

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat PT Telkom Indonesia



Gambar 2.1 Logo Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berfokus di sektor layanan teknologi informasi, komunikasi, serta telekomunikasi digital di Indonesia[16]. Telkom Indonesia merupakan perusahaan Telekomunikasi terbesar di Indonesia[17]. Perjalanan perusahaan ini dimulai pada tanggal 6 Juli 1965, ketika pemerintah mendirikan Perusahaan Negara (PN) Telekomunikasi. Tujuan utama pendiriannya adalah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui layanan telekomunikasi[18].

Seiring dengan perkembangan industri telekomunikasi dan kebutuhan modernisasi, pada tahun 1974, PN Telekomunikasi Indonesia mengalami perubahan status menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel). Perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan fleksibilitas dan profesionalisme dalam penyediaan layanan telekomunikasi di Indonesia[19]. Pada tahun 1991, Perumtel kembali mengalami transformasi besar dengan diubahnya nama menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia, atau lebih dikenal dengan PT Telkom Indonesia. Status sebagai perseroan terbatas memungkinkan

Telkom Indonesia beroperasi lebih kompetitif dalam industri telekomunikasi yang semakin berkembang pesat, baik di dalam negeri maupun di tingkat global[20].

Sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, Telkom Indonesia terus berkembang dengan menyediakan berbagai layanan, termasuk jaringan telepon, internet, dan layanan digital lainnya. Sampai akhir tahun 2022, Telkom Indonesia telah mengoperasikan 387 gerai Plasa Telkom di berbagai wilayah di Indonesia. Sebagai bagian dari strategi bisnisnya, Telkom Indonesia juga terus berinovasi dengan mengembangkan teknologi digital, layanan broadband, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mendukung transformasi digital di Indonesia.



Gambar 2.2 Evolusi Logo PT. Telkom Indonesia [21]

2.1.1 Perubahan Identitas dan Logo

Sepanjang sejarahnya, PT Telkom Indonesia telah mengalami beberapa kali perubahan identitas visual atau logo yang mencerminkan perkembangan perusahaan, sebagai berikut:

1. **1961** - Menggunakan logo berbentuk lingkaran dengan elemen khas yang mencerminkan awal industri telekomunikasi nasional.
2. **1974** - Logo berubah seiring peralihan ke Perumtel, dengan desain yang lebih modern dan global.
3. **1991** - Perubahan menjadi PT Telkom Indonesia membawa logo baru dengan dominasi warna biru dan aksen garis melengkung yang melambangkan konektivitas.

4. **2001** - Logo mengalami penyempurnaan dengan tetap mempertahankan warna dan desain inti.
5. **2009** - Identitas visual berubah lebih segar dengan penambahan simbol berbentuk tangan yang melambangkan inovasi dan keterjangkauan layanan.
6. **2013** - Logo kembali diperbarui dengan desain yang lebih dinamis dan tagline "*the world in your hand*", mencerminkan visi global perusahaan.

TelkomGroup, sebelumnya berfokus pada layanan *fixed line*, kini bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital. Strategi bisnis TelkomGroup fokus pada pelanggan, membuat organisasi lebih efisien dan adaptif terhadap perubahan industri. Transformasi ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan terus mengembangkan bisnis di sektor telekomunikasi dan informasi.



Gambar 2.3 Logo Magenta

PT Telkom Indonesia membuka lowongan magang dengan mendaftarkan diri melalui *Website* MAGENTA atau Magang Generasi Bertalenta dari BUMN. *Website* MAGENTA berisi lowongan magang dari perusahaan – perusahaan yang berada di naungan BUMN. Lowongan magang yang diberikan oleh PT Telkom Indonesia merupakan program yang bernama *Digistar Class Internship*.



Gambar 2.4 Logo *Digistar Class Intern*

Digistar Class merupakan program *mentoring* intensif dari Telkom Indonesia yang dirancang untuk mengembangkan *hard skills* dan *soft skills* talenta digital melalui bimbingan langsung oleh *mentor* profesional[22]. Program *Digistar Class Intern* adalah hasil kolaborasi antara *Digistar Class* dan *Digistar Internship* yang menggabungkan pengalaman kerja nyata di lingkungan Telkom dengan pelatihan keterampilan teknis seperti *Cyber Security*, *Artificial Intelligence (AI)*, *Business-to-Business (B2B)*, dan *Cloud Computing*. Program ini dipilih karena memiliki pengalaman kerja nyata dan pendalaman keterampilan teknis yang relevan dengan perkembangan industri digital. Selain itu, kesempatan untuk berinteraksi dengan peserta dari berbagai daerah dan latar belakang menciptakan lingkungan yang kolaboratif dan memperkaya wawasan. Diharapkan melalui program ini, kompetensi teknis dapat ditingkatkan serta kesiapan menghadapi dunia kerja profesional.



