

BAB II

GAMBARAN UMUM TEMPAT PKL

2.1 Gambaran Umum

PT. Telekomunikasi Indonesia (PERSERO) Tbk. Berdiri sejak 23 Oktober 1856 pada masa kolonial dengan nama *Post Telegraaf Telefoon*, seiring berjalannya waktu berubah menjadi PNPOSTEL, lalu berubah menjadi PERUMTEL, dan tepat pada 23 Oktober 2009 secara resmi menjadi New Telkom dengan 52.09% saham milik negara dan 47.91% milik publik (TelkomGroup). PT. Telekomunikasi Indonesia (PERSERO) Tbk. Witel Surabaya Selatan adalah penyedia layanan telekomunikasi, broadband dan digital service. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Surabaya Selatan merupakan kantor pusat divisi regional 5 yang beroperasi dibawah sistem manajemen terdesentralisasi yang berpusat di Jakarta. Jaringan operasional kantor ini melingkupi 2 wilayah, wilayah umum yaitu kota Surabaya dan Madura, serta wilayah luar yang menjangkau Bali hingga Nusa Tenggara.

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. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

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 melingkupi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. Saat ini *Telkom Group* mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis *Telkom Group*:

1. *Mobile*

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

2. *Fixed*

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk *Wi-Fi* dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand IndiHome. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

3. *Wholesale & International*

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *networkservice*, *Wi-Fi*, VAS, hubbing data center dan content platform, data dan internet, dan solution. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

4. *Network Infrastructure*

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

5. *Enterprise Digital*

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

6. *Consumer Digital*

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan digital life service seperti *digital life style* (Langit Musik dan *VideoMax*), digital payment seperti *TCASH*, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things (IoT)*. (PT. Telekomunikasi Indonesia,2018).

2.2 Visi dan Misi

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

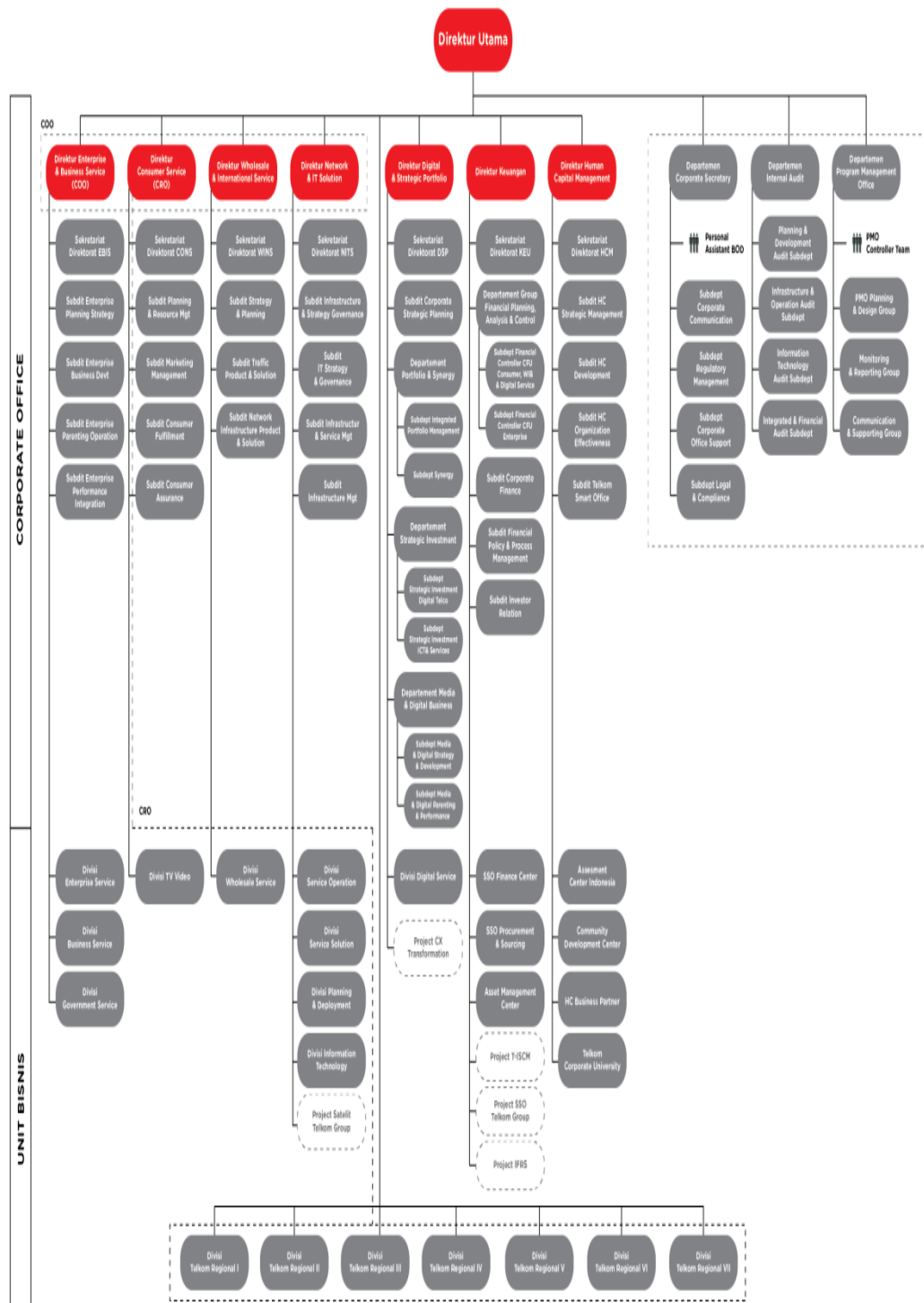
Visi

Be the King of Digital in the Region

Misi

Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization

2.3 Struktur Organisasi



Gambar 2.1 Struktur Organisasi