

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) merupakan Badan Usaha Milik Negara atau yang disingkat BUMN yang dimiliki oleh Indonesia. PT. Telkom Indonesia bergerak di bidang telekomunikasi dan menjadi salah satu pengembang telekomunikasi terbesar di Indonesia. Data terkait pemegang saham yang dimiliki PT. Telkom Indonesia adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52,09%, dan 47,91% sisanya dimiliki oleh pemegang saham publik Saham dari PT. Telkom diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”.

Sebagai upaya untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital, PT. Telkom Indonesia mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*). Perubahan dan pembenahan yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia menjadikan dirinya sebagai organisasi yang lebih fleksibel serta adaptif dan siap untuk menghadapi berbagai tantangan industri 4.0. Peningkatan pelayanan tersebut diharapkan mampu meningkatkan *user experience* dan tentunya membawa angin segar untuk pertelekomunikasian di Indonesia.

Dalam *timeline* tersebut, kegiatan usaha *Telkom Group* dapat dikatakan sudah lebih jauh berkembang seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi. Tentunya perusahaan yang baik merupakan perusahaan yang adaptif dan tidak konstan. Adanya pembaharuan tersebut, setidaknya Telkom Group membuat inovasi dengan menambahkan lini digital bisnis, diantaranya ada tiga lini digital yang saat ini diusung oleh PT. Telkom Indonesia.

1. Konektivitas digital atau *Digital Conectivity: Fiber to the x (FTTx)*, 5G dan program lainnya.
2. *Digital Platform* diantaranya yaitu terdapat *Data Centre, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data* dan *AI*, serta *Cybersecurity*.
3. *Digital Services: Enterprise, Consumer*.

2.2. Purpose, Visi, Misi dan Core Values Perusahaan

2.2.1. Purpose

PT. Telkom Indonesia memiliki sebuah tujuan yaitu mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

2.2.2. Visi

Visi yang diusung oleh PT. Telkom Indonesia yaitu menjadi *digital telecommunication company* pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

2.2.3. Misi

Adapun misi yang disusun untuk mencapai visi PT. Telkom Indonesia adalah

1. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomi 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.

2.2.4. Core Values: AKHLAK

Core values atau nilai utama yang diusung oleh perusahaan berbasis BUMN adalah AKHLAK, AKHLAK merupakan akronim yang disusun secara terstruktur untuk menjelaskan nilai-nilai utama perusahaan BUMN.

1. Amanah, artinya dapat memegang teguh kepercayaan yang dipercayai.
2. Kompeten, memiliki nyawa untuk terus mengembangkan kapabilitas dan tak pernah puas untuk belajar.
3. Harmonis, adanya perbedaan membuat kehidupan bermanusia bermasyarakat di Indonesia seringkali menimbulkan sebuah ketidakharmonisan. Sehingga nilai harmonis ditanamkan oleh BUMN untuk dapat diamini oleh setiap pegawainya.
4. Loyal, memiliki kesetiaan dan dedikasi yang perlu diresapi oleh semua pegawainya
5. Adaptif, melihat perkembangan dan senantiasa siap dengan perubahan yang terjadi.
6. Kolaboratif, menciptakan iklim kerjasama baik secara internal maupun eksternal.

