

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1. Profil Umum PT. Telkom Indonesia Tbk.

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.

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

- a. Digital Connectivity: Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN) / Network Function Virtualization (NFV) / Satellite
- b. Digital Platform: Data Centre, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data / Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity
- c. Digital Services: Enterprise, Consumer

I-2

1.1.2. Tujuan, Visi, Misi, dan Strategi

1. Tujuan

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan

nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

2. Visi

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

3. Misi

a. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.

b. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.

c. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

4. Strategi

Telkom menerjemahkan kerangka strateginya ke dalam strategi portfolio direction yang mencakup pengembangan 3 (tiga) domain bisnis, yaitu digital connectivity, digital platform, dan digital services. Strategi domain bisnis tersebut didukung oleh strategi value delivery model yang mencakup strategi optimalisasi portofolio, teknologi, organisasi, sinergi dan keunggulan operasional, pengelolaan talenta dan budaya perusahaan, inisiatif inorganic, serta tata kelola perusahaan.

1.1.3. Kegiatan Usaha

Mengacu pada Anggaran Dasar Perusahaan yang tercantum dalam Akta No.32 tanggal 21 Juni 2019, maksud dan tujuan Telkom adalah melakukan usaha di bidang penyelenggaraan jaringan dan jasa telekomunikasi, informatika, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki Perseroan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapat/mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai Perseroan dengan menerapkan prinsip Perseroan Terbatas. Secara umum, bidang usaha yang memuat kegiatan usaha Telkom menurut Anggaran Dasar Perusahaan yang terakhir adalah sebagai berikut:

I-3

a. Bidang Usaha Utama

1. Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan/menjual/menyewakan dan memelihara

jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundangan.

2. Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan/menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan.

3. Melakukan investasi termasuk penyertaan modal pada perusahaan lainnya sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.

b. Bidang Usaha Penunjang

1. Menyediakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.

2. Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perseroan, antara lain pemanfaatan aktiva tetap dan aktiva bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan, fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

3. Bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka optimalisasi sumber daya informatika, komunikasi atau teknologi yang dimiliki oleh pihak lain pelaku industri informatika, komunikasi dan teknologi, sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.

1.1.4. Makna Logo

Telkom Indonesia terus tumbuh dan berkembang untuk memberikan yang terbaik terhadap seluruh shareholder-nya, termasuk Pemerintah Indonesia yang merupakan pemegang saham terbesar (lebih dari 51%).

Dengan demikian, sebagai perusahaan digital telco milik negeri, identitas Telkom Indonesia mempunyai warna yang sangat jelas. Karena identitas Negara Indonesia adalah Merah – Putih, maka identitas Telkom Indonesia juga Merah – Putih.

I-4

Telkom Indonesia mempunyai filosofi korporasi “Always the Best”. Sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya menjadi yang terbaik.

Dengan keyakinan tersebut, Telkom Indonesia terus berupaya memberikan yang terbaik untuk teraihnya benefit terbaik bagi perusahaan, terealisasinya pelayanan terbaik bagi seluruh pelanggan, dan memberikan kontribusi terbaik bagi kemajuan Bangsa Indonesia.

1Gambar 1.1. Logo PT. Telkom Indonesia

Pada logo PT. Telkom Indonesia terdapat beberapa warna yang dapat dilihat, adapun makna dari warna tersebut yaitu:

a. Merah

Melambangkan spirit Telkom Indonesia untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perubahan.

b. Putih

Melambangkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.

c. Abu-abu

Melambangkan teknologi.

d. Hitam

Melambangkan kemauan keras.

I-5

1.2. Sejarah Perusahaan

Berdasarkan Laporan Tahunan PT. Telkom pada tahun 2020, dijelaskan bahwa PT.

