapkan Pengalihan Wujud Industri Universal( PERUM) Telekomunikasi jadi Industri Perseroan( Persero). Peralihan wujud industri tersebut diisyarati dengan indikator tangenan Akte Pendirian Industri Perseroan( Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia oleh Notaris Imas Fatimah, SH bersama- sama dengan Menparpostel Soesilo Sudarman yang berperan sebagai kuasa dari Menteri Keuangan selaku pemegang saham, hari Selasa bertepatan pada 24 September 1991 jam 09. 30 Wib di Depparpostel, Jalan. Kebon Sirih 36 Jakarta Pusat.

Pada bertepatan pada 1 Juli 1995 secara de facto ditetapkan masa Divisi yang ialah pengganti structural WITEL buat memudahkan pelayanan. Dalam masa Divisi bisnis, bidang utama dikelola oleh 7 Divisi Regional( DIVRE) serta satu Divisi Network. Divisi Regional bergerak dibidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi di wilayahnya masing- masing, sebaliknya Divisi Network bergerak dibidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negara lewat pengoperasian jaringan transmisi jalan utama nasional. Divisi tersebut dikelola oleh sesuatu regu manajemen yang terpisah bersumber pada prinsip desentralisasi serta berperan selaku pusat investasi( Divisi Regional) serta pusat keuntungan( buat Divisi Network serta Divisi yang lain), dan memiliki laporan keuangan internal yang terpisah. Divisi penunjang terdiri dari Divisi Pelatihan, Divisi Properti, Divisi Sistem Data, Divisi Satelit serta Divisi Studi Teknologi Data.

Terdapatnya pergantian kebijakan sentralisasi jadi kebijakan desentralisasi kewenangan menimbulkan struktur serta guna Kantor Pusat pula hadapi pergantian. Bersumber pada

organisasi divisional ini, hingga Kantor Pusat pula hadapi pergantian yang tadinya ialah pusat investasi disederhanakan jadi pusat bayaran( cost center). Berubahnya kebijakan tersebut menjadikan jumlah sumber energi manusia di kantor industri jadi lebih baik. Bersumber pada akta industri yang terakhir, peran kantor industri TELKOM terletak di Jalur Japati Nomor. 1 Bandung. Kantor tersebut bertanggung jawab atas pencapaian target pengelolaan industri lewat aktivitas unit kerja industri secara totalitas. Berkaitan dengan Divisi, kantor industri cumalah menetapkan perihal– perihal yang strategis sebaliknya penjabaran operasionalnya dilaksanakan oleh masing– masing Divisi Struktur Manajemen TELKOM, yang secara garis besar meliputi Kantor Industri, Divisi Regional I hingga dengan VII, Divisi Network serta Divisi Pendukung.

## 2. 2 Visi serta Misi

### 2. 2. 1 Visi PT. Telkom Indonesia

To be the king of digital in the region.

### 2. 2. 2 Misi PT. Telkom Indonesia

- a. Lead Indonesian digital inovation and globalization.
- b. Top to market capitalization telco in Asia- Pacific by 2020.

## 2. 3 Logo serta slogan

### 2. 3. 1 Logo PT. Telkom

Dengan mengambil semangat HUT RI ke- 68, Telkom menghadirkan penampilan baru logo Telkom yang mencerminkan komitmen Telkom buat membagikan yang terbaik untuk bangsa Indonesia.

Gambar 2. 1



Logo PT. Telkom Indonesia

Sumber: PT. Telkom, April 2015

Makna dari simbol- simbol logo tersebut ialah:

1. Expertise: arti dari bundaran selaku simbol dari kelengkapan produk serta layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM ialah TIME( Telecommunication, Information, Media& Edutainment.)
2. Empowering: arti dari tangan yang mencapai ke luar. Simbol ini mencerminkan perkembangan serta perluasan ke luar.
3. Assured: arti dari jemari tangan. Simbol ini memaknai suatu kecermatan, atensi, dan keyakinan serta ikatan yang erat.
4. Progressive: campuran tangan serta bundaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya merupakan pergantian serta dini yang baru.
5. Heart: simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan buat mencapai masa depan.