2.3. Logo Perusahaan

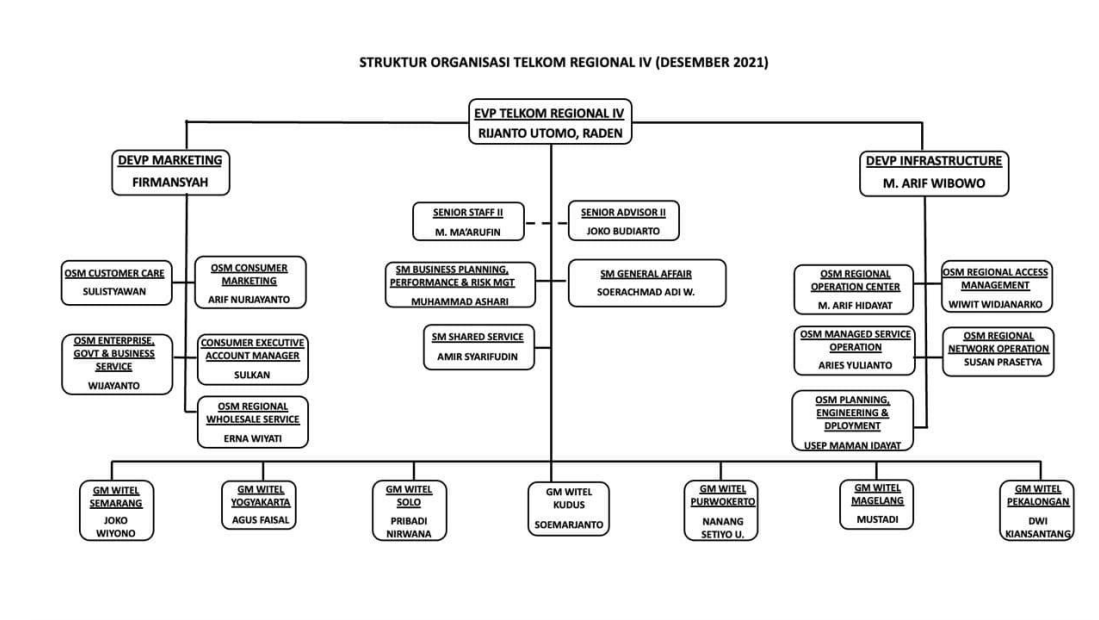
Gambar 2.1 Logo PT. Telkom Indonesia



Sumber: Telkom.co.id

2.4. Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Telkom Regional IV



Sumber: Unit Human Capital Telkom Regional IV

PT. Telkom Indonesia Divisi Regional IV merupakan Divisi kerja Telkom yang bertanggung jawab mengelola proses *end to end* layanan Telkom untuk wilayah Jawa tengah dan DIY. Dalam struktur perusahaan Telkom Regional IV, terdapat pembagian tiga fungsi utama yaitu *Marketing*, *Infra* dan *Support*.

a. Fungsi Marketing

Fungsi Marketing yang dimiliki oleh PT. Telkom Indonesia terdiri dari empat unit yaitu: 1. *Consumer Marketing (CM)*, 2. *Customer Care (CC)*, 3. *Regional Wholesale Service (RWS)*, 4. *Enterprise, Government, and Business Services (EGBIS)*. Bagian atau segmen ini memiliki fungsi diantaranya yaitu untuk pengolahan *marketing* dan *sales* pelanggan segmentasi *enterprise*,

government, business/SME dan wholesale/OLO (other license operator) serta pengolahan customer care.

b. Fungsi Infrastructure

Fungsi Infra terdiri dari lima unit yaitu: 1. *Regional Operation Center (ROC)*, 2. *Regional Network Operation (RNO)*, 3. *Managed Service Operation (MSO)*, 4. *Planning, Engineering, and Deployment (PED)*. Dalam menjalankan fungsinya yaitu untuk memelihara dan menjaga jaringan Telkom Regional IV sehingga mampu menyampaikan layanan produk yang dimiliki Telkom dengan sangat baik.

c. Fungsi Support

Fungsi Support terdiri dari empat unit yaitu: 1. *Human Capital (HC)*, 2. *GA (General Affair)*, 3. *PCF (Payment, Collection, Finance)*, 4. *Business Planning and Performance (BPP)*. Dalam menjalankan fungsinya yaitu mendukung unit *infra* dan *marketing* agar dapat memberikan pelayanan yang prima.

