

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang Telkom Indonesia



Gambar 2. 1 Logo Telkom Indonesia

Sumber: Data Perusahaan Telkom Indonesia (2024)

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan teknologi informasi dan komunikasi serta jaringan telekomunikasi digital di Indonesia. Telkom sudah berdiri sejak 6 Juli 1965 yang bertujuan untuk membangun ekonomi nasional melalui ekonomi terpimpin, mengutamakan kebutuhan rakyat, dan ketenangan kerja demi mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur secara material dan spiritual, serta bertransformasi dari *fixed line* menjadi perusahaan telekomunikasi. (Telkom, 2024)

Telkom Indonesia mengadopsi nilai Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK) sesuai dengan *core values* BUMN:

- Amanah  
Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- Kompeten  
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.

- Harmonis  
Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- Loyal  
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
- Adaptif  
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- Kolaboratif  
Membangun kerjasama yang sinergis.

# AKHLAK

AMANAH | KOMPETEN | HARMONIS  
LOYAL | ADAPTIF | KOLABORATIF

**Gambar 2. 2 Logo AKHLAK**

Sumber: Data Perusahaan Telkom Indonesia (2024)

Sebagai perusahaan BUMN yang mengusung 5 nilai di atas, Telkom Indonesia terus berinovasi dalam menciptakan layanan yang terbaik untuk pelanggan. Telkom Indonesia terus berusaha untuk memperluas konektivitas digital ke seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah 3T (tertinggal, terdepan, terluar). Melalui berbagai anak perusahaan seperti Telkomsel, Telkomsigma, dan lain-lain, Telkom Indonesia berupaya menghadirkan layanan yang terintegrasi untuk bertahan di industri digital yang terus berkembang pesat.

Telkom Indonesia juga berperan aktif dalam mendukung program digitalisasi, termasuk pengembangan ekonomi digital, *smart city*, serta solusi untuk pelaku UMKM dan sektor pendidikan. Beberapa produk unggulan yang ditawarkan antara lain AstiNet, Indibiz, Antares Eazy, Netmonk, dan Omni Communication Assistant (OCA).

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, salah satu perusahaan telekomunikasi di Indonesia, telah beroperasi di segmen pasar B2C dengan Indihome selama beberapa waktu. Digitalisasi Telkom di Indonesia sejalan dengan visi dan tujuan mereka. Maka dari itu, Telkom memutuskan untuk mengalihkan Indihome ke Telkomsel selaku anak perusahaan dari Telkom. Erick Thohir, Menteri BUMN, mendorong Telkom untuk memprioritaskan data center, infrastruktur telekomunikasi, dan *business service* lainnya. Telkom fokus pada area bisnis *business to business* (B2B), sedangkan Telkomsel menangani segmen pasar *business to customer* (B2C). Memulai sektor kreatif seperti konten dan media dapat menguntungkan perusahaan rintisan muda Indonesia sebagai perusahaan BUMN, yang mengarah pada peningkatan daya jual. (Tempo, 2021)

Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi menuju digitalisasi, Telkom Indonesia mulai bertransformasi menjadi perusahaan digital. Perubahan ini tidak hanya meliputi pergeseran dari layanan telepon kabel menjadi internet dan data, tetapi juga perluasan arah bisnis ke bidang *cloud*, *data center*, *big data*, dan layanan digital lainnya. Transformasi digital ini semakin diperkuat dengan peluncuran produk seperti AstiNet, Indibiz, Telkomsel, dan layanan berbasis digital lainnya yang menasar berbagai segmentasi untuk masyarakat, pendidikan, dan bisnis. (Telkom, 2023)

PT Telkom Indonesia secara resmi mulai beroperasi dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) pada tahun 1991. Transformasi ini membawa Telkom menjadi perusahaan yang sahamnya tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan di New York Stock Exchange (NYSE). Dengan status sebagai perusahaan publik, Telkom

Indonesia membawa tanggung jawab yang lebih besar dalam mengelola perusahaan (*good corporate governance*), transparansi, dan kinerja bisnis yang kompetitif secara global. (Telkom, 2023)

Melalui sistem operasionalnya, Telkom Indonesia menyediakan berbagai layanan yang mencakup jaringan telepon kabel, layanan internet (IndiHome, Indibiz, dan AstiNet), layanan *data, cloud, hingga data center*. Telkom Indonesia juga memiliki anak perusahaan seperti Telkomsel, TelkomSigma, TelkomMetra, Mitratel, yang masing-masing memiliki spesialisasi dalam bidang layanan seluler, media, dan infrastruktur telekomunikasi. Semua anak perusahaan berkontribusi dalam mewujudkan misi Telkom untuk menjadi perusahaan yang menyediakan layanan publik yang cepat dan akurat dalam menyediakan layanan telekomunikasi. (Telkom, 2022)