Filosofi Warna:

1. Merah: Berani, Cinta, Tenaga, Ulet

Mencerminkan spirit Telkom buat senantiasa optimis serta berani dalam menghadapi tantangan serta industri.

2. Putih: Suci, Damai, Sinar, Barsatu

Mencerminkan spirit Telkom buat membagikan yang terbaik untuk bangsa.

3. Gelap: Warna dasar

Melambangkan keinginan besar.

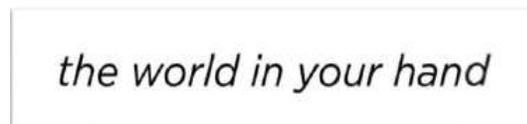
4. Abu: Warna transisi

Melambangkan teknologi.

2. 3. 2 Slogan PT. Telkom

Telkom jug memiliki slogan pada foto 2 berikut ini:

Gambar 2. 2



Slogan PT. Telkom

Sumber: PT. Telkom, April 2015

Makna dari slogan tersebut merupakan suatu bola yang mengibaratkan dunia serta digenggam oleh tangan kita. Perihal ini pula ditetapkan pada slogan baru PT. Telkom.

2. 4 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Divre IV Kota Semarang

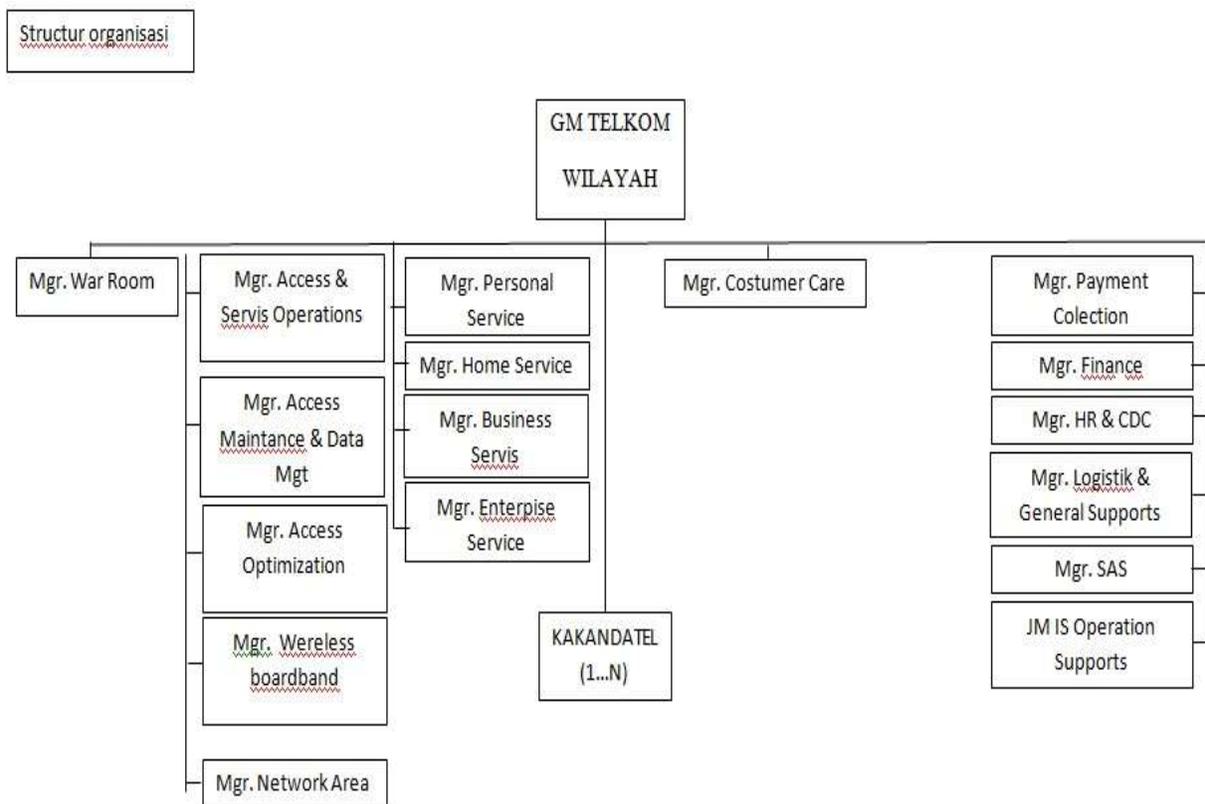
Industri dalam melaksanakan aktivitasnya melaksanakan kerja sama yang baik antar orang yang terdapat di dalam industri buat menggapai tujuan tertentu. Terus menjadi banyak yang dicoba dalam sesuatu organisasi, kian lingkungan pula hubungan- hubungan dalam penerapan aktivitas tersebut.

