

BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 1856, sebuah jasa layanan Telegraf Elektromagnetik dimulai di Indonesia. Layanan tersebut dapat menghubungkan Batavia, yang sekarang disebut Jakarta, dengan Buitenzorg, yang sekarang disebut Bogor. Pada tahun 1882, badan usaha swasta diadakan untuk menyediakan layanan pos dan telegraf. Perusahaan swasta ini telah dirubah menjadi Perusahaan Negara Post Telekomunikasi (PN Postel) pada tahun 1961.

Perubahan berikutnya dilakukan setelah perubahan ini. Salah satu perubahan yang dilakukan adalah PN Postel dipecah menjadi dua pada tahun 1965, pada 6 Juli 1965, menjadi Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telkomunikasi) dan Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro). Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1965 mengatur pembagian ini. Jadi, pada tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan 6 Juli 1965 sebagai hari lahir perusahaan.

Kemudian PN Telkomunikasi diubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) pada tahun 1974. Perumtel bertanggung jawab untuk menyediakan jasa telekomunikasi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. PT Indonesian Satellite Corporation Tbk, yang dimiliki oleh American Cable and Corp. (juga dikenal sebagai TBK) pada tahun 1980, diubah oleh pemerintah Indonesia menjadi BUMN yang bertanggung jawab untuk menyediakan jasa telekomunikasi global.

Selama sejarah, nama terus berubah sampai Undang-Undang (UU) baru dibuat pada tahun 1989. UU Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi adalah undang-undang tersebut. Undang-undang tersebut mengatur bagaimana pihak swasta di Indonesia menjalankan telekomunikasi. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1991,

Perumtel diubah lagi. Perusahaan diubah menjadi perusahaan perseroan dan diberi nama PT Telekomunikasi Indonesia.

Pada awalnya, Perusahaan Telkom memiliki monopoli di bidang telekomunikasi di Indonesia. Namun, setelah UU No. 36 Tahun 1999, yang memungkinkan pasar bebas di bidang telekomunikasi, monopoli ini hilang.

Dihapuskan kepemilikan silang PT Indosat dan PT Telkom pada tahun 2001, Perusahaan Telkom membeli 35% saham Telkomsel. Sejak peristiwa itu, pada Agustus 2002, duopoli bertanggung jawab atas penyelenggaraan telekomunikasi lokal di Indonesia. Telkom Baru didirikan pada 23 Oktober 2009, menandakan perubahan identitas Perusahaan Telkom.

● 2.1.1 Logo



Gambar 2.1 Logo PT Telkom Indonesia
Sumber: Google

Perusahaan ini Sans Serif—Arial Rounded sebagai jenis hurufnya. Dengan font yang bold, tulisan "Telkom Indonesia" akan memberi kesan modern dan menunjukkan keinginan untuk belajar dengan melakukan hal-hal baru. Warna pada logo Telkom memiliki arti dan melambangkan PT Telkom, yaitu:

- Merah
Mengisyaratkan keberanian, berenergi, ulet dan bersemangat. Maka memiliki makna seperti memberikan semangat Telkom yang selalu optimis dan berani dalam menempuh permasalahan dan tantangan di perusahaan.
- Hitam

Mengisyaratkan kemauan diri yang kuat, kokoh, elegan dan memiliki percaya diri bagi Perusahaan Telkom.

- Putih

Mengisyaratkan suci, damai, cahaya dan bersatu, maka mencerminkan spirit Telkom dalam hal memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia.

- Abu-abu

Mengisyaratkan adanya kualitas, teknologi, modern, kecanggihan dan inovas yang dimiliki perusahaan.

Bentuk pada logo PT Telkom terdiri dari :

- Lingkaran yang memiliki arti tak berujung, melambangkan pengetahuan nusantara yang luas, ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional.
- Tangan memiliki arti sedang meraih, dan menggapai perluasan usaha baru.
- Jari tangan yang kecil memiliki arti ketepatan dan kepercayaan yang erat.
- Kombinasi antara tangan dan lingkaran yang bersatu sehingga membentuk matahari yang memberikan makna seperti matahari terbit yang melambangkan perubahan dan awal yang baru
- Telapak tangan memiliki arti menggapai kehidupan di masa yang akan datang.

2.1.2 Visi dan Misi

- Visi PT Telkom Indonesia:

“Menjadi Digital Telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.”

