

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat PT Telkom Indonesia

PT. Telkom Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di industri komunikasi dan jaringan telekomunikasi dalam bentuk bidang jasa. Saham PT Telkom saat ini mayoritas dipegang oleh Pemerintah Republik Indonesia yaitu sebesar 52.09%, dan 47,91% sisanya dikuasai oleh masyarakat umum/publik. Maka PT. Telkom Indonesia saat ini dapat disebut sebagai perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara).



Gambar 2.1 PT. Telkom Indonesia

Sumber : jabar.tribunnews.com, 2022

PT. Telkom sendiri memiliki setidaknya 11 anak perusahaan yang salah satunya PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), Telkomsel saat ini menjadi perusahaan terbesar di Indonesia untuk bagian operator layanan telepon

selulernya. Namun sebelum PT Telkom Indonesia berkembang seperti saat ini terdapat sejarah singkat dari perusahaan ini, yaitu :

- Era Kolonial

Dimulai dari era kolonial pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan Post-en Telegraaf Lent. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg). Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai patokan hari lahir Telkom.

- Perusahaan Negara

Selanjutnya Pada tahun 1961, status swasta diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

- Perumtel

Di tahun 1974, PT Telekomunikasi berubah nama menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi(Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang 16 Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

- PT Telekomunikasi Indonesia (Persero)

Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.

- PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak saat itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) (keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo. Jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham. Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Sejak tahun 1989, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi monopoli telekomunikasi Indonesia. Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan “New Telkom” (“Telkom baru”) yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

2.2 Arti Logo Telkom

Setiap perusahaan maupun organisasi pasti memiliki logo yang digunakan sebagai identitas perusahaan/organisasi. PT. Telkom Indonesia memiliki logo yang menggambarkan seperti telapak tangan yang menggenggam bola dunia. Yang tidak lain artinya adalah sebuah harapan untuk PT. Telkom Indonesia agar dapat menjadi perusahaan yang mampu memberikan kemudahan

masyarakat dalam mengakses dunia. Dengan kata lain Diharapkan dengan adanya PT. Telkom Indonesia dapat membantu membawa perubahan dalam digitalisasi di Indonesia.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan

Sumber : Tumpi.id, 2015

Logo PT. Telkom Indonesia ini didominasi oleh 4 warna yang secara rinci memiliki arti sebagai berikut:

- 1) Merah - Berani, Cinta, Energi, Ulet yang mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- 2) Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- 3) Hitam – Warna Dasar melambangkan kemauan keras.
- 4) 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.

2.3 Purpose, Visi dan Misi Telkom Indonesia

2.3.1 Purpose Telkom Indonesia

Baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil sekalipun pasti memiliki tujuan perusahaan. Tujuan ini merupakan salah satu hal penting dalam memulai suatu pekerjaan. Sama dengan perusahaan lain Telkom Indonesia pasti memiliki tujuan perusahaan, tujuan perusahaan Telkom Indonesia sendiri adalah Mewujudkan Bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan. Tujuan perusahaan ini akan menjadi pegangan utama perusahaan yang akan mempengaruhi visi, misi perusahaan, hal ini guna mendapatkan keunggulan kompetitif perusahaan yang baik.

2.3.2 Visi Telkom Indonesia

Visi dapat didefinisikan sebagai gambaran posisi masa depan yang diinginkan perusahaan. Visi cenderung berfokus pada hari esok dan apa yang diinginkan organisasi pada akhirnya. Untuk visi Telkom sendiri adalah “Menjadi *Digital Telco* pilihan utama untuk memajukan masyarakat”.

2.3.3 Misi Telkom Indonesia

Pernyataan Misi mendefinisikan bisnis perusahaan, tujuan dan pendekatannya untuk mencapai tujuan tersebut. Pernyataan misi berfokus pada hari ini dan apa yang dilakukan organisasi untuk mencapainya. Untuk mencapai tujuan perusahaan, Telkom Indonesia memiliki misi sebagai berikut:

- 1) Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh rakyat Indonesia.

- 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.

2.4 Profil Singkat Telkom Witel Lampung

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk atau sering disebut Telkom Indonesia adalah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang telekomunikasi. Saat ini PT. Telkom telah mengantongi 15 juta pelanggan telepon tetap serta 104 juta pelanggan telepon. Karena jumlah pelanggan yang banyak ini Telkom dapat disebut sebagai perusahaan telekomunikasi paling besar di Indonesia. Oleh karena itu perusahaan ini telah banyak mendirikan kantor witel pada beberapa daerah di Indonesia. Khususnya untuk pulau Sumatera salah satu kantor witelnya berlokasi di provinsi Lampung.