Buat menggambarkan ikatan kerja sama antara tiap- tiap aktivitas ataupun guna, hingga terbuat struktur organisasi sehingga jelas batas- batas wewenang serta tanggung jawab dari tiap- tiap bagian cocok dengan letaknya,

Buat lebih mengenali lapisan posisi jabatan pada PT. Telkom Witel Jateng Utara bisa dilihat pada foto 2. 3 berikut ini

## 2.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan

Gambar 2. 3



Sumber: PT. Telkom Witel semarang (2021)

#### 2. 4. 1 Job Performance Indicators

- a. Index akurasi serta ketepatan waktu ketersediaan sales plan
- b. Index pencapaian penjualan channel
- c. Index akumulasi jumlah pelanggan
- d. Ketersediaan modul promo serta event( brosur, iklan, dll)

#### 2. 4. 2 Job Authorities

- a. Memastikan prioritas pembiayaan/ pekerjaan
- b. Mempunyai hak akses atas aplikasi ESS( Enterprise Support System)
- c. Menetapkan sumber data
- d. Menetapkan metodologi kerja
- e. Menetapkan target kinerja orang( staf)
- f. Memperhitungkan kinerja serta kompetensi orang( staf) gram. Merekomendasikan program- program pengembangan staf requirement

#### 2. 4. 3 Mandatory Competency

##### a. Integrity

Deskripsi: terdapatnya kesalasan antara hati, benak serta perbuatan cocok dengan etika/ norma sosial dalam penuh tanggung jawab yang telah.

##### b. Enthusiasm

Deskripsi: terdapatnya kemauan yang diwujudkan dalam intensitas buat jadi yang terbaik.

##### c. Totality

Deskripsi: mendedikasikan segala kemampuan serta keahlian yang dimilikinya buat mewujudkan yang terbaik.

##### d. Solid

Deskripsi: menampilkan terdapatnya rasa kesatuan selaku insan Telkom Group dalam menggapai tujuan bersama didasari oleh kesamaan nilai serta rasa silih yakin.

e. Speed

Deskripsi: berperan secara proaktif dalam tiap pekerjaan/ penugasan secara kilat, pas, serta bermutu.

f. Smart

Deskripsi: berpikir serta berperan secara pintar dalam menuntaskan pekerjaan/ penugasan.

g. image

Deskripsi: menetapkan sasaran yang menantang( di atas rata- rata) buat diri sendiri ataupun regu.

h. Focus

Deskripsi: menetapkan prioritas aksi dan mengalokasikan sumber energi yang diperlukan.

i. Action

Deskripsi: melaksanakan aksi kongkrit bersumber pada rencana yang telah diresmikan serta melaksanakan penilaian secara kontinyu.

