

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi**

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.

Dalam pengoperasiannya masing-masing Divisi dikelola oleh suatu tim manajemen yang terpisah berdasarkan prinsip desentralisasi serta bertindak sebagai pusat Investasi (Divisi Network dan Divisi lainnya) dan pusat keuntungan (Divisi Regional) serta mempunyai laporan keuangan internal yang terpisah. Divisi regional Telkom mencangkup wilayah-wilayah yang dibagi sebagai berikut:

1. Divisi Regional I, Sumatera
2. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya
3. Divisi Regional III, Jawa Barat
4. Divisi Regional IV, Jawa Tengah dan daerah Istimewa Yogyakarta
5. Divisi Regional V, Jawa Timur
6. Divisi Regional VI, Kalimantan
7. Divisi Regional VII, Kawasan Timur Indonesia yang meliputi Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Irian Jaya.

Sebagai pengganti WITEL, bisnis bidang usaha utama dikelola oleh Tujuh Divisi Regional dan satu Divisi Network. Divisi Regional menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayahnya masing-masing, sedangkan Divisi Network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional.

Salah satu Divisi PT. Telkom di Jawa Barat dan Banten berada di Bandung yang bernama PT. Telkom Divisi Regional III. Sejarah Divre III dimulai ketika masih menyandang sebutan DTEL VIII Bandung dimasa TELKOM masih berstatus Perusahaan Negara (PN), selanjutnya berganti sebutan menjadi WITEL V Jawa Barat saat status TELKOM sebagai Perusahaan Umum (PERUM), ketika TELKOM mulai akan Go Public sebagai perusahaan terbuka Perseroan Terbatas (PT), sebutan WITEL V-pun berubah menjadi Divisi Regional III untuk wilayah Jawa Barat dan Banten secara utuh.

( [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.04.752\\_bab1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.04.752_bab1%20(2).pdf) : 20.15)

### 3.1.2 Visi dan Misi

#### Visi

*Be the King of Digital in the Region*

#### Misi

*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*

### 3.1.3 Makna logo



Pad tanggal 17 agustus 2013 bertepatan dengan hari ulang tahun repbulik Indonesia ke - 68 dan dengan mengambil semangat ulang tahun RI,komitment Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia.Penampilan logo baru tersebut mencakup perubahan logo secara menyeluruh dan terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan yaitu transformasi bisnis,infrastruktur,sistem dan model operasi serta sumber daya manusia .Berikut penjabaran filosofi dari tiap warna yang terdapat dalam logo baru :

- Merah : Berani,Cinta ,Energi,Ulet.Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- Putih :Suci,Damai,Cahaya,Bersatu.Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa
- Hitam :Warna Dasar.Melambangkan kemauan Keras
- Abu-Abu : Warna Transisi .Melambangkan Teknologi

Dengan tetap mengacu kepada filosofi Telkom Corporate ,yaitu Always The Best sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang

dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik.

### 3.1.4 Produk

Indonesia Wifi (wifi id) adalah layanan public internet berbasis teknologi Wifi/Hotspot yang disediakan oleh Telkom Group dan operator yang bekerjasama dengan PT.Telkom dengan dukungan infrastruktur jaringan PT.Telkom jaringan Indonesia Wifi tersebar luas diseluruh wilayah Indonesia.Untuk memberikan kenyamanan kepada para penggunanya,Indonesia Wifi memberikan jaminan koneksi tanpa putus di seluruh jarigannya. Wifi.id sendiri terbagi lagi menjadi empat layanan yaitu FlashZone,FlashZone Seamless,@Wifi.id, dan @indiSchool.layanan Flashzone ini diperuntukkan bagi pelanggan layanan seluler Telkomsel dengan sistem pembelian voucher wifi.id melalui sms.sedangkan layanan flashZone Seamless adalah layanan wifi untuk pengguna operator Telkomsel yang telah berlangganan paket data Telkomsel. Untuk @wifi.id adalah layanan wifi yang diperuntukkan bagi pengguna umum baik pelanggan operator telkomsel maupun non-Telkomsel yang penggunaannya mengharuskan membeli voucher dengan nominal khusus untuk mendapatkan *username* dan *password*.sedangkan produk indishool merupakan kerjasama antara pihak PT Telkom dengan sekolah-sekolah di Indonesia untuk menyediakan layanan internet berbasis nirkabel dengan tariff yang murah dan terjangkau untuk siswa-siswi sekolah mulai dari sekolah dasr hingga sekolah menegeh atas.1.1.6 Struktur Perusahaan.

