

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah Perusahaan

Sejarah perusahaan berdiri pada tahun 1856 sebelum Indonesia merdeka, teknologi yang digunakan saat itu masih sangat sederhana yaitu berupa pengoperasian perdana layanan telegraph elektromagnetik dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Perusahaan PT. Telekomunikasi Tbk awalnya bernama *Post Telegraaf en Telefoondients* (Jawatan Pos, Telegraf dan Telepon) yang saat itu memiliki peran penting dalam mendeklarasikan kemerdekaan RI di seluruh penjuru dunia dengan menggunakan stasiun radio pemancar PTT di Dayeuhkolot, Bandung, (Jawa Barat).

Perkembangan jaman menuntut perusahaan untuk melebarkan sayapnya sehingga perusahaan ini membangun pondasi komunikasi dengan dibangunnya beberapa sentral telepon, baik lokal, interlokal maupun internasional bahkan sampai diluncurkan satelit komunikasi palapa yang tepatnya pada tanggal 9 Juli 1976 yang menempatkan Indonesia sebagai Negara ketiga di dunia yang meluncurkan satelit setelah Amerika dan Kanada.

Pada tahun 1906, perusahaan ini memiliki format sebagai institusi dengan nama PTT (*Post Telegraaf en Telefoondients*) berubah menjadi PN Postel pada tahun 1961 perusahaan ini juga mengalami pemisahan PN Tel dari PN Pos pada tahun 1965. Pada tahun 1974 yaitu tepatnya sembilan tahun kemudian, PN Tel berubah menjadi Perumtel dan tahun 1991 terjadi perubahan dalam perusahaan dengan pergantian nama dari Perumtel menjadi PT. Telekomunikasi Indonesia

yang sebelumnya pada tahun 1980 seluruh saham PT. Indonesia *Satelite Corporation* Tbk (Indosat) diambil alih oleh Pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Dalam menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional terpisah dari Perumtel dan pada tahun 1989 ditetapkan undang-undang nomer 3 tahun 1989 tentang Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan peraturan pemerintah nomer 25 tahun 1991 dan perusahaan ini pada tahun 1995 telah menjadi perusahaan publik hingga saat ini.

Hari jadi perusahaan diluncurkan dan diperingati untuk pertama kalinya pada tanggal 23 Oktober 2009 sebagai ulang tahun PT. Telekomunikasi Indonesia yang ke 153 bersamaan dengan diluncurkan “*New Telkom*” yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan karena perusahaan memiliki *business portfolio* yang baru, *corporate ID/ brand* baru, *positioning* baru dan *tagline* yang baru. Perusahaan ini juga mengklaim sebagai Perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan merupakan perusahaan informasi dan komunikasi yang menyediakan jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 Juta orang dan pelanggan telepon seluler sebanyak 50 Juta orang.

Hal ini juga diperkuat dengan Perusahaan juga merupakan salah satu BUMN yang saham saat ini dimiliki pemerintah Indonesia (51,19 %) dan oleh Publik sebesar (48,81 %) dan sisanya di miliki oleh investor asing dan investor dalam Negeri. Perusahaan ini juga menjadi pemegang saham mayoritas di

sembilan anak perusahaan termasuk Telkomsel dan perusahaan saat ini dipimpin oleh presiden direktur yaitu Rinaldi Firmansyah yang menggantikan Arwin Rasyid pada tanggal 28 Februari 2007. Sebelumnya pada tahun 1995 tepatnya tanggal 14 November dilakukan penawaran umum perdana saham Telkom dan sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Bursa Saham *New York* (NYSE), Bursa Efek London (LSE) dan juga saham perusahaan ini diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo.

Perusahaan Telekomunikasi ini mengalami suatu perubahan di dalam organisasinya sejak tahun 1999 ketika ditetapkan undang-undang nomer 36 tahun 1999 tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi. Memasuki abad ke-21, pemerintah Indonesia melakukan regulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian perusahaan ini tidak lagi memonopoli Telekomunikasi Indonesia.