#### 2. 4. 4 Personal Quality

a. Action Management

Deskripsi: keahlian mengelola segala sumber energi dalam menggapai target strategis industri.

b. Analitical Thinking

Deskripsi: keahlian buat mengenali sumber- sumber permasalahan, memakai pendekatan berpikir yang logis, sistematis serta tertib secara kronologis.

c. Business Acumen

Deskripsi: keahlian buat menggunakan kesempatan dalam mendapatkan profit serta meningkatkan kegiatan bisnis industri.

d. Continuous Improvement

Deskripsi: meningkatkan hasil proses- proses serta keadaan yang terdapat bersumber pada kondisi yang berganti terus menerus

e. Decision Making

Deskripsi: keahlian mengambil aksi ataupun keputusan yang efisien buat menuntaskan permasalahan.

f. Building Partnership

Deskripsi: keahlian dalam menjalankan serta meningkatkan ikatan kemitraan yang silih menguntungkan dengan“ client” serta unit kerja selaku prioritas utama yang memunculkan sinergi

g. Visionary Thinking

Deskripsi: keahlian berpikir jangka panjang serta merata, dan mengkomunikasikan visinya kepada orang- orang desekitarnya dalam organisasi.

h. Developing Great Leaders

Deskripsi: keahlian buat meniptakan serta meningkatkan pemimpin/ kader yang lebih hebat darinya.

2. 4. 5 Skill Knowledge

a. Channel Management

Deskripsi: sanggup meningkatkan channel mix secara kemprehensif cocok tuntutan pasar serta kebijakan industri lewat tahapan- tahapan analitik yang mengaitkan segala aspek

yang relevan dengan pengembangan channel mix( semacam channel objectives, controlling, benefit/ cost analysis channel, dll).

b. Marketing Communication Management

Deskripsi: menguasai konsep/ kebijakan IMC( Integrated Marketing Communication). Mengenali serta sanggup meningkatkan program- program komunikasi pemasaran lewat pemakaian bauran promosi secara terpadu cocok konsep IMC( 360 degree communicatio) di dalam format Promotion Plan minimum buat satu jenis brand. Mengenali tahapan-tahapan perinci dari pengembangan modul komunikasi baik buat above the lline, below the line serta bauran komunikasi online semacam tahapan story board serta layout, in-house review, production, post production, dll.

c. Marketing Community Management

Deskripsi: sanggup menganalisa serta menghubungkan kegiatan community dengan produk TIME supaya bisa membagikan empowerment terhadap produk tersebut.

d. Marketing Planning

Deskripsi: sanggup menganalisa kesesuaian suatu marketing plan produk ataupun layanan dengan kapabilitas internal industri serta pertumbuhan pasar.

e. Product Knowledge

Deskripsi: sanggup menganalisa serta menguasai kompleksitas kasus produk berhubungan dengan teknologi, service, kompetitor serta trend global, dan sanggup merekomendasikan solusi pemecahannya.

f. Sales Management

Deskripsi: sanggup menyusun program sales management yang efisien buat menggapai sasaran/ obyektif sales yang sudah diresmikan lewat optimalisasi sumber energi yang bisa diperoleh di area industri.

Data Karyawan PT. Telkom Witel Semarang

No	Jabatan	Jumlah
1	GM TELKOM WILAYAH	3
2	KAKANDA TEL	4
3	Mgr. War Room	4
4	Mgr. Access & Servis Operations	6
5	Mgr. Access Maintance & Data Mgt	6
6	Mgr. Access Optimization	4
7	Mgr. Wereless boardband	4
8	Mgr. Network Area	6
9	Mgr. Personal Service	3
10	Mgr. Home Service	2
11	Mgr. Business Servis	2
12	Mgr. Enterpise Service	3
13	Mgr. Costumer Care	6
14	Mgr. Payment Collection	3
15	Mgr. Finance	3
16	Mgr. HR & CDC	6
17	Mgr. Logistik & General Supports	4
18	Mgr. SAS	2
19	JM IS Operation Supports	3

Sumber : PT Witel Indihome Kota Semarang

## 2. 5 Bidang Usaha Produk PT. Telkom Witel Semarang

### 2. 5. 1 Voice

#### 2. 5. 1. 1 Fixed Phone( POTS)

Plain Ordinary Telephone Services( POTS), perlengkapan komunikasi suara dengan konversi sinyal suara ke sinyal listrik frekuensi- audio yang dipancarkan lewat transmisi listrik.

