

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Telkom Indonesia (persero) Tbk, juga dikenal sebagai Telkom Indonesia atau Telkom, adalah perusahaan informasi dan komunikasi yang menyediakan jaringan dan layanan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini memiliki 15 juta pelanggan telepon tetap dan 104 juta pelanggan telepon seluler, yang membuatnya telah lama menjadi perusahaan telekomunikasi terbesar di negara Indonesia.

Tiga belas anak perusahaan Telkom adalah PT Telkom Indonesia, PT Multimedia Nusantara, PT PINS Indonesia, dan PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel). Masyarakat umum memiliki 47,91 persen saham Telkom, sedangkan pemerintah Indonesia memiliki 52,09 persen. Telkom adalah perusahaan BUMN.

Sebuah badan usaha swasta mendirikan Telkom, perusahaan telekomunikasi Indonesia, untuk menyediakan layanan pos dan telegraf pada tahun 1882. Pada masa itu, pemerintah Hindia Belanda menggabungkan jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT) untuk memberikan layanan komunikasi. Pada tahun 1856, layanan telegraf mulai digunakan untuk menghubungkan Batavia (Jakarta) dengan Buitenzorg (Bogor).

Jabatannya diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) pada tahun 1961. Namun, pada 6 Juli 1965, pada hari ulang tahun Telkom, manajemen Telkom memecah PN Postel menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Telkom, yang sekarang dikenal sebagai PN Telekomunikasi, membentuk kembali Perusahaan Umum Telekomunikasi (perumtel) pada tahun 1974. Pada tahun 1974, pertukaran mulai menyediakan layanan telekomunikasi nasional dan

internasional. Permutel berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) pada tanggal 1 Mei 1991. Aturan pemerintah nomor 25 tahun 1991 mengubah nama Permutel menjadi PT. Telekomunikasi Indonesia.

Penawaran Umum Perdana saham Telkom diadakan pada tanggal 14 November 1995. Akibatnya, saham Telkom tercatat dan diperdagangkan pada Bursa Efek Jakarta (BEJ/JSX) dan Bursa Efek Surabaya (BES/SSX). Pada tanggal 14 Juli 2003, saham ini juga diperdagangkan pada Bursa Efek New York (NYSE) dan London (LSE).

Manajemen Telkom langsung memberi tahu BEI pada tanggal 13 November 2020 bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk telah mengubah namanya menjadi PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk sejak 4 Desember 2020.

2.1.1 Makna Logo PT. Telkom Indonesia



Gambar 2.1 Logo PT. Telkom Indonesia

Sumber: google

Desain dari logo PT. Telkom Indonesia memiliki banyak perpaduan warna mulai Merah, Hitam, Putih, dan Abu-Abu. Setiap warna memiliki filosofinya sendiri, seperti yang ditunjukkan dalam desain logo PT Telkom Indonesia.

- a. Warna Merah, memiliki filosofi sebagai melambangkan keberanian, berenergi, ulet, dan bersemangat. Dengan artian bahwa warna ini akan memberikan spirit Telkom yang selalu optimis dan berani dalam menghadapi permasalahan dan tantangan dalam perusahaan.
- b. Warna Hitam, melambangkan kemauan yang keras, kokoh, elegan, dan percaya diri.

- c. Warna Putih, melambangkan kesucian, damai, cahaya, dan bersatu. Dalam filosofi ini mencerminkan bahwa semangat Telkom dalam hal memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia.
- d. Warna Abu-Abu, melambangkan sebuah kualitas, teknologi, modern, kecanggihan, dan inovasi.

Dalam pemaparan desain logo selanjutnya akan menjelaskan mengenai filosofi dari desain logo PT. Telkom Indonesia.

- a. Lingkaran yang terdapat pada desain logo telkomsel memiliki filosofi atau makna yang tidak berujung, melambangkan sebuah wawasan nusantara yang luas, ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional.
- b. Desain tangan yang terdapat pada logo Telkom melambangkan makna meraih, dan menggapai suatu ekspansi luar.
- c. Desain jari tangan memiliki makna berupa kecermatan dan kepercayaan yang erat.
- d. Desain penggabungan antara tangan dan lingkaran yang menyatu menggambarkan bentuk matahari dengan makna seperti matahari yang akan terbit melambangkan perubahan dan sebuah awalan yang baru.
- e. Desain telapak tangan menggambarkan kesan menggapai kehidupan di masa depan.

