

BAB II

GAMBARAN UMUM PT TELKOM INDONESIA DAN DESKRIPSI RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum PT Telkom Indonesia

2.1.1 Sejarah PT Telkom Indonesia

PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa jaringan telekomunikasi dan teknologi informasi terbesar di Indonesia. PT. Telkom Indonesia merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia dan telah tercatat di Bursa Efek Indonesia dan New York Stock Exchange.

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telkom (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan Telkom dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telkom.

Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telkom ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

2.1.2 Makna Logo PT Telkom Indonesia



Gambar 2.1 Logo PT Telkom Indonesia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Makna Logo PT Telkom Indonesia:

1. *Icon* lingkaran asimetris sebagai simbol dunia dan 2ambing kedinamisan
2. *Icon* tangan sebagai representasi tagline “*the world in your hand*”

Makna Warna Logo PT Telkom Indonesia :

1. Merah, Melambangkan spirit Telkom Indonesia untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perubahan
2. Putih, Melambangkan spirit Telkom Indonesia untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa
3. Abu-Abu, Melambngkan teknologi
4. Hitam, Melambangkan kemauan keras

2.1.3 Visi dan Misi PT Telkom Indonesia

PT. Telkom Indonesia memiliki visi “Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat”. Sebagaimana diturunkan dalam misi perusahaan, PT. Telkom Indonesia secara konsisten melakukan pengembangan pada sektor infrastruktur digital, penguatan ekosistem teknologi informasi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia guna mendukung agenda nasional dalam transformasi digital. Misi perusahaan meliputi percepatan pembangunan infrastruktur dan platform digital yang inklusif, pengembangan talenta digital unggulan, serta orkestrasi ekosistem digital untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang optimal.

2.1.4 Core Value PT Telkom Indonesia

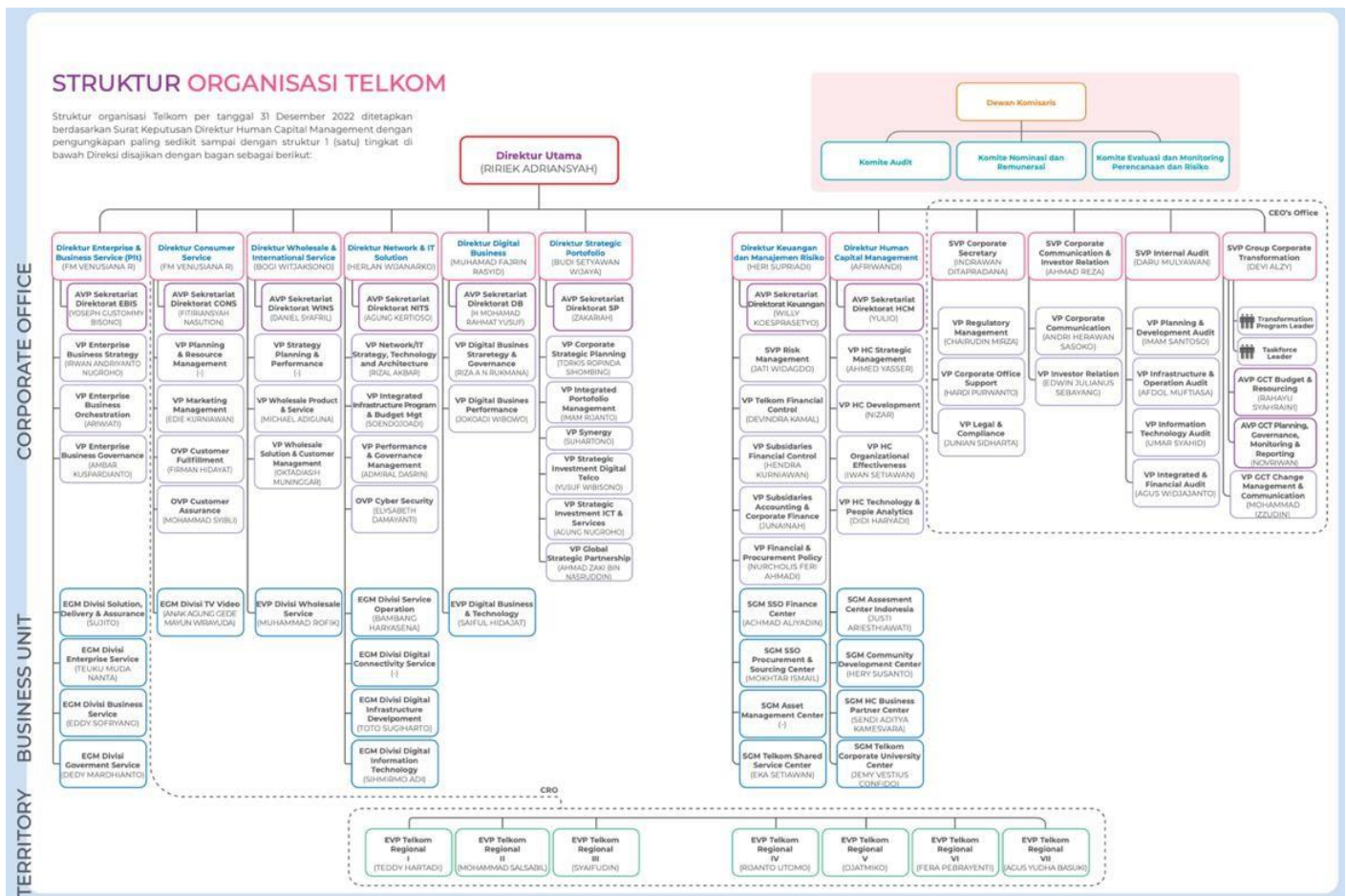
PT Telkom Indonesia berkomitmen dalam menciptakan budaya kerja yang adaptif dan inovatif melalui penerapan nilai-nilai inti “AKHLAK” (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif) sebagaimana ditetapkan oleh Kementerian BUMN. Penerapan nilai-nilai tersebut terbukti menjadi fondasi dalam menciptakan iklim organisasi yang inovatif serta meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat.