Layanan POTS dibedakan jadi:

#### a) TELKOM SLJJ

Ialah layanan komunikasi jarak jauh antar pelanggan yang masih dalam satu daerah negeri. Pada biasanya pelangganpelanggan tersebut terletak dalam daerah kode zona yang berbeda.

#### b) Telkom International Call

Jasa layanan telepon ke luar negara serta telepon yang bisa diakses langsung oleh pelanggan, cuma dengan menkan kode akses tanpa dorongan operator.

### 2. 5. 2 Internet

#### 2. 5. 2. 1 ASTInet

ASTINet( Access Service Dedicated To Internet), yang diketahui digolongkan pengguna jasa Internet pada biasanya ialah Leased Lineuntuk koneksi ke Internet. ASTINet merupakan layanan akses internet serta multimedia TELKOMNet buat Akses Internet mengarah Global Internet. Layanan ini sediakan sarana koneksi akses ke Internet yang disediakan pada port router TELKOMNet. Sarana ini bisa digunakan buat akses Internet secara dedicated dengan memakai bermacam- macam sarana saluran akses yang ada, misalnya lewat akses leased line, akses DSL( HSMA), dedicated VSAT, akses radio serta sebagainya. Dengan layanan ASTINet ini pelanggan bisa menikmati layanan akses Internet dengan kenyamanan akses sepanjang 24 jam satu hari. Layanan ini sediakan layanan akses internetsecara dedicated dengan kecepatan mulai dari 64 Kbps sampaidengan 2 Mbps.

#### 2. 5. 2. 2 IP Transit

Layanan IP Transit merupakan layanan interkoneksi trafik ke global internet( bandwidth internet internasional) dengan fitur full route BGP Internet serta memakai blok IP serta AS( Autonomous System number kepunyaan pelanggan. Layanan ini membagikan jaminan ratio bandwith 1: 1 hingga ke upstream provider Telkom, diperuntukan buat operator telekomunikasi,

paling utama penyedia jasa internet& interkoneksi internet( ISP& NAP). IP Transit Telkom pula sediakan layanan koneksi ke konten dalam negeri( IP TransitDomestik).

### 2. 5. 2. 3 Indonesia Wifi

Indonesia WiFi(@wifi. d) ialah jaringan akses broadband yang jadi media buat menikmati layanan internet berkecepatan besar dan bermacam layanan multimedia yang lain. Ada pula layanan Indonesia WiFi(@wifi. id) dibedakan jadi:

#### a) Wifi Corner

Ialah layanan internet public berbentuk tempat buat menciptakan posisi Wifi Speedy yang terdapat di masing– masing wilayah kota yang terdapat nyaris di segala Indonesia, tiap pengguna Telkom Wifi Corner bisa menikmati layanan internet kecepatan besar sampai 100 Mbps. Layanan internet publik tersebut ialah program lanjutan dari Indonesia Wifi(@wifi. id) yang bisa diakses ditempat- tempat universal serta strategis dengan radius 20 m dari titik akses point. Buat penuh kemudahan akses internet, sekalian selaku pemecahan terbaik untuk pengguna internet, posisi penempatan Wifi Corner ialah meliputi zona sekolah( Indischool), zona kampus ataupun akademi besar( Indicampus) serta sarana universal ataupun public zona( Indipublic). Sebaliknya metode buat mengakses Wifi Corner merupakan dengan memakai voucher ataupun kartu perdana berbayar yang berisi username serta password yang dapat digunakan buat login akses internet broadband di posisi Wifi Corner.

