

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 1.1 Sejarah Singkat Perusahaan



**Gambar 2.1**  
**Profil perusahaan PT.Telekomunikasi Indonesia**

Telkom didirikan pada 23 oktober 1856 oleh Pemerintah Belanda, dengan nama “ *Post en Telegraafdienst*”, awalnya Telkom merupakan institusi yang melayani jasa pos dan telegraf. Kehadiran telepon kemudian menyaingi layanan pos dan telegraf, sehingga Telkom menjadi Djawatan Pos, Telegraf dan Telepon (*Post, Telegraph en telepjone Dienst*) yang melayani jasa pos dan telekomunikasi. Sejak

1982, layanan telepon kami sudah mulai digunakan untuk interlokal dan pada 1929 layanan telepon kami terkoneksi dengan jaringan internasional.

Institusi Telkom sebagai Djawatan Pos, Telegraf dan Telekomunikasi kemudian diambil alih Pemerintah Indonesia dari Belanda setelah kemerdekaan pada tahun 1945. Melalui Perpu No.19 tahun 1960 dan PP No.240 tahun 1961, Telkom berubah bentuk menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian melalui PP No.30 tahun 1965, Telkom berubah lagi menjadi Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Selanjutnya, melalui PP No.36 tahun 1974, Telkom menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi Indonesia (Perumtel).

Pada tahun 1991, dengan terbitnya PP No.25 tahun 1991, Telkom berubah status menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia. Perubahan ini merupakan langkah awal menjadi Perusahaan Publik. Pada tahun 1995, Telkom terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan New York Stock Exchange (NYSE). Pada tahun yang sama, Telkom mendirikan Telkomsel untuk merespon maraknya penggunaan teknologi GSM di tanah air melalui peluncuran Kartu Halo pascabayar. Pada tahun 1997 Telkomsel telah berhasil membangun jaringan GSM di seluruh provinsi di Indonesia.

Sepanjang tahun 2000-an, seiring dengan berkembangnya *over the top application* (OTT) atau aplikasi digital berbasis *internet*, Telkom melakukan transformasi *revolusioner* untuk menghadapi disrupsi digital melalui berbagai pendekatan. Beberapa hal strategis yang dilakukan yaitu perubahan portofolio produk dari infoComm ke TIMES, membangun *customer-centric organization*,

mengembangkan infrastruktur, meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia, dan melakukan inovasi model bisnis.

Pasar ICT (*information and communications*) tanah air kian ramai diperebutkan oleh kompetitor global. Telkom menginisiasi *International Expansion* (InEx) sebagai strategi ekspansi bisnis global untuk mencari sumber pertumbuhan baru di Luar Negeri. Telkom menetapkan *footprint* di 11 negara dan melakukan aliansi bisnis dengan perusahaan global.

Telkom terus bertransformasi dan berkembang menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital (*digital communication company*) untuk merespon peluang dan risiko disrupsi di era digital. *Disruptive competitive growth* atau pertumbuhan berbasiskan daya saing yang inovatif dan di luar kebiasaan menjadi landasan strategi kami saat ini dan untuk tahun-tahun yang akan datang. Hal ini tercermin dari pengembangan produk dan jasa kami berdampak pada disrupsi industri telekomunikasi, khususnya yang berbasiskan pada layanan digital.

### **2.1.1 Visi PT.Telekomunikasi Indonesia**

Visi perusahaan “*Be The King of Digital In The Region*”, mengandung arti bahwa Perseroan bertransformasi menuju *Digital Telco* melalui penguatan *broadband connectivity*, pengembangan *digital mediation platform*, dan peningkatan pelayanan *digital service & solution*. Perseroan juga melakukan digitasi proses bisnis internal dan mengadopsi budaya digital. Ketiga hal tersebut ditujukan untuk menciptakan *customer experience* terbaik dan meningkatkan daya saing serta *company value* guna memantapkan posisi Perseroan berada di 10

(sepuluh) besar Kapitalisasi Pasar Perusahaan Telekomunikasi di kawasan Asia Pasifik pada Tahun 2020.

