# BAB II

# GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

## 2.1 Sejarah Singkat PT. INTI (Persero)

PT.INTI (Persero) mulai dikenal sebagai pabrik perakitan pesawat telepon, radio transmisi di awal tahun 70-an, PT.INTI (Persero) membangun kemampuan sebagai produsen sentral telepon digital STDI-INTI di awal tahun 80-an. Kegiatan inovasi selalu mengandung komersialisasi di dalamnya. Kegiatan penguasaan teknologi tidak lagi dilakukan semata-mata untuk kepentingan penguasaan itu sendiri tetapi lebih untuk mendapatkan keunggulan komersil.

Dengan teknologi digital seluruh sistem telekomunikasi dari yang berbasis analog telah diganti menjadi sistem digital. Dengan STDI (Sentral Telepon Digital Indonesia) dan STDI-K (STDI dengan kapasitas yang lebih kecil) PT. INTI (Persero) telah behasil melakukan digitalisasi seluruh sistem telekomunikasi di Indonesia. Perjalanan panjang sejak tahun 1984 ketika era digitalisasi dimulai menjadikan PT. INTI (Persero) semakin berkembang.

PT. INTI (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada dibawah pengelolaan industri telekomunikasi sinergis (BPIS) yang bergerak dibidang peralatan telekomunikasi. PT. INTI (Persero) merupakan salah satu badan yang berdiri sendiri dengan status perusahaan perseroan yang menjelma dari kegiatan dengan perusahaan telekomunikasi. Sejak berdirinya hingga sekarang, telah banyak mengalami perubahan selama perkembangannya.

Selain itu sesuai dengan kebutuhan pengguna, PT. INTI (Persero) juga menyiapkan diri untuk menjadi penyedia solusi total infokom, termasuk mencarikan penyelesaian permasalahan pendanaan yang dihadapi konsumen. Berpusat di Bandung dengan 695 orang karyawan tetap (posisi Maret 2009), PT. INTI (Industri Telekomunikasi Indonesia) telah berkiprah dalam bisnis telekomunikasi selama 35 tahun. Pelanggan utama INTI antara lain adalah *"THE BIG FOUR"* operator telekomunikasi di Indonesia; Telkom, Indosat, Telkomsel, dan XL.

Berikut ini diuraikan tahapan perkembangannya sebagai berikut :

**1. PT. INTI (Persero) Periode Sebelum Tahun 1945**

Pada tahun 1962 didirikan laboratorium Pos, Telepon, dan Telegrap (PTT) di Tegalega (sekarang di jalan Moch. Toha No.77 Bandung), tiga tahun kemudian masih di tempat yang sama didirikan laboratorium radio beserta pusat perlengkapan radio yang dibutuhkan.

**2. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 1945-1960**

Setelah perang dunia selesai, laboratorium tersebut ditingkatkan kedudukannya menjadi laboratorium telekomunikasi yang mencakup bidang telekomunikasi, yaitu : telepon, radio, telegram, dan perangkat pendukung telekomunikasi lainnya.

### 3. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 1960-1969

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 240 tahun 1961, Jawatan Pos, Telepon, dan Telegrap (PTT) diubah status hukumnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN POSTEL). Dari PN POSTEL ini dengan PP No. 300 tahun 1965 didirikan PN Telekomunikasi.

Pada tanggal 25 Mei 1966 PN Telekomunikasi bekerjasama dengan perusahaan asing, yaitu Siemens AG (perusahaan Jerman Barat) yang mana didalam pelaksanaan kerjasamanya lebih banyak dikerjakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pos dan Telegraph (LPP POSTEL).

Pada tanggal 17 Februari 1968 dibentuk suatu bagian pabrik telepon dengan tugas tentunya membuat perangkat dan peralatan telekomunikasi, karena tuntutan tersebut maka di dalam organisasi LPP POSTEL dikembangkan unit divisi "industri" yang kemudian terjadi perubahan kepada nama lembaga menjadi Lembaga Penelitian dan Pengembangan Industri Pos dan Telekomunikasi (LPPI POSTEL). Dan secara resminya pada tanggal 22 Juni 1968 industri telekomunikasi yang "ber-*basic*" pada pabrik telepon ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia yang diwakilkan kepada Sri Sultan Hamengkubowono IX yang pada saat itu menjabat sebagai Menteri Ekuin.