#### b) IndiSchool

IndiSchool merupakan kependekan dari Indonesia Digital School, Program TELKOM Indonesia buat Indonesia Pintar, yang dicoba dengan Pemberian internet wifi, buat mengakses konten bimbingan untuk komunitas pembelajaran di zona bimbingan. Layanan IndiSchool ialah layanan akses internet wifi di posisi zona bimbingan, selaku bagian dari layanan Indonesia wifi

ataupun diketahui@wifi. id Melalui akses Internet kilat, pengajaran jarak jauh dapat berjalan efisien serta interaktif. Telkom berupaya memperluas pemanfaatan Teknologi Data serta Komunikasi( TIK) buat menciptakan aktivitas pembelajaran bermutu.

#### c) IndiCampus

Ialah layanan telkom dalam sediakan akses internet WiFi yang dimana lokasinya di zona kampus ataupun akademi besar yang pula memerlukan akses internet. IndiCampus merupakan bagian dari layanan Indonesia Wifi(@wifi. id) akses internet kilat dengan kecepatan sampai 100 Mbps.

#### d) IndiPublic

IndiPublic nyaris sama dengan IndiSchool serta IndiCampus cuma saja lokasinya yang berbeda. IndiPublic ialah layanan telkom yang disediakan buat warga universal serta zona WiFi terletak di area- area keramaian publik. Umumnya terletak di Mall, pusat kota ataupun di Swalayan. IndiPublic pula ialah bagian dari layanan Indonesia Wifi(@wifi. id) akses internet kilat dengan kecepatan sampai 100 Mbps.

### 2. 5. 3 Triple Play

#### 2. 5. 3. 1 IndiHOME

IndiHome ialah layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Internet on Fiber ataupun High Speed Internet, Phone( Telepon Rumah), serta IPTV( UseeTV Cable) beserta sebagian fitur bonus semacam IndiHome View, MelOn serta Trend Micro Security System.

#### 2. 5. 3. 2 BOSTOKO

Bostoko merupakan aplikasi bisnis yang di rancang simpel serta gampang digunakan. Secara bertahap kami hendak memenuhi Bostoko dengan materi Penjualan, Pembayaran, Pembelian, Hutang Piutang, Stok serta perhitungan rugi laba simpel. Tidak hanya itu pula ada

POS( Point of Sales), Payroll, Absen, Cuti, perhitungan pph21, dan laporan Jamsostek serta yang lain.

#### 2. 5. 4 Connectivity

VPN IP MPLS merupakan layanan komunikasi informasi any to any connection berbasis IP Multi Protocol Label Switching( MPLS). Layanan ini mempunyai kelebihan dibanding dengan layanan komunikasi informasi yang telah terdapat saat sebelum layanan ini dikembangkan( legacy datacomm) ialah lewat leased line ataupun layanan VPN berbasis frame relay.

### **2.6 Sejarah Generasi Produk PT. Telkom Witel Semarang**

#### 1. 1882 – Kemunculan Telepon

Pada 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos serta telegraf yang tadinya digunakan pada 1856. Hadirnya telepon membuat warga makin memilah buat memakai teknologi baru ini. Kala itu, banyak industri swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pemain ini membuat industri telepon tumbuh lebih kilat: pada 1892 telepon telah digunakan secara interlokal serta tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

#### 2. 1965 – Kelahiran Telkom

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Industri Negeri Pos serta Telekomunikasi ( PN Postel). Tetapi, bersamaan pertumbuhan pesat layanan telepon serta telex, Pemerintah Indonesia menghasilkan PP Nomor. 30 bertepatan pada 6 Juli 1965 buat memisahkan industri pos serta telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos serta Giro dan PN Telekomunikasi. Dengan pembelahan ini, tiap industri bisa fokus buat mengelola portofolio bisnisnya tiap- tiap. Terjadinya PN Telekomunikasi ini jadi cikal- bakal Telkom dikala ini. Semenjak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan bertepatan pada 6 Juli 1965 selaku hari lahir Telkom.

