

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah dan Profil Singkat Perusahaan**

##### **2.1.1 Sejarah Perusahaan**

Pada tanggal 23 Oktober 1856, Pemerintah Hindia Belanda mulai menyediakan jasa layanan telegraf elektomagnetik pertama di Indonesia yang menghubungkan Jakarta (*Batavia*) dengan Bogor (*Buitenzorg*). Pada tahun 1882, didirikan badan usaha swasta yang menyediakan layanan pos dan telegraf. Kemudian layanan tersebut dikondolisasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda menjadi satu Djawatan yaitu Djawatan Post Telegraf Telefoon (PTT) pada tahun 1905.

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia merubah status djawatan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, pada tanggal 6 Juli 1965, pemerintah mengeluarkan PP no.30 sehingga Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikas (PN Postel) diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos) serta Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Kemudian tanggal terbentuknya PN telekomunikasi yaitu 6 Juli ditetapkan oleh manajemen Telkom sebagai hari lahir Telkom sejak tahun 2016 yang sebelumnya diperingati setiap tanggal 23 Oktober. Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi berubah nama menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.

Pada Tahun 1980, Pemerintah Republik Indonesia mengambil alih seluruh saham PT Indonesian Satellite Corporation, Tbk. (Indosat) yang kemudian menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Berdasarkan PP No.25 tahun 1991, Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia pada tahun 1991.

Pada tanggal 14 November 1995, PT Telekomunikasi Indonesia melakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom yang kemudian tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) (dimana keduanya sekarang digabungkan dan menjadi Bursa Efek Indonesia), Bursa Efek New York (NYSE), dan Bursa Efek London (LSE). Selain itu, saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo (TSE) dengan jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham. Kemudian pada tanggal 16 Mei 2014, saham Telkom tidak lagi diperdagangkan di Bursa Efek Tokyo (TSE) dan pada 5 Juni 2014 di Bursa Efek London (LSE).

### **2.1.2 Profil Perusahaan**

Nama Perusahaan : PT Telkom Indonesia, Tbk (Persero) Witel Tangerang

Alamat Perusahaan : Jl. Pahlawan Seribu No.1, Lengkong Wetan, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang biasanya disebut Telkom merupakan perusahaan BUMN yang bergerak disektor telekomunikasi yang menyediakan jasa dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Berdiri sejak tanggal 23 Oktober 1856 dimana saat ini saham Telkom dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (52,09 persen) dan 47,91 persen dimiliki oleh *Bank of New York*, dan Publik. Telkom juga memiliki anak perusahaan dengan kepemilikan langsung sebesar 10 perusahaan, dan anak perusahaan dengan kepemilikan tidak langsung sebesar 24 perusahaan serta 11 perusahaan afiliasi. Telkom memiliki jumlah pelanggan internet sebanyak 9 juta yang terdiri dari 7 juta pelanggan indihome dan 2 juta pelanggan *speedy* serta

pelanggan telepon seluler sebesar 171,1 juta pelanggan yang terdiri dari 6,4 juta pelanggan *pascabayar* dan 164,7 juta pelanggan *prabayar*.

PT Telkom Indonesia, Tbk dibagi menjadi tujuh Divisi Regional, yaitu Divisi Regional I untuk wilayah Sumatera, Divisi Regional II untuk wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya, Divisi Regional III untuk wilayah Jawa Barat, Divisi Regional IV untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta(DIY), Divisi Regional V untuk wilayah Jawa Timur, Divisi Regional VI untuk wilayah Kalimantan dan Divisi Regional VII untuk wilayah Indonesia bagian Timur.

### **2.1.3 Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebagai berikut:

#### **VISI**

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat

#### **MISI**

1. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik

#### 2.1.4 Budaya Perusahaan

Sejak tanggal 10 Juni 2013, melalui surat Keputusan Direksi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Direksi Telkom mengeluarkan surat tentang Arsitektur Kepemimpinan dan Budaya Perusahaan dimana isinya yaitu menetapkan “*The Telkom Way*” sebagai budaya perusahaan atau nilai-nilai perusahaan yang dimiliki Telkom untuk menjadi *Great Company*. Berikut 3 landasan dasar yang ditetapkan sebagai budaya perusahaan yaitu:

1. *Philosophy to be the Best: Always The Best*

Merupakan keyakinan dasar atau basic belief bagi seluruh karyawan Telkom untuk menjadi insan terbaik dimana filosofi ini diturunkan lagi menjadi *always the best* yang diartikan bahwa setiap karyawan Telkom harus selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan

2. *Principles to be the Star: Solid, Speed, Smart*

Merupakan nilai-nilai inti atau core values yang berisi prinsip-prinsip dasar untuk menjadi insan bintang dimana dibagi menjadi 3 prinsip dasar, yaitu:

1. *Solid* : terwujudnya 1 hati, 1 pikiran dan 1 tindakan dalam mengerjakan setiap pekerjaan sehingga pekerjaan dapat dikerjakan secara efektif dan efisien karena adanya soliditas antar setiap karyawan.
2. *Speed* : terwujudnya kecepatan dalam mengerjakan setiap pekerjaan yang diberikan ke seluruh karyawan meliputi kecepatan dalam merespon peluang bisnis dan kecepatan dalam memberikan layanan ke pelanggan
3. *Smart* : mempunyai intuisi yang tajam, kreativitas dan inovasi yang menghasilkan terobosan serta aksi-aksi yang impresif untuk mengembangkan perusahaan.

### 3. *Practices to be the Winner*

Merupakan standar perilaku yang berisi praktek – praktek luhur untuk menjadi insan pemenang dimana standar perilaku ini membentuk pola sikap dan pola tindak setiap karyawan Telkom dalam rangka menempa diri menjadi pemenang yang dibagi menjadi 3 yaitu:

1. *Imagine* : selalu berawal dari akhir dalam merencanakan dan menjalankan aktivitasnya. Sebuah kerja besar dimulai dari mimpi dan cita-cita besar yang hendak dicapai dimana praktek ini identic dengan visi atau mimpi seorang pemimpin.
2. *Focus* : selalu mengutamakan yang utama seperti mengalokasikan sumber daya berdasarkan prioritas
3. *Action* : selalu menekankan pada tindakan kongkrit dalam mencapai sebuah hasil. *Imagine* dan *focus* hanya bisa bermuara pada hasil yang nyata jika dikerjakan (*action*) atau diimplementasikan dan sekaligus dikontrol.