2.1.2 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk

a. Visi Perusahaan

Menjadi Digital Telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat. Dalam mewujudkan visi ini terdapat 3 program yang dilakukan oleh Telkom, yaitu memberikan pengalaman pelanggan yang menarik, memperluas bisnis digital Telkom, dan Mengintensifkan Cerdas Anorganik.

b. Misi Perusahaan

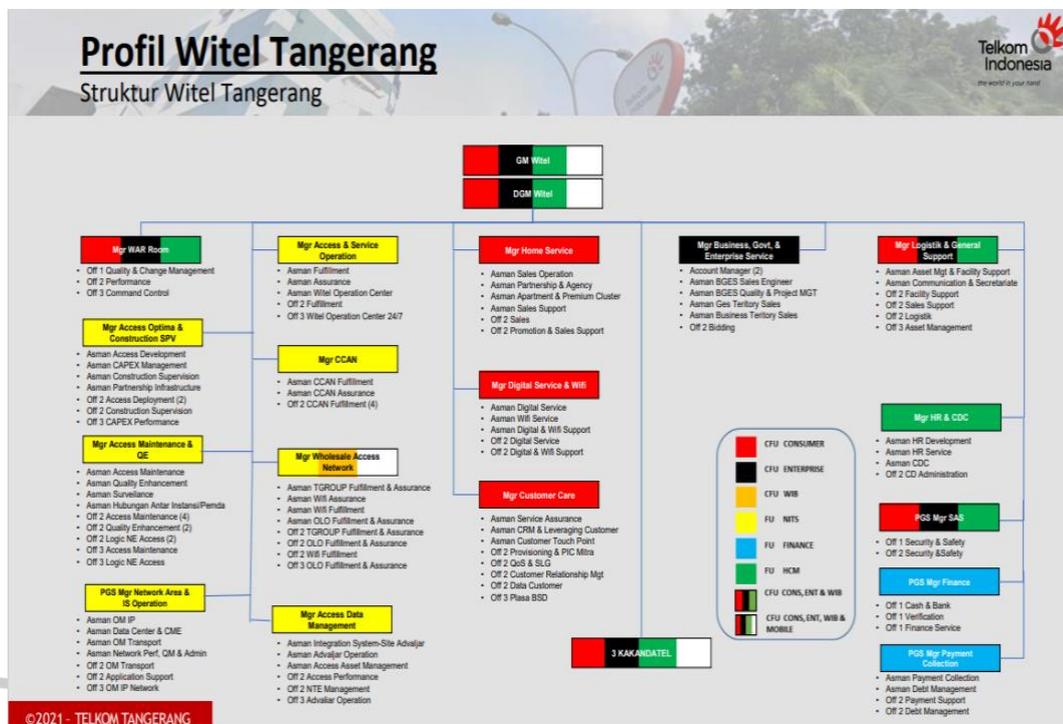
1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang dapat membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorekstrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital yang terbaik bagi pelanggan.

c. Nilai-Nilai Perusahaan

Selain Visi dan Misi tentunya sebuah perusahaan harus memiliki sebuah nilai dengan tujuan agar terjadinya kelancaran dalam perusahaan untuk selalu bisa menyesuaikan posisi perusahaan terhadap citra mereka. PT Telkom Indonesia sendiri memiliki nilai perusahaan yang mereka sebut sebagai “**AKHLAK**”. Berikut merupakan penjelasannya:

1. **AMANAHAH**, memegang teguh kepercayaan yang diberikan terhadap Telkom.
2. **KOMPETEN**, terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. **HARMONIS**, saling peduli dan menghargai perbedaan yang ada.
4. **LOYAL**, berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. **ADAPTIF**, terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan yang ada.
6. **KOLOBORATIF**, membangun Kerjasama yang sinergis.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Telkom Witel Tangerang

Gambar di atas merupakan struktur organisasi yang terdapat pada PT Telkom Witel Tangerang. Berikut merupakan penjelasan mengenai struktur organisasi yang terdapat pada PT Telkom Witel Tangerang.

1. GM Witel (*General Manager*)

Pada bagian GM Witel merupakan divisi yang berada langsung di bawah ketua manager PT Telkom Witel Tangerang. *General Manager* atau yang disingkat sebagai GM merupakan jabatan tertinggi pada PT Telkom Witel Tangerang dan atasan dari seluruh pelaksanaan divisi-divisi seperti *War Room*, *Manager Access*, *Service Operation*, *Consumer Service*, *Manager Customer Care* yang bertujuan untuk mengawasi kinerja dari divisi-divisi tersebut untuk kelancaran promosi dan kegiatan yang berkaitan dengan kesuksesan IndiHome.

