

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Diambil melalui *Website* telkom.co.id, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada 6 Juli 1965 sebagai Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1965. Pembentukan ini bertujuan untuk membangun ekonomi nasional melalui penyediaan layanan telekomunikasi yang mengutamakan kebutuhan rakyat.

Sebelum menjadi PN Telekomunikasi, layanan pos dan telekomunikasi di Indonesia dikelola oleh jawatan pos dan telegraf yang didirikan pada masa Hindia Belanda pada tahun 1856. Pada tahun 1961, pemerintah Indonesia membentuk Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel), yang kemudian pada tahun 1965 dipisahkan menjadi dua entitas: PN Pos dan Giro, serta PN Telekomunikasi. Kemudian, pada tahun 1970, PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. 129/U/1970. Perubahan ini dikukuhkan dengan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1974, yang menetapkan Perumtel sebagai badan usaha tunggal penyelenggara jasa telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri.

Seiring perkembangan industri telekomunikasi, pada tahun 1991, Perumtel berubah status menjadi perusahaan perseroan terbatas dengan nama PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1991. Kemudian, pada 14 November 1995, Telkom Indonesia melakukan penawaran umum perdana saham (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta, Bursa Efek Surabaya, Bursa Saham New York (NYSE), dan Bursa Saham.



Gambar 2. 1 Logo PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk  
Sumber: [telkom.co.id](http://telkom.co.id) (2024)

Pada *website* [telkom.co.id](http://telkom.co.id), Telkom memberikan informasi bahwa perusahaan ini sedang melakukan transformasi besar melalui strategi *5 Bold Moves* yang digagas sejak tahun 2021. Salah satu strategi penting ini adalah pembentukan PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF) yang mulai beroperasi pada 1 Agustus 2024. Pembentukan TIF menjadi langkah strategis Telkom dalam memisahkan bisnis infrastruktur dari layanan konsumen dengan maksud ingin meningkatkan fokus dan efektivitas pengelolaan jaringan fiber. Adanya transformasi ini juga mengubah model organisasi serta strategi bisnis teritori, khususnya dalam pengelolaan segmen bisnis B2B di tingkat Regional, Wilayah Telekomunikasi (Witel), dan Daerah Telekomunikasi (Datel).

Sebagai dampak dari transformasi tersebut, Telkom menyederhanakan struktur wilayah operasional dari yang sebelumnya terdiri atas 7 Regional dan 61 Witel, menjadi 5 Regional dan 31 Witel. Perubahan strategi bisnis teritori Telkom menjadi sebagai berikut:

1. Telkom Regional I - Berpusat di Sumatera dan berfokus pada Witel Aceh, Riau, Sumbagsel, Sumbar Jambi, Lampung Bengkulu, Sumut.
2. Telkom Regional II – Berpusat di Jakarta dan Jawa Barat yang berfokus pada Witel sekitar Jakarta, Jakarta Inner, Jakarta Centrum, Jakarta Outer, Banten, Priangan Barat, Bekasi Karawang, Bandung, Priangan Timur.
3. Telkom Regional III – Berpusat di Jateng, Jatim & Balnus yang berfokus pada Witel Semarang Jateng Utara, Jogja Jateng Timur, Bali, Jatim Barat, Nusa Tenggara, Jawa Timur, Suramadu.

4. Telkom Regional IV – Berpusat di Kalimantan yang berfokus pada Witel Kaltimara, Balikpapan, Kalselteng, Kalbar.

5. Telkom Regional V – Berpusat di KTI yang berfokus pada Witel Sulawesi bagian selatan, Sulawesi bagian tenggara, Sumatra Utara, Papua, Papua Barat.

Witel bertanggung jawab terhadap aspek bisnis di wilayah masing-masing, seperti pencapaian target pendapatan, pengelolaan hubungan pelanggan, pengembangan pasar, serta pengelolaan infrastruktur jaringan dan layanan. Setiap Witel menjalankan fungsi operasional secara lebih terfokus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan lokal, memperluas penetrasi pasar, meningkatkan kualitas layanan, serta menjaga keberlanjutan bisnis di tingkat regional. Dengan struktur ini, Telkom mampu menjaga kecepatan respon terhadap dinamika pasar lokal, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat daya saing di seluruh Indonesia.

