

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi informasi saat ini berkembang pesat dengan evolusi waktu. Orang menggunakan teknologi dalam berbagai bidang sesuai dengan minatnya masing-masing. Secara umum pemanfaatan teknologi untuk mendukung proses bisnis guna mencapai hasil yang optimal dan lebih efisien [1]. Pengolahan data sudah dilakukan oleh manusia sejak zaman dahulu. Manusia dapat mengolah data dengan berbagai cara. Salah satu caranya adalah orang berpikir untuk mencari alat yang nantinya akan memproses data lebih cepat. Alat yang diciptakan manusia adalah computer [2]. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk ini merupakan sebagai unit bisnis yang bergerak di bidang jasa komunikasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan komunikasi informasi dan komunikasi. Telkom dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan sarana dan pasar telekomunikasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususnya konsumen atau pelanggan layanan Telkom. Hal ini tentunya membutuhkan kemampuan manajemen layanan untuk menyediakan sistem informasi yang tepat waktu dan akurat kepada konsumen atau pelanggan [3]. Sesuai dengan misi PT Telkom yaitu memberikan layanan "One Stop InfoCom" dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif [4]. PT Telkom memiliki produk serta layanan yang berkualitas dan unggul dalam bersaing didunia bisnis jaringan yang mana produknya ada Indihome, Telkomsel, Astinet, Sakoo, Padi, Agree, Orbit, Link Aja, Wifi.id, UseeTv dan lain sebagainya. Bisnis yang bisa dibilang paling banyak pemakainya ada Indihome.

Indihome merupakan layanan fiber optik yang memiliki internet cepat, stabil, handal dan canggih. Fiber optik adalah teknologi transmisi data terbaru dan tercanggih yang digunakan dalam layanan fixed broadband. Akan tetapi secanggih apapun teknologi pasti memiliki kekurangan / kelemahan atau terjadinya memungkinkan terjadinya *bug* / eror. Pada laporan akhir praktik kerja lapangan ini penulis telah melaksanakan PKL selama satu bulan lebih. Selama PKL penulis melakukan pelurusan data / mengolah data yang diinput oleh sales tentang yang terjadi dilapangan menggunakan spreadsheet. Maka dari itu penulis mengangkat judul “PENGOLAHAN DATA STATUS PELANGGAN PADA PENULIS NASKAH” yang mana membahas alur dari pelaporan yang dilakukan oleh sales.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari kerja praktik lapangan yaitu :

- a. Mahasiswa dapat melatih kemampuan dan menambah wawasan. Serta memahami dan mempelajari bagaimana konsep / model yang digunakan PT Telkom.
- b. Mahasiswa dapat melatih dan mengembangkan skill yang yang didapatkan selama perkuliahan.
- c. Mahasiswa juga belajar tentang berpikir kritis dan praktis ketika sedang mendapatkan permasalahan nyata di lapangan.

1.3 Ruang Lingkup

Kegiatan praktik kerja lapangan di Telkom STO Padalarang yang melakukan proses menentukan data pelaporan, mendatangi kerumah pelanggan yang melebihi batas pengguna, survei lokasi yang akan dipasang jaringan baru.

1.4 Aspek Umum dan Kelembagaan

1.4.1 Profil perusahaan

Telkom adalah perusahaan publik (BUMN) yang bergerak di bidang informasi dan komunikasi. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia dimulai sebagai perusahaan swasta yang menyediakan layanan pos dan telegraf pada tahun 1982. Sebelum itu, pada tanggal 23 Oktober 1956 beroperasi layanan telegraf Kata pertama mulai menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg) . Pada tahun 1961, status layanan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Pengiriman (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi perusahaan public Telekomunikasi (PERUMTEL). Berganti nama beberapa kali, hingga setelah tahun 1980, Indonesia mendirikan layanan telekomunikasi domestik dan internasional dan seluruh saham PT. Indonesia Satellite Corporation, Tbk (Indosat) diambil alih oleh pemerintah Indonesia menjadi BUMN. Pada tahun 1989 ditetapkan undang-undang Telekomunikasi No. 3 Tahun 1989 yang juga mengatur peran swasta dalam organisasi telekomunikasi. Pada tahun 1991 yang tadinya PERUMTEL berganti menjadi PERSERO Telekomunikasi Indonesia. [5].

PT Telkom Indonesia memiliki 8 divisi yang mana 7 divisi regional yang menjadi penyelenggara jasa telekomunikasi di wilayah masing-masing dan 1 divisi network yang menjadi penyelenggara jasa telekomunikasi antar negara melalui jaringan transmisi nasional. dari 7 divisi regional antara lain ada :

1. Divisi Regional 1, Sumatera
2. Divisi Regional 2, Jakarta dan sekitarnya
3. Divisi Regional 3, Jawa Barat

4. Divisi Regional 4, Jawa Tengah dan Yogyakarta
5. Divisi Regional 5, Jawa Timur
6. Divisi Regional 6, Kalimantan
7. Divisi Regional 7, Bagian Timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua) [6].

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk biasa dikenal dengan Telkom Indonesia atau Telkom adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jaringan dan layanan telekomunikasi terlengkap di Indonesia. Telkom disebut-sebut sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan 15 juta pelanggan telepon rumah dan 104 juta pelanggan telepon seluler. Telkom merupakan salah satu BUMN yang saat ini sahamnya dimiliki pemerintah Indonesia sebesar 52,09% dan 47,91% dimiliki oleh public. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”. Telkom juga merupakan pemegang saham utama dari 13 anak perusahaan [5]. Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain yaitu :

1. Digital Connectivity : Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN) / Network Function Virtualization (NFV) / Satelit
2. Digital Platform : Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data / Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity
3. Digital Services : Enterprise, Consumer.

1.4.2 Tujuan, Visi dan Misi Perusahaan

Telkom memiliki tujuan, visi dan misi antara lain :

1. Tujuan

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku

kepentingan.

2. Visi

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

3. Misi

Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.

Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.

Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

1.4.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan tempat penulis melaksanakan PKL berada di Jl. Raya Padalarang No.763, Ciburuy, Kec. Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40553.

1.5 Metode Penulisan Laporan

Pada penulisan laporan akhir PKL ini penulis menggunakan metode :

1.5.1 Diskusi

Penulis diskusi dengan pembimbing lapangan dan staf yang bekerja di perusahaan Telkom STO Padalarang.

1.5.2 Observasi

Penulis melakukan observasi langsung dengan melaksanakan PKL yang mengolah data yang telah diinput oleh sales digoogle form dan penulis mengolah di excel yang telah diberikan akses oleh staf Telkom.