Pada tahun 2001, perusahaan ini membeli saham 35% saham Telkomsel dari PT. Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat namun pada bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

2. Perubahan Logo

Pergantian Identitas Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk sering berubah menyesuaikan perkembangan jaman supaya perusahaan tidak statis tetapi lebih dinamis dengan adanya pergantian logo perusahaan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Logo PN Postel



Sumber: <http://www.telkom.co.id> 2011

Logo PN Postel (Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi) dari tahun 1961 dan mengalami perubahan tahun 1965 karena PN Postel dipecah menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro (Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi)

Gambar 2.2 Logo PERUMTEL



Sumber: <http://www.telkom.co.id> 2011

Logo PERUMTEL yaitu perusahaan umum Telekomunikasi (1974-1991) dengan menyelenggarakan jasa Telekomunikasi Nasional maupun Internasional, pada tahun 1980 seluruh saham PT *Indonesian Satellite Corporation* Tbk atau yang sering disebut Indosat, diambil alih oleh pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa Telekomunikasi Internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

Gambar 2.3 Logo Telkom Indonesia



Sumber: <http://www.telkom.co.id> 2011

Logo Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991. Telkom Indonesia tersebut sejak tahun 1991 sampai dengan 2009.

Gambar 2.4 Logo New Telkom Indonesia



Sumber: <http://www.telkom.co.id> 2011

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dengan slogan *The world in your hand* sejak tahun 2009 dan sampai sekarang. Logo sekarang ini memiliki makna arti dari simbol-simbolnya tersebut yaitu:

- *Expertise* yaitu makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam *portofolio* bisnis baru PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, yang lebih dikenal dengan sebutan Telkom yaitu TIME (*Telecommunication, Informasi, Media & Edutainment*).
- *Empowering* yaitu makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
- *Assured* yaitu makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian serta kepercayaan dan hubungan erat.
- *Progressive* yaitu kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dari awal yang baru.
- *Heart* yaitu simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan.

Simbol-simbol warna-warna yang digunakan dalam simbol telkom yaitu:

- *Expert Blue* pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman tinggi.
- *Vital Yellow* pada telapak tangan yang mencerminkan suatu yang atraktif, hangat dan dinamis.
- *Infinite sky blue* pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak terhingga untuk masa depan.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk juga memiliki inisiatif strategis dalam berkompetisi bisnis informasi dan teknologi yaitu:

1. Mengoptimalkan layanan sambungan telepon kabel tidak bergerak/*Fixed Wireline* (FWL).
2. Memperkuat dan mengembangkan bisnis sambungan telepon nirkabel tidak bergerak/*Fixed Wireless Access* (FWA) dan mengelola portofolio nirkabel.
3. Melakukan investasi pada jaringan *broadband*.
4. Mengintegrasikan solusi bagi UKM (Unit Kerja Mandiri), *Enterprise* dan berinvestasi di bisnis *wholesale*.
5. Mengembangkan layanan teknologi informasi termasuk *e-payment*.
6. Berinvestasi di bisnis media dan *edutainment*.
7. Berinvestasi pada peluang bisnis Internasional yang strategis.

8. Mengintegrasikan *Next Generation Network* (NGN) dan *Operational support system, Business support system, customer support system and enterprise relations management* (OBCE)
9. Menyelaraskan struktur bisnis dan pengelolaan portofolio.
10. Melakukan transformasi budaya perusahaan.

3. Nilai Perusahaan

Perusahaan ini juga memiliki nilai-nilai perusahaan yang berubah ketika ada pergantian dewan Direksi dalam menghadapi tantangan dan perubahan zaman.

Perusahaan menerapkan nilai perusahaan yang tercakup dalam 5C yaitu:

1. Nilai *Comitment to long term* (Komitmen jangka panjang).
Deskripsinya adalah melakukan sesuatu tidak hanya untuk masa kini tetapi juga untuk masa yang akan datang.
Kunci perilaku yaitu target yang *stretch*, hasil yang berkelanjutan, terus bertransformasi.
2. Nilai *Customer First* (Utamakan Pelanggan).
Deskripsinya adalah selalu mengutamakan pelanggan terlebih dahulu, baik untuk pelanggan internal maupun eksternal.
Kunci perilaku yaitu membangun hubungan baik, proaktif memenuhi kebutuhan pelanggan, pelayanan lebih baik dari ekspektasi (harapan).
3. Nilai *Caring Meritocracy* (Merawat meritokrasi).
Deskripsinya adalah memberikan pembinaan melalui penghargaan dan konsekuensi yang sesuai dengan kinerja dan perilaku yang bersangkutan.

Kunci perilaku yaitu mencari *feedback* individual, mengembangkan orang lain, penghargaan/konsekuensi kinerja.

4. Nilai *Co-creation of win-win partnership* (*Co-creation of win-win* kemitraan).

Deskripsinya adalah memperlakukan mitra bisnis sebagai rekan yang setara. Kunci perilaku yaitu proaktif menangkap peluang kemitraan, kreatif bernegosiasi, aktif mencari feedback dan pengelola mitra.