2. DGM Witel (*Deputy General Manager*)

DGM atau *Deputy Genral Manager* merupakan wakil dari GM (*General Manager*). Tugas dari DGM ini tidak jauh berbeda dengan GM yang sama-sama membawahi divisi-divisi yang terdapat pada PT Telkom Witel Tangerang. Pada umumnya semua kelancaran proses pekerjaan atau terlaksananya oprasional akan dilakukan pengecekan oleh DGM dan nantinya DGM akan menyerahkan kepada GM untuk pendataan keseluruhan kinerja pada PT Telkom Witel Tangerang.

3. Manager Access & Service Operation

Bagian ini bertugas untuk memastikan mengenai potensi jaringan pelanggan. Pada divisi *Manager Access & Service Operation* memiliki fungsi utama ialah memaksimalkan kepuasan pelanggan dengan melakukan pendataan pelanggan pemasangan baru atau melakukan mutasi. Melakukan perbaikan gangguan jaringan serta menerapkan Teknik *access support* secara optimal akan mencapai kepuasan pelanggan.

4. Manager Access Maintenance

Divisi ini memastikan bahwa terdapatnya jaringan akses dan kualitas yang dibutuhkan pada *Access Network*. Untuk menyukseskan bagian ini tentunya diperlukan sebuah pengembangan, pemeliharaan, dan peningkatan kualitas jaringan akses IndiHome. Terdapatnya alat ukur jaringan yang sesuai dengan standar tentunya akan menyukseskan bagian divisi *Manager Access Maintenance*.

5. Manager Customer Care

Divisi *Manager Customer Care* memiliki tugas utama untuk meningkatkan loyalitas pelanggan IndiHome atau tercapainya kepuasan pelanggan akan penggunaan jaringan IndiHome. Dalam menyukseskan bagian divisi *Manager Customer Care* tentunya perusahaan harus mampu memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki.

6. Manager Home Service

Divisi *Manager Home Service* merupakan divisi yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan-kegiatan promosi IndiHome. Dalam divisi ini merupakan layanan mengenai promo-promo menarik yang nantinya akan diberikan atau ditawarkan terhadap calon pelanggan IndiHome.

7. PGS Manager SAS

Divisi *PGS Manager SAS* merupakan divisi yang bergerak dalam penjagaan dan keamanan mengenai data-data pelanggan Indihome. Dalam divisi ini PT Telkom Witel Tangerang harus mampu dalam menjaga keamanan atau *Privacy* pelanggan mereka agar tidak terjadinya kebocoran data-data pribadi pelanggan dengan cara memberikan atau memasang proteksi pada aplikasi mereka (MyCX dan KPRO).

8. Manager CCAN

CCAN merupakan kepanjangan dari *Corporate Customer Access Network*. Divisi CCAN ini melakukan pekerjaan mengenai terjaminnya kualitas layanan terhadap pelanggan dari sektor Pasar, Pelanggan, dan Pesaing. Pada sektor pasar, divisi ini harus mampu menyesuaikan apakah sudah disampaikan secara sesuai mengenai kebutuhan layanan IndiHome terhadap pasar yang ada. Pada sektor pelanggan, perusahaan harus mampu menargetkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan melalui layanan yang diberikan IndiHome. Pada Pesaing divisi ini harus mampu mengamati pergerakan pesaing IndiHome agar mampu menciptakan sebuah layanan yang baik dibandingkan competitor atau pesaing.

9. Manager Digital Service & WIFI

Divisi *Manager Digital Service & WIFI* merupakan divisi dimana praktikan melakukan kerja profesi. Dalam divisi ini menjalankan proses kelanjutan dari registrasi pelanggan hingga ke tahap pemasangan pelanggan yang tentunya keseluruhan proses dilakukan secara Digital dalam pengecekan Data-Data Pelanggan dan status WIFI Pelanggan.

10. Manager HR & CDC

Divisi Manager HR & CDC merupakan divisi yang bergerak dalam melaksanakan aktivitas survey terhadap calon pekerja baik karyawan tetap atau kemitraan. Tujuan utama pada divisi ini ialah memberikan pembinaan atau pembelajaran terhadap sumber daya manusia baru pada perusahaan agar keseluruhan operasional perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. CDC sendiri merupakan kepanjangan dari *Community Development Center* sedangkan HR merupakan singkatan dari *Human Resources*.

