

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Profil Perusahaan

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah Perusahaan Perseroan (Persero) yang memiliki jaringan terbesar di Indonesia. Layanan telekomunikasi dan jaringan Telkom sangat luas dan beragam meliputi layanan dasar telekomunikasi domestik dan internasional, baik menggunakan jaringan kabel, nirkabel tidak bergerak (*Code Division Multiple Access* atau CDMA maupun *Global System for Mobile Communication* atau GSM) serta layanan interkoneksi antar operator penyedia jaringan.

Sebagai BUMN, pemerintah Republik Indonesia merupakan pemegang saham mayoritas yang menguasai sebagian besar saham biasa perusahaan sedangkan sisanya dimiliki oleh Telkom.

Untuk menghadapi tantangan dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan mobilitas dan konektivitas tanpa putus, Telkom telah memperluas portofolio bisnisnya yang mencakup telekomunikasi, informasi, media dan *edutainment* (TIME). Dengan meningkatkan infrastruktur, memperluas teknologi *Next Generation Network* (NGN) dan memobilisasi sinergi di seluruh jajaran TELKOMGroup, Telkom dapat mewujudkan dan memberdayakan pelanggan ritel dan korporasi dengan memberikan kualitas, kecepatan, kehandalan dan layanan pelanggan yang lebih baik. Konsistensi Telkom dalam berinovasi telah berhasil memposisikan perusahaan sebagai salah satu perusahaan yang berdaya saing tinggi dan unggul dalam bisnis telekomunikasi.

Telkom meluncurkan slogan baru, yaitu "*The World in Your Hand*". Slogan tersebut menandakan bahwa, dengan adanya Telkom masyarakat diharapkan dapat merasakan dan menikmati dunia dibawah genggamannya para konsumen Telkom.

1.1.2. Sejarah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia.

Pada tahun 1882, sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf berdiri. Pada tanggal 23 Oktober 1856, pengoprasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta dengan Bogor dilakukan. Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai hari lahir Telkom.

Pada tahun 1961, terjadi perubahan status menjadi Perusahaan Negara pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1974, PT Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.

Pada tahun 1991 Perumtel berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia. Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan penawaran umum perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) (keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia), Bursa Saham New York dan Bursa Saham London.

Memasuki abad ke-21, pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor Telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi monopoli. Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "*New Telkom*" yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

1.1.3. Visi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan TIME di kawasan regional.

1.1.4. Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1. Menyediakan layanan TIME yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

1.1.5. Tujuan PT Telekomunikasi, Tbk

Menjadi posisi terdepan dengan memperkuat bisnis *legacy* dan meningkatkan bisnis *new wave* untuk memperoleh 60% dari pendapatan industri pada tahun 2015. *Legacy* adalah layanan *basic communication* yaitu pelayanan jasa telepon dasar jaringan tetap lokal, jaringan tetap sambungan langsung jarak jauh (SLJJ) dan jaringan tetap sambungan langsung internasional (SLI). *New wave* adalah layanan dengan komunikasi sekaligus juga solusi seperti *enterprise solutions*, *BIT services*, dan bisnis digital.

Adapun Inisiatif Strategi yang di laksanakan oleh PT Telkom yaitu:

1. Mengoptimalkan layanan POTS dan memperkuat infrastruktur *broadband*.
2. Mengkonsolidasikan dan mengembangkan bisnis sambungan telepon nirkabel tidak bergerak/*Fixed Wireless Access* ("FWA") serta mengelola portofolio nirkabel.
3. Mengintegrasikan Solusi Ekosistem Telkom Group.
4. Berinvestasi di layanan Teknologi Informasi (TI).
5. Berinvestasi di bisnis media dan *edutainment*.
6. Berinvestasi pada peluang bisnis *wholesale* dan internasional yang strategis.