### 3.1.5 Budaya Organisasi

Budaya organisasi merupakan salah satu cara untuk membangun Sumber Daya Manusia melalui aspek perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan tantangan yang sedang berjalan dan yang akan datang.

Budaya organisasi yang kuat mendukung tujuan-tujuan perusahaan, sebaliknya yang lemah atau negatif menghambat atau bertentangan dengan tujuan-tujuan perusahaan. Budaya yang kuat dan positif sangat berpengaruh terhadap perilaku dan produktivitas kerja perusahaan. (Primadhania 2012 : 12)

Budaya organisasi meresap dalam kehidupan organisasi dan selanjutnya mempengaruhi setiap kehidupan organisasi. Oleh karena itu, budaya organisasi berpengaruh sangat besar pada aspek-aspek fundamental dari kinerja organisasi. Pernyataan tersebut telah diterima dengan luas dan didukung oleh beberapa penelitian yang menghubungkan kinerja dengan budaya organisasi. Jika budaya organisasi merupakan aspek penting dalam meningkatkan kinerja maka budaya organisasi harus dikelola dengan baik. Untuk dapat mengelola organisasi dengan baik diperlukan pengertian yang jelas dan perhatian terhadap budaya organisasi.

Secara lengkap filosofi budaya perusahaan yang diterapkan Telkom Indonesia, digambarkan sebagai berikut :



*Gambar 1.1.5*

*Sistem Budaya Perusahaan*

*Sumber : Sustainability Report PT. Telkom*

Budaya perusahaan Telkom adalah *The Telkom Way*. Yang maksudnya yaitu keyakinan melakukan yang terbaik dengan didasari integritas, antusias dan

totalitas dengan nilai-nilai *Solid, Speed, Smart*, serta diimplementasikan melalui perilaku Imajinasi, Fokus dan *Action* untuk memberikan yang terbaik. *The Telkom Way* merupakan pilar ketiga penopang budaya perusahaan yang mengandung unsur inti 3P, yaitu *philosophy, principle, dan practice*.

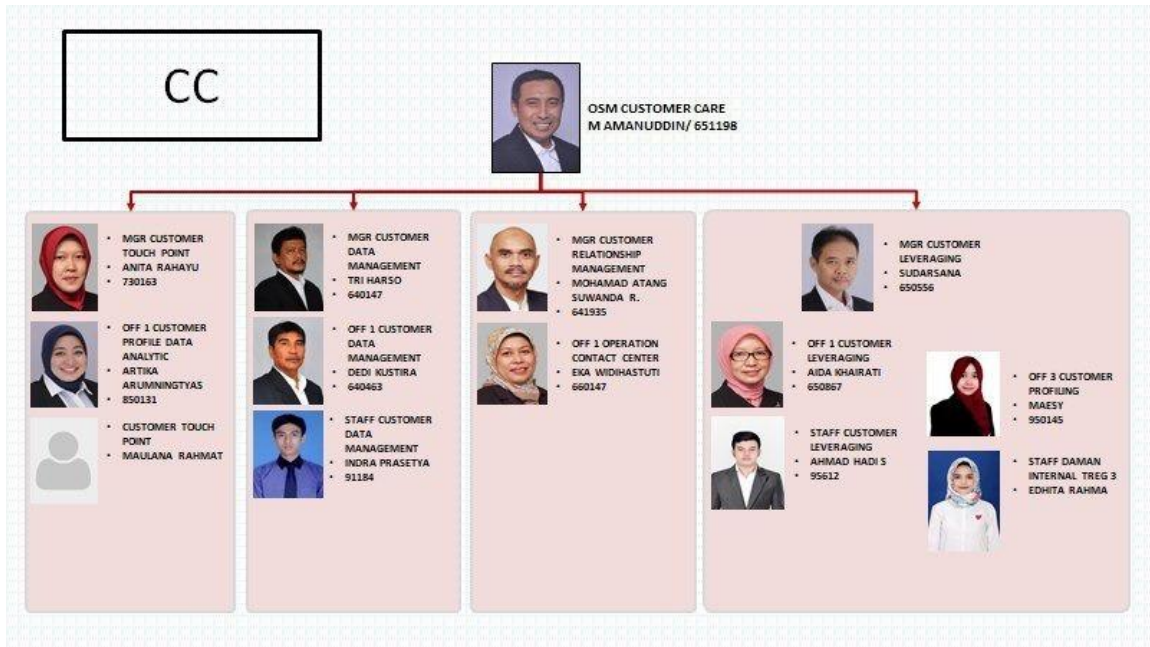
Budaya organisasi perusahaan secara realistis mempengaruhi kinerja karyawan. Salah satu yang selalu ditanamkan dalam perusahaan dan harus selalu diingat dalam budaya perusahaan *The Telkom Way* yaitu unsur *Speed* adalah bertindak cepat dalam setiap hal yang dilakukan. Kecepatan bertindak merupakan faktor kunci untuk memenangkan persaingan serta peluang bisnis. Hal ini sesuai dengan tujuh ciri-ciri budaya yang kuat yang dapat mempengaruhi organisasi yaitu yang salah satunya adalah keberanian mengambil resiko (Robbins dan Judge, 2011: 554). Disebutkan dalam hasil wawancara tersebut bahwa budaya organisasi sangat penting, maka pemahaman karyawan terhadap budaya organisasi untuk mengetahui efektivitas penerapan budaya perusahaan. Hal ini dilakukan karena budaya sangat berdampak pada kinerja karyawan.

