



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN REPUTASI YANG  
MEMBANTU KINERJA PERUSAHAAN  
(Studi kasus dalam PT Mobile-8 Telecom Tbk)**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si)


**YOLANDA NAINGGOLAN**


**0606016924**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA  
JAKARTA  
JULI 2009**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar**



**Nama** : Yolanda Nainggolan  
**NPM** : 0606016924  
**Tanda Tangan** :   
**Tanggal** : 4 Juli 2009<sup>2</sup>



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yolanda Nainggolan  
NPM : 0606016924  
Program Studi : Pasca Sarjana  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**"Strategi Humas Dalam Membangun Reputasi Yang Membantu Kinerja Perusahaan" (Studi kasus dalam PT Mobile-8 Telecom Tbk)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 10 Juli 2009-07-10  
Yang Menyatakan



(Yolanda Nainggolan)

UNIVERSITAS INDONESIA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

## ABSTRAK

Yolanda Nainggolan  
0606016924

**“Strategi Humas Dalam Membangun Reputasi Perusahaan Yang Membantu Kinerja Perusahaan” - Studi Kasus di PT Mobile-8 Telecom Tbk**

Tesis ini membahas tentang bagaimana penerapan strategi humas dapat memelihara dan meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat membantu kinerja perusahaan serta menilai bagaimana penerapan strategi humas Mobile-8 yang berhubungan dengan pemeliharaan dan peningkatan reputasi yang membantu kinerja perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif yang menggunakan metode studi kasus dan menggunakan in depth interview untuk pengumpulan data. Pendekatan penelitian dilakukan dengan menekankan pada makna dan penalaran Hasil penelitian menyarankan agar peran humas perlu ditingkatkan agar humas dapat membuat strategi komunikasi yang tepat dan berkesinambungan dalam upaya pemeliharaan reputasi untuk membantu kinerja perusahaan serta hasil kerja dari humas sebagai pelaksanaan program dan masukan dari para stake holder agar lebih menjadi bahan masukan dalam kerangka pemeliharaan atau peningkatan reputasi perusahaan yang pada akhirnya dapat membantu kinerja perusahaan.

**Kata Kunci:**

Strategi Humas, reputasi perusahaan, *corporate communications*, kinerja perusahaan.

UNIVERSITAS INDONESIA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

## ABSTRACT

Yolanda Nainggolan  
0606016924

**“Strategi Humas Dalam Membangun Reputasi Perusahaan Yang Membantu Kinerja Perusahaan” - Studi Kasus di PT Mobile-8 Telecom Tbk**

The focus of this study is to learn on how to implement the public relations strategies that support the development of reputation for maintaining good company performance. This research took a study case of public relations' strategies in Mobile-8 which support the developing of good reputation for company performance. This research is qualitatif descriptive interpretive. The data were collected by means of deep interview. The researcher suggests that the function of public relations should be widened so that the communications strategies can be formulated continuously and properly in order to maintain reputation for good company performance. In addition, public relations activities and styakeholders' feedbacks should be taken as inputs to manage and maintain reputation for good company performance.

**Key words:**

Public relations strategies, company reputation, corporate communications, company performance.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
<b>2. KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kerangka Pemikiran.....	8
2.2 Operasionalisasi Konsep.....	39
<b>3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Tipe dan Pendekatan Penelitian.....	42
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	43
<b>4. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Deskripsi PT Mobile-8 Telecom Tbk.....	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	54
4.3 Analisis Data .....	71
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	104
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>107</b>

**UNIVERSITAS INDONESIA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

## **LEMBAR PERSETUJUAN TESIS**

**Judul Tesis** : **“Strategi Humas Dalam Membangun Reputasi  
Perusahaan Untuk Membantu Kinerja Perusahaan”  
- Studi Kasus di PT Mobile-8 Telecom Tbk**

**Nama** : **Yolanda Nainggolan**  
**NPM** : **0606016924**  
**Program Studi** : **Ilmu Komunikasi**  
**Kekhususan** : **Manajemen Komunikasi**

**Jakarta, 15 Juni 2009**

**Pembimbing Tesis**

**Prof. Dr. Andre Hardjana, MA**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Yolanda Nainggolan  
NPM : 0606016924  
Program Studi : Ilmu Komunikasi, Kekhususan Manajemen  
Komunikasi  
Judul Disertasi : Strategi Humas Dalam Membangun Reputasi  
Perusahaan Untuk Membantu Kinerja Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Billy K Sarwono, MA

Sekretaris : Ir. Firman Kurniawan Sujono, M.Si

Pembimbing : Prof. Andre Hardjana, MA., Ph.D

Penguji : Irwansyah, MA

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 Juli 2009

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan kemuliaan saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini dengan sebaik-baiknya.

Tujuan dari pembuatan tesis yang berjudul “Strategi Humas Dalam Membangun Reputasi Perusahaan Untuk Membantu Kinerja Perusahaan” yang diambil dari studi kasus PT Mobile-8 Telecom Tbk adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Magister Sains dalam Ilmu Komunikasi untuk Program Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia.

Tesis ini dirasakan oleh penulis jauh dari sempurna, dimana didalamnya terdapat kekurangan dan keterbatasan di dalam kemampuan pemaparan dan teknis penulisan. Namun dengan semua keterbatasan tersebut penulisan dari tesis ini dapat diselesaikan dan penulis mengharapkan hasil dan saran dari penulisan tesis ini dapat membantu PT Mobile-8 Telecom untuk memperbaiki strategi komunikasi dan meningkatkan reputasi perusahaan di mata publiknya.

Tesis ini dapat diselesaikan semata-mata dengan bantuan dan dorongan serta semangat secara moral dan material dari banyak pihak. Maka di kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Andre Hardjana, MA yang selalu dengan sabar membimbing penulis dan memberikan arahan pada saat penyusunan tesis. Penulis juga sangat bangga mempunyai kesempatan untuk mendapatkan bimbingan dari beliau yang mempunyai banyak pengalaman di bidang Corporate Communications bahkan beliau tidak hanya berkenan memberikan bimbingan di dalam penyelesaian tesis namun beliau pun

bersedia untuk memberikan masukan diluar keperluan dari penulisan tesis.

2. Drs.Eduard Lukman, MA yang tidak pernah bosan untuk memberikan semangat dikala semangat mulai memudar dan timbul rasa menyerah untuk menyelesaikan penulisan tesis ini
3. Bapak Merza Fachys selaku Presiden Direktur PT Mobile-8 Telecom Tbk yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di dalam perusahaan dan membuka diri untuk mendapatkan masukan dari penulis sebagai hasil dari penelitian.
4. Bapak Lukman Aribowo, Senior Jumalis dari Majalah Selular untuk dukungan dan semangat yang selalu diberikan untuk menyelesaikan penulisan tesis ini. Beliau merupakan sahabat yang memberikan masukan yang positif dan memberikan contoh yang baik serta mendukung penulis untuk mengambil pendidikan di tingkat Pasca Sarjana
5. Mereka yang mendukung dibalik layar sehingga tesis ini dapat selesai yaitu bapak-ibu di Sekretariat dan juga perpustakaan MMKOM UI
6. Kepada orang tua dan keluarga di Makassar, Bandung dan Cirebon yang selalu memberikan doa kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan
7. Kepada tim Corporate communications Mobile-8, Dodie Iswandi dan Muhammad Syarif, yang telah membantu menyediakan semua informasi dari semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan
8. Kepada teman-temanku tercinta, Lani Tampubolon, Gufron Mahmud, Ronald, Andreas Surya, Andy Zein, Jeriel Charis, Khusri Dewi, Paima Uli, Maya Indraswari, Dewi Satriani yang selalu memberikan dukungan dan semangat disaat penulis mengalami cobaan untuk menyelesaikan tesis ini.



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Aktivitas Public Relations (hubungan masyarakat, selanjutnya disingkat humas) sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Humas bukan sekadar *relations* dengan publik seperti halnya relasi atau hubungan yang berkenaan dengan humas dan atau jasa, tetapi humas juga mengandalkan strategi, yakni agar organisasi disukai oleh pihak-pihak yang berhubungan. Pihak yang berhubungan dengan organisasi ini disebut *stake holders* atau mereka yang mempertaruhkan hidupnya pada dan untuk organisasi. Mereka pun disebut target publik organisasi. Mereka semua membentuk opini di dalam masyarakat dan dapat mengangkat atau menjatuhkan citra dan reputasi organisasi atau perusahaan.

Humas itu merupakan fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik terhadap suatu organisasi yang diwakilinya. Karakteristik humas secara tersurat, yakni: 1) humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik; 2) humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi; 3) publik yang menjadi sasaran humas adalah publik internal dan eksternal; 4) operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Prinsip komunikasi dua arah dan timbal balik merupakan proses penyampaian suatu pesan seseorang atau kelompok (komunikator) untuk memberi tahu atau mengubah sikap opini dan perilaku kepada perseorangan atau kelompok (komunikan), baik berhadapan langsung maupun tidak langsung, melalui media massa sebagai alat atau saluran penyampaian pesan untuk meneapai tujuan atau target dalam humas komunikasi dua arah yang hendak dicapai. Tugas dan fungsi utama *public relations officer* atau pejabat humas, tidak terlepas dari bidang penyebaran pesan, informasi, dan komunikasi mengenai kegiatan organisasi atau lembaga yang diwakilinya untuk disampaikan kepada komunikan (publik) sebagai sasaran atau targetnya. Di pihak lain, dengan teknik dan strategi humas tertentu, pejabat humas dapat merekayasa opini publik sehubungan dengan keinginan-keinginan dan tujuan utama dalam menciptakan citra dan reputasi positif.

Dengan demikian humas adalah fungsi yang melekat dan tidak terlepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuannya adalah membentuk *goodwill* (itikad baik), *tolerance* (toleransi), *mutual simbyosis* (saling kerja sama), *mutual confidence* (saling memereayai), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual appreciation* (saling menghargai), serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan, citra dan reputasi positif berdasarkan prinsip-prinsip humas hubungan harmonis, baik hubungan ke dalam maupun ke luar.

Program pengembangan humas harus proaktif dan mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat, baik di bidang teknologi, informasi, ekonomi, hukum maupun politik internasional dan nasional. Tujuan

sentral humas yang hendak dicapai secara strategis, tidak hanya berfungsi sebagai “peta” yang menunjukkan arah, melainkan juga menunjukkan “bagaimana” operasional konsep dan strategi komunikasinya. Strategi dalam komunikasi humas merupakan perpaduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen). Tujuan sentral humas adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra dan reputasi positif suatu lembaga. Pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra dan reputasi positif harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan puncak.

Dengan demikian terdapat keterkaitan antara aktivitas humas dan reputasi suatu organisasi, termasuk perusahaan. Reputasi pada hakikatnya merupakan suatu hasil dari adanya hubungan antara humas dengan publik atau stakeholder. Hal ini dapat diidentifikasi dari makna reputasi itu sendiri secara empiris, sebagaimana tersebut di bawah ini:

"we identified three distinct clusters of meaning: reputation as a state of awareness, reputation as an assessment, and reputation as an asset.

*The first cluster, reputation as awareness, encompasses those definitions that referred to a term or used language indicating that observers or stakeholders had a general awareness of a firm but did not make judgments about it. The second cluster, which is modal in this sample, is reputation as assessment. It includes those definitions that referred to a term or used language indicating that observers or stakeholders were involved in an assessment of the status of a firm.*

*The third cluster, which we label asset, incorporates those definitions that referred to reputation as something of value and significance to the firm." (Michael L. Barnett, John M. Jermier, Barbara A. Lafferty: 2004).*

Dari ketiga kategori makna reputasi tersebut di atas jelas terlihat bahwa reputasi merupakan suatu "*awareness, assessment, dan asset*". Dalam perspektif *corporate communications* ketiga hal itu adalah suatu upaya yang berkenaan dengan keberlangsungan dan kepercayaan masyarakat (*stakeholder*) terhadap perusahaan tersebut.

Keberlangsungan dan kepercayaan masyarakat atas suatu perusahaan secara teoritis merupakan suatu hal yang berhubungan dengan "*corporate performance*" atau kinerja perusahaan.

Berangkat dari pemikiran tersebut di atas, maka kinerja suatu perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh peranan humas dalam membangun reputasi perusahaan, dan untuk itulah penentuan strategi humas menjadi hal yang sangat penting. Hal inilah yang menjadi pokok kajian yang akan menjadi fokus penelitian ini. Untuk itu PT. Mobile 8 Telecom Tbk sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa komunikasi menjadi tempat atau obyek penelitian dalam thesis ini.

Pemilihan PT Mobile-8 Telecom Tbk sebagai obyek penelitian karena perusahaan ini merupakan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Semua informasi dan aktivitas dari perusahaan ini harus dikomunikasikan kepada public, baik untuk laporan keuangan dari perusahaan

ini, susunan kepemilikan saham dari perusahaan bahkan semua aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang merupakan kewajiban dari perusahaan publik. Selain itu Mobile-8 juga merupakan perusahaan yang berada di posisi nomor 5 di dalam industri telekomunikasi dimana posisi ini merupakan posisi *challenger* terhadap operator yang berada di posisi atas yang lahir lebih dahulu di industri. Melihat dari berbagai aspek tersebut, maka penulis melihat bahwa Mobile-8 merupakan perusahaan yang tepat untuk dijadikan obyek penelitian dimana perusahaan ini akan sangat memperhatikan reputasi dan kinerja dari perusahaan baik secara financial dan non financial serta melaporkan kinerja dari perusahaan tersebut kepada publik melalui media dan Bursa Efek Indonesia.

## 1.2 Perumusan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus pada pembahasan mengenai keterkaitan reputasi dengan peningkatan kinerja perusahaan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi humas dapat memelihara dan meningkatkan reputasi perusahaan?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh humas PT Mobile 8 Telecom Tbk yang berhubungan dengan pemeliharaan dan peningkatan reputasi perusahaan dapat membantu kinerja perusahaan?

### 1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang ingin diberikan adalah untuk memberikan manfaat secara akademis dan praktis bagi dunia komunikasi.

Secara akademis, manfaat penelitian berhubungan dengan:

- a. Pengkajian terhadap strategi humas, khususnya berkenaan dengan pembangunan reputasi perusahaan yang berhubungan dengan kinerja perusahaan secara ilmiah.
- b. Pengetahuan mengenai penerapan strategi humas dalam rangka membangun reputasi yang membantu kinerja perusahaan akan menambah khasanah teoritis *public relations* sebagai bagian dari komunikasi perusahaan.

Sedangkan secara praktisi, manfaat penelitian berhubungan dengan:

- a. *Knowledge management*, terutama bagi personal *corporate public relations* suatu perusahaan.
- b. Temuan dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat terhadap peningkatan peran humas baik untuk peningkatan kemampuan dalam mengemas strategi komunikasi dan juga peran dalam perusahaan yang terlibat didalam pembuatan keputusan yang memelihara reputasi perusahaan untuk membantu kinerja perusahaan.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan mempunyai tujuan, yaitu:

1. mengetahui strategi-strategi yang dapat dilaksanakan oleh humas sehubungan dengan pemeliharaan dan peningkatan reputasi perusahaan;

2. mengetahui efektifitas kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh humas pada PT Mobile - 8 Telecom Tbk, sebagai bagian dari strategi humas dalam rangka pemeliharaan dan peningkatan reputasi yang dapat membantu kinerja perusahaan.

### 1.5 Batasan Penelitian

Penyajian permasalahan dan analisis yang dikemukakan dalam penelitian strategi *public relations* atau humas ini tidak bersifat menyeluruh, namun menitikberatkan hanya kepada pelaksanaan strategi komunikasi untuk membentuk reputasi yang membantu kinerja perusahaan yang dilakukan oleh humas dari PT Mobile-8 Telecom Tbk pada tahun 2008 sampai dengan kuartal pertama 2009.

Penelitian ini juga hanya melihat kinerja perusahaan yang berkenaan dengan persepsi dari stake holder PT Mobile-8 Telecom Tbk terhadap perusahaan dan juga produk serta layanan yang dimiliki oleh perusahaan penyedia layanan telekomunikasi berbasis CDMA ini, dan tidak melihat strategi humas yang berkenaan dengan kinerja perusahaan dari sisi finansial yang dicapai oleh perusahaan ini.

Penelitian ini juga tidak secara rinci melakukan pengukuran reputasi dari PT Mobile-8 Telecom Tbk namun lebih melihat kepada strategi humas yang berhubungan dan membantu kinerja perusahaan.

## BAB 2

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1. Kerangka Pemikiran

##### 2.1.1. Humas (Hubungan Masyarakat)

Ada banyak sekali definisi yang diberikan untuk humas, bahkan banyak praktisi humas juga mengungkapkan tentang definisi tentang humas yang beraneka ragam. Berikut ini adalah berbagai definisi mengenai humas yang telah diberikan oleh beberapa praktisi humas. *International Public Relations Associations* memberikan definisi yang resmi tentang humas.

“Humas merupakan fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pembinaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan; membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu mendahului kecenderungan dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”. (Rumanti 2002:11; Rosady Ruslan 2001:17)

Sedangkan Cutlip, Center & Broom mendefinisikan humas sebagai berikut: “humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik,



mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik". (Uehjana 1993:115)

Selain definisi di atas, ada juga definisi lain mengenai humas yang diungkapkan melalui kata kunci yaitu yang diungkapkan oleh Wilcox, Ault & Agee sebagai berikut:

a. *Deliberate*

Kegiatan humas pada dasarnya adalah kegiatan yang disengaja, atau *intentional*. Ia sengaja dilakukan untuk mempengaruhi, meningkatkan pemahaman, menyediakan informasi dan memperoleh umpan balik.

b. *Planned*

Kegiatan humas adalah kegiatan yang terorganisir rapi atau terencana. Jadi ia harus sistematis, dilakukan melalui analisa yang cermat dengan bantuan riset.

c. *Perfomance*

Humas yang efektif harus didasarkan pada kebijakan dan penampilan yang sesungguhnya. Tidak ada kegiatan humas yang efektif tanpa mendasarkan diri pada responsitas organisasi terhadap kepentingan publik.

d. *Public Interest*

Alasan mendasar dari suatu kegiatan humas adalah untuk memenuhi kepentingan publik, tidak semata-mata untuk membantu organisasi meningkatkan keuntungan sebesar-besarnya. Secara ideal kegiatan humas

harus dapat menyeimbangkan antara keuntungan perusahaan dan keuntungan publik.

e. *Two Way Communication*

Dalam banyak definisi, humas hanya diartikan sebagai kegiatan komunikasi dalam bentuk penyebaran informasi. Pada dasarnya, kegiatan humas harus dikembalikan kepada makna kata komunikasi yang sesungguhnya, yaitu *sharing* informasi (pertukaran informasi).

f. *Management Function*

*Public Relations* paling efektif jika ia menjadi bagian dari proses humas pengambilan keputusan dalam sebuah manajemen organisasi. Humas meliputi kegiatan konseling, pada pihak-pihak lain. Jadi humas tidak hanya menyebarkan *release* atau hanya sekedar mengurus protokoler perusahaan atau bahkan hanya sekedar penerima tamu. (I Gusti Ngurah Putra 1999:4)

Dari berbagai pendapat yang telah diutarakan oleh para praktisi bumas mengenai definisi humas tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa humas adalah bagian dari perusahaan yang melaksanakan fungsi manajemen yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi; melaksanakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publiknya serta melakukan program humas kerja kegiatan untuk kepentingan perusahaan dan kepentingan publik sehingga tercapai pengertian dan keuntungan antara kedua belah pihak.

Humas merupakan falsafah sosial manajemen yang diterapkan pada kebijaksanaan dan pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka atas berbagai peristiwa berdasarkan komunikasi dua arah atau timbal balik dengan publiknya, untuk menumbuhkan saling pengertian dan itikad baik. Untuk menerapkan falsafah humas yakni “mengangkat martabat manusia” bisa dimulai dengan S-3, “Semangat Suka Senyum”. Adapun empat Unsur Falsafah dari Definisi *Public Relations* adalah sebagai berikut :

- a. Humas merupakan falsafah manajemen yang bersifat sosial
- b. Humas merupakan perwujudan falsafah tersebut pada tataran kebijaksanaan
- c. Humas merupakan komunikasi dua arah yang menunjang keberhasilan kebijakan itu dengan menjelaskan, menginformasikan, mempertahankan atau mempromosikannya kepada publik, sehingga tercipta saling pengertian dan itikad baik.
- d. Humas merupakan suatu cara pendekatan untuk menciptakan opini publik.

Scdangkan empat unsur falsafah *Public Relations* yang berpengaruh di bidang teori dan praktik adalah sebagai berikut :

- a. Humas sebagai upaya mempengaruhi kemauan individu, golongan atau masyarakat yang menjadi sasaran, dengan maksud mengubah pikiran, pendapat publik, bisa oleh pemerintah secara umum.
- b. Humas ditujukan untuk mendorong atau memajukan usaha-usaha di bidang ekonomi. Falsafah ini dipakai oleh badan usaha ekonomi yang meneari keuntungan.

- c. Humas dengan menggunakan pengetahuan yang luas dan bijaksana bisa dipergunakan dalam pencapaian tujuan.
- d. Misi humas yang perlu disampaikan pada masyarakat (yang dimaksud misi disini adalah arah tujuan dari fungsinya) diintegrasikan dengan kebutuhan publik. (Rumanti 2002 :21-22)

Dalam suatu perusahaan humas pasti memiliki tugas dan fungsi tersendiri. Secara teori terdapat lima pokok tugas humas sehari-hari yaitu :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggungjawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (*visual*) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan atau pendapat umum atau masyarakat.
- c. Memperbaiki citra organisasi. Citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan sebagainya. Tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dapat dipercayai, memiliki kekuatan, selalu melakukan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi.
- d. Tanggung jawab sosial. Suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab “pintu terbuka”.
- e. Komunikasi. Pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Yang juga perlu untuk dimiliki adalah

pengetahuan manajemen, kepemimpinan dan struktur organisasi.  
(Rumanti 2002:36-39)

Fungsi humas adalah memelihara, mengembangkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi permasalahan yang muncul atau meminimalkan munculnya masalah. Humas bersama-sama mencari dan menemukan kepentingan organisasi yang mendasar dan menginformasikan kepada semua pihak yang terkait dalam menciptakan adanya saling pengertian yang didasarkan pada kenyataan, kebenaran dan pengetahuan yang jelas dan lengkap dan perlu diinformasikan secara jujur, jelas dan obyektif. (Rumanti 2002 :32)

Ada pendapat lain mengenai fungsi dari humas, dalam buku karangan I Gusti Ngurah Putra (1999:8-12) disebutkan fungsi humas sebagai fungsi manajemen dan fungsi komunikasi. Humas oleh Cutlip dan Center disebut sebagai sebuah *'operating concept of administration'* dan humas sebagai *'specialized staff function serving administrator'*. Kinerja yang bertanggung jawab biasanya dicirikan dengan antara lain perusahaan bertindak sesuai dengan kepentingan publik, perusahaan harus benar secara hukum dan perusahaan harus berpedoman pada moralitas. Menurut Baskin dan Aronof (1992), praktisi humas dalam konteks 'humas sebagai fungsi manajemen' harus membantu organisasi dalam membangun filosofi-filosofinya, mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan perusahaan, beradaptasi dengan lingkungan dan bisa sukses dalam berkompetisi merebut sumber-sumber bagi kelangsungan hidup organisasi. Dalam konsep humas sebagai

fungsi komunikasi penting dipahami bahwa kegiatan utama humas adalah melakukan komunikasi. Maka dikatakan bahwa humas sebagai staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya. Setiap manajer dalam organisasi terlibat dan bertanggung jawab dalam komunikasi organisasi.

Jadi, dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa selain melaksanakan fungsi komunikasi yaitu, melakukan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publiknya atau komunikasi timbal balik, membina hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya, membuat program kegiatan perusahaan, mengatasi masalah yang muncul dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publik; praktisi humas juga melaksanakan fungsi manajemen yaitu *planning, organising, staffing, leading dan controlling*.

Humas memiliki tugas antara lain, memperbaiki citra organisasi, komunikasi, menyelenggarakan dan bertanggungjawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (*visual*) kepada publik; memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan atau pendapat umum atau masyarakat.

### **2.1.2 Strategi Humas**

Dalam melaksanakan fungsi dan tugas humas, terdapat strategi dalam membangun reputasi untuk meraih dukungan publik sangat penting karena peranan humas sebagai medium antara sebuah badan/perusahaan dengan publik di lingkungannya. Dalam hal ini, ada empat tahap dalam

strategi hubungan masyarakat yaitu (a) Mengetahui atau identifikasi permasalahan; (b) Perencanaan; (c) Mengambil tindakan dan komunikasi; dan (d) Evaluasi program. (Kotler, Roberto & Lee, 2002)

a. Mengetahui permasalahan

Tahap ini pada dasarnya menimbulkan pertanyaan, "apakah yang terjadi sekarang?" Ini maksudnya humas perlu menganalisis situasi yang ada hubungan di antara badan/perusahaan dan publik. Adalah tidak memadai dengan hanya mengetahui situasi, tetapi perlu dipastikan apakah yang menjadi puncak permasalahan, golongan publik yang terlibat, dan kebijakan atau aktivitas badan/perusahaan yang berkaitan. Informasi ini bisa diperoleh melalui penelitian atau sumber tidak formal seperti hubungan dengan pemimpin masyarakat, serikat pekerja, pemimpin politik, ataupun analisis isi media.

b. Perencanaan

Setelah informasi tentang apa yang "sedang terjadi sekarang?" dikumpulkan, maka humas akan dapat gambaran yang jelas apakah permasalahan yang sedang terjadi. humas perlu berusaha mengatasi permasalahan tersebut dengan merencanakan beberapa strategi humas untuk memastikan hubungan dan kecephahaman di antara publik dan badan/perusahaan terus berada dalam keadaan harmonis. Strategi itu adalah dalam bentuk jangka panjang dan jangka pendek.

Dalam usaha perencanaan ini mestilah ditentukan apakah objektif atau tujuan yang ingin disampaikan, karena tanpa objektif yang nyata maka tujuan yang perencanaan tidak akan tereapai. Humas juga perlu memikirkan

alternatif-alternatif yang bisa memberikan dampak yang maksimal. Selain daripada itu, setiap perencanaan strategi akan melibatkan biaya dan juga dukungan daripada semua pihak dalam badan/perusahaan. Dalam usaha penyebaran informasi perlu juga ditentukan teknik penyebaran seperti media manakah yang sesuai untuk sampai kepada publik yang tertentu.

Setelah dibuat perencanaan maka perlu dibuat keputusan atau perlu perencanaan itu dilaksanakan secara menyeluruh tanpa ada perubahan atau perlu diubah beberapa bagian ataupun menolak sepenuhnya dan merencanakan satu strategi yang baru.

#### e. Mengambil tindakan dan berkomunikasi

Dalam usaha mengambil tindakan, Humas perlu mengetahui setiap kategori publiknya. Ini disebabkan dalam menjalankan tindakan strategi hubungan masyarakat, sesuatu kategori publik mungkin mempunyai pendapat yang tersendiri. Dengan itu, strategi tindakan terhadap sesuatu publik perlu mempunyai strategi informasi dan medianya yang tersendiri. Tentang saluran, jenis informasi dan kemungkinan terjadinya halangan atau kendala komunikasi yang mungkin untuk penyebaran informasi perlulah ditinjau dari teori-teori komunikasi yang berkenaan, agar dapat ditentukan apakah metode yang sesuai untuk digunakan.

#### d. Evaluasi program

Untuk menentukan sejauh mana dampak sesuatu objektif strategi hubungan masyarakat itu perlu dibentuk satu ukuran yang sesuai. Evaluasi itu bisa dibuat berdasarkan tujuan akhir yaitu adakah pendapat publik telah berubah seperti yang diharapkan oleh organisasi. Antaranya ialah siapakah



yang telah menukar pendapat, siapakah yang telah berubah sikap, adalah masalah yang telah diketahui untuk diselesaikan atau apakah pendapat publik tentang informasi yang mereka terima dari badan/perusahaan.

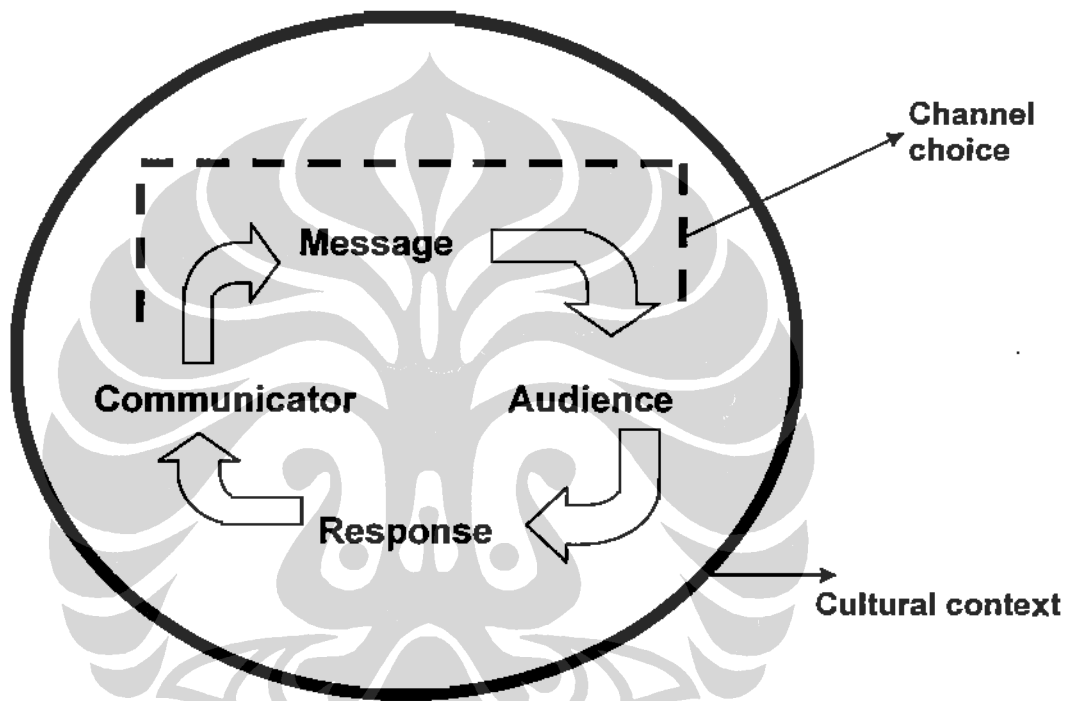
Biasanya, humas haruslah membuat penilaian atau evaluasi pada beberapa tahap, yaitu tahap pelaksanaan agar dapat diganti strategi yang kurang rapi atau tidak tercapai dan tahap akhir untuk meninjau dampak secara keseluruhannya.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa humas dapat memainkan peranan dalam membawa perubahan kepada lingkungan dan juga kepada organisasi hasil dari *input* lingkungan. Pendekatan ini disebut pendekatan sistem terbuka (*Open System Model of Public Relation*) yang mana badan/perusahaan dan lingkungan saling mempunyai peranan yang sama. Di samping itu, hubungan antara badan/perusahaan dan publik dijaga. Jika sekiranya hubungan perlu diubah, perubahan adalah atas dasar disetujui bersama dan saling mempengaruhi antara satu sama lain. Dasar penyesuaian yang berlandaskan timbal balik output-umpan balik adalah sesuai demi memperkokohkan kepercayaan publik kepada humas. Humas mempunyai peluang bertindak sebagai pemberi masukan dalam membuat keputusan terutama ketika krisis terjadi.

Pembuatan strategi komunikasi merupakan proses yang mempunyai sifat sirkular dan bukan linear yang mempunyai awal dan akhir. Melainkan suatu proses yang terus berkesinambungan untuk pembentukan strategi komunikasi yang lebih efektif dan lebih tepat sasaran dengan publik dari perusahaannya.

Seperti yang diterapkan pada strategi komunikasi model Munter yang digambarkan pada bagan berikut ini

**Gambar 1 - Model Strategi Komunikasi Munster**



Sumber: Mary Munter, *Guide to Managerial Communications*, 4th Ed. (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1997)

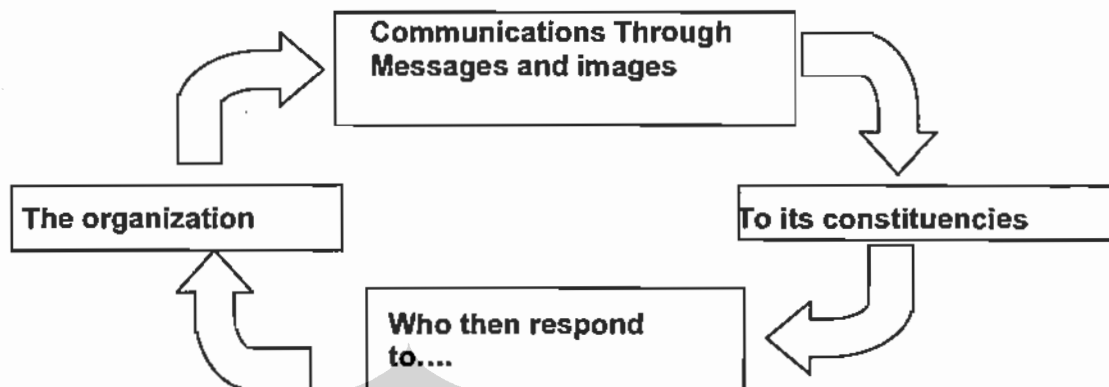
Mary Munter menambahkan elemen yang lebih lengkap di dalam model startegi komunikasinya. Dimana terdapat *communicator* sebagai penyampai pesan, dimana di dalam studi kasus ini merupakan peran dari humas PT Mobile-8 Telecom Tbk. Kemudian *message* sebagai pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan yang akan disampaikan kepada *audience*

yang merupakan penerima pesan tersebut. Selain itu humas dari perusahaan juga harus mendapatkan respon dari penerima pesan untuk mendapatkan *feedback* atau masukan apakah informasi yang disampaikan telah diterima dengan baik dan hal apa saja yang harus diperbaiki.

Di dalam model Munter ini juga terdapat *channel choice* yang artinya humas dari perusahaan harus menentukan kanal komunikasi yang paling tepat untuk menyampaikan informasi kepada audiencenya karena hal ini juga ikut menentukan penerimaan pesan yang tepat dari pihak penerima pesan. Di dalam model Munter juga seorang humas harus memperhatikan konteks budaya yang berlaku di dalam lingkunga perusahaan dan industri dimana perusahaan tersebut berada ataupun konteks budaya yang berlaku dimana perusahaan tersebut berada.

Strategi komunikasi sebagai suatu model yang sirkular juga dinyatakan oleh Aristotle di dalam model strategi komunikasinya di bawah ini

## Gambar 2 - Strategi Komunikasi Aristotle



Sumber: Annete N. Shelby, "The Theoretical Bases of Persuasion: A Critical Introduction," *The Journal of Business Communications* 23, no.1 (Winter 1986), pp 5-29

Di dalam model ini Aristotle menerangkan bahwa komponen pertama di dalam strategi *corporate communications* adalah *organization* dan kemudian komponen berikutnya adalah *constituencies* dari organisasi dan komponen yang ketiga dan penting adalah *messages and images* atau pesan dan gambar yang ingin disampaikan oleh organisasi kepada publiknya.

Bila kita melihat dari Gambar 2 diatas maka kita melihat suatu proses yang tidak putus dan saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Dan menurut seorang ahli komunikasi Annete Shelby menjelaskan bahwa hubunga yang unik dari keempat komponen yang terdapat di dalam model ini akan menentukan apakah pesan yang ingin disampaikan oleh suatu organisasi efektif atau tidak.

Selain itu juga model strategi komunikasi juga selalu digambarkan berbentuk sirkular bukan linear. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembentukan strategi komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berhenti, bukan sekedar sistem yang mempunyai awal dan akhir.

Humas memainkan peranan yang penting dalam badan/ perusahaan bersama publik. Jadi dalam pemaparan di atas humas dengan keahlian dan kemampuan yang ada, di samping pengalaman, dapat mengamalkan hubungan komunikasi dua arah. Humas mempunyai kemampuan dalam membentuk komunikasi dua arah. Jadi, dapat mempengaruhi bukan saja organisasi tetapi publik. Humas ikut memainkan peranan sebagai konselor dan menejer.

Jadi, manajemen konflik dan pembentukan hubungan dengan publik yang strategik adalah penting. Pengetahuan dalam menjalankan penelitian adalah penting dipelajari oleh humas supaya mereka dapat memperdiksi apa yang terjadi di masa depan badan/perusahaan, lingkungan dan publik. Ini adalah penting dengan peranan utama komunikasi dalam sistem sosial sesuatu badan/perusahaan. Jadi Humas mestilah sensitif terhadap lingkungan karena kebijakan, prosedur dan tindakan badan/perusahaan saling bergantung kepada antara satu sama lain.

### 2.1.3. Reputasi Perusahaan

Pengertian mengenai konsep reputasi organisasi telah menjadi kajian yang sangat substansial guna memperoleh klarifikasi atas makna reputasi itu sendiri. Beberapa penjelasan sebagaimana dikemukakan:

*"why OR is slightly elusive are that reputation is a "fragile resource" (Hall, 1993, p. 616), which changes over time (Ching, Holsapple and Whinston, 1992, p. 291), yet it enjoys relative stability (Barney, 1997, p. 226), reflects cumulative investments (Fombrun and Shanley, 1990, p. 254), and exists as a concept distinct from other organizational behavior constructs (Jones, 1996, p. 286)."*

Kesulitan dalam menemukan pengertian yang tegas mengenai konsep reputasi organisasi tak dapat dilepaskan dari aspek reputasi itu sendiri. Aspek yang bersifat multi dikemukakan oleh Fombrun (1996, p. 72), yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan terdiri dari empat karakteristik yang saling berhubungan yaitu *credibility, reliability, responsibility, and trustworthiness*. Sedangkan Petrick, Scherer, Brodzinski, Quinn, dan Ainina (1999, p. 63) memperluas pandangan ini, dengan pendapat bahwa *"claiming that reputational capital is the initial part of social capital that solidifies credibility, reliability, responsibility, trustworthiness, and accountability."*

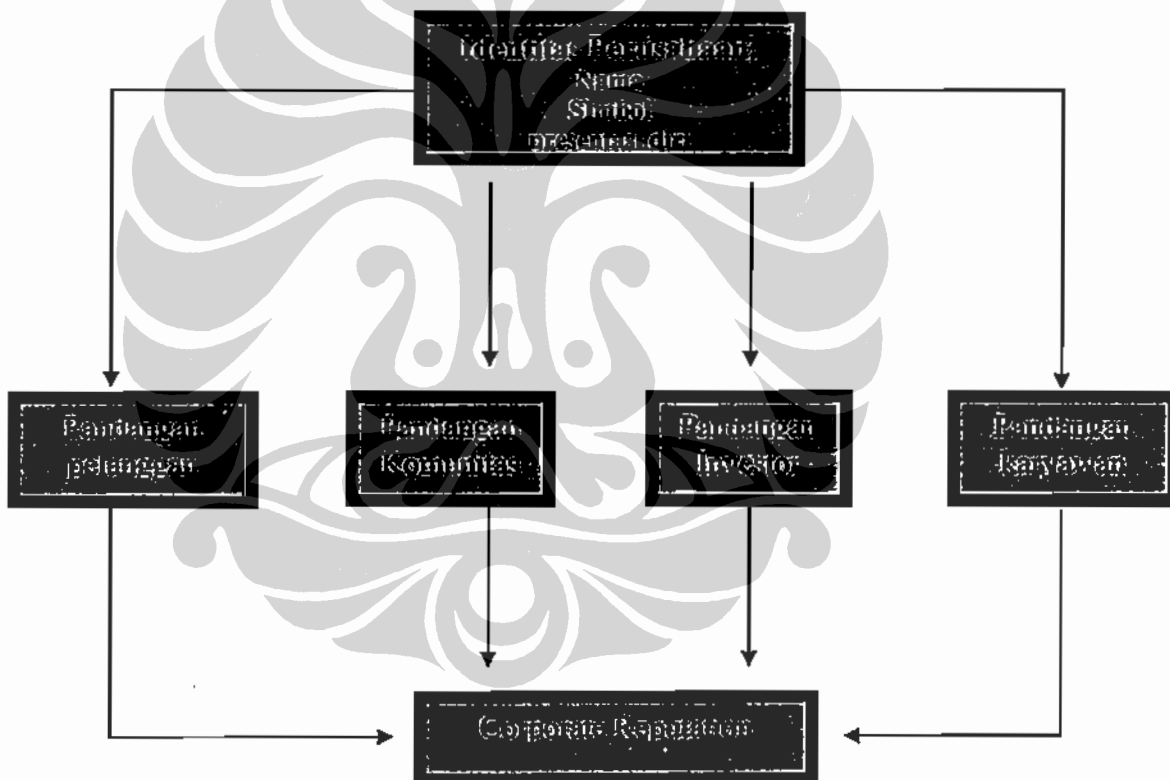
Bertitik tolak dari keragaman atas konsepsi reputasi yang bersifat multi aspek, maka menurut Abraham Carmeli terdapat 2 (dua) tipe pendekatan sebagaimana dikemukakannya:

*"In general, we may find two types of approaches, some with a more comprehensive view as against others with a narrower view of the concept of reputation. The following is an outline of the more comprehensive view. Olins (1990) refers to reputation as an organizational identity, how the organization members behave to each other and to non-members.*

*The narrower view is grounded in the claim that past financial performance yields the core nature of the reputation construct. McGuire, Sundgren, and Schneeweiss (1988) showed that accounting-based measures, in particular return on assets (ROA), proved to be the significant predictor of a firm's reputation for social responsibility. (Jones, 1996)." ([http://www.pamij.com/6\\_4/6\\_4\\_1\\_carmeli.html](http://www.pamij.com/6_4/6_4_1_carmeli.html))*

Menurut Charles J. Fombrun, penulis buku *Reputation : Realizing Value From The Corporate Image* (1996). Ada 2 hal penting yang perlu dilewati untuk mencapai reputasi organisasi ; ke-2 hal tersebut adalah : Identitas organisasi dan citra organisasi baru menuju ke reputasi organisasi, sebagaimana terdapat dalam gambar di bawah ini:

**Gambar 3 - Identitas, Image dan Reputasi: dari visi menuju ke realitas**



(Sumber: Charles J. Fombrun, *Realizing Value From The Corporate Image*, 1996)

Berdasarkan bagan di atas, maka identitas perusahaan mempunyai pengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Identitas perusahaan yang dapat diaktualisasikan dengan nama, symbol dan presentasi diri perusahaan akan melahirkan pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang bersangkutan. Pandangan masyarakat di sini berasal dari masyarakat pelanggan, kelompok masyarakat atau komunitas yang berhubungan dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, pandangan investor perusahaan, dan pandangan karyawan perusahaan itu sendiri.

Berbagai pandangan masyarakat tersebut akan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Dengan demikian, terdapat tiga hal penting yang memberikan kontribusi dalam pembentukan reputasi perusahaan yaitu:

- a. Identitas perusahaan
- b. Keseluruhan citra yang terbentuk di masyarakat
- c. Usaha untuk menyesuaikan identitas perusahaan dan citra yang terbentuk di dalam publik perusahaan

Reputasi diawali dari identitas organisasi sebagai starting point atau titik pertama yang tercermin dalam nama perusahaan (logo) ataupun penampilan fisik atau visual dalam berbagai bentuk (interior, seragam karyawan, alat transportasi, lingkungan). Dapat pula materi komunikasi, brosur, leaflet, iklan, laporan tahunan, pemberitaan media, majalah griya, newsletter, materi presentasi, audio-visual dan lainnya.



Identitas organisasi bukan hanya berbentuk fisik atau verbal, tetapi juga hal-hal yang bersifat non fisik seperti sejarah perusahaan, nilai-nilai, dan filosofi. Juga dalam berhubungan dengan masyarakat, pengalaman pelanggan dan masyarakat dalam hubungan personal dengan pimpinan dan karyawan perusahaan. Di sini juga menyangkut pelayanan, gaya kerja dan komunikasi baik internal maupun interaksi dengan pihak luar.

Identitas organisasi tersebut menimbulkan atau memberikan kesan pada masyarakat atau memancarkan citra kepada public terkait (*stakeholders*), citra di mata konsumen, masyarakat sekitar, dan karyawan sendiri. Kesan-kesan yang timbul itulah yang dinamakan citra organisasi sehingga terciptalah citra organisasi.

Kumpulan citra di benak khalayak atau publik terkait itulah yang membentuk reputasi organisasi. Reputasi mencerminkan persepsi publik terkait mengenai tindakan-tindakan organisasi yang telah berlalu dan prospek organisasi di masa datang, tentunya dibandingkan dengan organisasi sejenis atau pesaing.

Dari reputasi yang terbentuk menurut Fombrun, ada 4 sisi reputasi organisasi yang perlu ditangani secara cermat, yaitu :

1. Citra Kredibilitas (*Credibility*)

Merupakan citra yang ditujukan kepada investor (yayasan) di mana *credibility* atau kredibilitas ini mempunyai 3 karakteristik yaitu, memperlihatkan profitabilitas, dapat mempertahankan stabilitas dan adanya prospek pertumbuhan yang baik.

2. Terpercaya (*Trustworthiness*)

Citra ini di mata karyawan, di mana organisasi mendapat kepercayaan dari karyawan (karyawan percaya pada organisasi), organisasi dapat memberdayakan karyawan dengan optimal dan organisasi dapat menimbulkan rasa memiliki dan kebanggaan bagi karyawan.

### 3. Keterandalan (*Reliability*)

Citra ini dibangun untuk konsumen, melalui selalu menjaga mutu produk atau jasa, menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima konsumen.

### 4. Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*)

Citra untuk masyarakat sekitar, seberapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat dan jadilah perusahaan yang ramah lingkungan.

Secara umum, ada empat indikator dasar yang dapat dijadikan modal dalam menggali komponen pengarah yang menentukan seberapa kuat reputasi suatu perusahaan:

1. Daya saing perusahaan dalam menjual produk dengan harga premium pada kurun waktu yang tidak sebentar.
2. Kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan staf kunci yang berkualitas.
3. Konsistensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan *words of mouth* berupa rekomendasi positif baik dari sisi pasokan maupun pemasaran.

Keempat,

4. Keberpihakan publik ketika terjadi masalah, tidak saja dalam kemampuan perusahaan untuk berkelit dari media ataupun kritikan publik.

Jika komponen pengaruh sudah didapatkan, maka instrumen bagi penelitian dapat disusun. Sekali jalan, alangkah lebih baiknya jika instrumen ini tidak hanya diarahkan untuk mengukur reputasi perusahaan itu sendiri, tetapi juga *outward looking* terhadap kompetitor dan industri terkait. Instrumen yang akan digunakan untuk mengetahui dan mengukur reputasi dari Mobile-8 adalah dengan melakukan *In Depth Interview* dengan beberapa *key informan* yang merupakan stake holder dari Mobile-8. Data yang diperoleh dari *In Depth Interview* ini selanjutnya diolah dan dianalisis lebih lanjut untuk menjawab keperluan penelitian.

Hasil penelitian tidak akan berarti apa-apa jika tidak ditindaklanjuti dengan baik. Penelitian, walau bagaimanapun hanyalah satu tonggak dalam pengelolaan reputasi. Oleh sebab itu, dari hasil penelitian tersebut harus ditindaklanjuti dengan penyusunan reputational plan yang benar-benar *actionable*. Reputational plan yang harus memuat skala prioritas untuk membidik khalayak yang secara kritis telah disigi mempunyai dampak yang tinggi (*high impact*). Skala prioritas yang didukung oleh komunikasi yang aktif dan terencana dengan baik. Mengkomunikasikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya komunitas yang dituju. Pesan yang dikemas secara memikat, baik sebagai pesan verbal, icon, maupun program yang didukung oleh *outreach* melalui media secara efektif.

