

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Pada awalnya PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk adalah suatu badan yang dibentuk oleh pemerintah Hindia Belanda dengan nama "Posten Telegradiens" yang didirikan pada tahun 1884 dengan Staatsblad No. 52 dan bertugas sebagai penyelenggara telekomunikasi di Hindia Belanda pada waktu itu. Pada awal mula usahanya, badan ini diselenggarakan oleh pihak swasta, bahkan sampai tahun 1905, tercatat 38 perusahaan telekomunikasi yang pada tahun 1906 diambil oleh Pemerintah Hindia Belanda dengan Staatsblad No. 395. Semenjak itu berdirilah "PostTelegraf en Telefoondiests" atau disebut PTT-Dients. PTT-Dients ditetapkan sebagai perusahaan Negara berdasarkan Staatsblad No. 419 Tahun 1927 tentang Indonesia Bedrokvenwer (I.B.W. Undang-undang Perusahaan Negara).

Selanjutnya pada tahun 1960 Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 19 Tahun 1960, tentang persyaratan sebuah Perusahaan Negara (PN) dengan PERPU No. 240 Tahun 1961 berubah menjadi PN POS dan TELEKOMUNIKASI. Lapangan usaha PN POS dan TELEKOMUNIKASI ternyata berkembang dengan pesat, maka pada tahun 1965 Pemerintah mengadakan peninjauan kembali. Hasilnya berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 29 dan 30 Tahun 1965 terjadi pemecahan menjadi Perusahaan Pos dan Giro (PN. Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara

Telekomunikasi (PN. Telekomunikasi). Bentuk ini kemudian dikembangkan mulai tanggal 28 April. 1970 berdasarkan S.K. Menteri Perhubungan No. 129/U/1970 yang semula bernama PN. TELEKOMUNIKASI berubah nama menjadi PERUSAHAAN UMUM TELEKOMUNIKASI yang disingkat dengan PERUMTEL. Keberadaan PERUMTEL dikukuhkan dengan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1974 menctapkan sebagai pengelola telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan luar negeri. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No, 53 Tahun 1980, PERUMTEL sebagai Badan Usaha yang berwenang menyelenggarakan telekomunikasi umum dalam negeri dan pemerintah mengambil kebijaksanaan dengan membeli seluruh saham PT INDOSAT yaitu, sebuah perusahaan swasta yang didirikan dalam rangka Penanaman Modal Asing yang kemudian diubah statusnya menjadi BUMN berbentuk PERSERO. Pernyataan modal negara Republik Indonesia dalam saham PT. INDOSAT tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 1980.

Mengingat perkembangan demikian pesat ditambah dengan pola manajemen yang lebih terbuka, Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1991 tanggal 1 Mei 1991 menetapkan Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (PERUM) Telekomunikasi mejadi Perusahaan Perseroan (Persero). Peralihan bentuk perusahaan tersebut ditandai dengan penanda tangan Akte Pendirian Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia.

Pada tanggal 1 Juli 1995 secara de facto diresmikan era Divisi yang merupakan pengganti struktural WITEL untuk mempermudah pelayanan. Dalam

era Divisi bisnis, bidang utama dikelola oleh tujuh Divisi Regional (DIVRE) dan satu Divisi Network. Divisi Regional bergerak dibidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi di wilayahnya masing-masing, sedangkan Divisi Nerwork bergerak dibidang penyelenggaran jasa telckomunikasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional. Divisi tersebut dikelola oleh suatu tim manajemen yang terpisah berdasarkan prinsip desentralisasi dan bertindak sebagai pusat investasi (Divisi Regional) dan pusat keuntungan (untuk Divisi Network dan Divisi lainnya), serta mempunyai laporan keuangan intemal yang terpisah. Divisi penunjang terdiri dari Divisi Pelatihan, Divisi Propenti, Divisi Sistem Informasi, Divisi Satelit dan Divisi Riset Teknologi Informasi.

Berdasarkan akta perusahaan yang terakhir, kedudukan kantor perusahaan TELKOM berada di Jalan Japati No. I Bandung. Kantor tersebut bertanggung jawab atas pencapaian sasaran pengelolaan perusahaan melalui kegiatan unit kera perusahaan secara keseluruhan. Berkaitan dengan Divisi, kantor perusahaan hanyalah menetapkan hal-hal yang strategis sedangkan penjabaran operasionalnya dilaksanakan oleh masing-masing Divisi Struktur Manajemen TELKOM, yang secara garis besar meliputi Kantor Perusahaan, Divisi Regional I sampai dengan VII, Divisi Nerwork dan Divisi Pendukung.