5. Nilai *Colaborative innovation* (Kolaborasi inovatif)

Deskripsinya adalah menghilangkan internal silos dan membuka terhadap ide-ide dari luar. Kunci perilaku: membagi sumber daya, mencari sumber daya dari pihak lain, mempengaruhi lingkungan eksternal.

4. Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan ini juga memiliki visi dan misi yang telah bertansformasi mengikuti perkembangan dan perubahan zaman maupun adanya pergantian Direksi perusahaan. Berikut ini adalah Visi dan Misi perusahaan:

Visi :

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

Misi :

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

Tujuan Perusahaan adalah menjadi posisi ke depan dengan memperkokoh bisnis *legacy* meningkatkan bisnis *New Wave* untuk memperoleh 60% dari pendapatan Industri pada tahun 2015.

5. Sumber Daya Manusia Perusahaan

Perusahaan Telkom melakukan perubahan mendasar pada pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan mengubah konsep *human resource* menjadi *human capital* sehingga perusahaan melihat kinerja SDM dari kualitas bakat karyawan (Keterampilan individu, pengetahuan, sikap, kecerdasan, keahlian, pengalaman, *eligibility*, kemampuan, kesesuaian, wewenang, pelatihan, pendidikan, kreativitas dan nilai tambah lainnya). Perusahaan juga mengikutsertakan karyawannya dalam bisnis *New Wave* yang dituangkan dalam *Master Plan Human Capital*. Berikut ini adalah data terkait data SDM Perusahaan:

Tabel 2.1. Data sumber daya manusia perusahaan

Tahun 2008			
Jumlah Karyawan	Pendidikan karyawan Telkom	Usia karyawan Telkom	Bisnis Perusahaan
Karyawan Telkom: 25.016 orang Karyawan anak perusahaan: 5.197 orang Jumlah Karyawan: 30.213 orang	SMA:0,9% (10.239 orang) D1-D3:25,9% (6.485 orang) S1: 27,2% (6.796 orang) S2/S3:6,0% (1.496 orang)	>45 : 51,5% 31-45: 44,5% <30: 3,9%	The Telkom Way 135 (nilai konsumen, pelayanan unggul, dan orang-orang berkompetisi
Tahun 2009			
Jumlah Karyawan	Pendidikan karyawan telkom	Usia karyawan Telkom	Bisnis Perusahaan

Karyawan Telkom: 23.154 orang Karyawan anak perusahaan: 5.596 orang Jumlah Karyawan: 28.750 orang	SMA: 37,8% (8.751 orang) D1-D3: 26,3% (6.086 orang) S1: 29,1% (6.733 orang) S2/S3: 6,8% (1.584 orang)	>45 : 59,25% 31-45: 36,6% <30: 4,2%	Perubahan dari konsep dari SDM ke <i>Human Capital</i> bertujuan untuk memberikan kesempatan berkarir yang lebih luas bagi karyawan yang berkinerja baik
Tahun 2010			
Jumlah Karyawan	Pendidikan karyawan Telkom	Usia Karyawan Telkom	Bisnis Perusahaan
Karyawan Telkom: 21.138 orang Karyawan anak perusahaan: 5.709 orang Jumlah Karyawan: 26.847 orang	SMA: 36,1% (7.635 orang) D1-D3:25,5% (5.391 orang) S1:30,7% (6.487 orang) S2/S3:7,7% (1.625 orang)	>45 : 65,3% 31-45: 30,1% <30: 4,6%	
Tahun 2011			
Jumlah karyawan	Pendidikan karyawan Telkom	Usia Karyawan Telkom	Bisnis Perusahaan
Karyawan Telkom: 19.780 orang Karyawan anak perusahaan: 6.243 orang Jumlah Karyawan: 26.023 orang	SMA: 27,9% (7.259) D1-D3: 22,1% (5.752) S1: 42,1% (10.945) S2/S3: 7,9% (2.067)	>45 : 54,6% 31-45: 35,4% <30: 10,0%	

Sumber : <http://www.telkom.co.id> 2012

Perusahaan juga menerapkan program *multi-exit* terutama program pensiun dini, selama periode 2003-2005, 2007 serta 2008, 2009, 2010, 2011. Dalam rentang waktu 2004-2008 bahkan sampai 2009-2011 mengalami penurunan jumlah karyawan dengan rata-rata sebesar 3,9% per-tahun, dan hal itu merupakan keberhasilan dari program-program yang dilakukan oleh Telkom yang bertujuan untuk efisiensi, keunggulan karyawan-karyawati.

