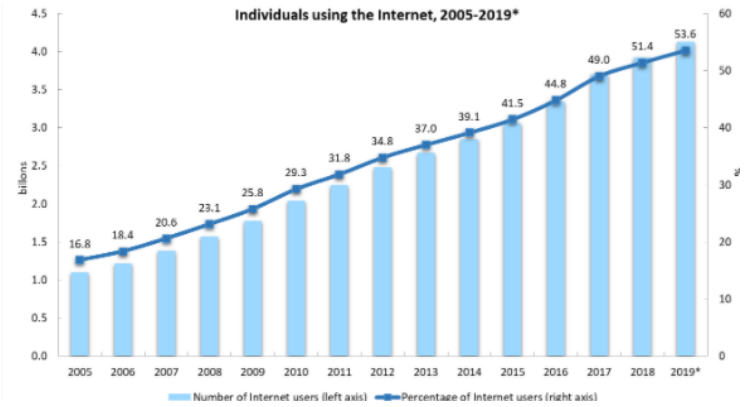
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini yang diikuti oleh perkembangan teknologi menyebabkan terjadinya perubahan yang sangat cepat dalam segala bidang seperti bidang ekonomi, politik, komunikasi dan informasi, sosial dan budaya. Salah satu produk dari perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi adalah internet. Sejak pertama kali ditemukan hingga saat ini, internet mengalami banyak perkembangan dari segi fungsi. Selain itu perkembangan internet juga membawa banyak perubahan dalam kehidupan sehari-hari, seperti internet telah menjadi kebutuhan untuk mengakses informasi dan juga gaya hidup masyarakat saat ini menjadi berubah dimana sekarang manusia semakin dimudahkan dengan adanya *internet of things* (IoT). Menurut data dari *International Telecommunication Union* (2019), pengguna internet di seluruh dunia diestimasi mencapai 4,1 miliar jiwa pada akhit tahun 2019 dan akan terus mengalami peningkatan dimana dalam 1 tahun di estimasi terjadi peningkatan sebesar 2,2 persen.



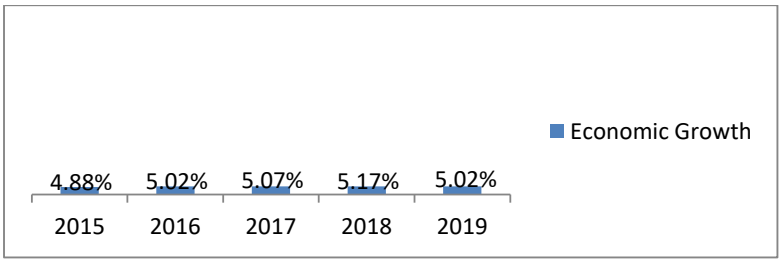
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia 2005-2019

Sumber: *www.itu.int*, 2020

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh tim peneliti dari Lembaga Peneliti dan Pelatihan Ekonomi dan Bisnis (P2EB), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajah Mada (UGM) dalam *kompas.com* (2017) menyatakan bahwa bertambahnya jumlah pengguna interner seluler mimiliki pengaruh pada pertumbuhan ekonomi Indonsia dimana setiap 10 persen penambahan pengguna internet seluler akan berdampak pada kenaikan 0,4 persen pada Produk Domestik Bruto.

Salah satu indikator untuk melihat kemajuan suatu negara adalah pertumbuhan ekonominya. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mengalami pertumbuhan secara pesat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tahun 2019 sebesar Rp 15.833,9 triliun dan tumbuh sebesar 5,02 persen, lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu sebesar 5,17 persen. Penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia disebabkan oleh perang dagang AS dan Tiongkok. Meskipun begitu, pertumbuhan PDB Indonesia tergolong tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan PDB dunia yang hanya sebesar 2,9 persen berdasarkan *statista.com* (2020).

Pertumbuhan PDB Indonesia



Gambar 1.2 Pertumbuhan PDB Indonesia

Sumber: *www.bps.go.id*, 2019 (data diolah)

Meskipun terjadinya penurunan pertumbuhan PDB negara akan tetapi pendapatan per kapita penduduk meningkat. Pada tahun 2019, pedapatan perkapita negara dengan penduduk mencapai 260 juta jiwa ini mencapai Rp59,1 Juta dibandingkan dengan tahun 2018 sebesar Rp56 Juta. Peningkatan pendapatan yang terus meningkat ini mengakibatkan daya beli masyarakat terus meningkat, sehingga gaya hidup masyarakat menjadi semakin konsumtif. Hal ini didukung oleh artikel *cnnindonesia.com* dimana Bank Indonesia menyatakan bahwa daya beli masyarakat masih tinggi dan memperkirakan bahwa konsumsi rumah tangga menjadi penopang kuat pertumbuhan ekonomi. Selain itu dengan meningkatnya pendapatan masyarakat, jumlah kelas menengah di Indonesia semakin meningkat. Menurut Bank Dunia (2019) mendefinisikan kelas menengah adalah masyarakat yang pengeluaran perkapita per harinya sebesar US$7,5-38 dollar. Kemudian berdasarkan *cnbcindonesia.com* (2019) menyatakan bahwa pada 2019, proporsi kelas menengah menjadi 21 persen dari total penduduk Indonesia atau sebesar 57,3 juta jiwa dan diperkirakan akan terus meningkat.