- Misi PT Telkom Indonesia:
 - a. Memperlancar pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat digunakan oleh seluruh masyarakat.
 - b. Meluaskan kemampuan digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
 - c. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik
- *Purpose* PT Telkom Indonesia:
Menciptakan bangsa yang lebih Makmur dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pihak yang berkepentingan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

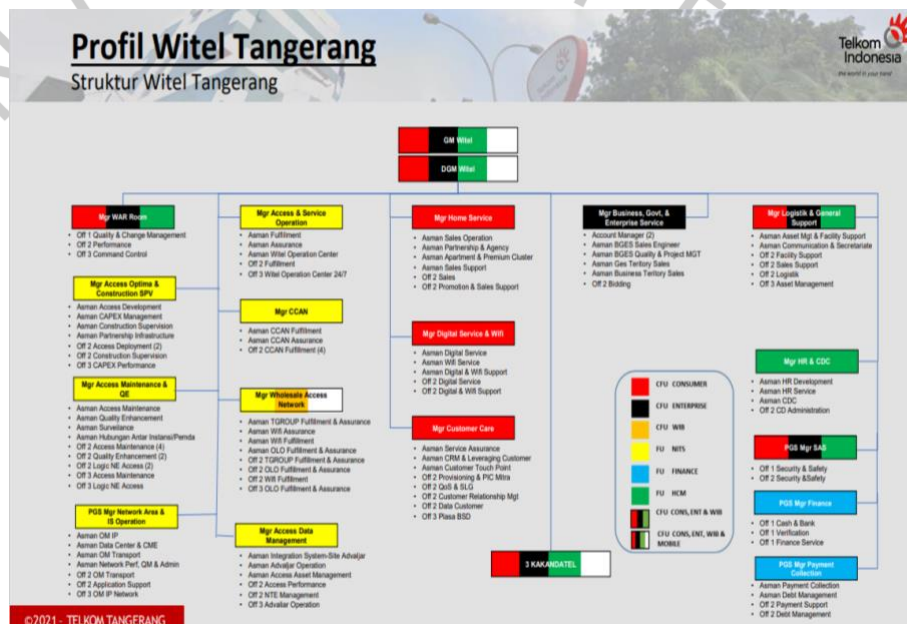
PT Telkom Indonesia memiliki nilai perusahaan yang mereka sebut dengan “**AHLAK**”

- **AMANAH**
Menjaga kepercayaan secara penuh yang diberikan.
- **KOMPETEN**
Selalu belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- **HARMONIS**
Saling empati dan menghargai perbedaan
- **LOYAL**
Mengabdikan dan mendahulukan kepentingan Bangsa dan Negara.
- **ADAPTIF**

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

- **KOLABORATIF**
Memciptakan kerja sama yang sinergis.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber: Telkom Witel Tangerang

1. GM Witel (General Manager)

GM Witel merupakan divisi yang posisinya berada langsung di bawah ketua manager PT Telkom Witel Tangerang. General Manager (GM) adalah posisi jabatan tertinggi di PT Telkom Witel Tangerang. GM memiliki tujuan untuk mengawasi kinerja dari divisi-divisi yang ada di bawahnya untuk kelancaran promosi dan kegiatan yang berkaitan dengan kesuksesan IndiHome Tangerang.

2. Deputy General Manager (DGM)

Deputy General Manager (DGM) merupakan wakil dari General Manager (GM). DGM memiliki tugas yang tidak jauh berbeda dengan tugas GM, yaitu sama-sama membawahi divisi-divisi yang terdapat di PT Telkom Witel Tangerang. Pada umumnya semua kelancaran proses pekerjaan atau terlaksananya operasional akan dilakukan pengawasan oleh DGM, kemudian DGM akan menyerahkan kepada GM untuk pendataan keseluruhan kinerja pada PT Telkom Witel Tangerang.

3. Manager Access Maintenance

Divisi ini memastikan tersedianya jaringan akses dan kualitas yang dibutuhkan pada Access Network untuk melakukan sebuah pengembangan, pemeliharaan, dan Reningkatan kualitas jaringan akses IndiHome. Terdapatnya alat ukur jaringan yang sesuai dengan standar tentunya akan menyukseskan bagian divisi Manager Access Maintenance.

4. Manager Access & Service Operation

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

5. 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.

6. Manager Customer Care

Divisi Manager Customer Care memiliki tugas utama yaitu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap IndiHome dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan akan penggunaan jaringan IndiHome.

7. Manager Home Service

Divisi Manager Home Service merupakan divisi yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan-kegiatan promosi Indihome. Divisi ini memberikan layanan berupa pengenalan promo-promo menarik yang nantinya akan ditawarkan kepada calon pelanggan IndiHome.

