

BAB II

GAMBARAN UMUM PT TELKOM INDONESIA REGIONAL IV

Pada bab ini akan mendeskripsikan subjek penelitian yaitu perusahaan telekomunikasi PT Telkom Indonesia, khususnya Telkom Indonesia Regional 4, baik dari sejarah perusahaan, tujuan, visi, misi, *core values*, logo perusahaan, struktur organisasi, dan kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan.

2.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: Telekomunikasi Indonesia
Jenis Badan Hukum	: Perseroan Terbatas
Alamat Kantor Regional	: Jalan Pahlawan No. 10, Pleburan, Kota Semarang, Jawa Tengah
Alamat Kantor Pusat	: Telkom Landmark Tower II, Lantai 39, Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 52, Kuningan, Jakarta Selatan, Jakarta.
No Telepon/Fax	: +62 21-808-63539
E-mail	: corporate_comm@telkom.co.id
Status Pemodalan	: Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
Bidang Usaha	: Teknologi, Telekomunikasi dan Informasi

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Telkom Indonesia terbentuk pada tahun 1991 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1991. Berawal di tahun 1882 dimana didirikan badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf, lalu kemudian statusnya diubah menjadi

Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) pada tahun 1961. Pada tahun 1965, kemudian PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Perkembangan selanjutnya tahun 1974, dimana PN Telekomunikasi diubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel), lalu diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan Telekomunikasi Indonesia pada tahun 1991. Penawaran saham perdana PT. Telkom terjadi pada tahun 1995, dan sejak saat itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan pada Bursa Efek Jakarta & Bursa Efek Surabaya (kini bernama Bursa Efek Indonesia). Tidak hanya di Indonesia, saham Telkom juga diperdagangkan di bursa efek luar negeri seperti Bursa Efek New York dan Bursa Efek London. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

PT. Telkom Indonesia terbagi menjadi tujuh Divisi Regional (DIVRE), yaitu DIVRE I untuk wilayah Sumatera, DIVRE II untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya, DIVRE III untuk wilayah Jawa Barat; DIVRE IV untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY); DIVRE V untuk wilayah Jawa

Timur; DIVRE VI untuk wilayah Kalimantan; dan DIVRE VII untuk wilayah Indonesia bagian Timur.



Gambar 2.1 Transformasi Logo PT Telkom Indonesia

Sumber: Dokumen perusahaan (2023)

2.3 Visi, Misi, *Core Values*, dan Logo Perusahaan

2.4.1 Visi Perusahaan

Setiap organisasi baik yang bergerak pada ranah bisnis ataupun tidak, diharuskan memiliki visi, karena visi akan menjadi cita-cita atau harapan yang akan dicapai organisasi kedepannya. Sebagai organisasi bisnis yang bergerak di bidang informasi dan komunikasi, PT Telkom Indonesia memiliki visi yaitu “Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat”, dengan sebuah harapan bahwa kedepannya PT Telkom Indonesia dapat semakin berkembang dan

selalu menjadi pilihan utama bagi masyarakat saat menggunakan layanan informasi dan komunikasi.

2.4.2 Misi Perusahaan

Selain visi, suatu perusahaan perlu untuk menyusun misi sebagai strategic plan untuk mencapai visi atau cita-cita perusahaan. Misi yang disusun oleh perusahaan harus disusun sebaik mungkin sehingga misi tersebut mampu dilaksanakan dan diterapkan oleh karyawan perusahaan. Oleh karena itu, dalam ini 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

2.4.3 Core Values Perusahaan

Berdasarkan Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE-7/MBU/07/2020, untuk mewujudkan peran Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, akselerator kesejahteraan sosial (*social welfare*), penyedia lapangan kerja, dan penyedia talenta, dibutuhkan transformasi Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik Negara, dimana salah satunya melalui penetapan Nilai-Nilai Utama (*Core Values*) Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik

Negara sebagai identitas dan perekat budaya kerja yang mendukung peningkatan kinerja secara berkelanjutan (BUMN RI, 2020). Berikut merupakan penjabaran terkait *core values* BUMN yang diterapkan pula oleh PT Telkom Indonesia:

1. Amanah, memegang teguh kepercayaan yang diberikan;
2. Kompten, 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 kerjasama yang sinergis.

2.4.4 Logo Perusahaan

Dalam pengerjaan sebuah logo perusahaan tidak dapat dilakukan dengan sembarangan atau asal-asalan. Sebuah perusahaan harus memiliki logo yang nantinya akan berfungsi sebagai identitas perusahaan dan mampu menarik konsumen. Selain itu logo juga dapat menjadi identitas yang berfungsi membedakan merek atau perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya. Apabila logo perusahaan kurang baik, maka terdapat suatu kemungkinan bahwa logo tersebut kurang menarik di mata konsumen dan dapat merugikan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, PT Telkom Indonesia memiliki logo yang dibuat dengan baik dan bahkan memiliki filosofi, berikut logo PT Telkom Indonesia yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.2 Logo PT Telkom Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan

2.4 Kegiatan Usaha

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 industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Dengan model organisasi yang baru diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. Telkom membagi bisnisnya menjadi 3 *Digital Business Domain*:

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

2.5 Gambaran Umum Telkom Regional IV

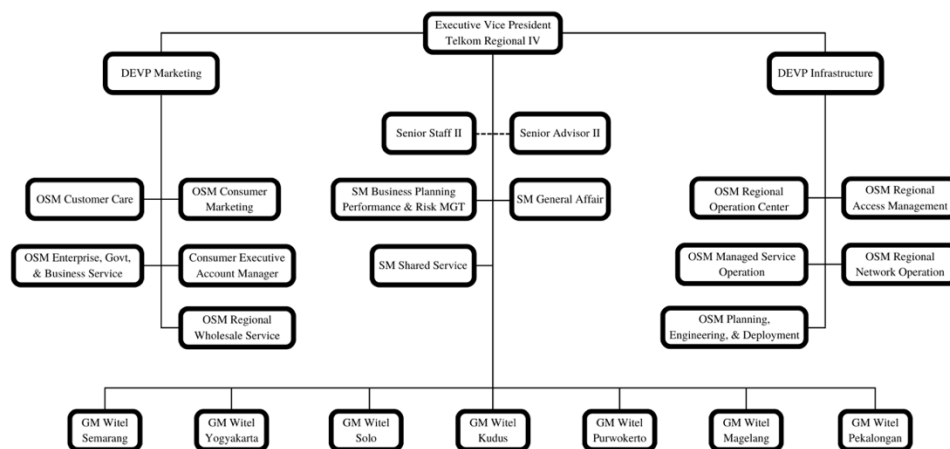
PT Telkom Indonesia merupakan organisasi bisnis yang besar sehingga struktur organisasi yang digunakan terbagi ke dalam beberapa region/wilayah sesuai dengan cakupan masing-masing regional. Cakupan terbesar dipegang oleh Telkom Pusat yang membawahi 7 region atau wilayah, yang kemudian region tersebut membawahi beberapa kota atau kabupaten.

Telkom Regional IV sebagai Divisi Regional (DIVRE) IV untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terbagi atas 5 Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi (Kandatel). Adapun kelima Kandatel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kandatel Semarang, berkedudukan di wilayah Semarang dengan wilayah pemerintahan Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Kendal, Ungaran, Ambarawa, Kudus, Demak, dan Salatiga.
2. Kandatel Yogyakarta, berkedudukan di Yogyakarta dengan wilayah pemerintahan kota dan kabupaten Yogyakarta, Magelang, Purworejo, Muntilan, Kebumen, Temanggung, Gombong, Bantul, Sleman, Wonosari, dan Wates.

3. Kandatel Solo, berkedudukan di Solo dengan wilayah pemerintahan kota dan kabupaten Solo, Sukoharjo, Boyolali, Cepu, Blora, Jepara, Klaten, Pati, Rembang, Purwodadi, Sragen, Karanganyar, Dan Wonogiri.
4. Kandatel Pekalongan, berkedudukan di Pekalongan dengan wilayah pemerintahan kota dan kabupaten Pekalongan, Brebes, Tegal, Pemasang, Slawi, dan Batang.
5. Kandatel Purwokerto, berkedudukan di Purwokerto dengan wilayah pemerintahan Kota dan Kabupaten Purwokerto, Purbalingga, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap.

Berikut merupakan struktur organisasi Telkom Regional IV:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Telkom Regional IV

Sumber: Dokumen perusahaan

2.6 Identitas Narasumber

Narasumber merupakan pihak yang diwawancarai untuk mendapatkan data primer dalam penelitian. Setiap narasumber yang dipilih sudah disesuaikan dengan

keterbutuhan penelitian yang akan menggali lebih dalam terkait kerangka kerja talent management, strategi *talent development*, hingga fokus area & metode *talent development*. Telkom Regional IV sebagai kantor di lingkup regional memiliki *partner* dalam inisiatif pengembangan karyawan yaitu Telkom Corpu Learning Area 4. Pada penelitian ini adapun narasumber yang di wawancarai ialah para pelaku dan pihak yang terlibat dalam operasional *talent management* Telkom Regional IV Jateng-DIY

Tabel 2.1 Identitas Narasumber

No.	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Keterangan
1.	Cana Paranita	Perempuan	Pegawai BUMN	<i>Officer</i> Telkom Corporate University Learning Area 4
2.	Naurah Yasmin Alifah	Perempuan	Pegawai BUMN	<i>Officer Human Capital Development</i> Telkom Regional IV
3.	Excellia	Perempuan	Pegawai BUMN	<i>Officer Human Capital Service</i> Telkom Regional IV
4.	Ilham Muhammad Arrazi	Laki-laki	Pegawai BUMN	<i>Account Manager Government & Enterprise</i> Regional 4
5.	Ester Elisabeth Aspi N	Perempuan	Pegawai BUMN	<i>Officer 3 Infra Operations and Maintenance</i>