Penulis menjalani praktik kerja magang di Witel Banten yang berada di bawah naungan Telkom Regional II. Perampingan struktur ini bertujuan agar organisasi dapat bergerak lebih lincah, adaptif, serta fokus dalam melayani kebutuhan pelanggan dan memperkuat penetrasi pasar di wilayah masing-masing. Dalam kegiatan magang, perubahan ini memberikan wawasan langsung kepada penulis mengenai bagaimana Telkom beradaptasi dengan dinamika industri dan memperkuat kapabilitasnya sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang mendukung akselerasi transformasi digital nasional.

### **2.1.1 Visi Misi**

Sebagai perusahaan telekomunikasi dan digital terbesar di Indonesia, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk memiliki komitmen yang kuat untuk terus mendukung transformasi digital nasional. Telkom menetapkan Visi dan Misi sebagai arah strategis perusahaan dalam memberikan kontribusi nyata bagi bangsa dan negara 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.

**2.1.2 Core Values**

Telkom memiliki *core values* yang dikenal dengan AKHLAK. Nilai-nilai ini menjadi landasan utama perilaku seluruh insan Telkom dalam bekerja dan berinteraksi, baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Berikut penjelasan dari AKHLAK:

1. Amanah  
Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten  
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis  
Saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. Loyal  
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.

## 5. Adaptif

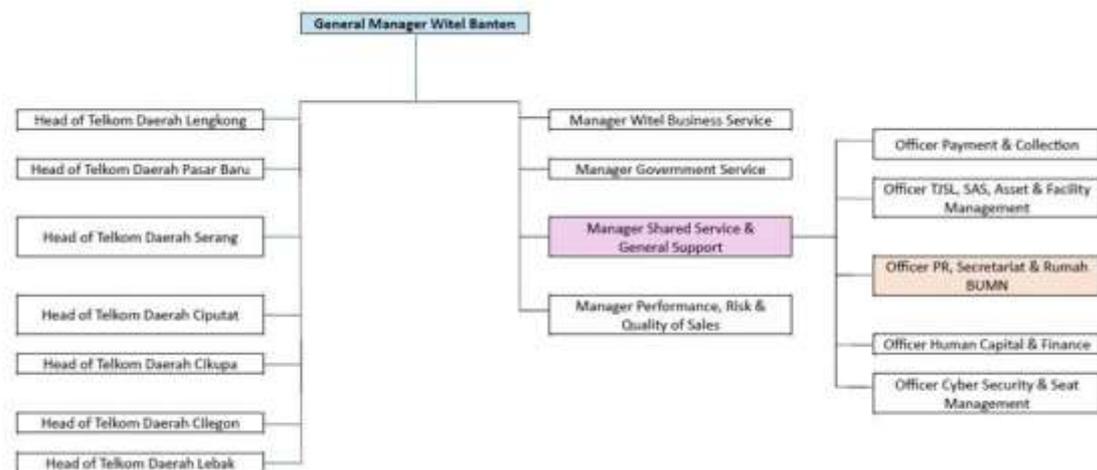
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

## 6. Kolaboratif

Membangun kerja sama yang sinergis.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai perusahaan BUMN yang bergerak di bidang telekomunikasi dan digital, Telkom memiliki cakupan operasional yang luas, kompleks, dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itu, struktur organisasi menjadi sangat penting dalam memastikan seluruh proses bisnis berjalan secara efisien, terkoordinasi, dan selaras dengan visi strategis perusahaan. Berikut struktur organisasi perusahaan Telekomunikasi di Wilayah Banten:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Telkom Wilayah Banten