Dalam pembentukan persepsi yang positif, elemen yang tidak kalah penting adalah elemen manusia, yaitu anggota dari perusahaan yang menjalankan perusahaan dan menjual produk dari perusahaan tersebut. Elemen ini dapat memberikan efek yang besar bagi publik untuk menilai suatu perusahaan. Contoh yang paling sederhana adalah presentasi

#### 2.1.4. Pengukuran Reputasi

Berkenaan dengan pengukuran reputasi perusahaan, pihak yang pertama kali melakukan penilaian atas reputasi perusahaan adalah majalah Fortune (dikenal dengan istilah the Fortune Reputation Survey / FRS), di mana pada tahun 1983 majalah ini menerbitkan ranking nama perusahaan yang mempunyai reputasi baik.

Sejak itu penelitian mengenai reputasi perusahaan dilakukan oleh para peneliti yang dimulai dengan menggunakan penilaian didasarkan pada hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan dari beberapa perusahaan besar.

Fombrun and Shanley (1990), Brown and Perry (1994), Fryxell and Wang (1994) mempunyai perhatian serius terhadap validitas pertanyaan sehubungan dengan penelitian mengenai reputasi perusahaan yang dilakukan oleh majalah Fortune. (*Evaluating corporate performance: a comparison of the Fortune Reputation Survey and the Socrates Database*, Figlewicz, Raymond E, Journal of Managerial Issues 22 Juni 1999)

Ranking reputasi perusahaan yang dilakukan oleh majalah fortune, didasarkan pada 8 faktor, yaitu: (1) quality of management, (2) quality of

products or services, (3) innovativeness, (4) value as a long-term investment, (5) financial soundness, (6) ability to attract, develop, and keep talented people, (7) community and environmental responsibility, and (8) use of corporate assets.

Fombrun and Shanley (1990) menyatakan bahwa reputasi yang baik sangat penting bagi suatu organisasi, dikarenakan: "it may enable it to charge premium prices for its products, enter in favorable financial arrangements with banks, attract graduates from top universities, get in touch with customers easily, and so on, such that good reputation constitutes a valuable asset to the organization."

Fombrun and Van Riel (2000, 2004) menyebut ada 6 (enam) kecenderungan lingkungan yang menyebabkan reputasi menjadi sangat signifikan dalam pangsa pasar. Keenam faktor yang menyebabkan hal itu adalah: " 1) Globalization; 2) Information availability; 3) Product Commoditization; 4) Media Mania; 5) Ad Saturation; 6) Stakeholder Activism."

Di Indonesia, pengukuran atas reputasi suatu perusahaan, menurut A.B. Susanto, (Managing Partner The Jakarta Consulting Group, Harian Bisnis Indonesia Akhir April 2005):

"Belakangan ini makin banyak perusahaan di Indonesia bergiat dalam mengelola reputasinya. Tidak bisa dipungkiri, apa yang terjadi dengan Enron, Arthur Andersen, Merrill Lynch, General Electric dan WorldCom menjadi pemicu yang mendatangkan hikmah akan pentingnya mengelola reputasi perusahaan."

Ada kecenderungan bahwa perusahaan melihat reputasi perusahaan lebih berdasarkan persepsi internal. Akibatnya, perusahaan terjebak dalam perspektif yang menyesatkan. Lantas, apa yang harus dilakukan untuk dapat mengelola reputasi dengan baik dan benar? Dalam hal ini ada adagium yang menyatakan bahwa "You can't manage what you can't measure". Dengan demikian, untuk dapat mengelola reputasi secara baik diperlukan pengukuran reputasi. Proses ini jika dilakukan secara baik akan dapat menunjukkan bagaimana reputasi perusahaan jika dibandingkan dengan reputasi pesaing. Selain itu pengukuran reputasi perusahaan juga dapat menunjukkan sektor dan stakeholder mana saja yang perlu diprioritaskan untuk dibenahi. Secara umum hasil pengukuran ini juga berfungsi sebagai road map bagi proses pengelolaan reputasi itu sendiri.

Mengukur reputasi secara ideal tidaklah mudah dan diperlukan keahlian khusus, dengan demikian terdapat beberapa perusahaan melakukan pengukuran reputasi dengan pendekatan yang lebih sederhana. Misalnya dengan melihat media coverage untuk kemudian menerjemahkan isinya ke dalam reputation score cards. Memang opsi ini lebih baik daripada tidak ada action evaluasi sama sekali, walaupun opsi ini bukannya tanpa kelemahan. Kalau diperhatikan secara lebih seksama akan tampak betapa pendekatan ini lebih fokus kepada merekam outcome dari aktivitas humas di media, sedangkan pengaruhnya terhadap khalayak sasaran luput dari pengukuran. Apalagi jika dikaitkan dengan peran aktual bagian humas yang di lapangan tidak jarang hanya berperan sebagai penyampai, sekedar gula-gula,

pemadam kebakaran, atau justru kambing hitam, bukan sebagai pengambil keputusan.

Mengukur reputasi tidaklah cukup sebatas menghitung kesenjangan antara apa yang disampaikan dan yang dipersepsi media telah dilakukan oleh perusahaan. Proses pengukuran reputasi seharusnya dimulai dari: pertama, penentuan stakeholder kunci dari perusahaan. Stakeholder di sini bisa mencakup karyawan, pelanggan, calon pelanggan potensial, pemasok, pemegang saham, LSM, media massa, analis, DPR, ataupun pemerintah. Siapa saja stakeholder kuncinya ditentukan oleh tipe, jangkauan (lokal, nasional, regional, global), dan situasi (menjelang IPO, krisis) yang sedang dihadapi perusahaan. Masing-masing stakeholder disadari memiliki derajat kepentingan dan kebutuhan yang berbeda-beda.

Proses kedua adalah menentukan komponen pengarah (*driver*), entah itu berupa atribut, kualitas, perasaan, citra atau apa saja. Dalam tahap ini seringkali penelitian kualitatif berperan penting dalam menggali komponen apa saja yang menjadi pengarah.

Secara umum, ada empat indikator dasar yang dapat dijadikan modal dalam menggali komponen pengarah yang menentukan seberapa kuat reputasi suatu perusahaan. Pertama, daya saing perusahaan dalam menjual produknya dengan harga premium pada kurun waktu yang tidak sebentar. Kedua, kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan staf kunci yang berkualitas. Ketiga, konsistensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan *words of mouth* berupa rekomendasi positif baik dari sisi pasokan maupun pemasaran. Keempat, keberpihakan publik ketika terjadi masalah,

tidak saja dalam kemampuan perusahaan untuk berkelit dari media ataupun kritikan publik.

Apabila komponen untuk pengukuran reputasi telah ditetapkan maka maka instrumen bagi penelitian kualitatif dapat disusun serta dapat ditentukan nara sumber yang tepat untuk pengukuran reputasi ini. Instrumen ini tidak hanya diarahkan untuk mengukur reputasi perusahaan itu sendiri, tetapi juga outward looking baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi perusahaan di tengah-tengah kompetisi yang sangat kuat serta industri terkait.

Hasil penelitian tidak akan berarti apa-apa jika tidak ditindaklanjuti dengan baik karena penelitian hanya salah satu bagian dari pengelolaan reputasi. Oleh sebab itu, dari hasil penelitian tersebut harus ditindaklanjuti dengan penyusunan reputational plan yang benar-benar actionable. Reputational plan harus memuat skala prioritas untuk membidik khalayak yang secara kritis telah diteliti mempunyai dampak yang tinggi (high impact). Skala prioritas yang didukung oleh komunikasi yang proaktif dan terencana dengan baik. Mengkomunikasikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya komunitas yang disasar. Pesan yang dikemas secara memikat, baik sebagai pesan verbal, icon, maupun program yang didukung oleh outreach melalui media secara efektif.

Dengan demikian, reputasi yang kuat dibangun dari tindakan operasional sehari-hari yang konsisten dengan tata nilai perusahaan, tidak cukup satu kegiatan saja. Dalam pelaksanaannya, reputasi menjadi tanggung



jawab bersama karena tidak cukup hanya dibebankan pada bagian humas atau pimpinan perusahaan semata.

Untuk mengetahui kekuatan reputasi perusahaan, maka yang dapat dilakukan adalah mengukur melalui penelitian pasar yang terdiri atas dua tahapan utama.

Pertama, menilai seberapa besar pengaruh setiap faktor baik internal maupun eksternal terhadap reputasi perusahaan. Di sini, tiap industri mempunyai karakteristiknya masing-masing. Untuk industri yang kompetitif, atribut eksternal seperti pesaing penting untuk memetakan reputasi perusahaan jika dibandingkan dengan reputasi para pesaing.

Kedua, mengukur performa dari tiap faktor yang berpengaruh besar terhadap reputasi. Pengukuran ini dapat menunjukkan sektor mana saja yang perlu diprioritaskan dan secara umum berlaku sebagai road map bagi perjalanan proses pengelolaan reputasi dari suatu perusahaan atau organisasi itu sendiri. Kecantikan dapat dibangun dan dipelihara, demikian pula halnya dengan reputasi. Reputasi tidak lepas dari harapan khalayaknya, baik yang rasional maupun emosional.

Pengelolaan reputasi, apalagi bagi perusahaan yang baru saja mengalami krisis, membutuhkan perubahan yang fundamental dalam satu proses yang terintegrasi. Reputasi yang kuat dibangun dari tindakan operasional sehari-hari yang konsisten dengan tata nilai perusahaan, tidak cukup satu kegiatan saja. Diperlukan segmentasi dan penentuan skala prioritas untuk mendapat perhatian khalayak yang secara kritis mempunyai dampak yang tinggi (high impact), misalnya pengaruh yang dapat mengubah

opini. Untuk menjembatani perusahaan dengan khalayaknya baik dalam masa krisis maupun masa 'damai' tentu saja dibutuhkan komunikasi yang proaktif dan terencana dengan baik. Memberikan nilai tambah yang disertai dengan efek kejut, layanan yang prima, dan hubungan baik yang selalu terjaga dapat berasosiasi pada "preferred choice" di antara khalayak. Hubungan yang baik tercipta melalui transparansi dan konsistensi yang membentuk kredibilitas, menimbulkan kepercayaan dan respek khalayak. Selain itu juga ditunjang oleh tanggung jawab yang dijunjung tinggi serta komunikasi yang tepat, elemen-elemen ini akan sangat bernilai bagi terbentuknya reputasi yang baik. (A.B. Susanto, Harian Bisnis Indonesia, 3 Juli 2005)

#### 2.1.5. Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah kemampuan kerja yang ditunjukkan dengan hasil kerja. Hawkins (The Oxford Paperback Dictionary, 1979) mengemukakan pengertian kinerja sebagai berikut: "*Performance is: (1) the process or manner of performing, (2) a notable action or achievement, (3) the performing of a play or other entertainment*". Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Kata penilaian sering diartikan dengan kata *assessment*. Sedangkan kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Dengan demikian penilaian kinerja perusahaan (*Companies performance assessment*) mengandung makna suatu proses atau sistem penilaian mengenai pelaksanaan kemampuan kerja suatu perusahaan (organisasi) berdasarkan standar tertentu (Kaplan dan Norton, 1996; Lingle dan Schiemann, 1996; Brandon & Drtina, 1997).

Tujuan penilaian kinerja adalah untuk memotivasi personel meneapai sasaran organisasi dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan oleh organisasi. Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam rencana strategik, program dan anggaran organisasi. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakan perilaku yang semestinya diinginkan, melalui umpan balik hasil kinerja pada waktunya serta penghargaan, baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik.

Ada berbagai metode penilaian kinerja yang digunakan selama ini, sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mencari laba, maka hampir semua perusahaan mengukur kinerjanya dengan ukuran keuangan. Disini pihak manajemen perusahaan cenderung hanya ingin memuaskan *shareholders*, dan kurang memperhatikan ukuran kinerja yang lebih luas yaitu

kepentingan *stakeholders*. Atkinson, et. Al. (1995) menyatakan pengukuran kinerja sebagai berikut:

*“Performance measurement is perhaps the most important, most misunderstood, and most difficult task in management accounting. An effective system of performance measurement contains critical performance indicator (performance measures) that (1) consider each activity and the organization it self from the customer’s perspective, (2) evaluate each activity using customer –validated measure of performance, (3) consider all facets of activity performance that affect customers and, therefore, are comprehensive, and (4) provide feed-back to help organization members identify problems and opportunities for improvement”.*

Pernyataan di atas mengandung makna bahwa penilaian kinerja sangat penting, kemungkinan memiliki salah pengertian, dan merupakan tugas yang paling sulit dalam akuntansi manajemen. Sistem penilaian kinerja yang efektif sebaiknya mengandung indikator kinerja, yaitu: (1) memperhatikan setiap aktivitas organisasi dan menekankan pada perspektif pelanggan, (2) menilai setiap aktivitas dengan menggunakan alat ukur kinerja yang mengesahkan pelanggan, (3) memperhatikan semua aspek aktivitas kinerja secara komprehensif yang mempengaruhi pelanggan, dan (4) menyediakan informasi berupa umpan balik untuk membantu anggota organisasi mengenali permasalahan dan peluang untuk melakukan perbaikan. Lebih jauh Atkinson, Banker, Kaplan dan Young (1995) mengatakan bahwa *the role of performance assessment in helping organization members to manage the value chain.*

Merujuk pada konsep tersebut, maka penilaian kinerja mengandung tugas-tugas untuk mengukur berbagai aktivitas tingkat organisasi sehingga menghasilkan informasi umpan balik untuk melakukan perbaikan organisasi. Perbaikan organisasi mengandung makna perbaikan manajemen organisasi yang meliputi: (a) perbaikan perencanaan, (b) perbaikan proses, dan (c) perbaikan evaluasi. Hasil evaluasi selanjutnya merupakan informasi untuk perbaikan “perencanaan-proses-evaluasi” selanjutnya. Proses “perencanaan-proses-evaluasi” harus dilakukan secara terus-menerus (*continuous process improvement*) agar faktor strategik (keunggulan bersaing) dapat tereapai.

Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan *customer*, produktivitas humas dan *cost effectiveness* proses humas bisnis/intern serta produktivitas humas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan masa yang akan datang.

Ukuran keuangan menunjukkan akibat dari berbagai tindakan yang terjadi di luar non keuangan. Peningkatan *financial returns* yang ditunjukkan dengan ukuran ROE merupakan akibat dari berbagai kinerja operasional seperti: (1) meningkatnya kepercayaan *customer* terhadap produk humas yang dihasilkan perusahaan, (2) meningkatnya produktivitas humas dan *cost effectiveness* proses humas bisnis/intern yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dan jasa, (3) meningkatnya

produktivitas humas dan komitmen personel. Jadi jika manajemen puncak berkehendak untuk melipatgandakan kinerja keuangan perusahaannya, maka fokus perhatian seharusnya ditujukan untuk memotivasi personel dalam melipatgandakan kinerja di perspektif non keuangan atau operasional, karena disitulah terdapat pemacu sesungguhnya (*the real drivers*) kinerja keuangan berjangka panjang.

Pada perspektif penilaian kinerja yang lebih luas, Hansen dan Mowen (1997) menyatakan sebagai berikut:

*“Activity performance measure exists in both financial and non financial forms. These measures are designed to assess how well an activity was performed and the result achieved. They are also designed to reveal if constant improvement is being realized. Measures of activity performance center on three major dimension: (1) efficiency, (2) quality, and (3) time.”*

Hal di atas menjelaskan bahwa aktivitas penilaian kinerja terdapat dua jenis pengukuran yaitu; keuangan dan non keuangan. Pengukuran ini dirancang untuk menaksir bagaimana kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai. Ada juga penilaian kinerja yang dirancang untuk menyingkap jika terjadi kemandekan perbaikan yang akan dilakukan. Penilaian kinerja aktivitas pusat dibagi ke dalam tiga dimensi utama, yaitu: (1) efisiensi, (2) kualitas, (3) waktu.

Hal senada juga dijelaskan oleh Kaplan dan Norton, (1996); Lingle dan Schiemann, (1996) pengukuran kinerja non keuangan didesain untuk

menilai seberapa baik aktivitas yang berhasil dicapai dan dipusatkan pada tiga dimensi utama yaitu efisiensi, kualitas dan waktu.

Menurut Dess dan Lumpkin (2003:90) ada 2 pendekatan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yaitu; pendekatan yang pertama analisis ratio keuangan (*financial ratio analysis*) dan pendekatan yang kedua dilihat dari perspektif pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder perspective*). Dalam *financial ratio analysis* dapat dibedakan atas 5 tipe yaitu; (1) *Short-term solvency or liquidity*, (2) *Long-term solvency measures*, (3) *Asset management (or turn over)*, (4) *Profitability*, (5) *Market value*.

## 2.2. Operasionalisasi Konsep

Konsep yang dipergunakan dalam penelitian di operasionalisasikan dalam bentuk pengertian-pengertian sebagai berikut:

- a. Humas adalah salah satu bagian dari perusahaan yang melakukan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publiknya atau komunikasi timbal balik, membina hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya
- b. Reputasi perusahaan adalah prestasi atas *credibility, reliability, responsibility, and trustworthiness* suatu perusahaan terhadap stakeholder.
- c. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan.

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian didasarkan pada kerangka pemikiran sebagai berikut:

Humas selain melaksanakan fungsi komunikasi juga melaksanakan fungsi manajerial.

Fungsi komunikasi humas dilakukan secara dua arah, yaitu antara perusahaan dan publiknya atau komunikasi timbal balik, membina hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya, membuat program kegiatan perusahaan, mengatasi masalah yang muncul dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publik, sedangkan fungsi manajerial dari humas adalah *planning, organising, staffing, leading dan controlling*.

Dalam melaksanakan fungsi tersebut di atas, humas mempunyai strategi dalam membangun reputasi untuk meraih dukungan publik, di mana ada empat tahap dalam strategi hubungan masyarakat yaitu (a) Mengetahui permasalahan; (b) Perencanaan; (c) Mengambil tindakan dan komunikasi; dan (d) Evaluasi program;

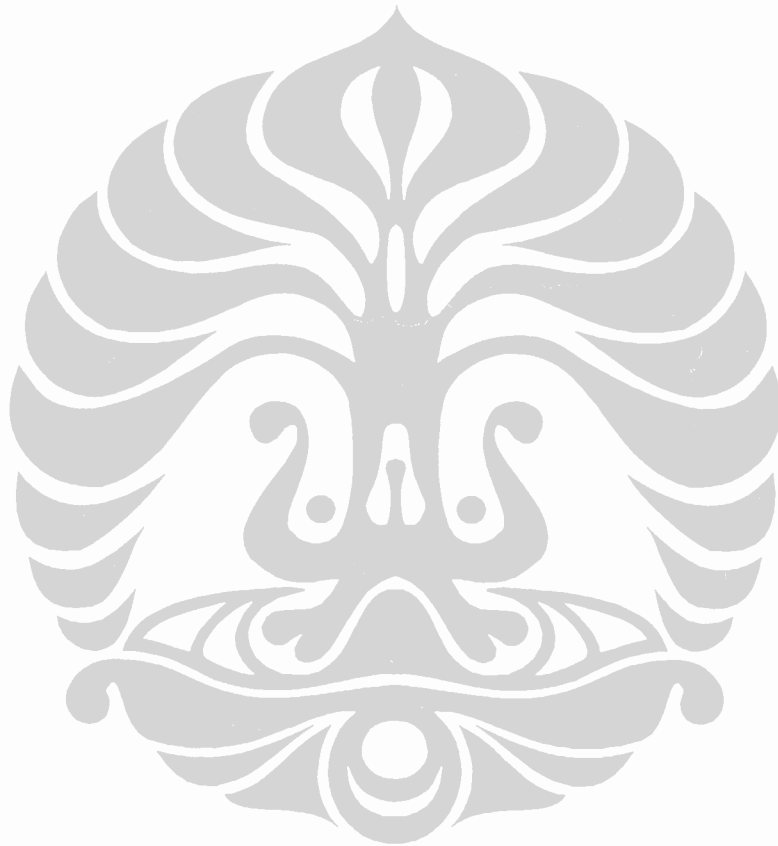
Dalam hal ini, humas merupakan salah satu komponen pengarah bagi terciptanya reputasi perusahaan. Untuk itu, ada empat indikator dasar yang dapat dijadikan modal dalam menggali komponen pengarah yang menentukan seberapa kuat reputasi suatu perusahaan:

- a. Daya saing perusahaan;
- b. Kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan staf kunci yang berkualitas;
- c. Konsistensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan *words of mouth* berupa rekomendasi positif baik dari sisi pasokan maupun pemasaran;



d. Keberpihakan publik ketika terjadi masalah.

Reputasi perusahaan yang kuat akan membantu kinerja perusahaan, di mana kinerja perusahaan dapat meliputi kinerja keuangan dan juga non keuangan.



## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Tipe dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini tipe yang digunakan adalah *deskriptif*. Yaitu memberikan gambaran dari suatu gejala sosial tertentu secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Menurut Sugiyono, penelitian *deskriptif* yaitu penelitian yang berupaya untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat dari situasi guna mencapai tujuan penelitian. (Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal.77)

Penelitian *deskriptif* ini tanpa pengujian terhadap suatu hipotesa, pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *kualitatif*. Pendekatan *kualitatif* menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu dalam konteks tertentu. Pendekatan *kualitatif* dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan analisis yang sifatnya mendalam.

Dengan kata lain, penelitian yang bersifat *deskriptif* ini bertujuan menggambarkan realitas sosial yang kompleks dan sedemikian rupa sehingga relevansinya tercapai. Penelitian *deskriptif* ini akan memanfaatkan maupun menciptakan konsep-konsep ilmiah sekaligus berfungsi dalam mengadakan suatu klasifikasi mengenai gejala-gejala sosial atau realitas yang dipersoalkan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, penerapan strategi humas akan diuraikan secara lengkap, dengan maksud untuk memperoleh gambaran mengenai keterkaitan strategi humas dan pemeliharaan dan peningkatan humas yang dapat membantu kinerja perusahaan.

Sedangkan pendekatan penelitian terhadap hal tersebut di atas menekankan pada makna dan penalaran suatu situasi mengenai pelaksanaan kegiatan-kegiatan humas yang berhubungan dengan penerapan strateginya, khususnya yang berkenaan dengan pemeliharaan dan peningkatan reputasi perusahaan yang dapat membantu kinerja perusahaan. Pemaknaan dan penalaran atas strategi humas perusahaan akan didasarkan pada kerangka teori yang dipergunakan dalam penelitian ini.

### **3.2. Metode dan Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, di mana "studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan how atau why." (K.Yin, Robert, Studi Kasus Desain dan Metode, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2002, hal.1). Oleh karena permasalahan penelitian dalam tesis ini adalah berkenaan dengan keterkaitan antara reputasi dengan kinerja perusahaan, sehingga metode kasus dianggap tepat dipergunakan sebagai metode penelitian.

Sedangkan desain penelitian, dengan mengacu kepada pendapat bahwa desain penelitian adalah "logika keterkaitan antara data yang harus dikumpulkan (dan kesimpulan-kesimpulan yang akan dihasilkan) dan pertanyaan awal suatu penelitian." (K.Yin, Robert, Studi Kasus Desain dan

Metode, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2002, hal.1), maka desain yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Pertanyaan penelitian**

Penelitian didasarkan pada pertanyaan yang berhubungan dengan "bagaimana". Kalimat "bagaimana" dalam penelitian ini merupakan starting point atau titik tumpu yang akan menjadi pijakan untuk mengetahui lebih lanjut efektifitas kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh humas suatu perusahaan yang berkenaan dengan strategi humas dalam rangka pemeliharaan dan peningkatan reputasi perusahaan yang dapat membantu kinerja perusahaan.

**b. Kriteria Penentuan Nara Sumber (*key Informan*)**

Sesuai dengan pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif, maka responden yang menjadi *key informan* adalah mereka yang secara langsung dan tidak langsung berkaitan dengan perusahaan atau yang merupakan stake holder dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian dalam rangka pembentukan reputasi perusahaan yang dapat membantu kinerja perusahaan.

Oleh karena itu berdasarkan pada kerangka teori dan konsepsional yang dipergunakan dalam penelitian, maka sumber informasi yang akan menjadi nara sumber penelitian didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Keterkaitan langsung dan tidak langsung dengan pelaksanaan strategi humas;
2. Keterkaitan langsung dan tidak langsung dengan pembentukan identitas dan reputasi perusahaan;
3. Keterkaitan langsung dan tidak langsung dengan peningkatan kinerja perusahaan

Berdasarkan kriteria di atas, maka nara sumber penelitian terdiri dari:

1. pihak yang mempunyai kompetensi kehumasan yaitu Bapak **Muhammad Syarif**, Internal Communications;
2. pihak yang menjadi pelanggan atas produk dan atau jasa perusahaan yaitu **Bapak Slamet**, pelanggan Paska Bayar Fren yang telah menjadi pelanggan selama 2 tahun;
3. pihak pemegang saham perusahaan yaitu **Bapak Winetou Luhis** yang merupakan pemegang saham perorangan dari Fren;
4. karyawan perusahaan yaitu **Ibu Paima Uli Siagian**, Supervisor Customer Retention Management;
5. Mass media yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan yaitu dengan **Bapak Noer Hamzah** dari Majalah Telset.

### c. Jenis Data Penelitian

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari obyek penelitian dan responden penelitian,

sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari buku referensi, jurnal, artikel, dan media internet yang terkait dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

#### **d. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian adalah teknik wawancara mendalam (*in depth interview*) dan studi kepustakaan serta studi dokumen.

Teknik wawancara secara mendalam dilakukan dalam rangka mendapatkan data primer, di mana wawancara dilaksanakan dengan para nara sumber penelitian terkait dengan pokok penelitian, dan dokumen resmi yang berkenaan dengan kegiatan-kegiatan humas pada obyek penelitian, sedangkan studi kepustakaan dilakukan dalam rangka mendapatkan data yang berkenaan dengan landasan teori dan konsep yang berhubungan dengan strategi humas, reputasi dan kinerja perusahaan.

#### **e. Teknik Analisis Data**

Prinsip pokok teknik analisa kualitatif ialah mengolah dan menganalisa data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna. Prosedur analisa data kualitatif dibagi dalam empat langkah, yaitu: 1) mengorganisasi data: Cara ini dilakukan dengan membaca berulang kali data yang ada sehingga peneliti dapat menemukan data yang sesuai dengan

penelitiannya dan membuang data yang tidak sesuai; 2) membuat kategori, menentukan tema, dan pola: langkah kedua ialah menentukan kategori yang merupakan proses yang cukup rumit karena peneliti harus mampu menglompokkan data yang ada ke dalam suatu kategori dengan tema masing-masing sehingga pola keteraturan data menjadi terlihat secara jelas; 3) mencari eksplanasi alternatif data: proses berikutnya ialah peneliti memberikan keterangan yang masuk akal data yang ada dan peneliti harus mampu menerangkan data tersebut berdasarkan pada hubungan logika makna yang terkandung dalam data tersebut; dan 4) menulis laporan: penulisan laporan merupakan bagian analisa kualitatif yang tidak terpisahkan. Dalam laporan ini peneliti harus mampu menuliskan kata, frasa dan kalimat serta pengertian secara tepat yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan data dan hasil analisisnya.

Dengan demikian, secara teknis data penelitian akan dianalisa dengan

#### 1. Pengorganisasian data

Data penelitian akan disusun berdasarkan pada pengelompokan data sesuai dengan variabel penelitian, yaitu kelompok data yang berhubungan dengan strategi humas; kelompok data yang berhubungan dengan reputasi perusahaan; dan kelompok data yang berhubungan dengan kinerja perusahaan.

#### 2. Pengkategorian data

Kategori data didasarkan pada indikator yang dipergunakan dalam penelitian, yaitu:

- a. Tingkat peneapaian strategi humas;
- b. Kepuasan pelanggan;
- e. Komitmen pegawai terhadap perusahaan;
- d. Komitmen Pemegang saham perusahaan;
- e. Respon media atas aktivitas perusahaan

### 3. Eksplanasi data

Data penelitian akan diuraikan dengan menguraikan hubungan atas variabel penelitian berdasarkan pada indikator yang telah ditetapkan dengan membagi uraian dalam beberapa bagian, yaitu:

- a. Gambaran umum perusahaan;
- b. Strategi humas;
- e. Reputasi perusahaan;
- d. Hubungan strategi humas terhadap reputasi perusahaan;
- e. Hubungan strategi dan reputasi perusahaan terhadap kinerja perusahaan.

### 4. Pelaporan hasil penelitian

Hasil penelitian akan dituangkan dalam pelaporan hasil penelitian berdasarkan sistematika penulisan sesuai dengan urutan yang lazim dipergunakan dalam suatu penelitian



## BAB 4

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Deskripsi PT Mobile 8 Telecom Tbk

PT Mobile-8 Telecom Tbk didirikan pada bulan Desember 2002, dan dimiliki secara mayoritas oleh PT Global Mediacom Tbk, perusahaan induk dari sebuah grup media terkemuka yang memiliki dan mengelola penyediaan konten lokal dan asing yang sangat beragam.

Perusahaan ini beroperasi di frekuensi 800 MHz dengan teknologi CDMA 20001X. PT Mobile-8 Telecom memulai layanan Prabayar dengan merk dagang "Fren" pada tanggal 8 Desember 2003 dan layanan Pascabayar pada tanggal 8 April 2004.

Pertumbuhan pelanggan penyedia jasa layanan CDMA ini cukup pesat sejak bulan Desember 2003 yaitu mencatat 1,83 juta pelanggan pada akhir tahun 2006 dan 3,01 juta pelanggan pada akhir tahun 2007.

PT Mobile-8 Telecom Tbk adalah operator atau penyedia jasa layanan telekomunikasi yang mempunyai ijin layanan seluler dan ijin layanan Fixed Wireless Access di Indonesia. Operator ini pertama kali meluncurkan layanan 3G high speed mobile internet pada tanggal 2 Mei 2006 dengan platform CDMA 20001x EV-DO.

Pada awalnya terbentuk sebenarnya PT Mobile-8 Telecom Tbk merupakan penggabungan dari tiga perusahaan penyedia layanan telekomunikasi yaitu Komselindo, Metrosel dan Telesera. Ijin untuk penyelenggaraan layanan telekomunikasi yang semula dimiliki oleh ketiga

perusahaan tersebut yang hanya berlaku untuk daerah-daerah tertentu akhirnya dialihkan kepada PT Mobile-8 Telecom Tbk dengan ijin penyedia layanan telekomunikasi selular dengan cakupan nasional.

Pada tahun 2006, dengan pertumbuhan bisnis yang cukup pesat yang dialami oleh perusahaan maka perusahaan memutuskan untuk melakukan IPO (Initial Public Offering). Sejak November 2006 perusahaan menjadi perusahaan terbuka yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Di tahun 2007, Mobile-8 terus mencatat kemajuan antara lain perolehan ijin penyelenggaraan fixed wireless access, sehingga Mobile-8 dapat menyelenggarakan layanan bergerak selular dan fixed wireless access dengan jangkauan nasional dan hingga saat ini perusahaan telah berhasil menyediakan layanan telekomunikasi selular di seluruh pulau Jawa dan Bali, Medan, Lampung, Batam, Padang, Banjarmasin, Makassar dan Manado.

Pada pertengahan tahun 2008, PT Mobile-8 Telecom Tbk berhasil meluncurkan layanan Fixed Wireless Access ke pasar telekomunikasi Indonesia dengan nama "Hepi". Layanan Fixed Wireless Access (FWA) ini merupakan layanan telekomunikasi nirkabel dengan mobilitas terbatas, yaitu sesuai dengan kode area. Pada saat layanan ini telekomunikasi ini dibawa keluar kode area yang dimiliki maka layanan ini tidak boleh dipergunakan secara regulasi telekomunikasi.

Layanan FWA "Hepi" ini dalam waktu kurang dari satu tahun telah berhasil dihadirkan di 13 kode area yang mencakup 57 kota di Jawa, Bali, Sumatra, Kalimantan, dan Sulawesi. 13 kode area tersebut adalah 021 (Jadetek), 022 (Bandung), 0251 (Bogor), 0231 (Cirebon), 024 (Semarang),

0274 (Jogja), 0271 (Solo), 031 (Surabaya), 0341 (Malang), 0361 (Denpasar), 0411 (Makassar), 0511 (Banjarmasin), dan 061 (Medan). .

Visi perusahaan adalah: "Menjadi "Operator Pilihan" yang memberikan layanan yang melampaui harapan pelanggan dengan fokus pada efisiensi dan koneksi untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat yang dinamis, kreatif, praktis dan bermobilitas tinggi." Sedangkan Misinya adalah: "Untuk memaksimalkan nilai-nilai bagi para stakeholder dengan terus berinovasi dan mengimplementasikan tata kelola perusahaan yang kuat secara konsisten."

Identitas atau ciri-ciri yang dimiliki oleh PT Mobile-8 Telecom adalah

Warna biru; yang merupakan identitas brand dari Mobile-8 yang menunjukkan integritas dari perusahaan, kepercayaan yang dimilikinya, respon yang cepat dan tepat dalam menjalankan bisnisnya.

Warna merah; yang menggambarkan kekuatan atau semangat yang optimis dalam menyediakan layanan komunikasi kepada pelanggannya dan mempunyai dedikasi dan komitmen yang tinggi dalam melayani masyarakat Indonesia dan juga dalam mengembangkan platform operasional bagi perusahaan baim dari sisi teknis maupun non teknis.

Di dalam logo Mobile-8 juga terdapat bola dunia yang menggambarkan jangkauan yang luas dari layanan telekomunikasi yang disediakan oleh Mobile-8. Jangkauan layanan telekomunikasi dari Mobile-8 telah menjangkau banyak kota di Indonesia dan juga di luar negeri yang dimungkinkan karena teknologi telekomunikasi yang dipakai oleh Mobile-8 merupakan teknologi yang handal dan terpercaya.

Terdapat pula bayangan yang memutar bola dunia yang menunjukkan bahwa bola dunia tersebut selalu berputar yang artinya bahwa terjadi selalu pergerakan dan perubahan. Dimana Mobile-8 merupakan perusahaan yang selalu bergerak dengan dinamis mengikuti perubahan yang ada dan selalu dengan cepat dan responsif menjawab kebutuhan dari pelanggan dan pasar telekomunikasi di Indonesia.

Budaya yang ingin dikembangkan oleh perusahaan adalah budaya yang dinamis dan bergerak dengan cepat dan selalu bergerak mengikuti perubahan yang terjadi di dalam lingkungan perusahaan. Gambaran perputaran bola dunia juga menunjukkan huruf M dari *Mobile* yang dimiliki oleh Mobile-8 yang menunjukkan pergerakan yang terus menerus.

Dimana didalam logo Mobile-8 juga terdapat titik merah yang dikombinasikan dengan bola dunia yang menggambarkan matahari yang menyinari dunia dimana hal ini juga ingin menggambarkan bahwa perusahaan akan selalu memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan dan juga masyarakat Indonesia dengan layanan yang terbaik dari sisi kualitas jaringan dan layanan pelanggan. Selain itu juga melambangkan spirit atau kekuatan sebagai pelopor di dalam melaksanakan bisnis dan menyediakan layanan yang inovatif di dalam industri telekomunikasi.

Angka 8 yang dimiliki oleh Mobile-8 juga memiliki arti yaitu menunjukkan pergerakan atau proses yang tidak pernah terhenti atau terputus, selalu bergerak untuk mencapai dan meraih sukses dari perusahaan untuk mendapatkan tempat di hati pelanggan dan masyarakat Indonesia.

#### 4.1.1. Corporate Communications PT Mobile-8 Telecom Tbk

Departemen Corporate Communications di dalam PT Mobile-8 Telecom Tbk mulai terbentuk pada tahun 2007 pertengahan dimana sebelumnya fungsi atau peran humas dilakukan di dalam kegiatan *marketing* atau pemasaran. Peran humas hanya sebagai tambahan alat komunikasi untuk menyampaikan tentang informasi produk dan layanan yang akan disediakan di pasar. Sehingga peran humas hanya sebatas sebagai *communication technician* di dalam perusahaan dan apabila diraskan perlu dukungan dari seorang ahli komunikasi perusahaan akan menyewa jasa dari perusahaan penyedia jasa konsultasi humas atau biro humas. Contohnya pada saat melakukan IPO atau menjadi perusahaan terbuka pada tahun 2006.

Setelah terbentuk di tahun 2007, peran dari humas di dalam Corporate Communications semakin diperlebar dengan menangani internal komunikasi untuk karyawan di akhir tahun 2008. Beberapa fungsi penyampaian informasi untuk karyawan yang sebelumnya ditangani oleh bagian Human Capital Management dialihkan ke fungsi Corporate Communications. Dimana fungsi internal komunikasi ini berperan untuk menyampaikan informasi dari perusahaan kepada karyawan dan juga menyampaikan masukan yang diberikan oleh karyawan kepada perusahaan melalui channel-channel komunikasi yang tepat.

Namun sampai saat ini, peran corporate communications lebih kepada penyampai informasi dan tidak terlibat di dalam pembentukan keputusan ataupun perencanaan di dalam pembentukan kebijakan sehingga peran humas tidak bersifat *strategic function* atau tidak melaksanakan fungsi

yang strategis dalam kegiatan perusahaan sesuai dengan fungsi humas yang disampaikan oleh Cutlip, Center & Broom.

Cutlip, Center & Broom mendefinisikan humas sebagai berikut: “humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik”. (Onong 1993:115)

Sehingga pembentukan kebijakan dan pembuatan keputusan seringkali tidak disertai dengan masukan atau feedback dari publik atau stakeholder dari perusahaan. Personil Humas lebih banyak memainkan peran memberikan komunikasi dan informasi atas kebijakan atau keputusan yang telah ditetapkan kepada publiknya baik internal maupun eksternal.

Dengan fungsi dan peran humas yang tidak diikutsertakan di dalam fungsi manajemen maka feedback dan masukan yang disampaikan kepada manajemen kurang diperhatikan dan dijadikan sebagai masukan di dalam proses pembuatan keputusan dan kebijakan di dalam perusahaan. Peranan humas lebih banyak bermain di dalam kegiatan penjualan dan pemasaran.

#### **4.2. Deskripsi Data Penelitian**

Data yang diperoleh berdasarkan pengumpulan data dengan menggunakan wawancara secara mendalam dengan responden penelitian disajikan berdasarkan pengelompokan data yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu: strategi humas, reputasi perusahaan, dan kinerja perusahaan.

#### 4.2.1. Strategi Humas

Berkenaan dengan strategi humas, para narasumber mempunyai pendapat mengenai: peran humas dalam perusahaan; hal-hal yang menjadi perhatian dalam pelaksanaan peran humas; pendapat narasumber mengenai tahapan strategi humas yang meliputi penguasaan permasalahan, perencanaan, tindakan dan komunikasi yang dilakukan, evaluasi program kegiatan; dan pendapat narasumber mengenai strategi yang seharusnya dilakukan humas perusahaan

Para narasumber pada umumnya menyatakan bahwa humas mempunyai peran yang cukup menentukan bagi perusahaan, terutama yang berkaitan dengan informasi yang berkenaan dengan perusahaan, baik mengenai aktivitas perusahaan pada suatu kurun waktu tertentu, maupun informasi mengenai produk dan atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Bagi pihak pelanggan dan mass media, peran humas pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk sebagai perusahaan yang bergerak di bidang telepon seluler masih dirasakan masih sangat terbatas.

Keterbatasan peran humas tersebut diungkapkan oleh narasumber pelanggan, karena peran humas masih sebatas pada kegiatan-kegiatan yang bersifat temporer atau sesaat pada waktu acara yang diadakan dalam rangka promosi produk atau jasa perusahaan. Keadaan ini, menurut narasumber pelanggan: pada akhirnya menempatkan pegawai humas tidak

berbeda dengan staf marketing atau *customer service* belaka, padahal tugas pokok humas lebih daripada itu.

Bagi narasumber mass media, keterbatasan peran humas perusahaan terlihat pada saat mass media membutuhkan data atau informasi yang berhubungan dengan peristiwa yang menyangkut perusahaan atau berkenaan dengan substansi materi dari acara yang diadakan pada waktu tertentu, misalnya pada saat peluncuran suatu produk atau layanan perusahaan. Meskipun narasumber mass media mengakui bahwa keterbatasan peran humas tersebut dikarenakan tidak semua petugas humas memahami dengan baik substansi materi peristiwa atau peluncuran suatu produk atau layanan yang diadakan suatu perusahaan.

Namun demikian, pada umumnya narasumber mass media menyadari bahwa kadang pihak mass media salah tempat atau salah orang dalam menanyakan perihal substansi materi yang terkait dengan hubungannya dengan humas perusahaan.

Bagi narasumber pegawai di lingkungan perusahaan, peran humas mulai dirasakan cukup berarti. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa informasi mengenai kebijakan yang dikeluarkan perusahaan pada umumnya didapat oleh para narasumber tersebut berasal dari pihak humas perusahaan, meskipun tidak semua kebijakan yang disampaikan pihak humas bersifat rinci atau mendalam.

Perihal pendapat narasumber mengenai keterbatasan humas mengenai ketidakrincian informasi yang disampaikan oleh humas didasarkan pada keterbatasan kewenangan yang dimiliki pegawai humas



hanya sebatas pada apa yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen perusahaan, di samping status dan kedudukan petugas humas juga merupakan pegawai perusahaan dan tidak masuk kedalam

Hal senada juga disampaikan oleh narasumber dari kalangan petugas humas perusahaan yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan secara internal perusahaan terikat pada kebijakan manajemen perusahaan sesuai dengan tugas, fungsi dan kewenangan yang telah ditetapkan perusahaan.

Sedangkan bagi narasumber pemegang saham, peran humas sangat penting sebagai penghubung antara perusahaan dan pihak pemegang saham. Namun demikian kinerja petugas humas masih perlu ditingkatkan seiring dengan kebijakan manajemen perusahaan yang mementingkan kesinambungan dan kesehatan perusahaan. Tingkat keterlibatan pegawai humas dalam pengambilan keputusan atau kebijakan perusahaan yang masih terbatas, dianggap sebagai salah satu keterbatasan aktualisasi peran humas pada perusahaan PT Mobile 8 Telecom. Tbk.

Mengenai penguasaan permasalahan pada humas perusahaan, menurut narasumber pelanggan dan mass media pada umumnya dikatakan merupakan satu hal yang perlu ditingkatkan.

Menurut narasumber pelanggan, informasi yang berkenaan dengan keluhan yang berkenaan dengan produk atau layanan, tidak selalu dapat dijawab oleh pihak humas perusahaan pada saat pelanggan melakukan konfirmasi atas penggunaan produk atau layanan yang diberikan perusahaan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dibandingkan dengan

perusahaan yang sejenis, perusahaan PT Mobile - 8 Telecom, Tbk dapat dikatakan kegiatan sosialisasi produk atau layanan perusahaan ini masih terbatas dan tidak seperti perusahaan sejenisnya yang kerap melakukan sosialisasi atas produk dan layanan yang diberikan perusahaan yang bersangkutan.

Hal senada juga diungkapkan oleh narasumber dari kalangan mass media yang menyebutkan bahwa mereka pernah meskipun tidak selalu sering mendapatkan suatu jawaban yang tidak memuaskan atas konfirmasi mengenai peristiwa atau event yang diadakan oleh perusahaan penyedia jasa telepon seluler ini. Padahal menurut narasumber, humas merupakan pintu gerbang yang menjadi penentu untuk dapat tidaknya masyarakat mengetahui eksistensi perusahaan, baik mengenai produk atau layanan yang diberikan maupun keberlangsungan suatu perusahaan seera tidak langsung ada pengaruh dari orang-orang yang ada di humas perusahaan tersebut.

Bagi narasumber pegawai yang ada di lingkungan perusahaan PT Mobile 8 Telecom. Tbk, penguasaan atas masalah yang sedang terjadi dalam perusahaan yang bersangkutan juga masih dianggap terbatas. Keterbatasan akan penguasaan masalah, menurut narasumber tersebut tidak didasarkan pada profesionalisme pegawai kehumasan perusahaan, melainkan cenderung ditentukan oleh keterbatasan ruang gerak pegawai humas yang masih sebatas sebagai pelaksana dari program dan kegiatan yang ditetapkan pihak manajemen perusahaan.

Kalangan narasumber pegawai kehumasan, terhadap penguasaan masalah juga diakui masih terbatas pada apa yang harus disampaikan berdasarkan pada kebijakan yang diambil perusahaan. Hal inilah yang kadang menjadi salah satu sebab bahwa pegawai kehumasan tidak menguasai masalah sesuai dengan apa yang diharapkan sebagaimana mestinya.

Bagi narasumber pemegang saham, pihak humas memang tidak selamanya dapat menguasai permasalahan yang sedang terjadi atau yang akan terjadi pada suatu perusahaan. Hal ini didasarkan pada pendapat bahwa peran humas dalam suatu perusahaan memang masih sangat terbatas, meskipun ada keinginan untuk menempatkan humas dalam pengambilan suatu kebijakan, tetapi hal itu hanya sebatas memberikan informasi dan data yang berkenaan dengan apa yang sedang berkembang berdasarkan hasil pelaksanaan program dan kegiatan humas itu sendiri, jadi sebatas memberikan bahan masukan kepada pihak manajemen dalam rangka pengambilan suatu keputusan atau kebijakan perusahaan, baik yang sifatnya internal maupun yang berhubungan dengan masyarakat pengguna produk atau layanan perusahaan (eksternal).

Mengenai perencanaan, sebagai tahapan kedua dalam strategi kehumasan para narasumber menyatakan pendapatnya sebagaimana diuraikan di bawah ini.

Bagi kalangan narasumber pelanggan dan mass media, mereka berpendapat bahwa tidak dapat mengetahui secara mendalam bagaimana perencanaan yang dilakukan di kalangan kehumasan perusahaan.

Namun demikian menurut narasumber, dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan pada waktu tertentu yang melibatkan pegawai kehumasan pada umumnya dapat dikatakan cukup terencana, meskipun informasi mengenai rencana yang dilakukan terkait dengan program atau kegiatan humas masih terbatas dan agak sulit untuk mendapatkannya.

Narasumber pelanggan, tidak dapat mengetahui secara pasti kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh humas perusahaan. Narasumber mengetahui adanya kegiatan humas pada saat ada kegiatan yang berkaitan dengan produk atau layanan perusahaan yang diadakan pada waktu dan tempat tertentu saja. Sedangkan narasumber mass media menyatakan bahwa perencanaan program atau kegiatan humas juga cenderung diketahui secara mendadak, yaitu pada waktu pegawai humas memberitahukan atau menghubungi pihak mass media mengenai kegiatan yang akan dilaksanakannya. Padahal, menurut hemat para narasumber mass media, hal ini seharusnya dilakukan dengan memberitahukan atau mengirimkan informasi yang bersifat schedule kegiatan atau kalender kegiatan humas, sehingga pihak dari media dapat mengetahui secara rinci apa yang direncanakan oleh humas perusahaan.

Narasumber pegawai kehumasan menyatakan bahwa perencanaan suatu program atau kegiatan yang akan dilakukan humas perusahaan, dilakukan sesuai dengan prosedur atau mekanisme hubungan antar unit kerja yang ada di lingkungan perusahaan. Pihak kehumasan pada dasarnya membuat suatu perencanaan berdasarkan pada kebijakan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan. Namun pihak kehumasan sangat

menyayangkan bahwa peran humas tidak dipandang sangat berarti di dalam perusahaan hal ini disebabkan karena peran humas tidak dilibatkan dalam perencanaan, pembentukan keputusan dan kebijakan sehingga kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh perusahaan tidak mengikutsertakan masukan dari publik perusahaan. Dimana hal ini sering berakibat pada ketidakberpihakan publik pada keputusan yang diambil oleh perusahaan. Ada beberapa hal pihak humas dapat memberikan masukan dalam suatu kegiatan perusahaan namun keterlibatan peran humas dirasakan tidak signifikan dan sering menjadi pihak yang terakhir untuk mengetahui informasi yang terjadi di dalam perusahaan.