### **2.1.2 Misi PT.Telekomunikasi Indonesia**

*“Lead Indonesian Digital Innovation”*

- 1. Telkom leads active role to improve Indonesian competitiveness.*
- 2. Being a leading digital company, Telkom should be a role model in developing digital ecosystems and collaboration to perform a variety of innovations.*
- 3. Telkom promotes and empowers local digital innovation & development.*

*“Lead Globalization”*

- 1. Leverage Indonesian digital innovation to compete globally.*

### **2.1.3 Kestinambungan Tema**

#### **1. Mempercepat Ekonomi Digital Indonesia (2017)**

Sejalan dengan transformasi kami menuju perusahaan telekomunikasi digital, kami berperan penting dalam mengakselerasi digital ekonomi Indonesia. Infrastruktur kami yang terkini dan terintegrasi telah membuka berbagai peluang ekonomi. Kami juga menjadi katalis ekonomi digital Indonesia dengan menyediakan berbagai teknologi dan platform digital, serta menjadi sarana bagi *digital startups* untuk mengembangkan inovasinya. Inilah kami, Telkom, untuk Indonesia.

## **2. Membangun Ekonomi Digital Indonesia (2016)**

Dengan infrastruktur yang terintegrasi, Telkom siap mendukung perwujudan visi Indonesia sebagai negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara tahun 2020 sekaligus mengakselerasi pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia di era digital. Telkom akan terus melangkah bersama masyarakat mewujudkan inovasi dan membangun kesejahteraan masyarakat saat ini dan di masa depan.

## **3. Membangun Masyarakat Digital Indonesia (2015)**

Dalam rangka mewujudkan masyarakat digital, Telkom menyediakan layanan konektivitas berkualitas tinggi melalui pembangunan infrastruktur dan mengembangkan konten dan aplikasi yang bermanfaat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari sehingga memberikan pengalaman digitalisasi terbaik bagi pelanggan.

## **4. Pertumbuhan Kompetitif yang Berkelanjutan Melalui Bisnis Digital (2014)**

Berinvestasi pada bisnis digital merupakan suatu keniscayaan bagi Telkom untuk meningkatkan daya saing sekaligus mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan (*sustainable competitive growth*) di masa depan.

## **5. Menciptakan Peluang dan Talenta Global (2013)**

Ekspansi internasional telah menjadi keniscayaan bagi Perseroan agar mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan tinggi dan berkelanjutan. Inisiatif

strategis ini telah mengantarkan Perseroan mencapai pertumbuhan double digit dan memantapkan langkah Perseroan sebagai perusahaan penyedia layanan TIMES yang dominan di Indonesia dan diperhitungkan di kawasan regional.

#### **2.1.4 Transformasi Digital Telkom**

Untuk menjadi salah satu dari sepuluh perusahaan telekomunikasi di Asia Pasifik dengan kapitalisasi pasar terbesar, kami melakukan transformasi menuju Digital Telco. Adapun spirit transformasi menuju Digital Telco berangkat dari 3 paradigma, yaitu Digital (membangun dan memperkuat digital bisnis), Lean (lebih lincah, lebih cepat, lebih produktif), Customer Experience (selalu berorientasi untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan).

#### **2.1.5 Produk dan Pelanggan**

Menyediakan beragam layanan terintegrasi untuk setiap segmen pelanggan telkom.

##### **1. Enterprise**

Fokus pada pelanggan korporat, UMKM dan institusi pemerintah yang menyediakan layanan ICT, *end-to-end solution*.

##### **2. Mobile**

Fokus pada pelanggan seluler yang menyediakan *mobile voice*, *SMS*, *value added service* dan *mobile broadband*.

##### **3. Consumer**

Fokus pada pelanggan retail (perumahan) yang menyediakan layanan telepon tidak bergerak, TV berbayar, data internet dan jasa telekomunikasi lainnya.

