

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E.S (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services*) milik negara yang terbesar di Indonesia, yaitu sebuah bisnis yang lebih lengkap mengikuti tren perubahan bisnis global di masa datang.

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg). Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai patokan hari lahir Telkom.

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah

menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI menjadi BUMN untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES), keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo. Jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham.

Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Sejak tahun 1989, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia.

Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan “New Telkom” (“Telkom baru”) yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

Dengan memiliki identitas yang baru, PT Telkom Indonesia mempunyai tugas pokok dan fungsi untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. PT Telkom Indonesia akan berusaha menjadi perusahaan yang memiliki layanan dan jaringan telekomunikasi berkualitas dengan harga yang kompetitif. Berikut visi dan misi dari PT Telkom Indonesia, yaitu:

- Visi PT Telkom Indonesia

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment, dan Services* (T.I.M.E.S) di kawasan regional.

- Misi PT Telkom Indonesia

- Menyediakan layanan T.I.M.E.S yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

- **Nilai-Nilai Perusahaan**

Sistem dan budaya terus dikembangkan sesuai dengan tuntutan dan perubahan bisnis untuk mewujudkan cita-cita agar PT Telkom Indonesia terus maju, dicintai pelanggannya, kompetitif di industrinya dan dapat menjadi *role model* perusahaan.

Sejak tahun 2009 dilakukan transformasi budaya baru perusahaan yang disebut dengan *The Telkom Way*. Pengembangan budaya selanjutnya, dilakukan pada tahun 2013 dengan ditetapkannya Arsitektur Kepemimpinan dan Budaya Perusahaan (AKBP) Telkom Group. Secara lengkap budaya perusahaan digambarkan sebagai berikut:

*Philosophy to be the Best: Always The Best* adalah sebuah *basic belief* untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan. *Always the Best* memiliki esensi yang dalam pengertian ini diterjemahkan terbaik. Karyawan yang memiliki semangat akan selalu memberikan hasil kerja yang lebih baik dari yang seharusnya, sehingga secara otomatis akan dilandasi oleh hati yang ikhlas. Ketika setiap aktivitas yang dilakukan adalah bentuk dari ibadah kepada Allah SWT.

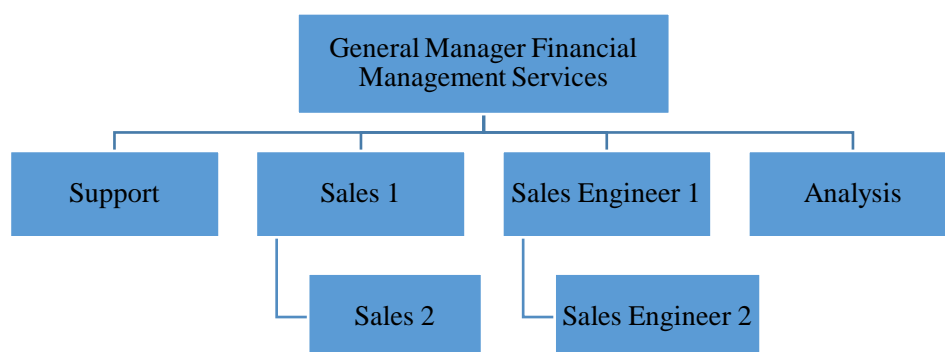
*Philosophy to be the Best: Integrity, Enthusiasm, Totality Always the Best* menuntut setiap insan Telkom memiliki integritas (*integrity*), antusiasme (*enthusiasm*), dan totalitas (*totality*).

*Principles to be the Star dari The Telkom Way* adalah 3S yakni *Solid, Speed, Smart* yang sekaligus menjadi *core values* atau *great spirit*.

*Practices to be the Winner : Imagine – Focus – Action Practices to be the Winner* dari *The Telkom Way* adalah IFA yakni *Imagine, Focus, Action* sekaligus sebagai *Key Behaviors*.

## B. Struktur Organisasi

Dalam sebuah perusahaan, struktur organisasi merupakan hal yang sangat dibutuhkan agar perusahaan tersebut dapat menjalankan alur pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab. Struktur organisasi berguna untuk mempermudah dalam melakukan identifikasi pada fungsi dan jabatan yang berperan. Pihak manajemen akan lebih mudah dalam mengawasi pekerjaan dan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan tugas di bidang masing-masing. Struktur organisasi PT Telkom Indonesia secara bagan terdapat di Lampiran 7. Berikut struktur organisasi salah satu segmen tempat praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Telkom Indonesia yaitu segmen *Financial Management Services (FMS)*.



