# BAB II

# PROFIL PERUSAHAAN

## 2.1 Sejarah Perusahaan

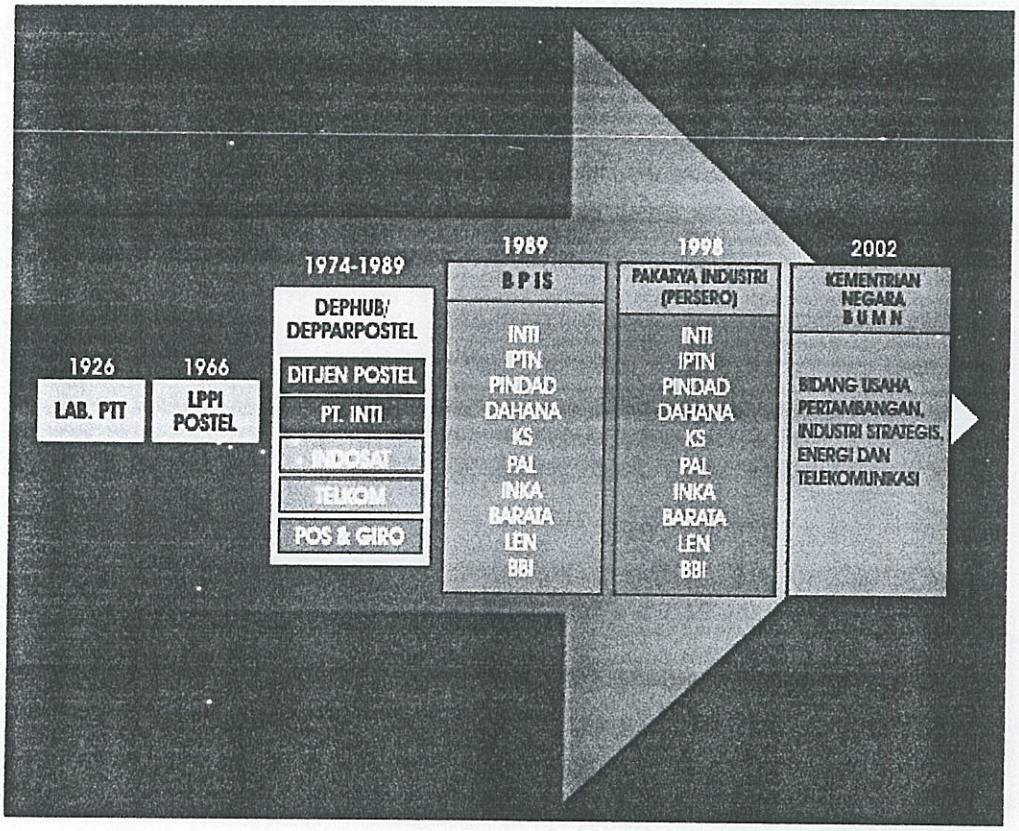
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) secara resmi di dirikan pada 30 Desember tahun 1974 di Bandung. Gedung Pusat Teknologi dan Gedung Kantor Pusat terletak di Jalan Moh. Toha 77 Bandung 40253.

Di dalam era informasi PT.INTI sebagai perusahaan telekomunikasi yang paling besar di Indonesia yang memproduksi perangkat keras dan lunak telekomunikasi kini berkembang dengan suatu visi kuat di masa datang. PT. INTI sedang konsentrasi memproduksi jasa profesional meliputi disain produk, komponen *sourcing*, memproduksi pengepakan dan pengemasan, *turnkey proyek*, dukungan rancang-bangunan, instalasi, jasa penjualan, jasa nilai tambah dan pengembangan software aplikasi, serta pelatihan dan konsultasi. Komitmen PT.INTI untuk menyediakan produk dan jasa yang bermutu tinggi di tengah-tengah lingkungan kompetisi yang tinggi dibuktikan oleh secara terus-menerus mengikuti teknologi dan dalam waktu yang bersamaan mengawasi produk-produk yang dipasarkan.

