

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, atau biasa dikenal sebagai Telkom Indonesia, memiliki sejarah panjang yang dimulai sejak zaman kolonial Hindia Belanda. Berdiri sebagai perusahaan yang awalnya berfokus pada penyediaan layanan pos dan telekomunikasi, Telkom Indonesia berkembang menjadi salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. Sejarah Telkom dimulai pada tahun 1884 ketika Pemerintah Hindia Belanda mendirikan layanan pos dan telegraf yang menghubungkan Batavia (sekarang Jakarta) dengan Buitenzorg (sekarang Bogor). Pada masa itu, layanan telekomunikasi masih sangat terbatas dan digunakan terutama oleh pemerintah kolonial untuk mendukung administrasi dan pertahanan. Seiring berjalannya waktu, jaringan telekomunikasi berkembang ke berbagai daerah lain di Nusantara untuk menghubungkan wilayah-wilayah yang dikuasai Belanda. Pada tahun 1906, layanan telekomunikasi mulai ditingkatkan

dengan masuknya teknologi telepon. Pendirian jaringan telepon pertama di Indonesia terjadi di Batavia, dan penggunaannya masih terbatas pada pemerintah dan perusahaan-perusahaan besar. Jaringan telepon ini kemudian diperluas ke kota-kota lain, terutama di daerah perkotaan yang memiliki aktivitas ekonomi tinggi. Hingga kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, infrastruktur telekomunikasi yang ada masih dikelola oleh Pemerintah Hindia Belanda.

Setelah Indonesia merdeka, pemerintah mengambil alih berbagai aset yang sebelumnya dimiliki oleh pemerintah kolonial, termasuk aset telekomunikasi. Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia membentuk Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel), yang menjadi pengelola utama infrastruktur pos dan telekomunikasi di Indonesia. Namun, pada tahun 1965, perusahaan ini dipisah menjadi dua entitas yang berbeda, yaitu Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Post & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi), dengan tugas masing-masing untuk mengelola layanan pos dan layanan telekomunikasi.

PN Telekomunikasi kemudian mengalami berbagai perubahan dan penyesuaian, terutama dalam upaya pemerintah untuk meningkatkan infrastruktur telekomunikasi di seluruh Indonesia. Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang dikelola sebagai perusahaan umum (perum). Transformasi ini bertujuan agar layanan telekomunikasi di Indonesia lebih profesional dan dapat menjangkau lebih banyak wilayah.

Pada tahun 1991, Perumtel diubah menjadi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) atau disingkat PT Telkom, seiring dengan perubahan statusnya menjadi perusahaan terbuka. Perubahan ini merupakan bagian dari strategi pemerintah untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan telekomunikasi dengan menerapkan prinsip-prinsip korporasi. Di bawah nama PT Telkom Indonesia, perusahaan ini mulai menjalankan operasionalnya sebagai perusahaan perseroan terbatas yang sebagian sahamnya dimiliki oleh pemerintah, namun terbuka untuk investor publik.

Pada tahun 1995, PT Telkom resmi mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan New York Stock Exchange (NYSE),

menjadikannya salah satu perusahaan Indonesia pertama yang melantai di bursa saham internasional. Langkah ini membawa PT Telkom ke kancah global dan memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan suntikan modal dari investor asing, yang pada akhirnya mendorong ekspansi besar-besaran dalam infrastruktur dan layanannya.

Memasuki tahun 2000-an, industri telekomunikasi global mengalami perubahan signifikan dengan hadirnya teknologi seluler dan internet. PT Telkom beradaptasi dengan perkembangan ini melalui sejumlah strategi transformasi digital. Pada tahun 2009, PT Telkom memperkenalkan program "Telkom One," yang berfokus pada pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mendukung infrastruktur digital di Indonesia. Dalam program ini, PT Telkom tidak hanya menyediakan layanan telepon dan internet, tetapi juga mulai merambah ke layanan digital lain, seperti cloud computing, data center, dan solusi TIK bagi korporasi.

