

BAB III

GAMBARAN UMUM PT INFOMEDIA NUSANTARA

A. Gambaran Umum Perusahaan

Tahun 1975 merupakan awal perjalanan usaha PT Infomedia Nusantara menjadi perusahaan pertama penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Di bawah sub divisi Elnusa GTDI dari anak perusahaan Pertamina. Beberapa tonggak bersejarah yang patut dicatat dalam perkembangannya antara lain adalah berubahnya sub divisi tersebut menjadi PT Elnusa *Yellow Pages* pada tahun 1984, dan kemudian menjadi PT Infomedia Nusantara Pada saat PT Telkom menanamkan investasinya, dan bersama PT Elnusa menjadi pemegang saham . komposisi kepemilikan saham saat ini adalah PT Telkom 51% dan PT Elnusa 49%.

Infomedia merupakan perusahaan penerbit Buku Petunjuk Telepon (BPT) *White Pages* atau *Yellow Pages* yang telah berpengalaman dalam pengolahan data pelanggan telepon dan data bisnis di seluruh Indonesia, dengan demikian dinamisnya kehidupan masyarakat, informasi menempati posisi sentral dalam mendorong berbagai perubahan. Besarnya peranan informasi dalam transformasi budaya di masyarakat mengakibatkan tuntutan atas kualitas layanan informasi semakin meningkat. Selama lebih dari 25 tahun infomedia telah memberikan layanan jasa direktori telepon di Indonesia.

Infomedia adalah perusahaan yang dipercaya PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT TELKOM) untuk menjadi pusat pemeliharaan dan

pengembangan data base telepon. Kompetensi utama (*Core Competence*) Infomedia adalah dalam pengelolaan informasi direktori yang meliputi data inti (nama, alamat, nomor telepon), data pelengkap (bidang usaha, profile perusahaan), dan data pendukung (informasi wisata, pemerintahan, sosial).

Sejalan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (INFOKOM), PT Telkom telah menempatkan bisnis INFOKOM ini meliputi *Phone Net*, yang berbasis pada jaringan *Fix Telephone*, *Mobile Net* berbasis pada jaringan telepon selular, video Net untuk jaringan *TV Cable*, Internet untuk jaringan multimedia Akses, dan *Service* yang meliputi *Directory*, *Call Center*, dan Data Konten. Pada pelaksanaannya PT Telkom lebih fokus pada *core businessnya* yaitu jaringan *Fixed Telephone* dan *Multimedia Acess*. Bisnis yang lainnya PT Telkom mempercayakan pengelolaannya pada anak perusahaannya yang tergabung dalam Telkom Groups, yaitu PT Telkomsel dipercaya untuk mengelola bisnis jaringan telepon selular, PT Indonusa dipercaya untuk mengelola bisnis *TV Cable*, dan PT Infomedia Nusantara dipercaya untuk mengelola *bisnis service*.

Infomedia mengembangkan bisnis servicenya menjadi tiga pilar bisnis, yaitu: *Directory Service*, *Call Center Service*, dan *Content Service*, yang dalam pelaksanaannya ketiga pilar itu dapat berjalan secara sinergi. Pilar layanan *directory* berfokus pada penerbitan beragam *directory* dengan beragam media, pilar layanan *Call Center* berfokus pada penyedia jasa *Inbound Call Center* maupun *Outbound Call Center*, dan pilar layanan konten yang berpusat pada pengembangan dan pemasaran database unggulan yang dimiliki PT Infomedia Nusantara. Masing-masing pilar dijalankan oleh seorang direktur yang telah

memiliki pengalaman dan kompetensi di bidangnya dengan orientasi *World Class*. Fokus bisnis dalam pengembangannya yang berbasis data pelanggan telepon diseluruh Indonesia.

B. Transformasi Bisnis Infomedia

Pada awalnya infomedia mengemas layanan *directory* informasi dalam bentuk Buku Petunjuk Telepon (BPT). Produk Utama yang pertama kali diterbitkan adalah BPT untuk 5 (lima) kota besar di Indonesia pada tahun 1976. Saat ini Infomedia Nusantara telah menerbitkan 68 (BPT) di 57 kota utama dan total sirkulasi mencapai lima juta eksemplar.

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia pada era 1990-an, mendorong akan kebutuhan informasi. Infomedia Nusantara yang bergerak dalam bisnis *directory* menangkap fenomena sebagai tantangan dan sekaligus peluang yang harus dimanfaatkan. Menanggapi fenomena tersebut, Infomedia Nusantara melakukan penyesuaian visi dan misi perusahaan yang diikuti perubahan-perubahan konseptual produk dan layanan serta strategi perusahaan. Dengan dukungan trend perkembangan teknologi dan budaya, Infomedia Nusantara masuk ke dalam tahap pengembangan layanan informasi *directory* dalam bentuk elektronik dan audio.