**4. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 1994-2000**

Selama 20 tahun sejak berdiri, kegiatan utama PT. INTI (Persero) adalah murni manufaktur. Namun, dengan adanya perubahan dan perkembangan kebutuhan teknologi, regulasi dan pasar PT. INTI (Persero) mulai melakukan transmisi ke bidang jasa engineering.

**5. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 2005-sekarang**

Dari serangkaian tahapan restrukturisasi yang telah dilakukan PT. INTI (Persero) kini memantapkan langkah transformasi mendasar dari kompetisi berbasis manufaktur ke *engineering solution.* Hal ini akan membentuk PT. INTI (Persero) manjadi semakin adaptif terhadap kemajuan teknologi dan karakteristik serta perilaku pasar.

Dari pengalaman panjang PT. INTI (Persero) sebagai pendukung utama penyediaan infrastruktur telekomunikasi nasional dan dengan kompetisi sumber daya manusia yang diarahkan sesuai proses transformasi tersebut, saat ini PT. INTI (Persero) bertekad untuk menjadi mitra terpercaya dibidang penyediaan jasa profesional dan solusi total yang fokus pada *Infokom System dan Technology Integration* (ISTI).




**Gambar 2.1 Logo Perusahaan**

### 2.1.1 Visi, Misi dan Tujuan PT. INTI (Persero)

**Visi PT. INTI (Persero) Bandung antara lain :**

INTI bertujuan menjadi pilihan pertama bagi para pelanggan untuk mentransformasikan "MIMPI" menjadi "REALITA" (*To be the customer's first choice in transforming DREAMS into REALITY).*

**Misi PT. INTI (Persero) Bandung antara lain :**

- Fokus bisnis tertuju pada peningkatan jasa engineering yang sesuai dengan spesifikasi dan permintaan konsumen.
- Memaksimalkan *value* (nilai) perusahaan dan mengupayakan *growth* (pertumbuhan) yang berkesinambungan.
- Berperan sebagai *prime mover* (penggerak utama) bangkitnya industri dalam negeri.

**Tujuan PT. INTI (Persero) Bandung**

- Menjadi perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, ditinjau dari perspektif keuangan, pelanggan, proses internal, maupun organisasi dan SDM.
- Menjadi perusahaan yang memberikan kesejahteraan kepada karyawan.
- Memberikan nilai tinggi untuk produk dan jasa kepada pelanggan.
- Memberikan nilai kembali yang memadai atas saham.
- Mencapai target berdasarkan praktek prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

## 2.2 Struktur Organisasi

### Pengertian Struktur

**Struktur** adalah bagaimana bagian-bagian dari sesuatu berhubungan satu dengan lain atau bagaimana sesuatu tersebut disatukan.