7. Berinvestasi pada peluang domestik yang strategis dengan mengoptimalkan penggunaan aset yang dimiliki.
8. Mengintegrasikan *Next Generation Network* (“NGN”) dan *Operational support system, Business support system, Customer support system and Enterprise relations management* (“OBCE”).
9. Menyelaraskan struktur bisnis dengan pengelolaan portofolio.
10. Melakukan transformasi budaya Perusahaan.

1.1.6. Bidang Usaha PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telkom memiliki 11 bidang usaha, yaitu :

1. Telekomunikasi Internasional

Telekomunikasi Internasional sering disebut Telin adalah salah satu bidang usaha PT. Telkom yang fokus dengan penyebaran jasa internasional dan penyedia strategi investas di bisnis telekomunikasi internasional yang berperan sebagai kaki tangan bisnis Telkom dalam mengatur dan mengembangkan lini bisnis luar negerinya.

Telin memiliki lisensi untuk memperbaiki dan menutup pembangunan jaringan di Indonesia, seperti *Facility Based Operator* (FBO) lisensi di Singapura, *Unified Carrier License* (UCL) dan *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) lisensi di Hong Kong. Telin ini merupakan jaringan resmi dan penyedia telekomunikasi. Ketersediaan jaringan sepenuhnya dilindungi dan layanan handal yang dapat mencapai semua bagian dunia.

2. Tower & Infrastructure Provider

PT. Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) didirikan pada tahun 1995 berawal dari perusahaan mitra KSO di wilayah Kalimantan dengan nama PT. Dayamitra Malindo. Seiring berjalannya waktu pada tanggal 3 Desember 2004 saham Mitratel 100% dimiliki PT. Telekom.

Tahun 2007 Mitratel mengalami perubahan bisnis dengan mulai memasuki bisnis penyediaan infrastruktur telekomunikasi yang salah satu diantaranya berupa penyedia menara telekomunikasi (tower provider) untuk memenuhi kebutuhan penempatan BTS bagi para operator telekomunikasi di seluruh wilayah Indonesia. Saat ini perusahaan telah menyediakan penyewaan tower untuk beberapa operator telekomunikasi antara lain : Divisi Telkom Flexi, PT. Telkomsel, PT. XL Axiata, Tbk , PT. Natrindo Telepon Seluler, PT. Hutchinson CP Telecommunication, PT Bakrie Telecom, Tbk yang tersebar di wilayah Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Banten, Bali, Nusa Tenggara, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Batam, Riau, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, dan Sulawesi Tenggara.

3. Information & Communication Service Solution

PT Infomedia Nusantara (Infomedia) melakukan transformasi bisnis untuk menjawab tren bisnis serta tuntutan kebutuhan informasi *mobile* dan digital, dengan mengubah 3 pilar bisnis infomedia, yaitu layanan direktori, layanan *contact center*, layanan *digital media & Rich Content Service* (DMRC) dan *Contact Center & Outsourcing Service* (CC & OS) yang selanjutnya pada tahun 2010 kembali meaksanakan transformasi bisnis dari bisnis layanan *Contact Center & Outsourcing* dan layanan *Digital Media & Rich Content* (DMRC) menjadi *Business Process Outsourcing/Knowledge Process Outsourcing* (BPO/KPO), *Directory & Advertising, Printing & Publishing*. Perubahan tersebut dilakukan sejalan dengan *platform* bisnis Telkom, yaitu TIME. Infomedia sebagai Telkom group telah diposisikan untuk fokus pada bisnis informasi.

Portofolio bisnis infomedia saat ini secara keseluruhan telah menjadi 7 bisnis, yaitu : *Customer relationship management service, Human Resources, Operation Services, Data Analytics, Directory & Advertising, Digital Rich Content, Printing & Publishing*.

Keberhasilan infomedia meraih penghargaan nasional dan internasional, seperti *ContactCenterWorld.com* 2011, Superbrands 2012 untuk *Yellow Pages* , dan lain – lain, adalah cerminan konsistensi dan kompetensi infomedia sebagai *market leader* dalam industri informasi dan komunikasi.