**Gambar II.1 Struktur Organisasi Segmen Financial Management Services Telkom.**

Sumber: Data diolah oleh penulis

Susunan Struktur Organisasi Segmen Financial Management Services Telkom tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *General Manager FMS*

*General Manager (GM)* adalah posisi tertinggi di dalam segmen FMS Telkom. General Manager yang bertanggung jawab sebagai pimpinan FMS untuk memastikan kinerja berjalan dengan baik. Berikut tugas dan wewenang seorang General Manager, yaitu:

- Menjabarkan strategi unit bisnis, program strategis, dan kontrak kinerja unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan, dengan menyusun program kerja beserta indikator-indikator kerjanya, mengalokasikan sumber daya, mendistribusikan pekerjaan kepada para anggota tim /staf secara proposional, memonitor dan mereview pencapaiannya secara periodik;
- Mencapai kinerja fungsi secara impresif, dengan mengidentifikasi hal-hal disyaratkan dalam peningkatan kinerja, membangun sistem kerja yang sistematis, merekomendasi solusi-solusi, dan mengembangkan kapabilitas solusi;
- Membuat desain penawaran /proposal solusi untuk pelanggan;
- Menerima dan menindaklanjuti order layanan dan keluhan /klaim;
- Membangun relasi dengan unit kerja lain (eksternal/internal) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan;
- Mempelajari keahlian atau pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja.

*b. Support*

*Support* merupakan salah satu unit kerja di segmen FMS. *Support* di pimpin oleh seorang manager yang mempunyai tanggung jawab untuk mengelola transaksi keuangan di segmen FMS. Mencatat seluruh pendapatan yang dimiliki segmen ketika *customers* yang menggunakan jasa layanan dan jaringan Telkom melakukan pembayaran. Berikut tugas dan wewenang seorang manager *support*, yaitu:

- Menyajikan program kerja unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan segmen, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan kontrak manajemen secara fungsional, dan menyusun indikator-indikator kinerja unit;
- Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan merumuskan sasaran kinerja individu tim/staf, mengalokasikan sumber daya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja yang telah tersusun, memonitor dan mereview pencapaian kinerja anggota tim/staf secara periodik;
- Memastikan setiap transaksi pemakaian anggaran dicatat dalam Sistem Aplikasi dan Produk (SAP) dan aplikasi lain yang ditentukan, untuk kemudian dievaluasi secara periodik dalam rangka pengelolaan anggaran yang efektif;
- Memastikan *revenue corporate customer* didata dan dicatat dengan baik dalam SAP guna mendukung evaluasi *customer profitability* secara komprehensif.

c. *Sales*

*Sales* merupakan salah satu unit kerja di segmen FMS. *Sales* dipimpin oleh seorang manager yang mempunyai tanggung jawab untuk pengajuan dan proses mengawal Telkom ke *corporate customer* ketika melakukan sebuah penawaran jasa layanan dan jaringan yang dimiliki oleh Telkom sesuai prosedur. Berikut tugas dan wewenang seorang manager *sales*, yaitu:

- Menyajikan program kerja unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan segmen, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan kontrak manajemen secara fungsional, dan menyusun indikator-indikator kinerja unit;
- Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan merumuskan sasaran kinerja individu tim /staf, mengalokasikan sumber daya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja yang telah tersusun, memonitor dan *review* pencapaian kinerja anggota tim /staf secara periodik;
- Memastikan *bidding document* dimanfaatkan dengan baik ketika dalam memenangkan *bidding*;
- Memastikan keikutsertaan pada *bidding/tender* dalam rangka menciptakan *revenue*;
- Memastikan kompetensi Account Manager (AM) sesuai *requirement* yang diperlukan unit bisnis dengan memanfaatkan data-data terkait performansi AM;



- Memastikan pelanggan mengerti dan memahami isi kontrak serta menandatangani dokumen kontrak berlangganan.

*d. Sales Engineer*

*Sales Engineer* merupakan salah satu unit kerja di segmen FMS. *Sales Engineer* dipimpin oleh seorang manager yang mempunyai tanggung jawab terhadap dokumen untuk melengkapi proses pengadaan project dengan pelanggan. Berikut tugas dan wewenang seorang manager *sales engineer*, yaitu:

- Menyajikan program kerja unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan segmen, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan kontrak manajemen secara fungsional, dan menyusun indikator-indikator kinerja unit;
- Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan merumuskan sasaran kinerja individu tim /staf, mengalokasikan sumber daya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja yang telah tersusun, memonitor dan mereview pencapaian kinerja anggota tim /staf secara periodik;
- Memastikan data-data pencapaian kinerja dimanfaatkan untuk menyiapkan kajian penilaian kinerja segmen;
- Memastikan profitabilitas per *corporate customer* dan Account Manager dianalisa untuk menyiapkan kajian penilaian kinerja;

- Memastikan penyajian Biz Solution Proposal secara komprehensif yang dapat memaksimalkan penggunaan seluruh sumber daya dan sejalan dengan strategi perusahaan;
- Memastikan penyajian justifikasi pengadaan *product partner* yang sesuai dengan kebutuhan di segmennya dan *profitable*;
- Memastikan tersedianya *price recommendation* dalam setiap *project* sebagai referensi kalkulasi dan analisa bisnis dalam mengajukan *project* tim solution untuk kebutuhan *corporate customer*.