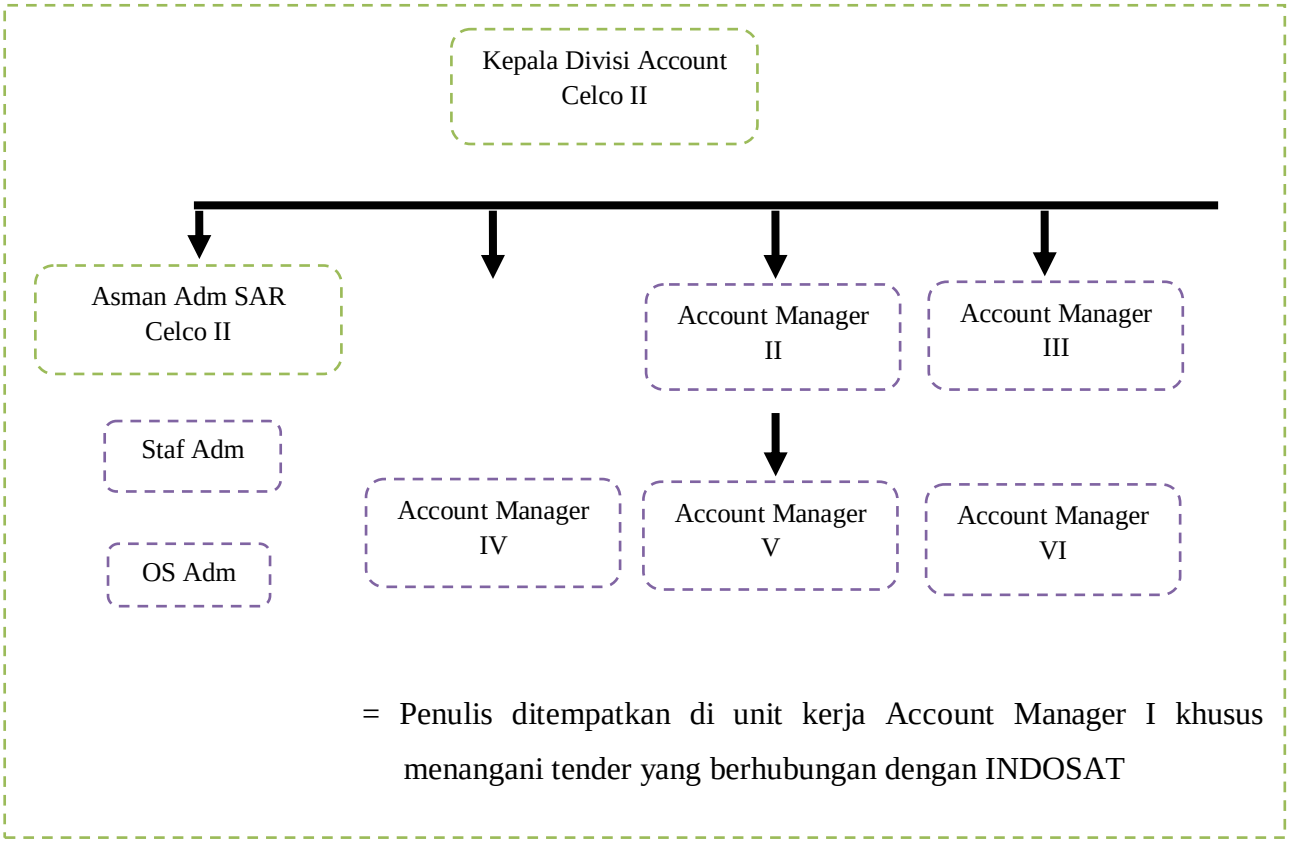
### Pengertian Organisasi

**Organisasi** adalah suatu pola hubungan-hubungan yang melalui mana orang-orang di bawah pengarahan manajer mengejar tujuan bersama.

**Pengertian Struktur Organisasi**

**Struktur Organisasi** adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan.

Bentuk struktur organisassi yang digunakan pada PT. INTI (Persero) adalah struktur organisasi fungsional, namun secara bertahap perusahaan mulai mengorientasikan ke bentuk divisional sejalan dengan dibentuknya divisi-divisi.




*Sumber : Perpustakaan Perusahaan*

**Gambar 2.2**

**Struktur Organisasi Divisi Celco II PT. INTI (Persero) Bandung**

## 2.3 Deskripsi Jabatan

### 1. Kepala Divisi Pemasaran

Merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan kegiatan Account Celco II yang meliputi pengumpulan informasi pasar, analisa pasar, pemilihan target pasar, identifikasi pelanggan potensial, identifikasi kebutuhan pelanggan, pengembangan solusi kebutuhan pelanggan, negosiasi, penjualan serta membina kompetensi SDM di unitnya dan kegiatan lain yang berkaitan dengan bidang Account Celco II.

### 2. Asisten Manajer Pemasaran

Menyusun rencana, mengarahkan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pelaksanaan administrasi pemasaran guna mendukung kelancaran pelaksanaan fungsi pemasaran bagian Account Celco II serta membina kompetensi SDM di unitnya.