4. TV Berbayar

TelkomVision merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang jasa penyiar TV berbayar dengan memiliki izin penyelenggara siaran berbasis kabel dan satelit. Untuk layanan berbasis kabel cakupan telah tersebar di beberapa kota di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar, dan beberapa kota besar lainnya. Untuk yang berbasis satelit atau DTH (*Direct to Home*) mencapai siaran seluruh wilayah Indonesia.

TelkomVision didirikan pada tanggal 7 Mei 1997 dan sampai tahun 2008 mengalami beberapa kali perubahan baik dari susunan pengurus perseroan maupun kepemilikan saham. Pada bulan Agustus 2008, PT. Telkom melalui anak perusahaannya PT. Multimedia Nusantara mengambil alih saham TelkomVision dari Datakom Asia sehingga komposisi kepemilikan saham TelkomVision telah seluruhnya dimiliki oleh PT. Telkom.

Dalam perkembangan bisnisnya TelkomVision meluncurkan produk unggulannya, yaitu yestv, TV berbayar dengan dua metode pembayaran yakni layanan pra bayar dengan sistem voucher dan layanan dengan sistem abonemen atau berbayar bulanan. Produk layanan DTH pra-bayar merupakan penggerak awal layanan TV pra bayar pertama di Indonesia sejak 2007. Sistem Sistem prabayar tersebut memungkinkan pelanggan memiliki keleluasaan menikmati tayangan berlangganan sesuai dengan pilihan dan harga tanpa harus membayar bulanan. Bagi pelanggan

yang memilih untuk berlangganan dengan sistem abonemen dapat memilih berbagai paket *basic* dan paket *minipacks* dengan pilihan *channel* menarik.

TelkomVision menghadirkan 80 *channel* lokal dan mancanegara dengan kualitas gambar yang jernih dan lebih stabil terhadap gangguan cuaca. Dengan berkembangnya industri multimedia dan jasa telekomunikasi maka TelkomVision bersama Telkom Group terus mengembangkan produk baru antara lain *Internet Protokol Television / IPTV*, dengan produk Groovia TV. Pengembangan produk ini merupakan wujud komitmen TelkomVision dalam memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat seiring kemajuan teknologi untuk menjadi pemain utama dan terbesar dalam bidang multimedia dan jasa televisi berbayar di wilayah Asia.

5. *Property*

PT Graha Sarana Duta didirikan pada tanggal 30 September 1981, untuk menyediakan *office building* , jasa pemelihara dan perawatan gedung bank duta. Sejalan dengan perkembangan bisnis perusahaan, perseroan kemudian mengembangkan portofolio ke bidang Jasa konstruksi dan dipercaya untuk membangun beberapa kantor cabang Bank Duta dan Bank Bukopin serta sebuah gedung kampus YAI di Jalan Salemba, Jakarta.

Pada tanggal 25 April 2001, kepemilikan Perseroan diambil alih sepenuhnya oleh PT.Telkom untuk mengelola gedung-gedung kantor dan asset properti PT Telkom yang sebelumnya dikelola oleh divisi properti Telkom. Di bawah kendali PT Telkom, perseroan terus berkembang menjadi perusahaan properti yang terpadu.

6. *CPE Trading*

PT. Pramindo ikat nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan *customer premises equipment* (CPE) dan juga

merupakan anak perusahaan dari PT. Telekomunikasi Indonesia dengan kepemilikan saham sebesar 100%.

PIN memiliki dua pilar bisnis perusahaan. Pertama adalah penyediaan segala CPE atau lebih dikenal *premises equipment* seperti *handset*, komputer, USB modem, modem *asymetric digital subscriber line* / ADSL, *set top box*, *router* dll. Kedua meliputi layanan pembangunan, pengoperasian dan pemeliharaan segala jenis perangkat CPE yang ada di lokasi pelanggan yang disebut juga *premises integration* diantaranya adalah *digital lounge*, pusat layanan internet kecamatan, Wi-fi dll.