Penurunan jumlah karyawan-karyawati bukan saja disebabkan oleh pensiun dini tetapi pensiun normal, pengunduran atas permintaan sendiri, meninggal dunia dan lain-lainnya. Semua program-program pengembangan SDM menjadi bagian dari budaya organisasi yang dikembangkan oleh perusahaan untuk tujuan perusahaan.

6. Struktur organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu gambaran keadaan atau susunan hierarki organisasi dari mulai tingkatan atas sampai kebawah. Struktur organisasi juga akan berkaitan dengan ukuran organisasi baik yang jumlah anggota organisasinya banyak atau sedikit, hal ini akan mempengaruhi pada kompleksitas horisontal dan vertikal organisasi.

Kompleksitas horisontal adalah adanya perbedaan tugas dan fungsi sehingga sedapat mungkin tidak terjadi tumpang tindih wewenang, sedangkan kompleksitas vertikal yaitu adanya tingkat kerumitan susunan organisasi sehingga sulit memperlihatkan hubungan antara atasan dan bawahan. Dalam struktur organisasi terdapat kekuasaan secara sentralisasi dan desentralisasi, hal ini juga berkaitan dengan cara menganalisis struktur organisasi di sebuah organisasi. Struktur organisasi yang berbentuk sentralisasi adalah kekuasaan yang diberikan oleh organisasi kepada suatu bagian atau departemen agar dapat dibedakan dengan unit kerja bahkan bagian lain.

Struktur organisasi yang berbentuk desentralisasi adalah sebuah delegasi tanggung jawab dari manajer puncak kepada manajer menengah dan seterusnya

sampai kebawah. Dalam struktur organisasi, ada formalitas, birokrasi, debirokrasi serta kekuasaan wewenang dan pola komunikasi dari senioritas dan junioritas dalam sebuah organisasi.

Dalam struktur organisasi perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk dilihat dari Cabang Yogyakarta melalui analisis secara sederhana dari struktur organisasi HR *Representatif* di Cabang Yogyakarta, akan terlihat sentralisasi yang dibagi dalam sebuah departemen atau unit kerja dengan fungsi dan wewenang masing-masing.

Dalam struktur organisasi terdapat, birokrasi yaitu suatu peningkatan kegiatan yang terspesialisasi, adanya aturan, adanya pembagian tugas serta perluasan jumlah departemen dan kompleksitas horisontal tampak jelas tidak timpang tindih. Perhatikan struktur organisasi dibawah ini dengan melihat salah satu unit kerja di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Yogyakarta.

7. Divisi Kerja Cabang Yogyakarta

Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia memiliki perluasan Cabang di seluruh Indonesia dengan unit-unit akses atau jaringan telekomunikasi sampai daerah-daerah terpencil, unggulan produk sangat mengikuti jaman, sehingga dapat dianalisis bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk memiliki budaya organisasi yang *adaptive culture* dengan menyesuaikan diri dengan perkembangan jaman yang ada.

Perusahaan ini merupakan BUMN yang berbentuk persero, dengan pengurusan oleh pemerintah yaitu pimpinan adalah suatu direksi, diangkat oleh rapat umum pemegang saham dan pengawasan oleh pemerintah melalui dewan komisaris yang diangkat oleh rapat umum pemegang saham, (dalam Anoraga, 1995:4).

Perusahaan PT. Telekomunikadi Indonesia Tbk di Cabang Yogyakarta, dalam strukturnya terdapat spesialisasi kerja dan pembagian divisi yang jelas dan terstruktur dengan fungsi serta tugas kerja masing-masing.

Cabang-cabang perusahaan ini terpusat pada wewenang petinggi perusahaan atau pemegang saham. Divisi kerja yang ada di Cabang Yogyakarta meliputi Divisi *Acces* atau jaringan yang ada diseluruh kota Yogyakarta, seperti di kota Pugeran, Bantul, Kulonprogo, Wonosari, Jogya dan sebagainya dengan karyawan-karyawati sebanyak 73 orang. Divisi Telkom Flexi yang terletak di jalan Trikora Jogyakarta memiliki karyawan-karyawati sebanyak 21 orang dengan tugas yang telah ditentukan oleh prosedur petinggi perusahaan.

