

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo PT Telkom Indonesia Tbk

PT Telkom Indonesia Tbk merupakan perusahaan yang telah didirikan sejak pemerintahan Hindia Belanda di Indonesia. Pada saat itu, tepatnya tahun 1882, penyelenggara perusahaan Telekomunikasi di Indonesia merupakan pihak swasta, yang mana salah satunya adalah perusahaan Telekomunikasi Indonesia (PT Telkom Indonesia Tbk) dalam jawatan *Post Telegraaf Telefoon* (PTT). Di masa ini, hadirnya telepon telah menandingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya pada 1856 digunakan secara masal. Kemudian pada 1961, berdasar pada Peraturan Pemerintah No.240, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel), yang mana hal ini mengubah status PT Telkom yang tadinya berupa jawatan.

Seiring berkembangnya zaman dan kemajuan dari layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia membagi perusahaan pos dan telekomunikasi menjadi dua, yaitu Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi) yang diatur dalam PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965, untuk memisahkan kedua industri tersebut. PN Telekomunikasi ini lah yang menjadi akar dari Telkom Indonesia. Sejak 2016, Telkom Indonesia menetapkan 6 Juli 1965 juga sebagai hari lahir dari Telkom (Telkom Indonesia, 2021). Pada pemerintahan Orde Baru, tepatnya pada Rencana Pembangunan Lima Tahun (Repelita) V, saat pembangunan dalam sektor

telekomunikasi menjadi fokus utama, maka Perumtel dialihkan menjadi Perusahaan Perseroan (persero) berdasarkan PP No. 15 tahun 1991.

Perubahan besar terjadi mulai 14 November 1995, di mana diadakan Penawaran Umum Perdana (*Initial Public Offering*) dari saham Telkom, yang mana diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), New York Stock Exchange (NYSE) dan London Stock Exchange (LSE). Selain itu juga diperdagangkan di Bursa Saham Tokyo (TSE) tanpa pencatatan. Sejak tahun 1999 Pemerintah Indonesia tidak lagi memonopoli saham dari Telkom, yang mana sesuai dengan penetapan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Kemudian pada 2001, Telkom membeli saham Telkomsel dari Indosat sebesar 35%. Hal ini merupakan implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia, yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat (Hidayahtullah, 2018). Pada 2009, perusahaan ini kembali melakukan perubahan nama menjadi “*New Telkom*”. Setelah banyaknya perubahan nama dan banyaknya perkembangan, mulai 4 Desember 2020 Telkom tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan nama baru menjadi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.

2.1.1 Visi, Misi, Tujuan, dan Core Values Perusahaan

Dalam menyediakan layanan teknologi informasi dan komunikasi, juga mendukung digitisasi nasional dan untuk menginternalisasi agenda transformasi, maka PT Telkom Indonesia Tbk telah menajamkan kembali mengenai *Purpose*, Visi, dan Misi nya (Telkom Indonesia, 2021). *Purpose* atau tujuan dari perusahaan ini, yaitu untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia agar dapat bersaing. Sementara untuk visi dan misi dari perusahaan Telkom Indonesia adalah untuk memajukan masyarakat melalui digital telco, juga untuk membangun platform digital yang dapat diakses seluruh masyarakat, mendorong ekonomi, serta agar masyarakat bisa mendapatkan pengalaman yang baik ketika mengakses digital platform tersebut. *Purpose*, visi serta misi Telkom Indonesia ini sebagaimana yang dijabarkan dalam lampiran pada laporan ini.