Dengan visi “Menjadi perusahaan terkuat dalam bisnis perdagangan, distribusi dan integrasi CPE di Indonesia.”, dalam perjalanannya, PIN telah berhasil dalam berbagai pembangunan di bidang telekomunikasi, diantaranya penyediaan fasilitas telekomunikasi. Dalam mendukung Telkom untuk pelaksanaan tanggung jawab umum, Fastel ikut mendukung pelaksanaan pemilihan umum berbasis teknologi radio di 386 desa di wilayah sumatera pada tahun 2004, penyediaan dan pendistribusian terminal *handset* flexi ke seluruh Indonesia, juga pendistribusian modem ADSL. Juga berhasil dalam penyediaan pusat layanan internet kecamatan di 1386 kecamatan di wilayah Sulawesi, Sumatera Utara dan NAD untuk periode 2010 – 2014, serta dalam penyediaan Mobile PLIK (M-PLIK) pada tahun 2011-2015 yang tersebar di propinsi Jambi, Rikep, Kalteng, Papua, Papua Barat dan Pulau Sulawesi. Di tahun 2012 PINs akan membangun 400 *Outlets PIN Point* sebagai saluran distribusi dari PIN untuk distribusi CPE.

7. Solusi Informasi Teknologi

Didirikan pada tahun 1987, PT Sigma Cipta Caraka (telkomsigma) kini menjadi perusahaan solusi informasi teknologi terdepan di Indonesia. Telkomsigma memiliki karyawan lebih dari 1000 orang, termasuk karyawan bersertifikasi internasional. Dengan pengalaman dan keahlian

dalam bidang informasi teknologi, telkomsigma berkomitmen untuk memberikan manfaat informasi teknologi dalam mendorong pertumbuhan bisnis klien, baik dalam dan luar negeri.

Telkomsigma menyediakan layanan IT yang terpadu, seperti:

- *Managed services*
- Pengembangan *software* atau perangkat lunak
- *System integration*

*Managed services*nya terdiri atas layanan *data center*, *data recovery services*, *cloud computing*, *network managed services*, jasa konsultasi informasi teknologi, *financial managed services* dan *e-transaction*. Telkomsigma juga mengembangkan aplikasi *end-to-end* untuk industri finansial dan perbankan yaitu *Arium Financial Solutions Ecosystem*.

Solusi informasi teknologi telkomsigma telah diimplementasikan kepada lebih dari 250 klien dari berbagai bidang industri di Indonesia. Pada 2008 telkomsigma diakuisisi oleh METRA, anak perseroan dari perusahaan informasi dan komunikasi terbesar di Indonesia, Telkom. Sebagai bagian dari Telkom group, Telkomsigma siap mendukung penuh portofolio Telkom yaitu TIME khususnya dalam bidang Informasi.

8. Teknologi GSM

Sebagai operator seluler yang memiliki visi “*Best, leading, and trusted mobile lifestyle and solutions provider in the region*”, Telkomsel menyediakan ragam pilihan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan melalui produk paskabayar kartu halo maupun prabayar simPATI dan kartu As.

Telkomsel didirikan pada tahun 1995 sebagai wujud semangat inovasi untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia yang terdepan. Untuk mencapai visi tersebut, Telkomsel terus memacu pertumbuhan jaringan telekomunikasi di seluruh penjuru Indonesia secara pesat

sekaligus memberdayakan masyarakat. Telkomsel menjadi pelopor untuk berbagai teknologi telekomunikasi selular di Indonesia, termasuk yang pertama meluncurkan layanan *roaming* internasional dan layanan 3G di Indonesia. Telkomsel merupakan operator yang pertama kali melakukan ujicoba teknologi jaringan pita lebar *long term edition* / LTE. Di kawasan Asia, Telkomsel menjadi pelopor penggunaan energi terbarukan untuk menara-menara *Base Transceiver Station* (BTS). Keunggulan produk dan layanannya menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama pelanggan di seluruh Indonesia.