Kalangan narasumber pegawai non kehumasan yang ada di lingkungan perusahaan menyatakan bahwa perencanaan program dan kegiatan unit kerja kehumasan pada dasarnya sudah tertata dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya rutinitas aktivitas kehumasan dalam memberikan pelayanan data dan informasi kepada pihak pegawai yang ada di lingkungan perusahaan. Namun pegawai juga mengharapkan peran humas bisa menyampaikan aspirasi dari pegawai kepada perusahaan karena seringkali pegawai sangat menyayangkan atas keputusan yang dibuat oleh perusahaan dan tidak mempertimbangkan reputasi dari perusahaan dan pegawai menyadari bahwa pihak humas tidak dilibatkan dalam pembuatan keputusan dari perusahaan.

Narasumber pemegang saham berpendapat bahwa secara umum, perencanaan program dan kegiatan kehumasan memang tidak terlepas dari program dan kegiatan perusahaan secara umum, namun demikian tidak

menutup kemungkinan humas mempunyai program dan kegiatan yang berasal dari kalangan humas itu sendiri, meskipun hal itu perlu dikoordinasikan dengan pihak manajemen perusahaan. Sebagai unit kerja, sebagaimana umumnya unit kerja di semua perusahaan, maka humas harus mempunyai perencanaan yang harus dibuat dalam rangka menempatkan peran humas sebagai penghubung antara perusahaan dengan pegawai dan dengan pada stakeholder perusahaan.

Mengenai pengambilan tindakan dan komunikasi sebagai tahapan ketiga dari strategi komunikasi, para narasumber berpendapat sebagaimana diuraikan di bawah ini.

Bagi narasumber pelanggan, pengambilan tindakan dan komunikasi yang dilakukan pegawai kehumasan dianggap sebagai bagian terpenting dari kegiatan kehumasan dari suatu perusahaan, dan bagi narasumber, kehumasan pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk untuk memenuhi harapan pelanggan, meskipun kadang terdapat tindakan dan komunikasi yang dilakukan tidak optimal sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Pihak narasumber mass media, berpendapat bahwa tindakan dan komunikasi kehumasan perusahaan masih terbatas pada hubungan dengan pihak-pihak mass media yang tergolong cukup besar. Hal ini, menurut narasumber tidak baik dilakukan, karena tidak menutup kemungkinan pendekatan kelembagaan akan sangat tergantung atau dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat personal. Misalnya komunikasi antara seseorang pegawai kehumasan dengan suatu perusahaan akan dipengaruhi oleh

kedekatan pegawai kehumasan dengan pihak perusahaan di mana orang tersebut bekerja.

Narasumber pegawai kehumasan, mempunyai pendapat mengenai tindakan dan komunikasi didasarkan pada arahan yang diberikan pihak yang bertanggung jawab pada bagian kehumasan, di mana pengarahan tersebut diberikan pada saat pertemuan baik yang sifatnya rutin maupun yang bersifat temporer berkenaan dengan suatu acara atau kegiatan yang melibatkan pegawai kehumasan.

Sedangkan narasumber pegawai non kehumasan mempunyai pendapat bahwa tindakan dan komunikasi dalam rangka strategi kehumasan tidak lepas dari hubungan yang bersifat mitra kerja, dalam arti tindakan dan komunikasi seorang pegawai kehumasan dan pegawai non kehumasan terjadi dalam hal pendistribusian kebijakan atau keputusan pihak manajemen perusahaan.

Pendapat narasumber pemegang saham mengenai tindakan dan komunikasi kehumasan bahwa hal ini tidak lebih dari pelaksanaan tugas, fungsi dan wewenang humas dalam suatu perusahaan. Sebagai salah satu unit kerja, maka humas dibenarkan untuk bertindak dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain baik dalam lingkungan perusahaan maupun dengan pihak diluar perusahaan didasarkan pada tugas, fungsi dan wewenang yang diberikan kepada humas yang bersangkutan.

Mengenai evaluasi program kegiatan sebagai tahapan keempat dari strategi komunikasi, para narasumber berpendapat sebagaimana diuraikan di bawah ini.

Terhadap tahapan evaluasi program kegiatan sebagai tahapan terakhir dalam strategi humas menurut para sumber, semuanya menyatakan bahwa evaluasi adalah suatu tahapan penting sebagai sarana mengkaji segala kelebihan dan kelemahan strategi yang telah dilaksanakan.

Namun demikian, manfaat atas pentingnya evaluasi dalam strategi humas menurut narasumber pelanggan dan mass media adalah dalam rangka mengoptimalisasikan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat.

Sedangkan bagi narasumber pegawai kehumasan, manfaat evaluasi didasarkan pada kebutuhan unit kerja dalam rangka pelaksanaan tugas-tugas kehumasan. Untuk beberapa hal pegawai kehumasan berusaha untuk mengevaluasi dari kegiatan yang dilakukannya dan berusaha untuk melakukan perbaikan untuk kegiatan yang berikutnya.

Bagi narasumber pegawai non kehumasan, evaluasi tidak hanya ada dalam lingkungan kehumasan, melainkan juga ada pada semua unit kerja pada lingkungan perusahaan. Manfaat evaluasi dalam strategi kehumasan, menurut narasumber tersebut sangat perlu dalam rangka peningkatan kinerja humas khususnya dalam lingkungan internal perusahaan. Selain itu juga integrasi antar unit kerja di dalam perusahaan sangat diperlukan sehingga mempermudah semua unit kerja di dalam bekerja dengan baik dan efisien.

Pendapat narasumber mengenai strategi yang seharusnya dilakukan humas perusahaan



Atas beberapa tahapan yang berkenaan dengan strategi kehumasan, menurut para narasumber tahapan tindakan dan komunikasi mempunyai peran yang sangat menentukan, dan untuk itu perlu ada upaya yang berkaitan dengan peningkatan profesionalisme kehumasan perusahaan dan peran dari humas perusahaan di dalam pembuatan keputusan sehingga personil kehumasan dapat membuat strategi komunikasi yang tepat dan memberikan informasi dengan perencanaan yang jauh lebih baik dan efisien.

Peningkatan profesionalisme kehumasan, menurut narasumber pelanggan dan mass media dapat dilakukan dengan lebih memperhatikan aspek komunikasi antara humas perusahaan dengan masyarakat pelanggan atau pihak mass media, di mana hal itu harus dilakukan secara rutin dan kontinyu serta berkesinambungan dengan menggunakan channel komunikasi yang tepat.

Sedangkan bagi narasumber pegawai kehumasan dan pegawai non kehumasan, peningkatan peran humas di dalam perusahaan dengan mengikutsertakan personil humas di dalam perencanaan pembuatan kebijakan sehingga personil humas dapat memberikan masukan kepada perusahaan dari berbagai aspek dan kemudian dapat mengkomunikasikan kebijakan dengan cara yang tepat dan efektif sehingga tujuan dari kebijakan dapat diterima dengan benar oleh publik dari perusahaan dan membantu perusahaan untuk lebih efektif melakukan komunikasi dengan stake holdernya dan dalam membuat keputusan dan kebijakan yang sesuai dengan keinginan dari publik perusahaan.

Pendapat serupa, juga dikemukakan oleh para narasumber pemegang saham bahwa pentingnya peningkatan peran dan profesionalisme kehumasan perusahaan sehingga dapat menunjang produktivitas perusahaan dalam memasarkan produk atau layanan yang diberikan kepada masyarakat dengan pendekatan kebutuhan pangsa pasar yang berdimensi pada trend dan kemajuan teknologi informasi.

#### 4.2.2. Reputasi Perusahaan

Mengenai reputasi perusahaan, para narasumber mempunyai pendapat mengenai reputasi perusahaan, apa yang menjadi faktor berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, dan bagaimana meningkatkan atau mempertahankan reputasi perusahaan.

Bagi narasumber pelanggan dan mass media, reputasi perusahaan dikatakan relatif cukup baik. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa reputasi perusahaan tidak hanya didasarkan pada dikenal atau tidaknya perusahaan dalam kehidupan masyarakat secara umum, melainkan juga terkait dengan mutu dari produk atau layanan yang diberikan perusahaan. Jika produk atau layanan perusahaan dirasakan dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keadaan masyarakat maka dapat dikatakan bahwa reputasi perusahaan sudah ada.

Narasumber pegawai kehumasan dan pegawai non kehumasan berpendapat bahwa reputasi perusahaan memang dipengaruhi oleh persepsi masyarakat atas perusahaan yang bersangkutan. Namun demikian, persepsi masyarakat tentunya secara general tidak dapat

dipergunakan sebagai penilaian atas baik tidaknya reputasi suatu perusahaan.

Sedangkan bagi narasumber pemegang saham, reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat atas produk atau layanan yang diberikannya, dan untuk itu PT Mobile 8 Telecom Tbk reputasinya cukup baik, baik dari aspek finansial maupun non finansial.

Mengenai faktor-faktor penyebab yang dapat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, menurut para narasumber ada faktor yang bersifat internal maupun eksternal.

Bagi narasumber pelanggan dan mass' media, faktor internal, misalnya profesionalisme pelayanan atas produk atau layanan perusahaan, merupakan faktor yang lebih dominan ketimbang faktor eksternal.

Narasumber pegawai kehumasan dan non kehumasan, berpendapat bahwa reputasi perusahaan cenderung lebih ditentukan pada faktor eksternal. Secara internal, semua pihak yang ada atau terlibat dalam perusahaan mempunyai komitmen dan tekad yang sama yaitu memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Namun demikian komitmen dan tekad tersebut akan sangat dipengaruhi oleh keadaan yang terjadi di luar perusahaan, misalnya kondisi perekonomian yang tidak kondusif dapat saja berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Hal senada juga dikemukakan oleh narasumber pemegang saham, bahwa penyebab yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan kadang tidak dapat terpelihara dengan baik dikarenakan kondisi masyarakat

negara yang tidak kondusif, sehingga daya beli masyarakat atas suatu produk atau layanan perusahaan menjadi berkurang yang pada akhirnya berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, dikarenakan produk atau layanan perusahaan tidak terserap dengan baik oleh masyarakat.

Kemudian, pendapat para narasumber mengenai pemeliharaan atau peningkatan reputasi perusahaan diuraikan sebagaimana di bawah ini.

Narasumber pelanggan dan mass media menyatakan bahwa hal yang penting untuk dilakukan agar reputasi dapat terpelihara atau dapat ditingkatkan adalah bagaimana kesinambungan pelayanan prima dapat diselenggarakan perusahaan sepanjang masyarakat mempergunakan produk atau layanan yang diberikan perusahaan.

Sedangkan bagi narasumber pegawai kehumasan dan non kehumasan, pemeliharaan dan peningkatan kehumasan tidak saja tergantung pada satu unit kerja, melainkan semua unit kerja terlibat dalam hal ini. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen perusahaan dalam melakukan integrasi unit kerja di dalam perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk mengantisipasi kebutuhan yang bersifat internal maupun eksternal, misalnya pemenuhan kebutuhan pegawai yang ada di dalam lingkungan perusahaan untuk mendapatkan dukungan yang sifatnya win-win solution dengan publik internal perusahaan.

Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan pada dasarnya adalah bagian dari reputasi perusahaan dimana ahl ini akan sangat dipengaruhi oleh mutu produk atau layanan perusahaan

yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pengguna produk atau layanan, dalam hal ini masyarakat.

Bagi narasumber pemegang saham, hal yang dapat dilakukan untuk memelihara atau meningkatkan reputasi perusahaan akan sangat tergantung pada komitmen bersama dari semua pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan, meskipun ada faktor luar yang berpengaruh tetapi menurut narasumber kehendak orang di dalam perusahaan akan sangat menentukan tercapainya reputasi perusahaan yang diinginkan.

#### **4.2.3. Kinerja Perusahaan**

Berkenaan dengan pendapat narasumber mengenai kinerja perusahaan, maka terdapat tiga hal yang ditanyakan kepada para narasumber, yaitu pendapatnya mengenai kondisi perusahaan secara umum, Argumentasi atas penilaian kondisi yang diungkapkan, dan pendapat narasumber mengenai apa yang seharusnya dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.

Bagi narasumber pelanggan, kinerja perusahaan dapat dikatakan cukup baik. Hal ini didasarkan pada penilaian bahwa sampai saat ini, PT Mobile 8 Telecom Tbk masih tetap eksis sebagai perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada para pelanggannya dalam mempergunakan produk atau layanan perusahaan. Bahkan Mobile-8 sebagai operator telekomunikasi selalu menghadirkan layanan yang inovatif ke pasar dan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan.

Sedangkan narasumber mass media, menyatakan bahwa jika dibandingkan dengan perusahaan sejenis, PT Mobile 8 Telecom Tbk, gaungnya dirasakan agak kurang rutin dalam mempromosikan produk atau layanan yang diberikannya. Mungkin hal ini juga sebagai bagian dari kinerja perusahaan, dalam arti semakin banyak durasi perusahaan mempromosikan produk atau layanannya kepada masyarakat menunjukkan kinerja yang dapat dikatakan baik, meskipun hal ini tidak sepenuhnya dapat dipergunakan sebagai kriteria dominan.

Narasumber pegawai kehumasan dan non kehumasan terkait dengan kinerja perusahaan secara umum, menyatakan bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih eksisnya perusahaan dalam memberikan pelayanan atas produk atau layanannya meskipun masih perlu ditingkatkan lagi dan kemampuan perusahaan dalam melakukan ekspansi besar-besar untuk menyediakan layanan komunikasi kelaur daerah Jawa dan Bali.

Pendapat narasumber pemegang saham menyatakan bahwa kondisi perusahaan stabil, meskipun banyak hal yang perlu dilakukan perusahaan, misalnya terkait dengan penyediaan infrastruktur jaringan guna mendukung pelayanan prima kepada masyarakat pelanggan yang mempergunakan produk atau layanan perusahaan.

Mengenai apa yang seharusnya dilakukan perusahaan guna pemeliharaan atau peningkatan kinerja perusahaan, menurut narasumber pelanggan dan mass media dapat dilakukan dengan upaya peningkatan

kemampuan perusahaan baik yang bersifat daya dukung finansial maupun daya dukung sumber daya manusia yang berkualitas.

Sedangkan pendapat narasumber pegawai kehumasan dan non kehumasan, kinerja perusahaan dapat dipelihara dan ditingkatkan dengan kegiatan yang bertumpu pada upaya pembinaan dan pengembangan kemampuan perusahaan baik yang menyangkut kemampuan finansial maupun peningkatan hubungan dengan para komunitas yang berkaitan dengan produk atau layanan yang diberikan perusahaan, sehingga ada dukungan pencapaian tujuan baik dari dalam maupun luar perusahaan.

Hal senada juga diungkapkan narasumber pemegang saham bahwa pemeliharaan dan peningkatan kinerja perusahaan perlu dilakukan dengan kebersamaan dari semua pihak yang ada dalam perusahaan serta khalayak yang berhubungan dengan perusahaan. Hal ini lebih lanjut dikatakan oleh narasumber, akan dapat melahirkan komitmen dan kepercayaan masyarakat akan produk atau layanan perusahaan, di mana pada akhirnya akan secara otomatis meningkatkan kinerja perusahaan. Dimana hal ini masih harus memerlukan peningkatan lagi sehingga Mobile-8 dapat mencapai kinerja kerja yang lebih optimal lagi.

### **4.3. Analisis Data**

#### **4.3.1. Strategi Humas dan Reputasi Perusahaan**

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para narasumber, sebagaimana dikemukakan dalam uraian di atas, bahwa diantara empat tahapan strategi

humas maka tahapan tindakan dan komunikasi merupakan tahapan yang penting dalam penerapan strategi kehumasan pada suatu perusahaan, termasuk dalam hal ini di PT Mobile 8 Telecom Tbk.

Pentingnya tahapan tindakan dan komunikasi dalam strategi kehumasan didasarkan pada pendapat narasumber atas peran dan fungsi humas dalam suatu perusahaan.

Sebagai bagian dari peran dan fungsi humas, maka penerapan strategi kehumasan menjadi salah satu penentu penilaian atas reputasi perusahaan.

Pendapat narasumber tersebut di atas, jika dikaitkan dengan sudut pandang teori kehumasan mempunyai signifikansi yang cukup kuat.

Dalam perspektif teoritis, humas dapat memainkan peranan dalam membawa perubahan kepada lingkungan dan juga kepada organisasi hasil dari *input* lingkungan. Pendekatan ini disebut pendekatan sistem terbuka (*Open System Model of Public Relation*) yang mana badan/perusahaan dan lingkungan saling mempunyai peranan yang sama. Di samping itu, hubungan antara badan/perusahaan dan publik harus dijaga. Jika sekiranya hubungan perlu diubah, perubahan adalah atas dasar disenangi bersama, memang dirasakan perlu untuk kepentingan bersama dan saling mempengaruhi antara satu sama lain.

Dasar penyesuaian yang berlandaskan timbal balik output-umpan balik adalah sesuai demi memperkokohkan kepercayaan publik kepada humas. Humas mempunyai peluang bertindak sebagai pemberi masukan dalam membuat keputusan terutama ketika krisis terjadi. Dimana didalam



PT Mobile-8 Telecom dirasakan peran humas masih dirasakan kurang signifikan untuk memberikan masukan kepada perusahaan.

Humas memainkan peranan yang penting bagi suatu badan organisasi atau perusahaan bersama dengan publiknya. Jadi dalam pemaparan di atas humas dengan keahlian dan kemampuan yang ada, di samping pengalaman, dapat mengamalkan hubungan komunikasi dua arah. Humas harus mempunyai kemampuan dalam membentuk komunikasi dua arah. Jadi, dapat mempengaruhi bukan saja organisasi tetapi publik. Humas ikut memainkan peranan sebagai konselor dan menejer.

Dengan demikian, maka analisis terhadap strategi kehumasan dan reputasi perusahaan pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk bertitik tolak dari kedudukan humas dalam struktur organisasi perusahaan, dan tanggung jawab pelaksana humas.

Humas yang berada di lingkungan PT Mobile 8 Telecom. Tbk merupakan salah satu peran dari corporate communication.

Tanggung jawab dari humas pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab untuk memberikan informasi kepada media mengenai aktivitas perusahaan, produk dan layanan yang dibutuhkan kepada masyarakat luas dan juga pelanggan melalui media massa.
2. Bertanggung jawab untuk memberikan informasi dan kebijakan serta keputusan yang dibuat oleh manajemen kepada karyawan, memberikan informasi kepada Manajemen mengenai apa yang terjadi atau kondisi yang sesungguhnya kepada Manajemen dari karyawan.

Sedangkan tujuan yang hendak dicapai oleh humas PT Mobile - 8 Telecom Tbk adalah:

1. menciptakan citra yang positif bagi Mobile-8 sebagai perusahaan bagi *stake holdernya* baik *stake holder eksternal* maupun *internal* sehingga Mobile-8 mendapatkan dukungan dalam pengembangan usahanya
2. Menciptakan citra yang positif terhadap produk dan layanan yang dimiliki oleh Mobile-8
3. Mencmpatkan produk dengan tepat sesuai dengan target pasar/konsumen.
4. Meletakkan Mobile-8 sebagai pemain yang dapat dipercaya di dalam percaturan telekomunikasi secara luas dan secara spesifik sebagai pemain utama di pasar CDMA

Berdasarkan pada kedudukan dan tanggung jawab serta tujuan humas PT Mobile 8 Telecom Tbk sebagaimana tersebut di atas maka peran humas pada perusahaan ini cenderung menempatkan humas sebagai pemberi informasi kepada lingkungan internal maupun eksternal.

Hal ini tentunya hanya sebagian dari peranan dan fungsi humas. Peranan humas dalam organisasi menurut Cutlip dan kawan-kawan terdiri dari empat peranan besar yang bisa saja dilaksanakan secara keseluruhan secara bergantian dalam satu organisasi, atau sebagian saja.

Keempat peranan tersebut adalah teknisi komunikasi, penentu ahli, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah.

Sebagai teknisi komunikasi (*Communication-Technician*), maka peranan humas di sini adalah melaksanakan teknis operasional seperti menulis dan menyunting majalah, menulis siaran pers, karangan khas, artikel, membuat dan mengembangkan situs web, serta produksi berbagai pesan komunikasi. Untuk itu diperlukan keterampilan komunikasi dan jurnalistik.

Sebagai penentu ahli (*expert prescriber*), maka humas dalam menjalankan peranan sebagai penentu ahli adalah mendefinisikan masalah, membuat perencanaan program dan bertanggungjawab penuh atas pelaksanaan program komunikasi.

Sebagai fasilitator komunikasi (*communication-facilitator*), maka fungsi humas di sini adalah sebagai penghubung, penerjemah dan mediator antara organisasi dan public. Pengelolaan komunikasi dilakukan secara dua arah. Humas memfasilitasi perubahan dengan menyingkirkan rintangan serta membuat saluran komunikasi terbuka dan menyediakan informasi yang diperlukan kedua pihak (organisasi dan public), sehingga keduanya dapat membuat keputusan yang saling menguntungkan. Praktisi humas berfungsi sebagai nara sumber informasi dan kontak resmi antara organisasi dengan publiknya.

Sebagai fasilitator pemecah masalah (*Problem solver facilitator*), maka humas dalam hal ini melakukan kerja sama dengan manajer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Mereka menjadi bagian

dari tim perencanaan strategis. Praktisi humas disini membantu manajemen memecahkan permasalahan dengan menerapkan proses manajemen mulai menganalisa masalah, membuat perencanaan dan melaksanakan serta mengevaluasi. Keterlibatan manajer lini lainnya, secara psikologis akan meningkatkan sense of belonging terhadap permasalahan hubungan masyarakat dan diselesaikan secara strategis serta komitmen yang kuat di setiap lininya. (Cutlip: 2005:hal.34-38).

Masing-masing peranan humas di atas, dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik organisasi ataupun kasus-kasus yang terkait dengan public yang dihadapi oleh organisasi. Apabila public internal dan eksternal sangat luas dan beragam serta memiliki permasalahan yang sulit serta tidak dapat terdeteksi sebelumnya, maka dibutuhkan peranan expert prescriber atau penentu ahli .

Organisasi memberikan kewenangan penuh kepada humas untuk menemukan permasalahan, menyelesaikan masalah dan bertanggungjawab penuh terhadap hal-hal tersebut. Sebaliknya makin rendah jumlah dan rintangan public terhadap suatu organisasi, maka peranan humas cukuplah hanya sebagai *communication technician* yakni lebih kepada pelaksanaan humas secara teknis.

Sementara Dr. Astrid S. Susanto dalam bukunya " Filsafat Komunikasi" menyatakan bahwa sebagai bagian fungsi manajemen yang berencana dan berkesinambungan, Humas tidak saja mempengaruhi khalayak agar mau mendukung kebijakan yang dijalankan, tetapi juga untuk menjernihkan pendapat yang tidak menguntungkan badan yang

diwakilinya. Karena bagaimana pun di dalam menjalankan tugasnya, humas memerlukan dukungan dari masyarakat (Mahidin:1994: Hal.24)

Fungsi yang dikemukakan di atas seringkali memposisikan humas dalam situasi yang dilematis, yakni mengutamakan kepentingan organisasi atukah public?. Kondisi ini, membutuhkan seorang praktisi yang mampu dengan cepat dan kreatif mengambil inisiatif serta menyampaikan klarifikasi yang mampu memuaskan semua pihak. Bagaimana upaya memuaskan semua pihak?

Caranya adalah selalu berusaha mencari fakta yang berkaitan dengan selera, harapan, keinginan dan kebutuhan organisasi serta public melalui penelitian sebagaimana yang dikemukakan oleh Irving Smith Kogan dalam Modern Business Alexander Hamilton Institute, 1965 yakni: Fungsi pokok Public Relations antara lain adalah fungsi manajemen sebagai peneliti dan penilai selera dan sikap masyarakat, menyelaraskan kebijakan organisasi dengan kepentingan umum, serta merumuskan dan melaksanakan suatu program kerja untuk mendapat dukungan dan kepercayaan masyarakat.

Keempat peran humas tersebut di atas, belum dapat dijalankan oleh humas di PT Mobile 8 Telecom Tbk. Hal ini sesuai dengan pendapat para narasumber mengenai peran humas pada perusahaan tersebut.

Mengenai strategi humas berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian sebagaimana dikemukakan pada deskripsi data penelitian tersebut di atas, pada tiap tahapan strategi humas belum dilaksanakan

secara optimal, dan tahapan yang perlu untuk ditingkatkan menurut penuturan narasumber adalah tahapan evaluasi.

Strategi umum yang dilakukan oleh humas PT Mobile 8 Telecom Tbk, adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi secara berkesinambungan mengenai kegiatan dan aktivitas yang dilakukan oleh Mobile-8 dalam pengembangan dan aktivitas bisnis dan layanannya baik kepada stakeholder external melalui media dan kepada stekholder internal yaitu kepada pegawai dan pemegang saham melalui media-media internal
2. Menciptakan citra yang positif dari Manajemen Mobile-8
3. Memberikan informasi secara aktif kepada rekan-rekan media mengenai tren teknologi terkini, variant produk dan layanan yang dimiliki oleh Mobile-8
4. Secara aktif terlibat dalam kegiatan CSR untuk mendukung pembangunan sosial masyarakat sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab terhadap negara untuk peningkatan kehidupan masyarakat
5. Menyediakan informasi mengenai industri telekomunikasi dan terutama informasi mengenai CDMA dan kemampuannya dalam memnuhi kebutuhan pelayanan komunikasi terhadap masyarakat.
6. Menjalin hubungan baik dan win-win relations dengan media agar media selalu mendukung Mobile-8 melalui pemberitaan-pemberitaan yang baik (minimal netral) terhadap perusahaan beserta produk dan layanannya

7. Mengikutsertakan media untuk memberikan masukan kepada Mobile-8 mengenai kualitas layanan dan produk yang dimiliki oleh Mobile-8
8. Terbuka untuk selalu memberikan informasi dan kejelasan mengenai keadaan perusahaan kepada pihak stake holder perusahaan – terutama mengenai keadaan yang kurang baik.

Mengacu kepada strategi humas tersebut di atas, maka para dasarnya strategi itu menitikberatkan pada kemampuan bertindak dan berkomunikasi dari personil kehumasan pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk.

Tindakan seorang personil humas, idealnya bertumpu pada kemampuan dan kemauan untuk mendengarkan, dan kemampuan untuk mengenal lingkungan.

Mengenai kemampuan dan kemauan untuk mendengarkan, dimaksudkan bahwa tindakan humas menurut pepatah lama, diibaratkan pada fakta bahwa kita mempunyai dua telinga dan satu mulut mengisyaratkan bahwa seharusnya kita lebih banyak mendengarkan daripada berbicara. Berbagai kajian menunjukkan bahwa ketidakmampuan mendengarkan ini berisiko, berbahaya dan terkadang menimbulkan akibat yang fatal, terutama dalam Badan/Perusahaan. Karena itu, bukan tidak mungkin banyak organisasi (perusahaan-perusahaan) di lingkungan kita belakangan ini diprotes oleh masyarakat dan pekerjanya disebabkan ketidakmampuan para pemimpinnya untuk mendengarkan orang lain khususnya publik.

Mendengarkan (*listening*) berbeda daripada mendengar (*hearing*). Yang pertama bersifat aktif, sedangkan yang kedua bersifat pasif (sekedar proses fisiologis dan bersifat mekanis). Meskipun mendengarkan adalah perilaku komunikasi paling awal yang dipelajari manusia, dan baru berbicara, membaca dan menulis, anchnya orang lebih senang berbicara daripada mendengarkan. Itu karena berbicara merupakan sarana untuk menarik perhatian orang lain, sebagai aktualisasi diri, dan memperoleh pengakuan sosial bahwa kita cerdas, intelektual, berwibawa dan berkuasa. Sebaliknya, mendengarkan diasosiasikan dengan kepasifan, kelemahan dan kekurangan otoritas atau kuasa.

Sebenarnya mendengarkan sama pentingnya dengan berbicara, walaupun tidak lebih penting. Banyak orang gagal dalam hidup mereka karena mereka gagal mendengarkan. Dalam ilmu komunikasi, mendengarkan adalah mekanisme perolehan umpan balik (*feedback*) yang berguna bagi komunikator untuk mengetahui apakah komunikasinya berjalan baik, sesuai dengan harapan khalayak atau publik.

Dalam Humas, mendengarkan ternyata merupakan perilaku komunikasi yang paling penting. Ketika 282 anggota *Academy of Certified Administrative Manager* di Amerika Serikat di minta mendaftar keterampilan yang terpenting bagi kemampuan manejerial, "mendengarkan secara aktif" ditempatkan pada urutan pertama dan termasuk kategori superkritis. Dalam suatu survei yang lain, 170 pebisnis diminta menguraikan keahlian-keahlian yang mereka anggap penting dan yang seharusnya diajarkan di universitas; dalam setiap kategori



mendengarkan merupakan respon pertama. Mendengarkan itu penting bagi Badan/Perusahaan karena hal itu meningkatkan produktivitas sebuah Badan/Perusahaan tersebut dalam berkomunikasi dengan publiknya untuk memperoleh persepsi sosial.

Fungsi untuk mendengarkan inilah yang harus dilakukan oleh humas dengan baik dan mendapatkan feedback dari publik yang disasar oleh perusahaannya. Dari kegiatan mendengar ini humas akan mendapatkan masukan yang penting yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk membuat suatu kebijakan atau keputusan yang akan didukung oleh publiknya.

Bagi Humas kita harus mempunyai persepsi sosial yang tinggi dan akurat dalam menjalankan fungsi Humas. Persepsi sosial adalah proses yang dengan itu kita mencoba menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Persepsi adalah suatu aspek penting dalam komunikasi, bahkan sebagai inti komunikasi. Tanpa persepsi yang akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi secara efektif.

Persepsi sosial akurat yang dimiliki Humas mengisyaratkan kemampuan mereka untuk melihat permasalahan, dan aspirasi publik dan mengevaluasinya secara jelas dan tepat. Persepsi ini bisa mereka peroleh bila mereka "turun gunung" untuk mendengarkan suara publik secara langsung dan berdialog dengan mereka, tidak hanya menerima pesan-pesan masyarakat lewat pihak lain, terutama bawahan yang selalu bersikap 'Asal Bapak Senang' (ABS).

Pengenalan masalah, bak pepatah, merupakan setengah dari keberhasilan penyelesaian masalah tersebut. Dengan persepsi sosialnya yang akurat itu, maka Humas akan memainkan peranan meraih dukungan publik.

Sedangkan mengenai kemampuan humas dalam mengenal lingkungannya bahwa menurut Buckley (1967) yang memberikan gambaran bagaimana Badan/Perusahaan bertindak dengan lingkungan dan mengadaptasikan diri dalam lingkungan yang senantiasa berubah dan bergelora. Lingkungan di sini merangkumi organisasi lain (lawan maupun kawan), perusahaan, agensi bisnis, organisasi politik, organisasi sosial dan masyarakat. Perubahan agensi hubungan masyarakat perlu sejajar dengan tekanan dari dalam dan luar supaya agensi tetap hidup dan berkembang, tidak mati di tengah jalan karena tidak dapat menyesuaikan diri. Jadi, ramalan lingkungan yang tepat dan sempurna layak dipantau.

Imej Badan/Perusahaan harus dijaga dengan rapinya. Informasi rahasia Badan/Perusahaan harus disimpan, meskipun informasi penting dari lingkungan harus digali ke dalam untuk memantapkan dan menstabilkan Humas. Tugas ini harus dilaksanakan oleh Humas dengan lebih serius.

Saling hormat-menghormati antara Humas dengan publik patut dieratkan dan terjalin dengan baik. Peranan yang dimainkan Humas adalah lebih mirip sebagai perentang perbatasan (*boundary spanner*). Tugas Humas ialah menjalin hubungan dengan mereka dari organisasi luar yang

saling ketergantungan antara satu sama lain untuk kehidupan masing-masing.

Di samping kedua hal tersebut di atas (kemampuan dan kemauan untuk mendengarkan, dan kemampuan mengenal lingkungan), maka hal lain yang terkait dengan strategi kehumasan adalah komunikasi.

Prinsip komunikasi dua arah dan timbal balik merupakan proses penyampaian suatu pesan seseorang atau kelompok (komunikator) untuk memberi tahu atau mengubah sikap opini dan perilaku kepada perseorangan atau kelompok (komunikan), baik berhadapan langsung maupun tidak langsung, melalui media massa sebagai alat atau saluran penyampaian pesan untuk meneapai tujuan atau target dalam proses komunikasi dua arah yang hendak dicapai.

Tugas dan fungsi utama *public relations officer* (PRO) atau pejabat humas, tidak terlepas dari bidang penyebaran pesan, informasi, dan komunikasi mengenai kegiatan organisasi atau lembaga yang diwakilinya untuk disampaikan kepada komunikan (publik) sebagai sasaran atau targetnya.

Di pihak lain, dengan teknik dan strategi humas tertentu, pejabat humas dapat merekayasa opini publik sehubungan dengan keinginan-keinginan dan tujuan utama dalam menciptakan citra dan reputasi positif. Humas adalah fungsi yang melekat dan tidak terlepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuannya adalah membentuk *goodwill* (itikad baik), *tolerance* (toleransi), *mutual simbyosis* (saling kerja sama), *mutual confidence* (saling memercayai), *mutual understanding* (saling

pengertian), *mutual appreciation* (saling menghargai), serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan, citra dan reputasi positif berdasarkan prinsip-prinsip hubungan harmonis, baik hubungan ke dalam maupun ke luar.

Program pengembangan humas harus proaktif dan mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat, baik di bidang teknologi, informasi, ekonomi, hukum maupun politik internasional dan nasional. Tujuan sentral humas yang hendak dicapai secara strategis, tidak hanya berfungsi sebagai “peta” yang menunjukkan arah, melainkan juga menunjukkan “bagaimana” operasional konsep dan strategi komunikasinya. Strategi dalam komunikasi humas merupakan perpaduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen).

Tujuan sentral humas adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra dan reputasi positif suatu lembaga. Pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra dan reputasi positif harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan puncak. Kemampuan berkomunikasi, baik melalui lisan maupun tulisan adalah salah satu penyampaian pesan, ide, dan gagasan program kerja, dan sekaligus membentuk opini atau menguasai pendapat umum sesuai dengan yang diinginkan komunikator.

Seorang pejabat humas dapat berkomunikasi dengan efektif dan tepat dalam penyampaian pesan kepada sasaran melalui empat syarat: 1) pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian; 2) pesan

dirumuskan dan mencakup pengertian dan diimbangi dengan lambang-lambang yang dapat dipahami oleh publiknya; 3) pesan menimbulkan kebutuhan pribadi komunikannya (penerima pesan); dan 4) pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi sesuai dengan situasi komunikasi.

Mengingat pula bahwa komunikasi adalah suatu prosedur di mana pikiran seseorang mempengaruhi orang lain, juga fenomena komunikasi adalah serba ada dan serba luas dan serba makna (Ardianto-Q-Anees. 2007: 17), selain mampu berkomunikasi secara efektif, seorang pejabat humas pun harus mampu menggunakan media secara efektif, baik itu media massa maupun media non-massa. Di mana aneka pesan melalui sejumlah media massa (koran, majalah, radio siaran, televisi, film dan media online/internet) selalu menepa kehidupan manusia (Ardianto-Komala-Erdinaya. 2004: 1)

Dengan uraian sebagaimana dikemukakan di atas, maka signifikansi strategi humas akan dapat memelihara atau meningkatkan reputasi perusahaan, dan pada humas PT Mobile - 8 Telecom. Tbk, maka strategi kehumasan harus dilaksanakan dengan upaya peningkatan bertindak dan berkomunikasi melalui peningkatan peran humas didalam menjalankan fungsi manajemen.

#### **4.3.2. Strategi Humas, Reputasi dan Kinerja Perusahaan**

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, sebagaimana diuraikan dalam bahasan mengenai deskripsi data penelitian, sebagaimana

tersebut di atas, bahwa signifikansi strategi dan peran humas yang kurang mendukung perwujudan reputasi perusahaan, mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh tersebut, memang tidak dapat dijelaskan oleh para narasumber secara konkrit. Namun demikian terdapat keeenderungan bahwa reputasi perusahaan mempengaruhi kinerja perusahaan secara umum, baik dalam aspek finansial maupun non finansial.

Analisis terhadap keterkaitan antara strategi humas, reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan tidak terlepas dari peran, aktualisasi program dan strategi komunikasi yang dilakukan humas di lingkungan PT Mobile 8 Telecom. Tbk.

Program dan kegiatan humas tersebut, yang pada dasarnya adalah pelaksanaan strategi humas dalam rangka pemeliharaan atau peningkatan reputasi perusahaan merupakan suatu bagian yang terkait dengan kinerja PT Mobile 8 Telecom. Tbk.

Program dan kegiatan yang dilakukan humas PT Mobile 8 Telecom. Tbk terdiri dari aktivitas komunikasi eksternal dan internal. Dimana kegiatan tersebut lebih direncanakan untuk penyampaian informasi atau lebih kepada pengadaan kegiatan komunikasi tanpa memberikan masukan yang didapat dari publik sebagai bahan pembentukan keputusan atau kebijakan dari perusahaan.

Aktivitas komunikasi external yang dilakukan oleh humas PT Mobile 8 Telecom. Tbk, adalah:

1. Media Release atau siaran pers

Media release diadakan dengan tujuan memberikan informasi secara regular mengenai keadaan perusahaan, produk dan layanan baru, laporan keuangan dan kinerja perusahaan, kerjasama dengan pihak luar dan informasi-informasi lain yang memberikan berita positif bagi perusahaan.

Pemberitaan melalui press release tidak harus mengenai suatu informasi yang skalanya besar tetapi bisa juga bertujuan untuk menjaga kesinambungan berita mengenai Mobile-8 dan semua produknya di media sehingga masyarakat terus mengetahui update mengenai PT Mobile-8 Telecom Tbk.

Mengingat budget / pengeluaran untuk belanja Marketing/pemasaran dari PT Mobile-8 Telecom Tbk tidak cukup besar untuk bersaing dengan pemain besar lainnya di dalam industri telekomunikasi maka kegiatan Humas dijadikan salah satu alat yang diandalkan untuk mengkomunikasikan mengenai produk dan layanan dari perusahaan. Hal ini dilakukan mengingat pengeluaran untuk kegiatan promosi melalui kegiatan humas jauh lebih ekonomis dibandingkan dengan kegiatan marketing.

Frekwensi kegiatan ditargetkan minimal sebulan sekali untuk mengeluarkan press release tanpa harus mengadakan press conference.

Contoh :

- a. Informasi mengenai adanya Modem versi USB dari layanan data PT Mobile-8, Mobi. Dimana layanan Mobi sudah diluncurkan sebelumnya yaitu dengan modem versi PCMCIA.

- b. Informasi mengenai Mobile-8 melakukan roadshow untuk memperkenalkan produk dan layanannya beserta dengan edukasi pasar mengenai CDMA ke Wall Street Institute.
- e. Informasi mengenai hasil dari **Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPS)**

## 2. Press Conference atau Jumpa Pers

Press conference atau jumpa pers ini diadakan dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat melalui media mengenai perusahaan atau produk dan layanannya.

Press conference dilakukan bila dirasakan perlu dan pesan yang akan disampaikan merupakan pesan yang skalanya besar. Bentuk kegiatan, misalnya *launching* produk dan layanan baru, pergantian Manajemen, pengenalan program baru dan juga teknologi upgrade, perluasan area layanan baru, serta kerjasama / partnership dengan pihak luar untuk pengadaan layanan baru. Frekuensi kegiatan sesuai dengan kebutuhan

## 3. Media Briefing

Media briefing diadakan dengan tujuan untuk memberikan informasi lebih detail mengenai suatu produk. Media diharapkan untuk menulis mengenai produk dan layanan lebih detail dan mereka lebih mengerti mengenai produk dan layanan tersebut sehingga pada saat menyajikan berita di media semua informasi secara lengkap disajikan kepada masyarakat.



Media Briefing lebih ditujukan untuk pengenalan lebih dalam dan lengkap mengenai produk dan layanan. Frekuensi kegiatan minimal sekali setiap kuartal.

#### 4. Media Gathering

Media gathering diadakan dengan tujuan untuk menjaga dan meningkatkan hubungan baik yang telah terbina dengan media.

Penyusupan informasi mengenai produk hanya ringan tetapi lebih fokus pada kegiatan-kegiatan outbond untuk membina kedekatan antara Manajemen dan narasumber dari Mobile-8 dengan target media. Bentuk kegiatan, misalnya kegiatan olahraga bersama (pertandingan Futsal), kegiatan outbond keluar kota. Frekuensi kegiatan minimal sekali setahun

#### 5. One-on-one interview atau interview eksklusif dengan nara sumber

One-on-one interview dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi (*insight*) lebih dalam mengenai keadaan perusahaan, kinerja perusahaan (sekali setiap kuartal), mengenai produk, layanan dan program baru yang dimiliki oleh Mobile-8. Kegiatan ini dilakukan sebanyak-banyaknya (minimal 2 kali sebulan)

Bentuk kegiatan misalnya Interview dengan Head of Product untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai Fren, Hepi dan Mobi; Interview dengan Manajemen mengenai hasil kinerja perusahaan; Interview dengan Corporate Secretary untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai update perusahaan di sisi keuangan, ekonomi dan bursa.

#### 5. *Profiling interview with Management* atau Interview profil dengan narasumber perusahaan

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan Manajemen dan personil yang berada di dalam perusahaan. Dengan positioning yang baik terhadap Manajemen dan para pemimpin yang dimiliki oleh Mobile-8 akan membantu pembentukan citra yang positif terhadap perusahaan di mata media dan juga masyarakat.

Dengan pencitraan yang baik dari pemimpin-pemimpin yang dimiliki oleh Mobile-8 akan membantu citra dari perusahaan tersebut. Contohnya seperti pada Microsoft dengan Bill Gates dan Apple dengan figure Steve Jobs yang sangat kuat mengangkat reputasi dari perusahaan tersebut dimata publiknya.

Salah satu Direktur yang dimiliki oleh Mobile-8 merupakan Ketua ATSI (Asosiasi Telepon Seluler Indonesia), yaitu Bapak Merza Fachys. Hal ini menguntungkan Mobile-8 karena dengan figure pemimpin yang dihormati di dalam industri membuat Mobile-8 menjadi salah satu pemain yang cukup disegani di industry walaupun posisinya di industry tidak menempati 3 besar.

Media sering ingin mendapatkan opini dari ketua ATSI mengenai isu di dalam industri telekomunikasi. Di setiap wawancara, Bapak Merza mempunyai kesempatan untuk selalu menyusupkan informasi mengenai PT Mobile-8 Telecom Tbk untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari media atau menjelaskan mengenai suatu topik yang diangkat oleh media. Hal ini sangat menguntungkan sekali bagi perusahaan. Kegiatan ini dilakukan sekali sebulan.

Bentuk kegiatan, misalnya: Interview dengan Manajemen dengan membahas lebih kepada profile dari Manajemen. Visinya sebagai seorang pemimpin, pengalamannya, dan lain-lain. ~ Kolom profile di Bisnis Indonesia, Jakarta Post, Majalah Selular, Majalah Telset, Majalah SWA.

#### 7. Media Seeding

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan *memberikan* informasi kepada media mengenai produk baru dengan cara meminjamkan produk baru tersebut untuk dilakukan review/ pembahasan lebih detail dari produk untuk disuguhkan kepada masyarakat.

Dengan secara langsung menggunakan produk baru tersebut, diharapkan media dapat menyuguhkan informasi bagaimana menggunakan produk dengan baik, keuntungan yang diberikan oleh produk untuk penggunaannya dan media juga dapat memberikan masukan kepada Mobile-8 mengenai hal-hal yang dirasa masih kurang dibandingkan dengan produk pesaing di pasar.

Hal ini sangat baik untuk mengupas tuntas tentang produk Mobile-8. Bahkan media bisa memberikan tips dan trik untuk menggunakan atau memakai produk atau layanan dengan tepat sehingga menguntungkan bagi para pelanggan. Cara berpromosi seperti ini sangat mudah untuk menarik perhatian masyarakat karena lebih dipercaya dibandingkan dengan cara penulisan advertorial mengenai suatu produk. Frekuensi kegiatan sesuai dengan kebutuhan

Bentuk kegiatan, misalnya: Memberikan produk Mobi untuk dibahas lebih lengkap oleh majalah-majalah yang fokus membahas mengenai IT dan telekomunikasi seperti majalah Selular, Tabloid Pulsa, Tabloid SMS, Majalah Telset, Majalah Handphone.

#### 8. Media Visit atau kunjungan ke media

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membina hubungan baik dengan target media dari Mobile-8 dengan mengunjungi kantor media. Manajemen dari PMobile-8 akan berkunjung untuk berkenalan dengan Manajemen dari media. Di aeara ini Mobile-8 akan sharing informasi mengenai update kegiatan perusahaan dan kinerja serta strategi perusahaan. Frekuensi kegiatan sekali setiap kuartal.

Bentuk kegiatan, misalnya Media visit ke Investor Daily, Media Visit ke Bisnis Indonesia

Hal ini sangat bermanfaat sekali bagi perusahaan untuk semakin mempererat hubungan baik antara Manajemen Mobile-8 dengan Manajemen dari media beserta dengan semua tim di media tersebut baik dari wartawan sampai dengan level Redaktur Pelaksana. Baik dengan tim yang khusus untuk menangani kolom yang fokus di telekomunikasi sampai dengan tim yang menangani kolom ekonomi, bisnis dan bursa.

#### 9. Facebook

Saat ini demam Facebook sedang melanda Indonesia. Bahkan Indonesia menempati urutan pertama sebagai pengakses terbanyak media

jejaring sosial ini. Semua wartawan yang berkecimpung dan fokus mengamati dunia telekomunikasi menggunakan jejaring sosial Facebook untuk saling berkomunikasi dengan para petugas Humas dari setiap operator atau vendor telekomunikasi.

Hal ini yang menyadari petugas Humas dari Mobile-8 membuat media Facebook khusus untuk group media yang menjadi target media dari Mobile-8. Kemudian petugas Humas secara rutin menyapa rekan-rekan media melalui Facebook dan memberikan update informasi mengenai setiap aktivitas perusahaan melalui media online tersebut.

Selain itu dengan media ini memungkinkan petugas Humas untuk menjalin komunikasi dua arah dengan para rekan-rekan media bahkan mendapatkan input mengenai produk, layanan dari Mobile-8 dan juga mengenai keadaan industri serta mengenai kompetisi dan pesaing di dalamnya.

#### 10. Internet atau website perusahaan ([www.mobile-8.com](http://www.mobile-8.com))

Media ini merupakan media online yang disediakan untuk pihak eksternal untuk memberikan informasi dan merupakan media untuk lebih mengenal tentang Mobile-8 beserta dengan produk dan layanannya. Media ini bersifat umum menceritakan mengenai *update* produk dan layanan beserta dengan tarif yang ditawarkan kepada pelanggan. Selain itu melalui media online atau internet ini juga disajikan informasi mengenai kinerja keuangan melalui laporan tahunan (annual report), aktivitas perusahaan yang disajikan di dalam media release atau siaran pers dan juga berita-

berita yang menceritakan mengenai aktivitas perusahaan dan juga informasi-informasi yang perlu disampaikan sebagaimana layaknya perusahaan publik. Contoh laporan keuangan setiap kwartal, laporan tahunan, hasil Rapat Umum Pemegang Saham, dan laporan penting lainnya.

Biasanya alamat website resmi dari Mobile-8 akan selalu diberikan di setiap materi komunikasi setiap produk yang akan dipasang di media baik di semua materi untuk kegiatan pemasaran yang bersifat Above The Line (ATL), Below The Line (BTL) dan juga materi komunikasi ke media seperti media release. Hal ini tujuannya agar pihak eksternal dapat dengan mudah mencari informasi yang sifatnya lebih lengkap mengenai produk dan layanan yang dimiliki oleh PT Mobile-8 Telecom Tbk

Biasanya rekan-rekan media akan secara aktif mendapatkan update media release ataupun tarif dari produk-produk baru melalui website Mobile-8.