Gambar 2.3 Telkom Witel Lampung

Sumber : Googlemaps.com, 2022

Lokasi Kantor pusat PT Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung sendiri berada di Jl. Mojopahit no.14. Enggal, Tanjung Karang Pusat, Bandar Lampung. Lampung 35213. PT Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung

menyediakan sarana dan prasarana untuk produk dari Telkom sendiri seperti paket Wifi Id yang dimana hanya menawarkan jaringan internet saja dan paket Indihome, dimana paket Indihome sendiri dibagi menjadi 2 paket yaitu :

- Indihome 2p : terdiri dari jaringan Internet (WIFI) dan jaringan telepon atau jaringan Internet (WIFI) dan *useeTV*
- Indihome 3p : terdiri dari jaringan Internet (WIFI), jaringan telepon dan *useeTV*

Selain itu PT Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung juga sedang menjalankan program kemitraan yang dikelola oleh unit *shared service CDC (Community Development Center)* dengan memberdayakan kompetensi ekonomi kaum marginal guna menunjang pendapatan para pelaku kegiatan usaha dari skala mikro, kecil hingga menengah. Program kemitraan ini menyediakan dana pinjaman bagi para UMKM yang menjadi mitra binaan Telkom dengan bunga yang rendah. Selain itu juga pihak *shared service CDC* Telkom memberikan pelatihan kewirausahaan bagi para pemilik usaha dan pengembangan kreativitas kepada para Mitra Binaan yang bergerak dalam usaha kecil menengah dan koperasi (UKM-K).

Tidak hanya di Bandar Lampung namun jangkauan pemasaran produk dan program kemitraan Telkom ini hampir menjangkau seluruh daerah di Provinsi Lampung, seperti Kabupaten Tanjung Bintang, Kabupaten Pesawaran, Kabupaten Kalianda, Kota Metro, dan Kabupaten Pringsewu.

Dalam program kemitraan Telkom sendiri guna meningkatkan kualitas pengelolaan mitra, PT.Telkom setidaknya menjalankan 2 kegiatan utama, yaitu:

1) Digitalisasi Pengelolaan Program Kemitraan

Telkom mulai melaksanakan layanan layanan pengajuan pinjaman dana PK melalui *web smartbisnis* pada tahun 2016, penggunaan *web*

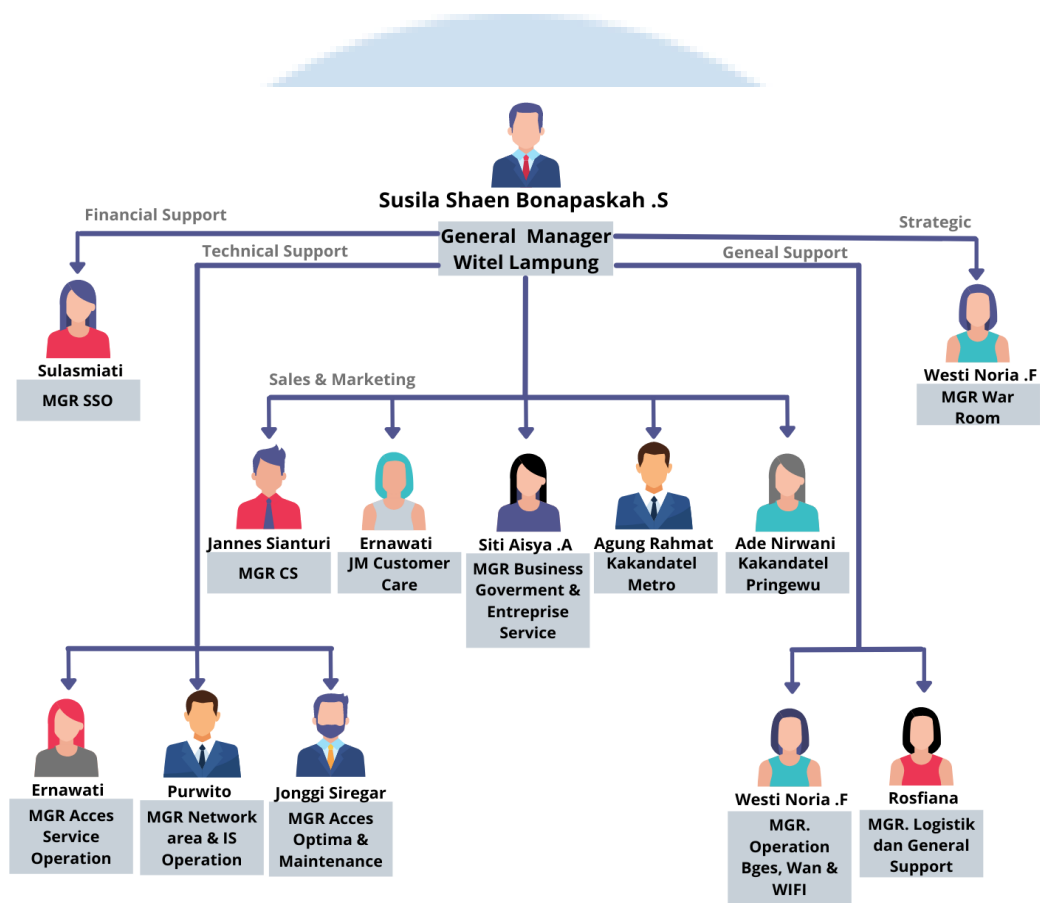
smartbisnis ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dana program kemitraan dan mempermudah pengelolaan dana karena dengan adanya *web* ini diharapkan seluruh pembayaran angsuran dapat menggunakan *virtual account* tanpa perlu datang langsung ke kantor Telkom.