Memasuki era ICT (*Informasi and communicationI*) , Telkomsel terus mengoptimalkan pengembangan layanan di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sinergi perusahaan induk yaitu PT.Telkom (65%) dan SingTel Mobile (35%). Telkomsel terus mengembangkan layanan telekomunikasi selular untuk mengukuhkan posisi sebagai penyedia layanan gaya hidup selular.

9. Sistem Pembayaran Elektronik

PT. Finnet Indonesia (Fin@Net) yang bergerak dalam penyediaan layanan solusi sistem transaksi pembayaran secara elektronik (e-Payment) untuk segala keperluan transaksi pembayaran.

Fin@Net memiliki konsep bisnis yang jelas, yaitu pada intinya adalah proses menghubungkan dan mentransformasikan semua entitas bisnis baik bank, regulator, dan *end users/customer* yang terlibat dalam transaksi finansial menjadi lebih sederhana dan simpel.

10. Content & Application

PT Multimedia Nusantara (METRA) adalah *strategic investment holding company* yang bergerak di industri informasi, media, dan *edutainment* (IME).

Metra didirikan pada tanggal 28 Mei 1997 dengan portofolio bisnis pay TV. Pada tahun 2003 PT. Telkom mengakuisisi 99,99 % saham

METRA dan mulai mengembangkan portofolio bisnis *calling card* berbasis *switch* dan *VoIP*. Pada tahun 2005, METRA mulai melakukan ekspansi usaha dibidang komunikasi data berbasis satelit VSAT (*Very Small Aperture Terminal*).

Tahun 2008 merupakan tonggak sejarah bagi METRA dengan bertransformasi menjadi sebuah *strategic investment holding company* yang terus tumbuh dan berkembang hingga saat ini telah menjadi pemain utama portofolio berbasis IME di Indonesia. Hal ini sejalan dengan visi METRA untuk menjadi perusahaan terkemuka di industri informasi, media dan *edutainment* di kawasan regional.

Dalam kurun 5 tahun terakhir (2005-2010) *content & application* pendapatan METRA mencapai 102% persen dan *earning before interest, taxes, depreciation, and amortization* (EBITDA) sebesar 121 %, dengan *total shareholder return* / TSR sebesar 110 % pertahun.

11. E – Healt

PT Administrasi Medika, untuk selanjutnya disingkat AdMedika, didirikan pada tahun 2002 dan merupakan perusahaan *third party administrator* (TPA) pertama di Indonesia yang mengkombinasikan aplikasi proses klaim kesehatan secara *online* dengan layanan administrasi asuransi/jaminan kesehatan. Semenjak tahun 2010 AdMedika resmi bergabung di Telkom Group dengan akuisisi melalui anak perusahaan Telkom yang bernama PT Multimedia Nusantara dengan kepemilikan saham mayoritas 75%.

Pada saat didirikan pada tahun 2002, AdMedika hanya menyediakan layanan TPA dengan satu klien perusahaan swasta, tiga penyedia layanan kesehatan dan 10,000 pemegang kartu. Kini memasuki tahun ke sepuluh, AdMedika telah melayani hampir dua juta pemegang kartu di seluruh Indonesia dan negara-negara tetangga. Para pemegang

kartu ini adalah pemegang polis perusahaan asuransi kesehatan, karyawan dari perusahaan swasta dan BUMN yang menjadi klien AdMedika.

Saat ini jaringan penyedia layanan kesehatan atau *provider* berjumlah lebih dari 820 *provider* baik itu rumah sakit, klinik dan apotik yang tersebar diseluruh Indonesia termasuk lebih dari 30 rumah sakit besar di Malaysia dan Singapore. Semenjak berdiri AdMedika merupakan penyedia layanan TPA terpilih di Indonesia dengan penguasaan pasar asuransi swasta terbesar, dan sejak bergabung dengan Telkom Group pada 2010, AdMedika mengembangkan beberapa portfolio bisnis baru dan juga telah merambah ke market BUMN untuk semakin memperkuat peran di industri kesehatan dan ekosistem e-Health yang harmonis dan komprehensif.