Sedangkan aktivitas komunikasi internal yang dilakukan oleh humas PT Mobile 8 Telecom. Tbk, adalah sebagai berikut:

#### 1. Intranet (mobile-8@work)

Intranet adalah media online yang disediakan sebagai sarana pemberian informasi kepada karyawan mengenai aktivitas perusahaan, update dari management dan juga media untuk menyampaikan informasi atau masukan dari karyawan kepada manajemen

Intranet akan diupdate setiap ada kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu media intranet juga menyediakan beberapa tools di dalamnya yang memungkinkan karyawan untuk menyampaikan input, saran, maupun complaints kepada manajemen. Tools tersebut yaitu shoutbox online, forum online dan juga tools untuk karyawan yang memungkinkan mereka memberikan komentar untuk setiap aktivitas yang dilakukan atau keputusan manajemen yang diambil.

## 2. In-house magazine

*Internal newsletter* merupakan media newsletter dalam bentuk hard copy yang dibagikan setiap dua bulan sekali untuk memberikan update kepada setiap karyawan mengenai perusahaan, serta aktivitas bisnis, keputusan yang diambil oleh manajemen, kegiatan karyawan di setiap area dimana Mobile-8 berada.

Media internal newsletter ini masih diperlukan disebabkan tidak semua karyawan memiliki akses ke dalam intranet atau lebih banyak berada di luar kantor. Ada dua tipe karyawan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu karyawan Mobile-8 dan karyawan dari perusahaan outsourcing yang bekerja untuk Mobile-8. Dimana mereka juga memerlukan informasi mengenai kegiatan perusahaan dimana karyawan tersebut merupakan ujung tombak yang berhubungan dengan pelanggan. Contohnya: pegawai call center, pegawai Customer Service, pegawai yang melakukan direct selling. Mereka bisa menjadi word of mouth yang baik dengan diperlakukan dengan baik dan diberikan informasi secara berkala.

### 3. Face-to-face Forum atau Forum Tatap Muka

Forum tatap muka dilakukan oleh manajemen sebagai suatu media untuk manajemen mendapatkan feedback serta berdialog secara langsung kepada karyawan. Dengan kepedulian Manajemen berdiskusi langsung dengan karyawan akan menumbuhkan motivasi yang baik untuk karyawan karena karyawan dikutsertakan dan di dengar oleh Manajemen.

Forum tatap muka tidak sepenuhnya selalu berhasil disebabkan culture bangsa Indonesia yang kurang berani untuk seeara langsung mengeluarkan pendapat atau bertanya di depan orang banyak. Strategi yang digunakan untuk melakukan forum ini yaitu dengan suasana informal, tidak menggunakan slide presentasi, fungsi manajemen lebih kepada sebagai pendengar dan aktif untuk memulai dialog serta terbuka untuk masukan.

Bentuk kegiatan, misalnya pada saat Manajemen baru terpilih, dilakukan forum tatap muka untuk memberikan arahan dan strategi perusahaan.

### 4. *Online Forum*

Forum ini disediakan sebagai media bagi karyawan untuk bisa berbagi input, pendapat tentang perusahaan, produk baru dan juga disediakan forum-forum untuk komunitas yang telah terbentuk di dalam perusahaan untuk mereka dapat berbagi informasi sesuai dengan kesamaan atau ketertarikan karyawan akan hal yang sama. Contohnya: Forum untuk



komunitas sepeda, forum untuk komunitas olahraga, komunitas pecinta gadget, dll

Hal ini sangat baik karena dengan forum-forum ini diharapkan keterikatan akan terjalin lebih baik dan kuat di antara sesama karyawan dan menyebabkan karyawan kauh lebih nyaman untuk bkerja di lingkungan kantor. Hal ini merupakan salah satu cara untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman.

#### 5. *Online Shout Box*

Tool komunikasi ini baru saja disediakan untuk karyawan yang dapat ditemukan di dalam intranet. Media ini disediakan sebagai media untuk karyawan memberikan input dan pendapat mengenai hal apapun kepada perusahaan. Dimana informasi atau input yang diberikan oleh karyawan ini dapat dibaca oleh karyawan lain dan juga oleh Manajemen. Media ini dibuat berdasarkan masukan yang diberikan oleh karyawan pada saat dilakukan forum diskusi tatap muka dengan pihak manajemen.

#### 6. *Info Board* atau Papan Pengumuman

*Info board* merupakan media yang tetap digunakan oleh Mobile-8. Media info board diletakkan di tempat yang selalu di lalui oleh karyawan sehingga bisa melihat sekilas informasi mengenai pengumuman atau kegiatan apapun yang hendak disampaikan kepada karyawa.

Agar menarik perhatian karyawan biasanya informasi melalui info board akan ditampilkan dengan lebih banyak gambar atau pemberitaan-pemberitaan yang positif tentang Mobile-8.

#### 7. *Email Broadcast*

Tool ini digunakan untuk memberikan pengumuman kepada karyawan mengenai kebijakan, perubahan struktur organisasi, informasi yang sifatnya urgent dan sangat penting dan dalam waktu yang singkat harus disampaikan kepada karyawan.

Tool ini bisa juga digunakan oleh Direktorat Marketing untuk memberikan update mengenai produk dan aktivitas marketing yang baru sehingga karyawan dapat membantu penyebaran informasi (word of mouth marketing) mengenai produk dan layanan baru tersebut ke orang-orang dekat mereka di luar kantor seperti keluarga, teman dan lain-lain.

#### 8. *Employee Engagement Activities* / Aktivitas Kebersamaan untuk Karyawan

Kegiatan-kegiatan ini dilakukan untuk menciptakan kebersamaan di antara sesama karyawan, meningkatkan rasa memiliki terhadap perusahaan dan menciptakan kondisi bekerja yang menyenangkan untuk karyawan. Biasanya kegiatan-kegiatan yang melibatkan karyawan dan lebih bersifat fun atau bukan bersifat formal.

Bentuk kegiatan, misalnya lomba menghias dan kostum terbaik pada saat acara 17 Agustus-an di kantor, Lomba membuat logo untuk budaya perusahaan yang baru, dan lain-lain.

#### 9. *Online Chatting / town hall online with Management (Town hall online)*

Tool ini merupakan media komunikasi yang baru dimiliki oleh perusahaan. Tujuannya agar karyawan dapat berkomunikasi dengan manajemen dimanapun mereka berada. Karena Mobile-8 mempunyai banyak cabang di luar Jakarta, yaitu di semua kota di Jawa dan Bali, Medan, Lampung, Palembang, Batam, Makassar, Manado dan Banjarmasin.

Tool ini selain membantu mengatasi jarak sekaligus juga membantu para karyawan yang kurang berani untuk melakukan open communications dengan pihak Manajemen.

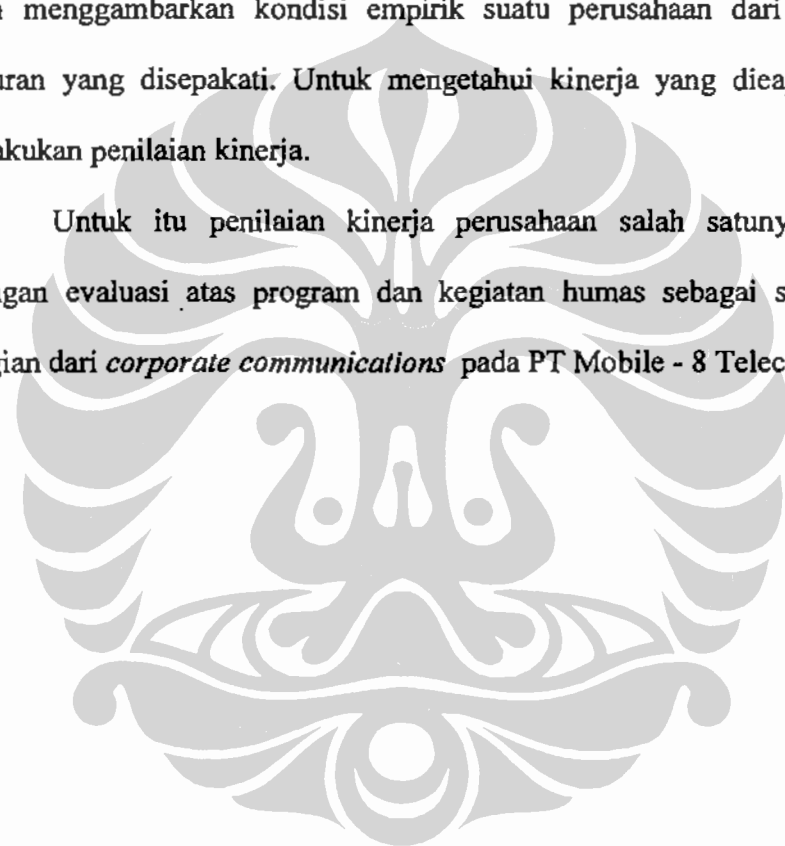
Untuk melakukan townhall online ini, waktunya sudah ditentukan jadi tidak dibuka untuk setiap waktu. Dan untuk setiap region dibuat terpisah agar partisipasi tidak terlalu banyak sekali sehingga sulit untuk karyawan berpartisipasi di dalam acara ini.

Berdasarkan uraian sebagaimana tersebut di atas, maka pada prinsipnya program dan kegiatan humas perusahaan cukup banyak, namun demikian efektivitas program dan kegiatan dapat dikatakan kurang mencapai sasaran, terutama yang berkaitan dengan umpan balik atas pelaksanaan program dan kegiatan tersebut.

Umpan balik atas program dan kegiatan humas memang tidak dapat secara segera berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, sebagaimana diketahui bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan.

Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Untuk itu penilaian kinerja perusahaan salah satunya adalah dengan evaluasi atas program dan kegiatan humas sebagai salah satu bagian dari *corporate communications* pada PT Mobile - 8 Telecom Tbk.



## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Untuk mengukur reputasi dari PT Mobile-8 Telecom Tbk telah dilakukan in depth interview dengan beberapa key informan atau nara sumber yang merupakan stake holders dari perusahaan. Dari hasil in depth interview, penulisan diarahkan pada induksi atau pengaitan dengan hasil-hasil pemaparan dari kerangka konseptual yang dipaparkan di dalam bab-bab sebelumnya. Oleh karena penelitian ini bersifat eksploratif maka pembahasan dilakukan secara konseptual dengan menggunakan berbagai teori yang diambil untuk mengarahkan logika penelitian dan menjadi tolak ukur dari keabsahan penelitian ini.

Reputasi perusahaan sekarang ini sudah dianggap sebagai asset penting bagi suatu organisasi atau perusahaan. Bahkan bermunculan beberapa teori yang mengaitkan reputasi dengan nilai ekonomis perusahaan. Fombrun (2003), mengatakan bahwa reputasi dapat mempengaruhi keputusan konsumen hingga pengamat keuangan, dari media hingga calon pegawai. Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam membangun reputasinya sangat dipengaruhi oleh program-program komunikasi yang dilakukan terhadap publiknya (Fombrun and Van D Riel: 2003). Mengingat pentingnya reputasi maka setiap organisasi atau perusahaan harus memiliki strategi komunikasi yang tepat, efektif dan efisien.

Berbagai macam teori bermunculan untuk mengukur reputasi dari suatu organisasi atau perusahaan. Salah satu ilmuwan dan pakar komunikasi yang

mengelaurkan suatu metode pengukuran reputasi melalui metode penelitian kualitatif adalah Broomley.

Broomley (1993) menyebutkan bahwa pendekatan kuantitatif tidaklah tepat untuk mengetahui mengenai reputasi dan membuat penelitian menjadi terlalu kaku dan sempit. Penyebab naik dan turunnya reputasi, menurutnya, tidak dapat dipersempit menjadi kategori-kategori tertentu melalui metode survey dengan sistem pertanyaan yang bersifat *close-ended*. Apabila hal ini diterapkan maka hasil akan menjadi tidak akurat karena responden akan berusaha untuk menyesuaikan atau seakan-akan responden diarahkan untuk menjawab dengan mengarahkan terhadap kategori yang ada atau yang telah disediakan.

Broomley berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif lebih tepat untuk mengetahui reputasi suatu organisasi atau perusahaan. Menurutnya, hal ini disebabkan karena reputasi terbentuk secara kognitif, sehingga pembentukannya seringkali berdasarkan pengalaman langsung oleh publiknya, atau dalam istilahnya disebut *primary reputation*. Oleh karena itu melalui metode penelitian kualitatif publik yang diwakili oleh responden akan lebih leluasa untuk mengekspresikan pendapatnya. Di tahap berikutnya setelah pengumpulan data dari key informan atau narasumber kemudian dilakukan penyusunan kategori.

Hal ini pernah dibuktikan oleh Broomley melalui penelitian kualitatif, dimana para responden diminta untuk menulis secara bebas pendapat mereka mengenai suatu organisasi. Dari hasil jawaban responden tersebut dapat terbentuk pengkategorian yang diambil dari keterkaitan dari setiap jawaban atau makna dari jawaban yang diberikan oleh responden tersebut. Menurutnya dalam penelitiannya tersebut hampir semua jawaban dapat masuk dalam kategori-kategori tertentu,

hanya sebagian kecil saja yang tidak dapat di masukan ke dalam kategori manapun.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Broomley, maka penulis juga menerapkan penelitian ini dengan metode kualitatif dengan pengkategorian dilakukan setelah melakukan in dept interview dengan key informan atau responden.

Dari penelitian ini, penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Penerapan strategi humas yang dapat memelihara atau meningkatkan reputasi perusahaan hanya dapat terlaksana dengan baik apabila pelaksanaan program dan kegiatan kehumasan memperhatikan dua aspek, yaitu pertama: kemampuan dan kemauan untuk mendengarkan kehendak stakeholder perusahaan, dan kedua: peningkatan peran humas di dalam perusahaan terutama di dalam rancangan dan pembentukan keputusan perusahaan sehingga humas dapat memberikan masukan berdasarkan sudut pandang stake holder dari perusahaan. Hal ini akan membantu humas untuk menjalankan perannya dengan jauh lebih baik untuk membentuk strategi komunikasi yang tepat kepada setiap stakeholder dari perusahaan.
  
- b. Strategi yang dibuat oleh humas kurang dirasakan efektif karena kurangnya dukungan dari perusahaan untuk melibatkan humas di dalam fungsi manajemen dari perusahaan. Sehingga suara atau masukan dari publik perusahaan tidak tersampaikan dengan baik pada saat fungsi manajemen dilakukan.

- c. Beberapa kegiatan yang dilaksanakan oleh humas merupakan kegiatan yang baru diterapkan di dalam perusahaan sehingga belum berjalan dengan optimal contohnya online shout box yang merupakan media untuk mendapatkan masukan dari karyawan atau publik internal, facebook untuk media untuk mendapatkan feedbaek seeara langsung dari media mengenai aktivitas yang dilakukan oleh Mobile-8 baik mengenai produk dan layanan dan
- d. Strategi yang dilakukan oleh humas PT Mobile 8 Telecom Tbk yang berhubungan dengan pemeliharaan dan peningkatan reputasi perusahaan belum terlaksana secara efektif. Hal ini menyebabkan banyaknya program dan kegiatan yang dilakukan oleh humas perusahaan belum dibarengi dengan umpan balik dari data dan informasi yang diperoleh humas dalam pelaksanaan program dan kegiatan dalam kerangka pengambilan kebijakan perusahaan secara khusus, sehingga strategi humas yang dilakukan demi pemeliharaan atau peningkatan reputasi perusahaan belum dirasakan manfaatnya secara optimal dalam penilaian kinerja perusahaan.

## 5.2. Saran

1. Perlu dilakukan upaya peningkatan peran dan fungsi humas pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk, terutama pada aspek keterlibatan humas dalam perancangan dan pembentukan suatu keputusan dari perusahaan sehingga peran humas sebagai penyedia informasi dan penyusun strategi

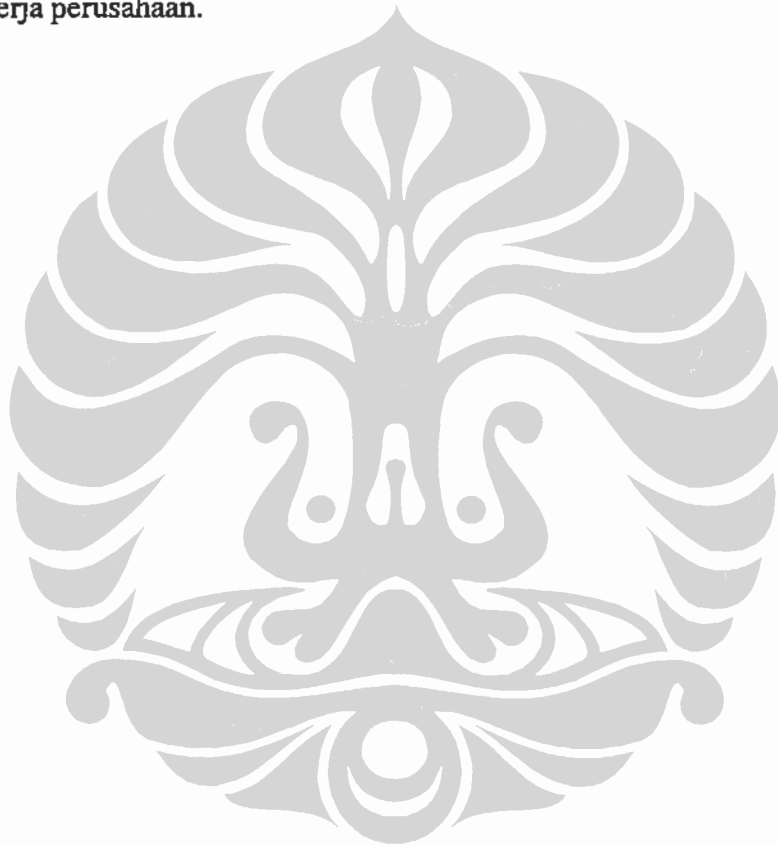


komunikasi yang tepat untuk pembentukan citra yang positif dari perusahaan melalui pemberian informasi kepada stake holder dari perusahaan dengan baik. Selain itu humas juga dapat ikut berperan untuk mendukung perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui strategi komunikasi yang tepat dan terencana dengan baik.

2. Perlu ditingkatkan lagi integrasi dari tiap unit kerja sehingga pelaksanaan kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan lebih efisien dan bila menemui permasalahan atau pihak humas mengidentifikasi ada permasalahan yang harus diselesaikan di dalam perusahaan maka pihak humas dapat bekerjasama dengan level manajerial dari unit kerja lain untuk membantu mencari solusi dan mengusulkannya kepada pihak manajemen.
3. Dalam menyusun strategi komunikasi diperlukan masukan yang tepat dari publik perusahaan yang terkait sehingga strategi komunikasi dapat berjalan dengan lebih baik dan efisien
4. Fungsi humas dalam PT Mobile-8 Telecom Tbk harus mendapatkan dukungan dari pihak manajemen untuk membantu Direksi dalam menjalankan fungsi manajemen dari perusahaan.
5. Pentingnya mendengarkan masukan dari publik perusahaan yang terkait dalam pembentukan keputusan sehingga mencegah terjadinya kesalahan

dalam pengambilan keputusan atau ketidakberpihakan publik dari perusahaan terhadap keputusan yang dibuat.

6. Hasil kerja dari humas sebagai pelaksanaan program dan kegiatan agar lebih menjadi bahan masukan dalam kerangka pemeliharaan atau peningkatan reputasi perusahaan yang pada akhirnya dapat membantu kinerja perusahaan.



## DAFTAR REFERENSI

## 1. Buku

- Alessandri, Sue Wescott. (2001). *Projecting and Protecting Corporate Identity on The Web : An Exploration of Companies of Varying Size*. Paper presented at the annual conference of The American Communication Association, Boone, NC.
- Argenti, Paul A. (1998). *Corporate Communication* (2 nd ed). Singapore : Irwin McGraw Hill.
- Barney, J.B. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 1991
- Bowman, P and Ellis, N (1969) *Manual of Public Relations*, Heinemann, London
- Broomley, Helen Frank. (1992) *Associations Gain Prestige and Visibility by Serving as Expert Resources for Media*, *Public Relations Journal* 48, No.13
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya : Airlangga University Press
- Carter, David E. (1991). *Designing Corporate Identity Programs For Small Corporation*. New York : Art Direction Book.

Charles J. Fombrun (1996), *"Reputation: Realizing Value from the Corporate Image"*. Prentice Hall, Great Britain.

Ghozali, Dodi M. (2005). *Communication Measurement : Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relations* . Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Grunig, L A and Hunt, T.T, (1984) *Managing Public Relations*, CBS College Publishing, N.Y.

Iriantara, Yosol, (2004), *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Jefkins, Frank. (1994). *Public Relations untuk Bisnis*, Jakarta : Lembaga PPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Riel, Van (1996), *Principles of Corporate Communications*.

Ritonga, M. Jamaluddin, (2004), *Riset Kehumasan*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia

Rumanti, Maria Assumpta. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik* Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ruslan, Rosadi. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* Jakarta : PT. Raya Grafindo Persada.

Sabarguna, H. Boy S, (2006), *Analisa Data Pada Penelitian Kualitatif*, Jakarta:  
UI Press

Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta : PT.  
Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, Masri., Effendi Sofian. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta:  
PT. Pustaka LP3ES Indonesia.

Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.

## 2. Jurnal

Broom, G M and Dozier, D M (1986) Advancement for public relations role models, *Public Relations Review*, vol 12 37-56

Fombrun, C. and Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33 (2)

Grunig, L A (1992) Strategic public relations constituencies on a global scale, *Public Relations Review*, vol. 18.

Pavlik, J V (1996) Review of Corporate Public Relations, *Public Relations Review*, vol. 22.

Sjovall, A. & Talk, A. (2004). From Actions to Impressions: Cognitive Attribution Theory and the Formation of Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 7(3).

Weigelt, K. & Camerer, C. Reputation and corporate strategy: A review of recent research and application. *Strategic Management Journal*, 1988

Weigelt, K. and Camerer, C. (1988). Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. *Strategic Management Journal*, 9 (5).

### 3. Internet

<http://www.bsmg.com/hot/reput.htm>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2009

<http://www.innovationjournalism.org/ij4/presentations/vilmaluoma-aho.pdf>.

Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://www.jmadesign.com/jma/CorpID.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://anale.steconomice.evonet.ro/arhiva/2007/economics-and-business-administration/82.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://yordam.manas.kg/ekitap/pdf/Manasdergi/sbd/sbd14/sbd-14-19.pdf>,  
"Corporate Communication Forms and Interaction Process". Diakses pada tanggal 7 Januari 2009

<http://www.coba.usf.edu/barnett/CRR%20Proceedings%202004.pdf>. Diakses pada tanggal 7 Januari 2009

<http://www.coba.usf.edu/barnett/CRR%20Proceedings%202004.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://online.glos.ac.uk/eaercd/paper15.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

[http://mpira.ub.uni-muenchen.de/6777/1/Jurnal\\_UI.pdf](http://mpira.ub.uni-muenchen.de/6777/1/Jurnal_UI.pdf). Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

[http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2002\\_AssessingRelations.pdf](http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2002_AssessingRelations.pdf). Diakses pada tanggal 7 Januari 2009

[http://www.publirelations.org.tw/%5Cpr\\_system/file/Excellence\\_for\\_Taipei\\_2006.ppt](http://www.publirelations.org.tw/%5Cpr_system/file/Excellence_for_Taipei_2006.ppt). Diakses pada tanggal 7 Januari 2009

[http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2001\\_PA\\_Research.pdf](http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2001_PA_Research.pdf). Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

[http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2002\\_MeasuringPrograms\\_1.pdf](http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2002_MeasuringPrograms_1.pdf). Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://www.themeasurementstandard.com/issues/605/IPRRC8Proceedings.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

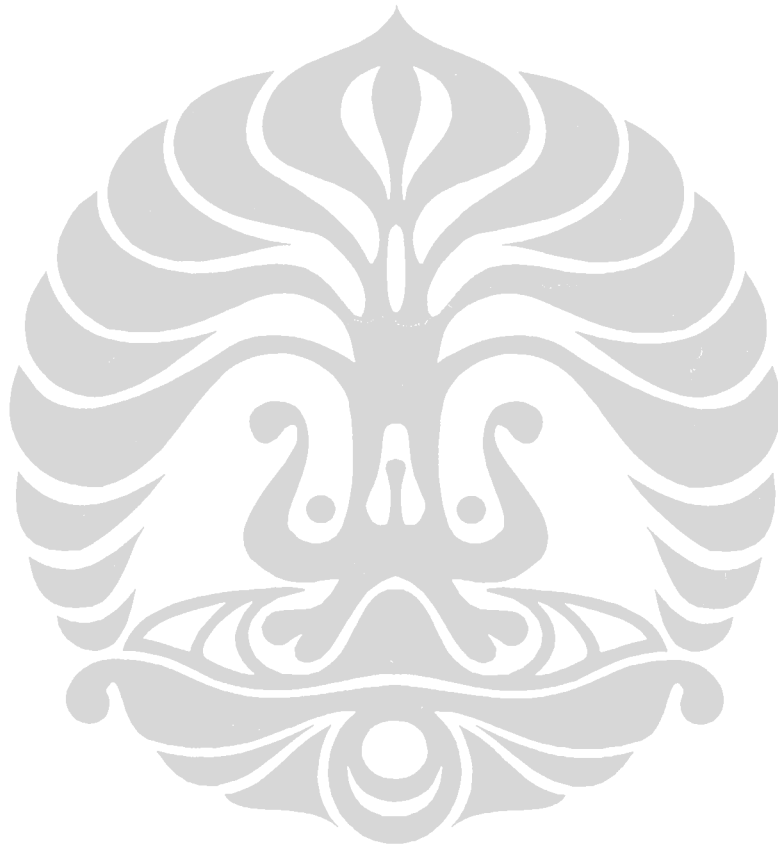
[http://www.instituteforpr.com/pr\\_and\\_management.p.html](http://www.instituteforpr.com/pr_and_management.p.html). Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://www.instituteforpr.com/relationships.p.html>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2003/0121/prom1.html>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2009

<http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/1859/4/Is+Corporate+Communications+A+Strategic+Function.pdf>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2009

<http://www.shandwick.com/rm.1-2.html>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2009





**PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk DAN ANAK  
PERUSAHAAN/  
*PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk AND ITS SUBSIDIARY***

**LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASI/  
*CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS***

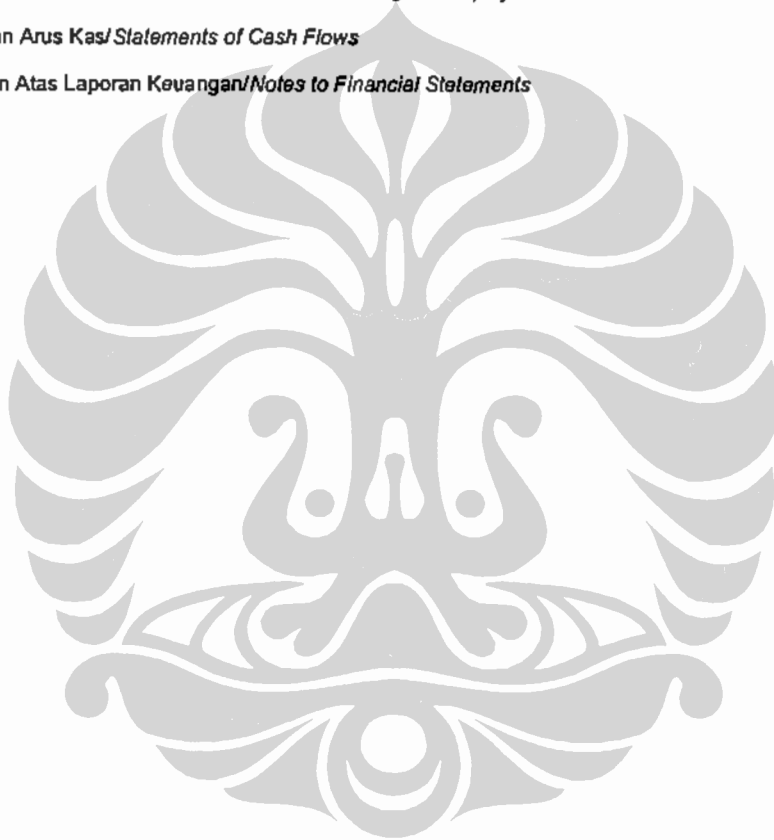
**UNTUK PERIODE TIGA BULAN YANG BERAKHIR  
31 MARET 2009 DAN 2008 (TIDAK DIAUDIT)/  
*FOR THE THREE MONTH PERIODS ENDED MARCH 31, 2009 AND 2008  
(UNAUDITED)***



**SURAT PERNYATAAN DIREKSI/DIRECTORS' STATEMENT LETTER**

**LAPORAN KEUANGAN – Pada tanggal 31 Maret 2008 dan 2007 serta untuk periode tiga bulan yang berakhir pada tanggal tersebut/  
FINANCIAL STATEMENTS – As of March 31, 2009 and 2008 and for the periods then ended**

<b>Neraca/Balance Sheets</b>	<b>1</b>
<b>Laporan Laba Rugi/Statements of Operations</b>	<b>3</b>
<b>Laporan Perubahan Ekuitas/Statements of Changes in Equity</b>	<b>4</b>
<b>Laporan Arus Kas/Statements of Cash Flows</b>	<b>5</b>
<b>Catatan Atas Laporan Keuangan/Notes to Financial Statements</b>	<b>6</b>



SURAT PERNYATAAN DIREKSI  
TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN  
KEUANGAN KONSOLIDASI UNTUK PERIODE TIGA  
BULAN YANG BERAKHIR 31. MARET 2009 DAN 2008  
(TIDAK DIAUDIT)

*DIRECTORS' STATEMENT LETTER  
RELATING TO THE RESPONSIBILITY ON THE  
CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS FOR  
THE THREE MONTHS PERIODS ENDED MARCH  
31, 2009 AND 2008 (UNAUDITED)*

PT. Mobile-8 Telecom Tbk dan anak perusahaan

*PT. Mobile-8 Telecom Tbk and its subsidiary*

Kami yang bertanda tangan dibawah ini/*We the undersigned:*


- |  |   |  |
|--|---|--|
| 1. Nama/ <i>Name</i>   | : | Wityasmoro Sih Handayanto  |
| Alamat kantor/ <i>Office address</i>                                     | : | Menara Kebon Sirih Lt. 18-19, Jl. Kebon Sirih Kav. 17-19, Jakarta Pusat 10340                        |
| Alamat domisili sesuai KTP atau/<br><i>Domicile as stated in ID Card</i> | : | Komp. MABAD 124 K-149 RT 005 RW 005<br>Kelurahan Rempoa, Ciputat Timur, Tangerang                    |
| Nomor Telepon/ <i>Phone Number</i>                                       | : | 021-3920218  |
| Jabatan/ <i>Position</i>   | : | Presiden Direktur/ <i>President Director</i>   |
| 2. Nama/ <i>Name</i>   | : | Anthony Chandra Kartawiria   |
| Alamat kantor/ <i>Office address</i>                                     | : | Menara Kebon Sirih Lt. 18-19, Jl. Kebon Sirih Kav. 17-19, Jakarta Pusat 10340                        |
| Alamat domisili sesuai KTP atau/<br><i>Domicile as stated in ID Card</i> | : | Jl. Bangka VII No. 20, RT 009 RW 011<br>Kelurahan Pela Mampang, Mampang Prapatan,<br>Jakarta Selatan |
| Nomor Telepon/ <i>Phone Number</i>                                       | : | 021-3920218  |
| Jabatan/ <i>Position</i>   | : | Direktur Keuangan/ <i>Finance Director</i>   |

Menyatakan bahwa/*state that:*

- |   |  |
|---|--|
| 1. Kami bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan konsolidasi;   | 1. <i>We are responsible for the preparation and presentation of the consolidated financial statements;</i>  |
| 2. Laporan keuangan konsolidasi telah disusun dan disajikan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum;  | 2. <i>The consolidated financial statements have been prepared and presented in accordance with generally accepted accounting principles;</i>            |
| 3. a. Semua informasi dalam laporan keuangan konsolidasi telah dimuat secara lengkap dan benar;   | 3. a. <i>All information contained in the consolidated financial statements is complete and correct;</i>   |
| b. Laporan keuangan konsolidasi tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar, dan tidak menghilangkan informasi atau fakta material; | b. <i>The consolidated financial statements do not contain misleading material information or facts, and do not omit material information and facts;</i> |
| 4. Kami bertanggung jawab atas sistem pengendalian intern dalam Perusahaan dan anak perusahaan.   | 4. <i>We are responsible for the Company and its subsidiary internal control system.</i>   |

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

*This statement letter is made truthfully.*

Jakarta, 29 April/April 29, 2009  
  
Wityasmoro Sih Handayanto  
Direktur Utama/*President Director*  
Anthony Chandra Kartawiria  
Direktur Keuangan/*Finance Director*

ERLYS KARTININGSIH  
Nippon 970 327 181



	2009 Rp	Catatan/ Notes	2008 Rp	
<b>ASET</b>				<b>ASSETS</b>
<b>ASET LANCAR</b>				<b>CURRENT ASSETS</b>
Kas dan setara kas	12.298.005.294	3f,4	637.866.901.839	Cash and cash equivalents
Bank yang dibatasi penggunaannya	-	5	29.245.541	Restricted cash in bank
Investasi jangka pendek	259.182.458.577	3g,6	199.664.380.049	Short-term investments
Piutang usaha		3h,7,50		Trade accounts receivable
Pihak hubungan istimewa	2.866.591.803	3d,43	2.964.285.014	Related parties
Pihak ketiga - setelah dikurangi penyisihan piutang ragu-ragu sebesar Rp10.577.917.983 tahun 2009 dan Rp 4.285.610.700 tahun 2008	13.355.051.262		13.500.087.723	Third parties - net of allowance for doubtful accounts of Rp10,577,917,983 in 2009 and Rp 4,285,610,700 in 2008
Piutang lain-lain	1.477.407.040	8,50	35.091.895.181	Other accounts receivable
Persediaan - setelah dikurangi penyisihan penurunan nilai persediaan sebesar Rp3.168.744.260 tahun 2009 dan 2008	55.813.731.009	3i,9	174.227.580.481	Inventories - net of allowance for decline in value of Rp3,168,744,260 in 2009 and 2008
Pajak dibayar dimuka	89.358.804.398	3j,10,38	117.873.508.482	Prepaid taxes
Biaya dibayar dimuka	178.887.508.121	3j,11	109.981.789.789	Prepaid expenses
Aset lancar lainnya	73.759.071.125	12,50	11.533.648.262	Other current assets
<b>Jumlah Aset Lancar</b>	<b>684.570.828.834</b>		<b>1.301.733.320.342</b>	<b>Total Current Assets</b>
<b>ASET TIDAK LANCAR</b>				<b>NONCURRENT ASSETS</b>
Aset pajak tangguhan - bersih	304.888.510.133	3s,38	144.758.085.809	Deferred tax assets - net
Aset tetap - setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp1.236.488.919.494 tahun 2009 dan Rp 1.483.387.724.564 tahun 2008	3.588.868.982.434	3k,3n,13	2.950.474.873.769	Property and equipment - net of accumulated depreciation of Rp1,236,488,919,494 in 2009 and Rp 1,483,387,724,564 in 2008
Goodwill - bersih	175.501.384.458	3l,14	186.853.342.761	Goodwill - net
Beban tangguhan - bersih	5.529.401.527	3m,15	59.088.145.996	Deferred charges - net
Aset tidak lancar lainnya	10.885.720.430	18	14.382.523.435	Other noncurrent assets
<b>Jumlah Aset Tidak Lancar</b>	<b>4.088.661.978.960</b>		<b>3.355.654.771.772</b>	<b>Total Noncurrent Assets</b>
<b>JUMLAH ASET</b>	<b>4.771.432.807.814</b>		<b>4.657.388.092.114</b>	<b>TOTAL ASSETS</b>

Lihat catatan atas laporan keuangan konsolidasi yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasi.

See accompanying notes to consolidated financial statements which are an integral part of the consolidated financial statements.

	2009 Rp	Catatan/ Notes	2008 Rp	
<b>KEWAJIBAN DAN EKUITAS</b>				<b>LIABILITIES AND EQUITY</b>
<b>KEWAJIBAN LANCAR</b>				<b>CURRENT LIABILITIES</b>
Hutang usaha		17,50		Trade accounts payable
Pihak hubungan istimewa	6.455.960.851	3d,43	4.590.158.584	Related parties
Pihak ketiga	631.802.870.433		153.623.530.198	Third parties
Hutang lain-lain	24.208.304.595	18,50	10.716.748.060	Other accounts payable
Hutang pajak	37.228.424.243	3a,19	4.848.310.218	Taxes payable
Biaya masih harus dibayar	401.412.897.771	20,43,45,50	78.918.500.413	Accrued expenses
Pendapatan diterima dimuka	24.184.628.938	3r,21	28.151.389.584	Unearned revenue
Uang jaminan pelangan	26.684.751.140	22	13.459.389.380	Deposits from customers
Hutang sewa pembiayaan jangka panjang yang jatuh tempo dalam satu tahun	70.887.514.481	3n,26,50	41.873.859.375	Current maturity of long-term finance lease liabilities
<b>Jumlah Kewajiban Lancar</b>	<b>1.224.865.153.432</b>		<b>336.079.663.813</b>	<b>Total Current Liabilities</b>
<b>KEWAJIBAN TIDAK LANCAR</b>				<b>NONCURRENT LIABILITIES</b>
Hutang kepada pihak hubungan istimewa	3.758.473.549	3d,23,43,50	21.268.079.275	Accounts payable to related parties
Hutang sewa pembiayaan - setelah dikurangi bagian yang jatuh tempo dalam satu tahun	1.155.821.091.905	3n,26	939.083.427.343	Long-term finance lease liabilities - net of current maturity
Hutang obligasi	1.787.868.880.800	3o,25	1.552.855.393.044	Bonds payable
Kewajiban imbalan pasca kerja	42.438.713.500	3q,39	34.417.460.000	Post-employment benefits obligation
<b>Jumlah Kewajiban Tidak Lancar</b>	<b>2.998.888.158.854</b>		<b>2.547.422.359.582</b>	<b>Total Noncurrent Liabilities</b>
<b>EKUITAS</b>				<b>EQUITY</b>
Modal saham - nilai nominal Rp 100 per saham				Capital stock - Rp 100 par value per share
Modal dasar - 60.000.000.000 saham				Authorized - 60,000,000,000 shares
Modal ditempatkan dan disetor - 20.235.872.427 saham tahun 2008 dan 2007	2.023.587.242.700	28	2.023.587.242.700	Issued and paid-up - 20,235,872,427 shares in 2008 and 2007
Tambahan modal disetor	633.133.582.379	3p,29	533.133.582.379	Additional paid-up capital
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendal	42.245.424.126	30	42.245.424.126	Difference in value of restructuring transaction among entities under common control
Saldo laba (defisit)				Retained earnings (deficit)
Ditentukan penggunaannya	100.000.000		100.000.000	Appropriated
Tidak ditentukan penggunaannya	(2.052.384.864.877)		(825.180.190.566)	Unappropriated
<b>Jumlah Ekuitas</b>	<b>548.681.294.328</b>		<b>1.773.868.088.839</b>	<b>Total Equity</b>
<b>JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS</b>	<b>4.771.432.607.814</b>		<b>4.857.388.092.114</b>	<b>TOTAL LIABILITIES AND EQUITY</b>

Lihat catatan atas laporan keuangan konsolidasi yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasi.

See accompanying notes to consolidated financial statements which are an integral part of the consolidated financial statements.

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk DAN ANAK PERUSAHAAN  
LAPORAN LABA RUGI KONSOLIDASI  
UNTUK PERIODE TIGA BULAN  
YANG BERAKHIR 31 MARET 2009 DAN 2008 (TIDAK DIAUDIT)

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk AND ITS SUBSIDIARY  
CONSOLIDATED STATEMENTS OF INCOME  
FOR THE THREE-MONTH PERIODS  
ENDED MARCH 31, 2009 AND 2008 (UNAUDITED)

	2009 Rp	Catatan/ Notes	2008 Rp	
<b>PENDAPATAN USAHA</b>		3r,31		<b>OPERATING REVENUES</b>
Jasa telekomunikasi	118.052.448.445		234.024.071.344	Telecommunication services
Jasa interkoneksi	19.579.722.479		31.164.039.818	Interconnection services
Jumlah pendapatan	135.632.170.924		265.188.110.162	Total revenues
Beban interkoneksi dan potongan harga	(42.013.607.281)		(55.045.747.000)	Interconnection charges and discount
<b>Pendapatan Usaha - Bersih</b>	<b>93.618.563.683</b>		<b>210.142.363.162</b>	<b>Operating Revenues - Net</b>
<b>BEBAN USAHA</b>		3r		<b>OPERATING EXPENSES</b>
Penyusutan dan amortisasi	78.328.314.405	3k,13,15,32	70.700.773.709	Depreciation and amortization
Operasi, pemeliharaan dan jasa telekomunikasi	85.393.540.644	33	53.764.413.905	Operations, maintenance and telecommunication services
Penjualan dan pemasaran	36.830.534.538	34	31.285.388.038	Sales and marketing
Karyawan	37.064.749.945	35,39	38.195.325.180	Personnel
Umum dan administrasi	13.800.691.754	36, 50	15.414.100.237	General and administration
<b>Jumlah Beban Usaha</b>	<b>261.516.031.484</b>		<b>207.359.999.087</b>	<b>Total Operating Expenses</b>
<b>LABA (RUGI) USAHA</b>	<b>(167.897.467.821)</b>		<b>2.782.364.095</b>	<b>OPERATING INCOME (LOSS)</b>
<b>PENGHASILAN (BEBAN) LAIN-LAIN</b>				<b>OTHER INCOME (CHARGES)</b>
Penghasilan Investasi	5.366.150.124	8	7.882.884.420	Investment income
Penghasilan bunga	91.914.214	4	4.806.308.120	Interest income
Keuntungan (kerugian) kurs mata uang asing - bersih	(97.437.605.968)	3c	7.797.704.439	Gain (loss) on foreign exchange - net
Keuntungan penjualan dan penghapusan aset tetap	2.391.667.924	3k,13	205.689.528	Gain on sale and disposal of property and equipment
Amortisasi goodwill - bersih	(2.882.989.530)	31,14	(2.882.989.530)	Amortization of goodwill - net
Beban bunga dan keuangan	(115.083.773.701)	37	(84.823.814.914)	Interest expenses and financial charges
Keuntungan perubahan nilai wajar instrumen keuangan derivatif	145.101.088.165	48	27.852.247.488	Gain on change in fair value of derivative financial instrument
Lain-lain - bersih	(10.202.788.167)	45a, 50	4.897.582.092	Others - net
<b>Beban Lain-lain - Bersih</b>	<b>(72.858.310.939)</b>		<b>(34.844.490.359)</b>	<b>Other Charges - Net</b>
<b>RUGI SEBELUM PAJAK</b>	<b>(240.553.778.760)</b>		<b>(32.062.126.283)</b>	<b>LOSS BEFORE TAX</b>
<b>MANFAAT (BEBAN) PAJAK</b>		3a		<b>TAX BENEFIT (EXPENSE)</b>
Pajak kini	(380.683.931)		-	Current tax
Pajak tangguhan	60.277.505.385	38	9.781.958.249	Deferred tax
Jumlah	59.816.641.434		8.781.958.248	Total
<b>RUGI BERSIH</b>	<b>(180.638.937.326)</b>		<b>(22.300.167.014)</b>	<b>NET LOSS</b>
<b>RUGI PER SAHAM DASAR</b>	<b>(9,16)</b>	31,41	<b>(1,10)</b>	<b>BASIC LOSS PER SHARE</b>

Lihat catatan atas laporan keuangan konsolidasi yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasi.

See accompanying notes to consolidated financial statements which are an integral part of the consolidated financial statements.

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk DAN ANAK PERUSAHAAN  
 LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS KONSOLIDASI  
 UNTUK PERIODE TIGA BULAN YANG BERAKHIR 31 MARET 2008 DAN 2007 (TIDAK DIAUDIT) FOR THE THREE-MONTH PERIODS ENDED MARCH 31, 2008 AND 2007 (UNAUDITED)

Catatan/ Notes	Modal Diletor/ Paid-up Capital Rp	Tambahannya Modal Diletor/ Additional paid-up capital Rp	Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Bepengondali/ Difference in Value of Restructuring Transactions Among Entities under Common Control Rp	Saldo Laba (Defisit)/Relahod Emingns (Deficit) Rp		Jumlah Ekuitas/ Total Equity Rp
				Penggunaananyal/ Appropriated Rp	Dituntukan Tidak Dientukan Penggunaananyal/ Unappropriated Rp	
Saldo per 1 Januari 2008	2.023.587.242.700	533.133.592.378	42.245.424.126	100.000.000	(802.890.023.552)	1.796.189.235.653
Rugi bersih periode berjalan	-	-	-	-	(22.300.187.014)	(22.300.187.014)
Saldo per 31 Maret 2008	2.023.587.242.700	533.133.592.378	42.245.424.126	100.000.000	(825.180.190.566)	1.773.888.068.639
Saldo per 1 Januari 2009	2.023.587.242.700	533.133.592.378	42.245.424.126	100.000.000	(1.871.748.027.551)	727.318.231.654
Rugi bersih periode berjalan	-	-	-	-	(180.838.837.326)	(180.838.837.326)
Saldo per 31 Maret 2009	2.023.587.242.700	533.133.592.378	42.245.424.126	100.000.000	(2.052.586.864.877)	546.681.294.328

Uhat catatan atau laporan keuangan konsolidasi yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasi.

See accompanying notes to consolidated financial statements which are an integral part of the consolidated financial statements.