### 2.1.6 The Telkom Way

Nilai-nilai inti (*core values*) yang melekat pada karyawan Telkom Group yaitu 3S :

#### 1. Solid

Sinergi, Saling percaya, Kesamaan tujuan

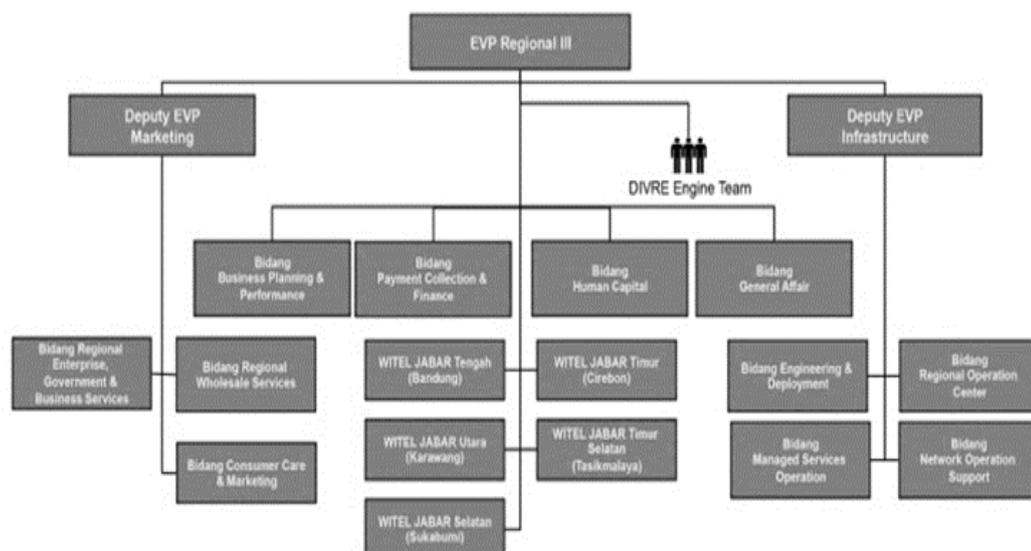
#### 2. Speed

Proaktif, Kualitas, Cepat

#### 3. Smart

Kejelasan tujuan, Skala prioritas, Cara baru

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2

Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia

## 2.3 Deskripsi Jabatan

### 2.3.1 Wewenang, Tugas, dan Tanggung Jawab Direksi

Direksi memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menjalankan dan bertanggung jawab atas pengurusan Perusahaan untuk kepentingan Perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan dari Perusahaan yang ditetapkan dalam anggaran dasar.
2. Menyelenggarakan RUPS tahunan dan RUPS lainnya sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan anggaran dasar.
3. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan itikad baik, penuh tanggung jawab, dan kehati-hatian.
4. Membentuk Komite untuk mendukung efektivitas pelaksanaa tugas dan tanggung jawab Direksi.
5. Melakukan evaluasi terhadap kinerja Komite yang dibent setiap akhir tahun buku.

**Tabel 2.1**  
**Wewenang, Tugas, dan Tanggung Jawab Direksi**

NO	JABATAN	TUGAS DAN WEWENANGNYA
1	Direktur Utama (CEO)	<p>1.Mengkoordinasikan proses, menstrukturkan dan atau mengkontruksikan aspek-aspek filosofi korporasi yang mencakup namun tidak terbatas pada visi, misi, tujuan <i>corporate culture</i> serta <i>leadership architecture</i>;</p> <p>2.Merumuskan dan menyatakan <i>strategic diretion</i> dalam rangka mengondisikan kemampuan Perusahaan untuk mewujudkan <i>sustainable competitive growth</i> pada seluruh portofolio bisnis Telkom, dan pengendalian risiko serta <i>interfacing with external constituent</i>;</p> <p>3.Mengendalikan fungsi perencanaan strategis dalam lingkup Telkom secara <i>group</i> dan mengarahkan upaya pertumbuhan dengan fokus pada portofolio bisnis baru.</p>
2	Direktur Digital & Strategic Portofolio	<p>1.Menentukan konsepsi dan rumusan Rencana Jangka Panjang Perseroan (<i>corporate strategic scenario</i>);</p>