Selanjutnya TELKOM memiliki 7 divisi regional sebagai Delivery Channel (DC) yang tersebar di seluruh Indonesia berbasiskan struktur pelanggan (segmentasi pelanggan) yaitu :

1. Divisi Regional I, SUMATERA, berkedudukan kantor di Medan, dipimpin oleh seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional I, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan di pulau Sumatra
2. Divisi Regional II, JABODETABEK, berkedudukan kantor di Jakarta, dipimpin oleh seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional II, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan wilayah Jabodetabek
3. Divisi Regional III, JAWA BARAT, berkedudukan kantor di Bandung, dipimpin oleh seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional III, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan wilayah Jawa Barat
4. Divisi Regional IV, JATENG & DIY, berkedudukan kantor di Semarang, dipimpin oleh seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional IV, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan wilayah Jateng & DIY
5. Divisi Regional V, JATIM, berkedudukan kantor di Surabaya, dipimpin seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional V, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan wilayah Jawa Timur & Madura
6. Divisi Regional VI, KALIMANTAN, berkedudukan kantor di Balikpapan, dipimpin seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional VI, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan wilayah Kalimantan
7. Divisi Regional VII, KAWASAN TIMUR INDONESIA, berkedudukan kantor di Makasar, dipimpin seorang Executive General Manager (EGM) Divisi Regional VII, yang secara teritori menangani pelanggan-pelanggan meliputi wilayah Kawasan Timur Indonesia

Kemudian TELKOM juga memiliki 4 divisi sebagai Delivery Channel (DC) yang tersebar diseluruh Indonesia berbasiskan struktur pelanggan (segmentasi pelanggan) yaitu :

1. Divisi Wholesale Service (WS), dipimpin seorang EGM Wholesale Service sebagai DC untuk Other Licensed Operator (OLO)
2. Divisi Enterprise Service Centre (DES) dipimpin seorang EGM Enterprise Service, yang menangani pelanggan-pelanggan korporasi (corporate customer)
3. Divisi Business Service (DBS), dipimpin seorang EGM Divisi Business Service untuk pelanggan-pelanggan bisnis dan pemerintahan
4. Divisi Consumer Service (DCS), yang dipimpin Executive General Manager sebagai DC untuk pelanggan residensial

2.1.2. Sejarah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional IV

Divisi Regional IV Jateng dan DIY merupakan salah satu unit bisnis IPT TELKOM yang mengemban tugas menyelenggarakan jasa informasi dan komunikasi InfoCom di wilayah propinsi Jawa Tengah dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang terbagi atas 7 Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi (Kandatel) yaitu :

1. KANDATEL YOGYAKARTA, berkedudukan di Yogyakarta yang terdiri dari 5 plasa antara lain Plasa Bantul, Wates, Wonosari, Sleman, dan Kotabaru
2. KANDATEL SEMARANG, berkedudukan di wilayah Semarang yang terdiri dari 5 plasa antara lain Plasa Pahlawan Semarang, Tantular Semarang, Ungaran, Ambarawa, dan Kendal

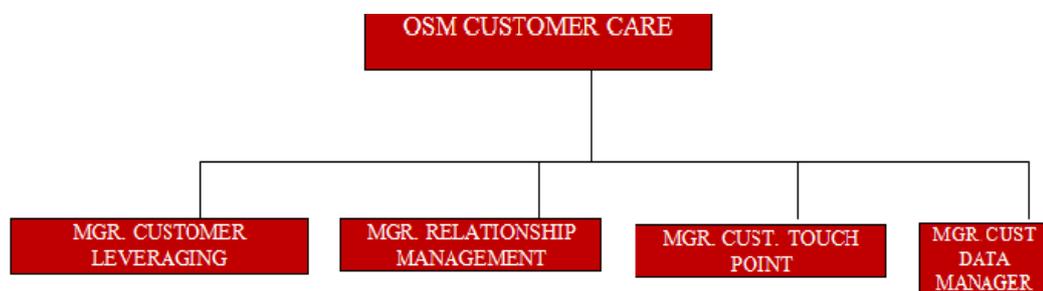
3. KANDATEL SOLO, berkedudukan di Solo yang terdiri dari 8 plasa antara lain Plasa Kusmanto Solo, Sukoharjo, Sragen, Karanganyar, Klaten, Boyolali, Wonogiri dan Salatiga
4. KANDATEL PURWOKERTO, berkedudukan di Purwokerto yang terdiri dari 6 plasa antara lain Plasa Majenang, Cilacap, Kroya, Purbalingga, Purwokerto MEA, dan Banjarnegara
5. KANDATEL PEKALONGAN, berkedudukan di Pekalongan yang terdiri dari 8 plasa antara lain Plasa Brebes, Bumiayu, Slawi, Tegal, Pemalang, Batang, Kajen/Kedung Wuni, dan Pekalongan MEA
6. KANDATEL MAGELANG, berkedudukan di Magelang yang terdiri dari 8 plasa antara lain Plasa Purworejo, Wonosobo, Gombong, Kebumen, Magelang MEA, Muntilan, Mungkid, dan Temanggung
7. KANDATEL KUDUS, berkedudukan di Kudus yang terdiri dari 9 plasa antara lain Plasa Demak, Jepara, Kudus MEA, Purwodadi, Pati, Rembang, Blora, Cepu, dan PCA