1.1.7. Produk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Telkom memiliki banyak produk. Berikut adalah beberapa produk unggulan dari PT. Telkom :

1. *Speedy*

Speedy adalah produk dari Telkom Indonesia berupa layanan akses internet berkualitas tinggi bagi rumah tangga serta bisnis skala kecil dan menengah. *Speedy* menggunakan teknologi ADSL yang menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan telefoni secara optimal bagi keperluan konsumsi internet, dengan kecepatan data dari 384 kb/s hingga 10 Mb/s.

Grovia TV adalah televisi protokol internet yang diluncurkan PT.Telkom pada 4 Juni 2011. Groovia TV merupakan televisi protokol internet pertama di Indonesia. Groovia TV membutuhkan koneksi internet yang terhubung dengan *speedy*. Jadi, hanya pelanggan *speedy* yang dapat mengakses Groovia TV.

2. Telkomsel

Telkomsel adalah salah satu perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia. Operator telekomunikasi seluler GSM pertama di Indonesia dengan layanan pascabayar kartu HALO. Telkomsel memiliki 3 produk GSM, yaitu SimPATI (prabayar) , Kartu AS (prabayar), dan Kartu HALO (pascabayar). Selain itu, telkomsel juga memiliki layanan internet nirkabel lewat jaringan telepon seluler, yaitu Telkomsel Flash.

3. Telkom Flexi

Telkom Flexi atau yang dikenal sebagai flexi adalah salah satu produk telepon *fixed wireless* yang dikeluarkan oleh PT. Telkom. Saat ini, flexi sudah menggunakan jaringan CDMA dengan frekuensi 800 Mhz untuk seluruh wilayah Indonesia.

4. Telkom Vision

Telkom Vision meluncurkan produk unggulannya yaitu *yesTV* , TV berbayar dengan dua metode pembayaran yakni layanan pra bayar dengan sistem voucher dan layanan dengan sistem abonemen atau bayar bulanan.

1.1.8. Strategi Bisnis

Strategi bisnis yang dilakukan PT. Telkom adalah TIMES. Berikut adalah definisi mengenai layanan TIMES :

1. *TELECOMMUNICATION*

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis *legacy* Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel, telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh anak perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan usaha kecil dan menengah serta korporasi.

2. INFORMATION

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah *ner economy business* (“NEB”). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja.

3. MEDIA

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *free to air* (FTA) dan *Pay TV* untuk gaya hidup digital yang modern.

4. EDUTAINMENT

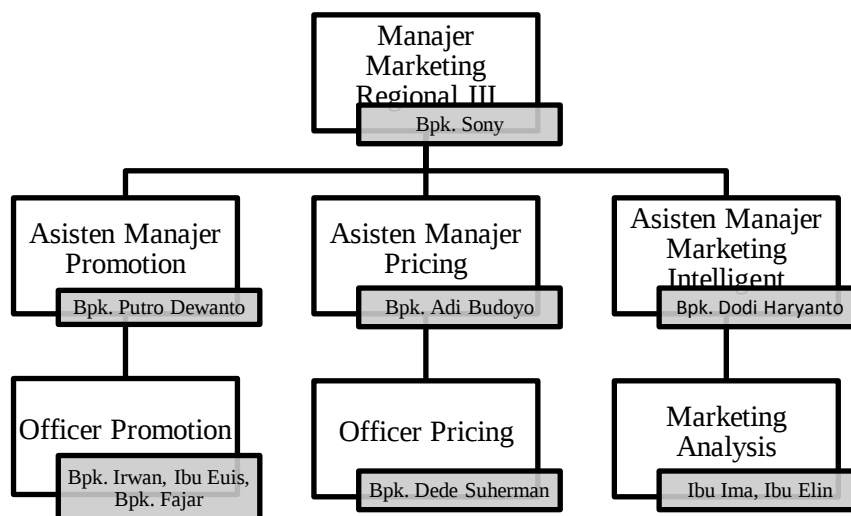
Edutainment menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan diantaranya *Ring Back Tone* (RBT), *sms content*, portal, dan lain – lain.