8. PGS Manager SAS

Divisi PGS Manager SAS merupakan divisi yang melakukan pengecekan dalam pengamanan data-data pelanggan Indihome. Dalam divisi ini PT Telkom Witel Tangerang harus mampu dalam menjaga keamanan data-data diri pelanggan agar tidak terjadinya kebocoran data-data pribadi pelanggan yang dapat disalah gunakan oleh oknum tidak bertanggung jawab dengan cara memberikan atau memasang proteksi pada aplikasi mereka.

9. Manager HR & CDC

Divisi Manager HR & CDC merupakan divisi yang bergerak dalam bidang 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 oprasional perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. CDC sendiri merupakan kepanjangan dari Community Development Center sedangkan HR merupakan singkatan dari Human Resources.

10. Manager Digital Service & Wi-Fi

Divisi Manager Digital Service & Wi-Fi merupakan divisi dimana praktikan mendapatkan tugas dalam melakukan kerja profesi. Pada divisi ini melakukan proses kelanjutan dari registrasi yang dilakukan oleh pelanggan hingga ke tahap pemasangan pelanggan yang tentunya keseluruhan proses dilakukan secara Digital dalam pengecekan Data-Data Pelanggan dan status Wi-Fi Pelanggan.

2.3 Kegiatan Perusahaan/Bagian/Divisi

2.3.1 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Telkom Indonesia adalah BUMN yang beroperasi di Indonesia dalam bidang jasa telekomunikasi dan jaringan. Beberapa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan termasuk komunikasi interkoneksi jaringan telepon, layanan multimedia, data dan layanan komunikasi internet terkait, dan lain-lain. Dengan perkembangan teknologi, informasi, dan digitalisasi, kegiatan dan produk TelkomGroup terus berkembang dan berubah. Namun, ini masih termasuk dalam domain informasi dan telekomunikasi. Ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang yang melengkapi bisnis lama.

Beberapa layanan yang ditawarkan oleh Telkom Indonesia adalah sebagai berikut:

1. IndiHome.



Gambar 2.3 Logo IndiHome

Sumber: *Google*

Gambar 2.3 menunjukkan logo IndiHome Produk milik Telkom ini merupakan layanan telekomunikasi yang terdiri dari *High Speed Internet* atau Internet Cepat. Dalam layanan IndiHome terbagi lagi beberapa layanan, yaitu layanan Internet, Televisi, Telepon, dan Program-program lainnya. Biasanya IndiHome dikenal dengan produk WiFi yang sering digunakan di rumah, cafe, kantor dan universitas atau sekolah. Namun, IndiHome juga memiliki layanan internet yang lain nya yang jarang orang kenal atau ketahui.

2. Telkomsel.



Gambar 2.4 Logo Telkomsel

Sumber: *Google*

Gambar 2.4 menunjukkan logo Telkomsel. Produk milik Telkom ini merupakan layanan yang menawarkan isi ulang pulsa, paket internet, dan paket telepon. Berbeda dengan IndiHome, Telkomsel biasanya digunakan untuk *smartphone*. Telkomsel juga tidak memiliki layanan televisi seperti yang dimiliki oleh IndiHome. Telkomsel biasanya berbentuk kartu dan lebih mudah digunakan karena tersimpan di dalam *smartphone*.

3. Telkomsel Orbit.



Gambar 2.5 Logo Telkomsel Orbit

Sumber: Google

Gambar 2.6 menunjukkan logo Telkomsel Orbit. Telkomsel Orbit merupakan *home wireless internet* atau yang sering disebut dengan *modem*. Telkomsel Orbit ini tidak seperti Wi-Fi IndiHome yang memerlukan kabel. Telkomsel Orbit juga dapat menjangkau wilayah-wilayah yang tidak dapat dijangkau oleh IndiHome. Dengan bentuk Telkomsel Orbit yang seperti modem, maka Telkomsel Orbit lebih mudah untuk dibawa kemana saja dan bentuknya yang tidak terlalu besar menguntungkan pengguna nya.

4. LinkAja



Gambar 2.6 Logo LinkAja

Sumber: Google

Gambar 2.5 menunjukkan logo LinkAja. *LinkAja* adalah *T-Cash* yang diganti nama nya oleh Telkomsel. *LinkAja* dan *T-Cash* sama-sama merupakan uang digital Telkomsel. Berbeda dengan *T-Cash*, *LinkAja* tidak berbentuk sticker seperti *T-Cash* dahulu. *LinkAja* berupa aplikasi yang dapat diunggah pada *smartphone* masyarakat. Produk LinkAja ini mirip seperti Dana, Gopay, Ovo, dan uang digital lain nya yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang modern.