Perkembangan teknologi telekomunikasi sudah demikian pesatnya hingga sudah sejak lama jarak dan waktu tidak lagi menjadi kendala bagi siapapun untuk berkomunikasi. Dengan kemajuan teknologi telekomunikasi dan kemudahan berkomunikasi ini, dimana pertukaran informasi dapat dilakukan dalam bentuk suara, data dan gambar secara bersamaan dan interaktif melalui jaringan yang kita kenal dengan internet, tanpa batas dan murah, maka pemanfaatannya di segala kalangan terutama di dunia usaha semakin banyak. Fenomena ini telah menimbulkan suatu pradigma baru di kalangan dunia usaha bahwa informasi merupakan faktor penting untuk mencapai keberhasilan dan menjadi yang terbaik

Informasi adalah kekuasaan katanya. Akibat tuntunan penyediaan informasi dan inftrastruktur teknologi infrastruktur semakin tinggi. Kondisi ini terus berkembang sehingga muncul tuntutan lain dimana pertukaran informasi harus dapat dilakukan dengan cepat dan padat dengan kualitas informasi yang akurat dan terkini. Dari sini munculah banyak pelaku bisnis yang terjun di

bidang penyediaan informasi dan selanjutnya memacu dunia industri untuk berlomba mencari terobosan teknologi untuk memenuhi tuntutan ini. Tidak berhenti sampai di sini, muncul kembali tuntutan yang lebih jauh yaitu untuk dapat melakukan pertukaran informasi dimana saja sehingga dapat dilakukan kapan saja, bahkan dapat dilakukan secara real time sambil bergerak. Sekarang teknologi harus lebih dekat kepada pengguna.




**Gambar 2.1 Sejarah Perkembangan PT. INTI (Persero)**

## 2.2 Produksi PT. INTI

Dalam awal melangkah maju PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) mulai dikenal sebagai pabrik perakitan pesawat telepon, radio transmisi di awal tahun 70-an, dan membangun kemampuan sebagai produsen sentral telepon digital STDI di awal tahun 80-an. PT.INTI kemudian membangun keunggulan di bidang konstruksi, rekayasa, penelitian dan pengembangan serta menjadi yang terdepan dalam membangun jaringan telekomunikasi baik jaringan tetap maupun bergerak, memasang 60 % jaringan existing domestik atau lebih dari 5 juta satuan sambungan tetap serta 2500 BTS dan MCS sebanyak 4 juta satuan sambungan bergerak sehingga berhasil membangun citra sebagai penyedia perangkat telekomunikasi dengan teknologi tinggi selama tahun 90-an. Sesuai dengan perkembang teknologi dan tuntutan pasar mulai tahun 2000 selanjutnya PT. INTI membangun kemampuan di bidang teknologi informasi dan menjadi produsen perangkat multimedia baik untuk industri maupun konsumen biasa. Untuk itu semua PT. INTI telah menghasilkan produk berupa perangkat dan jasa yang di kelompokkan sebagai berikut :

a) Fixed network and access
b) Enggineering services and software
c) Mobile communication network
d) Dan customer premises equipment

Dengan Persaingan dan kemandirian dunia informasi dan komunikasi kini banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi telekomunikasi. Kecepatan lalu lintas informasi sangat ditentukan oleh kehandalan perangkat atau media yang digunakan. Sebagai salah satu industri telekomunikasi Indonesia terbesar di Indonesia, PT. INTI berkepentingan untuk menghasilkan produk-produk telekomunikasi berkualitas seperti berikut :

a) Sentral telepon digital
b) Infrastruktuf GSM
c) Decoder
d) VBI Net TV
e) Dan berbagai pesawat telepon

Kemampuan dalam menghasilkan produk bermutu ditunjang oleh kemampuan dari sumber daya manusia yang mampu menghasilkan produk-

produk yang inovatif sesuai dengan kebutuhan pasar, tim manajemen yang kompak dan solid yang bekerja secara kolegial.

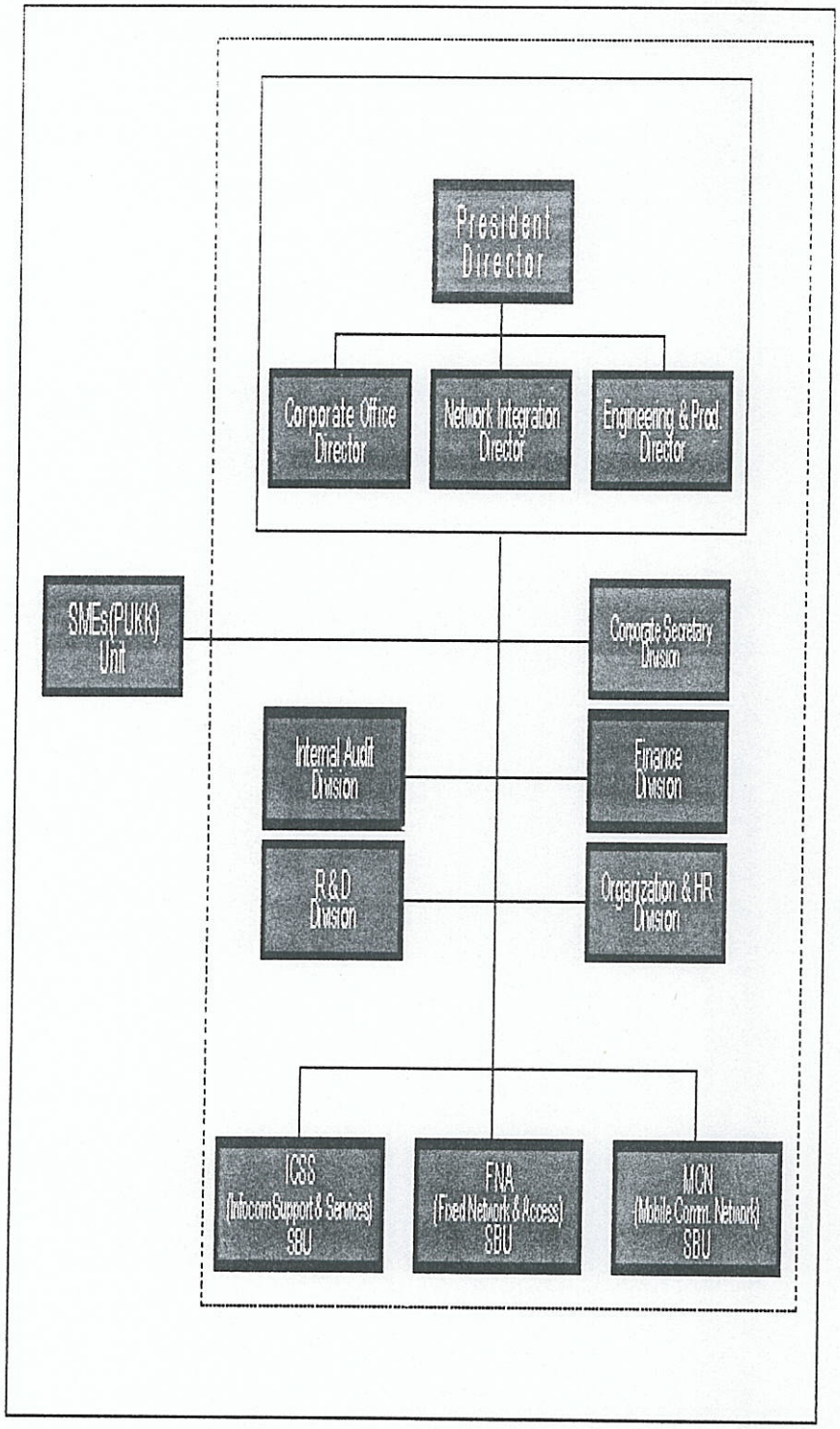
Dan dalam kegiatan inovasi yang selalu mengandung komersialisasi di dalamnya. Kegiatan-kegiatan penguasaan teknologi tidak lagi dilakukan semata-mata untuk kepentingan penguasaan itu sendiri tetapi lebih untuk mendapatkan keunggulan komersil dengan pertimbangan saling menguntungkan, dengan melakukan aliansi produk-produk dengan mitra nasional dan internasional yang disebut *"Center of Excellent" dan "Center for Strategic Partnering "*

## 2.3 Struktur Organisasi

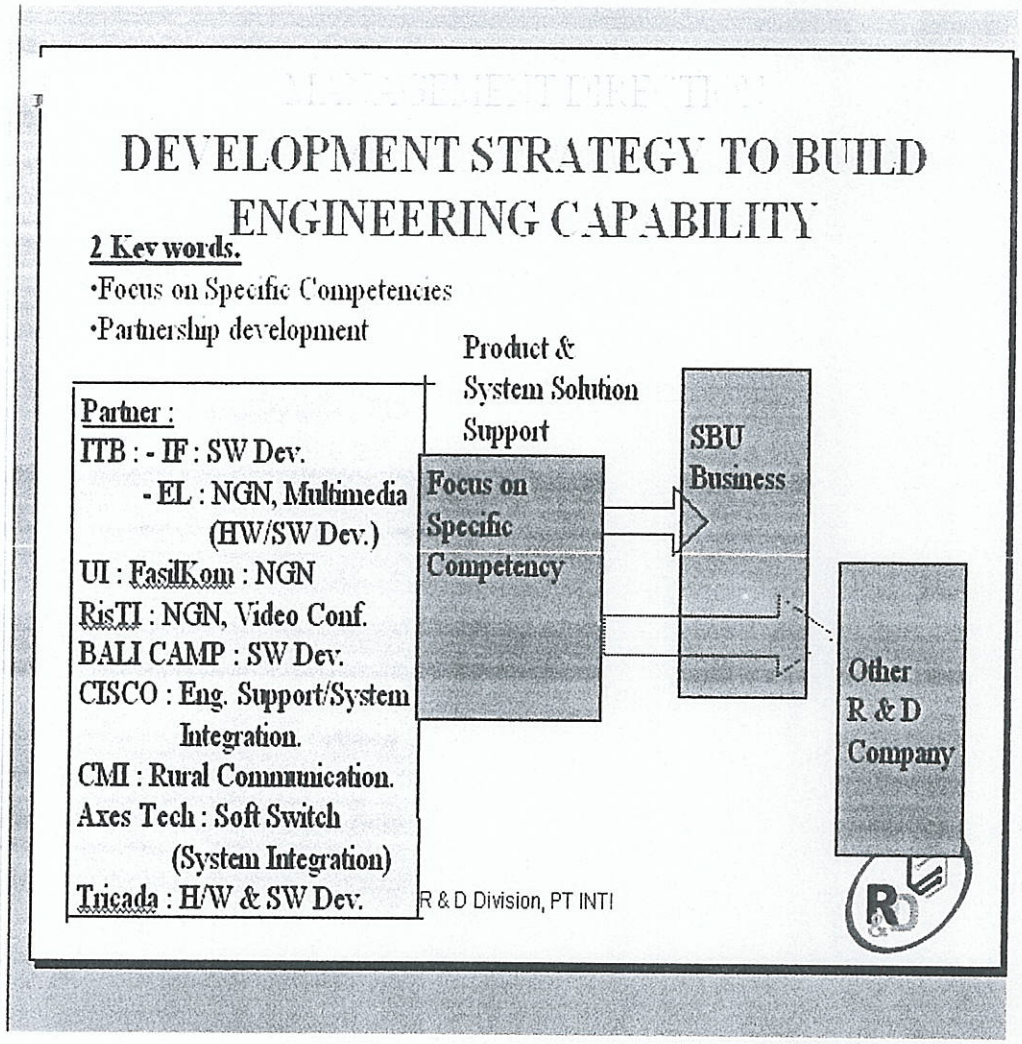
Sebagai satu badan usaha milik negara PT.INTI tetap mendapat perlakuan yang sama seperti badan usaha swasta lainnya. Dengan itu PT. INTI harus mampu untuk mandiri dan memberikan devisa bagi negara. PT. INTI telah melakukan berbagai perubahan di antaranya dengan melakukan perampingan organisasi sehingga dapat bergerak dengan lincah sesuai dengan perubahan yang terjadi. PT. INTI juga menerapkan prinsip *"good corporate governance"* untuk menciptakan perusahaan yang sehat, bersih dan memiliki daya saing yang tinggi.

Berikut unit-unit dalam struktur organisasi PT. INTI :

a) Komite Pengembangan Bisnis
b) PUKK
c) SBU Mobile Comunication Network
d) SBU Fixed Access Network
e) SBU Infocom Support & Servoces
f) Divisi Internal Audit
g) Divisi Keuangan
h) Divisi Research & Development




**Gambar 2.2 Struktur Organsisasi PT. INTI (Persero)**




**Gambar 2.3 Development Strategy to Build Engineering Capability pada Divisi R&D**

**Strategi Pengembangan Bisnis Divisi R & D :**

- mencari partner strategis untuk development
- System integrator untuk system solution, dengan tetap ada porsi engineering dari Divisi R&D
- mencari partner untuk sumber dana (investor)
- Market creator (new customer dan new product)
- Strategi pemasaran (segmentasi, targeting dsb), kebijakan penawaran/pricing policy, kebijakan promosi dsb
- Evaluasi Bisnis (dukungan terhadap Management R&D)

## 2.4 Visi dan Misi PT. INTI

Bersama mitra kerja profesional PT. INTI juga melakukan penelitian dan pengembangan yang meliputi pengembangan piranti keras dan piranti lunak serta kerjasama produksi di berbagai bidang, yaitu :

a) Mobile Network
b) Fixed Network
c) Dan Customer Premises Equipment

Sejalan Dengan visi dan misinya untuk menjadi tulang punggung bagi pengembangan infokom di Indonesia PT. INTI senantiasa berusaha untuk memberikan yang terbaik, baik produk yang dihasilkan maupun dari layanannya.

Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara profesional sebagai upaya dalam mempertahankan pangsa pasar yang ada. PT. INTI menyadari bahwa dalam kompetisi dalam bisnis yang semakin tajam, PT. INTI harus mempunyai visi dan misi yang jelas seperti berikut :

- Visinya menjadi pemimpin infocom solution-provider di Indonesia
- Misinya menjadi tulang punggung pengembangan infocom di Indonesia