NO	JABATAN	TUGAS DAN WEWENANGNYA
	(DSP)	<p>2.Menentukan kebijakan tata kelola dan mekanisme pengelolaan perencanaan perusahaan dan strategisnya (kebijakan untuk pengaturan level perencanaan dan strategisnya – <i>corporate level, business level</i> dan <i>function level</i>);</p> <p>3.Menentukan strategi dan kebijakan portofolio bisnis Telkom Group.</p>
3	Direktur Keuangan (KEU)	<p>1.Menentukan konsepsi dan rumusan Rencana Jangka Panjang <i>Financial</i> Perusahaan untuk lingkup Telkom secara <i>group</i>;</p> <p>2.Menentukan strategi dan kebijakan fungsional bidang <i>financial</i> dan <i>asset</i>, yang mencakup antara lain, namun tidak terbatas pada <i>financial policy, asset management policy, supply management policy</i>, dan <i>financial system support policy</i>;</p> <p>3.Menentukan strategi dan kebijakan fungsional di bidang <i>risk management</i> untuk memastikan efektivitas <i>business continuitymanagement</i>.</p>
4	Direktur Human Capital Management (HCM)	<p>1.Menentukan konsepsi dan rumusan Rencana Jangka Panjang <i>Human Capital</i> dan <i>Master Plan Human Capital</i> secara <i>group</i>;</p> <p>2.Memfasilitasi dalam proses perumusan konsep <i>corporatelevel strategy</i> khususnya untuk aspek yang terkait dengan pembangunan <i>center of excellence</i>, untuk <i>people aspect, human capital, organization design corporate culture</i> dan <i>leadership architecture</i> dan <i>industrial relation</i>;</p> <p>3.Menentukan strategi dan kebijakan fungsional bidang <i>human capital</i>, antara lain, namun tidak terbatas pada bidang <i>human capital development, human capital system, human capital operation, organization development</i>, dan <i>industrial relation</i>.</p>
5	Direktur Network, IT & Solution (NITS)	<p>1.Menentukan perencanaan dan strategi bisnis untuk memengaruhi kemampuan sumber daya Perusahaan dalam rangka Menumbuhkan/membesarkan/"<i>exploit</i>" atas bisnis/ service yang sudah "<i>established</i>" melalui pendayagunaan <i>infrastructure, IT</i> dan <i>solution</i> untuk menopang portofolio bisnis Telkom Group secara sinergis;</p> <p>2.Menentukan kebijakan, tata kelola dan mekanisme dalam rangka pendayagunaan <i>infrastruktur/network</i> untuk menopang portofolio bisnis Telkom Group;</p> <p>3.Menentukan kebijakan, tata kelola dan mekanisme dalam rangka pendayagunaan <i>IT</i> untuk menopang pertumbuhan portofolio bisnis Telkom Group.</p>
6	Direktur Consumer Service (CONS)	<p>1.Menentukan perencanaan dan <i>business strategy</i> untuk memengaruhi kemampuan sumber daya Perusahaan dalam mewujudkan <i>competitive advantage</i> guna pemenangan kompetisi dan pertumbuhan jangka panjang portofolio bisnis <i>segmen consumer (consumer home service</i> dan <i>consumer personal services)</i> pada lingkup Telkom secara <i>group</i>;</p> <p>2.Menentukan kebijakan dan mekanisme <i>parenting</i> dalam rangka penciptaan <i>value</i> Perusahaan melalui optimalisasi dan harmonisasi interelasi antara "<i>parent</i>" dengan seluruh</p>

