

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh transformasi besar yang dilakukan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) dalam model bisnisnya, yakni menjadi perusahaan telekomunikasi digital terbesar di Indonesia seiring dengan digitalisasi yang terus berkembang di industri telekomunikasi. Salah satu inisiatifnya adalah melalui pendelegasian tugas baru kepada Direktorat Digital Business (DDB) Telkom untuk mengelola berbagai inovasi dan pengembangan produk digital Telkom. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi DDB Telkom dalam siklus hidup organisasi menggunakan teori Organizational Life Cycle. Dengan mengetahui posisi DDB Telkom, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi organisasi, potensi pertumbuhan, serta rekomendasi strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan saat ini dan di masa depan. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi dengan tujuan deskriptif dari perspektif praktis dan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan 3 narasumber dan kuesioner yang disebarakan kepada 81 responden, yang merupakan karyawan DDB Telkom dengan posisi *middle to top level management*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DDB Telkom saat ini berada pada tahap Adolescence. Tahap ini ditandai dengan upaya organisasi untuk menemukan jati diri dan arah strategis yang baru. Selama tahap ini, organisasi harus menentukan kembali fokus utama bisnisnya dan memperkuat kepemimpinan. Saran untuk DDB Telkom agar dapat bergerak maju ke tahap berikutnya menuju posisi optimal (Prime) mencakup penguatan pada keenam dimensi melalui penerapan strategi alternatif yang telah diberikan, mewaspadaai tanda-tanda penurunan dalam siklus hidup organisasi, dan mengembangkan semua peran manajerial dengan seimbang.

Kata kunci: Siklus Hidup Organisasi, Ichak Adizes, Pengembangan Organisasi, Manajemen Strategi, Direktorat Digital Business (DDB) Telkom, Transformasi Digital