2.5. Tugas Pokok Jabatan

1. EVP (*Executive Vice President*) bertanggung jawab untuk memastikan efektivitas operasional yang dilakukan oleh PT. Telkom dalam teritori tertentu yaitu pengaturan alokasi sumber daya manusia dan koordinasi serta supervisi pembinaan operasional. Hal ini bertujuan untuk program-program terkait percepatan produktivitas yang berkaitan dengan program utama yang dimiliki oleh

Telkom Group. EVP Telkom Regional IV bertanggung jawab atas seluruh fungsi di divisi regional iv dengan fokus pada koordinasi eksternal unit, fungsi rencana bisnis dan performa, fungsi manajemen resiko, keuangan dan koleksi pembayaran, *human capital* dan *general affair*.

2. *Deputy EVP Marketing* bertanggung jawab terkait fungsi pengolahan marketing, penjualan dan pelayanan pelanggan. Baik itu segmentasi *costumer, enterprise, government and business maupun wholesale/OLO*. Juga melakukan pembinaan terhadap *consumer executive account manager*.

3. *Deputy EVP Infrastructure*, tupoksi *Deputy EVP Infrastructure* adalah pengolahan *regional operation centre, manage service operation, regional network ooperation, access management, and planning, engineering and deployment*.

4. *Senior Manager (SM) Business Planning, Performance and Risk Management*. Memiliki tanggung jawab terhadap kesiapan *rencana bisnis pada satu tahun*. Divisi regional yang terdepan dalam melakukan koordinasi.

5. *Senior Manager Shared Services*, memiliki tanggung jawab atas terkoodinasinya tingkat kecukupan dukungan anggaran dan finansial secara efektif dan efisien, efektivitas pengelolaan fungsi *payment collection*, tingkat produktivitas sumber daya manusia termasuk pengalokasiannya, dan efektivitas pengelolaan *community development* guna mendukung pencapaian target dan program utama Telkom di lingkup geografis regional.

5. *Senior Manager (SM) General Affair* bertanggung jawab atas efektivitas dan kelancaran berbagai aktivitas pendukung penyelenggaraan operasional eksekusi progra-program bisnis di ujung tombak peayanan. Secara khusus meliputi aspek-aspek pendukung yang terkait logistic and procurement, assets and facillity manegement, legal and regulatory, public relation dan

kesekretaiatan, serta *security and safety*, guna mendukung pencapaian target dan program utama Telkom di lingkup geografis regional.

6. *Order Service Manageme (OSM) Regional enterprise, Government and Bussiness services.*

Memiliki tanggung jawab tercapainya target *sales* regional melalui upaya pengkoordinasian tiap segmen, serta terkoordinasinya proses pengaturan prioritas alokasi *resource*, dalam rangka pencapaian tingkat *speed* dan produktivias yang optimal untuk aktivitas *account management* yang paling efektif dan produktif serta kecepatan *delivery service* kepada customer pengguna *basic service/mass product/modulerized*, dalam mendukung pencapaian target dan program utama Telkom di lingkup geografis regional.

7. *Order Service Management (OSM) Regional Wholesale Services.* Bertanggung jawab atas tercapainya target *sales* regional melalui upaya memberikan konsistensi implementasi *salesmodel*

8. *Order Service Management (OSM) Customer Care.* Memiliki tanggung jawab atas efektivitas dan kualitas proses pengelolaan segmen customer melalui implementasi *customer care* dalam mendukung pencapaian target dan program utama Telkom di lingkup geografis regional.

9. *Order Service Mangement (OSM) Consumer Marketing.* Memiliki tanggung jawab atas pengelolaan *marketing* guna tercapainya *sales* regional melalui upaya eksekusi penjualan, program pelanggan segmen customer dalam mendukung pencapaian target dan program utama Telkom di lingkup geografis regional.

10. *Order Service Mangement (OSM) Regional Operation Center.* Bertanggung jawab atas efektivitas kelancaran pelaksanaan *regional operation center* di lingkup geografis regional yang mencakup *operational helpdesk, consumer fulfillment supervision, consumer assurance*

supervision, top priority supervision, performance management and SLA Monitoring dan services delivery sesuai dengan tolak ukur yang telah ditetapkan.