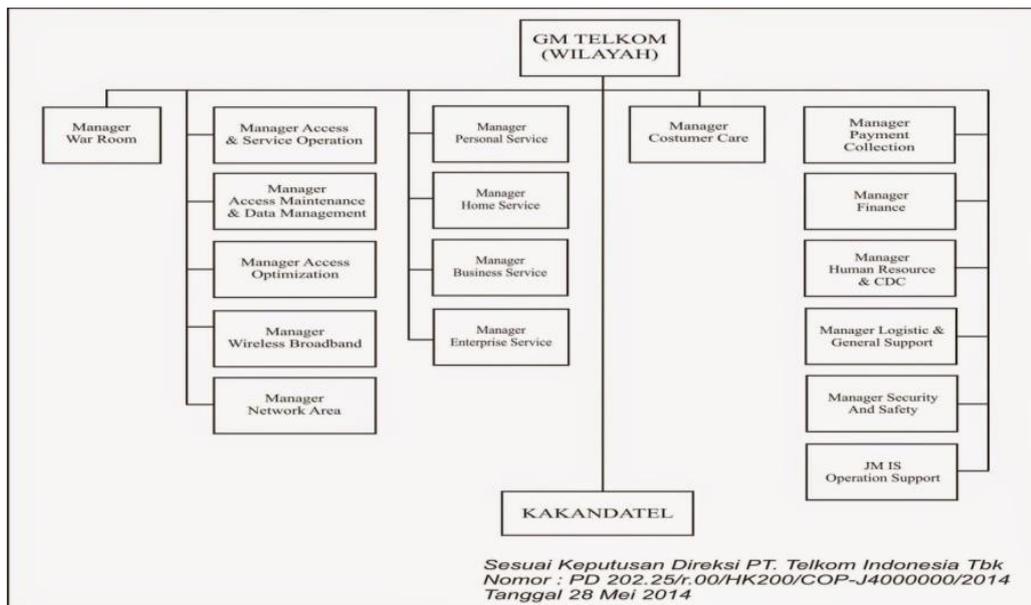


**Gambar 2.1 Budaya Perusahaan PT. Telkom Indonesia**

Sumber: *google.com*, 2020

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

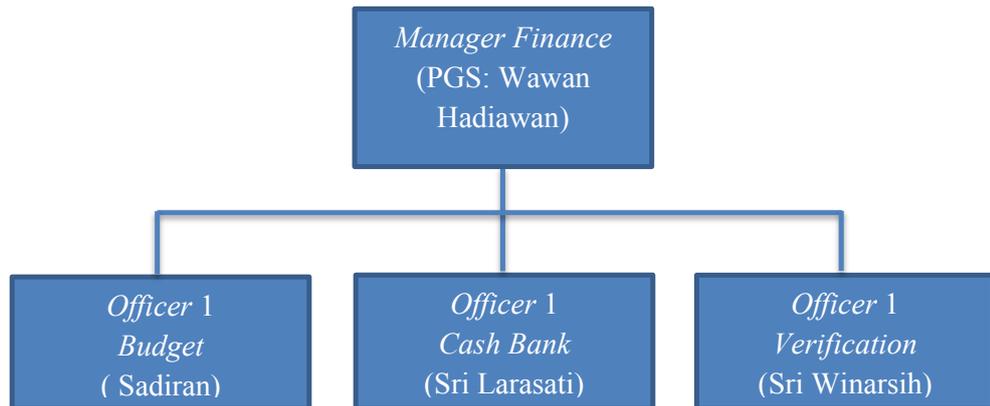
Berikut ini struktur organisasi dari PT Telkom Indonesia Witel Tangerang.



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Witel Tangerang**

**Sumber: Internal, PT Telkom Indonesia Witel Tangerang**

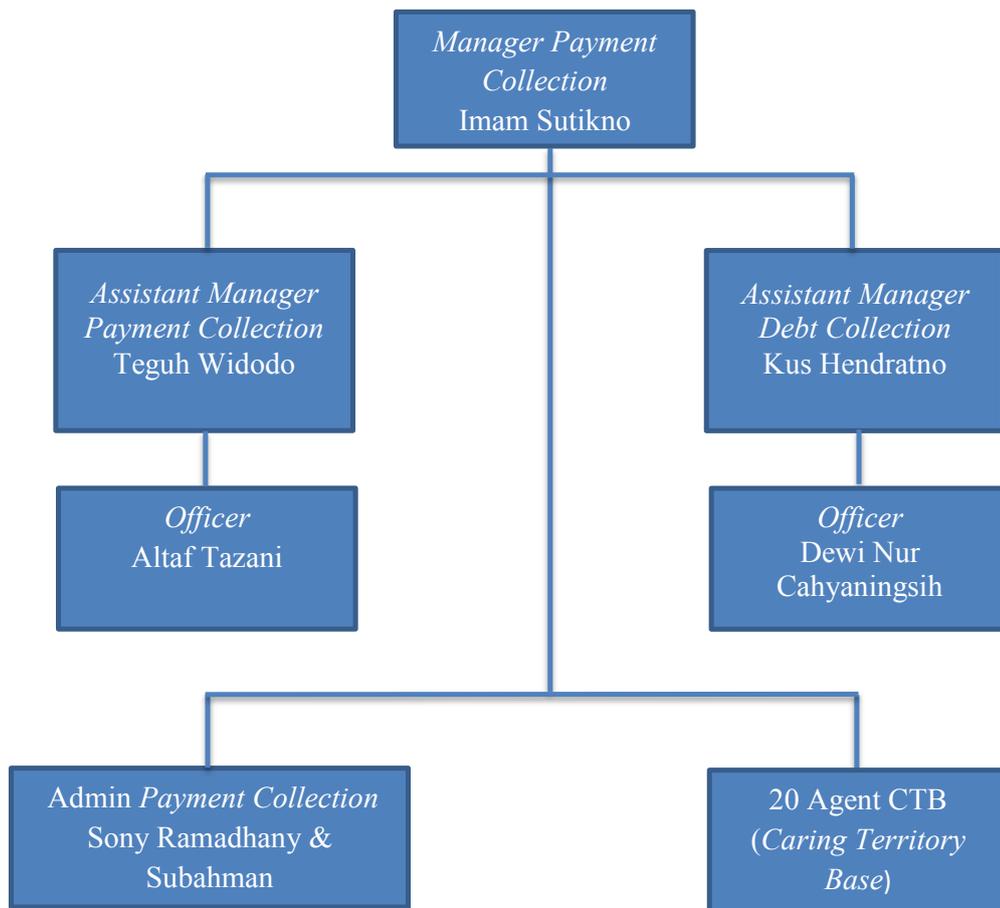
Dalam menjalankan perusahaan, setiap *business unit* di PT Telkom Indonesia Witel Tangerang juga memiliki struktur organisasi sendiri. Berikut ini struktur organisasi dari divisi *Finance* di PT Telkom Indonesia Witel Tangerang.