Pada tahun 1996 Infomedia Nusantara meluncurkan produk-produk layanan informasi baru di samping BPT melalui 6 Directory khususnya, yaitu : Situs *Yellow Pages* di internet (www.yellowpages.co.id), *CD ROM Yellow Pages* dan layanan *Directory* melalui *Hallo Yellow*, serta 108 Nasional. 108 Nasional

diluncurkan pada tahun 1997, Infomedia bersama PT Telkom meluncurkan produk layanan ini.

C. VISI

Visi dari PT Infomedia Nusantara yaitu, “Menjadi penyedia jasa dan informasi terkemuka, penghubung penjual dan pembeli yang berjangkauan global.”

D. MISI

Adapun Misi dari PT Infomedia Nusantara yaitu, “Menyediakan jasa informasi dalam bentuk cetak, elektronik, dan berperan dalam pelayanan jasa infokom.”

E. Tata Nilai

1. Ukuran keberhasilan kita adalah kepuasan pelanggan.
2. Kita membutuhkan laba untuk mendukung pertumbuhan.
3. Orang-orang yang istimewa dan berdedikasi tinggi akan mampu membuat perusahaan berhasil, terutama apabila mereka bekerjasama dalam sebuah tim.
4. Inovasi adalah kekuatan pendorong untuk bertahan dan berkembang.

F. Strategi Perusahaan

1. *Database* informasi yang dinamis dan berkembang.
2. Infrastruktur yang berbasis teknologi dan keterampilan sumber daya manusia.
3. Dukungan sistem IT dan perkembangan teknologi.

G. Pelayanan PT Infomedia Nusantara :

G.1 Majalah Infomedia

Sebagai bentuk pembinaan hubungan dengan para pelanggannya, PT Infomedia Nusantara juga menerbitkan majalah *Newsletters*. Majalah ini berisi tentang berbagai macam kegiatan dan informasi seputar bisnis perusahaan yang disampaikan secara terbuka kepada para pelanggan. Di dalamnya pun memuat berbagai berita aktual seputar produk-produk Infomedia dan perkembangannya. Majalah ini diharapkan dapat menjadi sebuah sarana untuk membentuk komunitas Infomedia. Dengan adanya majalah bagi para pelanggan ini maka dapat menumbuhkan suatu *brand awareness* dan *corporate image* di mata para pelanggan Infomedia. Hal ini sehubungan pula dengan *new corporate identity* Infomedia Nusantara yaitu Infomedia yang diluncurkan pada saat ulang tahun PT Infomedia Nusantara yang ke-28, 3 juli 2005. Di mata sebagian publik, mereka lebih mengenal *Yellow Pages* ketimbang Infomedia Nusantara, oleh karena itu melalui majalah ini salah satu program sosialisasi *New Corporate Identity* dilaksanakan.

Isi dari majalah ini pun tidak seluruh bagiannya, hanya memuat berita-berita seputar kegiatan dan produk Infomedia, tetapi juga kegiatan-kegiatan yang sarat akan bidang-bidang telekomunikasi, teknologi, dan informasi-informasi Telkom Groups. Semua informasi ini sangat berguna bagi para pelanggan Infomedia. Gaya penulisan majalah ini pun menurut salah seorang editornya, sangat ringan, menghibur, mendidik, penyampaiannya menggunakan bahasa

populer, dan informatif. Majalah ini dibagikan secara Cuma-Cuma kepada semua pelanggan .

G.2 Web Site Infomedia

Selain majalah, Infomedia Nusantara pun membentuk suatu wadah komunitasnya melalui *website* khusus, yaitu <http://www.yellowpages.co.id> dengan menampilkan data bisnis terlengkap di Indonesia dan dapat diakses melalui lebih dari 60.000 jaringan di 150 negara. Hal ini menjadikan situs Infomedia sebagai suatu sarana iklan yang sangat cerdas untuk para pelanggan yang berjangkauan global.

PT Infomedia Nusantara sebagai penyedia data yang dapat diakses di seluruh Indonesia, memiliki 3 (tiga) kantor pelayanan (Kayan) yang berlokasi di Medan, Bandung, dan Semarang. Serta 1 (satu) kantor wilayah (Kanwil) di Surabaya, dan 1 (satu) Kantor *Strategic Business Area* (SBA) di Menara Kebon Sirih, Jakarta. PT Infomedia Nusantara berusaha menjadi mitra perantara penyalur informasi secara multimedia yang sukses bagi perusahaan-perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggannya. Membangun hubungan ‘Seumur hidup’ antara perusahaan dan pelanggannya dengan kualitas layanan yang tinggi melalui teknologi yang inovatif serta orang-orang yang berdedikasi. Mendukung organisasi Infomedia Nusantara untuk mencapai objektifnya, yaitu objektif finansial dan objektif strategis. Memberikan sinergi kepada organisasi Infomedia dengan memberikan pelayanan kanal penyaluran. Mendukung Infomedia dengan memberikan fungsi layanan kepada pelanggan Infomedia.

G.3 Call Center

Kompetensi Infomedia Nusantara dalam pengelolaan *directory* informasi yang ditunjang dengan komitmen Infomedia untuk senantiasa melakukan pengembangan secara terus menerus terhadap teknologi, sistem, dan SDM yang dimiliki, mengarahkan PT Infomedia Nusantara menuju posisi sebagai Pusat Informasi Nasional. Rencana ke depan, Infomedia Nusantara tetap berkonsentrasi pada kemampuan intinya yaitu, dibidang pengelolaan *database* informasi dengan perluasan jangkauan melalui media seperti media elektronik dan *call center*.

Pada masyarakat yang semakin maju tuntutan akan kualitas pelayanan informasi mengarah kepada yang disebut dengan ‘*One Stop Information Service*’ . *Bisnis Call Center* yang terdiri dari *Outbound Call Center* dan *Inbound Call Center* akan terus dikembangkan secara bertahap sehingga nantinya dapat menjadi sebuah pusat layanan *Call Center* terintegrasi antara pengelola *database*, media elektronik (Internet & CD ROM), dan media audio/telepon. Secara keseluruhan Infomedia Nusantara telah menjangkau lebih dari 20 juta konsumen di pasar Indonesia dan Singapura. Pengalaman dan pengetahuan Infomedia dalam pengelolaan Informasi berbasis *directory* telah memberikan dasar yang kokoh dan pada saat ini Infomedia Nusantara telah siap menghadapi pasar bebas dan persaingan yang lebih ketat. Untuk lebih mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki, pada tahun 2002 Infomedia Nusantara melakukan restrukturisasi bisnis dengan bentuk tiga pilar bisnis baru.

Kemampuan Infomedia Nusantara dalam pengelolaan *directory* informasi ditunjang dengan komitmen untuk senantiasa melakukan pengembangan secara

terus menerus terhadap teknologi, sistem, dan SDM yang dimiliki, mengarahkan Infomedia Nusantara menuju posisi sebagai Pusat Informasi Nasional Indonesia. Rencana ke depan, Infomedia Nusantara tetap berkonsentrasi pada kemampuan intinya yaitu dibidang pengelolaan *database* informasi dengan perluasan jangkauan melalui media seperti media elektronik, dan *Call Center*. Melalui Unit Bisnis Layanan *Call Center*, PT Infomedia Nusantara dilengkapi dengan infrastruktur *Call Center* terlengkap, jaringan telepon paling luas dan teknologi *Call Center* yang terpilih secara tepat guna. *Call Center* yang menjadi sebuah keharusan dalam pelayanan pelanggan serta untuk meningkatkan citra perusahaan dan mendukung segala aktivitas pemasaran atau penjualan. Bisnis *Call Center* yang terdiri atas *Inbound Call Center* dan *Outbound Call Center* akan terus dikembangkan secara bertahap sehingga nantinya dapat menjadi pusat *Call Center* yang terintegrasi antara pengelola *database*, media elektronik (Internet, CD ROM dan Media Audio). Selain itu pula layanan *Call Center* juga menyediakan pelayanan baru yaitu : *Telemarketing, Telesurvey, Customer Service, Help Desk, Phone Banking, Reservation*, dan lain-lain.

Ada salah satu *Call Center* yang khusus menangani pelanggan dari PT Telkom yaitu, *Call Center* 108 yang melayani untuk masalah alamat dan nomor telepon, dan *Call Center* 147 yang melayani untuk informasi dan aktivasi produk-produk Telkom seperti informasi tagihan telepon, penggunaan internet telkomnet instant, internet telkom *speedy*, aktivasi telkom flexi, dan lain-lain yang berhubungan dengan produk Telkom. Pelanggan yang ingin mendapatkan informasi yang menyangkut produk PT Telkom tinggal menghubungi dengan

menekan 3 (tiga) digit nomor yaitu 108 ataupun 147, pelanggan sudah dapat tersambung dengan operator yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para pelanggan.