11. *Order Service Mangement (OSM) Regional Managed Service Operation*. Memiliki tanggung jawab atas efektivitas kelancaran pelaksanaan pengelolaan Telkom Group *fulfillment and assurance, infra service delivery and operation support, performance management, dan SLA Monitoring and key performance indicator (KPI)* sesuai dengan tolak ukur yang telah ditentukan.

12. *Order Service Mangement (OSM) Regional Network Operation*. Bertanggung jawab menuntaskan pelayanan di bidang *backbone, data centre and DEFA (Digial Energy Facility) Operation, internet protocol and service node operation, information system operation, infra maintenance and wireless operation*.

13. *Order Service Mangement (OSM) Access Mangement*. Memiliki tanggung jawab atas efektivitas dukungan penyelenggaraan aktivitas access operation di lingkup geografis regional mencakup *CAPEX, access data validation and inventory management, access NE OM, Access OM and partnership, and NTE Mangement*.

14. *Order Service Mangement (OSM) Planning, Enginering, and Development*. Bertanggung jawab atas efektivitas perencanaan dan pelaksanaan pembangunan (*Project management, constructin and supervison*) Infrastruktur (*network, access and wifi*) meliputi additional dan modernisasi dalam rangka mendukung pencapain target dan program utama perusahaan di lingkup geografis regional.

15. *General Manger (GM) Telkom wilayah*. Bertanggung jawab atas efektivitas fungsi komando dalam menggerakkan, memberikan pengarahan dan mengatur prioritas sumber daya (*acting as CEO untuk fungsi eksekusi operasional Telkom Group di wilayah*) serta koordinasi supervisi atau

pembinaan operasional untuk mengkoordinasikan tingkat percepatan dan produktivitas yang optimal di masing-masing wilayah.

2.6. Lokasi dan Kontak Perusahaan

Alamat: Jl. Pahlawan No.10, Kelurahan Pleburan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50249

No. Telepon: (024) 8302006

Jam Operasional: 08.00 – 17.00

2.7. Layanan dan Produk PT. Telkom Indonesia

A. Layanan Network Connectivity

Layanan *Network Connectivity* adalah solusi layanan *fixed connectivity* yang andal digunakan untuk bisnis dengan menawarkan portofolio layanan konektivitas *end-to-end* dengan pelayanan menyeluruh, internet *building-to-building* dimanapun dan menjangkau hingga 182 negara. Sehingga adanya *network connectivity* dapat mendukung bisnis antar negara. Adapun jenis layanan yang disediakan adalah sebagai berikut:

1. Ethernet Services

Ethernet services merupakan layanan yang memungkinkan koneksi terhubung secara efisien dan memudahkan proses transfer data sensitif ke jaringan luar negeri. Jenis *ethernet* terbagi tiga yaitu *Domestic ethernet*, *Metro Ethernet* dan *SL WDM*.

2. IP VPN

IP VPN merupakan jaringan privat yang dapat menghubungkan orang di berbagai negara belahan dunia menggunakan teknologi MPLS, dilengkapi dengan fitur *monitoring performance* konektivitas secara *real-time*. Jenis IP VPN terbagi menjadi tiga jenis, yaitu *Global VPN* yang melingkupi jaringan secara global, *managed global VPN* merupakan layanan hubungan yang dapat terkoneksi lebih dari 150 negara, serta *Global VPN IP*.

3. Signalling

Signalling adalah layanan untuk operator domestik atau penyedia telekomunikasi global. Terdapat dua jenis *signalling* yaitu *roaming* dan *signaling international*.

4. Internet Services

Internet services merupakan layanan yang menjadi *market leader* untuk pasar Indonesia. Terdapat dua jenis layanan *internet services* antara lain *dedicated internet* dan *transit internet*. *Dedicated Internet* merupakan layanan *broadband internet* yang dikhususkan untuk akses internet secara global maupun domestik. Sedangkan *Transit Internet* merupakan layanan interkoneksi internet antara *content provider* dan pengakses konten (*eyeballs*).