Telkom memiliki sejarah singkat dari tahun ke tahun seperti berikut:

a. Tahun 1965

Tahun 1965 merupakan awal berdirinya PT Telkom secara mandiri, yakni ketika Pemerintah Indonesia memisahkan layanan pos dan telekomunikasi dengan membagi PN Postel menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

b. Tahun 1974

PN Telekomunikasi dipecah menjadi dua entitas, yakni PT INTI yang menjadi perusahaan independent memproduksi peralatan telekomunikasi, dan Perumtel.

c. Tahun 1991-1995

Berdasarkan dengan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1991, Perumtel berubah menjadi Telkom dan di tahun 1995, Telkom mendirikan anak perusahaan yang bergerak

di bidang operator seluler, yakni Telkomsel. Pada tahun 1995 juga Telkom memasuki bursa saham dengan penawaran umum perdana di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya, selain itu mendaftarkan saham di NYSE dan LSE, serta menawarkan saham terbuka tanpa listing di Bursa Efek Tokyo.

d. Tahun 1999-2010

Dalam rangka memperkuat infrastruktur layanan telekomunikasi, Telkom meluncurkan satelit Telkom-1 dan Telkom-2. Pada periode tersebut Telkom juga berhasil menyelesaikan proyek kabel serat optik bawah laut JaKaLaDeMa.

e. Tahun 2011-2015

Dalam rangka memasuki era digital, Telkom tahun 2011 menyelesaikan proyek Super Nusantara Highway dan proyek True Broadband Access yang menyediakan akses internet dengan kapasitas 20 Mbps hingga 100 Mbps. Dengan tersedianya infrastruktur yang terbaru, di tahun 2014 Telkom menjadi operator pertama di Indonesia yang masuk ke jaringan layanan 4G.

I-6

f. Tahun 2016

Proyek penting yang berhasil diselesaikan Telkom yaitu pembangunan kabel laut South East Asia-Middle East-Western Europe 5 (SEA-ME-WE 5).

g. Tahun 2017

Peluncuran satelit Telkom 3S merupakan kegiatan lanjutan dalam rangka perluasan wilayah jaringan. Tahun ini juga Telkom menyelesaikan jalur kabel serat optik bawah laut Southeast Asia-United States (SEA-US). Telkomsel sebagai Anak perusahaan Telkom, juga berhasil mengembangkan cakupan layanan dengan memenangkan tambahan spektrum sebesar 30 MHz di frekuensi 2,3 GHz.

h. Tahun 2018

Dalam rangka memperluas jaringan, Telkom meluncurkan Satelit Merah Putih. Telkom juga menyelesaikan proyek pembangunan kabel laut Indonesia Global Gateway (IGG) yang menghubungkan dua sistem kabel laut utama yaitu South East Asia-Middle East-Western Europe 5 (SEA-ME-WE 5) dan Southeast Asia-United States (SEA-US) Submarine Cable Systems. Pada tahun yang sama Telkom meresmikan Telkom Hub sebagai Centre of Excellence and Source of Inspiration to Build Digital Indonesia.

Tercatat pertumbuhan pelanggan IndiHome yang merupakan layanan digital andalan Telkom menjadi 5,1 juta pelanggan.

1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam pengoperasiannya di seluruh wilayah Indonesia, PT Telkom Indonesia dibagi menjadi tujuh Divisi Regional (DIVRE). Adapun DIVRE tersebut yaitu:

- a. DIVRE I untuk wilayah Sumatera
- b. DIVRE II untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya
- c. DIVRE III untuk wilayah Jawa Barat
- d. DIVRE IV untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
- e. DIVRE V untuk wilayah Jawa Timur
- f. DIVRE VI untuk wilayah Kalimantan
- g. DIVRE VII untuk wilayah Indonesia bagian Timur

I-7

DIVRE III sebagai penanggung jawab area Provinsi Jawa Barat membawahi beberapa wilayah telekomunikasi (Witel) yang bertanggung jawab sesuai wilayah kota atau kabupaten masing-masing, diantaranya Witel Jabar Tengah (Bandung), Witel Karawang, Witel Tasik dan Witel Cirebon. Pada kesempatan ini, saya menjalani kegiatan Kerja Praktik (KP) di Telkom Witel Karawang. Adapun struktur organisasi dari Telkom Witel Karawang sebagai berikut.