Gambar 2.5 Logo *wifi.id*

Dalam menghadapi dinamika pertumbuhan kebutuhan akses internet yang kian pesat di Indonesia, PT Telkom Indonesia terus berinovasi dengan mengembangkan wifi.id sebagai solusi strategis dalam ekosistem konektivitas digital nasional[23]. Wifi.id menyediakan jaringan internet nirkabel yang dapat digunakan oleh masyarakat umum serta membantu dunia usaha dalam meningkatkan produktivitas dengan koneksi yang stabil. Selain itu, wifi.id juga berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan menyediakan akses internet yang lebih mudah dijangkau[24]. Dalam sektor pemerintahan, wifi.id turut berperan dalam mendukung pengembangan *smart city* dengan menyediakan infrastruktur internet yang dapat menunjang layanan publik berbasis teknologi.

Dengan keandalan jaringan yang luas dan terintegrasi, wifi.id tidak hanya berkontribusi dalam pemerataan akses digital di Indonesia, tetapi juga menjadi katalisator dalam mendukung perkembangan ekonomi digital, inovasi teknologi, serta daya saing nasional di era industri 4.0.

Produk – produk yang diluncurkan oleh wifi.id yaitu,

1. *Digital Targeted Advertising Solution (DARTS 2.0)*

DARTS (*Digital Targeted Advertising Solution*) 2.0 merupakan layanan pengelolaan iklan digital yang dikembangkan oleh Indonesia wifi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam periklanan, baik bagi pelanggan, pengiklan, maupun agensi. Versi terbaru ini memungkinkan penyampaian iklan yang lebih efektif dengan menjangkau audiens yang tepat melalui berbagai platform, seperti halaman sambutan, halaman tujuan, dan aplikasi seluler, sehingga memberikan kemudahan dalam strategi pemasaran digital.

2. Mesh Wifi

Mesh Wifi adalah solusi untuk memperluas jangkauan jaringan wifi bagi pelanggan WMS Lite dengan menambahkan perangkat di lokasi mereka. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk berpindah ruangan tanpa kehilangan koneksi (*seamless roaming*) serta memberikan kemudahan dalam pengoperasiannya.

3. MyWifi.id 2.0

MyWifi.id 2.0 adalah aplikasi mobile yang berfungsi sebagai digital *touchpoint* bagi pelanggan WMS untuk mengelola layanan wifi di lokasi mereka secara mandiri. Aplikasi ini terintegrasi dengan sistem manajemen SSID, *Welcome Page*, layanan pengelolaan voucher, serta *dashboard* untuk memantau *Access Point* (AP). Selain itu, tersedia fitur tambahan *Speed on Demand* dengan metode pembayaran sekali bayar per event (*One Time Charge*).

4. Voucher Wifi.id ON

Voucher Wifi.id ON adalah voucher internet yang dapat digunakan untuk mengakses jaringan wifi melalui SSID @wifi.id dan wifi.id@home di seluruh Indonesia. Pembelian voucher ini dilakukan secara prabayar melalui *Welcome Page*, dengan sistem *login* otomatis menggunakan auto-insert token tanpa perlu memasukkan *username* dan *password*.

5. Wifi Komunitas

Wifi Komunitas adalah layanan internet berbasis langganan dari wifi.id yang ditujukan bagi pelanggan komunitas. Dengan layanan ini, anggota komunitas dapat terhubung ke internet baik di dalam maupun di luar area komunitas melalui jaringan wifi.id, baik melalui SSID khusus di lokasi tertentu maupun @wifi.id yang tersedia di seluruh Indonesia. Anggota komunitas dapat menggunakan ID keanggotaan mereka, seperti Nomor Induk Mahasiswa, Nomor Pegawai, atau ID Agen, sebagai login ID untuk mengakses wifi.

