

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Era masyarakat digital di Indonesia salah satunya dapat ditunjukkan berdasarkan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Perkembangan teknologi bertumbuh semakin cepat pada tiap tahunnya. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil pendataan Survei Susenas 2018, sebesar 39,9 persen penduduk Indonesia telah menggunakan media internet [1].

Pada era teknologi ini dimana pelanggan tidak lagi hanya berhubungan menggunakan perusahaan namun juga dengan pelanggan lainnya. Seseorang pelanggan yang kecewa mampu menggunakan mudahnya mengungkapkan rasa kecewanya melalui goresan pena pada blog ataupun melalui social media yang tentu saja akan cepat beredar serta dipandang sang pelanggan serta calon pelanggan lainnya. Hal ini tentunya sangat merugikan Perusahaan. Image baik yg telah menempel selama bertahun-tahun pada sebuah Perusahaan mungkin saja mampu datang sebagai sangat jelek sebab dirusak oleh hal-hal yg mungkin diklaim sepele Perusahaan. Sang sebab itu, umumnya beberapa perusahaan besar mengakibatkan hal ini menjadi prioritas primer.

Maka dari itu, dibutuhkan suatu cara yg sempurna agar perusahaan dapat mengetahui pelanggannya secara lebih baik, sebagai akibatnya mampu melayani mereka menggunakan lebih baik juga. Salah satu cara menjalin korelasi dengan Pelanggan tersebut artinya dengan membangun *Customer Relationship Management* (CRM). CRM adalah suatu taktik perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan supaya tidak berpaling pada pesaing [2].

Sistem CRM ini sudah dimiliki oleh PT. Telkom untuk memudahkan manajemen pelanggan tetapi sistem CRM ini tidak sepenuhnya dapat mengatasi, harus dibantu oleh *tools tools* lain untuk

## Praktik Kerja Lapangan

menyokong performa dari CRM ini. Salah satunya dalam mencari data Witel dan Region dari wilayah yang akan dilakukan instalasi jaringan internet. Untuk mencari data tersebut harus terhubung dengan *database* Telkom sendiri agar data dari lokasi tersebut dapat dikenali oleh *database* dan mendapatkan data Witel dan Region dari daerah tersebut.

PT. Telkom mempunyai tools berupa *Website Rest API* untuk mengecek lokasi Witel dan Region dari daerah yang akan dilakukan instalasi jaringan internet tersebut menggunakan titik koordinat dari daerah tersebut. Maka dari itu bagaimana cara mengoperasikan *tools* UIMax ini untuk mendapatkan data Region dan Witel dari lokasi instalasi menggunakan titik koordinat *Longitude* dan *Latitude* lokasi tersebut.

### B. Tujuan

Tujuan pada penelitian PKL/KP ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Tujuan pelaksanaan PKL/KP
  - a. Mengetahui cara kerja seorang *Data Entry* yang dilakukan didalam industry.
  - b. Mengetahui cara *entry data* menggunakan *website* CRM.
  - c. Mengimplementasikan cara menemukan data Witel dan Region dari lokasi instalasi jaringan menggunakan UIMax.

### C. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pelaksanaan PKL/KP di PT. Telkom Indonesia. Menara Multimedia Telkom 11, Jl. Kebon Sirih No.10, RT.11/RW.2, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110. Bidang minat yang dipilih yaitu bidang *Data Entry*, sehingga kegiatan difokuskan untuk mengerjakan proyek yang berhubungan dengan *Database*, yaitu menginputkan data lokasi dari proyek instalasi jaringan internet baru atau update lokasi jaringan internet pada *website CRM* PT. Telkom Indonesia, perangkat lunak yang digunakan yaitu *VPN, Website CRM, dan Restfull API UIMax*.

## Praktik Kerja Lapangan

### D. Aspek Umum dan Kelembagaan

#### 1. Profil Perusahaan

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. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”.

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 telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan customer experience yang berkualitas.