## 2.2 Visi Misi Telkom Indonesia

### Visi

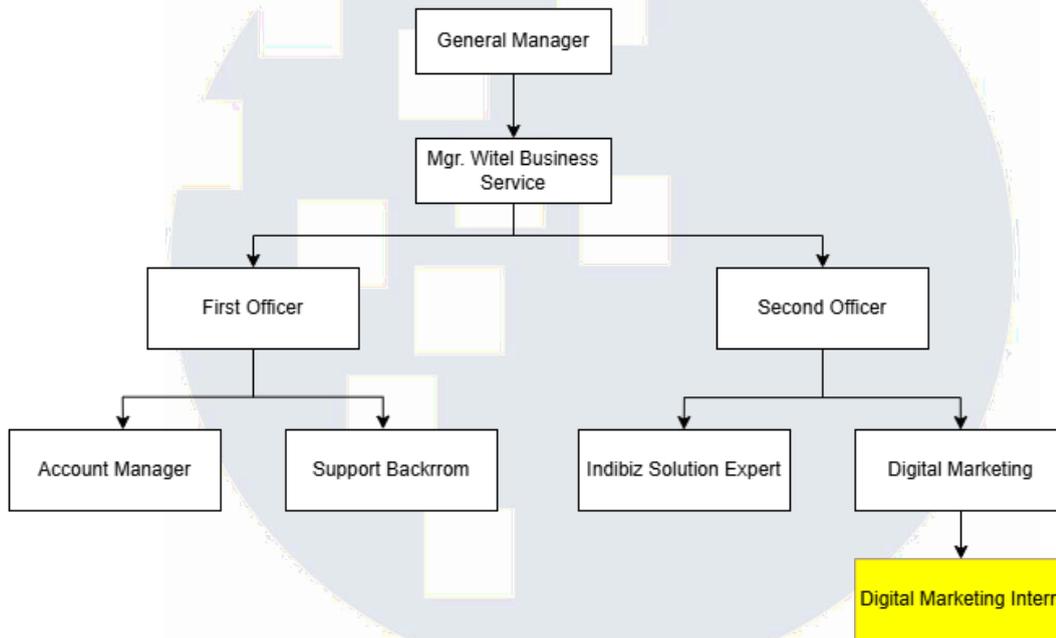
Mewujudkan pelayanan informasi publik yang transparan dan akuntabel untuk memenuhi hak pemohon informasi publik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

### Misi

- Menyediakan informasi publik yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.
- Menyediakan layanan informasi publik yang cepat, tepat waktu dan sederhana.
- Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung pengelolaan informasi publik.

### 2.3 Struktur Organisasi Telkom Indonesia Witel Banten

Telkom Indonesia merupakan salah satu layanan informasi dan telekomunikasi di Indonesia yang telah berusia lebih dari tujuh puluh tahun. Melalui nilai komitmen AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif), Berikut adalah struktur organisasi dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Witel Banten:



**Gambar 2.3 Struktur Organisasi Telkom Indonesia Witel Banten Unit Business Service**

Sumber: Data Perusahaan Telkom Indonesia Witel Banten (2025)

Unit *Business Service* bertanggung jawab terhadap penjualan layanan Telkom serta pendukung untuk pemasangan sistem jaringan internet. Berikut masing-masing deskripsi pekerjaan posisi pada unit *Business Service* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

#### A. *General Manager* Witel Banten

Mengelola operasional unit, memastikan pencapaian KPI, dan menjalankan strategi wilayah sesuai arahan pusat. Mewakili Telkom dalam hubungan eksternal. Selain itu, *General Manager* juga bertanggung jawab atas pengembangan unit dan budaya kerja yang produktif.

B. *Manager Witel Business Service*

Bertanggung jawab atas kinerja *staff* unit *Business Service*, mengawasi penjualan produk Telkom, mengawasi kegiatan *staff Business Service*, merencanakan program yang dilakukan untuk *staff* unit *Business Service*, mengevaluasi kinerja *staff* setiap satu bulan sekali.

C. *First Officer* dan *Second Officer*

Merancang rencana kerja serta menyusun program untuk *Account Manager* dan program retensi pelanggan, memberikan dukungan terhadap kendala yang dialami oleh *Account Manager*, dan melakukan perhitungan performa kinerja *Account Manager*, baik dari *sales revenue* hingga aktivitas kunjungan ke pelanggan.

D. *Account Manager*

Mencari pelanggan baru serta menjaga retensi pelanggan yang sudah ada. *Account Manager* harus aktif melakukan koordinasi terkait gangguan layanan, tagihan, serta mengidentifikasi peluang atau kebutuhan pelanggan di masa depan.

E. *Support Backroom*

Melakukan input order dan amandemen ke dalam sistem untuk memastikan data pelanggan tercatat dengan benar.

F. *Indibiz Solution Expert*

Menindaklanjuti proses pemasangan layanan internet dan menangani gangguan. Koordinasi dengan teknisi untuk setting IP dan penanganan masalah teknis lainnya.

G. *Digital Marketing*

Melakukan perencanaan konten, pemasaran, serta pengelolaan media sosial @indibiz.banten. Iklan pemasaran dilakukan melalui *Social Media Marketing* (SMM), seperti *Facebook & Instagram Ads (Meta Ads)* dan *Content Marketing*.