Pada periode ini pula, PT Telkom melakukan ekspansi besar-besaran di bidang jaringan serat optik untuk meningkatkan kecepatan dan kualitas koneksi internet di Indonesia. Program ini menjadi cikal bakal terbentuknya layanan Indihome, sebuah layanan internet broadband yang diluncurkan pada tahun 2015 untuk menyediakan internet berkecepatan tinggi, televisi kabel, dan layanan telepon tetap bagi rumah tangga. Indihome menjadi salah satu produk unggulan Telkom yang mendapatkan respon positif dari masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi digital, PT Telkom terus berinovasi dalam menyediakan layanan digital dan mengembangkan infrastruktur teknologi yang mendukung ekonomi digital di Indonesia. Pada tahun 2013, Telkom mendirikan Telkom Sigma, anak perusahaan yang berfokus pada layanan solusi digital dan teknologi informasi. Di sisi lain, PT Telkom juga memperluas layanannya ke pasar internasional dengan membentuk Telin (Telkom International), yang menyediakan layanan telekomunikasi di luar negeri untuk menghubungkan Indonesia dengan dunia.

Hingga kini, PT Telkom Indonesia masih memegang posisi sebagai pemimpin pasar dalam industri telekomunikasi di Indonesia. Namun, dengan semakin ketatnya persaingan dari perusahaan telekomunikasi

lain, terutama dari operator seluler dan perusahaan penyedia layanan internet, Telkom menghadapi tantangan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan.

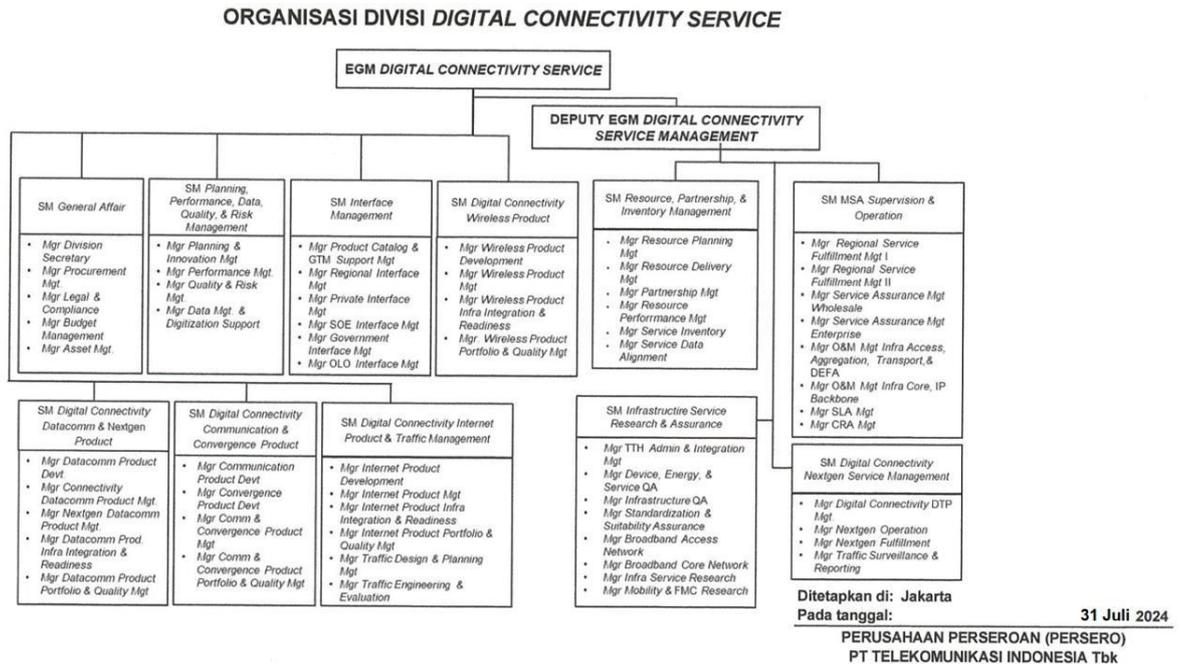
Telkom juga aktif berpartisipasi dalam pengembangan ekosistem digital di Indonesia. Perusahaan ini mendukung inisiatif pemerintah dalam proyek "Indonesia Digital Nation," yang bertujuan untuk mempercepat transformasi digital di berbagai sektor, mulai dari pendidikan, kesehatan, hingga ekonomi. PT Telkom juga ikut serta dalam proyek pembangunan infrastruktur digital nasional, seperti Palapa Ring, untuk memastikan akses internet cepat bisa menjangkau seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah terpencil.