### 3. Administrasi Pemasaran

Melaksanakan kegiatan administrasi pemasaran guna mendukung kelancaran pelaksanaan fungsi pemasaran bagian Account Celco II.

### 4. Account Manager

Menganalisa dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan serta menawarkan solusi kepada pelanggan melalui koordinasi dengan unit internal terkait dan pihak eksternal lainnya.

Ada enam Account Manager pada divisi Celco II

a. Account Manager I bertugas mengurus kegiatan tender dan memegang group Indosat.
b. Account Manager II bertugas mengurus kegiatan tender dan memegang produk Nokia Siemens Network ( NSN )
c. Account Manager III bertugas sebagai sarana bagi pembisnis handphone merk IMO.
d. Account Manager IV bertugas menangani / mengambil alih kendali apabila Account Manager I berhalangan dalam kepengurusan.
e. Account Manager V`bertugas menangani / mengambil alih kendali apabila Account Manager II berhalangan dalam kepengurusan.
f. Account Manager VI bertugas menangani / mengambil alih kendali apabila Account Manager III berhalangan dalam kepengurusan.

## 2.4 Aspek Kegiatan Perusahan

PT. INTI (Persero) bergerak dalam bidang manufaktur dan *assembling* perangkat telekomunikasi, barang-barang elektonika serta pelayanan jasa instalasi. Sebagian komponen didatangkan dari luar negeri dalam bentuk *Completely Knocked Down* (KCD). Dimana komponennya adalah komponen impor yang selanjutnya dilakukan perakitan menjadi hasil selesai, dan *Semi Knocked Down* (SKD), dimana sebagian komponen impor dari negara yang sama.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut PT. INTI (Persero) bekerjasama dalam bidang teknik dengan beberapa perusahaan dari negara lain, diantaranya Siemens AG (Jerman), Japan Radio Co. Ltd (Jepang), Motorola, Ericsson, dan Alcatel. Dalam hal ini PT. INTI (Persero) telah mampu memproduksi berbagai macam perangkat dan peralatan serta jasa telekomunikasi yang pemasarannya tidak hanya terbatas pada sektor pemerintah saja, namun juga melayani sektor umum dan swasta.

Dalam masa 3 (tiga) tahun mendatang, dimana tekanan persaingan global semakin kuat, PT. INTI (Persero) akan lebih memfokuskan pada kompetensi bidang jasa *engineering*-nya dengan produk perangkat keras yang di-*out source* ke vendor global yang kompetitif.

Selain itu sesuai dengan kebutuhan pengguna, PT. INTI (Persero) juga menyiapkan diri untuk menjadi penyedia solusi total infokom, termasuk mencarikan penyelesaian permasalahan pendanaan yang dihadapi konsumen. Berpusat di Bandung dengan 695 orang karyawan tetap (posisi Maret 2009), PT. INTI (Industri Telekomunikasi Indonesia) telah berkiprah dalam bisnis telekomunikasi selama 35 tahun. Pelanggan utama INTI antara lain adalah *"THE BIG FOUR"* operator telekomunikasi di Indonesia; Telkom, Indosat, Telkomsel, dan XL.

Sejak berkembangnya tren konvergensi antara teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi (IT), INTI telah melakukan perubahan orientasi bisnis dari yang semula berbasis *pure manufacture* menjadi sebuah industri yang bebasis solusi kesisteman, khususnya dalam bidang sistem infokom dan integrasi teknologi.

Memasuki tahun 2009, PT. INTI mulai mencari peluang-peluang bisnis dalam industri IT, termasuk kemungkinan untuk bergabung dalam usaha mewujudkan salah satu mimpi dan tantangan terbesar Indonesia saat ini, yaitu membuat komputer notebook murah. Ini adalah satu tantangan yang besar bagi INTI.

PT. INTI (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada dibawah pengelolaan industri telekomunikasi sinergis (BPIS) yang bergerak dibidang peralatan telekomunikasi. PT. INTI (Persero) merupakan salah satu badan yang berdiri sendiri dengan status perusahaan perseroan yang menjelma dari kegiatan dengan perusahaan telekomunikasi.