2.1.5 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia

Dalam operasionalnya, PT. Telkom Indonesia tidak hanya melayani pasar domestik, tetapi juga melakukan ekspansi internasional melalui anak perusahaan dan afiliasi strategis. Hingga saat ini, PT. Telkom Indonesia menguasai lebih dari 60% pangsa pasar broadband di Indonesia dengan lebih dari 19 juta pelanggan. Hal ini menunjukkan posisi dominan PT. Telkom Indonesia dalam industri telekomunikasi nasional.

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Struktur organisasi PT. Telkom Indonesia didesain untuk mendukung efektivitas dan efisiensi proses bisnis yang kompleks dan dinamis. Dengan kepemimpinan profesional dan tata kelola perusahaan yang baik, PT. Telkom Indonesia berhasil mengelola lebih dari 30 anak perusahaan dalam naungan TelkomGroup yang bergerak di berbagai bidang seperti layanan seluler, penyiaran, pusat data, dan solusi digital. Dari sisi sumber daya manusia, PT. Telkom Indonesia memiliki komposisi karyawan yang didominasi oleh usia produktif (30–45 tahun), serta tingkat pendidikan S1 yang tinggi, yang menunjukkan kapasitas dan kapabilitas unggul dalam mendukung strategi perusahaan berbasis teknologi dan inovasi.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Secara keuangan, pada tahun 2023 PT. Telkom Indonesia mencatatkan total pendapatan sebesar Rp149,2 triliun, meningkat dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp147,3 triliun. Meskipun laba kotor menurun sebesar 1,8% dibanding tahun sebelumnya, namun efisiensi operasional berhasil dicapai dengan penurunan beban operasional sebesar 3,1%.

Sebagai bagian dari strategi transformasi digital nasional, PT. Telkom Indonesia meluncurkan berbagai inovasi layanan seperti IndiBiz, OCA, dan pengembangan sistem berbasis AI dan cloud untuk memperkuat posisi perusahaan sebagai pemimpin di era ekonomi digital.

2.2 Deskripsi Responden

2.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan atribut fisiologis dan anatomis yang membedakan antara laki-laki dan perempuan. Tujuan dari pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan jumlah karyawan laki-laki dan perempuan yang bekerja di PT Telkom Indonesia. Berikut merupakan data jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	48	48.00
Perempuan	52	52.00
Total	100	100.00

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang ditampilkan pada **Tabel 2.1**, diketahui bahwa karyawan PT Telkom Indonesia yang menjadi responden dan berjenis kelamin **perempuan berjumlah 52 orang (52%)**, sedangkan yang berjenis kelamin **laki-laki berjumlah 48 orang (48%)**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, jumlah responden **perempuan**

sedikit lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki, meskipun perbedaannya tidak terlalu signifikan.