	2009 Rp	2008 Rp	
<b>ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI</b>			<b>CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES</b>
Penerimaan kas dari pelanggan	157.985.562.244	189.273.073.961	Cash receipts from customers
Pembayaran kas kepada pemasok dan karyawan	(172.305.239.174)	(129.615.409.177)	Cash paid to suppliers and employees
Kas diperoleh dari (digunakan untuk) operasi	(14.319.676.930)	59.657.664.784	Cash generated from (used in) operations
Penerimaan restitusi pajak	2.137.035.481	-	Cash receipts from tax refund
Penerimaan bunga	939.875.307	5.257.942.410	Interest received
Pembayaran pajak penghasilan	(7.594.527)	(1.971.232.071)	Income tax paid
Pembayaran beban bunga dan keuangan	(5.001.816.375)	(126.205.519.950)	Interest expenses and financial charges paid
<b>Kas Bersih Digunakan Untuk Aktivitas Operasi</b>	<b>(16.252.177.044)</b>	<b>(63.261.138.827)</b>	<b>Net Cash Used in Operating Activities</b>
<b>ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI</b>			<b>NET CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES</b>
Pencairan investasi jangka pendek	34.331.190.097	525.958.234.781	Redemption from short-term investment
Hasil bersih penjualan aset tetap	3.363.377.885	288.734.999	Net proceeds from sale of property and equipment
Penurunan bank yang dibatasi penggunaannya	-	20.940.178.446	Decrease in restricted cash in bank
Penempatan investasi jangka pendek	-	(528.061.001.955)	Placement in short-term investment
Pembayaran uang jaminan	16.970.341.797	(3.243.344.824)	Payment for refundable deposits
Pembayaran pajak pertambahan nilai barang modal	(2.856.597.833)	(6.519.496.956)	Payment of value added tax for capital expenditures
Perolehan aset tetap	(42.644.165.558)	(154.990.637.190)	Acquisitions of property and equipment
<b>Kas Bersih Diperoleh Dari (Digunakan Untuk) Aktivitas Investasi</b>	<b>9.064.146.188</b>	<b>(145.727.332.699)</b>	<b>Net Cash Provided by (Used in) Investing Activities</b>
<b>ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN</b>			<b>CASH FLOWS FROM FINANCING ACTIVITIES</b>
Penerimaan hutang kepada pihak hubungan istimewa - bersih	(3.419.328.353)	3.505.122.221	Proceeds of accounts payable to related parties - net
Pembayaran atas hutang sewa pembiayaan	(1.048.301.263)	(9.218.348.781)	Payment of financial lease
<b>Kas Bersih Diperoleh Dari (Digunakan Untuk) Aktivitas Pendanaan</b>	<b>(4.467.629.628)</b>	<b>(5.713.226.560)</b>	<b>Net Cash Provided by (Used in) Financing Activities</b>
<b>PENURUNAN BERSIH KAS DAN SETARA KAS</b>	<b>(11.655.660.462)</b>	<b>(214.701.696.088)</b>	<b>NET DECREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS</b>
<b>KAS DAN SETARA KAS AWAL PERIODE</b>	<b>23.734.079.923</b>	<b>852.668.943.331</b>	<b>CASH AND CASH EQUIVALENTS AT BEGINNING OF PERIOD</b>
Pengaruh perubahan kurs mata uang asing	219.585.653	(100.343.406)	Effect of foreign exchange rate changes
<b>KAS DAN SETARA KAS AKHIR PERIODE</b>	<b>12.298.005.294</b>	<b>637.666.801.639</b>	<b>CASH AND CASH EQUIVALENTS AT END OF PERIOD</b>
<b>PENGUNGKAPAN TAMBAHAN</b>			<b>SUPPLEMENTAL DISCLOSURES</b>
Aktivitas investasi dan pendanaan yang tidak mempengaruhi kas:			Noncash investing and financing activities:
Penambahan nilai aset bersih investasi jangka pendek	34.264.774.525	8.060.379.957	Increase in net asset value of short-term investment
Penambahan aset tetap dengan hutang usaha	12.296.355.095	-	Increase in property and equipment through accounts payable
Penambahan aset tetap melalui hutang sewa pembiayaan	-	184.163.145.684	Increase in property and equipment through finance lease obligation
Penambahan piutang lain-lain melalui perubahan nilai wajar instrumen keuangan derivatif	-	23.556.600.134	Increase in other receivables through change in fair value of derivative financial instrument
Penambahan aset tetap melalui kapitalisasi biaya pinjaman	-	14.847.027.610	Increase in property and equipment through capitalization of borrowing cost
Penambahan aset tetap melalui kapitalisasi selisih kurs	-	(1.043.265.858)	Increase in property and equipment through capitalization of foreign exchange difference

Lihat catatan atas laporan keuangan konsolidasi yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasi.

See accompanying notes to consolidated financial statements which are an integral part of the consolidated financial statements.



## 1. UMUM

### a. Pendirian dan Informasi Umum

PT Mobile-8 Telecom Tbk ("Perusahaan") didirikan berdasarkan akta No. 11 tanggal 2 Desember 2002 dari Imas Fatimah, S.H., notaris di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Kaputusnya No. C-24156.HT.01.01.TH.2002 tanggal 16 Desember 2002, yang dimuat dalam Tambahan No. 1772, Berita Negara Republik Indonesia No. 18 tanggal 3 Maret 2003. Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan sehubungan dengan penerbitan 607.466.700 saham baru Perusahaan dilakukan dengan akta No.181 tanggal 15 Agustus 2007 dari Aulia Taufani, S.H., pengganti Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta. Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusannya No. W7.HT.01.10.12408 tanggal 5 September 2007. Perubahan terakhir dilakukan dengan akta No. 158 tanggal 24 April 2008 dari Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta, mengenai penyesuaian Anggaran Dasar dengan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perubahan Anggaran Dasar ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusannya No. AHU.52718.AH.01.02 tanggal 19 Agustus 2008.

Pada tanggal 4 Maret 2003, Perusahaan memperoleh persetujuan dari Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) melalui suratnya No. 21/V/PMA/2003 mengenai perubahan status Perusahaan dari Perusahaan Non Penanaman Modal Asing/ Penanaman Modal Dalam Negeri menjadi Perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA).

Perusahaan berdomisili di Jakarta dengan kantor pusat beralamat di Menara Kebon Sirih LL 18, Jl. Kebon Sirih Kav. 17-19, Jakarta 10340. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Desember 2003. Jumlah karyawan tetap dan kontrak Perusahaan masing-masing 822 dan 20 orang pada tahun 2009 dan 802 dan 65 orang pada tahun 2008.

## 1. GENERAL

### a. Establishment and General Information

PT. Mobile-8 Telecom Tbk (the "Company") was established based on deed No. 11 dated December 2, 2002 of Imas Fatimah, S.H., notary in Jakarta. The deed of establishment was approved by the Minister of Justice and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Decision Letter No. C-24156.HT.01.01.TH.2002 dated December 16, 2002, as stated in Supplement No. 1772 to State Gazette of the Republic of Indonesia No. 18, dated March 3, 2003. The Company's Articles of Association has been amended several times. Amendment concerning the issuance of 607,466,700 Company's new shares was made by deed No. 181 dated August 15, 2007 of Aulia Taufani, S.H., substitute of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta. The change in the Company's Articles of Association was approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Decision Letter No. W7.HT.01.10.12408 dated September 5, 2007. Latest amendment has made by deed No. 158 dated April 24, 2008 of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta, concerning the amendment of the Company's Articles of Association in accordance with the Limited Liability Company Law No. 40 year 2007. Such amendment has been approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Decision Letter No. AHU.52718.AH.01.02 dated August 19, 2008.

On March 4, 2003, the Company obtained the approval from the Chairman of the Capital Investment Coordinating Board (BKPM) in his Letter No. 21/V/PMA/2003 with regard the change of the Company's status from non foreign capital investment/ domestic capital investment company to become a Foreign Capital Investment Company(PMA).

The Company is domiciled in Jakarta and its head office is located at the 18th Floor of Menara Kebon Sirih, Jl. Kebon Sirih No. 17-19, Jakarta 10340. The Company started its commercial operations on December 8, 2003. It has total permanent and contract employees of 822 and 20 in 2009 and 802 and 65 in 2008, respectively.

Sesuai dengan ketentuan pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, maksud dan tujuan Perusahaan adalah melakukan kegiatan usaha dalam bidang telekomunikasi dan ruang lingkup kegiatan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Menawarkan jasa telekomunikasi di dalam wilayah Republik Indonesia;
- b. Menyediakan berbagai produk multimedia dan jasa terkait lainnya termasuk tetapi tidak terbatas pada penjualan secara langsung maupun tidak langsung *voice services, data/image* dan jasa-jasa komersial *mobile* lainnya;
- c. Membangun, menyewakan dan memiliki jaringan telekomunikasi tanpa kabel di frekuensi 800 MHz yang secara eksklusif berbasis teknologi *Code Division Multiple Access (CDMA)* khususnya teknologi CDMA 2000 1X dan 1X EVDO;
- d. Memperdagangkan barang-barang, perangkat-perangkat dan/atau produk-produk telekomunikasi, termasuk tetapi tidak terbatas pada impor atas barang-barang, perangkat-perangkat dan atau produk-produk telekomunikasi tersebut;
- e. Mendistribusikan dan menjual barang-barang, perangkat-perangkat dan/atau produk-produk telekomunikasi;
- f. Menyediakan layanan purna jual atas barang-barang, perangkat-perangkat dan atau produk-produk telekomunikasi.

Sebelumnya Perusahaan telah memiliki perangkat teknologi CDMA 2000 1X dan CDMA 2000 1X EVDO serta memperoleh Izin Penyelenggaraan Jasa Teleponi Dasar melalui Keputusan Menteri Perhubungan No. KP.309 TAHUN 2003 tanggal 23 Oktober 2003, dimana Perusahaan dapat menyelenggarakan jasa teleponi dasar melalui jaringan bergerak selular milik PT Komunikasi Selular Indonesia (Komselindo) dan PT Metro Selular Nusantara (Metrosel). Komselindo, Metsel dan PT Telekomindo Selular Raya (Telesera) memperoleh izin Penyelenggaraan Jaringan Bergerak Selular dengan menggunakan teknologi CDMA masing-masing berdasarkan (i) Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.KP.284 TAHUN 2003 tanggal 5 September 2003, (ii) No. KP.282 TAHUN 2003 tanggal 27 Agustus 2003 dan (iii) Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No.82/KEP/M.KOMINFO/8/2006 tanggal 25 Agustus 2006.

In accordance with article 3 of the Articles of Association, the Company's objectives and purpose is to conduct business in the area of telecommunication, with the following scope of activities:

- a. Offer telecommunication services in the Republic of Indonesia;
- b. Provide multimedia products and related services including but not limited to direct and indirect sales of *voice services, data/image* and mobile commercial services;
- c. Develop, lease and own a wireless telecommunications network in 800 MHz band based exclusively on *Code Division Multiple Access (CDMA)* technology, specifically CDMA 2000 1X and 1X EVDO technology;
- d. Trading telecommunication goods, equipments and/or products, including but not limited to import of such telecommunication goods, equipments and/or products;
- e. Distribute and sell telecommunication goods, equipments and/or products;
- f. Provide after sales services for telecommunication goods, equipments and/or products.

Previously the Company owned CDMA 2000 1X and CDMA 2000 1X EVDO technology equipments and was granted with Basic Telephony Operating License based on the Minister of Communication Decision Letter No. KP.309 TAHUN 2003 dated October 23, 2003, whereby the Company can operate basic telephony services through mobile cellular network owned by PT Komunikasi Selular Indonesia (Komselindo) and PT Metro Selular Nusantara (Metrosel). Komselindo, Metsel and PT Telekomindo Selular Raya (Telesera) each were granted with mobile cellular network operating license using the *Code Division Multiple Access (CDMA)* technology based on (i) the Minister of Transportation Decision Letter No. KP.284/2003 dated September 5, 2003, (ii) the Minister of Transportation Decision Letter No.KP.282/2003 dated August 27, 2003 and (iii) the Minister of Communication and Information Decree No.82/KEP/M.KOMINFO/8/2006 dated August 25, 2006.

Dengan mengakuisisi Komselindo, Metrocel dan Telesera, Perusahaan dapat menjadi penyelenggara jasa telekomunikasi nasional.

Sebelum memperoleh izin-izin di atas, Komselindo, Metrocel dan Telesera (anak perusahaan) telah memperoleh izin penyelenggaraan jasa bergerak selular dengan menggunakan teknologi AMPS masing-masing berdasarkan (i) Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM.84/HK.501/MPPT-95 tanggal 22 November 1995, (ii) Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. PT.102/6/22/MPPT-96 tanggal 1 November 1996 dan No.KM.22/PT.102/MPPT-97 tanggal 30 Januari 1997 dan (iii) Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KM.81/PT.102/MPPT-97 tanggal 8 Juli 1997. Izin penyelenggaraan jasa bergerak selular dengan menggunakan teknologi AMPS berakhir setelah masing-masing anak perusahaan memperoleh izin penyelenggaraan jasa bergerak selular dengan menggunakan teknologi CDMA

Berdasarkan Surat Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, No. 459/M.KOMINFO/XII/2006 tanggal 15 Desember 2006, Pemerintah mendukung rencana penggabungan usaha (merger) Metrocel, Komsalindo, dan Telesera (anak perusahaan) ke dalam Perusahaan. Selama proses merger, Perusahaan dan anak perusahaan dapat tetap menjalankan usaha dengan tetap tunduk kepada hak dan kewajiban yang terdapat dalam izin penyelenggaraan masing-masing perusahaan.

Setelah Perusahaan memperoleh persetujuan atas perubahan Anggaran Dasar Perusahaan dalam rangka penggabungan usaha (merger) dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Perusahaan memperoleh Izin Penyelenggaraan Jaringan Bergerak Selular yang meliputi seluruh wilayah Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 293/KEP/M.KOMINFO/6/2007 tanggal 15 Juni 2007. Dengan diberikannya izin penyelenggaraan jaringan bergerak selular ini maka izin penyelenggaraan jaringan bergerak selular dan izin penyelenggaraan jasa telepon dasar yang sebelumnya diberikan kepada Perusahaan dan anak perusahaan tidak berlaku lagi.

By acquiring Komselindo, Metrocel and Telesera, the Company became a nationwide telecommunication service provider.

Before being granted with the above licenses, Komselindo, Metrocel and Telesera were respectively granted with mobile cellular network operating license using the AMPS technology based on (i) the Minister of Tourism, Post and Telecommunication Decision Letter No. KM.84/HK.501/MPPT-95 dated November 22, 1995, (ii) the Minister of Tourism, Post and Telecommunication Decision Letter No. PT.102/6/22/MPPT-96 dated November 1, 1996 and No.KM.22/PT.102/MPPT-97 dated January 30, 1997, and (iii) the Minister of Tourism, Post and Telecommunication Decision Letter No. KM.81/PT.102/MPPT-97 dated July 8, 1997. The mobile cellular network operating license using the AMPS technology was terminated after each of the subsidiaries received the license to provide mobile cellular network services using the CDMA technology.

Based on the Letter of the Minister of Communication and Information of the Republic of Indonesia, No. 459/M.KOMINFO/XII/2006 dated December 15, 2006 the Government supported the Company's merger plan of Metrocel, Komsalindo, and Telesera (the subsidiaries) into the Company. During the merger process, the Company and its subsidiaries continued to conduct their normal business in accordance with the rights and obligations under their respective licenses.

After the Company obtained the approval upon the changes of the Company's Article of Association with regard to such merger from the Department of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia, the Company was granted with a Mobile Cellular Network Operating License with nationwide coverage based on the Decision Letter of the Minister of Communication and Information No.293/KEP/M.KOMINFO/6/2007 dated June 15, 2007. After granted with the mobile cellular network operating license, then, the mobile telephone cellular operating license and basic telephony service operating license which was previously granted to the Company and its subsidiaries were terminated.

Selain izin tersebut di atas, pada tanggal 7 Desember 2007, Perusahaan juga memperoleh Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Lokal Tanpa Kabel Dengan Mobilitas Terbatas berdasarkan Surat Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 510/KEP/M.KOMINFO/12/2007.

Besides the abovementioned licenses, on December 7, 2007 the Company also granted with Local Fixed Wireless Network Services with Limited Mobility License based on the Decision Letter of the Minister of Communication and Information No. 510/KEP/M.KOMINFO/12/2007.

Perusahaan tergabung dalam kelompok usaha (grup) Global Mediacom. Pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008, susunan pengurus Perusahaan adalah sebagai berikut:

The Company is part of the Global Mediacom Group. On March 31, 2009 and 2008, the Company's management consisted of the following:

Presiden Komisaris/  
Komisaris independen  
Komisaris

Agum Gumelar  
Hary Tanoesoedibjo  
Djoko Leksono Sugiarto  
Mohamad Suleiman Hidayat

President Commissioner/  
Independent Commissioner  
Commissioners

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Presiden Direktur  
Direktur

Wityasmoro Sih Handayanto  
Anthony Chandra Kartawiria  
Susanto Sosilo  
Merza Fachys

President Director  
Directors

Jumlah gaji dan tunjangan yang diberikan kepada Komisaris dan Direksi Perusahaan untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 dan 2008 masing-masing sebesar Rp2.051.026.554 dan Rp2.103.240.805.

Total salaries and benefits to commissioners and directors of the Company for the three-month periods ended March 31, 2009 and 2008 amounting to Rp2,051,026,554 and Rp2,103,240,805, respectively.

Berdasarkan Keputusan Komisaris Perusahaan tanggal 10 Oktober 2006, Komisaris Perusahaan menyetujui pembentukan Komite Audit sesuai dengan Peraturan Bapepam-LK No. IX.1.5. Adapun susunan Komite Audit Perusahaan adalah sebagai berikut:

Based on the Company's Commissioners Decision dated October 10, 2006, the Commissioners of the Company had approved the establishment of an audit committee which was based on Bapepam-LK's Rule No. IX.1.5. The composition of the Company's audit committee is as follows:

Ketua  
Anggota

Mohamad Suleiman Hidayat  
Profesor Wahjudi Prakarsa  
Andreas Bahana

Chairman  
Members

**b. Penawaran Umum Perdana Saham dan Hutang Obligasi**

**b. Initial Public Offering of Shares and Bonds**

Pada tanggal 15 November 2006, Perusahaan memperoleh Surat Pernyataan Efektif dari Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) dengan Suratnya No.S-2777/BL/2006 untuk melakukan penawaran umum perdana 3.900.000.000 saham Perusahaan kepada masyarakat dengan nilai nominal Rp100 per saham dan harga penawaran sebesar Rp225 per saham. Pada tanggal 29 November 2006, seluruh saham tersebut telah dicatat di Bursa Efek Indonesia (d/h Bursa Efek Jakarta dan Surabaya).

On November 15, 2006, the Company obtained an Effective Notice from the Chairman of the Capital Market and Financial Institution Supervisory Agency (BAPEPAM-LK) in his letter No. S-2777/BL/2006 for the Company's initial public offering of 3,900,000,000 shares with Rp100 par value per share, at an offering price of Rp225 per share. On November 29, 2006, these shares were listed in the Indonesia Stock Exchange (formerly Jakarta and Surabaya Stock Exchanges).

Pada tanggal 2 Maret 2007, Perusahaan memperoleh Surat Pernyataan Efektif dari Ketua BAPEPAM-LK dengan Suratnya No.S-980/BL/2007 untuk melakukan penawaran umum "Obligasi 1 Mobile-8 Telecom Tahun 2007 Dengan Tingkat Bunga Tetap" (Obligasi) dengan nilai nominal maksimum sebesar Rp675 miliar pada tingkat bunga tetap 12,375% per tahun yang jatuh tempo pada tanggal 15 Maret 2012. Pada tanggal 16 Maret 2007, Obligasi ini tercatat di Bursa Efek Indonesia (d/h Bursa Efek Surabaya).

On March 2, 2007, the Company obtained an Effective Notice from the Chairman of the BAPEPAM-LK in his letter No. S-980/BL/2007 for its public offering of "Mobile-8 Telecom Bond 1 Year 2007 With Fixed Interest Rate" (the Bonds) with a maximum nominal value of Rp675 billion at 12.375% fixed interest rate per annum which will be due on March 15, 2012. On March 16, 2007, the bonds were listed in the Indonesia Stock Exchange (formerly Surabaya Stock Exchange).

**c. Anak Perusahaan**

Pendirian Anak Perusahaan

Pada tanggal 18 Juli 2007, Perusahaan mendirikan Mobile-8 Telecom Finance Company B.V. (Mobile-8 B.V.), suatu perseroan terbatas yang didirikan berdasarkan hukum yang berlaku di Belanda dengan modal dasar sebesar EUR90.000 yang terbagi atas 900 lembar saham dengan nilai nominal EUR100 per lembar. Dari modal dasar tersebut telah ditempatkan dan disetor penuh sebesar EUR18.000 oleh Perusahaan.

**c. Subsidiary**

Establishment of a Subsidiary

On July 18, 2007, the Company established Mobile-8 Telecom Finance Company B.V. (Mobile-8 B.V.), a private limited liability Company under the laws of The Netherlands with authorized capital stock of EUR90,000 which is divided into 900 shares at EUR100 par value per share. Mobile-8 B.V. had issued and paid-up capital of EUR18,000 are owned by the Company.

Pada tanggal 31 Maret 2009, Mobile-8 B.V. mempunyai jumlah aset sebesar USD107.931.366 atau setara dengan Rp1.249.305.564.663.

As of March 31, 2009, Mobile-8 B.V. has total assets of USD107,931,366 or equivalent to Rp1,249,305,564,663.

Penawaran Umum Perdana Obligasi Anak Perusahaan

Pada tanggal 15 Agustus 2007, Mobile-8 B.V. menerbitkan 11,25% Guaranteed Senior Notes (Notes) sebesar USD100 juta, jatuh tempo pada tanggal 1 Maret 2013. Bunga Notes terutang tengah tahunan setiap tanggal 1 Maret dan 1 September, dimulainya sejak 1 Maret 2008. Notes ini tercatat di Bursa Efek Singapura.

Initial Bonds Offering of a Subsidiary

On August 15, 2007, Mobile-8 B.V. issued 11.25% Guaranteed Senior Notes (the Notes) amounting to USD100 million, due on March 1, 2013. Interest of the Notes will be payable semi-annually in arrears on March 1 and September 1 of each year, commencing on March 1, 2008. The Notes were listed at the Singapore Stock Exchange.

**2. PENGGABUNGAN USAHA**

Pada tanggal 2 Mei 2007, Perusahaan memperoleh Surat Pernyataan Efektif dari Ketua BAPEPAM-LK dalam Suratnya No. S-2065/BL/2007 sehubungan dengan penggabungan usaha Komselindo, Metrosel dan Telesera ke dalam Perusahaan.

**2. MERGER**

On May 2, 2007, the Company obtained an Effective Notice from the Chairman of the BAPEPAM-LK in his letter No. S-2065/BL/2007 concerning the merger of Komselindo, Metrosel and Telesera into the Company.

Sebelum penggabungan usaha, Perusahaan memiliki 100% saham PT Metro Selular Nusantara (Metrosele) dan PT Telekomindo Selular Raya (Telesera), serta 98,57% saham PT Komunikasi Selular Indonesia (Komselindo). Penggabungan usaha dilakukan dengan metode penyatuan kepemilikan (pooling of interest), dimana Perusahaan tetap berdiri dan Komselindo, Metrosele serta Telesera bubar demi hukum tanpa melalui proses likuidasi. Penggabungan usaha dinyatakan dalam akta No. 152 dan 153 tanggal 22 Mei 2007 dari Aulia Taufani S.H., pengganti Sutjipto S.H., notaris di Jakarta. Berdasarkan akta penggabungan usaha, seluruh aktivitas, operasi, kekayaan, izin, kewajiban serta karyawan Komselindo, Metrosele dan Telesera beralih secara hukum kepada Perusahaan. Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan hasil penggabungan usaha tersebut telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat No. W7-HT.01.04-7821 tanggal 29 Mei 2007.

Pada tanggal 29 Mei 2007, Perusahaan memperoleh persetujuan atas penggabungan usaha dari Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam Suratnya No. 715/III/PMA/2007.

Pada tanggal 31 Mei 2007, perubahan Anggaran Dasar Perusahaan dalam rangka penggabungan usaha telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan Departemen Perdagangan Republik Indonesia dengan agenda No. 1300/RUB.09.05A/2007.

Sehubungan dengan penggabungan usaha tersebut, tidak ada saham baru yang dikeluarkan untuk Metrosele dan Telesera karena Perusahaan memiliki seluruh saham Metrosele dan Telesera, sedangkan untuk Komselindo, terdapat sebanyak 4.319.692 saham dimiliki oleh pemegang saham minoritas. Sebagai konsekuensi, Perusahaan mengeluarkan saham baru kepada pemegang saham minoritas tersebut dengan menggunakan faktor konversi satu saham Komselindo akan memperoleh 9.964.962 saham Perusahaan. Faktor konversi tersebut didasarkan pada laporan penilaian dari PT Zodiac Perintis Penilai, penilai independen. Dengan penggunaan faktor konversi tersebut, seluruh pemegang saham minoritas Komselindo memperoleh sebanyak 43.045.567 saham Perusahaan dengan nilai nominal Rp100 per saham, sehingga jumlah modal disetor Perusahaan meningkat menjadi sebesar Rp1.962.840.572.700.

Prior to the merger, the Company owned 100% of the shares of PT Metro Selular Nusantara (Metrosele) and PT Telekomindo Selular Raya (Telesera), and 98.57% of the shares of PT Komunikasi Selular Indonesia (Komselindo). Accordingly, the merger was accounted for using the pooling of interest method, wherein the Company became the surviving entity and Komselindo, Metrosele and Telesera were legally dissolved without undergoing liquidation. The merger was stated in deed No. 152 and No. 153 dated May 22, 2007 of Aulia Taufani S.H., substitute of Sutjipto S.H., notary in Jakarta. Based on the merger deed, all activities, operations, assets, permits, liabilities and employees of Komselindo, Metrosele and Telesera were legally transferred to the Company. The change of the Articles of Association of the Company as a result of the merger had been received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Letter No. W7-HT.01.04-7821 dated May 29, 2007.

On May 29, 2007, the Company obtained the approval for the merger from the Chairman of the Capital Investment Coordinating Board (BKPM) in his Letter No. 715/III/PMA/2007.

On May 31, 2007, the amendment of the Company's Articles of Association pursuant to the merger was registered in the Company's List of the Department of Trade of the Republic of Indonesia with agenda No.1300/RUB.09.05A/2007.

In relation to this merger, no new shares were issued to Metrosele and Telesera since the Company owned 100% of the shares of these companies. While for Komselindo, there were 4,319,692 shares owned by the minority stockholders, consequently, the Company issued new shares to the minority stockholders, using conversion factor of one Komselindo's share is equivalent to 9,964,962 of the Company's shares. This conversion factor is based on the valuation report of PT Zodiac Perintis Penilai, an independent appraiser. Using this conversion factor, all the minority stockholders of Komselindo received 43,045,567 of the Company's shares, with par value of Rp100 per share, and the Company's paid-up capital increased to Rp1,962,840,572,700.

Setelah penggabungan usaha, komposisi pemegang saham Perusahaan adalah sebagai berikut:

After the merger, the Company's stockholders were as follows:

Pemegang saham/Name of stockholders	Jumlah Lembar saham/ Number of shares	Persenase kepemilikan/ Percentage of ownership %	Jumlah modal ditempatkan dan disetor penuh/ Total paid-up capital Rp
PT Global Mediacom Tbk	11.899.894.294	60,63	1.189.989.429.400
Asia Link B.V.	1.182.053.593	6,02	118.205.359.300
Qualcomm Incorporated	1.013.051.863	5,16	101.305.188.300
PT Centralindo Pancasakti Cellular	716.546.826	3,65	71.654.662.600
PT TDM Aset Manajemen	469.201.670	2,39	46.920.167.000
KT Freetel Co., Ltd., Korea	404.611.912	2,06	40.461.191.200
Publik/Public	3.943.045.587	20,09	394.304.556.700
<b>Jumlah/Total</b>	<b>19.626.405.727</b>	<b>100,00</b>	<b>1.962.840.572.700</b>

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 22, tentang "Akuntansi Penggabungan Usaha" menyatakan bahwa dalam menerapkan metode penyatuan kepemilikan, unsur-unsur laporan keuangan dari perusahaan yang bergabung untuk periode terjadinya penggabungan tersebut dan untuk periode perbandingan yang diungkapkan harus dimasukkan dalam laporan keuangan gabungan seolah-olah perusahaan tersebut telah bergabung sejak permulaan periode yang disajikan tersebut.

The Statement of Financial Standard (PSAK) No. 22, "Accounting for Business Combination" stated that in applying the pooling of interest method, the components of the financial statements of the combined Company for the period, during which the business combination occurred and for the periods presented for comparison purposes, must be presented in such a manner as if the companies were combined from the beginning of the earliest period presented.

Jika penggabungan usaha diasumsikan dilaksanakan pada awal tahun 2007, saldo awal hak minoritas Komselindo sebesar Rp1.254.540.742 akan tereliminasi dan dicatat sebagai tambahan modal disetor atas penerbitan saham kepada pemegang saham minoritas Komselindo.

Assuming that the merger happened at the beginning of 2007, the beginning balance of the minority interest of Komselindo amounting to Rp1,254,540,742 will be eliminated and to be recorded under additional paid-up capital for the shares to be issued to minority stockholders of Komselindo.

Perusahaan memiliki 100% saham Metrosel dan Telesera serta 98,57% saham Komselindo dan laporan keuangannya dikonsolidasikan dalam laporan keuangan Perusahaan.

The Company had 100% shares ownership in Metrosel and Telesera, and 98,57% shares ownership in Komselindo and their financial statements had been consolidated into the Company's financial statements.

Seluruh perjanjian signifikan yang dilakukan Telesera, Metrosel dan Komselindo telah dialihkan secara hukum kepada Perusahaan.

All the significant agreements entered into by Telesera, Metrosel and Komselindo were legally transferred to the Company.

3. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

a. Penyajian Laporan Keuangan Konsolidasi

Laporan keuangan konsolidasi disusun dengan menggunakan prinsip dan praktek akuntansi yang berlaku umum di Indonesia yaitu Standar Akuntansi Keuangan dan Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) No. VIII.G.7 tanggal 13 Maret 2000.

Dasar penyusunan laporan keuangan konsolidasi, kecuali untuk laporan arus kas, adalah dasar akrual. Mata uang pelaporan yang digunakan untuk penyusunan laporan keuangan konsolidasi adalah mata uang Rupiah (Rp). Laporan keuangan konsolidasi tersebut disusun berdasarkan nilai historis, kecuali beberapa akun tertentu disusun berdasarkan pengukuran lain sebagaimana diuraikan dalam kebijakan akuntansi masing-masing akun tersebut.

Laporan arus kas konsolidasi disusun dengan menggunakan metode langsung dengan mengelompokkan arus kas dalam aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

b. Prinsip Konsolidasi

Laporan keuangan konsolidasi menggabungkan laporan keuangan Perusahaan dan entitas yang dikendalikan oleh Perusahaan yang disusun sampai dengan 31 Desember setiap tahunnya. Pengendalian dianggap ada apabila Perusahaan mempunyai hak untuk mengatur dan menentukan kebijakan finansial dan operasional dari investee untuk memperoleh manfaat dari aktivitasnya.

Pada saat akuisisi, aset dan kewajiban anak perusahaan diukur sebesar nilai wajar pada tanggal akuisisi. Selisih lebih antara biaya perolehan dan bagian Perusahaan atas nilai wajar aset dan kewajiban yang dapat diidentifikasi diakui sebagai goodwill.

Jika biaya perolehan lebih rendah dari bagian Perusahaan atas nilai wajar aset dan kewajiban yang dapat diidentifikasi yang diakuisisi pada tanggal transaksi, maka nilai wajar aset non-moneter yang diakuisisi harus diturunkan secara proporsional.

3. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

a. Consolidated Financial Statements Presentation

The consolidated financial statements have been prepared using accounting principles and reporting practices generally accepted in Indonesia namely the Statements of Financial Accounting Standards and Bapepam's Rule No. VIII.G.7 dated March 13, 2000 and are not intended to present the financial position, results of operations and cash flows in accordance with accounting principles and reporting practices generally accepted in other countries and jurisdictions.

The consolidated financial statements, except for the consolidated statements of cash flows, are prepared under the accrual basis of accounting. The reporting currency used in the preparation of the consolidated financial statements is the Indonesian Rupiah, while the measurement basis is the historical cost, except for certain accounts which are measured on the bases described in the related accounting policies.

The consolidated statements of cash flows are prepared using the direct method with classifications of cash flows into operating, investing and financing activities.

b. Principles of Consolidation

The consolidated financial statements incorporate the financial statements of the Company and entities controlled by the Company made up to December 31 each year. Control is achieved where the Company has the power to govern the financial and operating policies of the investee entity so as to obtain benefits from its activities.

On acquisition, the assets and liabilities of a subsidiary are measured at their fair values at the date of acquisition. Any excess of the cost of acquisition over the Company's interest in the fair values of the identifiable assets and liabilities acquired is recognized as goodwill.

When the cost of acquisition is less than the Company's interest in the fair values of the identifiable assets and liabilities acquired as at the date of acquisition (i.e. discount on acquisition), the fair values of the acquired non-monetary assets are reduced proportionately.



Sisa selisih lebih setelah pengurangan nilai wajar aset non-moneter tersebut, diakui sebagai goodwill negatif.

Hak pemegang saham minoritas dinyalakan sebesar bagian minoritas dari biaya perolehan historis aset bersih. Hak minoritas akan disesuaikan untuk bagian minoritas dari perubahan ekuitas. Kerugian yang menjadi bagian minoritas melebihi hak minoritas dialokasikan kepada bagian induk perusahaan.

Hasil akuisisi anak perusahaan selama tahun berjalan termasuk dalam laporan laba rugi konsolidasi.

Seluruh transaksi antar perusahaan, saldo, penghasilan dan beban dieliminasi pada saat konsolidasi.

Selisih antara biaya perolehan dan bagian Perusahaan atas nilai wajar aset dan kewajiban anak perusahaan dalam transaksi restrukturisasi antara entitas sepengendali dibukukan dalam akun "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dan disajikan sebagai unsur ekuitas.

**c. Transaksi Dan Saldo Dalam Mata Uang Asing**

Pembukuan Perusahaan diselenggarakan dalam mata uang Rupiah. Transaksi-transaksi selama tahun berjalan dalam mata uang asing dicatat dengan kurs yang berlaku pada saat terjadinya transaksi. Pada tanggal neraca, aset dan kewajiban moneter dalam mata uang asing disesuaikan untuk mencerminkan kurs yang berlaku pada tanggal tersebut. Keuntungan atau kerugian kurs yang timbul dikreditkan atau dibebankan dalam laporan laba rugi tahun yang bersangkutan.

Pembukuan anak perusahaan diluar negeri yang kegiatan usahanya merupakan bagian integral dari kegiatan usaha Perusahaan dijabarkan ke dalam mata uang Rupiah dengan menggunakan prosedur yang sama.

The excess remaining after reducing the fair values of non-monetary assets acquired, is recognized as negative goodwill.

The interest of the minority shareholders is stated at the minority's proportion of the historical cost of the net assets. The minority interest is subsequently adjusted for the minority's share of movements in equity. Any losses applicable to the minority interest in excess of the minority interest are allocated against the interests of the parent.

The results of subsidiaries acquired during the year are included in the consolidated statements of income.

All intra-group transactions, balances, income and expenses are eliminated on consolidation.

Difference between the acquisition cost and Company's interest in subsidiaries assets and liabilities fair value in restructuring transaction of entities under common control is recorded in account "Difference in value of restructuring transaction among entities under common control" and presented as part of equity.

**c. Foreign Currency Transactions and Balances**

The books of accounts of the Company are maintained in Indonesian Rupiah except the foreign subsidiary. Transactions during the year involving foreign currencies are recorded at the rates of exchange prevailing at the time the transactions are made. At balance sheet date, monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are adjusted to reflect the rates of exchange prevailing at that date. The resulting gains or losses are credited or charged to current operations.

The books of accounts of the foreign subsidiary which is an integral part of the Company's operations are translated to Indonesian Rupiah using the same procedures.

d. Transaksi Hubungan Istimewa

Pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah:

- 1) perusahaan baik langsung maupun melalui satu atau lebih perantara, mengendalikan, atau dikendalikan oleh, atau berada di bawah pengendalian bersama, dengan Perusahaan (termasuk *holding companies, subsidiaries* dan *fellow subsidiaries*);
- 2) perusahaan asosiasi;
- 3) perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, suatu kepentingan hak suara di Perusahaan yang berpengaruh secara signifikan, dan anggota keluarga dekat dari perorangan tersebut (yang dimaksudkan dengan anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan tersebut dalam transaksinya dengan Perusahaan);
- 4) karyawan kunci, yaitu orang-orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin dan mengendalikan kegiatan Perusahaan, yang meliputi anggota dewan komisaris, direksi dan manajer dari Perusahaan serta anggota keluarga dekat orang-orang tersebut; dan
- 5) perusahaan di mana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang diuraikan dalam butir (3) atau (4), atau setiap orang tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut. Ini mencakup perusahaan-perusahaan yang dimiliki anggota dewan komisaris, direksi atau pemegang saham utama dari Perusahaan dan perusahaan-perusahaan yang mempunyai anggota manajemen kunci yang sama dengan Perusahaan.

Semua transaksi dengan pihak hubungan istimewa, baik yang dilakukan dengan atau tidak dengan persyaratan dan kondisi yang sama sebagaimana dilakukan dengan pihak ketiga, diungkapkan dalam laporan keuangan.

d. Transactions with Related Parties

Related parties consist of the following:

- 1) companies that directly, or indirectly through one or more intermediaries, control, or are controlled by, or are under common control with, the Company (including holding companies, subsidiaries and fellow subsidiaries);
- 2) associated companies;
- 3) individuals owning, directly or indirectly, an interest in the voting power of the Company that gives them significant influence over the Company, and close members of the family of any such individuals (close members of the family are those who can influence or can be influenced by such individuals in their transactions with the Company);
- 4) key management personnel who have the authority and responsibility for planning, directing and controlling the Company's activities, including commissioners, directors and managers of the Company and close members of their families; and
- 5) companies in which a substantial interest in the voting power is owned, directly or indirectly, by any person described in (3) or (4) or over which such a person is able to exercise significant influence. This includes companies owned by commissioners, directors or major stockholders of the Company and companies which have a common key member of management as the Company.

All transactions with related parties, whether or not made at similar terms and conditions as those done with third parties, are disclosed in the financial statements.

**e. Penggunaan Estimasi**

Penyusunan laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia mengharuskan manajemen membuat estimasi dan asumsi yang mempengaruhi jumlah aset dan kewajiban yang dilaporkan dan pengungkapan aset dan kewajiban kontinjensi pada tanggal laporan keuangan serta jumlah pendapatan dan beban selama periode pelaporan. Realisasi dapat berbeda dengan jumlah yang diestimasi.

**f. Kas dan Setara Kas**

Kas dan setara kas terdiri dari kas, bank dan semua investasi yang jatuh tempo dalam waktu tiga bulan atau kurang dari tanggal perolehannya dan yang tidak dijamin serta tidak dibatasi penggunaannya.

Sertifikat Bank Indonesia yang jatuh temponya kurang dari tiga bulan diklasifikasi sebagai kas dan setara kas dan dinyatakan sebesar harga perolehan dan disesuaikan dengan premi atau diskonto yang belum diamortisasi.

**g. Investasi**

Investasi dalam fund dinyatakan sebesar nilai wajarnya berdasarkan nilai eset bersih. Kenaikan (penurunan) nilai aset bersih disajikan dalam laporan laba rugi tahun berjalan.

**h. Penyisihan Piutang Ragu-ragu**

Penyisihan piutang ragu-ragu ditetapkan berdasarkan penelaahan terhadap masing-masing akun piutang pada akhir tahun.

**i. Persediaan**

Persediaan dinyatakan berdasarkan biaya perolehan atau nilai realisasi bersih, mana yang lebih rendah. Biaya perolehan ditentukan dengan metode rata-rata tertimbang.

**j. Biaya Dibayar Dimuka**

Biaya dibayar dimuka dibebankan sesuai dengan masa manfaat masing-masing biaya dengan menggunakan metoda garis lurus.

**e. Use of Estimatas**

The preparation of financial statements in conformity with accounting principles generally accepted in Indonesia requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities, and disclosure of contingent assets and liabilities at the date of the financial statements, and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. Actual results could be different from these estimates.

**f. Cash and Cash Equivalents**

Cash and cash equivalents consist of cash on hand and in banks and all unrestricted investments with maturities of three months or less from the date of placement.

Central Bank Certificate (SBI) with maturities less than three months is classified as cash and cash equivalents and stated at cost and adjusted for the unamortized premium or discount.

**g. Investments**

Investments in funds are stated at net asset value of the funds. Increase (decrease) in net asset value of fund is reflected in the consolidated statements of income for the year.

**h. Allowance for Doubtful Accounts**

Allowance for doubtful accounts is provided based on a review of the status of the individual receivable accounts at the end of the period.

**i. Inventories**

Inventories are stated at cost or net realizable value, whichever is lower. Cost is determined using the weighted average method.

**j. Prepaid Expenses**

Prepaid expenses are amortized over their beneficial periods using the straight-line method.

k. Aset Tetap – Pemilikan Langsung

Pada tahun 2008, Perusahaan menerapkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 18 – Revisi 2007 – Aset Tetap. Perusahaan menggunakan model biaya untuk pengukuran aset tetapnya. Dengan model biaya, aset tetap dinyatakan sebesar biaya perolehannya setelah dikurangi dengan akumulasi penyusutan dan akumulasi rugi penurunan nilai, jika ada.

Aset tetap, kecuali tanah, disusutkan dengan menggunakan metode garis lurus berdasarkan taksiran masa manfaat ekonomis aset tetap sebagai berikut:

	Tahun/Years	
Infrastruktur telekomunikasi		Telecommunication infrastructure
Peralatan telekomunikasi	5, 8, 10, 15	Telecommunication equipment
Menara pemancar	8 - 20	Relay towers
Fasilitas dan perangkat listrik	8	Electricity equipment and facility
Bangunan	20	Building
Prasarana	2 - 8	Improvements
Kendaraan	4	Vehicles
Peralatan kantor	4	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	4 - 8	Other supporting equipment

Nilai sisa, taksiran masa manfaat, dan metode penyusutan atas aset tetap dievaluasi dan disesuaikan setiap tanggal neraca. Dampak dari revisi tersebut, jika ada, diakui dalam laporan laba rugi pada periode terjadinya.

Tanah dinyatakan berdasarkan biaya perolehan dan tidak disusutkan.

Bila nilai tercatat suatu aset melebihi taksiran jumlah yang dapat diperoleh kembali maka nilai tersebut diturunkan ke jumlah yang dapat diperoleh kembali tersebut, yang ditentukan sebagai nilai tertinggi antara harga jual neto dan nilai pakai. Penurunan nilai aset tersebut diakui sebagai kerugian penurunan nilai aset dan dibebankan pada tahun berjalan.

Beban pemeliharaan dan perbaikan dibebankan pada laporan laba rugi pada saat terjadinya, pengeluaran yang memperpanjang masa manfaat atau memberi manfaat ekonomis di masa yang akan datang dalam bentuk peningkatan kapasitas atau peningkatan standar kinerja dikapitalisasi. Aset tetap yang sudah tidak digunakan lagi atau yang dijual dikeluarkan dari kelompok aset tetap berikut akumulasi penyusutannya. Keuntungan atau kerugian dari penjualan aset tetap tersebut dibukukan dalam laporan laba rugi pada tahun yang bersangkutan.

k. Property and Equipment - Direct Acquisitions

In 2008, the Company adopted Statements of Financial Accounting Standards 16 – Revised 2007 – Fixed Asset. The Company use the cost model for measuring its fixed assets. Under cost model, fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation and any accumulated impairment losses, if any.

Property and equipment except land, are depreciated using the straight-line method based on the estimated useful lives of the assets as follows:

The residual values, estimated useful lives and depreciation method of fixed assets are reviewed, and adjusted as appropriate, at each balance sheet date. The effects of any revision are recognized in the income statement when the changes arise.

Land is stated at cost and is not depreciated.

When the carrying amount of an asset exceeds its estimated recoverable amount, the asset is written down to its estimated recoverable amount, which is determined as the higher of net selling price or value in use. Impairment of asset is recognized as loss on impairment of asset which is charged to current operations.

The cost of repairs and maintenance is charged to operations as incurred; expenditures which extend the useful life of the asset or result in increased future economic benefits such as increase in capacity and standards of performance are capitalized. When assets are retired or otherwise disposed of, their carrying values and the related accumulated depreciation are removed from the account and any resulting gain or loss is reflected in the current operations.

Aset dalam penyelesaian dinyatakan sebesar biaya perolehan. Biaya perolehan tersebut termasuk biaya pinjaman yang terjadi selama masa pembangunan yang timbul dari hutang yang digunakan untuk pembangunan aset tersebut. Akumulasi biaya perolehan akan dipindahkan ke masing-masing aset tetap yang bersangkutan pada saat selesai dan siap digunakan.

Construction in progress is stated at cost which includes borrowing costs during construction on debts incurred to finance the construction. Construction in progress is transferred to the respective property and equipment account when completed and ready for use.

#### **i. Goodwill**

Goodwill positif merupakan selisih lebih antara biaya perolehan dan bagian Perusahaan atas nilai wajar aset dan kewajiban anak perusahaan yang dapat diidentifikasi. Goodwill positif diakui sebagai aset dan diamortisasi secara garis lurus selama 20 tahun. Perusahaan menetapkan masa manfaat goodwill positif berdasarkan manfaat ekonomis yang diperoleh dari akuisisi anak perusahaan yang memiliki izin jaringan telekomunikasi. Dengan akuisisi tersebut, Perusahaan memperoleh manfaat ekonomis sebagai penyelenggara telekomunikasi meliputi seluruh wilayah Indonesia.

Goodwill negatif merupakan selisih lebih antara bagian Perusahaan atas nilai wajar aset dan kewajiban yang dapat diidentifikasi dengan biaya perolehan anak perusahaan, setelah pengurangan nilai wajar aset non-moneter yang diperoleh. Goodwill negatif diperlakukan sebagai penghasilan ditangguhkan dan diakui sebagai penghasilan dengan menggunakan metode garis lurus selama 20 tahun.

Perusahaan menelaah nilai tercatat goodwill pada saat terdapat peristiwa atau keadaan yang menunjukkan bahwa nilai goodwill menurun. Kerugian penurunan nilai diakui sebagai beban usaha tahun berjalan.

#### **m. Beban Tanggahan**

Biaya langsung dalam rangka program perolehan pelanggan dicatat sebagai beban tanggahan dan diamortisasi berdasarkan tingkat penurunan pelanggan dan tidak melebihi 36 bulan. Tingkat penurunan pelanggan ditelaah secara periodik untuk mencerminkan tingkat penurunan aktual tahun berjalan, dan tambahan penurunan nilai, jika ada, dibebankan pada tahun berjalan.

#### **i. Goodwill**

Positive goodwill represents the excess of the cost of acquisition over the Company's interest in the fair value of the identifiable assets and liabilities of subsidiary. Positive goodwill is recognized as an assets and amortized on straight-line method over 20 years. The Company determined the useful life of goodwill based on the economic benefits obtained from acquisition of subsidiaries with telecommunication network licenses.

Negative goodwill represents the excess of the Company's interest in fair value of the identifiable assets and liabilities over the cost of acquisition of a subsidiary, after reducing the fair value of non-monetary assets acquired. Negative goodwill is treated as deferred income and recognized as income on a straight-line method over 20 years.

The Company reviews the carrying amount of goodwill whenever events or circumstances indicate that its value is impaired. Impairment loss is recognized as a charge to current operations.

#### **m. Deferred Charges**

Direct cost incurred in relation to the subscriber acquisition program is deferred and amortized based on the subscribers chum rate, and not exceeding thirty six months. Chum rate is reviewed periodically to reflect actual chum rate of subscriber for the year, and additional impairment losses, if any, are charged to current operations.

n. Sewa Guna Usaha

Sejak tahun 2007 Perusahaan telah menerapkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 30 – Revisi 2007 – Sewa.

Sewa diklasifikasikan sebagai sewa pembiayaan apabila sewa tersebut mengalihkan secara substansial seluruh risiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan asset. Sewa lainnya, yang tidak memenuhi kriteria tersebut, diklasifikasikan sebagai sewa operasi.

Aset yang diperoleh melalui sewa pembiayaan diakui sebagai aset sebesar nilai wajar aset sewaan pada awal sewa atau sebesar nilai kini dari pembayaran sewa minimum, jika nilai kini lebih rendah dari nilai wajar. Kewajiban yang berkaitan dengan sewa pembiayaan diakui dalam neraca sebagai kewajiban sewa pembiayaan.

Pembayaran sewa minimum dipisahkan antara bagian beban keuangan dan bagian pelunasan kewajiban untuk menghasilkan tingkat suku bunga periodik yang konstan atau saldo kewajiban. Beban keuangan dibebankan secara langsung ke laba atau rugi, kecuali beban tersebut berkaitan langsung dengan perolehan aset tertentu yang dikapitalisasi sesuai dengan kebijakan umum biaya pinjaman. Sewa kontinjen dibebankan pada periode terjadinya.

Jumlah yang dapat disusutkan dari aset sewaan dialokasikan ke setiap periode akuntansi selama perkiraan masa penggunaan dengan dasar yang sistematis dan konsisten dengan kebijakan penyusutan aset tetap (Catatan 2k). Jika terdapat kapastian memadai bahwa Perusahaan akan mendapatkan hak kepemilikan pada akhir masa sewa, perkiraan masa penggunaan aset adalah umur manfaat aset tersebut. Jika tidak, maka aset sewaan disusutkan selama periode yang lebih pendek antara masa sewa dan umur manfaatnya.

Sewa operasi diakui sebagai beban dengan dasar garis lurus selama masa sewa. Sewa kontinjen yang timbul dari sewa operasi diakui sebagai beban pada periode terjadinya.

n. Leases

Since 2007, the Company adopted Statement of Financial Accounting Standards 30 – Revised 2007 – Leases.

Leases are classified as finance leases whenever the terms of the lease transfer substantially all the risks and rewards of ownership to the lessee. All other leases are classified as operating leases.

Assets acquired under finance leases are initially recognized as assets at the fair value at the inception of the lease or, if lower, at the present value of the minimum lease payments. The corresponding liability to the lessor is included in the balance sheet as a finance lease obligation.

Lease payments are apportioned between finance charges and reduction of the lease obligation so as to achieve a constant rate of interest on the remaining balance of the liability. Finance charges are charged directly to profit or loss, unless they are directly attributable to qualifying assets, in which case they are capitalized in accordance with the general policy on borrowing costs. Contingent rentals are recognized as expenses in the periods in which they are incurred.

The depreciable amount of a leased asset is allocated to each accounting period during the period of expected use on a systematic basis consistent with the depreciation policy the lessee adopts for depreciable assets that are owned (Note 2k). If there is a reasonable certainty that the Company will obtain ownership by the end of the lease term, the period of expected use is the useful life of the asset; otherwise, the asset is depreciated over the shorter of the lease term and its useful life.

Operating leases are recognized as an expense on a straight-line basis over the lease term. Contingent rentals arising under operating leases are recognized as an expense in the period in which they are incurred.

**o. Biaya Emisi Hutang**

Biaya emisi hutang yang timbul sehubungan dengan penerbitan obligasi/hutang dikurangkan dari hasil penerbitan obligasi/hutang tersebut. Selisih antara hasil emisi bersih dengan nilai nominal diamortisasi dengan metode garis lurus selama jangka waktu obligasi/hutang.

**p. Biaya Emisi Saham**

Biaya emisi saham disajikan sebagai bagian dari tambahan modal disetor dan tidak diamortisasi.

**q. Imbalan Pasca Kerja**

Perusahaan membukukan imbalan pasca kerja imbalan pasti untuk karyawan sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan No. 13/2003. Tidak terdapat pendanaan yang disisihkan sehubungan dengan imbalan pasce kerja ini. Pada tahun 2006 dan sampai dengan tanggal 31 Mei 2007, Komselindo, yang sebelumnya adalah anak perusahaan, juga membenarkan program pensiun imbalan pasti untuk semua karyawan tetapnya. Dana pensiun tersebut dikelola oleh Dana Pensiun Bimantara (Danapera).

Perhitungan imbalan pasca kerja menggunakan metode *Projected Unit Credit*. Akumulasi keuntungan dan kerugian aktuarial bersih yang belum diakui yang melebihi 10% dari nilai kini kewajiban imbalan pasti diakui dengan metode garis lurus selama rata-rata sisa masa kerja yang diperkirakan dari para pekerja dalam program tersebut. Biaya jasa lalu dibebankan langsung apabila imbalan tersebut menjadi hak atau *vested*, dan sebaliknya akan diakui sebagai beban dengan metode garis lurus selama periode rata-rata sampai imbalan tersebut menjadi *vested*.

Jumlah yang diakui sebagai kewajiban imbalan pasti di neraca merupakan nilai kini kewajiban imbalan pasti disesuaikan dengan keuntungan dan kerugian aktuarial yang belum diakui dan biaya jasa lalu yang belum diakui.

**o. Debt Issuance Costs**

Debt issuance costs are deducted directly from the proceeds of the related bonds/debt to determine the net proceeds. The difference between the net proceeds and nominal value is amortized using the straight-line method over the term of the bonds/debt.

**p. Issuance Costs of Shares**

Share issuance costs are presented as part of additional paid-up capital and are not amortized.

**q. Post-Employment Benefits**

The Company recognizes defined post-employment benefits in accordance with Labor Law No. 13/2003. No funding has been made to these defined benefit schemes. In 2006 and until May 31, 2007, Komselindo, a former subsidiary, had a defined benefit pension plan covering all its local permanent employees in addition to the defined post-employment benefits under the Labor Law. The pension plan is managed by Dana Pensiun Bimantara (Danapera).

The cost of providing post-employment benefits is determined using the Projected Unit Credit Method. The accumulated unrecognized actuarial gains and losses that exceed 10% of the Company's defined benefits obligation is recognized on a straight-line basis over the expected average remaining working lives of the participating employees. Past service cost is recognized immediately to the extent that the benefits are already vested, and otherwise is amortized on a straight-line basis over the average period until the benefits become vested.

The benefit obligation recognized in the balance sheets represent the present value of the defined benefit obligation, as adjusted for unrecognized actuarial gains and losses and unrecognized past service cost, as reduced by the fair value of plan assets.

**r. Pengakuan Pendapatan dan Beban**

Pendapatan jasa prabayar terdiri dari penjualan paket perdana dan penjualan voucher pulsa isi ulang. Paket perdana terdiri dari kartu *Removable User Identification Module* (RUIM) dan pulsa. Penjualan kartu RUIM diakui sebagai pendapatan pada saat paket perdana diserahkan kepada distributor, agen atau pelanggan dan pulsa paket perdana dicatat sebagai pendapatan diterima dimuka dan diakui sebagai pendapatan pada saat jasa diserahkan berdasarkan pulsa yang digunakan oleh pelanggan.

Penjualan voucher pulsa isi ulang kepada distributor, agen atau pelanggan dicatat sebagai pendapatan diterima dimuka dan diakui sebagai pendapatan pada saat jasa diserahkan berdasarkan pulsa yang digunakan oleh pelanggan atau pada saat voucher tersebut kadaluarsa.

Pendapatan dari jasa pasca bayar diakui pada saat jasa diserahkan kepada pelanggan berdasarkan tarif yang berlaku dan durasi hubungan telepon melalui jaringan selular Perusahaan.

Pendapatan jasa bulanan (abonemen) dan jasa layanan nilai tambah diakui berdasarkan tagihan atas jasa yang diberikan pada bulan tersebut.

Pendapatan dan beban interkoneksi yang didasarkan pada perjanjian interkoneksi dengan penyelenggara telekomunikasi dalam negeri dan luar negeri, diakui pada saat terjadinya.

Pendapatan jasa lainnya diakui pada saat jasa tersebut diberikan kepada pelanggan.

Beban diakui sesuai manfaatnya pada tahun bersangkutan (*accrual basis*).

**s. Pajak Penghasilan**

Beban pajak kini ditentukan berdasarkan laba kena pajak dalam periode yang bersangkutan yang dihitung berdasarkan tarif pajak yang berlaku.

**r. Revenue and Expense Recognition**

Revenue from prepaid services consists of sale of starter packs and pulse reload vouchers. Starter packs consists of Removable User Identification Module (RUIM) card and preloaded pulse. Sale of RUIM cards is recognized as revenue upon delivery of the starter packs to distributors, agents or customers and the preloaded pulse is initially recorded as unearned revenue and then proportionately recognized as revenue when the related service is rendered based on usage of pulse by customer.

Sale of pulse reload vouchers to distributors, agents and customers is initially recorded as unearned revenue and then recognized as revenue when the related service is rendered based on usage of pulse by customer or whenever the unused stored value of the vouchers has expired.

Revenue from postpaid services is recognized when the services are rendered to customers based on prevailing tariffs and duration of successful phone calls and other usage made through the Company's cellular network.

Revenue from monthly service fee and value added services are recognized based on the monthly billings during the period.

Revenue from network interconnection and interconnection charges which are based on agreements with other domestic and international telecommunications carriers, are recognized as incurred.

Revenues from other services are recognized when the services are rendered.

Expenses are recognized when incurred (*accrual basis*).

**s. Income Tax**

Current tax expense is determined based on the taxable income for the year computed using prevailing tax rates.



Aset dan kewajiban pajak tangguhan diakui atas konsekuensi pajak periode mendatang yang timbul dari perbedaan jumlah tercatat aset dan kewajiban menurut laporan keuangan dengan dasar pengenaan pajak aset dan kewajiban. Kewajiban pajak tangguhan diakui untuk semua perbedaan temporer kena pajak dan aset pajak tangguhan diakui untuk perbedaan temporer yang boleh dikurangkan, sepanjang besar kemungkinan dapat dimanfaatkan untuk mengurangi laba kena pajak pada masa datang.

Pajak tangguhan diukur dengan menggunakan tarif pajak yang berlaku atau secara substansial telah berlaku pada tanggal neraca. Pajak tangguhan dibebankan atau dikreditkan dalam laporan laba rugi, kecuali pajak tangguhan yang dibebankan atau dikreditkan langsung ke ekuitas.

Aset dan kewajiban pajak tangguhan disajikan di neraca, kecuali pajak tangguhan untuk entitas yang berbeda, atas dasar kompensasi sesuai dengan penyajian aset dan kewajiban pajak kini.

**t. Laba Per Saham**

Laba per saham dasar di hitung dengan membagi laba bersih residual dengan jumlah rata-rata tertimbang saham yang beredar pada tahun yang bersangkutan.

Laba per saham dilusian dihitung dengan membagi laba bersih residual dengan jumlah rata-rata tertimbang saham biasa yang telah disesuaikan dengan dampak dari semua efek berpotensi saham biasa yang dilutif.

**u. Instrumen Keuangan Derivatif**

Instrumen keuangan derivatif dinilai berdasarkan nilai wajar pada saat tanggal kontrak dibuat dan selanjutnya dinilai kembali berdasarkan nilai wajar pada tanggal laporan keuangan.

Deferred tax assets and liabilities are recognized for the future tax consequences attributable to differences between the financial statement carrying amounts of assets and liabilities and their respective tax bases. Deferred tax liabilities are recognized for all taxable temporary differences and deferred tax assets are recognized for deductible temporary differences to the extent that it is probable that taxable income will be available in future periods against which the deductible temporary differences can be utilized.

Deferred tax is calculated at the tax rates that have been enacted or substantively enacted as of balance sheet date. Deferred tax is charged or credited in the statement of income, except when it relates to items charged or credited directly to equity, in which case the deferred tax is also charged or credited directly to equity.

Deferred tax assets and liabilities are offset in the balance sheet, except if these are for different legal entities, in the same manner the current tax assets and liabilities are presented.

**t. Earnings Per Share**

Basic earnings per share is computed by dividing net income by the weighted average number of shares outstanding during the period.

Diluted earnings per share is computed by dividing net income by the weighted average number of shares outstanding as adjusted for the effects of all dilutive potential ordinary shares.

**u. Derivative Financial Instruments**

Derivative financial instruments are initially measured at fair value on the contract date, and are measured to fair value at subsequent reporting dates.

Instrumen keuangan derivatif ini digunakan untuk mengelola resiko yang berkaitan erat dengan mutasi tingkat bunga. Namun demikian, akuntansi lindung nilai tidak diperlakukan karena identifikasi lindung nilai dan dokumentasi yang diperlukan sesuai dengan standar ekuntansi belum dipenuhi. Oleh karena itu, keuntungan atau kerugian dari instrument derivatif tersebut diakui pada laporan laba rugi. Perusahaan dan anak perusahaan tidak menggunakan instrumen keuangan derivatif ini untuk tujuan spekulasi.

Derivatif yang melekat pada instrumen keuangan lainnya atau kontrak lainnya atau kontrak utama non-finansial lainnya diperlakukan sebagai derivatif terpisah bila resiko dan karakteristiknya tidak secara jelas dan erat berhubungan dengan resiko dan karakteristik kontrak utama dan kontrak utama tersebut tidak dinyatakan dengan nilai wajar, dengan keuntungan atau kerugian yang belum direalisasi diakui pada laporan laba rugi konsolidasi.

#### v. Informasi Segmen

Informasi segmen disusun sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dianut dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan. Bentuk primer pelaporan segmen adalah segmen usaha sedangkan segmen sekunder adalah segmen geografis.

Segmen usaha adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa, baik produk atau jasa individual maupun kelompok produk atau jasa terkait, dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan segmen lain.

Segmen geografis adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa pada lingkungan ekonomi tertentu dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan pada komponen yang beroperasi pada lingkungan ekonomi lain.

Aset dan kewajiban yang digunakan bersama dalam satu segmen atau lebih dialokasikan kepada setiap segmen jika, dan hanya jika, pendapatan dan beban yang terkait dengan aset tersebut juga dialokasikan kepada segmen-segmen tersebut.

These derivative financial instruments are used to manage exposure to interest rate movement. However, hedge accounting is not applied as the hedging designation and documentation required by accounting standard have not been met. Accordingly, gains or losses on derivative financial instruments are recognized in earnings. The Company and its subsidiary do not use derivative financial instruments for speculative purposes.

Derivatives embedded in other financial instruments or other non-financial host contracts are treated as separate derivative when their risk and characteristics are not closely related to those of host contracts and the host contracts are not carried at fair value, with unrealized gain or loss recognized in the consolidated statement of income.

#### v. Segment Information

Segment information is prepared using the accounting principles adopted for preparing and presenting the financial statements. The primary reporting segment information is based on business segment, while the secondary reporting segment information is based on geographical segment.

A business segment is a distinguishable component of an enterprise that is engaged in producing an individual product or service or a group of related products or services and that is subject to risks and returns that are different from those of other segments.

A geographical segment is a distinguishable component of an enterprise that is engaged in providing products or services within a particular economic environment and that is subject to risks and returns that are different from those of components operating in other economic environments.

Assets and liabilities that relate jointly to two or more segments are allocated to their respective segments, if and only if, their related revenues and expenses also are allocated to those segments.

4. KAS DAN SETARA KAS

4. CASH AND CASH EQUIVALENTS

	2009 Rp	2008 Rp	
Kas	1.175.415.971	1.240.483.611	Cash on hand
Bank			Cash in banks
Rupiah			Rupiah
Bank Central Asia	3.524.617.908	15.710.442.922	Bank Central Asia
Bank Mandiri	2.429.793.489	2.407.295.619	Bank Mandiri
Bank Permata	350.183.077	1.298.965.899	Bank Permata
Bank Negara Indonesia	202.698.629	795.176.312	Bank Negara Indonesia
Bank Danamon Indonesia	184.045.319	200.186.835	Bank Danamon Indonesia
Bank Internasional Indonesia	111.798.890	2.341.783.952	Bank Internasional Indonesia
Bank Niaga	87.879.031	901.002.718	Bank Niaga
Bank Rakyat Indonesia	1.517.000	1.622.000	Bank Rakyat Indonesia
Lain-lain	-	191.000	Others
Dollar Amerika Serikat			U.S. Dollar
Standard Chartered Bank	1.197.247.474	295.444.391	Standard Chartered Bank
Bank Mandiri	286.205.297	2.444.745.647	Bank Mandiri
Sumitomo Mitsui Bank	103.997.949	77.279.342	Sumitomo Mitsui Bank
Deutsche Bank	78.836.998	1.355.534.236	Deutsche Bank
Lain-lain	90.033.441	70.290.870	Others
Euro			Euro
Deutsche Bank	234.494.823	335.476.485	Deutsche Bank
Deposito harian			Call deposit
Rupiah			Rupiah
Bank Mandiri	-	240.000.000.000	Bank Mandiri
Deposito berjangka			Time deposits
Rupiah			Rupiah
Bank Mandiri	400.000.000	400.000.000	Bank Mandiri
Bank Rakyat Indonesia	-	90.000.000.000	Bank Rakyat Indonesia
Bank Niaga	-	66.000.000.000	Bank Niaga
Bank Permata	-	-	Bank Permata
Dollar Amerika Serikat			U.S. Dollar
Bank Mandiri	-	211.991.000.000	Bank Mandiri
Euro			Euro
Deutsche Bank	1.839.240.000	-	Deutsche Bank
Jumlah	<u>12.298.005.294</u>	<u>637.866.901.839</u>	Total
Tingkat bunga per tahun			Interest rate per annum
Deposito harian	-	6,75%	Call deposit
Deposito berjangka			Time deposits
Rupiah	6,75%	5,50% - 8,00%	Rupiah
Dollar Amerika Serikat	-	2,00%	U.S. Dollar

5. BANK YANG DIBATASI PENGGUNAANNYA

Pada tanggal 31 Maret 2008, akun ini merupakan rekening bank Perusahaan di Deutsche Bank yang dibatasi khusus digunakan untuk pembelian handset.

5. RESTRICTED CASH IN BANK

As of March 31, 2008, this account represents the Company's bank account in Deutsche Bank which is restricted and specifically used for payment for the purchase of handsets.

6. INVESTASI JANGKA PENDEK

6. SHORT-TERM INVESTMENTS

	2009 Rp	2008 Rp	
PT Bhakti Asset Management	169.882.458.577	70.428.961.481	PT Bhakti Asset Management
TDM Aset Manajemen	89.280.000.000	81.351.111.111	TDM Aset Manajemen
Clariden Leu Ltd.	-	46.884.307.457	Clariden Leu Ltd.
Jumlah	<u>259.162.458.577</u>	<u>198.664.380.049</u>	Total

Pada tahun 2009 dan 2008, penghasilan investasi masing-masing sebesar Rp5.366.158.124 dan Rp7.882.884.420.

In 2009 and 2008, investment income amounted to Rp5,366,158,124 and Rp7,882,884,420, respectively.

PT Bhakti Asset Management (BAM)

PT Bhakti Asset Management (BAM)

Berdasarkan Kontrak Pengelolaan Dana tanggal 15 Desember 2008, Perusahaan menunjuk BAM, pihak hubungan istimewa, sebagai manajer investasi, untuk mengelola dana milik Perusahaan sesuai dengan arahan investasi Perusahaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Based on the Fund Management Contract dated December 15, 2008, the Company had appointed BAM, a related party, as fund manager, to manage the Company's fund in line with the Company's investment policy and prevailing regulations.

Selama periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 Perusahaan melakukan penarikan dana sebesar Rp34.331.190.097.

For the three-month period ended March 31, 2009, the Company withdrew its fund amounting to Rp34,331,190,097.

Pada tanggal 31 Maret 2009, nilai aset bersih dana kelolaan BAM sebesar Rp169.882.458.577.

As of March 31, 2009, the net asset value of fund managed by BAM amounting to Rp169,882,458,577.

TDM Aset Manajemen

TDM Aset Manajemen

Berdasarkan Kontrak Pengelolaan Dana tanggal 14 Desember 2007, Perusahaan menunjuk TDM, sebagai manajer investasi, untuk mengelola dana milik Perusahaan sesuai dengan arahan investasi Perusahaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Based on the Fund Management Contract dated December 14, 2007, the Company had appointed TDM, as fund manager, to manage the Company's fund in line with the Company's investment policy and prevailing regulations.

Selama periode tiga bulan yang berakhir pada tanggal 31 Maret 2009 Perusahaan tidak melakukan tambahan penyetoran.

For the three-month periods ended March 31, 2009, the Company do not placed any additional fund.

Pada tanggal 31 Maret 2009, nilai aset bersih dana kelolaan sebesar Rp89.280.000.000.

As of March 31, 2009, the net asset value of the fund amounting to Rp89,280,000,000.

Clariden Leu Ltd.

Clariden Leu Ltd.

Selama periode tiga bulan yang berakhir pada tanggal 31 Maret 2009 Perusahaan tidak melakukan tambahan penyetoran.

For the three-month periods ended March 31, 2009, the Company do not placed any additional fund.

Pada bulan Maret 2009, seluruh investasi sementara di Clariden Leu sebesar USD78.511 atau ekuivalen Rp908.766.446 sudah dicairkan.

On March 2009, the entire short-term investment in Clariden Leu amounted to USD 78,511 or equivalent Rp908,766,446 has been withdraw.

7. PIUTANG USAHA

7. TRADE ACCOUNTS RECEIVABLE

	2009	2008	
	Rp	Rp	
<b>a. Berdasarkan langganan</b>			<b>a. By debtors</b>
Pihak hubungan istimewa (Catatan 43a)			Related parties (Note 43a)
Penyedia content	1.969.747.281	1.484.911.493	Content provider
Agen dan pelanggan	257.536.695	4.141.428	Subscriber and agency
Lain-lain	659.307.847	1.485.232.093	Lain-lain
Sub-jumlah	<u>2.886.591.803</u>	<u>2.984.285.014</u>	Sub-total
Pihak ketiga			Third parties
Agen dan pelanggan			Subscriber and agency
Pelanggan postpaid	16.404.666.165	12.424.865.776	Postpaid subscriber
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	3.330.181.565	1.841.409.991	Others (each below Rp 1 billion)
Sub-jumlah	<u>19.734.847.730</u>	<u>14.266.275.767</u>	Sub-total
Operator dalam negeri (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	1.294.911.267	1.032.188.080	Domestic operator  (each below Rp 1 billion)
Operator luar negeri			Overseas operator
SK Telecom Co., Ltd.	938.867.875	1.260.330.184	SK Telecom Co., Ltd.
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	1.964.342.373	1.226.906.392	Others (each below Rp 1 billion)
Sub-jumlah	<u>2.903.210.248</u>	<u>2.487.236.576</u>	Sub-total
Jumlah	23.932.969.245	17.785.698.423	Total
Penyisihan piutang ragu-ragu	<u>(10.577.917.983)</u>	<u>(4.265.610.700)</u>	Allowance for doubtful accounts
Jumlah	<u>13.355.051.262</u>	<u>13.500.087.723</u>	Total
Bersih	<u>16.241.643.065</u>	<u>16.484.372.737</u>	Net
<b>b. Berdasarkan Umur (hari)</b>			<b>b. By Age Category (days)</b>
Belum jatuh tempo	8.523.498.478	6.599.797.454	Not yet due
Sudah jatuh tempo			Past due
1 - 30 hari	1.907.537.772	2.647.254.829	1 - 30 days
31 - 60 hari	1.593.757.184	1.099.976.105	31 - 60 days
61 - 90 hari	611.943.829	1.189.353.688	61 - 90 days
91 - 120 hari	767.754.277	663.695.972	91 - 120 days
> 120 hari	13.195.069.509	6.589.705.389	More than 120 days
Jumlah	<u>26.819.561.048</u>	<u>20.769.983.437</u>	Total
Penyisihan piutang ragu-ragu	<u>(10.577.917.983)</u>	<u>(4.265.610.700)</u>	Allowance for doubtful accounts
Bersih	<u>16.241.643.065</u>	<u>16.484.372.737</u>	Net

	2009 Rp	2008 Rp	
c. Berdasarkan Mata Uang			c. By Currencies
Rupiah	23.916.350.800	18.282.746.861	Rupiah
Dollar Amerika Serikat	2.903.210.248	2.487.236.576	U.S. Dollar
Jumlah	26.819.561.048	20.769.983.437	Total
Penyisihan piutang ragu-ragu	(10.577.917.983)	(4.285.610.700)	Allowance for doubtful accounts
Bersih	16.241.643.065	16.484.372.737	Net

Mutasi penyisihan piutang ragu-ragu:

The changes in allowance for doubtful accounts are as follows:

	2009 Rp	2008 Rp	
Saldo awal	8.950.704.253	3.308.642.253	Beginning balance
Penambahan (Catatan 36)	1.827.213.730	976.968.447	Additions (Note 36)
Saldo akhir	10.577.917.983	4.285.610.700	Ending balance

Manajemen berpendapat bahwa penyisihan piutang ragu-ragu atas piutang kepada pihak ketiga adalah cukup untuk menutup kerugian yang mungkin timbul dari tidak tertagihnya piutang tersebut, sedangkan terhadap piutang kepada pihak hubungan istimewa tidak diadakan penyisihan piutang ragu-ragu karena manajemen berpendapat seluruh piutang tersebut dapat ditagih.

Management believes that the allowance for doubtful accounts is adequate to cover possible losses on uncollectible receivables based on a review of the status of the individual receivable accounts at the end of the period, while no allowance for doubtful accounts was provided on receivables from related parties as management believes that all such receivables are collectible.

Manajemen juga berpendapat bahwa tidak terdapat risiko yang terkonsentrasi secara signifikan atas piutang pihak ketiga.

Management believes that there are no significant concentrations of credit risk in third party receivables.

#### 8. PIUTANG LAIN-LAIN

#### 8. OTHER ACCOUNTS RECEIVABLE

	2009 Rp	2008 Rp	
PT Tower Bersama	294.902.369	2.855.614.058	PT Tower Bersama
Lehman Brother Special Financing (Catatan 48)	-	26.374.877.962	Lehman Brother Special Financing (Note 48)
ZTE Corporation	-	4.096.173.612	ZTE Corporation
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	1.182.504.677	1.765.029.349	Others (each below Rp 1 billion)
Jumlah	1.477.407.046	35.091.895.181	Total

9. PERSEDIAAN

9. INVENTORIES

	2009 Rp	2008 Rp	
Kartu perdana dan voucher pulsa Isi ulang	38.025.904.115	35.631.111.229	Starter packs and vouchers
Telepon genggam dan aksesoris	22.756.571.154	141.765.213.492	Handsets and accessories
Jumlah	58.782.475.269	177.398.324.721	Total
Penyisihan penurunan nilai persediaan	(3.168.744.260)	(3.168.744.260)	Allowance for decline in value
Jumlah	<u>55.613.731.009</u>	<u>174.227.580.461</u>	Total

Tidak terdapat mutasi penyisihan penurunan nilai persediaan selama periode tiga bulan yang berakhir pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008.

There were no changes in the allowance for decline in value of inventories for the three-month periods ended March 31, 2009 and 2008.

Manajemen berpendapat bahwa penyisihan penurunan nilai persediaan tersebut adalah cukup untuk menutup kerugian yang mungkin timbul.

Management believes that the allowance for decline in value of inventories is adequate to cover possible losses.

Pada tanggal 31 Maret 2009, seluruh persediaan telah diasuransikan kepada PT Asuransi AIG Indonesia dan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia terhadap risiko kebakaran, pencurian dan risiko lainnya sebesar Rp111,5 miliar. Manajemen berpendapat bahwa nilai pertanggungan tersebut cukup untuk menutupi kemungkinan kerugian yang dialami Perusahaan.

As of March 31, 2009, inventories are insured with PT Asuransi AIG Indonesia and PT Asuransi Allianz Utama Indonesia against fire, theft and other possible risks for Rp111.5 billion. Management believes that the insurance coverage is adequate to cover possible losses to the Company.

10. PAJAK DIBAYAR DIMUKA

10. PREPAID TAXES

	2009 Rp	2008 Rp	
Pajak penghasilan			Income tax
Pasal 28A			Article 28A
2009	51.213.255	-	2009
2008	8.543.374.172	4.440.810.007	2008
2007	12.239.025.011	12.282.643.739	2007
Pasal 26	4.411.287.397	4.411.287.397	Article 26
Pajak pertambahan nilai - bersih	64.111.904.563	96.738.787.339	Value added tax - net
Jumlah	<u>89.356.804.398</u>	<u>117.873.508.482</u>	Total

Pada tanggal 28 Agustus 2008, Perusahaan menerima Suret Ketetapan Pajak Lebih Bayar (SKPLB) Pajak Pertambahan Nilai (PPN) No.00044/407/07/054/08 untuk masa pajak tahunan 2007 sebesar Rp57.776.067.796 yang telah diterima Perusahaan pada bulan September 2008. Perusahaan mengajukan keberatan atas SKPLB tersebut untuk jumlah PPN sebesar Rp1.176.574.767, karena menurut Perusahaan jumlah kelebihan bayar PPN sebesar Rp58.952.642.583. Sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada keputusan atas keberatan tersebut.

On August 28, 2008, the Company received Overpayment Tax Assessment Letter (SKPLB) on Value Added Tax No. 00044/407/07/054/08 for the fiscal year 2007 amounting to Rp57,776,067,796 in which such amount has been received in September 2008. The Company objected on such SKPLB for an amount of Rp1,176,574,767, while according to the Company total overpayment amounting to Rp58,952,642,583. As of the issuance data of the financial statements, the Company has not received the objection decision.

Pada tanggal 17 Juli 2008, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No:KEP-1293/WPJ.06/BD.06/2008 tentang keberatan Wajib Pajak atas Surat Keetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) Pajak Pertambahan Nilai yang menetapkan untuk mempertahankan SKPKB No.00028/207/05/073/07 tanggal 30 April 2007 untuk tahun pajak 2005 sebesar Rp17.897.451.878 yang sudah dibayar oleh Perusahaan pada bulan Agustus 2007, sementara menurut Perusahaan adalah nihil. Perusahaan mengajukan banding atas keputusan tersebut dan sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada tanggapan atas keberatan tersebut.

Pada tanggal 5 Februari 2007, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No:KEP-116/WPJ.06/BD.06/2007 tentang keberatan Wajib Pajak atas SKPKB Pajak Penghasilan pasal 21 yang menetapkan untuk mempertahankan SKPKB No.00005/201/04/073/05 tanggal 30 Desember 2005 untuk tahun pajak 2004 yang menyatakan bahwa kurang bayar Perusahaan sebesar Rp1.022.384.685, sementara menurut Perusahaan adalah Rp836.100.935. Perusahaan mengajukan banding atas keputusan tersebut dan sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada tanggapan atas keberatan tersebut.

Pada tanggal 5 February 2007, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No:KEP-115/WPJ.06/BD.06/2007 tentang keberatan Wajib Pajak atas SKPKB Pajak Penghasilan pasal 23 yang menetapkan untuk mempertahankan SKPKB No.00004/203/04/073/05 tanggal 30 Desember 2005 untuk tahun pajak 2004 yang menyatakan bahwa kurang bayar Perusahaan sebesar Rp1.964.940.401, sementara menurut Perusahaan adalah Rp1.580.431.014. Perusahaan mengajukan banding atas keputusan tersebut dan sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada tanggapan atas keberatan tersebut.

On July 17, 2008, the Company received a decision letter No:KEP-1293/WPJ.06/BD.06/2008 from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on Tax Underpayment Assessment Letter (SKPKB) on the Company's Value Added Tax wherein defending SKPKB No.00028/207/05/073/07 dated April 30, 2007 for the year 2005 amounting to Rp17,897,451,678 which has been paid by the Company on August 2007, while according to the Company is nil. The Company appealed such decision and as of the issuance date of the financial statements, the Company has not received respons on the appeal.

On February 5, 2007, the Company received a decision letter No:KEP-116/WPJ.06/BD.06/2007 from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on SKPKB on the Company's Income Tax article 21 wherein defending SKPKB No.00005/201/04/073/05 dated December 30, 2005 for the year 2004 which stated the Company's underpayment amounted to Rp1,022,384,685, while according to the Company amounted to Rp836,100,935. The Company appealed such decision and as of the issuance date of the financial statements, the Company has not received respons on the appeal.

On February 5, 2007, the Company received a decision letter No:KEP-115/WPJ.06/BD.06/2007 from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on SKPKB on the Company's Income Tax article 23 wherein defending SKPKB No.00004/203/04/073/05 dated December 30, 2005 for the year 2004 which stated the Company's underpayment amounted to Rp1,964,940,401, while according to the Company amounted to Rp1,580,431,014. The Company appealed to the such decision and as of the issuance date of the financial statements, the Company not already received such respons.



Pada tanggal 5 February 2007, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No:KEP-127/WPJ.06/BD.06/2007 tentang keberatan Wajib Pajak atas SKPKB Pajak Penghasilan pasal 26 yang menetapkan untuk mempertahankan SKPKB No.00002/204/04/073/05 tanggal 30 Desember 2005 untuk tahun pajak 2004 yang menyatakan bahwa kurang bayar Perusahaan sebesar Rp4.411.287.397 yang sudah dikompensasikan dengan lebih bayar Pajak Pertambahan Nilai tahun pajak 2004, sementara menurut Perusahaan adalah nihil. Perusahaan mengajukan banding atas keputusan tersebut dan sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada tanggapan atas keberatan tersebut.

Pada tanggal 16 Januari 2006, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak tentang Surat Keberatan Perusahaan yang menyatakan Perusahaan kurang bayar atas Pajak Pertambahan Nilai untuk masa Januari hingga Juni 2004 sebesar Rp7.397.617.746 dan sisanya sebesar Rp939.572.600 dikembalikan pada bulan Pebruari 2006. Sehubungan dengan Keputusan Keberatan tersebut, pada tanggal 13 Maret 2006 Perusahaan mengajukan banding ke Pengadilan Pajak. Pada tanggal 16 Nopember 2006, Perusahaan telah menerima keputusan pengadilan pajak yang mengabulkan permohonan banding Perusahaan sebesar Rp6.724.318.701 (termasuk bunga sebesar Rp2.180.860.119). Pada tanggal 26 Januari 2007, Perusahaan telah menerima pengembalian bersih sebesar Rp6.596.014.882 setelah dikurangi beban bunga sebesar Rp128.303.819.

On February 5, 2007, the Company received a decision letter No:KEP-127/WPJ.06/BD.06/2007 from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on SKPKB on the Company's Income Tax article 26 wherein defending SKPKB No.00002/204/04/073/05 dated December 30, 2005 for the year 2004 which stated the Company's underpayment amounted to Rp4,411,287,397 which has been compensated against overpayment of Value Added Tax for fiscal year 2004, while according to the Company is nil. The Company appealed to the such decision and as of the issuance date of the financial statements, the Company not already received such respons.

On January 16, 2006, the Company received a decision letter from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on Value Added Tax Assessment for the period of January to June 2004 amounting to Rp7,397,617,746 wherein the remaining balance of Rp939,572,600 was refunded in February 2006. In relation to such decision on March 13, 2006, the Company filed an appeal to the Tax Court. On November 18, 2006, the Company received a decision from the tax court which favored the Company's appeal amounting to Rp6,724,318,701 (including interest of Rp2,180,860,119). On January 28, 2007, the Company received the tax refund amounting to Rp6,596,014,882 after deducting the interest expense of Rp128,303,819.

#### 11. BIAYA DIBAYAR DIMUKA

	2009 Rp	2008 Rp	
Sewa	115.917.308.896	77.870.289.884	Rental
Penggunaan spektrum frekuensi radio (Catalan 45c)	54.408.931.609	24.581.771.000	Radio frequency spectrum usage charge (Note 45c)
Asuransi	1.485.701.588	1.151.491.681	Insurance
Transportasi	911.887.587	2.525.409.830	Transportation
Lain-lain	3.943.878.441	4.032.827.594	Others
Jumlah	<u>178.667.508.121</u>	<u>109.961.789.789</u>	Total

#### 12. ASET LANCAR LAINNYA

Akun ini terdiri dari uang muka atas perluasan jaringan, perjalanan dinas dan biaya operasional.

#### 11. PREPAID EXPENSES

	2009 Rp	2008 Rp	
Rental	115.917.308.896	77.870.289.884	Rental
Radio frequency spectrum usage charge (Note 45c)	54.408.931.609	24.581.771.000	Radio frequency spectrum usage charge (Note 45c)
Insurance	1.485.701.588	1.151.491.681	Insurance
Transportation	911.887.587	2.525.409.830	Transportation
Others	3.943.878.441	4.032.827.594	Others
Total	<u>178.667.508.121</u>	<u>109.961.789.789</u>	Total

#### 12. OTHER CURRENT ASSETS

This account consists of advances for network expansion, business travel and operational expenses.

13. ASET TETAP

	1 Januari/ January 1, 2009	Penambahan/ Additions	Pengurangan/ Deductions	Reklasifikasi/ Reclassifications	31 Maret/ March 31, 2009	
	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	
Biaya perolehan:						Acquisition cost:
Pemilikan langsung Tanah	31.029.109.217	-	348.358.310	-	30.679.750.898	Direct acquisitions Land
Infrastruktur telekomunikasi	2.765.825.747.315	15.415.373.594	20.378.038.691	490.350.745	2.761.153.431.963	Telecommunication Infrastructure
Bangunan dan prasarana	20.249.080.874	-	837.147.752	-	19.311.933.222	Building and improvements
Kendaraan	2.086.939.848	-	410.900.000	-	1.656.039.848	Vehicles
Peralatan kantor	113.962.892.697	204.482.425	12.922.078.813	234.248.000	99.559.342.309	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	373.012.382.783	20.271.100.000	-	6.864.063.883	400.147.558.665	Other supporting equipment
Aset dalam penyelesaian:						Construction in progress:
Infrastruktur telekomunikasi	204.823.215.335	17.033.922.248	-	(190.350.745)	221.366.787.878	Telecommunication Infrastructure
Peralatan kantor	7.743.770.594	74.248.000	-	(234.248.000)	7.583.770.524	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	17.606.267.117	1.841.393.348	-	(6.864.063.883)	12.683.596.580	Other supporting equipment
Aset sewa guna usaha:						Leased asset:
Infrastruktur telekomunikasi	1.272.364.277.038	-	-	-	1.272.364.277.038	Telecommunication Infrastructure
Jumlah	4.808.513.472.847	54.940.520.833	34.897.524.575	-	4.828.456.488.925	Total
Akumulasi penyusutan dan penurunan nilai:						Accumulated depreciation and impairment loss:
Pemilikan langsung						Direct acquisitions
Infrastruktur telekomunikasi	835.950.633.887	39.131.758.148	20.274.057.205	-	854.808.338.830	Telecommunication Infrastructure
Bangunan dan prasarana	10.582.058.843	182.772.848	623.084.287	-	10.120.848.901	Building and improvements
Kendaraan	1.656.423.174	104.335.417	196.849.581	-	843.899.000	Vehicles
Peralatan kantor	70.112.018.605	3.330.879.352	12.320.843.731	-	60.722.114.426	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	88.448.716.742	11.936.719.315	-	-	100.385.437.057	Other supporting equipment
Aset sewa guna usaha:						Leased asset:
Infrastruktur telekomunikasi	88.433.250.485	23.053.432.682	-	-	109.508.703.177	Telecommunication Infrastructure
Jumlah	1.192.581.303.848	77.922.017.459	34.019.814.814	-	1.238.487.506.491	Total
Jumlah Tercatat	3.615.932.169.001				3.589.968.982.434	Net Book Value

	1 Januari/ January 1, 2008	Penambahan/ Additions	Pengurangan/ Deductions	Reklasifikasi/ Reclassifications	31 Maret/ March 31, 2008	
	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	
Biaya perolehan:						Acquisition costs:
Tanah	27.987.377.510	1.087.464.207	-	-	29.094.871.717	Land
Infrastruktur telekomunikasi	2.576.943.899.421	378.078.820	-	52.127.368.480	2.629.447.142.821	Telecommunication Infrastructure
Bangunan dan prasarana	24.308.063.507	-	-	-	24.308.063.507	Building and improvements
Kendaraan	3.886.056.157	-	403.307.363	-	3.482.748.794	Vehicles
Peralatan kantor	106.803.740.343	3.369.578.132	35.843.100	2.010.807.928	111.848.581.303	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	170.108.528.728	68.018.331.007	122.205.800	2.123.713.238	206.184.367.371	Other supporting equipment
Aset dalam penyelesaian:						Construction in progress:
Infrastruktur telekomunikasi	308.241.173.311	62.058.734.256	-	(52.127.368.480)	318.069.541.090	Telecommunication Infrastructure
Peralatan kantor	13.612.070.429	1.484.102.560	-	(2.010.807.820)	13.065.265.091	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	17.089.384.100	3.483.053.857	-	(2.123.713.238)	16.460.734.719	Other supporting equipment
Aset sewa guna usaha:						Leased asset:
Infrastruktur telekomunikasi	512.568.733.686	184.153.145.684	-	-	696.761.879.850	Telecommunication Infrastructure
Jumlah	4.061.486.228.770	352.927.524.628	501.356.063	-	4.413.862.398.333	Total
Akumulasi penyusutan dan penurunan nilai:						Accumulated depreciation and impairment loss:
Infrastruktur telekomunikasi	1.238.733.371.789	29.524.230.231	-	-	1.268.257.602.020	Telecommunication Infrastructure
Bangunan dan prasarana	16.857.781.002	134.283.383	-	-	18.722.064.385	Building and improvements
Kendaraan	1.786.387.975	78.302.518	403.307.358	-	1.441.383.135	Vehicles
Peralatan kantor	75.845.573.222	3.292.883.054	8.806.534	-	79.189.456.752	Office equipment
Peralatan penunjang lainnya	60.228.911.829	8.081.792.857	68.194.700	-	68.224.508.986	Other supporting equipment
Aset sewa guna usaha:						Leased asset:
Infrastruktur telekomunikasi	16.710.654.504	13.762.020.772	-	-	30.502.705.276	Telecommunication Infrastructure
Jumlah	1.410.982.712.321	52.883.222.635	478.510.562	-	1.463.387.724.564	Total
Jumlah Tercatat	2.850.483.517.449				2.850.474.873.759	Net Book Value

Pengurangan aset tetap berasal dari penjualan dan pelepasan aset tetap adalah sebagai berikut:

The deductions in property and equipment due to sale and disposal are as follows:

	2009 Rp	2008 Rp	
Harga perolehan	34.997.524.575	561.356.063	Acquisition cost
Akumulasi penyusulan	(34.015.814.814)	(478.310.592)	Accumulated depreciation
Nilai tercatat	981.709.761	83.045.471	Net book value
Harga jual	3.363.377.885	288.734.999	Sales price
Keuntungan penjualan dan pelepasan aset tetap - bersih	2.381.667.924	205.689.528	Gain on sale and disposal of property and equipment - net

Beban penyusulan adalah sebesar Rp77.922.017.459 dan Rp52.883.322.835 masing-masing untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 dan 2008 (Catatan 32).

Depreciation expense amounted to Rp77,922,017,459 and Rp52,883,322,835 for each of three-month periods ended March 31, 2009 and 2008, respectively (Note 32).

Beban bunga dan beban keuangan lain yang dikapitalisasi ke aset dalam penyelesaian sebesar Rp14.847.027.610 untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2008. Keuntungan kurs mata uang asing-bersih yang dikapitalisasi ke aset dalam penyelesaian sebesar Rp1.043.285.858 untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2008.

Interest and other financial charges capitalized to construction in progress amounted to Rp14,847,027,610 for the three-month periods ended March 31, 2008. The Company capitalized net loss on foreign exchange to construction in progress amounting to Rp1,043,285,858 for the three-month periods ended March 31, 2008.

Perusahaan memiliki beberapa bidang tanah yang terletak di Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Medan, Banda Aceh, Padang, Ujung Pandang, Palu, Kendari, Manado, Bali, Jambi, Palembang, Lampung, Mataram, Balikpapan, Banjarmasin dan Pontianak seluruhnya seluas 75.546 m<sup>2</sup> dengan hak guna bangunan (HGB) atas nama Perusahaan dengan jangka waktu antara 20 sampai dengan 30 tahun, jatuh tempo antara tahun 2014 dan 2031 dan tanah seluas 660 m<sup>2</sup> masih dalam proses sertifikasi. Manajemen Perusahaan berpendapat tidak terdapat masalah dengan sertifikasi dan perpanjangan hak atas tanah karena seluruh tanah diperoleh secara sah dan didukung dengan bukti pemilikan yang memadai.

The Company owns several pieces of land located in Jakarta, West Java, Central Java, East Java, Medan, Banda Aceh, Padang, Ujung Pandang, Palu, Kendari, Manado, Bali, Jambi, Palembang, Lampung, Mataram, Balikpapan, Banjarmasin dan Pontianak measuring 75,546 square meters with Building Use Right (Hak Guna Bangunan or HGB) under the name of the Company with term of 20 to 30 years and will expire between 2014 to 2031 and land measuring 660 square meters is still in process of certification. Management believes that there will be no difficulty in the extension and legal processing of the landrights since these were acquired legally and supported by sufficient evidence of ownership.

Aset dalam penyelesaian merupakan pengembangan infrastruktur telekomunikasi dan peralatan penunjang lainnya dalam rangka ekspansi Perusahaan yang diperkirakan akan selesai pada tahun 2010.

Construction in progress represents the development of telecommunication infrastructure and other supporting equipment under installation for the expansion of the Company which is estimated to be completed in 2010.

Pada tanggal 31 Maret 2009, aset tetap infrastruktur telekomunikasi telah diasuransikan kepada PT Asuransi Export Indonesia, PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, PT Asuransi Central Asia, PT Asuransi Wahana Tata dan PT Asuransi Mitsui Sumitomo terhadap risiko kebakaran, pencurian dan risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar USD213.594.324, sedangkan aset tetap lainnya, kecuali tanah telah diasuransikan kepada PT Asuransi AJU Indonesia dan PT Citra International Underwriters dengan jumlah pertanggungan sebesar USD330.534 dan Rp4.344.585.086. Perusahaan juga mengasuransikan menara pemancar kepada PT Zurich Insurance Indonesia terhadap risiko kerugian publik dengan jumlah pertanggungan USD5.000.000. Manajemen berpendapat bahwa nilai pertanggungan tersebut cukup untuk menutup kemungkinan kerugian atas aset yang dipertanggungkan.

Pada tanggal 31 Maret 2009, sebagian infrastruktur telekomunikasi dijadikan jaminan atas obligasi I (Catatan 25).

As of March 31, 2009, the Company's telecommunication infrastructure were insured with PT Asuransi Export Indonesia, PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, PT Asuransi Central Asia, PT Asuransi Wahana Tata dan PT Asuransi Mitsui Sumitomo against fire, theft and other possible risks with total coverage of USD213,594,324, while other property and equipment, excluding land, were insured with PT Asuransi AJU Indonesia and PT Citra International Underwriters with total coverage of USD330,534 and Rp4,344,585,086. The Company also covered its tower assets against public liability risk with PT Zurich Insurance Indonesia for a total of USD5,000,000. Management believes that the insurance coverage is adequate to cover possible losses on the assets insured.

As of March 31, 2009, part of the Company's telecommunication infrastructure were used as collateral for the Company's Bond I (Note 25).

#### 14. GOODWILL

Akun ini merupakan goodwill positif yang berasal dari akuisisi Metrocel dan Telesera dan goodwill negatif yang berasal dari akuisisi Komselindo. Masing-masing perusahaan merupakan pemegang izin penyelenggaraan jasa bergerak selular. Dengan akuisisi ini, Perusahaan memperoleh manfaat ekonomis sebagai penyelenggara telekomunikasi yang meliputi seluruh wilayah Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2007, Metrocel, Telesera dan Komselindo telah dilebur ke dalam Perusahaan. Oleh karena itu, goodwill positif dan goodwill negatif dari akuisisi perusahaan tersebut digabungkan sebagai berikut :

	2009 Rp	2008 Rp	
Jumlah bruto	264.964.073.585	264.964.073.565	Gross amount
Akumulasi amortisasi			Accumulated amortization
Awal tahun	86.619.699.579	75.167.741.274	Beginning of year
Amortisasi	2.862.989.530	2.862.989.530	Amortization
Akhir tahun	89.482.689.109	78.030.730.804	Ending of year
Jumlah tercatat	175.501.384.456	186.953.342.761	Carrying amount

Amortisasi goodwill bersih masing-masing untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 dan 2008 masing-masing sebesar Rp2.862.989.530.

Net amortization of goodwill for each of the three-month periods ended March 31, 2009 and 2008 amounting to Rp2,863,989,530, respectively.

15. BEBAN TANGGUHAN - BERSIH

Akun ini merupakan biaya subsidi ditangguhkan dalam rangka program perolehan pelanggan sebagai berikut:

	2009 Rp	2008 Rp	
Program frensip	204.703.678.401	204.703.678.401	Frensip program
Program stylo	10.776.055.179	10.776.055.179	Stylo program
Program slimo	8.472.703.800	8.472.703.800	Slimo program
Jumlah	<u>223.952.437.380</u>	<u>223.952.437.380</u>	Total
Akumulasi amortisasi	<u>(218.423.035.853)</u>	<u>(164.864.291.382)</u>	Accumulated amortization
Jumlah tercatat	<u>5.529.401.527</u>	<u>59.088.145.998</u>	Carrying amount

Beban amortisasi untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 dan 2008 masing-masing sebesar Rp404.298.948 dan Rp17.617.450,874 (Catatan 32).