5. SD WAN

SD WAN merupakan layanan *wide area network* yang terintegrasi dengan *software-defined* yang memberikan pengalaman layanan berkualitas *end-to-end* kepada pelanggan.

B. Layanan Unified Communications

Layanan *Unified Communications* merupakan layanan dengan memberikan *customer experience* lebih terhadap beberapa metode komunikasi yang disesuaikan dengan

perkembangan jaman. Saat ini terdapat banyak cara untuk orang dapat berkomunikasi diantaranya dengan menggunakan telpon, panggilan video, konferensi web, pesan P2P (*person-to-person*) dan bahkan A2P (*Aplication-to-person*). Berikut layanan yang diberikan:

1. Layanan *Cloud and Data Center*

Layanan *Cloud and Data Center* merupakan layanan terkini serta mampu meningkatkan kemudahan dalam melakukan penyimpanan. Adanya sarana ini tidak terlepas dari peran *big data*. Terdapat beberapa jenis *cloud* yang disediakan oleh Telkom diantaranya:

- a. *Neucentrix DC, CNDC neucentrix* atau *Neutral Carrer Data Center* dengan layanan kolokasi dasar, berlokasi di 14 kota di Indonesia.
- b. *International DC* merupakan *data center* global yang membentuk ekosistem pelayanan data digital secara masif.
- c. *Cloud* merupakan solusi untuk menyediakan penyimpanan dengan fleksibel, mudah dan hemat tempat.

D. Layanan *Managed Service (Network Connectivity)*

Layanan pengolahan sistem jaringan konektivitas mulai dari tahap perencanaan hingga *monitoring*. Menyediakan sistem konektivitas *fully managed* guna memberikan pelayanan primanya.

2.8. Identitas Responden

Pemilihan responden menggunakan teknik *non probability sampling* dengan sampel jenuh pada Karyawan organik PT. Telkom Indonesia band V dan VI Kantor Regional IV Semarang yang

berjumlah 30 orang. Instrumen penelitian yang digunakan ialah kuesioner *online* yang dibagikan melalui *google form* dengan media aplikasi telegram kepada karyawan.

2.8.1. Responden Berdasarkan Usia

Setelah mengetahui responden yang akan diambil datanya. Berikut adalah data responden setelah dibagi berdasarkan usianya.

Tabel 2.1 Identitas Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25-27 tahun	18	60%
28-30 tahun	12	40%
Total	30	100%

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 18 tahun (60%) berusia 25-27 tahun, dan 12 orang (40%) berusia 28-30 tahun.

2.8.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan bentuk fisik seseorang yang dikategorikan pada dua jenis kelamin yakni laki-laki dan perempuan. Pada penelitian ini data yang dikumpulkan tersebar ke dua jenis kelamin tersebut. Berikut adalah perbandingan responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini:

Tabel 2.2 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Laki Laki	11	37%
Perempuan	19	63%

Total	30	100%
-------	----	------

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 11 orang (33%) berjenis kelamin laki laki, dan 19 orang (67%) lainnya adalah perempuan.

2.8.3. Responden Berdasarkan Jabatan (*Band*)

Jabatan atau *Band* adalah tingkat level posisi pekerjaan pada perusahaan. Berdasarkan data yang telah didapatkan, berikut adalah jabatan yang dimiliki oleh masing-masing responden yang diteliti.

Data identitas responden menurut *band* dapat dilihat pada tabel 2.3 berikut:

Tabel 2.3 Identitas Responden Menurut *Band* (Jabatan)

<i>Band</i> (Jabatan)	Jumlah	Persentase
V	21	70%
VI	9	30%
Total	30	100%

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 21 orang (70%) pada posisi band V, dan 9 orang (30%) pada posisi band VI.