**Gambar 2.3 Struktur Organisasi Finance PT Telkom Indonesia Witel Tangerang**

**Sumber: Internal, PT Telkom Indonesia Witel Tangerang**

Berikut ini struktur organisasi dari divisi *Payment Collection* di PT. Telkom Indonesia Witel Tangerang.



**Gambar 2.4 Struktur Organisasi *Payment Collection* PT Telkom Indonesia Witel Tangerang**

**Sumber: Internal, PT Telkom Indonesia Witel Tangerang**

## 2.3 Tinjauan Pustaka

Dalam membuat laporan magang ini, penulis menggunakan beberapa teori yang akan dijadikan dasar untuk menganalisis kegiatan magang yang telah dilakukan di PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Berikut adalah teori teori yang digunakan oleh penulis dalam laporan ini.

### 2.3.1 Manajemen Keuangan

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, perusahaan membutuhkan peran manajemen keuangan untuk mengelola keuangan perusahaan. Menurut Drake&Fabozzi (2010:4), "*Financial management, sometimes called business finance or corporate finance, is the specialty area of finance concerned with financial decision making within a business entity.*" Manajemen Keuangan atau keuangan perusahaan adalah bidang khusus keuangan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan keuangan dalam suatu entitas bisnis. Dalam manajemen keuangan ada 2 hal yang menjadi kegiatan atau poin penting yang diperhatikan oleh manajer keuangan dalam mengelola keuangan perusahaan yaitu keputusan investasi dan keputusan pendanaan dalam organisasi atau bisnis.

Menurut Drake&Fabozzi (2010:5), Kegiatan dalam divisi Finance ada 2, yaitu:

1. Keputusan Investasi : kegiatan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan penggunaan dana perusahaan dalam pembelian (*buying*), kepemilikan (*holding*), atau penjualan (*selling*) asset perusahaan (contoh: mesin, pembangunan infrastruktur, dan sebagainya)
2. Keputusan Pendanaan: kegiatan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan pengadaan dana yang dapat digunakan untuk investasi jangka panjang dan mendanai operasi sehari-hari.

PT. Telkom Indonesia sebagai perusahaan yang menyediakan jasa layanan telekomunikasi perlu melakukan manajemen keuangan dalam

menjalankan kegiatan bisnisnya untuk memaksimalkan nilai perusahaan sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi dan juga untuk merencanakan penggunaan dana perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya sehari-hari sehingga memperoleh kombinasi pembelanjaan yang paling efektif. Oleh karena itu, PT Telkom Indonesia memerlukan manajemen keuangan yang baik agar rencana kegiatan investasi maupun pendanaan yang merupakan kegiatan penting bagi perusahaan dapat berjalan dengan baik.

### **2.3.2 Piutang**

Sumber pemasukan utama dari perusahaan telekomunikasi adalah dari penjualan jasa layanan telekomunikasi (seperti layanan internet dan layanan telepon). Penjualan tersebut dilakukan secara *prabayar* maupun *pascabayar*. *Prabayar* adalah metode dimana pelanggan membayar terlebih dahulu kemudian baru menggunakan produk atau layanan tersebut sedangkan *pascabayar* adalah metode dimana pelanggan menggunakan produk atau layanan terlebih dahulu kemudian baru membayar setiap tanggal yang sudah ditentukan oleh pihak penjual. Penjualan jasa yang dilakukan *pascabayar* disebut juga piutang dagang. Menurut Kimmel et al (2014:394) “*Receivables are claims that are expected to be collected in cash.*” Piutang adalah klaim yang diharapkan dapat di terima dikemudian hari dalam bentuk kas. Sedangkan menurut Surya dalam Jayanti (2015) piutang (*receivables*) adalah klaim uang, barang, atau jasa terhadap pelanggan atau pihak lainnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa piutang adalah klaim uang, barang atau jasa terhadap pelanggan atau pihak lainnya yang diharapkan dapat diterima dikemudian hari dalam bentuk kas.