2) Pelatihan Digital bagi Mitra Binaan

Selain mendigitalkan proses pengelolaan kemitraan, Telkom juga memberikan pelatihan kepada para mitra tentang pemanfaatan *website* atau aplikasi yang dapat digunakan mitra sebagai media promosi atau memasarkan produk mereka. Telkom juga membekali mitra mengenai prosedur dan persyaratan dagang global. Pelatihan-pelatihan ini biasanya disampaikan pada acara seminar yang rutin diadakan oleh Telkom setiap tahunnya.

2.5 Struktur Organisasi

Saat PT Telkom Witel Lampung dipimpin oleh seorang general manager yang berkantor pusat di Telkom Witel Lampung Jl. Majapahit. General manager ini mengawasi setidaknya 11 Manager dari berbagai unit yang memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Telkom Witel Lampung

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

Para manager di Telkom Witel Lampung setidaknya dibagi menjadi 5 divisi yaitu:

1) *Financial Support*

Divisi *Financial support* awalnya hanya dibawah oleh manajer *finance and payment collection* yang bertugas mengurus data penagihan dan pembayaran konsumen Indihome. Namun saat ini telah terjadi *merger* pada 3 unit yaitu *human resources, CDC, dan payment collection* sehingga

manajer yang membawahi financial support saat ini ada manajer SSO (Shared Service Officer).

2) *Technical Support*

Pada divisi *technical support* ini tugas manajer adalah memantau layanan yang diberikan PT Telkom khususnya di bidang teknis yang bertujuan untuk dapat membantu para customer mengenai hal konfigurasi, pemakaian dan troubleshooting yang dialami customer. Divisi technical support dibagi atas 3 unit yaitu unit *access service operation, network area and IS operation*, serta *access optima and maintenance*.

3) *General Support*

Divisi *General Support* di Telkom Witel Lampung dibawah unit *operation Bges, Wan and WIFI* dan unit *logistics and general support*. Secara keseluruhan tugas dari divisi ini adalah melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan pengadaan barang keperluan perusahaan dan mengelola sarana dan prasarana, serta memantau kegiatan mulai dari pemeriksaan, pelaksanaan dan pelaporan logistik.

4) *Sales and Marketing*

Divisi *sales and marketing* adalah divisi dengan unit terbanyak di Telkom Witel Lampung, setidaknya terdapat 5 unit yang membawahi divisi ini yaitu *customer service, customer care, business government and enterprise service*, kandel Metro dan terakhir kakadantel Pringsewu. Tugas umum divisi *sales and marketing* adalah dengan aktif mencari target konsumen baru serta menjaga loyalitas konsumen. Divisi ini bertugas meyakinkan dan melakukan *service after sale* kepada konsumen demi menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk/jasa yang dijual oleh Telkom Witel Lampung. Para manajer dituntut untuk dapat melakukan analisis terhadap target konsumen dan membuat strategi yang tepat untuk dapat

menarik konsumen baru yang lebih banyak. Biasanya juga para staff di beri target untuk dapat mencapai profit perusahaan.

5) *Strategic*

Divisi terakhir dari Telkom Witel Lampung adalah divisi *strategic* yang terdiri dari satu unit yaitu unit *war room*. Tugas dari manajer *war room* sendiri adalah menyajikan laporan pencapaian performansi layanan serta rekomendasi peningkatan kualitas pencapaian performansi/penjualan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA