

BAB 2

GAMBARAN UMUM TEMPAT PKL

2.1 Latar Belakang Instansi

Indosat (*Indonesian Satellite Corporation*) didirikan pada 10 November 1967 sebagai perusahaan penanaman modal asing (PMA) pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional melalui satelit Intelsat. Pemerintah RI menggandeng *International Telephone & Telegraph* (ITT) dari Amerika Serikat untuk membangun Stasiun Bumi Jatiluhur, yang diresmikan pada 29 September 1969. ITT menguasai Indosat melalui anak usahanya, *American Cable & Radio Corporation* (ACR), dengan modal awal US\$6 juta. Namun, seiring waktu, pemerintah mulai merasa tidak puas dengan kesepakatan tersebut, khususnya terkait keuntungan yang dinilai tidak adil bagi Perumtel. Setelah sejumlah perundingan, sekitar 15% pendapatan Indosat dari layanan telepon internasional dan kabel laut akhirnya dialokasikan untuk Perumtel.

Pada 1979, Indosat menolak ikut serta dalam proyek kabel bawah laut Penang-Medan, yang memicu kekecewaan Presiden Soeharto dan mendorong seruan nasionalisasi sarana komunikasi satelit. Alih-alih mengambil langkah tegas, Menteri J.B. Sumarlin menyarankan pemerintah membeli seluruh saham ITT di Indosat demi menjaga iklim investasi, terutama karena kondisi ekonomi sedang diuntungkan oleh boom minyak. Negosiasi dimulai pada September 1980, dengan ITT menawarkan harga US\$72,6 juta, sedangkan pemerintah hanya bersedia membayar US\$30 juta. Perundingan ini menandai langkah pemerintah RI untuk mengambil alih Indosat secara penuh.

Pada 20 November 1980, pemerintah RI dan ITT menyepakati pembelian 100% saham Indosat senilai US\$43,8 juta, yang diselesaikan lebih awal pada 30 Desember 1980. Akuisisi ini menjadikan Indosat sebagai perusahaan milik pemerintah yang memonopoli komunikasi internasional, sementara Perumtel memonopoli komunikasi domestik. Indosat kemudian ditetapkan sebagai BUMN persero sesuai PP No. 52 dan 53/1980. Dalam menjalankan bisnisnya, Indosat menyediakan layanan seperti telepon

internasional, teleks, telegram, faks internasional, dan Sambungan Langsung Internasional (SLI), serta mengelola komunikasi satelit dan kabel laut. Indosat juga aktif dalam organisasi internasional seperti Inmarsat, Intelsat, dan ITU. Pada tahun 1982, aset komunikasi dalam negeri dialihkan ke Perumtel, sementara aset komunikasi internasional dikelola oleh Indosat, termasuk Sentral Gerbang Internasional di Medan, Batam, dan Surabaya.

Pada 19-20 Oktober 1994, Indosat melaksanakan IPO dan menjadi perusahaan publik pertama di Indonesia yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), dan Bursa Efek New York (NYSE). Pemerintah Indonesia tetap memegang 65% saham, sedangkan 35% dilepas ke publik, dengan 25% di NYSE dan 10% di BEJ dan BES. IPO ini menghasilkan US\$1,1 miliar bagi pemerintah dan mencerminkan posisi Indosat sebagai gerbang komunikasi Indonesia dengan dunia internasional. Hingga 1999, Indosat berhasil menghubungkan Indonesia dengan 257 lokasi global, memiliki kapasitas komunikasi 624,1 Mbps, serta layanan telepon internasional yang mencapai 644,7 juta menit dengan teknologi digital canggih.

Pada 2000-2002, Indosat mengakuisisi saham mayoritas Satelindo, mendirikan PT Indosat Multimedia Mobile (Indosat-M3) sebagai pelopor jaringan GPRS, dan PT Indosat Mega Media (IndosatM2) untuk layanan internet dan TV berlangganan. Langkah ini diambil untuk menghadapi liberalisasi telekomunikasi berdasarkan UU No. 36/1999. Monopoli komunikasi internasional dihapus, dan Indosat mendapat lisensi GSM 1800 serta izin layanan SLJJ pada 2004 sebagai kompensasi. Pemerintah kemudian melepas mayoritas sahamnya di Indosat melalui tender, dengan Singapore Technologies Telemedia (STT) memenangkan divestasi pada 15 Desember 2002, senilai Rp 5,62 triliun. Pascaakuisisi, STT fokus mengembangkan bisnis telepon seluler, menggabungkan Indosat dengan anak usahanya seperti Indosat-M3 dan Satelindo pada 2005. Konsolidasi ini memperkenalkan layanan utama seperti Mentari, Matrix, dan SLI-001, sementara transformasi korporasi ditandai dengan peluncuran logo "Techno Flower" pada 2005 dan ekspansi layanan 3G serta CDMA StarOne.

Namun, isu privatisasi Indosat tetap kontroversial, termasuk tuduhan monopoli oleh Temasek yang mengendalikan Telkomsel dan Indosat melalui anak usahanya. Pada 2007, KPPU menyatakan Temasek bersalah dan memerintahkan pelepasan kepemilikan di salah satu operator. Akhirnya, pada 6 Juni 2008, STT menjual 40,81% saham Indosat kepada perusahaan telekomunikasi Qatar, Qtel, dengan nilai Rp 16,7 triliun, yang kemudian meningkat menjadi 65% kepemilikan melalui tender offer. Meskipun muncul isu terkait batas kepemilikan asing dan layanan telepon tetap, akuisisi ini disetujui pemerintah. Pada tahun yang sama, Indosat memperoleh tambahan lisensi frekuensi 3G dan memenangkan tender WiMAX, memperkuat posisinya sebagai penyedia telekomunikasi terintegrasi di Indonesia.

Indosat melakukan transformasi besar dengan restrukturisasi organisasi, modernisasi, dan ekspansi jaringan untuk meningkatkan efisiensi dan keunggulan operasional. Pada 2011, Indosat menguasai 21% pangsa pasar, dengan jumlah pelanggan mencapai 58,5 juta pada 2013, turun menjadi 54,9 juta di 2014, dan melonjak menjadi 68,5 juta di 2015. Pada 16 Mei 2013, Indosat resmi menghentikan perdagangan sahamnya di NYSE akibat penurunan performa, sehingga sahamnya hanya diperdagangkan di BEI. Meski demikian, Indosat tetap berekspansi dengan mengkomersialkan jaringan 3G dan 4G di frekuensi 900 MHz. Pada 19 November 2015, Indosat berganti nama dagang menjadi Indosat Ooredoo, seiring dengan perubahan nama pemegang saham utamanya dari Qtel menjadi Ooredoo pada Februari 2013.

Memasuki 2010-an, Indosat menghadapi isu merger dan akuisisi, serta tantangan seperti penurunan jumlah pengguna dari 110 juta menjadi 58 juta akibat kebijakan registrasi SIM, perang tarif, dan kerugian Rp 2,4 triliun di 2018. Indosat juga melepas bisnis satelitnya pada 2020 setelah gagal meluncurkan Satelit Nusantara Dua. Isu merger akhirnya terealisasi antara Indosat dan Tri (PT Hutchison 3 Indonesia), yang diumumkan pada 16 September 2021. Merger senilai US\$ 6 miliar ini resmi dilakukan pada 4 Januari 2022, menghasilkan Indosat Ooredoo Hutchison, operator seluler terbesar kedua di Indonesia dengan 102,2 juta pengguna pada akhir 2022.

Kepemilikan saham pasca-merger terdiri dari Ooredoo Hutchison Asia 65,64%, PT Tiga Telekomunikasi Indonesia 8,33%, PT PPA 9,63%, masyarakat 14%, serta saham dwiwarna seri A milik pemerintah. Gambar 2.1 merupakan gambaran bagaimana perusahaan PT Indosat, Tbk. Dan PT Hutchison 3 Indonesia berkembang dari tahun ke tahun hingga akhirnya merger menjadi satu perusahaan.



Gambarr 2.1 Sejarah Penggabungan PT Indosat, Tbk. dengan PT Hutchison 3 Indonesia

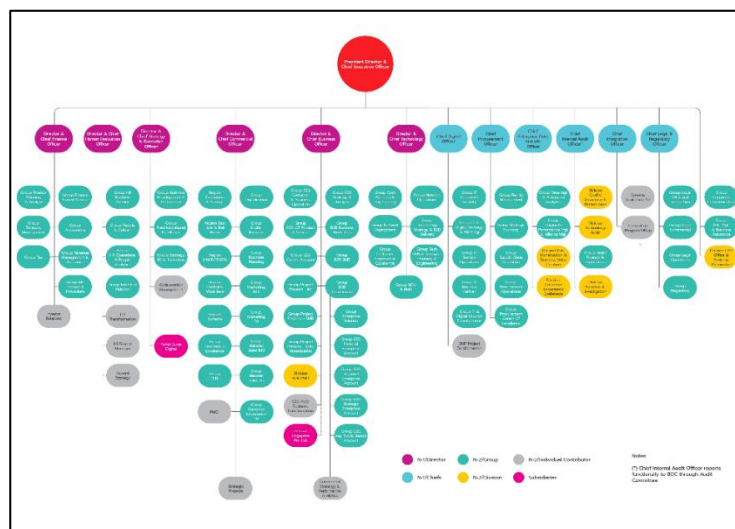
Pasca-merger, Indosat Ooredoo Hutchison fokus pada integrasi jaringan kedua perusahaan, yang berhasil diselesaikan pada kuartal pertama 2023. Perusahaan juga melakukan pemadaman jaringan 3G untuk mengoptimalkan layanan 4G dan 5G sesuai arahan Kemenkominfo. Pada 9 September 2022, Indosat meluncurkan layanan internet serat optik (FTTH) dengan merek Indosat HiFi berkecepatan hingga 100 Mbps. Untuk memperluas layanan ini, Indosat mengakuisisi 330.000 pelanggan MNC Play pada November 2023, menambah 20.000 pelanggan eksisting. Langkah ini menunjukkan komitmen Indosat Ooredoo Hutchison untuk memperkuat bisnis jaringan berbasis serat optik di Indonesia (Wikipedia, Indosat, 2024).



Gambarr 2.2 Gambar Logo Indosat Ooredoo Hutchison

Gambar 2.2 merupakan logo perusahaan Indosat setelah merger dengan PT Hutchison 3 Indonesia dan berubah nama menjadi Indosat Ooredoo Hutchison. Logo tersebut memiliki arti penggambaran dua kekuatan telekomunikasi terbesar di Asia dengan merepresentasikan dua lingkaran yang disatukan menjadi lingkaran besar. Lingkaran tersebut mengarah diagonal ke atas menunjukkan misi Indosat menuju global dan selalu bergerak memberikan pengaruh positif.

2.2 Struktur Organisasi Mitra Mandiri MBKM

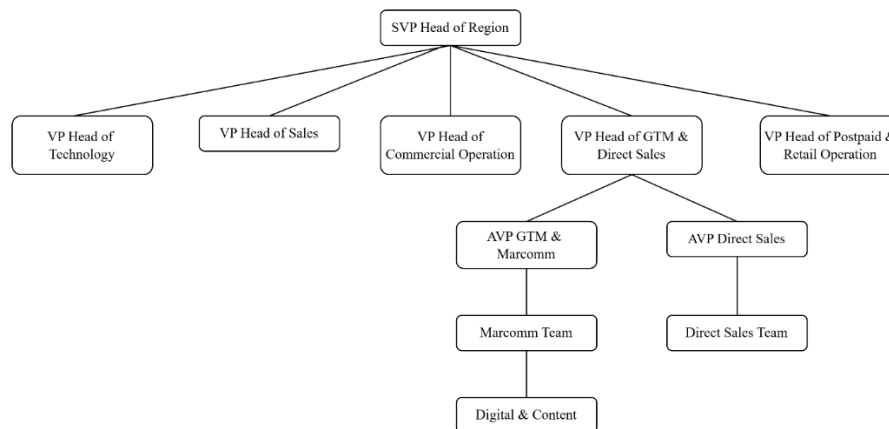


Gambarr 2.3 Struktur Organisasi Indosat Ooredoo Hutchison

Gambar 2.3 merupakan gambar struktur organisasi perusahaan Indosat Ooredoo Hutchison yang menunjukkan peran kepemimpinan di bawah Direktur Utama (*Chief Executive Officer*), dengan posisi kunci yang memimpin berbagai bidang operasional perusahaan. Ahmad Zulfikar menjabat sebagai *Director & Chief Strategy & Execution Officer*, Nicky Lee Chi Hung sebagai *Director & Chief Financial Officer*, Muhammad Buldansyah sebagai *Director & Chief Business Officer*, Irsyad Sahroni sebagai *Director & Chief Human Resources Officer*, Ritesh Singh sebagai *Director & Chief Commercial Officer*, dan Desmond Cheung sebagai *Director & Chief Technology Officer*. Selain itu, Vivek Mehendiratta menjabat sebagai *Chief Marketing Officer*, Sanjay Vaghasia sebagai *Chief Integration Officer*, Chirag Sukhadia sebagai *Chief Enterprise Data Analytics Officer*, Vishal Gupta sebagai *Chief*

Procurement Officer, Mohammed Afzal Lodhi sebagai *Chief Internal Audit Officer*, dan Reski Damayanti sebagai *Chief Legal & Regulatory Officer*. Struktur ini mencerminkan kolaborasi antardepartemen untuk mencapai efisiensi, inovasi, serta keunggulan operasional perusahaan (PT Indosat, Tbk, 2023).

Indosat Ooredoo Hutchison secara garis besar memiliki struktur organisasi perusahaan yang terdiri dari tiga tingkatan, yaitu *Headquartered* (pusat), *Circle*, dan *Region*. Saat ini penulis sedang menjalani Program Magang Mandiri di bagian *Region Jawa Timur* atau biasanya disingkat EJBN (*East Java, Bali, Nusra*). Di mana *Region* ini bertanggung jawab atas area seluruh Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara. Gambar 2.4 merupakan struktur organisasi perusahaan di tingkat *Region Jawa Timur*.



Gambarr 2.4 Struktur Organisasi Tingkat Region Jawa Timur

Berdasarkan struktur organisasi pada Gambar 2.4, SVP (*Senior Vice President*) Head of Region EJBN adalah Bapak Priyo Sasongko. SVP membawahi beberapa VP (*Vice President*), antara lain *VP Head of Technology*, *Head of Sales*, *Head of Commercial Operation*, *Head of GTM & Direct Sales*, dan *Head of Postpaid & Retail Operation*. Posisi *VP Head of GTM & Direct Sales* dijabat oleh Ibu Heny Tri Purnaningsih, yang membawahi AVP (*Assistant Vice President*) GTM & Marcomm dan Direct Sales. Selanjutnya, AVP GTM & Marcomm membawahi Marcomm (*Marketing Communication*) Team. Dalam Marcomm Team terdapat posisi bidang *Digital & Content*, yang

bertanggung jawab dalam proses promosi secara digital, termasuk pembuatan *content* promosi yang nantinya akan diunggah di akun media sosial IM3 dan 3. Posisi *Digital & Content* inilah yang menjadi fokus tugas penulis selama menjalani program Magang Mandiri ini.

Visi

Menjadi perusahaan telekomunikasi digital yang paling dipilih di Indonesia yang kini bertransformasi menjadi perusahaan teknologi.

Misi

Menghadirkan pengalaman digital kelas dunia, menghubungkan dan memberdayakan masyarakat Indonesia.

2.3 Ruang Lingkup Kegiatan/Usaha

Indosat Ooredoo Hutchison memiliki beberapa produk yang sering dipakain oleh masyarakat, yaitu:

1. IM3



Gambarr 2.5 Bentuk Produk dan Brand Activation IM3

IM3 merupakan layanan seluler milik Indosat yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2001 oleh Indosat-M3 dengan nama IM3 SMART (prabayar) dan IM3 BRIGHT (pascabayar). Pada akhir tahun 2003, layanan ini dileburkan ke Indosat, menjadikannya sebagai operator pertama di Indonesia yang mendukung teknologi GPRS, MMS, video streaming, hingga *Java games*. IM3 kini hadir dengan layanan pita lebar berbasis teknologi GSM, menawarkan paket data berkecepatan tinggi dan berbagai pilihan paket lainnya (Wikipedia, IM3, 2024). Saat ini, IM3 memiliki dua

bentuk produk utama, yaitu Freedom Internet untuk layanan prabayar dan Prime untuk layanan pascabayar. Selain itu, aktivitas merek IM3 dikenal melalui Collaboration, yang menjadi wadah kolaborasi kreatif bagi generasi muda di Indonesia.

2. 3 Indonesia



Gambarr 2.6 Bentuk Produk dan Brand Activation Tri

Tri Indonesia, atau Tri adalah produk telekomunikasi seluler berbasis GSM yang dikeluarkan oleh Indosat. Sebelumnya, Tri Indonesia merupakan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi yang mengoperasikan jaringan 2G, 3G, 4G LTE, dan 5G dengan standar GSM. Didukung oleh teknologi 4.5G Pro dan jaringan serat optik sepanjang 16.000 km, Tri menjangkau lebih dari 37.000 desa di Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Jawa, Bali, dan Lombok. Sejak hadir di Indonesia pada tahun 2007, Tri tumbuh menjadi *mobile lifestyle provider* dengan mayoritas pelanggannya, sekitar 95%, adalah anak muda yang memiliki gaya hidup digital tinggi.

Awalnya, Tri dikelola oleh PT Hutchison 3 Indonesia, anak perusahaan Hutchison Asia Telecom Group milik CK Hutchison Holdings. Pada 4 Januari 2022, PT Hutchison 3 Indonesia resmi bergabung dengan PT Indosat Tbk (Indosat Ooredoo), membentuk Indosat Ooredoo Hutchison. Setelah merger tersebut, Tri Indonesia tidak lagi berdiri sebagai perusahaan independen, melainkan menjadi salah satu merek layanan telekomunikasi di bawah naungan PT Indosat Tbk hingga saat ini (Wikipedia, 3 Indonesia, 2024).

Saat ini, Tri hanya memiliki satu bentuk produk, yaitu Tri Prabayar yang terbagi menjadi Happy dan H3RO Pro. Produk H3RO Pro secara

khusus ditujukan bagi masyarakat yang memiliki minat tinggi di dunia *gaming*. Selain itu, Tri aktif memperkuat identitas mereknya melalui kegiatan *Brand Activation* bertema Generasi Happy, yang berfokus pada kebutuhan digital dan gaya hidup anak muda Indonesia.

3. Indosat HiFi



Gambarr 2.7 Logo Produk Indosat HiFi

Indosat HiFi adalah penyedia layanan televisi kabel dan internet berbasis serat optik milik Indosat. Layanan ini pertama kali didirikan pada Januari 2013 sebagai MNC Kabel Mediacom di bawah MNC Vision Networks. Dengan infrastruktur *Fiber to the Home* (FTTH), MNC Play Media menawarkan layanan *Quadruple Play* yang mencakup internet berkecepatan tinggi hingga 1000 Mbps, televisi kabel interaktif dengan lebih dari 170 saluran, media interaktif seperti *Home Automation*, serta layanan telepon berkualitas tinggi. Pada 2017, layanan ini berganti nama menjadi MNC Play dengan slogan *Leading the Happiness* yang diadopsi sejak 2019.

Pada November 2023, Indosat resmi mengakuisisi seluruh 330.000 pelanggan MNC Play senilai Rp 876 miliar dan mengintegrasikannya dengan layanan Indosat HiFi. Transisi tersebut diperkirakan selesai pada semester awal 2024. Dalam transaksi lain, aset jaringan tetap MNC Play dijual kepada Lightstorm melalui Asianet senilai Rp 2,42 triliun. Sejak 15 November 2023, layanan internet MNC Play dialihkan ke Indosat HiFi,

sementara layanan IPTV atau konten televisi berlangganan tetap dikelola oleh MNC. Akuisisi ini memperkuat posisi Indosat dalam segmen *fixed-mobile convergence* dan layanan *fiber to the home* guna bersaing dengan Telkomsel dan XL Axiata. Penggabungan penuh layanan internet MNC Play ke Indosat HiFi dijadwalkan selesai pada 10 September 2024 (Wikipedia, Indosat HiFi, 2024).