Untuk mengetahui pemahaman tersebut, Telkom melakukan survei yang dinamakan survei entropi. Tujuan dari survei entropi adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman karyawan terhadap budaya perusahaan. Dengan adanya budaya yang mudah dipahami oleh karyawan, maka setiap karyawan akan termotivasi dan semangat bekerja untuk melakukan tugas yang diberikan oleh perusahaan. Namun pada kenyataannya masih ada karyawan yang belum memahami budaya perusahaan. Survei entropi ini diadakan setiap tahun yang berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada karyawan dan dilakukan secara online agar dapat menjangkau semua karyawan secara cepat.

( [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.04.1031\\_bab1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.04.1031_bab1%20(2).pdf) : 20.31)



### 3.1.6 Struktur Perusahaan



### 3.1.7 Uraian Tugas

#### 1. OSM CC (Customer Care)

- Mengelola fungsi customer touch point mencakup operation contact center, selfcare & digital interaction, walk in channel operation & partnership, dan customer care control center.
- Mengelola customer data management.
- Mengelola fungsi customer relationship management mencakup customer experience dan customer data analytic.
- Mengelola customer leveraging mencakup customer leveraging program dan customer profiling.
- Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi
- Membangun relasi dengan unit kerja lain dan key person (eksternal/ internal) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan

- Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan, dengan mempelajari keahlian /pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja

## **2. Manager CTP ( Customer Touch Point )**

- Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi
- Membangun relasi dengan unit kerja lain dan key person (eksternal/ internal) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan
- Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan, dengan mempelajari keahlian /pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja

## **3. Manager CDM (Customer Data)**

- Menyajikan Program Kerja Unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan CUSTOMER DATA MANAGEMENT, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan Kontrak Manajemen (KM) Fungsional, dan menyusun indikator-indikator kinerja unit
- Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan mendesiminasikan program kerja-program kerja unit kepada staf /tim, merumuskan Sasaran Kinerja Individu (SKI) staf /tim, mengalokasikan sumber daya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja-program kerja yang telah tersusun, memonitor dan mereview pencapaian kinerja anggota tim /staf secara periodik
- Menjamin pelaksanaan internal control dan risk control secara konsisten, dengan menjalankan pengawasan melekat secara konsisten atas semua proses



kerja, memetakan risk pada proses kerja, merencanakan mitigation plan, dan membuat pelaporan risk secara periodik

- Memastikan semua transaksi dan mutasi data dilakukan update untuk memelihara akurasi data pelanggan
- Memastikan seluruh informasi gangguan (hardware/software) diselesaikan sesuai tolok ukur waktu penyelesaian

#### **4. Manager CRM ( Customer Relationship Management)**

- Menyajikan Program Kerja Unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan Kontrak Manajemen (KM) Fungsional, dan menyusun indikator-indikator kinerja unit
- Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan mendesiminasikan program kerja-program kerja unit kepada staf /tim, merumuskan Sasaran Kinerja Individu (SKI) staf /tim, mengalokasikan sumber daya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja-program kerja yang telah tersusun, memonitor dan mereview pencapaian kinerja anggota tim /staf secara periodik
- Menjamin pelaksanaan internal control dan risk control secara konsisten, dengan menjalankan pengawasan melekat secara konsisten atas semua proses kerja, memetakan risk pada proses kerja, merencanakan mitigation plan, dan membuat pelaporan risk secara periodik
- Menyajikan daftar program & kolaborasi CRM dengan pihak terkait, dengan mengidentifikasi data implementasi program & kolaborasi serta usulan program & kolaborasi dengan pihak-pihak terkait untuk dijadikan sebagai daftar program & kolaborasi CRM