Sejalan dengan *purpose*, visi dan misi dari Telkom Indonesia, tekad perusahaan digital ini dalam membangun sebuah citra dilambangkan dari logo perusahaan juga tagline ‘*The World in Your Hand*’ atau yang berarti ‘Dunia dalam Genggaman Anda’. Tagline ini memiliki pesan bahwa komitmen Telkom untuk

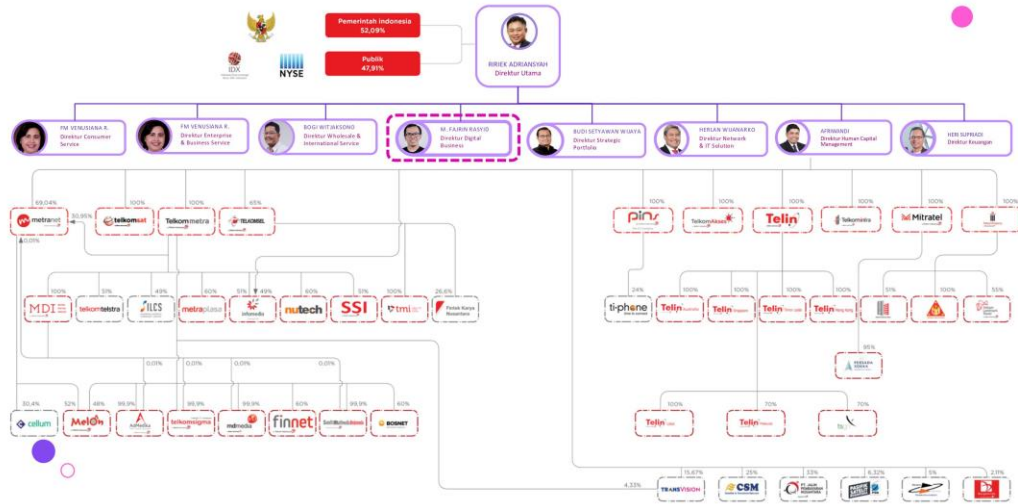
membuat segala hal menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan saat mengakses dunia (Telkom Indonesia, 2021). Sesuai dengan Surat Edaran Menteri BUMN SE-7/MBU/07/2020 tentang Nilai-nilai Utama (Core Values) Sumber Daya Manusia BUMN, Telkom Indonesia menetapkan AKHLAK sebagai nilai utama juga identitas untuk meningkatkan kinerja Sumber Daya Manusia (SDM). Ada pun nilai-nilai tersebut, yaitu:

- a. Amanah: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- b. Kompeten: Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- c. Harmonis: Saling peduli dan menghargai perbedaan
- d. Loyal: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara
- e. Adaptif: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
- f. Kolaboratif: Membangun kerja sama yang sinergis

Melalui nilai-nilai utama, *purpose*, visi dan misi ini, Telkom Indonesia berhasil menjadi perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, yang mana perusahaan ini memiliki pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta. Per kuartal 1 2021, Telkom berhasil meraup pendapatan sebesar Rp 33,94 triliun (Kosasih, 2021). Pada April 2022 lalu, Telkom menjadi BUMN pertama yang mendapatkan sertifikasi Great Place to Work (GPTW) dari Great Place to Work Institute (Telkom Indonesia, 2022).

