

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

PT. Telkom Madiun adalah salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan internet bagi masyarakat. Produk-produk yang menjadi unggulannya antara lain mulai dari *USEE TV*, *INDIHOME* dan masih banyak lainnya. PT. Telkom Madiun terdiri dari beberapa bagian yang menangani bagian-bagiannya sendiri seperti *customer service*, data manajemen, dan lain sebagainya. Pada bagian data manajemen, para *staff* dituntut untuk dapat melakukan pembaharuan terhadap sistem atau migrasi terhadap paket-paket yang digunakan oleh para pelanggan. Seperti contoh pembaharuan dari paket internet 10 mbps menjadi 50 mbps, atau migrasi dari tembaga menjadi *fiber optic*, itu menjadi bagian penanganan dari data manajemen yang ada dalam Telkom Madiun.

Jika dirinci lebih dalam, data manajemen digunakan untuk melakukan migrasi ataupun pembaharuan terhadap paket-paket yang digunakan pelanggan, ada sub-subnya lagi dalam melakukan pembaharuan atau migrasi tersebut, diantaranya ada pembaharuan pada *IPTV FEATURE*, *LINE PROFILE* dan *SERVICE PORT & TARGET PORT*. Pada setiap sub-subnya tersebut ada langkah-langkah yang dikerjakan untuk melakukan pembaharuan dan migrasi paket-paket pelanggan. Seperti pada sub *IPTV FEATURE* adalah sub divisi yang menangani pembaharuan paket-paket *USEE TV* dari pelanggan Telkom. Pada sub *LINE MISSING PROFILE* adalah sub divisi yang menangani pembaharuan *INDIHOME* atau migrasi dari kabel tembaga ke *fiber optic*. Pada sub *SERVICE PORT* dan *TARGET PORT* adalah divisi yang menangani tentang port-port yang akan dan sudah dipakai dalam pemasangan maupun pembaharuan paket-paket *INDIHOME* dari pelanggan.

B. TUJUAN

Tujuan dari praktek kerja lapangan ini adalah mahasiswa nantinya diharapkan dapat menerapkan hasil atau ilmu yang diperoleh untuk perkuliahan, dengan membandingkan apa yang didapatkan saat perkuliahan dan apa yang

didapatkan saat turun kelapangan. Dalam hal ini, pelaksanaan praktek kerja lapangan sebenarnya memiliki tujuan khusus dan tujuan umum, diantaranya adalah :

1. Tujuan Umum

- a. Membantu pelanggan Telkom Madiun dalam melakukan pembaharuan dan migrasi paket internet yang digunakan.
- b. Menanggapi dan menangani permintaan pelanggan Telkom Madiun yang bermasalah pada *service* yang digunakan baik *USEE TV* maupun *INDIHOME*.

2. Tujuan Khusus

- a. Mahasiswa diharapkan menguasai bidang telekomunikasi dan teknologi yang sedang digunakan sekarang di industri serta dapat menerapkan ilmu yang didapatkan saat melaksanakan praktik kerja lapangan.
- b. Mahasiswa diharapkan dapat menanamkan kekompakan tim dalam menyelesaikan suatu persoalan / permasalahan yang sedang dihadapi seperti ketika di dunia industri yang sesungguhnya.
- c. Mahasiswa dapat memahami tentang bagaimana bersikap dan bersaing dalam dunia industri yang sebenarnya.

C. RUANG LINGKUP

Pada PT. Telkom Madiun terdiri dari berbagai divisi di dalamnya yang terlibat dalam proses bisnis perusahaan. Divisi-divisi tersebut antara lain ada, divisi Data manajemen, divisi *Access area*, divisi *Customer service* dan terakhir adalah divisi Gudang. Ruang lingkup penulis dalam pelaksanaan kerja praktik lapangan yaitu ada pada divisi Data manajemen, divisi yang bertanggung jawab terhadap permintaan pelanggan mengenai migrasi dan pembaharuan paket *INDIHOME* dan *USEE TV* di PT. Telkom Madiun.

D. ASPEK UMUM KELEMBAGAAN

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom

diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”^[1].

Kegiatan usaha Telkom *Group* bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkap *legacy* yang sudah ada sebelumnya^[1].

Saat ini Telkom *Group* mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom *Group*:

1. *Mobile*

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk paska bayar dan simPATI, Kartu As dan *Loop* untuk pra bayar.

2. *Fixed*

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand *INDIHOME*.

3. *Wholesale & International*

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

4. *Network Infrastructure*

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

5. *Enterprise Digital*

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

6. *Consumer Digital*

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik

dan *VideoMax*), digital *payment* seperti TCASH, digital *advertising and analytics* seperti bisnis digital *advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things (IoT)*^[1].

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

➤ Visi

Be the King of Digital in the Region.

➤ Misi

Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization.^[1]

Dalam upaya bertransformasi menjadi digital *telecommunication company*, Telkom *Group* mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkom Group menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas^[1]. Makna dari logo PT. Telkom adalah



Gambar 1.1 Logo PT. TELKOM^[2]

- *Expertise* : makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu *TIME (Telecommunication, Information, Media & Edutainment)*.

- *Empowering* : makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
- *Assured* : makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat.
- *Progressive* : kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
- *Heart* : simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan^[1].

Filosofi Warna

- Merah – Berani, Cinta, Energi, Ulet – Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu. – Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- Hitam – Warna Dasar – Melambangkan kemauan keras.
- Abu – Warna Transisi – Melambangkan teknologi^[1].

E. METODE PENULISAN LAPORAN

Dalam penyusunan laporan, penulis memperoleh data melalui beberapa metode yaitu :

1. Metode Praktikum

Metode ini dilakukan dengan cara mengikuti langsung kerja para staff di divisi data manajemen PT. Telkom Madiun dan melakukan praktik sesuai dengan yang diajarkan oleh pembimbing lapangan, untuk dicatat hasil dan proses kerjanya.

2. Metode Diskusi

Metode ini dilakukan pada saat melakukan praktik kerja lapangan secara berkelompok dengan teman-teman sesama dari satu institusi maupun dengan teman-teman dari kampus lain ataupun dengan para staff yang terlibat di dalamnya.

3. Kajian Pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara mengkaji teori – teori dasar yang diperoleh dan dikumpulkan yang berkaitan dengan materi saat praktik kerja lapangan.

4. Metode Analisa

Metode ini digunakan untuk menganalisa hasil yang diperoleh saat kerja praktik lapangan pada saat dituangkan dalam bentuk laporan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN

Untuk mempermudah pemahaman laporan kegiatan ini maka laporan ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

I. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang uraian atau gambaran secara singkat tentang pembaharuan dan migrasi paket yang dilakukan oleh divisi data manajemen di PT. Telkom Madiun.

II. BAB II DASAR TEORI

Berisi tentang landasan teori yang digunakan pada divisi data manajemen berupa *service*, *database*, maupun semua yang berhubungan dengan perangkat tersebut.

III. BAB III ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memuat pembahasan dari hasil aktivitas yang diperoleh selama melakukan praktik kerja lapangan di divisi data manajemen PT. Telkom Madiun.

IV. BAB IV PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan hasil yang diperoleh dari praktik kerja lapangan dan saran yang ditujukan pada tempat praktik kerja lapangan.