- Menyajikan data profiling customer yang valid dan uptodate, dengan mengidentifikasi data profiling customer eksisting, melakukan analisa perubahan data, serta memperbaharui data
- Menyajikan laporan evaluasi layanan frontliner, dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi data implementasi layanan frontliner eksisting serta mengajukan rekomendasi perbaikan layanan frontliner
- Menyajikan model layanan kolaborasi produk TIME, dengan mengumpulkan dan mengidentifikasi jenis-jenis layanan produk TIME, serta menganalisa model layanan kolaborasi produk TIME tersebut
- Menyajikan rekomendasi kebijakan pengelolaan data dan informasi pelanggan, dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi kebijakan pengelolaan data & informasi pelanggan
- Menyajikan rekomendasi kebijakan taktis implementasi CRM di lingkungan divisi, dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi kebijakan pengelolaan data & informasi pelanggan
- Menyajikan rekomendasi perbaikan Service Quality Development Program untuk frontliner, dengan melakukan monitoring implementasi kualitas pelayanan frontliner, menganalisa dan menindaklanjuti hasil survey serta program lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan, serta memberikan rekomendasi perbaikan kualitas layanan
- Menyajikan rekomendasi strategi berdasarkan customer profile, dengan mengumpulkan dan mengidentifikasi data customer profile, menganalisa informasi geografis, psikografis, dll dari customer profile

##### **5. Manager CL ( Customer Leveraging)**

- Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi
- Membangun relasi dengan unit kerja lain dan key person (eksternal/ internal) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan

- Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan, dengan mempelajari keahlian /pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja

### 3.2 Metodologi penelitian

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini peneliti menggunakan metode deskriptif. karena dengan menggunakan metode ini sangat membantu peneliti dalam mengumpulkan data – data yang sebenarnya. dalam menyelesaikan tugas akhir ini peneliti mempunyai tujuan tersebut. tujuan peneliti yaitu mengumpulkan data-data yang sebenarnya dan mempraktekan secara langsung dengan teori yang telah diterapkan.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

#### a. Metode Observasi

Metode observasi (pengamatan) adalah salah satu tehnik penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap obyek, baik secara langsung atau tidak langsung. Dari metode observasi ini, peneliti akan membuat pengamatan untuk memperoleh data tentang kondisi atau situasi PT.Telekomunikasi Regional III Jabar, baik dari kondisi lapangan, dan aktivitas yang dilakukan oleh karyawan PT.Telekomunikasi Regional III.

## **b. Metode Interview**

Metode interview atau wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan, yang bertujuan memperoleh informasi. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto "Metode interview adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka, yaitu antara penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden."

Dalam metode ini penulis mengadakan wawancara langsung dengan sumber data, yaitu dengan pimpinan PT.Telekomunikasi Regional III jabar, dan para karyawan guna mendapatkan data yang berkaitan dengan PT.Telekomunikasi Regional III Jabar yang nantinya dapat berguna bagi wawancara.

## **c. Metode Dokumen**

Metode dokumen adalah laporan tertulis tentang suatu peristiwa yang isinya terdiri dari penjelasan dan pemikiran terhadap peristiwa dan ditulis dengan sengaja untuk menyimpan atau meneruskan keterangan mengenai peristiwa tersebut.

Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh data PT.Telekomunikasi Regional III Jabar tentang sejarah, struktur, visi dan misi, sarana dan prasarana serta mencari dokumen lain yang penting yang terkait dengan penelitian. (<http://digilib.uinsby.ac.id/7762/4/bab%203.pdf> , 22.32 )

### 3.3 Teknik Pengolahan Data

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti,peneliti melakukan yaitu sebagai berikut :

1. Data yang diperoleh oleh peneliti dikumpulkan dan disatukan.
2. Data yang telah disatukan,maka peneliti melakukan seleksi untuk digunakan di Tugas akhir ini
3. Data yang dipilih ,kemudian data itu dikaitan dengan teori yang menjadi bahan penelitian
4. Setelah dikaitan dengan teori maka peneliti menarik kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh setelah kesimpulan yang telah didapat digunakan untuk dituangkan dalam tugas akhir ini.