2.1.3. Gambaran Unit Customer Care

PT. Telkom Customer Care atau Pelayanan pada PT. TELKOM sendiri berarti proses penanganan calon pelanggan atau pelanggan mulai dari penawaran, penjualan, penyampaian informasi, penerimaan dan penyelesaian pengaduan, pemeliharaan loyalitas pelanggan serta pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan atau dengan perkataan lain adalah penanganan pelanggan / calon pelanggan mulai dari prajual, penjualan sampai purna jual. Unit customer care yang terdapat pada PT. Telekomunikasi dibagi menjadi tiga bagian yaitu bagian Service Assurance, Customer Handling, dan Retention and Loyalty. Service

Assurance yaitu mereka yang bertugas memberikan pelayanan kepada pelanggan yang datang langsung ke Plasa Telkom, baik untuk melakukan pemasangan produk Indihome (Telepon, Internet, UseeTv), mengadakan keluhan gangguan, melakukan cabut layanan, dan yang lainnya. Sedangkan untuk Customer Handling adalah mereka yang bertugas untuk melakukan pelayanan penanganan keluhan pelanggan via call atau caring, sama halnya dengan tugas service assurance tetapi dalam customer handling tidak bertatap langsung dengan pelanggan. Dan untuk Retention and Loyalty adalah mereka yang bertugas untuk memberikan pelayanan terbaik yang diharapkan oleh pelanggan bahkan melebihi harapan mereka sehingga terbentuk loyalitas pelanggan, seperti kunjungan yang langsung datang ke rumah dengan pembagian reward kepada pelanggan Top 100 (pelanggan yang tagihan perbulannya melebihi 1 juta), dan yang lainnya.

2.1.4. Struktur Organisasi Unit Customer Care



2.2 Visi dan Misi PT. Telkomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

a. Visi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Menjadi pelaku Telecommunication, Information, Media, dan Edulainmen, and Service (TIMES) terkemuka di kawasan Regional.

b. Misi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Memberikan layanan TIMES dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, dan menjadi Role Model sebagai The Best Managed Indonesian Corporation.

2.3 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Logo perusahaan merupakan suatu identitas perusahaan yang melambangkan jatidiri perusahaan. Di samping itu juga logo perusahaan dapat menjiwai dan menambah semangat dalam melaksanakan suatu visi dan misi perusahaan. Berikut adalah logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk:

Gambar 2.1
Logo PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk



Sumber : PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk

Adapun arti simbol-simbol logo tersebut :

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

5. Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan
(Heart)

Selain simbol, warna yang digunakan adalah:

Merah - Berani, Cinta, Energik, Ulet

Putih - Suci, Damai, Cahaya, dan Bersatu itu menjadi cerminan untuk perusahaan selalu memberikan yang terbaik bagi bangsa

Hitam - pada teks “Telkom Indonesia” melambangkan kemauan keras

Abu abu – merupakan warna transisi yang mengartikan teknologi saat ini

2.4 Gambaran Identitas Responden

Data mengenai identitas responden dimaksudkan untuk mengetahui data-data yang berkaitan erat dengan responden (objek) yang diteliti. Responden yang diambil dalam penyusunan skripsi ini adalah Customer Service Representative Witel Semarang. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 57 orang. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan terakhir dan masa kerja adalah sebagai berikut:

2.4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik yang turut menentukan perilakumanusia dalam bekerja yang dapat dilihat dari peran, tugas, dan tanggung jawabnya. Berdasarkan penelitian melalui kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah 57 CSR, tabel berikut merupakan persebaran banyaknya CSR yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang akan diteliti:

Tabel 2.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-laki	19	33,33%
2.	Perempuan	38	67,66%
Total		57	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 38 (67,66%) responden, sedangkan sisanya sebanyak 19 (33,33%) responden berjenis kelamin laki-laki.

