BAB II
TINJAUAN PERUSAHAAN

II.1. Tinjauan perusahaan Telekomunikasi

Perusahaan adalah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan yang diselenggarakan dengan menggunakan peralatan dengan cara teratur untuk mencari / mendapatkan keuntungan dari kegiatannya tersebut. Suatu perusahaan merupakan satu bentuk badan usaha yang lebih menekankan pada keuntungan – keuntungan yang didapat bias berasal dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tersebut. Selain untuk mendapatkan keuntungan hal lain yang penting yauitu emmberikan kepuasan kepada konsumennya.

Peta bisnis telekomunikasi mengalami perubahan sangat cepat dan semakin tidak menentu. Bahkan telah terjadi turbulensi, baik dari sisi teknologi, regulasi, struktur pasar, maupun peta persaingan. Menghadapi perubahan lingkungan bisnis seperti ini, perusahaan Telekomunikasi senantiasa melakukan inovasi dan pelbagai langkah strategis. Terutama guna mengamankan *sustainability* sekaligus memperkokoh kemampuan daya saingnya. Langkah strategis pertama adalah merubah dan merumuskan visi-misi perusahaan yang baru, agar semakin sanggup memberikan.

II. 2 Peran Telekomunikasi

- Memperkukuh persatuan dan kesatuan bangsa
- Memperlancar kegiatan pemerintahan dan mendukung tercapainya tujuan pembangunan
- Mendorong upaya mencerdaskan bangsa
- Memperlancar pertumbuhan ekonomi nasional
- Memperkuat hubungan antar bangsa

II. 3 Program Transformasi Perusahaan Telekomunikasi dibagi beberapa bagian:

Pertama : Transformasi Service, dalam upaya mempertajam seluruh aspek pengelolaan pelanggan berbasis segmentasi pelanggan yakni Corporate , Personal, OLO (Other Licence Operator) serta memperkuat jejaring

(*networking*) kerja antara channel distribusi dan *product owners* sehingga tercipta pelayanan prima (*Service Excellence*) yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya.

Kedua, Transformasi Produk dan Infrastruktur, guna memperbaiki seluruh aspek komersial setiap produk, baik *product features*, *pricing*, infrastruktur termasuk teknologi pendukung, operasi, dan lain-lain. sehingga tercipta produk yang benar-benar unggul.

Ketiga, Transformasi SDM dan Organisasi, guna meningkatkan kualitas pengelolaan SDM yang bertujuan menyelesaikan semua issue kritikal SDM (*Right-sizing, Aging, Competency, Remuneration* dan *Succession Plan*). Pembenahan dimaksud diikuti dengan penataan ulang elemen dan sistem organisasi. Untuk mengendalikan kualitas koordinasi, pengendalian manajemen dan proses pengambilan keputusan, diterapkan War Room yang didukung *tools Project Management Office* (PMO) dan *Competitive Information Intelligent*. Sedangkan program restrukturisasi organisasi, CBHRM, PENDI (Pensiun Dini) dan *Outsourcing* diharapkan akan menghasilkan organisasi yang efektif, efisien serta didukung kualitas SDM yang *Competent* dan *Competitive*.

Keempat, Transformasi Sumber Daya Keuangan, guna mengembangkan aspek pengelolaan keuangan Perusahaan, baik sistem *budgeting* yang sesuai dengan dinamika usaha, capital structure yang optimal dan sistem akuntansi yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang dipersyaratkan.

Kelima, Transformasi *Corporate Governance* dan *Information System* (I.S.), me*review Corporate Governance framework* dan penguatan *Internal Control*, yang didukung oleh Information System yang menyeluruh dan efisien.

Keenam, Transformasi Budaya dan Etika, melakukan *linkage* antara budaya korporasi ***The Telkomunikasi Way*** 135 dengan kinerja unit dan kinerja individu, diharapkan penerapan budaya korporasi dimaksud dapat diukur, dihayati dan dijiwai dalam aplikasi kerja. Sehingga proses ini menjadi tradisi dalam etos kerja pada semua pegawai di semua tingkat.

II. 4 Strategi bisnis Perusahaan Telekomunikasi

1. Multi service Branding

Untuk mengembangkan bisnis InfoCom, Perusahaan Telekomunikasi harus dapat memberikan layanan yang terpadu. Dalam memasarkan sambungan telepon misalnya harus sudah mencakup layanan multimedia. Pelanggan tidak lagi mengenal Telekomunikasi hanya sebagai penyedia telepon tetapi sudah dapat menikmati berbagai layanan secara paket. Dalam hal ini akan mengikutsertakan

2. Service excellent

Service Excellent sudah menjadi keharusan dalam berkompetisi. Layanan prima baik dari sisi kualitas *produk, delivery, price*, dan layanan purna jual menjadi bagian penting yang harus mendapat perhatian jajaran perusahaan Telekomunikasai.

3.Build Business scale

Membangun bisnis berskala besar sangat penting bagi perusahaan Telekomunikasi yang sudah dikenal sebagai *National Company*. Untuk itulah *Central Policy* harus diperkuat dan produk harus mencakup *National Wide*. Produk-produk dengan branding local perlu dihentikan kemudian dibuatkan standarisasinya sehingga apabila diimplementasikan secara Nasional akan membentuk *Business Scale* yang besar dan kompetitif (*barrier to entry* bagi pesaing).

4. Srong Financial Gwowth

Pertumbuhan perusahaan secara financial sudah sangat perlu ditingkatkan dan akan semakin menjadi kunci kesinambungan dan pertumbuhan perusahaan