2.8.4. Responden Berdasarkan Asal Divisi

Divisi di sebuah perusahaan dikategorikan sesuai dengan jenis kegiatan operasional yang dilakukan. Pada PT. Telkom Indonesia terdapat 13 divisi yang dibagi berdasarkan tupoksinya masing-masing. Dari 13 divisi diambil satu hingga empat orang sampel untuk menjadi responden pada penelitian ini. Berikut adalah data kelompok responden berdasarkan asal unit:

Tabel 2.4 Identitas Responden Menurut Asal Divisi

Unit	Jumlah	Persentase
<i>Business Planning and Performance (BPP)</i>	1	3%
<i>Human Capital (HC)</i>	2	7%
<i>General Affair (GA)</i>	2	7%
<i>Customer Care (CC)</i>	2	7%
<i>Regional Network Operation (RNO)</i>	2	7%
<i>Enterprise, Government, Business Service (EGBIS)</i>	2	7%
<i>Regional Wholesale Service (RWS)</i>	3	10%
<i>Consumer Marketing (CM)</i>	3	10%
<i>Regional Operation Center (ROC)</i>	3	10%
<i>Regional Access Management (RAM)</i>	3	10%
<i>Planning, Engineering, Deployment (PED)</i>	3	10%
<i>Paymen, Collection, Finance (PCF)</i>	4	12%
Total	30	100%

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 1 orang (3%) berasal dari unit BPP (7%) , 2 orang dari unit HC (7%), 2 orang dari unit GA (7%), 2 orang dari CC (7%), 2 orang dari unit RNO (7%), 2 orang dari unit EGBIS (7%), 3 orang dari unit RWS (10%), 3 orang dari unit CM (10%), 3 orang dari unit ROC (10%), 3 orang dari unit RAM (10%) , 3 orang dari unit PED (10%), dan 4 orang dari unit PCF (12%).

2.8.5. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Status pendidikan terakhir menunjukkan jenjang atau tingkatan pendidikan yang sudah pernah ditempuh oleh responden. Berdasarkan data yang sudah didapatkan, berikut adalah data responden berdasarkan pendidikan terakhirnya.

Tabel 2.5 Identitas Responden Menurut Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sarjana	30	100%
Total	30	100%

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 30 orang (100%) memiliki latar belakang pendidikan sarjana.

2.8.6. Responden Berdasarkan Lama Bekerja di Telkom

Lama Bekerja merupakan tingkatan waktu yang menunjukkan seberapa lama seseorang bekerja dalam perusahaan. Lama bekerja di Telkom berarti rentang waktu bekerja yang dimiliki karyawan Telkom dari saat pemberian SK (Surat Keterangan) karyawan tetap hingga periode saat ini. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, disajikan kelompok responden berdasarkan lama bekerja di Telkom pada tabel 2.6 berikut ini:

Tabel 2.6 Identitas Responden Menurut Lama Bekerja di Telkom

Lama Bekerja di Telkom	Jumlah	Persentase
-------------------------------	---------------	-------------------

1-2 tahun	6	20%
3-4 tahun	16	53%
5-6 tahun	8	27%
Total	30	100%

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 6 orang (20%) memiliki lama bekerja di Telkom selama 1-2 tahun , 16 orang (53%) memiliki lama bekerja 3-4 tahun, dan 8 orang (27%) memiliki lama bekerja 5-6 tahun.

2.8.7. Responden Berdasarkan Lama Bekerja di Unit Terakhir

Lama Bekerja di unit terakhir merupakan jangka waktu yang dimiliki seseorang dalam unit kerja terakhir hingga sebelum akhirnya dipindah tugaskan atau sudah tidak bekerja pada perusahaan tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh, disajikan kelompok responden berdasarkan lama bekerja di Telkom pada tabel 2.7 berikut:

Tabel 2.7 Identitas Responden Menurut Lama Bekerja di Unit Terakhir

Lama Bekerja di Unit Terakhir	Jumlah	Persentase
1-2 tahun	17	57%
3-4 tahun	13	43%
Total	30	100%

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang, sebanyak 17 orang (57%) memiliki lama bekerja 1-2 tahun, dan 13 orang (43%) memiliki lama bekerja 3-4 tahun.