Dalam menghadapi era industri 4.0 dan 5G, PT Telkom terus melakukan pengembangan jaringan dan layanan berbasis teknologi mutakhir. Telkom sudah mulai mengembangkan layanan berbasis Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), dan Big Data untuk meningkatkan kualitas layanan dan membuka peluang baru di sektor bisnis. Perusahaan ini juga berfokus pada pengembangan ekosistem digital, seperti fintech, e-commerce, dan solusi berbasis cloud, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia.

Telkom Indonesia telah mengalami perjalanan panjang dan transformasi besar sejak era kolonial hingga era digital seperti sekarang ini. Berawal dari layanan pos dan telegraf sederhana, Telkom telah berkembang menjadi raksasa telekomunikasi dengan cakupan layanan yang sangat luas, dari telepon, internet, hingga solusi digital yang mendukung berbagai sektor industri. Dengan visi menjadi digital telco yang berfokus pada pengembangan ekosistem digital, PT Telkom Indonesia berkomitmen untuk mendukung transformasi digital di Indonesia dan terus berinovasi dalam menghadapi tantangan industri telekomunikasi di masa depan.

Perjalanan Telkom mencerminkan komitmennya untuk selalu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan terus memberikan kontribusi pada kemajuan teknologi informasi di Indonesia.

Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan Telkom Indonesia

1. SM General Affair

Unit ini bertanggung jawab dalam mengelola aspek administratif dan legal divisi. Unit ini memastikan semua dokumen, anggaran, dan aset divisi terkelola dengan baik dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Selain itu, unit ini juga menangani manajemen anggaran dan aset unit agar operasional dapat berjalan lancar tanpa kendala administratif.

2. SM Planning, Performance, Data, Quality, & Risk Management

Unit ini memiliki peran penting dalam perencanaan dan pengembangan strategi. Unit ini bertugas menyusun rencana, memantau performa tim, memastikan kualitas layanan, dan mengelola risiko agar aktivitas divisi berjalan sesuai target. Unit ini juga mendukung pengelolaan data serta inisiatif digitalisasi, sehingga informasi yang diperlukan bisa diakses dan dikelola dengan lebih efektif.

3. *SM Interface Management*

Unit ini bertugas mengelola komunikasi dan kolaborasi antara divisi dengan pihak eksternal, termasuk pemerintah dan perusahaan lain (seperti OLO - Other Licensed Operator). Unit ini memastikan bahwa produk dan layanan divisi dapat diintegrasikan dengan baik ke dalam berbagai sistem dan pasar. Koordinasi dengan pihak eksternal menjadi kunci utama di divisi ini untuk menjaga kelancaran kerja sama.

4. *SM Digital Connectivity Wireless Product*

Unit ini fokus pada pengembangan dan manajemen produk nirkabel. Unit ini bertanggung jawab untuk memastikan produk nirkabel divisi memiliki kualitas dan performa yang sesuai dengan standar, serta aman untuk digunakan. Selain itu, unit ini juga mengelola risiko produk agar tetap kompetitif dan berdaya saing di pasar.

5. *SM Resource, Partnership, & Inventory Management*

Unit ini berperan dalam perencanaan dan pengelolaan sumber daya divisi, baik itu inventaris maupun kemitraan dengan pihak eksternal. Unit ini memastikan ketersediaan sumber daya yang cukup, baik untuk operasional maupun pengembangan. Pengelolaan stok dan inventaris juga merupakan tanggung jawab utama, untuk menjaga agar divisi memiliki sumber daya yang seimbang dan memadai.