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

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 *Digital Business Domain*:

*Digital Connectivity* : *Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite*

## Praktik Kerja Lapangan

*Digital Platform* : *Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity*

*Digital Services* : *Enterprise, Consumer*

### 2. Logo PT. Telkom Indonesia



Gambar 1. 1 Logo PT. Telkom Indonesia

### 3. Visi dan Misi

#### a. VISI

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat

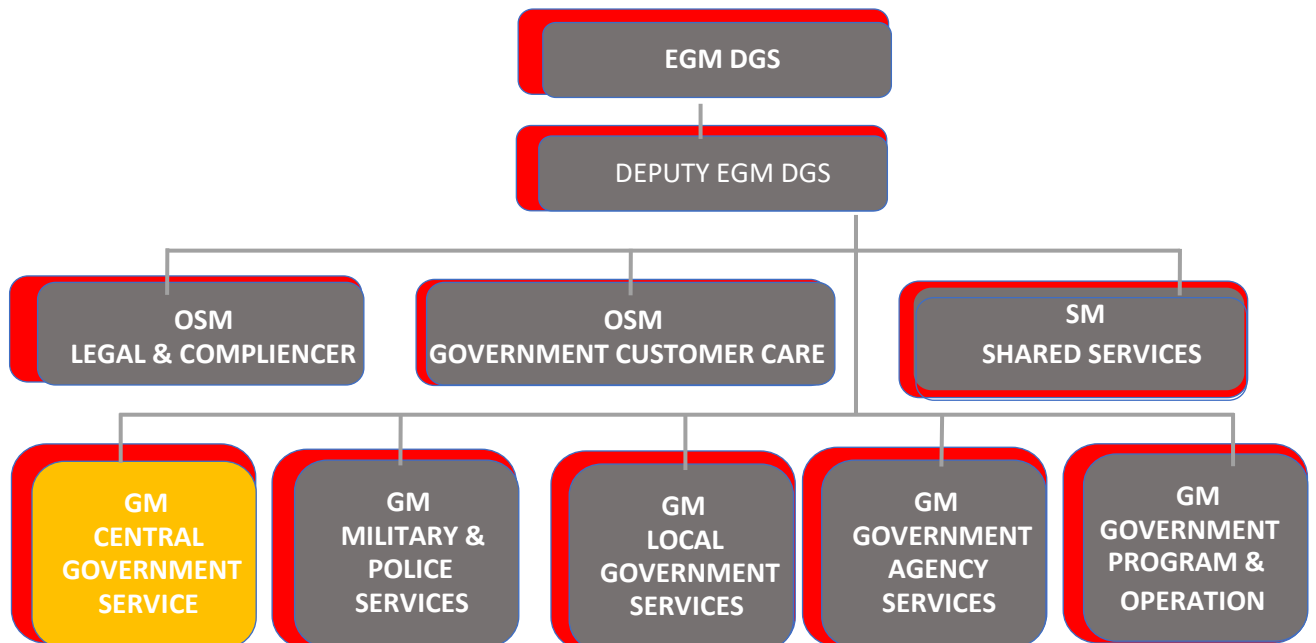
#### b. MISI

- a) Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- b) Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.

## Praktik Kerja Lapangan

- c) Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik

### 4. Struktur Bagan



Gambar 1.2 Struktur bagan Divisi Digital Government Services

## E. Metode Penulisan Laporan

Penyusunan laporan PKL / KP penulis memperoleh informasi melalui beberapa metode:

### 1. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dan online kepada pembimbing lapangan pada saat pelaksanaan PKL / KP untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan laporan.

### 2. Metode Diskusi

Metode diskusi dilakukan bersama antara tim magang untuk menentukan pembagian tugas yang harus dikerjakan oleh masing-masing anggota tim.

### 3. Metode Pustaka

## Praktik Kerja Lapangan

Metode Pustaka merupakan metode dalam mengumpulkan data dengan melakukan studi pustaka, mengenai teori-teori ilmiah yang didapatkan dari buku-buku teks, jurnal atau makalah elektronik, dan internet yang berhubungan dengan proyek guna sebagai pedoman dan acuan penulis dalam Menyusun system maupun laporan.

### **F. Sistematika Penulisan Laporan**

Laporan kegiatan ini disusun dengan sistematika sebagai berikut, yang terbagi menjadi beberapa bagian:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian pendahuluan berisi mengenai gambaran umum dari latar belakang kegiatan yang dilakukan penulis selama melakukan kerja praktik. Metode yang penulis gunakan dalam penulisan laporan, tujuan, ruang lingkup dan aspek kelembagaan dari PT Telkom Indonesia, serta sistematika penulisan laporan yang penulis gunakan.

#### **BAB II DASAR TEORI**

Berisi mengenai teori-teori yang berkaitan yang penulis jadikan acuan dan pedoman untuk penulisan laporan.

#### **BAB III ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai pemaparan teori serta konsep dari tahapan, Analisa dan pengerjaan tugas proyek secara sistematis dari awal hingga akhir.

#### **BAB IV PENUTUP**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai mengenai kesimpulan dan saran yang telah diperoleh dari apa yang sudah dilakukan dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan / Kerja Praktik sebagai evaluasi dimasa mendatang.