Berdasarkan informasi diatas dapat dilihat bahwa potensi pasar di Indonesia sangat besar. Hal ini membuat banyak perusahaan dan investor tertarik dan saling bersaing untuk masuk ke pasar Indonesia dalam memenuhi kebutuhan penduduk dalam negeri. Salah satu kebutuhan penduduk dalam negeri dengan gaya hidup kelas menengah adalah kebutuhan terhadap informasi dan telekomunikasi. PT. Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang dapat memberikan solusi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan menghadirkan "Indihome" yang merupakan salah satu produk dari PT. Telkom Indonesia. Indihome merupakan perkembangan dari layanan internet Telkom *speedy* yang sudah hadir terlebih dahulu di Indonesia dan hadir sejak tahun 2015. Selain itu Indihome juga menyediakan beberapa paket layanan selain internet yaitu telepon rumah dan tv kabel.

PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan informasi dan telekomunikasi nomor satu di Indonesia. Hal ini didukung oleh *wartaekonomi.co.id* (2020) yang menyatakan bahwa sampai dengan akhir tahun 2019, Indihome tercatat tumbuh sebesar 37 persen dengan tujuh juta pelanggan baru dan selain itu Indihome juga memiliki pangsa pasar (*market share*) sebesar 86 persen dan menjadikan Indihome sebagai pemimpin pasar (m*arket leader*) di Indonesia.

Untuk tetap menjadi perusahaan no.1 di bidang layanan jasa informasi dan telekomunikasi di Indonesia, PT Telkom Indonesia harus dapat mengelola bisnisnya dengan baik dan salah satu caranya yaitu PT Telkom Indonesia membutuhkan manajemen keuangan yang baik sehingga bisa bersaing di dunia usaha yang semakin kompetitif. Dalam mengatur keuangan yang baik, PT Telkom Indonesia harus memperhatikan seluruh pemasukan dan pengeluaran finansial yang dilakukan oleh perusahaan serta kebijakan ataupun perencanaan finansial yang akan dilakukan oleh perusahaan secara seksama. Dalam perusahaan jasa, aliran kas yang masuk berasal dari penjualan layanan produk yang digunakan oleh pelanggan. Penjualan dapat dilakukan dengan cara tunai atau cicilan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. PT Telkom Indonesia memiliki banyak pelanggan di seluruh Indonesia dan memiliki beberapa jalur pembayaran sehingga uang yang masuk atau jalur pendapatan Telkom tidak hanya dari 1 jenis jalur saja. Oleh karena itu PT Telkom Indonesia memakai sistem yang sudah terintegrasi yang direkomendasikan oleh *New York Stock Exchange* (NYSE). Pada PT Telkom Indonesia, penjualan dari setiap layanan produk yang digunakan oleh pelanggan baik tunai maupun cicilan dianggap sebagai piutang karena sistem penjualan layanan produk yaitu *pascabayar* dan akan dianggap lunas ketika uang pelanggan sudah masuk ke rekening perusahaan.

Selain itu, PT Telkom Indonesia terus melakukan pembangunan jaringan infrastruktur di seluruh Indonesia sehingga seluruh masyarakat Indonesia dapat

menikmati layanan produk Indihome meskipun di daerah terpencil. Untuk membangun jaringan infrastruktur tersebut, PT Telkom Indonesia menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan atau mitra. Pada PT Telkom Indonesia, pembangunan yang dikerjakan oleh mitra dianggap sebagai hutang oleh perusahaan karena sistem pembayaran pembangunan jaringan yaitu *pascabayar* dan baru akan dilunasi setelah pembangunan jaringan selesai dikerjakan. Dengan adanya fungsi *Finance* di PT Telkom Indonesia, perusahaan dapat memantau aliran kas yang masuk (berupa pendapatan dari penjualan) dan kas yang keluar (berupa pembangunan dan pemeliharaan (*maintenance*) jaringan serta biaya operasional perusahaan) dengan baik sehingga perusahaan bisa mengetahui dan paham dengan kondisi finansial perusahaan.

Untuk mendukung aliran kas yang masuk ke dalam perusahaan, PT Telkom Indonesia melakukan *caring billing* ke pelanggan yang memenuhi kriteria perusahaan yaitu pelanggan dengan tagihan yang layak untuk ditagihkan. Arti layak disini adalah pelanggan yang kemungkinan besar akan membayar tagihan atas layanan yang mereka gunakan. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan pendapatan perusahaan karena ada beberapa pelanggan yang sudah memakai layanan perusahaan tetapi tidak ingin membayar. Dengan adanya fungsi *Payment Collection* di PT Telkom Indonesia, perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan perusahaan atas pendapatan atau piutang yang tak tertagih dari pelanggan.

Penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir diharapkan dapat mengambil ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama melakukan praktek kerja magang dan juga diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah didapat di bangku perkuliahan ke dunia kerja. Kesempatan untuk melakukan praktek kerja magang di PT Telkom Indonesia di divisi *Payment Collection* dan divisi *Finance* dimanfaatkan penulis untuk mengamati bagaimana alur penagihan piutang serta alur pembayaran hutang dalam perusahaan jasa layanan telekomunikasi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari program kerja magang ini adalah untuk memahami kegiatan departemen *Finance* dan *Payment Collection* pada perusahaan jasa layanan telekomunikasi dalam kegiatan operasional PT Telkom Indonesia Witel Tangerang. Tujuan pelaksanaan program kerja magang bagi penulis yaitu:

1. Untuk memperoleh pengalaman dalam dunia kerja di bidang keuangan
2. Untuk dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh pada bangku perkuliahan di dalam dunia kerja, khususnya mengenai *Finance.*
3. Untuk memperluas pengetahuan mengenai alur penagihan piutang dan alur pembayaran hutang dalam perusahaan jasa layanan telekomunikasi
4. Untuk meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* saat di lingkungan kerja
5. Sebagai bekal untuk mempersiapkan diri ketika terjun dalam dunia kerja setelah menyelesaikan bangku kuliah.
6. Untuk memenuhi syarat kelulusan Strata-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yaitu minimal 60 hari kerja atau 3 bulan dan perusahaan tempat penulis melaksanakan kerja magang yaitu PT Telkom Indonesia Witel Tangerang.

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis di PT Telkom Indonesia Witel Tangerang di divisi *Payment Collection* yaitu 29 hari kerja terhitung mulai tanggal 15 September 2020 sampai dengan 23

Oktober 2020 dan di divisi *Finance* yaitu 31 hari kerja terhitung mulai tanggal 26 Oktober 2020 sampai dengan 14 Desember 2020.

Kerja magang yang penulis lakukan sesuai dengan jam operasional dengan mengikuti jadwal atau *shift* yang telah ditetapkan di PT Telkom Indonesia yaitu hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dijalani penulis sudah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan PT Telkom Indonesia. Adapun prosuder yang ditetapkan sebagai berikut:

a. Pengajuan *Curriculum Vitae* dan proposal magang kepada HRD PT Telkom Indonesia Witel Tangerang
b. Melakukan *interview* dengan HRD PT Telkom Indonesia Witel Tangerang di PT. Telkom Indonesia Witel Tangerang, Grha Telkom BSD pada tanggal 25 Agustus 2020
c. Menandatangani kontrak kerja magang
d. Mengisi formulir pengajuan kerja magang ke Universitas yang telah ditandatangani oleh Kepala Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara (Form KM-01)
e. Memberikan surat pengantar kerja magang dari universitas ke perusahaan (Form KM-02)
f. Menerima surat balasan dari pihak perusahaan kepada universitas
g. Melaksanakan program kerja magang pada tanggal 15 September 2020
h. Melakukan pengisian dan melengkapi dokumen-dokumen yang berhubungan dengan praktek kerja magang seperti kartu kerja kerja magang (Form KM-03), formulir kehadiran kerja magang (Form KM-04),

formulir realisasi kerja magang (Form KM-05), formulir penilaian kerja magang (Form KM-06).

i. Penyusunan laporan kerja magang
j. Penyerahan laporan kerja magang kepada PT. Telkom Indonesia Witel Tangerang
k. Penyerahan laporan magang ke BAAK
l. Sidang kerja magang sebagai pertanggungjawaban hasil kerja magang

1.4 Metode dan Sistematika Penulisan Laporan Kerja Magang

Penulisan laporang magang ini dilakukan dengan metode dan sistematika penulisan dengan format baku yang diatur dalam buku "Panduan Kerja Magang Prodi Manajemen" tahun 2019 yang disusun khusus untuk Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Multimedia Nusantara dengan struktur sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menguraikan dan membahas hal-hal yang menjadi latar belakang dalam pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang dan sistematika penulisan lapora kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menguraikan dan membahas sejarah singkat perusahaan, profil, visi dan misi, budaya, struktur organisasi serta tinjauan pustaka atau landasan teori yang berhubungan dengan praktek kerja magang.

BAB III PELAKSNAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis menguraikan dan membahas rincian pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan di PT Telkom Indonesia. Pembahasan ini mencakup

kedudukan dan koordinasi penulis selama melakukan praktek kerja magang, tugas atau pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang, proses pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang, kendala yang ditemukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang serta solusi atas kendala yang ditemukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menarik kesimpulan dari teori yang digunakan dengan pengetahuan dan informasi yang didapatkan selama praktek kerja magang di PT Telkom Indonesia. Selain itu, penulis juga memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat serta dapat digunakan PT Telkom Indonesia untuk meningkatkan kinerja perusahaannya.