*e. Analysis*

*Analysis* merupakan salah satu unit kerja di segmen FMS. *Analysis* dipimpin oleh seorang manager yang mempunyai tanggung jawab dalam menganalisa terkait data dan informasi yang dimiliki segmen untuk menyusun sebuah laporan dengan akurat. *Analysis* juga membuat strategi dan rencana segmen agar pencapaian sesuai dengan target. Berikut tugas dan wewenang seorang manager *analysis*, yaitu:

- Menyajikan program kerja unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan segmen, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan kontrak manajemen secara fungsional, dan menyusun indikator-indikator kinerja unit;
- Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan merumuskan sasaran kinerja individu tim /staf, mengalokasikan sumber daya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja yang telah tersusun,

memonitor dan mereview pencapaian kinerja anggota tim /staf secara periodik;

- Memastikan data dan informasi yang terkait *industrial report* dianalisa untuk menyusun *industrial analysis report* yang akurat dan terpercaya;
- Memastikan penyajian *sales plan* setiap produk secara komprehensif yang dapat memaksimalkan penggunaan seluruh sumber daya penjualan dan sejalan dengan strategi perusahaan;
- Melakukan analisis *opportunity* melalui pendalaman proses kerja dan *value chain* di setiap *customer*;
- Memastikan sasaran-sasaran bisnis Divisi Enterprise Service (DES) dan rumusan kontrak manajemen diterjemahkan dan dianalisa untuk dijadikan dasar dalam mengelola penilaian kinerja DES yang mendukung terciptanya iklim kerja yang kondusif dan kompetitif.

### **C. Kegiatan Umum Perusahaan**

Telkom adalah satu-satunya BUMN untuk penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi dan media.

Jasa layanan dan jaringan telekomunikasi yang dimiliki oleh Telkom terdapat berbagai macam jenis. Pelanggan yang menggunakan jasa layanan dan jaringan

telekomunikasi milik Telkom adalah rata-rata sebuah perusahaan lain yang membutuhkan layanan Telkom untuk menjalankan operasional perusahaannya. Berikut jasa layanan dan jaringan telekomunikasi yang dimiliki oleh Telkom sebagai berikut:

*a. APN Internet (Telkom Flash)*

Layanan internet super cepat tanpa kabel atau wireless yang disiapkan oleh provider internet terbaik, tercepat, dan terluas di Indonesia. Layanan ini didukung dengan teknologi LTE/HSDPA/3G/EDGE/GPRS Telkomsel yang dapat menghasilkan kecepatan *download* sampai dengan 42 Mbps dan lokasi akses yang luas di seluruh Indonesia.

*b. Managed Network Service*

Layanan *Managed Network Service* adalah untuk pengelolaan jaringan dengan memperpanjang komitmen layanan mulai dari jaringan, perangkat pelanggan/CPE, data center, WAN, hingga ke LAN, sehingga mencapai target bisnis perusahaan.

*c. Blanja.com*

Blanja.com adalah *online marketplace* yang dimiliki oleh dua nama besar di industrinya masing-masing yaitu PT Telkom Indonesia dan eBay yang menyediakan ekosistem untuk konsumen di seluruh Indonesia untuk dapat melakukan transaksi pembelian dari manapun dan menggunakan perangkat apa pun serta memberikan kesempatan kepada para pelaku lokal dapat *go international*.

d. E-Ticketing

Sistem berbasis ICT yang dipergunakan sebagai tiket elektronik untuk menggunakan transportasi atau sebagai tiket masuk lokasi wisata. Sistem ini mendukung program pemerintah yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Transaksi pembelian tiket dapat termonitor secara *real time*, *online*, dan memudahkan manajemen untuk melakukan evaluasi bisnis.

e. VSAT-IP

Layanan VSAT-IP umumnya dipergunakan untuk menangani kebutuhan data proses yang terpusat seperti untuk Anjungan Tunai Mandiri (ATM), Card Center, Akses Internet, Transaksi online antar cabang, Reservasi Hotel /Tiket.

f. MDConnect – Wifi ID

Dengan pertumbuhan internet, pertumbuhan akses jaringan wi-fi juga meningkat. Konektivitas yang cepat dan dapat diandalkan adalah ciri khusus yang dibutuhkan oleh pengakses internet. Untuk menjawab kebutuhan ini Telkom memiliki Wifi ID. Wifi ID adalah koneksi kecepatan tinggi nirkabel untuk akses internet cepat yaitu 100Mbps dengan jaringan 4G.

g. MDScreen – DOOH

DOOH adalah media promosi dalam bentuk layar LCD di area publik. Telkom menyediakan ruang untuk perusahaan tertentu yang ingin mempromosikan produknya dengan iklan di layar LCD supaya ketika seseorang melihatnya menjadi lebih menarik.