2.4.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. CSR di Plasa Telkom Witel Semarang terdiri dari berbagai usia. Oleh karena itu responden yang merupakan bagian dari CSR Witel Semarang juga memiliki rentang usia yang berbeda-beda. Berikut merupakan gambaran mengenai rentang usia responden yang diteliti:

Tabel 2.2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Kategori Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	20-24 Tahun	19	33,33%
2.	25-29 Tahun	27	47,38%
3.	30-34 Tahun	10	17,54%
4.	>34 Tahun	1	1,75%
57		100%	

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Tabel 2.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah kelompok usia 20-24 tahun sebanyak 19 responden (33,33%) dan usia 25-29 tahun sebanyak

27 responden (47,38%). Kemudian kelompok usia 30-34 tahun sebanyak 10 responden (17,54%). Sedangkan kelompok usia paling sedikit ada pada kelompok usia >34 tahun sebanyak 1 responden (1,75%). Untuk CSR dengan kualifikasi tamatan Diploma 3 (D3) biasanya minimal berumur 22 tahun dan untuk rentang usia dibuat rentang 5 tahun sehingga dimulai dari 20-24 tahun.

2.4.3. Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Status Marital adalah keadaan dimana seseorang sudah terikat dengan status pernikahan atau perMenikahan. Dilihat dari usia termuda 20 tahun dan usia tertinggi 35 tahun, sehingga terdapat karyawan yang belum menikah maupun yang sudah menikah. Berikut adalah gambaran responden yang diteliti berdasarkan status marital, yang ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

No.	Kategori Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Belum Menikah	40	70,18%
2.	Menikah	17	29,82%
Total		57	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas CSR Witel Semarang belum menikah yakni berjumlah 40 orang (70,18%), sedangkan sisanya 17 orang (29,82%) belum menikah.

2.4.4. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan suatu proses seseorang dalam meningkatkan pendidikan sesuai dengan jenjang yang akan di tempuhnya dalam melanjutkan pendidikan yang ditempuh. Setiap CSR di Plasa Telkom Witel

Semarang memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Kualifikasi pendidikan terakhir yang dibutuhkan untuk menjadi CSR diantaranya adalah Diploma III ataupun S1. Tinggi rendahnya pendidikan seseorang tentu mempengaruhi pola berpikir orang tersebut. Hal tersebut sangat mempengaruhi pola berpikir mereka ketika bekerja didalam perusahaan. Berikut data tingkat pendidikan dalam Tabel 2.4 dibawah ini:

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Kategori Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	D3 (Diploma)	42	73,68%
2.	S1 (Sarjana)	15	26,32%
Total		57	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 2.4 dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir responden didominasi oleh tingkat pendidikan tamat D3/ Diploma dengan sebanyak 42 (73,68%) responden Sedangkan sisanya yaitu tamat S1/ Sarjana sebanyak 15 (26,32%) responden.

2.4.5. Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa kerja adalah jangka waktu atau lamanya seseorang bekerja pada suatu instansi, kantor, dan sebagainya. CSR yang berada pada Witel Semarang memiliki masa kerjayang berbeda. Hal ini disebabkan oleh pihak Telkom akan menambah jumlah CSR berdasarkan kebutuhan atau menggantikan CSR yang keluar. Berikut ini akan ditampilkan Tabel data masa kerja CSR Telkom Witel Semarang:

Tabel 2.5
Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja

No.	Masa Kerja	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 1 tahun	10	17,54%
2.	≥1 – 5 tahun	33	57,89%
3.	≥ 5 – 10 tahun	9	15,79%
4.	>10 tahun	5	8,78%
		57	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Tabel 2.5 menunjukkan bahwa lama bekerja sebagian besar responden adalah pada rentang $\geq 1 - 5$ tahun yakni sebanyak 33 responden (57,89%). Responden pada rentang lama bekerja kurang dari 1 tahun sebanyak 10 (17,54%) responden, rentang lama bekerja $\geq 5 - 10$ tahun sebanyak 9 (15,79%) responden. Sedangkan paling sedikit ada pada rentang lebih dari 10 tahun yakni sebanyak 5 (8,78%) responden.