6. Wifi Komunitas Lite

Wifi Komunitas Lite adalah varian dari layanan wifi komunitas yang menggunakan ONT Premium tanpa perlu pembangunan *Access Point* (AP) tambahan untuk menyiarkan SSID khusus di dalam area komunitas.

7. Wifi.id Managed Service (WMS)

Layanan ini merupakan solusi internet yang ditawarkan kepada *venue*, mencakup instalasi *access point*, akses internet, serta layanan tambahan (VAS). Selain itu, pemeliharaan dan operasionalnya dikelola secara terpusat oleh Telkom.

8. Wifi.id Seamless community (WISE)

WISE (WiFi Seamless Community) adalah layanan wifi yang ditujukan untuk komunitas atau korporasi, memungkinkan pengguna terhubung secara otomatis melalui SSID *seamless@wifi.id* melalui aplikasi Android, sehingga akses internet menjadi lebih mudah dan praktis.

9. Wifi.id Seamless Prepaid

Wifi Seamless Prepaid adalah produk *wifi.id* yang merupakan voucher dari paket *seamless* dengan memiliki metode pembayaran *prepaid* dan menggunakan SSID *seamless@wifi.id*

10. Wifi.id GO

Aplikasi *wifi.id GO* merupakan aplikasi mobile yang dirancang oleh untuk mempermudah pelanggan dalam mengakses jaringan *@wifi.id*. Pelanggan dapat terhubung menggunakan berbagai metode, seperti voucher atau fitur *flashzone-seamless*. Aplikasi ini akan secara otomatis mengkoneksikan pengguna ke jaringan melalui SSID *@wifi.id* atau *flashzone-seamless* saat berada dalam area cakupan *@wifi.id*.

11. Wifi.id Volume Based

Wifi.id Volume Based adalah layanan internet wifi yang ditujukan bagi pelaku bisnis, pemilik *venue*, atau komunitas, dengan sistem penggunaan berbasis kuota dalam satuan *Gigabyte (GB)*. Pelanggan dapat membeli kuota dalam jumlah besar (*bulk*) dari Telkom, yang kemudian didistribusikan kepada pengguna akhir dalam bentuk voucher dengan kuota tertentu.

2.1.1 Visi Misi

Tujuan:

Mewujudkan bangsa yang lebih Sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

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.

2.1.2 Nilai dan Kultur Perusahaan Telkom Indonesia

The image shows the word 'AKHLAK' in a large, bold, sans-serif font. The letters 'A', 'K', 'H', 'L', 'A', and 'K' are dark blue, while the letter 'L' is a teal color. The letters are closely spaced and have a slight shadow effect.

Gambar 2.6 Nilai dan Kultur Perusahaan Telkom Indonesia

Nilai dan kultur Perusahaan yaitu AKHLAK dengan pengertian sebagai berikut:

1. **Amanah – Memegang teguh kepercayaan yang diberikan**
Sikap amanah mencerminkan kejujuran, tanggung jawab, dan integritas dalam menjalankan tugas. Dengan Amanah akan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya.
Contohnya:

- a. Menjaga kerahasiaan informasi dan tidak menyalahgunakannya.
- b. Menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu dan anggaran yang telah disepakati tanpa menyalahgunakan dana perusahaan.

2. Kompeten – Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

Nilai ini menekankan pentingnya peningkatan keterampilan dan pengetahuan secara berkelanjutan agar selalu relevan dengan perkembangan industri. Memiliki semangat belajar dan berusaha memberikan hasil terbaik.

Contohnya:

- a. Mengikuti pelatihan
- b. Rutin mengikuti sertifikasi baru untuk memperdalam pemahaman mengenai teknologi terbaru di bidangnya.

3. Harmonis – Saling peduli dan menghargai perbedaan

Membangun lingkungan kerja yang inklusif, di mana setiap individu dihargai tanpa memandang perbedaan suku, agama, ras, dan budaya. Kerja sama yang baik akan meningkatkan produktivitas dan kenyamanan di tempat kerja.

Contohnya:

- a. Dalam tim yang terdiri dari berbagai latar belakang, semua anggota mendengarkan dan menghormati pendapat satu sama lain tanpa diskriminasi.
- b. Memahami dan menghargai perbedaan budaya di antara anggota timnya dengan memberikan kesempatan yang sama bagi semua.

4. Loyal – Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara

Menunjukkan komitmen tinggi terhadap perusahaan dan bangsa dengan bekerja secara profesional dan berkontribusi positif untuk kepentingan bersama.