## 2.5 Visi dan Misi Divisi R&D

**Strategi penguasaan Teknologi (Divisi R&D) :**

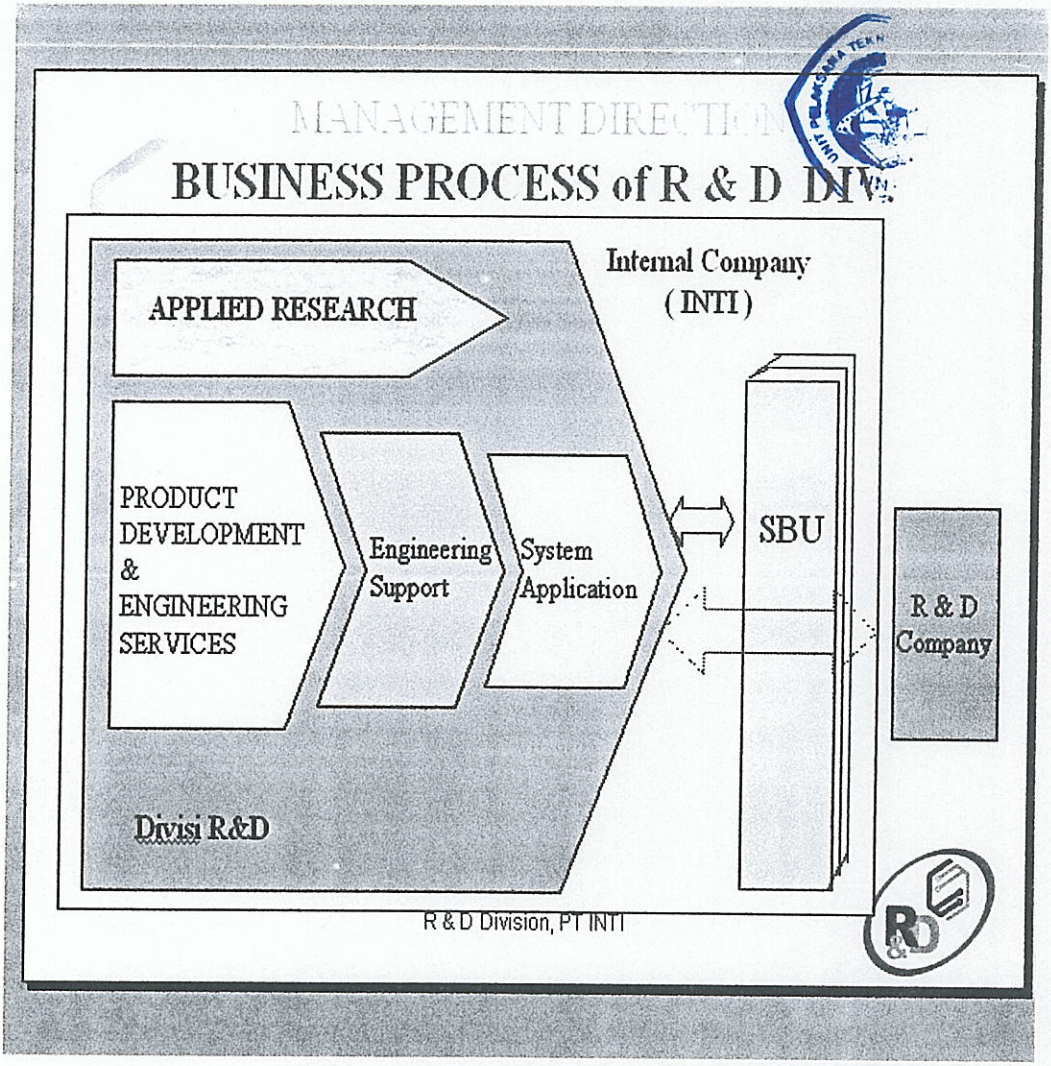
a) Penelitian dan pengembangan yang berorientasi pada produk-produk yang segera dapat dipasarkan.
b) Penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan produk-produk unggulan,untuk memenuhi **"niche market"** worldwide.
c) Kerjasama dengan lembaga riset, universitas dan perusahaan sejenis untuk program penguasaan teknologi.

**Business Process Planning Divisi R&D**

- Sustainability of existing product in market :
  - STDIK & turunan
  - PA
  - Rectifier
- New Product & Design Engineering service
- New Product
  - akan fokus pada Multimedia

- PA
- Rectifier dll

- New Design Engineering
  - System adaptation (softswitch, strategic partner eq. Signalling/new features adaptation)
  - Value added design Engineering (Cockpit SW, NMS, IMTE, etc)
  - subcontracting
- SW (Software)
- Hardware Elektronika : digital & analog design, PCB design




**Gambar2.4 Bisnis Proses Divisi R&D**

**Marketing Function :**

- Lebih memperkuat dukungan kepada SBU untuk cari peluang & info proyek
- Dengan fungsi utama divisi R&D sebagai product development centre
- Menjual jasa engineering
  - View your market creatively
  - One stop (one AM) service
  - Sistim customer database (CRM : Customer Resource Management), business planning.
  - Memperkuat marketing produk dan jasa engineering

**Value bagi karyawan div R&D :**

- Misi pasar (mental menghadapi customer, kreatifitas mencari peluang dsb)
  - Satelindo, Indosat utk NMS
  - Datel Bekasi : Cockpit SW
- Proactive untuk setiap produk/jasa yang mempunyai peluang
- Bangun link Material supplier
- Bangun kerja sama Development Partner
- Mengembangkan semangat entrepreunerial
- Karyawan harus merasa mempunyai peran penting untuk memperoleh pekerjaan bidang pengembangan produk/jasa,
- Berperan untuk memperlancar setiap proses yang menjadi tanggung jawabnya
- Akuntabilitas, setiap kegiatan terukur performansinya
- Menciptakan budaya kerja yg kondusif
- Menciptakan Proposional dalam setiap peran kerja