5. SERVICES

Memberikan layanan terbaik kepada *stakeholder*.

1.2 Unit Tempat PKL

1.2.1. Struktur Organisasi Divisi *Marketing* Regional III Jawa Barat



Gambar 1.1. Struktur Organisasi Divisi *Marketing Regional III* Jabar

Pada struktur organisasi yang terdapat pada gambar 1.1., penulis ditempatkan di bagian *Marketing Intelligence*. Bagian tersebut merupakan bagian dari divisi *Marketing Regional III*.

1.2.2. Deskripsi Pekerjaan Divisi *Marketing Intelligence Regional III*

Masing-masing bagian dalam divisi perusahaan tentu memiliki *job description* yang berbeda-beda. Begitu pula dengan *job description* masing-masing *manager* atau *officer* yang ada pada struktur Organisasi PT. Telkom Regional Communication Jabar. Berikut *job description* Divisi *Marketing Intelligence Regional III* PT. Telkom Jabar :

1. Asisten Manajer *Marketing Intelligence*

- a) Memastikan tugas-tugas kritis yang berkaitan dengan pekerjaannya diuraikan dan diklasifikasikan secara tepat untuk menyusun prioritas pekerjaan yang sesuai dengan sumber daya yang dikendalikannya.
- b) Memastikan program marketing intelligence/marketing survey nasional dipedomani dalam mensupport pelaksanaan survey di tingkat regional
- c) Memastikan informasi pergerakan kompetitor dimonitor dalam menyusun analisis marketing intelligence
- d) Memastikan data potensial customer dianalisis dalam menyusun analisis profile dan rekomendasi need customer
- e) Memastikan pemecahan permasalahan dilakukan secara terpola dengan membandingkan antar permasalahan yang terjadi sebelumnya dan kebijakan perusahaan yang berlaku untuk

merumuskan kajian solusi terhadap permasalahan pada pekerjaan

- f) Memastikan pengembangan staf dilakukan melalui monitoring pelaksanaan program kerja dan review kinerja secara periodik/berkala untuk mengendalikan seluruh aktivitas tetap berada pada program-program kerja yang telah ditetapkan.
- g) Memastikan interaksi dengan pihak lain (internal /Eksternal) dikembangkan secara berkesinambungan untuk memperoleh dukungan pihak lain terhadap penyelesaian program-program kerja
- h) Memastikan setiap keputusan operasional terkait pengelolaan pekerjaannya diambil dengan dilengkapi informasi dan fakta operasional yang penting dan lengkap termasuk kebijakan perusahaan untuk menjamin keputusan telah sesuai dengan kebijakan / regulasi

1.2.3. Visi Divisi *Marketing* Regional III

Marketing adalah salah satu divisi yang ada di PT.Telkom Divisi Regional III Jawa Barat.

Visi:

Menjadi divisi yang paling bernilai dan paling menarik di Asia dalam peranannya sebagai penyedia jaringan dan layanan Informasi dan Komunikasi.

1.2.4. Misi Divisi *Marketing* Regional III

Misi:

- a. Kepada pelanggan, menyediakan jaringan dan jasa informasi dan komunikasi.

- b. Kepada karyawan, membentuk SDM yang professional.
- c. Kepada pemilik, memberikan pertumbuhan dan pencapaian laba yang menarik.
- d. Kepada pemerintah, menyediakan fasilitas telekomunikasi nasional dan membayar pajak.
- e. Kepada mitra bisnis, bersama-sama memperoleh keuntungan.

1.3. Lokasi Tempat PKL

1.3.1. Lokasi PT.Telkom Indonesia, Tbk

Penulis melaksanakan praktik kerja lapangan yang dimulai dari tanggal 6 Agustus 2012 sampai dengan 12 Oktober 2012. Kegiatan praktik kerja lapangan dilakukan di Divisi *Marketing* Regional III Jawa Barat yang berlokasi di Jalan W.R. Supratman No. 66A Bandung.

Gambar 1.2. Gedung Depan Divisi *Marketing* Regional III