### 2.3.3 Jenis-jenis piutang

Menurut Kimmel et al (2014:394), diklasifikasikan menjadi 3 yaitu:

#### 1. Piutang usaha/piutang dagang

Piutang usaha adalah jumlah tagihan yang terhutang oleh pelanggan secara kredit dari penjualan barang dan jasa. Piutang usaha pada umumnya memiliki jangka waktu 30 hari atau lebih untuk dikumpulkan (*collect*), dan diklasifikasikan sebagai aset lancar.

#### 2. Piutang wesel

Piutang usaha adalah klaim atas instrumen kredit formal atau resmi dimana isinya berupa janji tertulis untuk membayar yang diterbitkan sebagai bukti utang. Instrumen kredit ini biasanya meminta debitor untuk membayar hutang pokok beserta bunga sesuai dengan jangka waktu yang sudah ditentukan. Piutang wesel dapat berupa aset lancar atau aset tidak lancar, tergantung pada tanggal jatuh tempo.

#### 3. Piutang lain-lain

Piutang lain-lain yaitu piutang non-perdagangan yang bukan merupakan hasil dari operasi bisnis. Contoh dari piutang lain-lain seperti piutang bunga, pinjaman kepada pejabat perusahaan, uang muka kepada karyawan, dan piutang pajak penghasilan.

PT Telkom Indonesia sebagai perusahaan yang menyediakan layanan telekomunikasi sangat erat kaitannya dengan piutang karena penjualan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu secara pasca bayar yang dimana piutang tersebut masuk ke dalam kategori piutang dagang atau piutang usaha.

### 2.3.4 Penagihan Piutang

Penagihan piutang dalam PT Telkom Indonesia disebut *payment collection*. *Payment collection* adalah kegiatan untuk menagihkan pelanggan atas tagihannya terhadap PT Telkom Indonesia. Kegiatan untuk menagihkan tagihan tersebut disebut *carring billing*. *Carring billing* dilakukan hanya ke

pelanggan yang tagihannya layak untuk ditagihkan. Arti layak disini adalah pelanggan yang kemungkinan besar akan membayar tagihan atas layanan yang mereka gunakan. Tujuan kegiatan tersebut dilakukan adalah untuk memaksimalkan pendapatan perusahaan karena ada beberapa pelanggan yang sudah memakai layanan perusahaan tetapi tidak ingin membayar

Menurut J. Fred dan Thomas (2010) dalam Hakim (2015), ada 5 metode dapat digunakan untuk meningkatkan penagihan terhadap piutang, yaitu :

- a. Pengiriman surat
- b. Melakukan hubungan telepon
- c. Mencari intervensi oleh bagian hukum perusahaan
- d. Menggunakan lembaga penagihan
- e. Mengajukan gugatan hukum

Dalam menagihkan piutang perusahaan dari pelanggan, metode yang digunakan oleh PT Telkom Indonesia hanya 3 dari 5 metode diatas, yaitu pengiriman surat, melakukan hubungan telepon dan yang terakhir yaitu mengajukan gugatan hukum dimana kegiatan ini dilakukan jika pelanggan tidak juga membayar tagihannya setelah pengiriman surat dan melakukan hubungan telepon sudah dilakukan oleh perusahaan.

### **2.3.5 Hutang**

Untuk menunjang aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan telekomunikasi adalah dengan membangun jaringan infrastruktur di daerah yang belum ada jaringan telekomunikasi secara bertahap dan juga melakukan *quality control* secara rutin terhadap jaringan yang sudah dibangun. Dalam membangun infrastruktur, biasanya perusahaan melakukan kerjasama dengan pihak ketiga yang kemudian disedbut dengan mitra

perusahaan. Dalam perjanjian kerjasama tersebut, biasanya perusahaan akan membayar setelah pekerjaan membangun infrastruktur sudah selesai dikerjakan oleh mitra perusahaan atau bisa disebut dengan pascabayar. Pembangunan infrastruktur yang dilakukan secara pasca bayar disebut juga hutang. Menurut Chariri dan Ghozali (2005 : 157) dalam Makno&Septiani (2016), “hutang adalah pengorbanan manfaat ekonomi yang mungkin terjadi di masa yang mendatang yang mungkin timbul dari kewajiban sekarang dari suatu entitas untuk menyerahkan aktiva atau memberikan ke entitas lain dimasa mendatang sebagai akibat transaksi di masa lalu”. Sedangkan menurut PSAK (2002) dalam Rustendi&Jimmi (2008) mendefinisikan hutang (kewajiban) sebagai berikut: “Kewajiban merupakan hutang perusahaan masa kini yang timbul dari peristiwa masa lalu. Penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus kas keluar dari sumber daya perusahaan yang mengandung manfaat ekonomi.”