Itulah beberapa produk jasa layanan dan jaringan telekomunikasi yang dimiliki oleh Telkom yang ditawarkan ke perusahaan pelanggan untuk operasional perusahaannya. PT Telkom Indonesia memiliki berbagai divisi dan segmen di dalam struktur organisasi perusahaannya. Sesuai dengan tempat praktikan melakukan PKL yaitu Divisi Enterprise Service (DES) segmen Financial Management Services (FMS).

Financial Management Services (FMS) adalah salah satu segmen yang mempunyai tugas untuk melakukan sebuah transaksi dalam lingkup Multifinance dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) . PT Telkom Indonesia tidak berdiri sendiri untuk memberikan jasa layanan dan jaringan telekomunikasi kepada pelanggan, akan tetapi PT Telkom Indonesia mempunyai anak perusahaan dan pihak *vendor* atau mitra luar (Telkom Group) yang mendukung PT Telkom Indonesia untuk menyediakan jasa layanan dan jaringan agar transaksi jual ke pelanggan berjalan dengan lancar.

PT Telkom Indonesia dan anak perusahaannya memiliki berbagai jenis jasa layanan dan produk untuk melayani pelanggan yang mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan. Kegiatan usaha Telkom Group terus berkembang dan tumbuh seiring dengan perkembangan pada teknologi, informasi, dan digitalisasi namun masih tetap pada posisi industri telekomunikasi dan informasi.

Alur transaksi yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia diawali dengan Account Manager (AM) yang melakukan sebuah penawaran ke perusahaan

pelanggan atas jasa layanan jaringan telekomunikasi yang dimiliki oleh Telkom Group. Setelah AM bertemu dengan pelanggan untuk melakukan sebuah penawaran produk, AM akan dibantu oleh tim solution untuk memenuhi prosedur mengenai kesepakatan harga layanan yang ingin digunakan oleh pelanggan.

Prosedur yang dilakukan pertama adalah mengeluarkan Surat Penawaran Harga (SPH) dari PT Telkom Indonesia. Selanjutnya tim solution membuat sebuah proposal teknis untuk diberikan ke perusahaan pelanggan. Lalu tim solution akan melakukan sebuah presentasi teknis kepada pihak pelanggan, dan *meeting* untuk membahas kesepakatan akhir. Apabila kedua pihak sudah sepakat, maka tahap akhir yang dilakukan oleh pihak Telkom adalah melakukan kontrak kerja sama dan mengeluarkan Surat Perintah Kerja (SPK) ke pihak vendor atau anak perusahaan milik PT Telkom Indonesia. Dan langkah selanjutnya vendor atau anak perusahaan akan mengimplementasikan layanan ke perusahaan pelanggan.

Setelah itu selanjutnya tim inputers akan memproses biaya layanan yang telah disetujui oleh kedua belah pihak ke dalam sistem agar jumlah biaya layanan tersebut tercatat ke dalam sistem milik Telkom. Selanjutnya tim *delivery* akan melakukan percepatan order layanan ke pelanggan. Pengecekan layanan akan dilakukan oleh tim *delivery*, agar layanan tersebut sudah terpasang sesuai dengan lokasi yang telah disepakati. Apabila layanan tersebut sudah terpasang sesuai kesepakatan dan sudah bisa digunakan oleh pelanggan, maka dapat dikatakan proses layanan tersebut telah *Billing Complete* (billcom).

Setelah billcom maka tim support akan mengeluarkan *invoice* kepada pelanggan agar pembayaran biaya layanan sesuai dengan kesepakatan waktu pembayaran yang sudah ditentukan sebelumnya. Jadi tim support mempunyai tugas untuk mencatat setiap piutang dan pembayaran piutang perusahaan pelanggan. Setiap bulan tim support memiliki target pencapaian pembayaran piutang yang dapat diterima oleh segmen Financial Management Services (FMS). Apabila pelanggan mempunyai tunggakan dalam pembayaran piutang dalam batas waktu tertentu, maka tim support mempunyai hak untuk mengisolir atau memutuskan layanan yang digunakan oleh pelanggan.