This account represents deferred charges incurred in relation to subscribers acquisition programs as follows:

Amortization expense for the three-month periods ended March 31, 2009 and 2008 amounted to Rp404,298,948 and Rp17,817,450,874, respectively (Note 32).

18. ASET TIDAK LANCAR LAINNYA

	2009 Rp	2008 Rp	
Perangkat lunak (Catatan 43c)	6.073.037.078	6.983.499.268	Software (Note 43c)
Uang Jaminan sewa ruang	4.222.256.299	4.083.012.258	Rental deposits
Lain-lain	<u>670.427.053</u>	<u>3.318.011.909</u>	Others
Jumlah	<u>10.965.720.430</u>	<u>14.382.523.435</u>	Total

17. HUTANG USAHA

	2009 Rp	2008 Rp	
<b>a. Berdasarkan pemasok</b>			<b>a. By creditor</b>
Pihak hubungan istimewa (Catatan 43a)			Related parties (Note 43a)
PT Freekoms Indonesia	4.919.558.245	1.474.420.200	PT Freekoms Indonesia
PT Flash Mobile	771.320.435	-	PT Flash Mobile
PT Infokom Elektrindo	388.675.885	402.070.188	PT Infokom Elektrindo
Qualcomm Inc.	<u>378.408.308</u>	<u>2.713.668.218</u>	Qualcomm Inc.
Sub-jumlah	<u>6.455.990.851</u>	<u>4.590.158.584</u>	Sub-total
<b>Pihak ketiga</b>			<b>Third parties</b>
Operator dalam negeri			Domestic operators
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	38.631.398.213	8.166.887.781	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk
PT Indosat Tbk	6.086.565.088	3.953.598.151	PT Indosat Tbk
PT Telekomunikasi Selular	3.714.090.204	3.447.328.072	PT Telekomunikasi Selular
PT Excelcomindo Pratama Tbk	1.304.584.616	-	PT Excelcomindo Pratama Tbk
Lain-lain (dibawah Rp 1 miliar)	<u>1.145.368.911</u>	<u>1.391.728.483</u>	Others (below Rp 1 billion)
Sub-jumlah	<u>52.882.008.032</u>	<u>18.959.522.487</u>	Sub-total

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk DAN ANAK PERUSAHAAN  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASI  
(TIDAK DIAUDIT)  
31 MARET 2009 DAN 2008  
SERTA UNTUK PERIODE TIGA BULAN YANG BERAKHIR  
PADA TANGGAL TERSEBUT – Lanjutan

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk AND ITS SUBSIDIARY  
CONSOLIDATED NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS  
(UNAUDITED)  
MARCH 31, 2009 AND 2008  
AND FOR THE THREE-MONTH PERIODS  
THEN ENDED – Continued

	2008 Rp	2007 Rp	
Kontraktor dan pemasok			Contractors and suppliers
Samsung Electronics Co., Ltd	198.925.051.501	7.388.873.595	Samsung Electronics Co., Ltd
Huawei Technologies, Co., Ltd	127.904.930.650	93.362.095.448	Huawei Technologies, Co., Ltd
PT Samsung Telecommunication Indonesia	126.788.894.400	699.407.231	PT Samsung Telecommunication Indonesia
PT. Huawei Tech. Investment	39.401.069.450	-	PT. Huawei Tech. Investment
ZTE Corporation	24.481.125.000	-	ZTE Corporation
PT Mora Telematika Indonesia	18.578.564.058	10.998.248.042	PT Mora Telematika Indonesia
PT NEC Indonesia	7.181.805.489	-	PT NEC Indonesia
PT Inli Bangun Sejahtera	2.821.878.895	-	PT Inli Bangun Sejahtera
PT Hitelnet Nusantara	2.248.091.874	1.417.887.842	PT Hitelnet Nusantara
Gemalto Pte, Ltd	2.455.115.375	2.127.237.515	Gemalto Pte, Ltd
PT Dawamiba Engineering	1.074.296.176	1.057.953.716	PT Dawamiba Engineering
PT Rekatama Global Dimensi	1.010.576.968	-	PT Rekatama Global Dimensi
PT Cipta Karya Bhakti	341.882.314	2.778.108.887	PT Cipta Karya Bhakti
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	21.533.554.033	13.078.011.005	Others (each below Rp 1 billion)
Sub-Jumlah	<u>574.544.243.891</u>	<u>133.105.629.081</u>	Sub-total
Penyedia content (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	4.378.820.410	3.558.378.630	Content providers (each below Rp 1 billion)
Jumlah pihak ketiga	<u>631.802.870.433</u>	<u>153.623.530.188</u>	Total third parties
Jumlah Hutang Usaha	<u>838.258.631.284</u>	<u>158.213.888.783</u>	Total trade accounts payable
b. Berdasarkan mata uang			b. By currency
Dolar Amerika Serikat	529.490.171.427	18.574.881.024	U.S. Dollar
Rupiah	<u>106.768.659.857</u>	<u>141.639.007.758</u>	Rupiah
Jumlah	<u>636.258.831.284</u>	<u>158.213.888.783</u>	Total

18. HUTANG LAIN-LAIN

18. OTHER ACCOUNTS PAYABLE

	2009 Rp	2008 Rp	
Lehman Brothers Special Financing (Catatan 48)	4.530.982.528	-	Lehman Brothers Special Financing (Note 48)
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation, Ltd.	1.980.224.124	1.569.673.637	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation, Ltd.
PT Azec Indonesia Management Services	1.635.843.536	103.745.600	PT Azec Indonesia Management Services
PT Pandu Siwi Sentosa	1.390.931.779	199.897.502	PT Pandu Siwi Sentosa
PT Karsa Ide dan Karya	1.016.702.058	-	PT Karsa Ide dan Karya
PT Intrias Mandiri Sejal	542.238.142	1.184.820.130	PT Intrias Mandiri Sejal
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Catatan 23)	-	1.460.000.000	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Note 23)
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	13.131.382.431	6.198.611.181	Others (each below Rp 1 billion)
Jumlah	<u>24.208.304.595</u>	<u>10.716.748.060</u>	Total

19. HUTANG PAJAK

19. TAXES PAYABLE

	2009 Rp	2008 Rp	
Pajak penghasilan			Income taxes
Pasal 21	9.775.942.625	1.553.048.015	Article 21
Pasal 23	20.253.382.887	1.398.843.452	Article 23
Pasal 26	7.199.118.751	1.998.418.751	Article 26
Total	<u>37.228.424.243</u>	<u>4.946.310.218</u>	Total

20. BIAYA MASIH HARUS DIBAYAR

20. ACCRUED EXPENSES

	2009 Rp	2008 Rp	
Pihak hutungan istimewa (Catatan 43b)			Related parties (Note 43b)
Blaya operasional	19.137.376.860	6.310.066.185	Operating expenses
Sewa	952.911.725	347.148.381	Rental
Sub-jumlah	<u>20.090.288.585</u>	<u>6.657.214.546</u>	Sub-total
Pihak ketiga			Third parties
Bunga	182.861.926.821	27.894.145.480	Interest
Penggunaan frekuensi (Catatan 45c)	96.521.029.259	5.989.599.043	Frequency usage charges (Note 45c)
Blaya operasional	52.381.811.441	25.276.623.551	Operating expenses
Sewa	44.721.867.148	10.247.846.449	Rental
Perbaikan dan pemeliharaan (Catatan 45a)	1.338.550.469	953.707.211	Repairs and maintenance (Note 45a)
Lain-lain	3.497.204.050	1.919.364.133	Others
Sub-jumlah	<u>381.322.409.186</u>	<u>72.261.285.867</u>	Sub-total
Jumlah	<u>401.412.697.771</u>	<u>78.918.500.413</u>	Total

21. PENDAPATAN DITERIMA DIMUKA

21. UNEARNED REVENUE

Akun ini merupakan pendapatan atas penjualan voucher pulsa isi ulang prabayar yang belum digunakan dan belum melewati masa berlakunya.

This account represents revenue from preloaded voucher sales that had not been used with unexpired stored values.

22. UANG JAMINAN PELANGGAN

22. DEPOSITS FROM CUSTOMERS

	2009 Rp	2008 Rp	
Uang muka penjualan aset tetap (Catatan 45q)	17.868.895.285	-	Advance from sale of property (Note 45q)
Pembelian voucher	7.716.255.855	10.006.963.380	Vouchers
Sewa fasilitas telekomunikasi (Catatan 45e)	<u>3.099.600.000</u>	<u>3.452.400.000</u>	Telecommunication facility usage (Note 45e)
Jumlah	<u>28.684.751.140</u>	<u>13.459.363.380</u>	Total

23. HUTANG KEPADA PIHAK HUBUNGAN  
ISTIMEWA

	2009 Rp	2008 Rp
PT Infokom Elektrindo	3.297.845.326	217.518.780
PT Rajawali Citra Televisi Indonesia	76.823.223	15.895.175.671
PT Cross Media Internasional	-	3.052.121.031
PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia	-	1.098.285.959
PT Global Mediacom Tbk	-	-
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	383.805.000	1.002.977.834
<b>Jumlah</b>	<b>3.758.473.549</b>	<b>21.266.079.275</b>

Hutang kepada PT Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), PT Global Informasi Bermutu (Global TV) dan PT Cross Media Internasional berasal dari pemasangan iklan.

Selain itu, hutang kepada Cipta TPI merupakan hutang atas pemasangan iklan dan hutang Metrosel atas pemasangan iklan Telkom sebagai kompensasi hutang Metrosel ke Telkom. Pada tanggal 22 Agustus 2007, dilakukan kesepakatan penyelesaian hutang ini dimana Perusahaan akan melakukan pembayaran langsung ke Telkom.

Hutang kepada PT Usaha Gedung Bimantara dan PT Global Mediacom Tbk merupakan hutang atas sewa ruangan kantor dan galeri.

Hutang kepada PT Infokom Elektrindo merupakan hutang atas berlangganan jasa internet.

Hutang lain-lain kepada pihak hubungan istimewa merupakan hutang atas pemasangan iklan kepada PT Global Informasi Bermutu, PT Media Nusantara Informasi dan PT MNI Global.

24. HUTANG PEMBELIAN ASET TETAP

Berdasarkan perjanjian tanggal 21 Desember 2002 yang terakhir diubah tanggal 7 Juli 2005, Perusahaan mengadakan perjanjian pinjaman dengan Samsung Corporation (SC) dengan nilai pinjaman maksimum sebesar USD102 juta, dalam rangka pengadaan peralatan CDMA 2000 1X Cellular Network melalui Supply Agreement (Catatan 45a).

23. ACCOUNTS PAYABLE TO RELATED PARTIES

	2009 Rp	2008 Rp
PT Infokom Elektrindo	3.297.845.326	217.518.780
PT Rajawali Citra Televisi Indonesia	76.823.223	15.895.175.671
PT Cross Media Internasional	-	3.052.121.031
PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia	-	1.098.285.959
PT Global Mediacom Tbk	-	-
Lain-lain (each below Rp 1 billion)	383.805.000	1.002.977.834
<b>Total</b>	<b>3.758.473.549</b>	<b>21.266.079.275</b>

Payable to PT Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), PT Global Informasi Bermutu (Global TV) dan PT Cross Media Internasional represents the Company's payable for advertising expenses.

Payable to Cipta TPI also represents the Company's payable for advertising expenses and Metrosel's payable for advertising services rendered for Telkom to compensate Metrosel's payable to Telkom. On August 22, 2007, there was an agreement on payable settlement wherein the Company will directly pay to Telkom.

Payable to PT Usaha Gedung Bimantara and PT Global Mediacom Tbk represents the Company's payable for warehouse and gallery rentals.

Payable to PT Infokom Elektrindo represents the Company's payable for internet services.

Other payable to related parties represents the Company's payable for advertising expenses to PT Global Informasi Bermutu, PT Media Nusantara Informasi and PT MNI Global.

24. LIABILITY FOR PURCHASE OF EQUIPMENT

Based on agreement dated December 21, 2002 as lastly amended on July 7, 2005, the Company entered into a Credit Agreement with Samsung Corporation (SC), with a maximum credit limit of USD102 million to finance the purchase of the CDMA 2000 1X Cellular Network Equipment under the Supply Agreement (Note 45a).



Pinjaman ini dibayar kembali dalam 7 (tujuh) kali angsuran selama 3,5 tahun dimulai sejak Nopember 2005 dengan tingkat bunga sebesar (a) 1,25% per tahun di atas tingkat bunga pinjaman Export-Import Bank of Korea untuk saldo pinjaman sebelum tanggal penyelesaian 13 Juli 2005 dan; (b) 1% di atas *Commercial Interest Reference Rate* terakhir dikeluarkan oleh *Organization For Economic Corporation and Development* untuk saldo pinjaman setelah tanggal *Settlement Date*. Perusahaan diwajibkan untuk memenuhi persyaratan umum dan keuangan tertentu sesuai dengan perjanjian.

The liability was payable in seven (7) equal installments for three and a half (3.5) years commencing in November 2005 and carried interest at (a) 1.25% per annum over Export-Import Bank of Korea Prime Lending Rate for the outstanding balance before Settlement Date of July 13, 2005 and; (b) 1% over the latest *Commercial Interest Reference Rate* published by the *Organization for Economic Corporation and Development* for the outstanding balance after Settlement Date. The Company was required to fulfill certain general and financial covenants in accordance to the agreement.

Pada tanggal 16 Maret 2007, Perusahaan melakukan pelunasan lebih awal atas seluruh hutang sebesar USD58.285.714 atau ekuivalen Rp531.274.285.662 beserta bunga sebesar USD1.391.862,86 atau ekuivalen Rp12.686.829.989. Perusahaan juga dikenakan denda sebesar USD291.428,28 atau ekuivalen Rp2.856.371.415. Sehubungan dengan pelunasan hutang tersebut, Perusahaan memperoleh surat pernyataan dari SC tanggal 20 Maret 2007, yang telah membebaskan seluruh jaminan di dalam perjanjian.

On March 16, 2007, the Company made an early repayment of all its liability amounting to USD58,285,714 or equivalent to Rp531,274,285,662 and interest amounting to USD1,391,862.86 or equivalent to Rp12,686,829,989. The Company was also charged with penalty amounting to USD291,428.28 or equivalent to Rp2,856,371,415. In relation with the settlement of loan, the Company obtained statement letter from SC dated March 20, 2007, which released the collaterals under the agreement.

## 25. HUTANG OBLIGASI

## 25. BONDS PAYABLE

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Obligasi - Rupiah	675.000.000.000	675.000.000.000	Bonds - Rupiah
Guaranteed senior notes - USD 100 juta	1.157.500.000.000	921.700.000.000	Guaranteed senior notes - USD 100 million
Jumlah	1.832.500.000.000	1.596.700.000.000	Total
Biaya emisi hutang obligasi yang belum diamortisasi	(34.633.119.100)	(44.044.606.956)	Unamortized bonds issuance cost
Bersih	1.797.866.880.900	1.552.655.393.044	Net

### Obligasi – Rupiah

Perusahaan memperoleh pernyataan efektif dari Ketua BAPEPAM-LK dengan Suratnya No. S-980/BL/2007 tanggal 2 Maret 2007 dalam rangka Penawaran Umum Obligasi I (Obligasi) sebesar Rp675 miliar. Sehubungan dengan penerbitan obligasi tersebut, PT Bank Permata Tbk bertindak sebagai wali amanat, berdasarkan Akta Perjanjian Perwalianamanatan Obligasi I No. 114 tanggal 22 Februari 2007 dari Suljipto S.H., notaris di Jakarta.

Hasil penerbitan obligasi digunakan untuk melunasi seluruh hutang pembelian aset tetap beserta bunga yang belum dibayar kepada Samsung Corporation (Catatan 24) dan modal kerja.

### Bonds – Rupiah

The Company obtained an Effective Notice from the Chairman of BAPEPAM-LK in his Letter No. S-980/BL/2007 dated March 2, 2007 for the Public Offering of Bond I (the Bonds) of Rp675 billion. In relation to the issuance of the Bonds, PT Bank Permata Tbk acting as Trustee, based on Trust Deed on the Bond I No. 114 dated February 22, 2007 of Suljipto, S.H., notary in Jakarta.

The proceeds were used to pay all amounts outstanding plus accrued and unpaid interest under the Company's liability for purchase of property and equipment to Samsung Corporation (Note 24) and for working capital.

Obligasi ini ditawarkan dengan nilai 100% dari jumlah pokok obligasi dengan tingkat bunga tetap sebesar 12,375% per tahun. Bunga obligasi dibayarkan setiap tiga bulan dimana pembayaran pertama dilakukan pada tanggal 15 Juni 2007 dan pembayaran terakhir akan dibayarkan pada tanggal 15 Maret 2012. Obligasi ini berjangka waktu lima tahun. Perusahaan diperkenankan untuk membeli kembali sebagian pokok obligasi sebelum tanggal jatuh tempo pelunasan obligasi, dengan ketentuan pembelian kembali dilaksanakan setelah hari jadi pertama penerbitan obligasi (15 Maret 2007), dan Perusahaan memiliki hak untuk memperlambatkan obligasi yang dibeli kembali sebagai obligasi treasury yang akan dijual setelah itu, atau sebagai pelunasan atau penebusan obligasi.

Pada saat penerbitan, obligasi Perusahaan tersebut memperoleh peringkat BBB+ (Stable Outlook) dari PT Peningkat Efek Indonesia. Obligasi (Pefindo) yang dijamin dengan jaminan fidusia atas sebagian perangkat Infrastruktur telekomunikasi Perusahaan sebesar 110% dari seluruh jumlah pokok obligasi yang masih beredar (Catatan 13) apabila peringkat obligasi adalah BBB atau lebih baik, apabila tidak, maka jaminan fidusia menjadi 130% dari seluruh jumlah pokok obligasi.

Pada laporan terakhir tertanggal 18 Maret 2009 Pefindo melakukan revisi terhadap peringkat obligasi tersebut menjadi idD (Default).

Perusahaan disyaratkan untuk memenuhi beberapa batasan keuangan dan umum sesuai dengan kondisi obligasi. Pada tanggal 16 Maret 2007, obligasi tersebut didaftarkan pada Bursa Efek Indonesia.

Biaya yang berhubungan dengan penerbitan obligasi sebesar Rp11.225.194.490 dicatat sebagai biaya emisi pinjaman dan diamortisasi selama periode pinjaman. Biaya emisi pinjaman belum diamortisasi dicatat sebagai pengurang pinjaman.

Sampai dengan tanggal laporan keuangan, Perusahaan belum membayar bunga obligasi yang jatuh tempo tanggal 15 April 2009 (untuk periode 15 Desember 2008 – 15 April 2009) sebesar Rp27.843.750.000.

#### Guaranteed Senior Notes – USD100 juta

Pada tanggal 15 Agustus 2007, Mobile-8 Telecom Finance Company B.V. (Mobile-8 B.V.), anak Perusahaan, menerbitkan 11,25% Guaranteed Senior Notes (Notes) sebesar USD100 juta, jatuh tempo pada tanggal 1 Maret 2013. Notes ini tercatat di Bursa Efek Singapura.

The Bonds were offered at 100% of the bonds principal amount, with fixed interest rate of 12.375% per annum. The interest is payable on quarterly basis where the first payment will be executed on June 15, 2007 and the last payment will be on March 15, 2012. The Bonds will mature in 5 years. The Company is allowed to buy back a portion or the entire bonds prior to the maturity date of bond settlement, with a condition that the buy back is conducted after the first anniversary of the bonds issuance (March 15, 2007), and the Company has the right to consider the Bonds buy-back as a treasury bonds which will be sold afterwards, or as a settlement or redemption of the Bonds.

At issuance of the bonds, The Company obtained a bond rating of BBB+ (Stable Outlook) based on report dated May 21, 2008 from PT Peningkat Efek Indonesia (Pefindo). The bonds are secured by fiduciary guarantee over the Company's Infrastructure telecommunication equipments amounting to 110% of the total outstanding bonds principal (Note 13) if the bond rating is idBBB or above, otherwise the fiduciary guarantee is 130%.

On its latest report, dated March 18<sup>th</sup> 2009, Pefindo revised such bond rating to idD (Default).

The Company is required to fulfill certain general and financial covenants in accordance with the Bonds conditions. On March 16, 2007, the bonds were listed at the Indonesia Stock Exchange (Formerly Surabaya Stock Exchange).

The costs incurred in relation to the issuance of the bonds amounting to Rp11,225,194,490 were recorded as debt issuance cost and amortized over the term of the bonds. Unamortized debt issuance cost is deducted from the face value of the bonds.

As of the issuance date of the financial statements, the Company has not paid the interest due on April 15, 2009 (for the period December 15, 2008 – April 15, 2009) amounted to Rp27,843,750,000.

#### Guaranteed Senior Notes – USD100 million

On August 15, 2007, Mobile-8 Telecom Finance Company B.V. (Mobile-8 B.V.), a subsidiary, issued 11.25% Guaranteed Senior Notes (the Notes) amounting to USD100 million, due on March 1, 2013. The notes are listed on the Singapore Stock Exchange.

Dalam rangka penerbitan Notes ini, DB Trustees (Hong Kong) Limited bertindak sebagai wali amanat dan agen penjamin. Notes ini ditawarkan pada nilai nominal dengan tingkat bunga tetap sebesar 11,25% per tahun. Bunga obligasi dibayarkan setiap tanggal 1 Maret dan 1 September dimulai sejak 1 Maret 2008.

Setiap saat pada atau setelah tanggal 15 Agustus 2010, Mobile-8 B.V. dapat menebus Notesnya, secara keseluruhan atau sebagian, pada harga tebusan yang sama dengan persentase dari nilai pokok yang telah ditetapkan, ditambah bunga yang belum dibayar, jika ada, pada tanggal tebusan, jika ditebus selama masa 12 bulan sejak tanggal 15 Agustus dari tahun berikut tahun 2010 sebesar 105,625%, tahun 2011 sebesar 102,813% dan tahun 2012 dan seterusnya sebesar 100%. Sejak saat sebelum tanggal 15 Agustus 2010, Mobile-8 B.V. mempunyai opsi untuk menebus Notes, secara keseluruhan tetapi tidak secara sebagian, dengan harga tebusan 100% dari nilai pokok Notes, ditambah premi yang berlaku saat itu, dan bunga yang belum dibayar, jika ada, pada saat tanggal tebusan.

Selain itu, setiap saat saja sebelum 15 Agustus 2010, Mobile-8 B.V. dapat menebus sampai dengan 35% dari nilai pokok Notes, ditambah dengan bunga yang belum dibayar, jika ada, pada saat tanggal tebusan; asalkan setidaknya 65% dari nilai pokok agregat Notes yang diterbitkan pada tanggal penerbitan awal, tetap beredar setelah tebusan tersebut dan tebusan tersebut dilakukan dalam 60 hari setelah penutupan penawaran saham di masa datang.

Hasil penerbitan Notes digunakan untuk melunasi seluruh pinjaman dan bunga yang belum dibayar dari fasilitas Lehman Commercial Paper Inc. (Catatan 27) dan untuk pembelian perlengkapan jaringan serta untuk tujuan umum Perusahaan.

Perusahaan dan Mobile-8 B.V. diwajibkan untuk memenuhi persyaratan umum dan keuangan tertentu.

In relation to the issuance of the Notes, DB Trustees (Hong Kong) Limited acting as Trustee and Collateral Agent. The Notes were offered at face value with fixed interest rate of 11.25% per annum. The interest of the Notes is payable on March 1 and September 1 of each year, starting from March 1, 2008.

At any time on or after August 15, 2010, Mobile-8 B.V. may redeem the Notes, in whole or in part, at a redemption price equal to the percentage of determined principal amount already set plus accrued and unpaid interest, if any, on the redemption date, if redeemed during the 12 month period commencing on August 15 of any year set forth as follows: year 2010 at 105.625%, year 2011 at 102.813% and year 2012 and years thereafter at 100%. At any time prior to August 15, 2010, Mobile-8 B.V. may at its option redeem the Notes, in whole but not in part, at a redemption price equal to 100% of the principal amount of the Notes plus the applicable premium as of, and accrued and unpaid interest, if any, to, the redemption date.

In addition, at any time prior to August 15, 2010, Mobile-8 B.V. may redeem up to 35% of the aggregate principal amount of the Notes, plus accrued and unpaid interest, if any, to the redemption date; provided that at least 65% of the aggregate principal amount of the Notes originally issued on the original issue date remains outstanding after each such redemption and any such redemption takes place within 60 days after the closing of any future equity offering.

The proceeds were used to pay all amounts outstanding plus accrued and unpaid interest under the Company's loan facility with Lehman Commercial Paper Inc. (Note 27) and the balance for the purchase of network equipment and for general corporate purpose.

The Company and Mobile-8 B.V. are required to fulfill certain general and financial covenants.

Notes ini dijamin oleh Perusahaan dan Mobile-8 B.V., dimana Perusahaan menjaminkan sahamnya di Mobile-8 B.V. dan Mobile-8 B.V. mengalihkan seluruh haknya atas pinjaman antar perusahaan. Pinjaman antar perusahaan dibuat pada tanggal penerbitan Notes merupakan pinjaman dalam US Dollar yang diberikan oleh Mobile-8 kepada Perusahaan sebesar jumlah yang sama dengan penerimaan Mobile-8 B.V. dari penawaran Notes sesuai dengan perjanjian pinjaman antar perusahaan awal yang dibuat antara Mobile-8 B.V. dan Perusahaan.

Pada saat penerbitan, Notes ini telah memperoleh peringkat "B" dari Standard & Poor's Rating Group (Standard & Poor's), yang merupakan divisi dari Mc Graw-Hill Companies Inc, dan "B2" dari Moody's Investors Service, Inc. (Moody's).

Pada laporan terakhir tertanggal 2 Desember 2008, Standard & Poor's melakukan revisi terhadap peringkat Notes tersebut menjadi "D". Sedangkan Moody's tidak lagi memberikan peringkat terhadap Notes tersebut sejak 20 Februari 2009.

Biaya yang berhubungan dengan penerbitan Notes sebesar Rp40.803.730.631, dicatat sebagai biaya emisi pinjaman dan diamortisasi selama periode pinjaman. Biaya emisi pinjaman belum diamortisasi dicatat sebagai pengurang pinjaman.

Sampai dengan tanggal laporan keuangan, Perusahaan belum membayar bunga obligasi yang jatuh tempo tanggal 1 April 2009 (untuk periode 1 September 2008 – 1 April 2009) sebesar USD6.562.500 atau ekuivalen Rp75.960.937.500.

## 26. HUTANG SEWA PEMBIAYAAN

Perusahaan mengadakan perjanjian sewa dengan beberapa penyedia menara pemancar (lessor) untuk jangka waktu 11 – 12 tahun. Perusahaan mempunyai opsi untuk memperpanjang selama 10 tahun. Transaksi ini diklasifikasi sebagai sewa pembiayaan karena secara substansial seluruh risiko dan manfaat terkait dengan kepemilikan menara pemancar tersebut beralih kepada Perusahaan. Kewajiban Perusahaan atas sewa pembiayaan ini dijamin dengan hak kepemilikan lessor atas menara pemancar yang disewa.

The Notes are guaranteed by the Company and Mobile-8 B.V. where the Company pledged its shares in Mobile-8 B.V. and an assignment by Mobile-8 B.V. of all of its interest and rights under the Intercompany Loan. Intercompany loan represents the loan in US Dollars made on the original issue date by Mobile-8 B.V. to the Company in the amount equal to the amount of the gross proceeds received by Mobile-8 B.V. from the offering of the Notes pursuant to the intercompany loan agreement entered on the original issue date between Mobile-8 B.V. and the Company.

At the issuance, the Notes have been rated "B" by Standard & Poor's Rating Group (Standard & Poor's), a division at McGraw-Hill Companies, Inc. and "B2" by Moody's Investors Service, Inc. (Moody's).

On its latest report, December 2, 2008, Standard & Poor's has downgraded its rating to "D" on December 2<sup>nd</sup> 2008 while dan Moody's has withdrawn its rating as per February 20, 2009.

The costs incurred in relation to the issuance of the Notes amounting to Rp40,603,730,631, were recorded as debt issuance cost and amortized over the term of the bonds. Unamortized debt issuance costs are deducted from the face value of the bonds.

As of the issuance date of the financial statements, the Company has not paid the interest due on April 1, 2009 (for the period September 1, 2008 – April 1, 2009) amounted to USD6,562,500 or equivalent Rp75,960,937,500.

## 26. FINANCE LEASE LIABILITIES

The Company entered into lease agreements with several tower providers (lessor) with lease terms of 11 to 12 years. The Company has options to extend for further 10 years. The leases were classified as finance leases since substantially all the risks and rewards incidental to the ownership of the towers were transferred to the Company. The Company's obligations under the finance leases are secured by the lessors' title to the leased towers.

Jumlah pembayaran minimum sewa pembiayaan dan nilai kini pembayaran minimum sewa pembiayaan adalah sebagai berikut:

The total of future minimum lease payments and present value of future minimum lease payments are as follows:

	Pembayaran minimum sewa pembiayaan di masa depan/ Future minimum lease payments		Nilai kini pembayaran minimum sewa pembiayaan di masa depan/ Present value of future minimum lease payments		
	2009 Rp	2008 Rp	2009 Rp	2008 Rp	
Tidak lebih dari 1 tahun	335.701.433.803	293.449.880.603	70.887.514.481	41.873.869.375	No later than 1 year
Lebih dari 1 tahun sampai dengan 5 tahun	1.322.488.819.928	834.550.718.037	452.412.504.489	208.353.925.129	Later than 1 year but not later than 5 years
Lebih dari 5 tahun	961.470.531.551	1.158.081.410.999	703.408.587.418	730.729.502.214	Later than 5 years
<b>Jumlah</b>	<b>2.619.640.785.082</b>	<b>2.284.082.007.639</b>	<b>1.228.708.608.368</b>	<b>980.757.118.718</b>	<b>Total</b>
Diturunkan beban keuangan di masa depan	(1.392.902.178.718)	(1.312.018.375.090)	-	-	Less future finance charges
<b>Nilai kini pembayaran minimum sewa pembiayaan di masa depan</b>	<b>1.228.708.608.368</b>	<b>972.063.632.548</b>	<b>1.228.708.608.368</b>	<b>980.757.118.718</b>	<b>Present value of future minimum lease payments</b>
Disajikan sebagai					Presented as
Kewajiban lancar			70.887.514.481	41.873.869.375	Current liabilities
Kewajiban tidak lancar			1.155.821.091.905	939.883.427.343	Noncurrent liabilities
<b>Jumlah</b>			<b>1.228.708.608.368</b>	<b>980.757.118.718</b>	<b>Total</b>

## 27. PINJAMAN JANGKA PANJANG

Pada tanggal 20 September 2006, Perusahaan memperoleh Fasilitas Pinjaman dari Lehman Commercial Papers Inc. (LCPI), sebagai pengatur dan kreditur pertama, sebesar USD70 juta, yang telah diamandemen pada tanggal 29 November 2006. Fasilitas pinjaman ini dapat ditarik sekaligus pada tanggal penggunaan dana (utilisasi), dan dikenakan tingkat bunga per tahun sebesar USD LIBOR ditambah 8% dengan periode bunga tiga bulanan. Pelunasan pinjaman dilakukan dalam satu kali pembayaran dimana batas waktu pelunasan adalah paling lama 36 bulan setelah tanggal utilisasi.

Pada tanggal 5 Desember 2006, Perusahaan telah merealisasi fasilitas pinjaman dari LCPI sebesar USD70 juta. Sebagian dana dari pinjaman ini digunakan untuk melunasi seluruh wesel bayar sebesar Rp130,5 miliar dan USD27.155.931 dan biaya bunga wesel bayar sebesar Rp271.875.000 dan USD29.062. Sehubungan dengan fasilitas ini, Perusahaan membayar arrangement fee dan biaya legal sebesar USD2,2 juta yang dicatat sebagai biaya pinjaman dan diamortisasi selama periode pinjaman.

## 27. LONG-TERM LOAN

On September 20, 2006, the Company obtained a Loan Facility from Lehman Commercial Papers Inc. (LCPI) as the Arranger and Original Lender of USD70 million which was amended and restated on November 29, 2006. This facility has a one time drawdown on the utilization date, and will bear interest at US Dollar LIBOR plus 8% margin per annum, with interest period of 3 months. Principal repayment should be made in one lump sum payment at the latest is 36<sup>th</sup> months after utilization date.

On December 5, 2006, the Company drew down the loan amounting to USD70 million. The Company used part of the loan proceeds to repay notes payable of Rp130.5 billion and USD27,155,931 and interest on the notes payable of Rp271,875,000 and USD29,062. In relation to the loan facility, the Company was charged arrangement and legal fees amounting to USD2.2 million which were recorded as debt issuance costs and amortized over the period of the loan.

Pada tanggal 20 Agustus 2007, Perusahaan telah melunasi seluruh pinjaman sebesar USD70 juta dan bunga sebesar USD1,6 juta atau ekuivalen Rp676.679.010.868 dan mencatat beban keuangan sebesar Rp15.138.750.001 atas pelunasan pinjaman lebih awal tersebut.

On August 20, 2007, the Company fully repaid the loan amounting to USD70 million and interest of USD1.6 million or equivalent to Rp676,679,010,868 and recognized financial charge of Rp15,138,750,001 on the early extinguishment of the loan.

## 28. MODAL SAHAM

Nama Pemegang Saham/ Name of Stockholder	2009		
	Jumlah saham/ Number of Shares	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership %	Jumlah modal disetor/ Total paid-up capital Rp
Jerash Investment Ltd.	6.475.479.000	32,00	647.647.900.000
PT Global Mediacom Tbk	3.844.815.988	19,00	364.481.598.800
UOB Kay Hian Private Limited	2.690.116.600	13,29	269.011.860.000
Qualcomm Incorporated	1.013.051.663	5,01	101.305.186.300
KT Freetel Co., Ltd., Korea Masyarakat/Public, kepemilikan kurang dari 5%/ less than 5% ownership	404.611.912	2,00	40.461.191.200
<b>Jumlah/Total</b>	<b>20.235.672.427</b>	<b>100,00</b>	<b>2.023.587.242.700</b>
Nama Pemegang Saham/ Name of Stockholder	2008		
	Jumlah saham/ Number of Shares	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership %	Jumlah modal disetor/ Total paid-up capital Rp
PT Global Mediacom Tbk	13.519.895.988	66,81	1.351.989.598.800
Qualcomm Incorporated	1.013.051.663	5,01	101.305.186.300
KT Freetel Co., Ltd., Korea Masyarakat/Public, kepemilikan kurang dari 5%/ less than 5% ownership	404.611.912	2,00	40.461.191.200
<b>Jumlah/Total</b>	<b>20.235.672.427</b>	<b>100,00</b>	<b>2.023.687.242.700</b>

Berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Para Pemegang Saham atas perubahan Anggaran Dasar No. 168 tanggal 15 Desember 2008, dari Aulia Taufani, S.H., pengganti Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta, para pemegang saham menyetujui masuknya masyarakat sebagai pemegang saham Perusahaan dengan kepemilikan saham sebanyak 3,9 miliar saham. Perubahan ini telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusannya No.W7.HT.01.04-441 tanggal 11 Januari 2007.

Based on the Shareholders Resolution upon amendment of the Articles of Association of the Company as stated in deed No. 168 dated December 15, 2008 of Aulia Taufani, SH., substitute of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta, the Company's Stockholders approved the participation of public to own 3.9 billion of the Company's shares of stock. Those changes had been received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Decision Letter No. W7.HT.01.04-441 dated January 11, 2007.

Berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Para Pemegang Saham atas perubahan Anggaran Dasar No. 153 tanggal 22 Mei 2007, dari Aulia Taufani, S.H., pengganti Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta, para pemegang saham menyetujui pengeluaran saham baru kepada pemegang saham minoritas Komselindo dalam rangka penggabungan usaha sebanyak 43.045.567 saham dengan nilai nominal Rp100 per saham. Akta perubahan ini telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusannya No. W7.HT.01.04-7621 tanggal 29 Mei 2007.

Berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Komisaris No. 181 tanggal 15 Agustus 2007 dari Aulia Taufani, S.H., pengganti Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta, para anggota komisaris Perusahaan, berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pemegang saham Perusahaan, menyetujui penerbitan saham baru sebesar 607.466.700 saham dengan nilai nominal Rp100 per saham atau sebesar Rp60.746.670.000 yang diambil bagian oleh pihak yang secara sah memiliki hak atas waran berdasarkan *Exercise Notice* yang diterima oleh Perusahaan. Akta perubahan ini telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai Suratnya No. W7.HS.01.10-12408 tanggal 5 September 2007.

Berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Rapat Perubahan Anggaran Dasar No.158 tanggal 24 April 2008, para pemegang saham Perusahaan menyetujui penyesuaian dan penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar Perusahaan sehubungan dengan diberlakukannya undang-undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan surat keputusan No.AHU-52716.AH.01.02 tanggal 19 Agustus 2008.

Pada tahun 2007, PT Centralindo Pancasakti Selular, Asia Link B.V. dan PT TDM Aset Manajemen (sebagai pemegang saham pendiri) telah menjual seluruh sahamnya di Perusahaan.

Based on the Shareholders Resolution upon amendment of the Articles of Association of the Company as stated in deed No. 153 dated May 22, 2007 of Aulia Taufani, SH., substitute of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta, the Company's stockholders approved the issuance of 43,045,567 new shares of the Company with Rp100 par value per share for the minority stockholders of Komselindo in relation to the merger. Those changes had been received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Decision Letter No.W7.HT.01.04-7621 dated May 29, 2007.

Based on the Decision of the Company's Commissioners as stated in deed No. 181 dated August 15, 2007 of Aulia Taufani, SH., substitute of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta, the Company's commissioners, with the authority from the Company's Stockholders, approved the issuance of 607,466,700 new shares of the Company with par value per share of Rp100 or a total of Rp60,746,670,000 which were subscribed by the party that has legal ownership of the warrant based on the Exercise Notice received by the Company. Those amendment had been received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Letter No. W7.HT.01.10-12408 dated September 5, 2007.

Based on the Shareholder's Resolution Upon Amendment of the Company's Articles of Association as stated in deed No.158 dated April 24, 2008, The Company's stockholders approved the amendment and restatement of the Note Articles of Association of the Company (to comply with the terms of the) Limited Liability Company Law no. 40 year 2007. Such amendment in the Company's Articles of Association was approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in his Decision Letter No.52716.AH.01.02 dated Agustus 19, 2008.

In 2007, PT Centralindo Pancasakti Selular, Asia Link B.V. and PT TDM Aset Manajemen (as founders' stockholders) had sold their shares in the Company.

**29. TAMBAHAN MODAL DISETOR**

Tambahan modal disetor merupakan selisih setoran modal dari pemegang saham dengan nilai nominal saham setelah dikurangi dengan biaya penerbitan saham, sebagai berikut:

	2009 Rp	2008 Rp
Agio saham atas pengeluaran saham		
Tahun 2006	8.098.943.125	8.098.943.125
Tahun 2005	182.853.121.214	182.853.121.214
Tahun 2004	347.050.077.429	347.050.077.429
Tahun 2003	488.874.188.119	488.874.188.119
Dikurangi biaya penerbitan saham	(10.915.145.012)	(10.915.145.012)
Konversi tambahan modal disetor (Catatan 28)	<u>(1.011.883.819.000)</u>	<u>(1.011.883.819.000)</u>
Jumlah	<u>297.385.875</u>	<u>297.385.875</u>
Agio saham atas penawaran umum saham kepada masyarakat setelah dikurangi dengan biaya emisi saham sebesar Rp 45,594,340,944	441.905.659.056	441.905.659.058
Tambahan modal disetor atas hak minoritas pemegang saham Komsalindo sahhubungan dengan merger (Catatan 2)	1.254.540.742	1.254.540.742
Penurunan agio saham atas penerbitan saham baru kepada pemegang saham minoritas Komselindo	(4.304.558.700)	(4.304.556.700)
Penjualan dan pelaksanaan waran (Catatan 28 dan 45g)	<u>93.980.583.406</u>	<u>93.980.583.406</u>
Jumlah Agio Saham	<u>533.133.592.379</u>	<u>533.133.592.379</u>

**29. ADDITIONAL PAID-UP CAPITAL**

Additional paid-up capital represents the difference between the total paid-up capital received from the stockholders and par value of shares issued less share issuance cost, as follows:

Additional paid-up capital from shares issued
In 2006
In 2005
In 2004
In 2003
Less shares issuance costs
Conversion of additional paid-up capital (Note 28)
Total
Additional paid-up capital from initial public offering - net of share issuance costs of Rp 45,594,340,944
Additional paid-up capital from minority interest of Komsalindo's stockholders in relation to merger (Note 2)
Decrease in additional paid-up capital from the issuance of new shares to minority stockholders of Komselindo
Sale and exercise of warrants (Notes 28 and 45g)
Total Additional Paid-up Capital

**30. SELISIH NILAI TRANSAKSI RESTRUKTURISASI ENTITAS SEPENGENDALI**

Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali merupakan selisih antara nilai transekal dengan jumlah tercatat atas perolehan saham Komselindo dalam rangka restrukturisasi entitas sepengendali.

**30. DIFFERENCE IN VALUE OF RESTRUCTURING TRANSACTION AMONG ENTITIES UNDER COMMON CONTROL**

Difference in value of restructuring transaction among entities under common control represents difference in transaction price over book value of Komselindo's shares purchased by the Company, which is considered as a transaction among entities under common control.



31. PENDAPATAN USAHA

31. OPERATING REVENUES

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Jasa telekomunikasi			Telecommunication services
Percakapan	90.153.423.683	193.655.650.978	Voice
Pesan singkat (SMS)	17.395.016.333	30.377.364.342	Short messaging service (SMS)
Data	4.797.302.010	7.611.394.483	Data
Abonemen	878.743.195	779.936.419	Monthly service charges
Lain-lain	2.827.983.224	1.699.525.122	Others
Sub-jumlah	<u>116.052.448.445</u>	<u>234.024.071.344</u>	Sub-total
Jasa Interkoneksi			Interconnection services
Domestik	15.906.388.874	26.590.450.620	Domestic
Jelajah Internasional	3.673.333.605	4.573.588.198	International Roaming
Sub-jumlah	<u>19.579.722.479</u>	<u>31.164.038.818</u>	Sub-total
Jumlah Pendapatan	135.832.170.924	265.188.110.162	Gross Revenues
Beban interkoneksi	(37.820.101.672)	(45.349.897.836)	Interconnection charges
Potongan harga	(4.193.505.589)	(9.695.849.164)	Discount
Sub-jumlah	<u>(42.013.607.261)</u>	<u>(55.045.747.000)</u>	Sub-total
Pendapatan Usaha - Bersih	<u>93.618.563.663</u>	<u>210.142.363.162</u>	Operating Revenues - Net

32. BEBAN PENYUSUTAN DAN AMORTISASI

32. DEPRECIATION AND AMORTIZATION EXPENSES

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Penyusutan aset tetap (Catatan 13)	77.922.017.459	52.883.322.835	Depreciation of property and equipment (Note 13)
Amortisasi beban langguhan (Catatan 15)	404.296.946	17.817.450.874	Amortization of deferred charges (Note 15)
Jumlah	<u>78.326.314.405</u>	<u>70.700.773.709</u>	Total

33. BEBAN OPERASI, PEMELIHARAAN DAN JASA TELEKOMUNIKASI

33. OPERATIONS, MAINTENANCE AND TELECOMMUNICATION SERVICES EXPENSES

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Sewa tempat untuk stasion pengendali dan infrastruktur telekomunikasi	35.779.503.360	25.613.708.130	Rental of spaces for base station and telecommunication infrastructure
Beban penggunaan frekuensi (Catatan 45c)	27.897.326.325	14.416.299.687	Frequency usage charges (Note 45c)
Listrik dan generator	26.221.811.943	10.821.411.252	Electricity and generator
Perbaikan dan pemeliharaan	4.563.424.539	1.992.118.422	Repairs and maintenance
Transportasi operasional	1.131.674.677	920.876.414	Operational transportation
Jumlah	<u>95.393.540.844</u>	<u>53.764.413.905</u>	Total

**34. BEBAN PENJUALAN DAN PEMASARAN**

**34. SALES AND MARKETING EXPENSES**

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Iklan dan promosi	29.083.168.830	24.189.321.686	Advertising and promotion
Kartu dan blaya voucher	4.148.741.453	3.457.811.898	Card and voucher cost
Distribusi	1.792.309.097	2.384.881.966	Distribution
Komisi	1.310.872.906	1.107.971.639	Commissions
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	495.442.450	145.398.847	Others (each below Rp 1 billion)
<b>Jumlah</b>	<b>38.830.534.536</b>	<b>31.285.386.036</b>	<b>Total</b>

Untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 dan 2008, masing-masing sebesar 46,9% dan 19,4% beban penjualan dan pemasaran dilakukan dengan pihak hubungan istimewa (Catatan 43b).

For years ended March 31, 2009 and 2008, 46.9% and 19.4% of total sales and marketing expenses was rendered by related parties, respectively (Note 43b).