2.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan rentang waktu kehidupan sejak lahirnya seseorang yang ditunjukkan dalam bentuk angka atau tahun. Data usia responden diperlukan untuk mengetahui distribusi usia dari karyawan yang bekerja di PT Telkom Indonesia, dengan usia minimal responden dalam penelitian ini adalah 20 tahun. Berikut merupakan data jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan rentang usia:

Tabel 2.2 Usia Responden

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
20 – 30 Tahun	57	57.00
30 – 40 Tahun	23	23.00
40 – 45 Tahun	11	11.00
Lebih dari 45 Tahun	9	9.00
Total	100	100.00

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data dari Tabel 2.2, dapat diketahui bahwa mayoritas **responden karyawan PT Telkom Indonesia** berada pada rentang usia **20–30 tahun** dengan jumlah sebanyak **57 orang (57%)**. Sementara itu, jumlah responden yang paling sedikit berada pada rentang usia **lebih dari 45 tahun**, yaitu sebanyak **9 orang (9%)**. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan yang menjadi responden dalam penelitian ini berada pada usia produktif awal.

2.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat memberikan gambaran tidak langsung mengenai sikap, pemahaman, dan pola pikir seseorang. Oleh karena itu, data mengenai tingkat pendidikan para responden diperlukan untuk mengetahui distribusi latar belakang pendidikan dari karyawan PT Telkom Indonesia. Dalam penelitian ini, tingkat pendidikan yang digunakan adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh para karyawan. Berikut merupakan data jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan terakhir:

Tabel 2. 3 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
SMA/SMK	1	23.00
Diploma	28	28.00
Sarjana	48	48.00
Pascasarjana	23	1.00
Total	100	100.00

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data dari Tabel 2.3, dapat diketahui bahwa mayoritas tingkat pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh **karyawan PT Telkom Indonesia** adalah **Sarjana**, yaitu sebanyak **48 orang (48%)**. Sementara itu, tingkat pendidikan terakhir yang paling sedikit ditempuh oleh responden adalah **SMA/SMK**, yaitu sebanyak **1 orang (1%)**. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan berada pada jenjang pendidikan tinggi yang relevan dengan kebutuhan profesional perusahaan.

2.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jabatan

Latar belakang jabatan dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas dan peran karyawan dalam struktur organisasi suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, data mengenai latar belakang pekerjaan responden diperlukan untuk mengetahui distribusi jabatan dari **karyawan PT Telkom Indonesia** yang menjadi partisipan. Tentunya, **karyawan PT Telkom Indonesia** memiliki posisi jabatan yang berbeda-beda sesuai dengan divisi atau unit kerja masing-masing. Berikut merupakan data jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan jabatan:

Tabel 2.4 Jabatan Responden

Jabatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Marketing	10	10.00
Infrastructure	6	6.00
Engine Team	5	5.00
Business Planning & Performance	8	8.00
Payment Collection & Finance	7	7.00
Human Capital	7	7.00
General Affair	4	4.00
Regional Wholesale Service	6	6.00
Engineering Development	5	5.00
Regional Operation Center	8	8.00
Consumer Care	10	10.00
Consumer Marketing	9	9.00
Managed Service Operator	7	7.00
Network Operation Support	8	8.00
Total	100	100.00

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data dari Tabel 2.4, dapat diketahui bahwa mayoritas jabatan dari **responden karyawan PT Telkom Indonesia** berada pada divisi **Marketing** dan **Consumer Care**, masing-masing sebanyak **10 orang**

(10%). Sementara itu, jabatan dengan jumlah responden paling sedikit adalah **General Affair**, yaitu sebanyak **4 orang (4%)**. Temuan ini menunjukkan distribusi responden yang cukup merata antar divisi, sehingga mampu merepresentasikan kondisi organisasi secara lebih komprehensif.

2.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Masa Kerja

Data mengenai masa kerja responden diperlukan untuk mengetahui seberapa lama para karyawan telah bekerja di PT Telkom Indonesia. Informasi ini penting untuk melihat latar belakang pengalaman kerja responden dalam organisasi dan dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap variabel-variabel yang diteliti. Berikut merupakan data jumlah responden karyawan PT Telkom Indonesia yang dikelompokkan berdasarkan masa kerja:

Tabel 2.5 Masa Kerja Responden

Masa Kerja	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1 – 3 Tahun	40	40.00
3 – 5 Tahun	43	42.00
> 5 Tahun	17	17.00
Total	100	100.00

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data dari Tabel 2.5, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki masa kerja antara **3 hingga 5 tahun**, yaitu sebanyak **43 orang (43%)**. Sementara itu, jumlah responden dengan masa kerja **lebih dari 5 tahun** merupakan yang paling sedikit, yaitu **17 orang (17%)**. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan

yang menjadi responden berada dalam masa kerja menengah, yang memungkinkan mereka memiliki pemahaman cukup dalam terhadap dinamika organisasi di PT Telkom Indonesia.