2. Gambar 1.2. Struktur Organisasi Telkom Witel

Tugas dan tanggung jawab dalam struktur organisasi Telkom Witel Karawang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. General Manager
 1. Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
 2. Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal.
 3. Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran perusahaan.
- b. Manager War Room (WR)
 1. Menyajikan laporan pencapaian performansi layanan.
 2. Menyajikan rekomendasi peningkatan kualitas pencapaian performansi/penjualan.

I-8

c. Manager Access & Service Operation (ASO)

1. Memastikan statistik gangguan dan kinerja perangkat jaringan akses dan pendukungnya dianalisis.
2. Meningkatkan kompetensi khusus petugas akses area.

d. Manager Access & Optima Maintenance (AOM)

1. Memastikan proyek-proyek infrastruktur akses lingkup regional dimediasi.
2. Memastikan proses bisnis pengelolaan akses regional direview secara periodik.

e. Manager Network Area & IS Operation (NWIS)

1. Mengawal usulan kebutuhan reengineering perangkat dan network improvement.
2. Mengawal usulan maintenance support yang akurat dan tepat waktu sesuai kebutuhan operasionalnya.

f. Manager Corporate Customer Access Network & Wholesale Access Network (CCAN WAN)

1. Memastikan data statistik gangguan dan kinerja perangkat jaringan akses dan pendukungnya.
2. Memastikan penyelesaian isu-isu terkait operasional tidak terbatas kepada hal teknis.

g. Manager Customer Service (CS)

1. Memastikan kebijakan dan strategi penjualan produk Telkom yang ditetapkan oleh perusahaan dengan menggunakan penjualan (sales plan) dan promosi personal service.
2. Memastikan kinerja penjualan dievaluasi secara periodik untuk mengukur kinerja channel.

h. Manager Business Government Enterprise Service (BGES)

1. Mencapai kinerja unit secara ekspansif dengan mendesiminasikan program kerja unit kepada staf/tim.
2. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi.
3. Membangun relasi dengan unit kerja lain.

i. Manager Logistic & General Support (LGS)

1. Memastikan dokumen untuk penyediaan kebutuhan barang/jasa.
2. Memastikan justifikasi kebutuhan barang/jasa unit, harga referensi (owner's estimate), serta pengevaluasian dalam procurement.

j. Manager Human Resource & Community Development Center (HRCDC)

1. Memaksimalkan peran mediator pengelolaan karir karyawan wilayah/daerah.
2. Menjamin implementasi pemberian fasilitas manajemen kepada karyawan tertentu.
3. Menyelenggarakan pengendalian pelaksanaan outsourcing.

k. Manager Payment Collection & Finance (PCF)

1. Memastikan bukti transfer dan pengevaluasian dalam mengelola review penerimaan pendapatan transfer/receipt cash.
2. Memastikan data complain dan SLG complain digunakan sebagai referensi dalam mengelola layanan pembayaran pelanggan.
3. Memastikan surat ketetapan pemegang imprest fund dan penetapan besaran imprest fund sesuai dengan usulan kebutuhan dan penetapan pemenuhan kebutuhan imprest fund dari masing-masing unit.
4. Memastikan semua penerimaan titipan teridentifikasi sesuai dengan data penerimaan titipan.

1.4. Waktu dan Lokasi Perusahaan

Pada kegiatan Kerja Praktik (KP) ini, saya melaksanakan selama 2 bulan sesuai dengan rekomendasi dari kampus dan juga perusahaannya sendiri. Adapun rincian waktunya seperti berikut:

- a. Tanggal Pelaksanaan : 31 Mei 2021 – 30 Juli 2021
- b. Waktu Kerja : Senin – Jumat, pukul 08.00 – 17.00 WIB

Sementara untuk lokasi perusahaan tempat saya menjalankan kegiatan Kerja Praktik (KP) berada di Jl. Tuparev No.24, Nagasari, Kec. Karawang Barat, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41312.

3Gambar 1.3. Lokasi Telkom Witel Karawan