

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat PT. Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero), Tbk ialah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berfokus pada sektor bidang jasa layanan teknologi informasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Selain itu, Telkom juga menjalankan usaha bisnis yang bergerak di bidang multimedia seperti konten dan aplikasi. Perusahaan ini memiliki pemilik saham utama Telkom yaitu dengan Pemerintahan RI sebesar 52.09%, sedangkan publik sekitar 47.91%. Sehingga, saham tersebut diperjual belikan di platform Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK” (PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk., 2020).



Gambar 2 1 Logo PT. Telkom Indonesia, Tbk

Sumber : telkom.co.id

PT. Telkom Indonesia telah memiliki 13 anak perusahaan serta berbagai kantor cabang di beberapa wilayah Indonesia dimana terdiri dari Divisi Regional I Sumatera, Divisi Regional II Jakarta dan sekitarnya, Divisi Regional III Jawa Barat, Divisi Regional IV Jawa Tengah dan Yogyakarta, Divisi Regional V Jawa Timur, Divisi Regional VI Kalimantan, dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua). Dalam upaya mewujudkan perubahan menjadi *digital telecommunication company*, Telkom Group membentuk strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berhubungan langsung terhadap pelanggan dimana transformasi tersebut beralih menjadi lebih teratur dan cekatan dalam menyesuaikan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat

cepat. Sehingga, tujuan perubahan ini diharapkan dapat memajukan kesejahteraan terhadap *customer experience* yang berkualitas.

2.2. Visi, Misi, Value PT. Telkom Indonesia

2.2.1 Visi

PT. Telkom Indonesia memiliki visi yaitu menjadi *digital telco* pilihan utama untuk memajukan masyarakat

2.2.2 Misi

Misi PT. Telkom Indonesia adalah :

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

2.2.3 Value

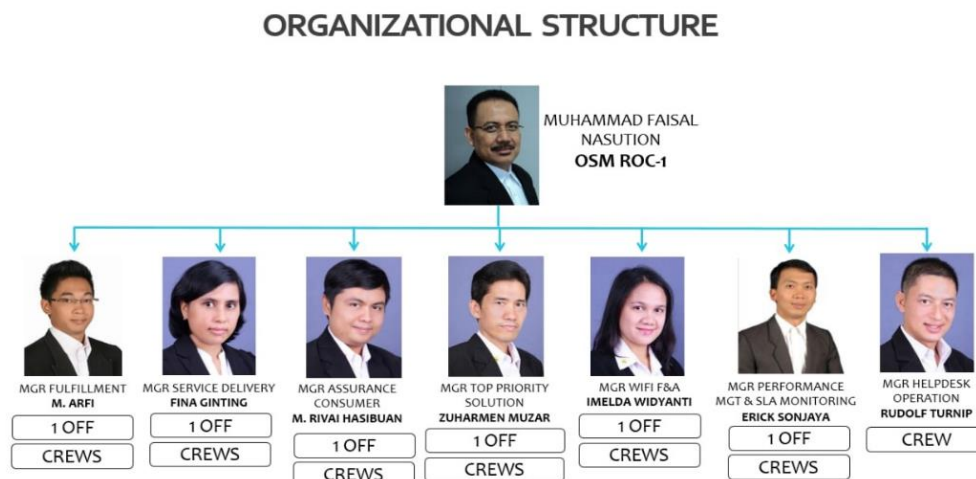
PT. Telkom Indonesia memiliki beberapa *core value*, diantaranya ialah :

1. Amanah
Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
2. Kompeten
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
3. Harmonis
Saling peduli dan menghargai perbedaan
4. Loyal
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara
5. Adaptif
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
6. Kolaboratif
Membangun kerja sama yang sinergis

2.3. Struktur Organisasi PT. Telkom ROC-1 Sumatera

PT. Telkom ROC-1 Sumatera memiliki struktur organisasi yang dimana terdapat beberapa bagian yaitu *fulfillment*, *solution service delivery*, *assurance consumer*, *top priority solution*, *wifi fulfillment* dan *assurance, performance management* dan *sla monitoring*, dan *helpdesk operation*. Pada bagian *fulfillment* memiliki tugas dalam mengawal *provisioning order* indihome, bagian *solution service delivery* bertanggung jawab dalam mengelola infrastruktur dan jasa terhadap pelanggan segmen BGES, bagian *assurance consumer* bertugas untuk mengelola fungsi *assurance* dan *surveillance* yang meliputi segmen *network access*. Pada bagian *top priority solution* bertugas dalam mengawal fungsi *fulfillment* dan *assurance* layanan segmen BGES, bagian *wifi f&a* berfokus melakukan proses konfigurasi dalam menyiapkan akses *provisioning*. Sementara itu, bagian *performance management* berfokus dalam meningkatkan sistem informasi dan performansi yang digunakan untuk operasional ROC. Pada bagian *helpdesk operation* bertanggung jawab dalam menyelesaikan suatu permasalahan.

Struktur organisasi PT. Telkom Regional Operation Center 1 Sumatera dapat dilihat pada Gambar 2.2 di bawah ini.



Gambar 2 Struktur Organisasi PT. Telkom ROC-1

2.4. Hasil Produksi Perusahaan

PT. Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa *digital telecommunication*. Telkom berupaya untuk terus meningkatkan suatu inovasi produk pelayanan terhadap pelanggan. Saat ini TelkomGroup mengimplementasikan 6 produk portofolio bisnis yang dipasarkan (M FADZILLAH BATUBARA, 2019).

Adapun hasil produksi yang diperoleh diantaranya :

1. *Mobile Service*

Portofolio pemasaran produk berupa layanan operator seluler, SMS dan mobile broadband. Produk yang diperoleh ialah kartuHalo, simPATI, Kartu AS dan Loop prabayar.

2. *Fixed*

Portofolio produk ini berfokus dalam mengakses *fixed service* meliputi *fixed voice, broadband, Wi-Fi, dan emerging wireless technology*.

3. *Wholesale & International*

Produk yang dihasilkan ialah *network connectivity, unified communication, cloud & data center, dan managed service*.

4. *Network Infrastructure*

Produk yang diperoleh ialah *network service*, satelit, infrastruktur dan tower

5. *Enterprise Digital*

TelkomGroup memiliki produk solusi layanan terhadap pelanggan guna dalam mengembangkan pelayanan *business, government, enterprise* (BGES). Diantaranya menyediakan *digital connectivity, digital platform, serta digital services* yang sesuai dengan kebutuhan di era digital

6. *Consumer Digital*

Berupa jasa pelayanan yang berfokus pada *e-commerce, video/TV dan mobile based digital service*. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan digital gaya hidup seperti Musik dan VideoMax, *digital payment* seperti TCASH