Jadi dapat disimpulkan bahwa hutang adalah kewajiban perusahaan masa kini akibat transaksi dari masa lalu untuk menyerahkan aktiva dan mengakibatkan arus kas keluar dari sumber daya perusahaan yang mengandung manfaat ekonomi.

### **2.3.6 Jenis-Jenis Hutang**

Menurut Halim (1989:357) dalam Makno&Septiani (2016), hutang perusahaan diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Hutang jangka pendek adalah hutang yang jatuh tempo kurang dari satu tahun. Contoh: utang usaha/dagang, utang garansi dan lain-lain.
2. Hutang jangka panjang adalah hutang yang pelunasannya akan dilakukan dalam jangka waktu lebih dari satu tahun. Contoh: utang hipotik, utang obligasi, utang bank dan lain-lain.

PT Telkom Indonesia sebagai perusahaan infrastruktur di sektor telekomunikasi sangat erat kaitannya kaitannya dengan hutang karena salah

satu kegiatan perusahaan infrastruktur yaitu membangun jaringan infrastruktur untuk mendukung aktivitas bisnis perusahaan, dimana hutang yang dimiliki oleh perusahaan termasuk hutang jangka panjang karena pembangunan jaringan infrastruktur biasanya memakan waktu lebih dari satu tahun.

### **2.3.7 Arus Kas**

Salah satu aktivitas yang sangat penting dan diperhatikan dalam menjalankan perusahaan yaitu aktivitas arus kas perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan setiap perusahaan pasti membuat laporan arus kas setiap periode. Menurut Kimmel et al (2014:665), *“the main purpose of the statement of cash flows is to provide information that enables users to assess a company’s ability to generate cash, and to assess what the company did with that cash.”* Tujuan utama dari laporan arus kas adalah untuk memberikan informasi yang memungkinkan pengguna untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan kas, dan untuk menilai apa yang perusahaan lakukan dengan kas tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa arus kas adalah rincian transaksi yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan kas dan pengeluaran dalam suatu periode tertentu.

PT Telkom Indonesia dalam menjalankan aktivitas bisnisnya perlu melakukan pencatatan *cash flow* secara berkala agar dapat mengetahui keadaan keuangan perusahaan dalam menghasilkan kas dan membayar kewajibannya serta memudahkan perusahaan dalam mengambil keputusan terkait investasi yang akan perusahaan lakukan.

### **2.3.8 Jenis-jenis Arus Kas**

Menurut Kimmel et al (2014:665) diklasifikasikan menjadi 3 yaitu:

1. Aktivitas Operasi : aktivitas yang mencakup pendapatan utama dan semua aktivitas lain yang bukan aktivitas investasi atau pendanaan. Contoh: transaksi pendapatan dan beban kegiatan operasional.
2. Aktivitas Investasi: aktivitas yang berkaitan dengan akuisisi dan asset tidak lancar. Contoh: Membeli property, peralatan dan asset tidak berwujud, hutang jangka panjang atau investasi ekuitas jangka panjang dan meminjamkan uang ke perusahaan lain.
3. Aktivitas Pendanaan: aktivitas yang mengakibatkan perubahan ukuran dan komposisi ekuitas dan pinjaman perusahaan. Contoh: memperoleh kas dari penerbitan obligasi, memperoleh kas dari penjualan saham.

Salah satu fungsi divisi *Finance* di PT Telkom Indonesia Witel Tangerang yaitu pencatatan arus kas yang masuk dan keluar. Pencatatan arus kas yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia Witel Tangerang hanya pencatatan aktivitas operasi dan aktivitas investasi. Pencatatan kas yang masuk ke perusahaan dan pengeluaran untuk kegiatan operasional perusahaan termasuk kategori aktivitas operasi sedangkan kas yang keluar untuk pembangunan jaringan infrastruktur termasuk kategori aktivitas investasi.