NO	JABATAN	TUGAS DAN WEWENANGNYA
		entitas pengelola operasi bisnis segmen <i>consumer</i> pada lingkup Telkom secara <i>group</i> ; 3. Menentukan kebijakan, tata kelola dan mekanisme pengelolaan fungsi <i>marketing segmen consumer</i> .
7	Direktur Enterprise Business Service (EBIS)	1. Menentukan perencanaan dan <i>business strategy</i> untuk memengaruhi kemampuan sumber daya Perusahaan dalam mewujudkan <i>competitive advantage</i> guna pemenangan kompetisi dan pertumbuhan jangka panjang portofolio bisnis <i>segmen corporate (enterprise, government, dan business)</i> pada lingkup Telkom secara <i>group</i> ; 2. Menentukan kebijakan dan mekanisme <i>parenting</i> dalam rangka penciptaan <i>value</i> Perusahaan melalui optimalisasi dan harmonisasi interelasi antara " <i>parent</i> " dengan seluruh entitas pengelola operasi bisnis <i>segmen corporate (enterprise, government, dan business)</i> pada lingkup Telkom secara <i>group</i> ; 3. Menentukan kebijakan, tata kelola dan mekanisme pengelolaan fungsi <i>marketing segmen corporate (enterprise, government, dan business)</i> .
8	Direktur Whosale & International Business Service (WINS)	1. Menentukan perencanaan dan <i>business strategy</i> untuk memengaruhi kemampuan sumber daya Perusahaan dalam mewujudkan <i>competitive advantage</i> guna pemenangan kompetisi dan pertumbuhan jangka panjang portofolio bisnis <i>segmen whosale &amp; international</i> pada lingkup Telkom secara <i>group</i> ; 2. Menentukan kebijakan dan mekanisme <i>parenting</i> dalam rangka penciptaan <i>value</i> perusahaan melalui optimalisasi dan harmonisasi interelasi antara " <i>parent</i> " dengan seluruh entitas pengelola operasi bisnis <i>segmen whosale &amp; international</i> pada lingkup Telkom secara <i>group</i> ; 3. Menentukan kebijakan, tata kelola dan mekanisme pengelolaan fungsi <i>marketing segmen whosale &amp; international</i> .

## 2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

### A. Kegiatan Usaha Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan

Anggaran dasar PT.Telkom Indonesia (Persero) Tbk dengan akte No.16 tanggal 16 mei 2017 menyebutkan maksud dan tujuan kegiatan usaha, yaitu melakukan usaha di bidang penyelenggaraan jaringan dan jasa telekomunikasi, informatika serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki Perseroan. Sejalan dengan maksud dan tujuan tersebut, maka kegiatan usaha kami mencakup:

## **1. Usaha Utama**

- Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang luas dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundangan.
- Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan/menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang luas dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Melakukan investasi termasuk penyertaan modal pada perusahaan lainnya sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.

## **2. Usaha Penunjang**

- Menyediakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
- Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perseroan, antara lain pemanfaatan aktiva tetap dan aktiva bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan, fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.
- Bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka optimalisasi sumber daya informatika, komunikasi atau teknologi yang dimiliki oleh pihak lain pelaku industri informatika, komunikasi dan teknologi, sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.

## **B. Portofolio, Produk dan/atau Jasa**

Secara umum, kegiatan usaha Telkom pada tahun 2017 sudah sejalan dengan anggaran dasar perusahaan, yaitu penyediaan jasa telekomunikasi, informatika dan jaringan. Kegiatan usaha tersebut kami kembangkan dalam berbagai segmen usaha sesuai dengan transformasi teknologi dan perkembangan pasar.

Dengan mengembangkan portofolio usaha yang beragam, Telkom berupaya memaksimalkan sumber daya yang dimiliki untuk memberikan nilai lebih bagi para pemangku kepentingan Telkom itu sendiri. Saat ini Telkom memiliki 6 portofolio produk yang dikelompokkan menjadi 5 segmen usaha berdasarkan pelanggan yang dilayani. Selain itu untuk mengoptimalkan aset yang dimiliki, Telkom juga menawarkan produk-produk lain di luar 6 portofolio produk tersebut.