6. *SM MSA Supervision & Operation*

Unit ini memiliki fokus pada pengawasan dan pengelolaan layanan yang diatur dalam SLA (Service Level Agreement). Unit ini memastikan layanan kepada pelanggan dan mitra tetap sesuai dengan standar yang telah disepakati. Selain itu, unit ini juga bertugas mengelola akses infrastruktur dan keamanan layanan untuk menjaga kepuasan serta kepercayaan pelanggan.

7. *SM Digital Connectivity Datacom & Nextgen Product*

Unit ini bertanggung jawab dalam pengelolaan produk-produk data komunikasi (datacom) serta teknologi generasi terbaru (next-gen). Unit ini memastikan bahwa pengembangan produk datacom berjalan lancar dan mampu bersaing di pasar. Selain itu, divisi ini juga mengelola integrasi infrastruktur datacom agar konektivitas divisi tetap optimal.

8. *SM Digital Connectivity Communication & Convergence Product*

Unit ini bertugas mengelola produk-produk komunikasi dan konvergensi. Unit ini bertanggung jawab untuk mengembangkan produk yang menggabungkan teknologi komunikasi dengan teknologi lain agar lebih efisien dan efektif. Selain itu, unit ini juga memastikan kualitas produk agar sesuai dengan standar dan kebutuhan pengguna.

9. *SM Digital Connectivity Internet Product & Traffic Management*

Unit ini memiliki peran penting dalam mengelola produk internet dan manajemen lalu lintas data. Unit ini memastikan layanan internet yang diberikan dapat berjalan stabil dan andal. Selain itu, unit ini mengatur lalu lintas data agar tidak terjadi kemacetan jaringan, sehingga pengalaman pengguna tetap optimal.

10. *SM Infrastructure Service Research & Assurance*

Unit ini berfokus pada penelitian dan pengembangan standar infrastruktur. Unit ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa infrastruktur divisi sesuai dengan standar dan aman digunakan. Selain itu, unit ini juga mengelola akses jaringan *broadband* dan layanan terkait, untuk menjaga kualitas dan keamanan infrastruktur divisi.

11. *SM Digital Connectivity Nexgen Service Management*

Unit ini bertugas dalam pengelolaan produk dan layanan next-gen atau teknologi generasi terbaru. Unit ini memastikan bahwa produk digital transformation (DTP) dapat berjalan sesuai ekspektasi pelanggan dan siap bersaing di pasar. Selain itu, unit ini juga mengawasi proses pemenuhan layanan agar pelanggan mendapatkan layanan yang sesuai dan berkualitas.

Saat melakukan kerja profesi, praktikan ditempatkan di unit *Digital Connectivity Internet Product and Traffic Management*. Didalam unit tersebut terdapat Senior Manager, *Digital Connectivity Internet Product and Traffic Management* sebagai kepala unit dan juga terdapat manager dibawahnya seperti *Manager Internet Product Development*, *Manager Internet Product Mgt*, *Manager Internet Product Infra Integration and Readiness*, *Manager Internet Product Portfolio and Quality Mgt*, *Manager Traffic Design and Planning Mgt*, *Manager Traffic Engineering and Evaluation*.

2.2 Kegiatan Umum Perusahaan

1. Merancang dan mengembangkan layanan internet baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar, seperti paket internet broadband, layanan Wi-Fi, atau solusi internet bisnis.
2. Mengelola dan memantau performa produk-produk internet yang sudah ada, termasuk melakukan analisis pasar, menyesuaikan harga, dan memperbarui fitur sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan.
3. Merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran untuk produk-produk internet, bekerja sama dengan tim pemasaran dan penjualan untuk meningkatkan penetrasi pasar.
4. Melakukan analisis terhadap data penggunaan internet oleh pelanggan untuk mengidentifikasi tren, preferensi, dan potensi kebutuhan baru.
5. Melakukan optimasi jaringan untuk memastikan bahwa penggunaan bandwidth sesuai dengan kapasitas dan tidak menyebabkan kemacetan atau penurunan kualitas layanan.