Divisi *Infrastruktur* Telekomunikasi ada 21 pekerja, Divisi *Consumer Service* II (Timur) ada 55 pekerja, Divisi *Information System Center* ada 4 pekerja, Divisi *Finance Billing & Collection* ada 7 pekerja, Divisi *Community Development Center* ada 3 pekerja, Divisi *HR Center* ada 3 pekerja, *Direktorat Compliance & Risk Management* ada 1 pekerja, Divisi *Enterprise Service* ada 12 pekerja, Divisi *Business Service* ada 5 pekerja dan lokasinya terletak di Jln. Laksana Yos Sudarso no 9 Yogyakarta.

Divisi-divisi ini dalam proses kerja, sifatnya lebih berfokus pada operasional perusahaan dengan prosedur kerja atau aturan secara terpusat. Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia termasuk Cabangnya di Yogyakarta menerapkan sasaran kerja individu (SKI), hal ini bukan saja individu yang dinilai kinerjanya tetapi lebih pada kelompok divisi tersebut.

Perhatian pada tabel dibawah ini terkait dengan pendidikan karyawan-karyawati di Cabang Yogyakarta serta kedudukannya (Band) sebagai pekerja tetap di Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Tabel 2.2 Nama Divisi Perusahaan Cabang Yogyakarta

Nama Divisi	Level Pendidikan	Posisi
<i>Community Development Center</i>	D3: 1, SI: 1, SMU:1:3 orang	III:0 IV:1, V:1,VI:1
<i>Direktorat Compliance & Risk Management</i>	SI: 1 orang	III: 0, IV:1
<i>Divisi Access</i>	DI:3, D2:4, D3:4, Juru:3,SI:15, S2: 1, SLTP:3, SMU:21, STM:19 :73 orang	III:1,IV:5, V:14,VI:21, VII:32
<i>Divisi Business Service</i>	D3:3, S1:2 : 5 orang	IV:1,V:3,VI:1

<i>Divisi Consumer Service II (Timur)</i>	DI: 5, D2:3,D3:8,Juru:1, SI:18,S2:7, SMU:11, STM:2 :55 orang	III:1,IV:12,V:18,V1:20 VII:4
<i>Divisi Enterprise Service</i>	D3:1, S1: 8, S2:2, STM:1: 12 orang	III:2,IV:5,V:4,VI:1
<i>Divisi Infrastruktur Telekomunikasi</i>	DI: 4, D2:5, D3:2,Juru: 1, SI:4, S2:2,SLTP:1, SMU:1,STM:2 :21 orang	III:1,IV:6,V:10,VI:4
<i>Divisi Telkom Flexi</i>	DI:1, D2:1, D3:2, SI: 10, S2: 2, S3: 1, SMU:4 : 21 orang	III:2,IV:4,V:9,VI:6
<i>Finance Billing & Collection Center</i>	D2:3 , SI:2, SMU: 2 :7 orang	IV:2,V:3,V1:2
<i>HR Center</i>	SI: 1, SMU: 2: 3 orang	IV:1,V:1,V1:1
<i>Information System Center</i>	D3: 3, SI:1: 4orang	III:1,IV:2,V:1
<i>Jumlah</i>	205 orang	

Sumber: HR Representative Yogyakarta 2012

Dari data di atas, diketahui bahwa ada sekitar 205 orang karyawan-karyawati di Cabang Yogyakarta pada tahun 2012, dengan level pendidikan ada pra-kuliah sebanyak 55 orang, lulusan Diploma sebanyak 53 orang, lulusan Universitas: 63 orang, Pasca Sarjana:14 orang. Tabel di atas juga dijelaskan bahwa dalam perusahaan PT. Telekomunikasi Cabang Yogyakarta, ada 8 orang atau pekerja yang menduduki Band III, Band IV, ada 40 orang, Band V ada 64 orang, Band VI ada 57 orang, dan Band VII ada 36 orang dari 11 Divisi dan Band I dan II belum ada di PT. Telekomunikasi Cabang Yogyakarta.

Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, dan seluruh Cabangnya mengalami perubahan dalam penamaan kedudukan karyawan-karyawati dengan posisi (kedudukan/golongan) karyawan-karyawati ditentukan oleh Band 1-VII

(satu sampai tujuh) yang merupakan posisi jabatan dalam struktur organisasi. Hal ini terjadi karena sebelumnya perusahaan berbentuk perumtel dan belum menjadi perusahaan perseroan sehingga dulu masih statusnya kepegawaian pemerintah dan sekarang status pegawai perusahaan swasta biasa dengan upah gaji disesuaikan upah minimum regional, untuk setiap Cabangnya.