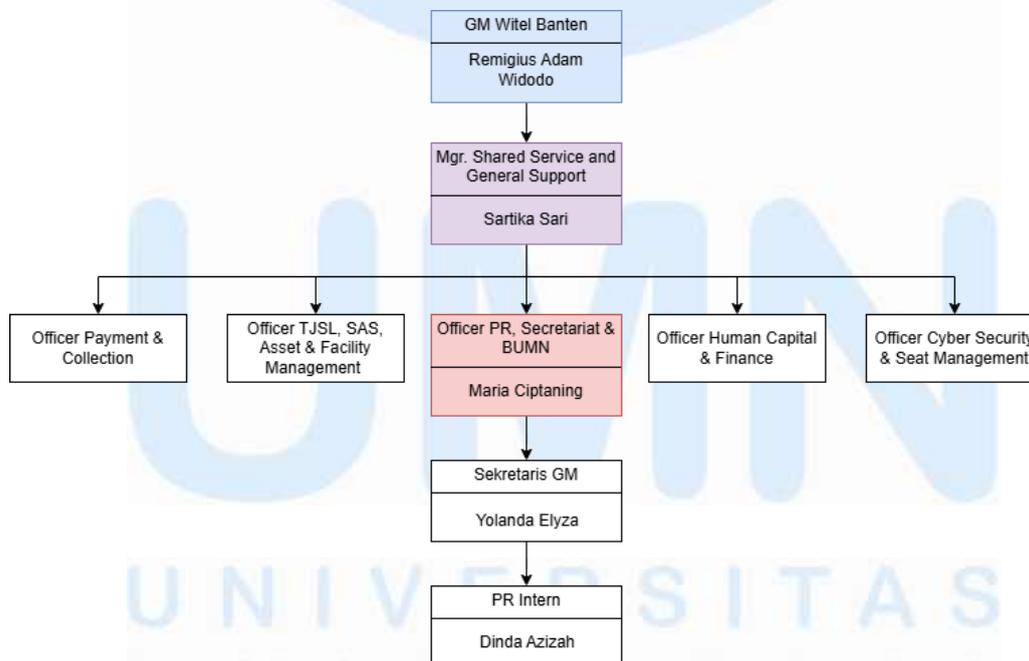
Sumber: Dokumen Witel Banten (2025)

Gambar 2.2 adalah struktur organisasi Witel Banten yang menunjukkan bagaimana perusahaan membagi tugas dan tanggung jawab secara teratur dan efisien untuk mendukung kelancaran operasional di wilayah Banten. Di sisi satu, terdapat para kepala daerah yang bertanggung jawab langsung atas pengelolaan layanan Telkom di masing-masing wilayah seperti Lengkong, Pasar Baru, Serang, Ciputat, Cikupa, Cilegon, dan Lebak. Mereka berperan dalam memastikan layanan

Telkom berjalan baik di lapangan, menjangkau pelanggan, dan menjaga kualitas layanan. Di sisi lain, terdapat jajaran manajer yang mengelola berbagai fungsi strategis, seperti pelayanan bisnis, pelayanan pemerintahan, penilaian kinerja dan mutu penjualan, serta dukungan umum dan layanan internal perusahaan. Penulis melakukan kegiatan praktik kerja lapangan di bagian Manajer *Shared Service & General Support* (SSGS) yang mengkoordinasikan berbagai petugas (officer) seperti keuangan, SDM, *Secretariat*, keamanan siber, hingga pengelolaan aset dan Rumah BUMN. Dengan struktur ini, Witel Banten mampu bekerja secara sinergis, antara tim lapangan dan tim pendukung, demi memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat serta menjawab tantangan digitalisasi secara efektif dan terorganisir.

### 2.2.1 Ruang Lingkup Divisi Kerja Magang

Berikut merupakan struktur ruang lingkup kerja penulis di bagian *Shared Service & General Support*:



Gambar 2. 3 Struktur Unit Manajer *Shared Service & General Support*

Sumber: Dokumen Witel Banten (2025)

Gambar 2.3 adalah struktur Unit *Shared Service & General Support*. Penulis memiliki peran sebagai *PR Intern* dalam struktur organisasi Manajer *Shared Service & General Support*. Secara spesifik, *PR Intern* atas nama Dinda Azizah berada di bawah naungan unit Sekretariat yang diarahkan langsung oleh Maria Ciptaning untuk berkoordinasi dengan Yolanda Elyza sebagai supervisor.

Selama menjalani masa magang, penulis berkoordinasi secara rutin dengan unit sekretariat. Setiap hari supervisor akan memberikan tugas kepada penulis melalui *WhatsApp*. Tugas yang diberikan seperti menyusun berita kegiatan pemasaran produk, menyusun naskah berita kegiatan perusahaan, mendokumentasikan kegiatan perusahaan, serta mencatat hasil rapat. Setelah tugas dikerjakan sesuai dengan arahan, penulis menyerahkan hasilnya melalui berbagai *platform*, seperti *WhatsApp*, email, dan *Google Drive*. Segala tugas yang diberikan oleh supervisor adalah kegiatan perusahaan yang mendukung aktivitas *General Manager (GM)* dan *Account Manager (AM)*.