### 3. 1995 – Tumbuhnya Teknologi Seluler

Teknologi GSM dan mobile phone ditengah air mengancam keberadaan telepon (fixed line), revolusi seluler pun dilakukan. Telkom Indonesia melakukan self disruption dan tahun 1995 telkomsel mendirikan dan meluncurkan kartu halo pascabayar. Pada tahun 1997 jaringan Telkomsel telah hadir diseluruh Indonesia.

Sumber : <https://www.telkom.co.id/> (2021)

### **2.7 Identitas Responden**

Identitas responden ialah uraian tentang ciri responden, dengan menyajikan deskripsi informasi primer meliputi usia, tipe kelamin, status perkawinan, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, serta jenis paket internet yang digunakan konsumen Wifi Indihome di PT. Telkom Witel Semarang.

Informasi diperoleh dengan memakai perlengkapan (*instrument*) riset ialah berbentuk kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria buat dijadikan ilustrasi dalam riset ini. Informasi ini dibutuhkan selaku informasi pendukung dalam riset serta diperuntukan buat mengenali latar belakang konsumen Wifi Indihome di PT. Telkom Witel Semarang.

### 2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Pengumpulan data jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan sebagai konsumen di WIFI IndiHome di PT Witel Kota Semarang. Data mengenai jenis kelamin responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 2.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase%
1	Laki – Laki	64	64
2	Perempuan	36	36
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.1 di atas, dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki lebih besar dari perempuan ialah sebanyak 64% responden (64%). Laki-laki dibandingkan perempuan sebesar 36 responden (36%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian konsumen IndiHome PT Witel di dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki

### 2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur responden disertakan dalam identitas responden pada penelitian ini, karena pengguna WIFI IndiHome tidak hanya dari kelompok usia tertentu saja, tetapi berasal dari semua kelompok usia. Adapun kelompok umur responden yang menjadi konsumen WIFI IndiHome di PT Witel kota Semarang adalah sebagai berikut

Tabel 2.2

Umur Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase %
1	18 – 23	53	53%
2	24 – 30	26	26%
3	31 – 39	15	15%
4	> 40	6	6%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 2.2 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas usia responden wifi indihome adalah usia 18 – 23 tahun yaitu 53 responden (53%), sedangkan responden yang paling sedikit ditemukan adalah usia > 40 tahun yaitu 6 responden (6%).

### 2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital adalah sesuatu yang menggambarkan hubungan status seseorang secara signifikan, seperti menikah, belum menikah, janda atau duda. Berdasarkan penelitian ini yang telah dilakukan, gambaran status marital responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.3

Status Marital

No	Status Marital	Frekuensi	Persentase%
1	Belum Menikah	73	73%
2	Menikah	27	27%
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 2.3 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas status marital responden wifi indihome adalah belum menikah yaitu 73 responden (73%), sedangkan responden yang paling rendah adalah menikah yaitu 27 responden (27%).

#### 2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendidikan formal terakhir yang telah diselesaikan responden hingga tamat pendidikan. Data mengenai pendidikan terakhir responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut

Tabel 2.4

Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase%
1	SMA	45	45
2	SMK	11	11
3	D1	1	1
4	D3	4	4
5	S1	38	38
6	S2	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang di olah (2021)

Berdasarkan pada tabel 2.4 di atas, terdapat di ketahui bahwa jumlah responden dengan pendidikan terakhir terbanyak adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan dijumlah semuanya 45 responden (45%) dan jumlah yang responden yang terkecil ialah D1 dan Paska Sarjana S2 dengan sejumlah 1 responden (1%)