Contohnya:

- a. Mengutamakan kepentingan nasional dalam pengambilan keputusan bisnis, bukan hanya keuntungan pribadi.

- b. Memberikan kinerja terbaik meskipun menghadapi tantangan, demi kemajuan perusahaan dan negara.

5. Adaptif – Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

Menghadapi perubahan dengan sikap terbuka, berpikir kreatif, dan bersedia untuk menyesuaikan diri agar tetap relevan dalam dunia yang dinamis.

Contohnya:

- a. Menyesuaikan strategi pemasaran setelah melihat perubahan tren pasar.
- b. Belajar menggunakan teknologi baru yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi kerja.

6. Kolaboratif – Membangun kerja sama yang sinergis

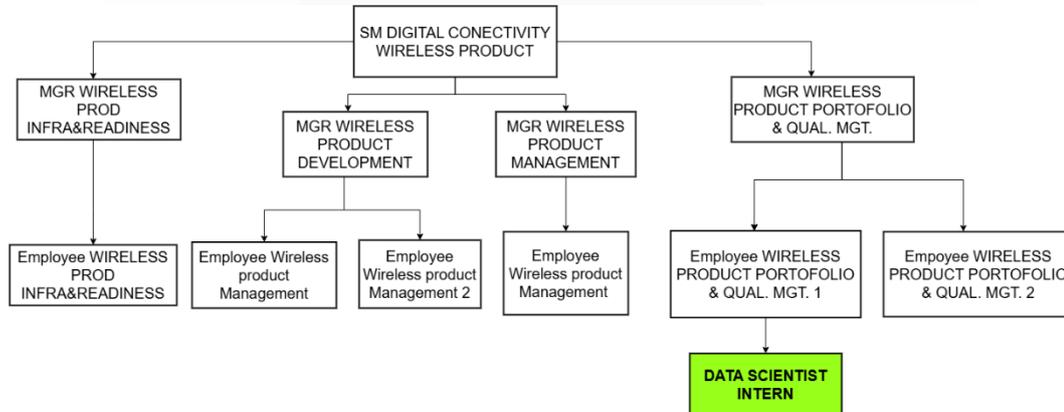
Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kerja tim dengan berbagi pengetahuan, menghargai kontribusi rekan kerja, serta membangun relasi yang kuat untuk mencapai tujuan bersama.

Contohnya:

- a. Tim proyek dari berbagai divisi bekerja sama untuk menyelesaikan pengembangan produk baru dengan komunikasi yang efektif.
- b. Seorang yang mendorong keterbukaan ide dalam tim sehingga setiap anggota merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi.

Dengan menerapkan nilai-nilai AKHLAK ini, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang profesional, inovatif, dan berkontribusi bagi bangsa.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.7 Struktur Organisasi *Digital Connectivity Product*

Struktur organisasi unit *Wireless Product* di bawah Divisi *Digital Connectivity Service (DCS)* Telkom Indonesia dipimpin oleh *Senior Manager Digital Connectivity Wireless Product* yang bertanggung jawab merumuskan strategi dan mengelola aktivitas produk *wireless*, mulai dari pengembangan hingga evaluasi kualitas layanan. Di bawah koordinasinya terdapat empat manajer dengan fokus masing-masing, yaitu: *Manager Wireless Product Infrastructure & Readiness* yang memastikan kesiapan jaringan dan perangkat; *Manager Wireless Product Development* yang mengembangkan fitur dan inovasi; *Manager Wireless Product Management* yang mengelola siklus dan performa operasional; serta *Manager Wireless Product Portfolio & Quality Management* yang mengatur portofolio produk dan menjamin mutu layanan sesuai standar perusahaan. Masing-masing manajer dibantu oleh tim pelaksana operasional dan teknis. Dalam struktur ini, posisi *Data Scientist Intern* berada di bawah *Manager Wireless Product Portfolio & Quality Management*, berperan mendukung pengambilan keputusan berbasis data melalui analisis performa layanan Wifi, pengolahan data pengguna, pendapatan, profit, serta visualisasi data, yang digunakan untuk memantau kinerja layanan dan mendukung efektivitas strategi produk. Struktur ini menunjukkan sinergi antara fungsi strategis, teknis, dan analitis dalam memastikan layanan *wireless* Telkom Indonesia berjalan optimal, inovatif, dan berorientasi pada kualitas.