2.2 Struktur Organisasi

Organigram Telkom Group

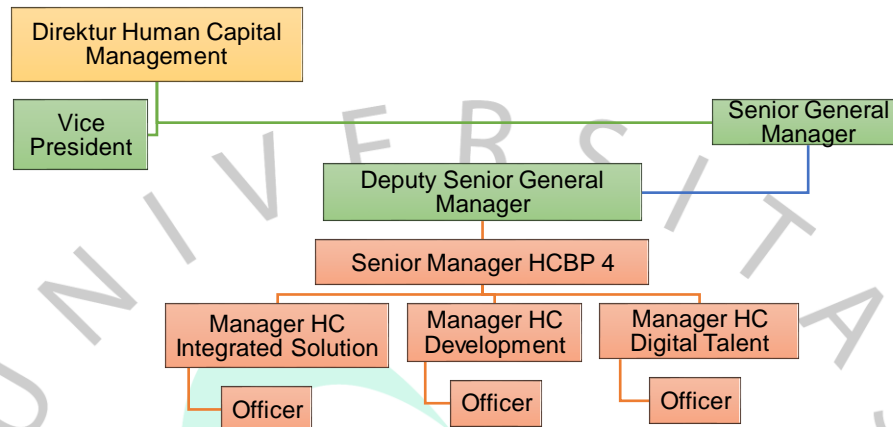


Gambar 2. 2 Struktur PT Telkom Indonesia Tbk

Saham dari perusahaan Telkom Indonesia, saat ini yang terbesar dipegang oleh Pemerintah Indonesia, yaitu sebesar 52,09%. Sementara publik memiliki 47,91% dari saham Telkom Indonesia. Per 31 Desember 2021, Telkom Indonesia memiliki 36 anak perusahaan dengan kepemilikan langsung dan tidak langsung, yang mana dipimpin oleh seorang Direktur Utama yaitu Ririek Adriansyah. Kemudian Direktur Utama ini memimpin delapan direktorat yang ada pada Telkom Indonesia. Seluruh director dibagi ke dalam 3 unit fungsi, yaitu *Customer Facing Unit*, *Digital Facing Unit*, dan *Support*. Untuk *Customer Facing Unit* (CFU) meliputi Direktur *Consumer Service* oleh FM Venusiana R, Direktur *Enterprise and Business Services* oleh Edi Witjara, dan Direktur *Wholesale & International Service* oleh Bogi Witjaksono. Kemudian untuk *Digital Facing Unit* (DFU) ada Direktur *Digital Business* oleh Muhamad Fajrin Rasyid. Terakhir ada unit *Support* meliputi Direktur *Strategic Portfolio* oleh Budi Setyawan Wijaya, Direktur *Network & IT Solution* oleh Herlan Wijanarko, Direktur *Human Capital Management* oleh Afriwandi, dan Direktur *Keuangan* oleh Heri Supriadi. Dalam pelaksanaan kerja profesi ini, praktikan bergabung dengan Human Capital Management.

2.2.1 Struktur Divisi Human Capital Management

Tabel 2. 1 Struktur Divisi Human Capital Management



Pada divisi Human Capital Management, setiap posisi memiliki tanggung jawab dan tugasnya masing-masing. Divisi yang menaungi praktikan saat menjalankan program Kerja Profesi adalah Human Capital Business Partner (HCBP) 4, yang posisi beserta penjabaran tugas kerjanya sebagaimana terlampir di halaman lampiran:

1. Direktur Human Capital Management
2. Vice President
3. Senior General Manager
4. Deputy Senior General Manager
5. Senior Manager HCBP 4
6. Manager HC Integrated Solution
7. Manager HC Development
8. Manager HC Digital Talent
9. Officer

Pada pelaksanaan masa kerja profesi ini, praktikan akan membantu salah satu fungsi dari divisi Human Capital Business Partner 4, yaitu Human Capital Digital Talent sebagai Human Capital Communication Intern. Bidang kerja yang akan praktikan jalani adalah pengelolaan media sosial dari HC Communication,

yaitu @DigitalHCTelkom. Dalam pengelolaan, praktikan melakukan riset, *content planning*, lalu mendiskusikannya melalui rapat *content planning*, produksi dan implementasi melalui unggahan di Instagram, dan melakukan evaluasi sebagai masukan kedepannya. Selain itu, praktikan juga membantu divisi HCBP 4 dalam proses rekrutasi dan *onboarding*, salah satunya menyusun dokumen administrasi dan menjadi *Master of Ceremony* (MC).

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Telkom Indonesia Tbk merupakan perusahaan dengan strategi bisnis yang berorientasi pada pelanggan atau *customer-oriented* yang mana sedang berusaha untuk beralih menjadi sebuah *digital telecommunication company*. Perubahan ini nantinya akan membuat PT Telkom Indonesia lebih cekatan dalam beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan cepatnya perubahan industri telekomunikasi seperti saat ini. Hal ini juga yang membuat kegiatan usaha dari PT Telkom Indonesia terus tumbuh berkembang dan mengalami banyak perubahan, yang masih sejalan dalam industri telekomunikasi, seiring dari perkembangannya teknologi informasi, komunikasi dan adanya digitalisasi (Telkom Indonesia, 2021). Saat ini PT Telkom menerapkan pembagian bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain, yaitu:

1. *Digital Connectivity*: Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite
2. *Digital Platform*: Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity
3. *Digital Services*: Enterprise, Consumer