### 2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh manusia yang menghasilkan suatu imbalan jasa berupa uang maupun lainnya. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden akan di peroleh gambaran mengenai status sosial dan kehidupan responden dan dapat menjadi acuan tingkat aktivitas yang harus di lakukan oleh seseorang, sehingga dapat menghasilkan pendapatan untuk dapat memnuhi kebutuhan sehari – hari. Berikut merupakan pekerjaan responden yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 2.5

Pekerjaan responden

no	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase%
1	PNS	6	6%
2	Pegawai swasta	32	32%
3	Wiraswasta	12	12%
4	TNI/Polri	0	0%
5	Lainnya (Mahasiswa, Frelance, Pensiunan, BUMN, Ojek online, Satpam, Pemilik Kontrakan).	50	50%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang di olah (2021)

Berdasarkan pada tabel 2.5 di atas, terdapat di ketahui bahwa jumlah responden dengan berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah pekerjaannya lainnya (50) dengan dijumlah semuanya responden (50%) jumlah yang respondenn yang terkecil pegawai negeri sipil (PNS) (6) dengan sejumlah responden (6%).

### 2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Pendapatan

Penghasilan Dalam penelitian ini adalah pendapatan yang di terima seseorang sebagai timbal balik dari pekerjaan yang mereka lakukan dalam kurun waktu yang menentu. Responden memiliki tingkat penghasilan yang berbeda – beda, tabel berikut memamparkan tingkat penghasilan responden:

Tabel 2.6

Tingkat Pendapatan Responden

no	Tingkat Pendapatan	Frekuensi	Persentase%
	<3.000.000	64	64%
	>3.000.000 – 5.000.000	25	25%
	>5.000.000 - 7.000.000	7	7%
	>7.000.000	4	4%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 2.6 di atas, terdapat di ketahui bahwa jumlah responden dengan tingkat pendapatan terakhir terbanyak <3.000.000 adalah (64) dengan dijumlah semuanya responden (64%) jumlah yang respondenn yang terkecil >7.000.000 (PNS) (4) dengan sejumlah responden (4%).

### 2.7.7 Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Terakhir WIFI IndiHome

Berdasarkan data responden yang mengenai data terakhir menggunakan WIFI IndiHome yang di pakai oleh responden berikut data responden yang terakhir menggunakan WIFI IndiHome berdasarkan jangka waktu menggunakannya sebagai berikut:

Tabel 2.7

Berdasarkan Penggunaan Terakhir WIFI IndiHome

no	Penggunaan Terakhir	Frekuensi	Persentase%
1	1-2 Tahun	66	66%
2	3-4 Tahun	18	18%
3	>5-6 Tahun	16	16%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah(2021)

Berdasarkan pada tabel 2.7 di atas, terdapat di ketahui bahwa jumlah responden dengan penggunaanya terakhir terbanyak adalah (66) dengan dijumlah semuanya responden (66%) jumlah yang respondenn yang penggunaan terkecil (18) dengan sejumlah responden (18%).

### 2.7.7 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Paket Internet WIFI IndiHome

Berdasarkan pada data responden pada jenis paket internet yang digunakan untuk mengetahui data pake apat yang sering di pakai ataupun data internet yang mana yang di pakai oleh responden tersebut Berikut data yang di olah dari sumber responden ini:

Tabel 2.8

Jenis Paket Internet WIFI IndiHome

no	Jenis Paket Internet	Frekuensi	Persentase%
1	10 mbps	71	%
2	20 mbps	23	%
3	50 mbps	3	%
4	100 mbps	3	%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 2.8 di atas, terdapat di ketahui bahwa jumlah responden dengan penggunaanya terakhir terbanyak adalah (71) dengan dijumlah semuanya responden (71%) jumlah yang respondenn yang penggunaan terkecil (3) dengan sejumlah responden (3%).