**35. BEBAN KARYAWAN**

**35. PERSONNEL EXPENSES**

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Gaji dan tunjangan karyawan	29.018.714.161	26.858.285.098	Salaries and allowances
Tenaga outsource	4.566.260.751	5.088.296.429	Outsourcing of employees
Imbalan kerja (Catatan 39)	3.216.757.500	3.364.216.245	Post-employment benefits (Note 39)
Perekrutan, pelatihan dan pengembangan	50.705.845	640.061.978	Recruitment, training and development
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	212.311.688	246.483.430	Others (each below Rp 1 billion)
<b>Jumlah</b>	<b>37.064.749.945</b>	<b>36.195.325.180</b>	<b>Total</b>

**36. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI**

**36. GENERAL AND ADMINISTRATION EXPENSES**

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Sewa	5.196.271.269	5.214.613.072	Rental
Penyisihan piutang ragu-ragu (Catatan 7)	1.627.213.730	976.968.447	Provision for doubtful accounts (Note 7)
Ketertahanan dan kebersihan	1.169.709.398	1.578.836.742	Security and cleaning
Asuransi	999.635.176	955.180.228	Insurance
Listrik, air dan telepon	952.888.520	1.009.539.629	Electricity, water and telephone
Perjalanan dinas	833.825.347	1.321.268.889	Travelling expenses
Transportasi	543.353.730	1.211.193.784	Transportation
Beban kantor	449.464.419	712.032.878	Office expenses
Jasa profesional	165.193.763	419.649.829	Professional fees
Jamuan dan sumbangan	152.389.716	318.093.091	Entertainment and donation
Pos dan pengirim	72.056.096	87.617.455	Postal and courier
Lain-lain (masing-masing dibawah Rp 1 miliar)	1.939.290.590	1.609.206.397	Others (each below Rp 1 billion)
<b>Jumlah</b>	<b>13.900.891.754</b>	<b>15.414.100.237</b>	<b>Total</b>

37. BEBAN BUNGA DAN KEUANGAN

37. INTEREST EXPENSES AND FINANCIAL CHARGES

	2009 Rp	2008 Rp	
Hutang obligasi (Catatan 25)	55.964.648.214	34.508.712.488	Bonds payable (Note 25)
Hutang sewa pembiayaan (Catatan 28)	52.034.898.452	47.243.257.779	Lease liabilities (Note 26)
Lain-lain	7.084.227.035	3.071.944.647	Others
<b>Jumlah</b>	<b>115.083.773.701</b>	<b>84.823.914.914</b>	<b>Total</b>

38. PERPAJAKAN

38. TAXATION

Manfaat (beban) pajak tangguhan Perusahaan dan anak perusahaan terdiri dari:

Deferred tax benefit (expense) of the Company and its subsidiaries consist of the following:

	2009 Rp	2008 Rp	
<u>Pajak kini:</u>			<u>Current tax</u>
Perusahaan	-	-	The Company
Anak perusahaan	(360.663.931)	-	Subsidiaries
<b>Jumlah beban pajak kini</b>	<b>(360.663.931)</b>	<b>-</b>	<b>Total current tax expense</b>
<u>Pajak tangguhan:</u>			<u>Deferred tax</u>
Perusahaan	60.277.505.365	9.761.959.249	The Company
Anak perusahaan	-	-	Subsidiaries
<b>Jumlah manfaat (beban) pajak tangguhan</b>	<b>60.277.505.365</b>	<b>9.761.959.249</b>	<b>Total deferred tax benefit (expense)</b>

**Pajak Kini**

**Current Tax**

Rekonsiliasi antara laba sebelum pajak menurut laporan laba rugi konsolidasi dengan laba fiskal Perusahaan adalah sebagai berikut:

A reconciliation between income before tax expense per consolidated statements of income and taxable income is as follows:

	2009 Rp	2008 Rp	
Laba (rugi) sebelum pajak menurut laporan laba rugi konsolidasi	(240.553.778.760)	(32.062.126.263)	Income (loss) before tax per consolidated statements of income
Laba sebelum pajak anak perusahaan	<u>(1.687.500.018)</u>	<u>(441.475.307)</u>	Income before tax of subsidiaries
Laba (rugi) sebelum pajak Perusahaan	<u>(242.241.278.778)</u>	<u>(32.503.601.570)</u>	Income (loss) before tax expense of the Company
<b>Perbedaan lemporer:</b>			<b>Temporary differences:</b>
Penyusutan aset sewa pembiayaan	15.377.206.194	13.792.020.772	Depreciation of finance leased assets
Beban imbalan pasca kerja	2.144.505.000	2.120.838.000	Post-employment benefits
Beban piutang ragu-ragu	1.459.915.949	-	Provision for doubtful accounts
Beban tangguhan	45.281.330	17.817.450.874	Deferred charges
Beban penurunan nilai persediaan	-	978.588.447	Inventory
Pembayaran sewa pembiayaan	(7.094.924.471)	(9.288.329.558)	Payments of finance lease
Perbedaan penyusutan komersial dan fiskal	(22.288.811.514)	(26.666.759.469)	Difference between commercial and fiscal depreciation expenses
Lain-lain	1.001.091.098	2.135.375.060	Others
Jumlah	<u>(9.363.658.414)</u>	<u>887.584.126</u>	Total
<b>Perbedaan yang tidak dapat diperhitungkan menurut fiskal:</b>			<b>Permanent differences:</b>
Amortisasi goodwill	2.882.989.530	2.882.989.530	Goodwill amortization
Perjamuan dan sumbangan	117.878.493	318.093.091	Entertainment and donation
Kesejahteraan karyawan	110.885.120	305.771.866	Personnel expenses
Transportasi	80.473.218	681.578.681	Transportation
Penghasilan bunga dikenakan pajak final	(48.385.522)	(3.538.532.613)	Interest income subjected to final tax
Beban pajak	(1.191.431.141)	7.569.927	Tax expenses
Lain-lain	<u>(783.070.406)</u>	<u>(873.733.082)</u>	Others
Jumlah	<u>1.131.257.282</u>	<u>(38.262.620)</u>	Total
Laba (rugi) sebelum rugi fiskal Perusahaan tahun sebelumnya	<u>(230.473.877.900)</u>	<u>(31.652.300.064)</u>	Income (loss) before fiscal loss carryforward of the Company
<b>Akumulasi rugi fiskal tahun-tahun sebelumnya - setelah penyesuaian dengan surat ketetapan pajak dan surat keberatan Perusahaan dan keputusan pengadilan pajak</b>			<b>Fiscal loss carryforward - net of adjustment per tax assessment letter and the Company's objection letter and tax court decision</b>
2008	(1.128.422.378.810)	-	2008
2008	(57.513.281.809)	-	2006
2005	(283.403.885.288)	(207.684.324.762)	2005
2004	<u>(347.166.993.354)</u>	<u>(398.008.288.933)</u>	2004
Akumulasi rugi fiskal	<u>(2.067.980.397.159)</u>	<u>(835.344.813.779)</u>	Fiscal loss carryforward

Laba bersih sebelum pajak dari anak perusahaan untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 merupakan laba Mobile-8 B.V. sebesar Rp1.687.500.018.

Untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 dan 2008, Perusahaan mengakui rugi pajak sehingga tidak terdapat taksiran pajak kini untuk periode tersebut.

Pada tanggal 18 Maret 2009, Perusahaan menerima SKPLB Pajak Penghasilan Badan No.00059/406/07/054/09 untuk masa pajak tahunan 2007 milik Perusahaan yang menyatakan bahwa lebih bayar pajak penghasilan badan tahun 2007 sebesar Rp12.239.025.011 dan laba fiskal Perusahaan sebesar Rp61.218.178.523. Sementara Perusahaan juga menerima SKPKB Pajak Penghasilan pasal 21, 23, 4 ayat 2 dan 26 dengan jumlah Rp1.490.868.666. Sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, Perusahaan belum menerima pengembalian bersih kelebihan pembayaran pajak tersebut. Pada bulan April 2009 Perusahaan telah menerima pengembalian bersih atas lebih bayar tersebut sebesar Rp10.748.156.345.

Pada tanggal 30 Januari 2009, Perusahaan menerima Surat Ketetapan Pajak Lebih Bayar (SKPLB) Pajak Penghasilan Badan No.00014/406/07/014/09 untuk masa pajak tahunan 2007 milik anak Perusahaan sebelum merger, PT Komunikasi Selular Indonesia (KSI), yang menyatakan bahwa lebih bayar pajak penghasilan badan tahun 2007 sebesar Rp2.347.189.369 dan laba fiskal Perusahaan sebesar Rp110.473.929.831. Pada bulan Maret 2009 Perusahaan telah menerima pengembalian lebih bayar tersebut sebesar Rp2.137.035.481 dan sisanya sebesar Rp210.153.888 digunakan untuk penyelesaian hutang Pajak Penghasilan pasal 23, 4 ayat 2 dan Pajak Pertambahan Nilai Perusahaan.

Pada tanggal 12 Januari 2008, Perusahaan menerima SKPLB Pajak Penghasilan Badan No.00007/406/06/901/08 untuk masa pajak tahunan 2006 milik anak Perusahaan sebelum merger, PT Telekomindo Selular Raya (TSR), yang menyatakan bahwa lebih bayar pajak penghasilan badan tahun 2007 sebesar Rp4.885.435 dan rugi fiskal Perusahaan sebesar Rp10.770.510.718. Pada bulan Februari 2008 Perusahaan telah menerima pengembalian tersebut sebesar Rp3.465.346 dan sisanya sebesar Rp1.420.089 digunakan untuk penyelesaian hutang pajak penghasilan pasal 21 Perusahaan.

The net income before tax of subsidiaries for the three-month periods ended March 31, 2009 include the income of Mobile-8 B.V. amounting to Rp1,687,500,018.

For the three-month periods ended March 31, 2009 and 2008, the Company's recorded tax loss, hence, there was no estimated current income tax for those periods.

On March 18, 2009, the Company received SKPLB on Corporate Income Tax No. 00059/406/07/054/09 for the fiscal year 2007, which stated that the Company's corporate income tax overpayment for fiscal year 2007 amounted to Rp12,239,025,011 and tax income amounted to Rp61,218,176,523. While, the Company also received Underpayment Tax Assessment Letter (SKPKB) on Income Tax article 21, 23, 4 (2) and 28 totalling to Rp1,490,868,666. As of the issuance date of the financial statements, the Company has not received proceed of the overpayment. On April 2009 the Company already received such overpayment amounting to Rp10,748,156,345.

On January 30, 2009, the Company received Overpayment Tax Assessment Letter (SKPLB) on Corporate Income Tax No.00014/406/07/014/09 for the fiscal year 2007 on behalf of the prior merger Company's subsidiary, PT Komunikasi Selular Indonesia (KSI), which stated that the Company's corporate income tax overpayment for fiscal year 2007 amounted to Rp2,347,189,369 and tax income amounted to Rp110,473,929,831. On March 2009 the Company already received such overpayment amounting to Rp2,137,035,481 and the remaining balance of Rp210,153,888 was compensated against the Company's tax payable of Income Tax article 23, 4(2) and Value Added Tax.

On January 12, 2008, the Company received SKPLB on Corporate Income Tax No. 00007/406/06/901/08 for the fiscal year 2006, on behalf of the prior merger Company's subsidiary, PT Telekomindo Selular Raya (TSR), which stated that the Company's corporate income tax overpayment for fiscal year 2007 amounted to Rp4,885,435 and fiscal loss amounted to Rp10,770,510,718. On February 2008 the Company has received such overpayment amounting to Rp3,465,346 and the remaining balance of Rp1,420,089 was compensated against the Company's tax payable of income tax article 21.

Pada tanggal 15 Oktober 2006, Perusahaan menerima SKPLB Pajak Penghasilan Badan No.00175/406/06/054/08 dan Pajak Pertambahan Nilai No.00058/407/06/054/08 untuk masa pajak tahunan 2006 masing-masing sebesar Rp866.055.309 dan Rp6.065.736.163 yang telah diterima Perusahaan pada bulan Nopember 2006 sebesar Rp5.145.150.360 dan sisanya sebesar Rp1.788.641.112 digunakan untuk penyelesaian hutang Pajak Penghasilan pasal 23, 26 dan Pajak Pertambahan Nilai Perusahaan.

Pada tanggal 6 Juli 2008, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No:KEP-1079/WPJ.06/BD.06/2008 tentang keberatan Wajib Pajak atas SKPLB Pajak Penghasilan Badan yang menetapkan untuk mempertahankan SKPLB No.00028/406/05/073/07 tanggal 30 April 2007 untuk tahun pajak 2005 yang menyatakan bahwa peredaran usaha Perusahaan sebesar Rp413.244.435.394, sementara menurut Perusahaan adalah Rp321.694.453.611. Perusahaan mengajukan banding atas keputusan tersebut dan sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada keputusan atas gugatan tersebut.

Sehubungan dengan penggabungan usaha, pada tanggal 25 Juni 2007, Perusahaan mengajukan surat permohonan kepada Kantor Pelayanan Pajak untuk penggunaan nilai buku atas pengalihan harta dalam rangka merger sehingga Perusahaan dapat menggunakan akumulasi rugi fiskal anak perusahaan. Pada tanggal 18 Agustus 2007, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No.30/PJ.03/2007 tentang penolakan permohonan penggunaan akumulasi rugi fiskal anak perusahaan. Pada tanggal 12 September 2007, Perusahaan mengajukan gugatan kepada pengadilan pajak. Pada tanggal 30 April 2008, Perusahaan menerima Surat Keputusan Pengadilan Pajak No.Put.13799/PP/M.VII/99/2008 tertanggal 17 April 2008, yang mengabulkan gugatan Perusahaan. Dengan adanya keputusan Pengadilan Pajak ini, maka rugi fiskal anak perusahaan yang dapat diperhitungkan dalam Perusahaan berjumlah Rp251.126.636.375, terdiri dari masing-masing Rp8.257.890.849 dari rugi fiskal 2003, Rp66.141.656.045 dari rugi fiskal 2004, Rp119.213.807.672 dari rugi fiskal 2005, dan Rp57.513.281.809 dari rugi fiskal 2006.

On October 15, 2006, the Company received SKPLB on Corporate Income tax No. 00175/406/06/054/08 and Value Added Tax No. 00058/407/06/054/08 for the fiscal year 2006 amounting to Rp866,055,309 and Rp6,065,736,163, respectively, which was received in November 2006 amounting to Rp5,145,150,360 and remaining balance of Rp1,788,641,112 was compensated against the Company's tax payable of Income Tax article 23, 26 and Value Added Tax.

On July 8, 2008, the Company received a decision letter No:KEP-1079/WPJ.06/BD.06/2008 from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on SKPLB on the Company's Income Tax wherein defending SKPLB No.00028/406/05/073/07 dated April 30, 2007 for fiscal year 2004 which stated the Company's revenue amounted to Rp413,244,435,394, while according to the Company amounted to Rp321,694,453,611. The Company appealed on such decision and as of the issuance date of the financial statements, the Company has not received response on such appeal.

In relation to the merger, on June 25, 2007, the Company filed a request to the Tax Service Office to allow the Company to transfer tax loss carryforwards of the former subsidiaries to the Company. On August 18, 2007, the Company received the Director General of Taxation Decision Letter No.30/PJ.03/2007 rejecting the request to transfer the former subsidiaries' accumulated fiscal loss carryforwards to the Company in relation to the merger. On September 12, 2007, the Company had appealed to the Tax Court. On April 30, 2008, the Company received the Tax Court Decision Letter No.Put.13799/PP/M.VII/99/2008 dated April 17, 2008, approving the Company's appeal. With such court decision, accumulated fiscal loss carryforwards which were transferred to the Company totaling to Rp251,126,636,375, comprises of Rp8,257,890,849 from tax loss of 2003, Rp66,141,656,045 from tax loss of 2004, Rp119,213,807,672 from tax loss of 2005, and Rp57,513,281,809 from tax loss of 2006.

Pada tanggal 5 February 2007, Perusahaan menerima Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak No:KEP-147/WPJ.06/BD.06/2007 tentang keberatan Wajib Pajak atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) Pajak Penghasilan Badan yang menetapkan untuk mempertahankan SKPKB No.00001/406/04/073/05 tanggal 30 Desember 2005 untuk tahun pajak 2004 yang menyatakan bahwa rugi fiskal Perusahaan sebesar Rp463.515.783.060, sementara menurut Perusahaan adalah Rp466.766.718.031. Perusahaan mengajukan banding atas keputusan tersebut dan sudah menerima Surat Keputusan Pengadilan Pajak No.Put.17019/PP/M.VIU/15/2009 tanggal 18 Februari 2009 yang mengabulkan gugatan Perusahaan.

Pada tanggal 29 Juni 2005, Perusahaan menerima SKPLB Pajak Penghasilan Badan No. 00028/406/03/073/05 dari Direktorat Jenderal Pajak yang menyatakan bahwa lebih bayar pajak penghasilan badan Perusahaan tahun 2003 adalah Rp557.753.145 dan rugi fiskal tahun 2003 adalah Rp62.062.457.743. Atas lebih bayar tersebut dilakukan pemindahbukuan dengan hutang pajak PPh pasal 23 dengan jumlah yang sama sebesar Rp557.753.145. Pada tanggal 6 September 2005, Perusahaan mengajukan keberatan atas rugi fiskal tahun 2003 berdasarkan SKPLB tersebut. Berdasarkan surat keberatan Perusahaan tersebut, rugi fiskal 2003 menurut Perusahaan adalah Rp80.506.410.717. Sampai dengan tanggal laporan keuangan ini diterbitkan, belum ada keputusan atas gugatan tersebut. Pada tanggal 6 September 2006, Perusahaan menerima Keputusan Dijen Pajak No.KEP-1073/WPJ.06/BD.06/2006 yang menolak Keberatan Perusahaan. Pada Tanggal 5 Oktober 2006, Perusahaan mengajukan banding atas KEP-1073/WPJ.06/BD.06/2006. Pada tanggal 22 Agustus 2006, Perusahaan menerima Surat Keputusan Pengadilan Pajak No.Put.14694/PP/M.VIU/15/2008, yang mengabulkan gugatan Perusahaan.

On February 5, 2007, the Company received a decision letter No:KEP-147/WPJ.06/BD.06/2007 from the Director General of Taxation regarding the Company's objection on Tax Underpayment Assessment Letter (SKPKB) on the Company's Income Tax wherein defending SKPKB No. 00001/406/04/073/05 dated December 30, 2005 for fiscal year 2004 which stated the Company's fiscal loss amounted to Rp463,515,783,060, while according to the Company amounted to Rp466,766,718,031. The Company appealed to the such decision and received Tax Court Decision Letter No.Put.17019/PP/M.VIU/15/2009, dated February 18, 2009 approving the Company's appeal.

On June 29, 2005, the Company received SKPLB No. 00028/406/03/073/05 from the Director General of Taxation which stated that the Company's corporate income tax overpayment for fiscal year 2003 amounted to Rp557,753,145 and tax loss for fiscal year 2003 amounted to Rp62,062,457,743. The overpayment had been compensated against withholding tax article 23 in the same amount totaling to Rp557,753,145. On September 6, 2005, the Company filed an objection letter against the fiscal loss amount for fiscal year 2003 as stated in the SKPLB. Based on the objection letter, the 2003 fiscal loss per Company's calculation amounted to Rp80,506,410,717. On September 6, 2006, the Company received the Director General of Taxation Decision Letter No.KEP-1073/WPJ.06/BD.06/2006 which rejected the Company's objection. On October 5, 2006, the Company filed an appeal of KEP-1073/WPJ.06/BD.06/2006. On August 22, 2006, the Company received Tax Court Decision letter No.Put.14694/PP/M.VIU/15/2008, approving the Company's appeal.

Pajak Tanggahan

Rincian aset (kewajiban) pajak tanggahan  
Perusahaan adalah sebagai berikut:

Deferred Tax

The details of the Company's deferred tax assets  
(liabilities) are as follows:

	1 Januari 2009/ January 1, 2009	Dikurangkan (dibebankan) ke laporan laba rugi/ Credited (charged) to income statement	31 Maret 2009/ March 31, 2009	
	Rp	Rp	Rp	
Aset (kewajiban) pajak tanggahan:				Deferred tax assets (liabilities):
Rugi fiskal	282.355.594.703	62.818.469.475	344.874.064.178	Fiscal loss
Depresiasi aset sewa pembiayaan	22.448.868.404	3.844.301.548	28.293.169.953	Depreciation of leased assets
Imbalan pasca kerja	8.198.868.700	538.126.250	8.734.992.950	Post-employment benefits obligation
Penyisihan piutang ragu-ragu	4.044.837.303	304.878.987	4.409.816.290	Allowance for doubtful accounts
Penyisihan penurunan nilai persediaan	950.623.278	-	950.623.278	Allowance for decline in value of inventory
Beban tanggahan	(5.326.704.462)	11.315.333	(5.317.389.130)	Deferred charges
Pembayaran aset sewa pembiayaan	(12.879.510.352)	(1.773.731.118)	(14.453.241.470)	Payments of finance leases
Penyusutan aset tetap	(84.030.129.738)	(5.574.227.879)	(89.604.357.617)	Depreciation of fixed assets
Lain-lain	375.409.370	250.272.786	625.681.937	Others
Sub-jumlah	214.335.855.008	80.277.505.385	274.613.360.370	Sub-total
Pajak tanggahan anak perusahaan sebelum merger	30.283.149.783	-	30.283.149.783	Deferred tax of subsidiaries before merger
Jumlah	244.619.004.791	80.277.505.385	304.896.510.153	Total
		Dikurangkan (dibebankan) ke laporan laba rugi/ Credited (charged) to income statement		
	1 Januari 2008/ January 1, 2008		31 Maret 2008/ March 31, 2008	
	Rp	Rp	Rp	
Aset (kewajiban) pajak tanggahan:				Deferred tax assets (liabilities):
Rugi fiskal	181.187.784.116	9.495.690.011	190.803.474.127	Fiscal loss
Imbalan pasca kerja	4.467.283.200	836.251.400	5.103.534.600	Post-employment benefits obligation
Penyisihan piutang ragu-ragu	2.834.321.803	293.090.534	2.927.412.337	Allowance for doubtful accounts
Beban tanggahan	(73.071.879.082)	5.345.215.263	(17.726.443.799)	Deferred charges
Penyusutan aset tetap	(83.899.508.111)	(8.000.027.841)	(71.899.595.952)	Depreciation of fixed assets
Depresiasi aset sewa pembiayaan	5.013.205.351	4.137.608.232	9.150.811.583	Depreciation of leased assets
Pembayaran aset sewa pembiayaan	(2.890.993.713)	(2.788.498.868)	(5.477.492.581)	Payments of finance leases
Penyisihan penurunan nilai persediaan	950.623.278	-	950.623.278	Allowance for decline in value of inventory
Lain-lain	-	640.612.518	640.612.518	Others
Sub-jumlah	104.710.876.662	9.781.959.249	114.472.838.048	Sub-total
Pajak tanggahan anak perusahaan sebelum merger	30.283.149.783	-	30.283.149.783	Deferred tax of subsidiaries before merger
Jumlah	134.994.126.625	9.781.959.249	144.758.065.809	Total



Pada 31 Maret 2009, Perusahaan mempunyai akumulasi rugi fiskal sebesar Rp2.067.980.397.159 yang dapat dikompensasikan dengan laba kena pajak di masa datang. Pada 31 Maret 2009, Perusahaan mengakui aktiva pajak tangguhan atas rugi fiskal sebesar Rp1.379.896.256.710. Sisa pajak tangguhan atas rugi fiskal sebesar Rp688.084.140.449 tidak diakui karena Perusahaan belum memiliki dasar memadai untuk memperkirakan laba kena pajak di masa mendatang yang dapat dikompensasikan dengan akumulasi rugi fiskal tersebut.

At March 31, 2009, the Company has accumulated tax loss carryforward of Rp2,087,980,397,159 available for offset against future tax income. A deferred tax assets has been recognized in respect of Rp1,379,896,256,710 of such tax losses. No deferred tax of tax losses has been recognized in respect of the remaining Rp688,084,140,449 due to unpredictability of future profit stream of which the tax loss can be utilized.

Rekonsiliasi antara beban pajak dan hasil perkalian laba akuntansi sebelum pajak dengan tarif pajak yang berlaku adalah sebagai berikut:

A reconciliation between the total tax expense and the amounts computed by applying the effective tax rates to Income before tax is as follows:

	2009 Rp	2008 Rp	
Rugi sebelum pajak menurut laporan laba rugi konsolidasi	(240.553.778.760)	(32.062.128.263)	Loss before tax expense per consolidated statements of income
Laba anak perusahaan sebelum pajak	(1.687.500.018)	(441.475.307)	Income before tax of subsidiaries
Laba (rugi) sebelum beban pajak - Perusahaan	<u>(242.241.278.778)</u>	<u>(32.503.801.570)</u>	Income (loss) before tax expense - the Company
Pajak penghasilan dengan tarif yang berlaku	<u>(60.560.319.695)</u>	<u>(9.751.080.471)</u>	Income tax at effective tax rate
Pengaruh pajak			Tax effect of
Perbedaan tetap:			Permanent differences:
Amortisasi goodwill	715.747.383	858.896.867	Goodwill amortization
Perjamuan dan sumbangan	29.494.123	95.427.927	Entertainment and donation
Kesejahteraan karyawan	27.871.280	91.731.560	Personnel expenses
Transportasi	15.118.305	204.473.598	Transportation
Penghasilan bunga dikenakan pajak final	(11.591.381)	(1.081.559.784)	Interest income subjected to final tax
Beban pajak	(297.857.785)	2.270.978	Tax expense
Lain-lain	<u>(195.767.595)</u>	<u>(202.119.924)</u>	Others
Jumlah	<u>282.814.330</u>	<u>(10.878.778)</u>	Total
Beban (manfaat) pajak - Perusahaan	<u>(60.277.505.385)</u>	<u>(9.761.959.249)</u>	Tax (benefit) expense - the Company
Beban (manfaat) pajak - anak perusahaan	<u>360.663.931</u>	<u>-</u>	Tax (benefit) expense - subsidiaries
Jumlah	<u>(59.916.841.434)</u>	<u>(9.761.959.249)</u>	Total

**39. KEWAJIBAN IMBALAN PASCA KERJA**

Beban imbalan kerja yang dibebankan ke beban karyawan (Catatan 35) adalah sebagai berikut :

	<u>2009</u>	<u>2008</u>	
	Rp	Rp	
Program pensiun imbalan pasti	-	-	Defined benefit pension plan
Imbalan pasca-kerja lain	<u>3.216.757.500</u>	<u>3.364.218.245</u>	Other post-employment benefits
Jumlah	<u>3.216.757.500</u>	<u>3.364.218.245</u>	Total

Kewajiban imbalan kerja yang tercatat di neraca konsolidasi yang timbul adalah sebagai berikut:

	<u>2009</u>	<u>2008</u>	
	Rp	Rp	
Program pensiun imbalan pasti	-	-	Defined benefit pension plan
Imbalan pasca-kerja lain	<u>42.439.713.500</u>	<u>34.417.460.000</u>	Other post-employment benefits
Kewajiban bersih	<u>42.439.713.500</u>	<u>34.417.460.000</u>	Net Liability

**Program Pensiun Imbalan Pasti**

Komselindo menyelenggarakan program pensiun imbalan pasti untuk semua karyawan tetap. Dana pensiun ini dikelola oleh Dana Pensiun Bimantara (Danapera) yang akta pendiriannya telah disahkan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. 382/KM.17/1996 tanggal 15 Oktober 1996. Komselindo merupakan mitra pendiri.

Sehubungan dengan penggabungan usaha Komselindo ke dalam Perusahaan, program pensiun tersebut dihentikan, dan saldo kewajiban Komselindo sehubungan dengan program pensiun ini telah diselesaikan.

**Imbalan Pasca Kerja Lain**

Perusahaan juga membukukan imbalan pasca kerja imbalan pasti untuk karyawan sesuai undang-undang yang berlaku. Tidak terdapat pendanaan yang disisihkan sehubungan dengan imbalan pasca-kerja ini. Jumlah karyawan yang berhak atas imbalan pascakerja pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008 masing-masing adalah 832 karyawan dan 724 karyawan.

**39. POST-EMPLOYMENT BENEFITS OBLIGATION**

The employee benefit expenses which were charged to personnel expenses (Note 35) are as follows:

	<u>2009</u>	<u>2008</u>	
	Rp	Rp	
Program pensiun imbalan pasti	-	-	Defined benefit pension plan
Imbalan pasca-kerja lain	<u>3.216.757.500</u>	<u>3.364.218.245</u>	Other post-employment benefits
Jumlah	<u>3.216.757.500</u>	<u>3.364.218.245</u>	Total

The amounts of employee benefits obligations included in the consolidated balance sheets are as follows:

	<u>2009</u>	<u>2008</u>	
	Rp	Rp	
Program pensiun imbalan pasti	-	-	Defined benefit pension plan
Imbalan pasca-kerja lain	<u>42.439.713.500</u>	<u>34.417.460.000</u>	Other post-employment benefits
Kewajiban bersih	<u>42.439.713.500</u>	<u>34.417.460.000</u>	Net Liability

**Defined Benefit Pension Plan**

Komselindo provided a defined benefit pension plan covering all of its employees. The pension fund was managed by Dana Pensiun Bimantara (Danapera) which deed of establishment was approved by the Minister of Finance in his Decision Letter No. 382/KM.17/1996 dated October 15, 1996. Komselindo was one of the founding partners.

In relation to the merger of Komselindo with the Company, this pension plan had been terminated, and Komselindo's liability in relation to the pension plan had been settled.

**Other Post-Employment Benefits**

The Company also calculates and records estimated defined post-employment benefits for its qualifying employees in accordance with the Labor Law. No funding has been made to these defined benefit plan. The number of employees entitled to the benefits are 832 and 724 on March 31, 2009 and 2008, respectively.

Beban imbalan pasca kerja yang diakui dalam laporan laba rugi adalah:

Amounts recognized in income with respect to these post-employment benefits are as follows:

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Biaya jasa kini	1.637.269.760	1.319.760.474	Current service cost
Biaya bunga	1.085.252.840	270.812.392	Interest cost
Biaya jasa lalu	494.234.900	530.285.134	Past service cost
Biaya pemutusan kontrak kerja	-	1.243.380.245	Contract termination cost
Jumlah	<u>3.216.757.500</u>	<u>3.364.218.245</u>	Total

Mutasi kewajiban bersih dalam neraca konsolidasi adalah sebagai berikut:

Movements in the net liability recognized in the consolidated balance sheets are as follows:

	2009	2008	
	Rp	Rp	
Saldo awal	39.222.956.000	32.296.622.000	Beginning of the year
Pembayaran manfaat	-	(1.243.380.245)	Benefit payments
Beban tahun berjalan	<u>3.216.757.500</u>	<u>3.364.218.245</u>	Amount charged to Income
Saldo akhir	<u>42.439.713.500</u>	<u>34.417.460.000</u>	End of the year

Asumsi utama yang digunakan dalam menentukan penilaian aktuarial adalah sebagai berikut:

The actuarial valuation was carried out using the following key assumptions:

Tingkat diskonto per tahun	12% tahun/in 2009 dan/and 10% tahun/in 2008	Discount rate per annum
Tingkat kenaikan gaji per tahun	9% tahun/in 2009 dan/and 10% tahun/in 2008	Salary increase rate per annum
Tingkat pensiun normal	55 tahun/years	Normal pension rate

#### 40. SEWA OPERASI

#### 40. OPERATING LEASES

Perusahaan mengadakan perjanjian sewa operasi menara pemancar dengan beberapa penyedia menara pemancar untuk masa sewa 10 tahun. Perjanjian tersebut juga memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan pengakhiran perjanjian sebelum masa sewa berakhir.

The Company entered into operating lease agreements with several tower providers in relation to the rentals of transmitter towers with the lease terms of 10 years. The lease agreements include certain conditions that may cause the leases to be terminated prior to the expiry of the lease periods.

Tanah atas aset sewa pembiayaan diklasifikasi sebagai sewa operasi karena hak kepemilikan atas tanah tidak akan beralih pada akhir masa sewa dan tanah tersebut mempunyai manfaat tidak terbatas.

Land related to the leased asset is classified as operating lease since the title of ownership on the land does not transfer to the Company at the end of the lease term and land has an indefinite economic useful life.

Beban sewa operasi atas perjanjian sewa operasi menara pemancar, biaya jasa dan tanah atas aset sewa pembiayaan untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 sebesar Rp21.838.214.813 (Catatan 33).

Operating lease expenses relating to such operating lease agreements, service charge and land related to the finance leased assets amounted to Rp21,838,214,813 for the three-month periods ended March 31, 2009 (Note 33).

41. LABA PER SAHAM

Berikut ini adalah data yang digunakan untuk perhitungan laba per saham dasar dan dilusian:

	2008 Rp	2007 Rp	
Laba (rugi) bersih untuk perhitungan laba per saham	(180.636.937.326)	(22.300.167.014)	Net income (loss) for computation of earnings per share

Jumlah Saham

Pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008, jumlah saham beredar Perusahaan sebanyak 20.235.872.427 saham dengan nilai nominal per saham Rp100.

Sesuai Akta Pernyataan Keputusan Para Pemegang Saham No. 111 tanggal 18 September 2006 yang dibuat dihadapan Aulia Taufani, S.H., pengganti Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta, nilai nominal Rp1.000 per saham diubah menjadi Rp100 per saham dan tambahan modal disetor sebesar Rp1.011.663.819.000 dikonversi menjadi modal disetor sebanyak 10.116.638.190 saham dengan nilai nominal Rp100 per saham.

Perubahan nilai nominal dan konversi tambahan modal disetor menjadi modal disetor tersebut merupakan penambahan jumlah saham tanpa disertai perubahan sumber daya Perusahaan. Oleh karena itu, untuk tujuan perhitungan jumlah rata-rata tertimbang saham beredar, perubahan nilai nominal dan konversi modal disetor tersebut dianggap sudah terjadi pada awal periode laporan keuangan disajikan.

Jumlah rata-rata tertimbang saham beredar (penyebut) untuk perhitungan laba per saham adalah sebagai berikut:

	2009	2008	
Jumlah saham awal tahun	20.235.872.427	20.235.872.427	Beginning Balance
Penerbitan saham baru dalam tahun berjalan (Catatan 28)	-	-	Issuance of new shares during the year (Note 28)
Jumlah rata-rata tertimbang saham untuk perhitungan laba per saham dasar	20.235.872.427	20.235.872.427	Jumlah rata-rata tertimbang saham untuk perhitungan laba per saham dasar

Perusahaan tidak menghitung rugi per saham dilusian untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009 karena pengaruh efek berpotensi saham biasa terhadap perhitungan rugi per saham bersifat anti dilutif.

41. EARNINGS PER SHARE

The calculation of basic and diluted earnings per share are based on the following data:

The Number of Shares

As of March 31, 2009 and 2008, the Company's outstanding shares totalled to 20,235,872,427 shares, with Rp100 par value per share.

Based on Deed of Decision of the Company's Stockholders No. 111 dated September 18, 2006 of Aulia Taufani, S.H., substitute of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta, the Company's par value per share was changed from Rp1,000 to Rp100 and additional paid-up capital stock of Rp1,011,663,819,000 was converted into 10,116,638,190 shares of stock with par value per share of Rp100.

The change in par value and conversion of additional paid-up capital to paid-up capital represents an increase in the number of shares which do not involve the change in the Company's resources. Accordingly, for the purpose of calculating weighted average number of outstanding shares, the change in the par value and the conversion into the paid-up capital were considered to have occurred in the earliest period of the financial statements presented.

The weighted average number of outstanding shares (denominator) for the computation of earnings per share are as follows:

The Company did not compute the diluted loss per share for the three-month periods ended March 31, 2009 because the effect of potential shares is anti-dilutive.

**42. PROGRAM OPSI SAHAM MANAJEMEN DAN KARYAWAN**

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 8 Mei 2007, sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris No. 60 dari Aulia Taufani, S.H., pengganti Sutjipto, S.H., notaris di Jakarta, para pemegang saham menyetujui pengeluaran 587.560.805 saham atau 3% dari jumlah saham beredar Perusahaan tanpa hak memesan efek terlebih dahulu sehubungan dengan Program Opsi Saham Manajemen dan Karyawan Perusahaan (Program).

Manajemen dan karyawan Perusahaan yang memenuhi kriteria Program (peserta) akan menerima penghargaan dalam bentuk opsi saham dalam tiga periode, dimana sepertiga dari opsi merupakan penghargaan yang menjadi hak peserta pada setiap periode penghargaan. Program opsi saham diberikan dalam lima tahap yang dimulai pada tahun 2008 dan berakhir pada 2014 (20% dari jumlah opsi saham yang dapat dikeluarkan berdasarkan program tersebut dialokasikan untuk setiap tahap).

Harga pelaksanaan opsi saham untuk setiap tahap adalah harga rata-rata penutupan harga saham Perusahaan di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 25 hari bursa berturut-turut sebelum tanggal pemberitahuan rencana pelaksanaan opsi saham kepada Bursa Efek Indonesia.

Sampai dengan tanggal 31 Maret 2009, tidak ada opsi saham yang telah diberikan untuk manajemen dan karyawan Perusahaan.

**43. SIFAT DAN TRANSAKSI HUBUNGAN ISTIMEWA**

**Sifat Hubungan Istimewa**

- a. PT Bhakti Investama Tbk (Bhakti) merupakan pemegang saham induk PT Global Mediacom Tbk (Mediacom).
- b. Mediacom, Qualcomm Incorporated (Qualcomm), dan KT Freetel Co., Ltd., Korea (KTF) merupakan pemegang saham Perusahaan.

**42. MANAGEMENT AND EMPLOYEE STOCK OPTION PLAN**

Based on the minutes of the extraordinary general meeting of stockholders dated May 8, 2007, as stated in Notarial Deed No. 60 of Aulia Taufani, S.H., the substitute of Sutjipto, S.H., notary in Jakarta, the stockholders approved the issuance of 587,560,805 shares or equal to 3% of the Company's total issued shares of stock which will be made without pre-emptive rights in relation to the Company's Management and Employees Stock Option Plan (the Plan).

The Company's management and employees qualified to avail of the Plan (participants) will receive awards in the form of stock options which will vest over a three-year period, with one-third of the options which are the subject of the award vesting on each anniversary of the award. The Stock option plan will be granted in five phases commencing in 2008 and ending in 2014 (with 20% of the total stock options issuable under the Plan allocated in each phase).

The exercise price of the stock option granted under any phase of the Plan will be the weighted average of the closing price per share for 25 consecutive trading days prior to the date on which the participant notifies the Indonesia Stock Exchange of the exercise of such stock option.

As of March 31, 2009, no shares option have been granted to the Company's management and employees.

**43. NATURE OF RELATIONSHIP AND TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES**

**Nature of Relationship**

- a. PT Bhakti Investama Tbk (Bhakti) is the ultimate stockholder of PT Global Mediacom Tbk (Mediacom).
- b. Mediacom, Qualcomm Incorporated (Qualcomm), and KT Freetel Co., Ltd., Korea (KTF) are stockholders of the Company.

- c. PT Infokom Elektrindo (IE), PT MNC Sky Vision, PT Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC), PT Media Nusantara Informasi (MNI), PT Global Informasi Bermutu (Global TV), PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), PT Freekoms Indonesia (Freekoms), PT MNI Global (MNI Global), PT Telesindo Media Utama (Telesindo), PT Flash Mobile, PT Bhakti Asset Management (BAM), PT Bhakti Securities (Bsec), PT Bhakti Share Registrar, PT Global Land Development Tbk., PT Usaha Gedung Bimantara (UGB) dan PT Cross Media International merupakan pihak hubungan istimewa karena pemegang sahamnya sama atau pada akhirnya sama dengan pemegang saham Induk Perusahaan atau mempunyai pengurus yang sama.

- c. PT Infokom Elektrindo (IE), PT MNC Sky Vision, PT Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC), PT Media Nusantara Informasi (MNI), PT Global Informasi Bermutu (Global TV), PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), PT Freekoms Indonesia (Freekoms), PT MNI Global (MNI Global), PT Telesindo Media Utama (Telesindo), PT Flash Mobile, PT Bhakti Asset Management (BAM), PT Bhakti Securities (Bsec), PT Bhakti Share Registrar, PT Global Land Development Tbk., PT Usaha Gedung Bimantara (UGB) and PT Cross Media International are related parties which have the same stockholder or ultimate stockholder as the Company or the same management.

#### Transaksi-transaksi Hubungan Istimewa

Perusahaan melakukan transaksi tertentu dengan pihak hubungan istimewa, yang meliputi antara lain:

- a. Perusahaan melakukan perjanjian kerjasama dengan pihak hubungan istimewa sehubungan dengan penyelenggaraan jasa telekomunikasi kepada pelanggan. Rincian pendapatan jasa telekomunikasi dan piutang usaha, beban interkoneksi dan potongan harga, serta hutang usaha kepada pihak hubungan istimewa sebagai berikut:

#### Transactions with Related Parties

The Company has certain transactions with related parties, among others, as follows:

- a. The Company entered into agreements with related parties regarding telecommunication services for their customers. The details of revenue from telecommunication services, trade accounts receivable, interconnection charges and discount and trade accounts payable to related parties are as follows:

	2009				
	Pendapatan Usaha/ Operating Revenue Rp	Piutang Usaha/ Trade Accounts Receivable Rp	Beban	Hutang Usaha/ Trade Accounts Payable Rp	
			Interkoneksi dan potongan harga/ interconnection charges and discount Rp		
Jasa content					Content provider
PT Freekoms Indonesia	2.060.505.828	10.000	2.466.989.507	4.919.558.245	PT Freekoms Indonesia
PT Infokom Elektrindo	429.987.250	546.636.549	252.217.437	388.675.865	PT Infokom Elektrindo
PT Flash Mobile	10.500.000	1.427.242.140	83.798.048	771.320.435	PT Flash Mobile
Lain-lain					Others
Qualcom Inc.	115.135.001	-	378.581.305	376.406.306	Qualcom Inc.
PT Infokom Elektrindo	10.832.727	94.966.000	-	-	PT Infokom Elektrindo
PT Media Nusantara Informas	-	218.142.847	-	-	PT Media Nusantara Informa:
PT Freekoms Indonesia	-	1.850.000	-	-	PT Freekoms Indonesia
PT Flash Mobile	411.665.733	367.821.267	-	-	PT Flash Mobile
PT Rajawali Citra Televisi Indonesia	226.800.000	229.923.000	-	-	PT Rajawali Citra Televisi Indonesia
<b>Jumlah</b>	<b>4.165.426.539</b>	<b>2.886.591.803</b>	<b>3.190.186.297</b>	<b>6.455.960.851</b>	<b>Total</b>
Persentase dari pendapatan usaha	4,45%				Percentage to operating revenues
Persentase dari jumlah aset		0,06%			Percentage to total assets
Persentase dari beban interkoneksi dan potongan harga			7,59%		Percentage to interconnection charges and discount
Persentase dari jumlah kewajiban				0,15%	Percentage to total liabilities

2008				
Pendapatan Usaha/ Operating Revenue	Piutang Usaha/ Trade Accounts Receivable	Beban interkoneksi dan potongan harga/ Interconnection charges and discount	Hutang Usaha/ Trade Accounts Payable	
Rp	Rp	Rp	Rp	
Jasa content				Content provider
PT Flash Mobile	2.532.758.178	1.015.674.778	183.564.035	PT Flash Mobile
PT Freekom Indonesia	2.248.101.000	10.000	2.123.208.500	PT Freekom Indonesia
PT Infokom Elektrindo	372.205.750	473.368.145	218.447.788	PT Infokom Elektrindo
Qualcom Inc.	-	-	408.141.805	Qualcom Inc.
Lain-lain				Others
Qualcom Inc.	-	-	-	Qualcom Inc.
PT Media Nusantara Informatika	908.978.182	1.161.093.847	-	PT Media Nusantara Informatika
PT Freekom Indonesia	-	1.850.000	-	PT Freekom Indonesia
PT Flash Mobile	485.961.900	175.796.248	-	PT Flash Mobile
PT Rajawali Citra Televisi Indonesia	74.844.000	156.492.000	-	PT Rajawali Citra Televisi Indonesia
<b>Jumlah</b>	<b>6.832.847.011</b>	<b>2.984.285.014</b>	<b>2.831.380.128</b>	<b>Total</b>
Persentase dari pendapatan usaha	<u>3,16%</u>			Percentage to operating revenues
Persentase dari jumlah aset		<u>0,06%</u>		Percentage to total assets
Persentase dari beban interkoneksi dan potongan harga			<u>5,33%</u>	Percentage to interconnection charges and discount
Persentase dari jumlah kewajiban			<u>0,16%</u>	Percentage to total liabilities

b. Perusahaan juga melakukan transaksi dengan pihak hubungan istimewa sehubungan dengan sewa ruangan, pemasangan iklan dan promosi serta operasi dan pemeliharaan (Catatan 20 dan 23). Hutang yang timbul dari transaksi ini tidak dikenakan bunga dan tanpa jangka waktu pembayaran tertentu. Rincian beban usaha, hutang kepada pihak hubungan istimewa dan biaya masih harus dibayar adalah sebagai berikut:

b. The Company entered into a space rental agreement, advertising, and operation and maintenance transactions with related parties (Notes 20 and 23). Payable from these transactions are interest free and have no definite terms of payment. The details of operating expenses, accounts payable to related parties and accrued expenses are as follows:

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk DAN ANAK PERUSAHAAN  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASI  
(TIDAK DIAUDIT)  
31 MARET 2009 DAN 2008  
SERTA UNTUK PERIODE TIGA BULAN YANG BERAKHIR  
PADA TANGGAL TERSEBUT – Lanjutan

PT. MOBILE-8 TELECOM Tbk AND ITS SUBSIDIARY  
CONSOLIDATED NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS  
(UNAUDITED)  
MARCH 31, 2009 AND 2008  
AND FOR THE THREE-MONTH PERIODS  
THEN ENDED – Continued

	2009				2008		
	Beban usaha/ Operating expenses	Hutang kepada pihak hubungan istimewa/ Accounts payable to related parties	Biaya masih harus dibayar/ Accrued expenses		Beban usaha/ Operating expenses	Hutang kepada pihak hubungan istimewa/ Accounts payable to related parties	Biaya masih harus dibayar/ Accrued expenses
	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	
<b>Sewa ruangan</b>							<b>Space rental</b>
PT Usaha Gedung Bimantara	1.190.772.201	-	278.300.000	1.123.454.865	453.337.000	82.185.828	PT Usaha Gedung Bimantara
PT Infokom Elektroindo	400.298.359	3.297.845.326	874.811.725	130.113.450	1.098.285.959	185.550.000	PT Global Mediacom Tbk
PT Global Mediacom Tbk	135.369.409	-	-	281.880.635	184.787.000	79.412.333	PT Infokom Elektroindo
PT Global Land Development Tbk	63.479.250	-	-	30.249.999	-	-	PT Bhakti Investama Tbk
Sub-jumlah	1.789.887.219	3.297.845.326	952.911.725	1.551.798.849	1.716.379.959	347.148.361	Sub-total
<b>Pemasangan iklan</b>							<b>Advertising placement</b>
PT Rajawali Citra Televisi Indonesia	7.099.040.000	78.823.223	7.180.748.667	3.658.149.342	3.052.121.031	-	PT Cross Media Internasional
PT Cross Media Internasional	3.381.732.581	-	334.149.185	1.128.000.000	16.895.175.671	310.071	PT Rajawali Citra Televisi Indonesia
PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia	2.595.200.000	365.360.000	2.595.200.000	337.580.000	-	842.025.410	PT Global Informasi Bermutu
PT Global Informasi Bermutu	2.148.996.000	18.445.000	8.658.283.806	149.550.000	9.000.000	4.508.300.638	PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia
PT Media Nusantara Informasi	739.762.000	-	478.132.000	735.080.000	521.252.881	294.899.999	PT Media Nusantara Informasi
PT Media Nusantara Citra Network	1.168.537.324	-	487.408.050	66.480.000	19.008.000	25.920.000	PT Media Nusantara Informasi Global
PT Media Nusantara Informasi Global	124.750.000	-	-	PT Media Nusantara Citra	-	-	PT Media Nusantara Citra
Sub-jumlah	17.287.617.906	450.628.223	17.711.917.788	1.138.859	379.953	813.509.667	PT MNC Sky Vision
Sub-jumlah				8.074.079.204	19.496.937.536	8.285.086.185	Sub-total
<b>Operasi dan pemeliharaan</b>							<b>Operation and maintenance</b>
PT Infokom Elektroindo							PT Infokom Elektroindo
Biaya pemeliharaan infrastruktur teknologi informasi	310.558.800	-	1.400.459.072	127.841.456	52.781.780	-	Information technology infrastructure maintenance
Lainnya							<b>Others</b>
PT Bhakti Share Registrar	-	-	25.000.000	KT Frestel Co., Ltd., Korea	-	25.000.000	PT Bhakti Share Registrar
Sub-jumlah	-	-	25.000.000	Lain-lain	-	25.000.000	Sub-total
Sub-jumlah				-	-	25.000.000	Sub-total
<b>Jumlah</b>	<b>19.374.081.824</b>	<b>3.750.473.549</b>	<b>20.090.288.585</b>	<b>7.753.819.509</b>	<b>21.288.079.275</b>	<b>6.657.214.548</b>	<b>Total</b>
Persentase dari beban usaha	7,41%			3,74%			Persentase dari beban usaha
Persentase dari jumlah kewajiban		0,09%	0,48%		0,74%	0,23%	Persentase dari jumlah kewajiban



- c. Perusahaan mengadakan perjanjian "BREW Carrier Agreement" dengan Qualcomm. Berdasarkan perjanjian, Qualcomm akan menyediakan perangkat lunak BREW dan beberapa jasa pelatihan serta pendukung integrasi, termasuk pendukung *on-site*, untuk *set-up*, pengoperasian, integrasi dan memelihara *BREW Distribution System*. Sesuai dengan perjanjian, Perusahaan harus membayar kepada Qualcomm atas biaya *set-up awal* dan pengoperasian perangkat lunak tersebut sebesar USD300.000. Pada tanggal 31 Maret 2009, peralatan tersebut telah terpasang dan dibukukan sebagai aset tidak lancar lainnya (Catatan 16).

Perusahaan juga sepakat membayar dalam jumlah tertentu kepada Qualcomm untuk setiap aktivasi perangkat lunak BREW beserta akses datanya oleh pelanggan melalui pola *Revenue Share*.

- d. Saham Perusahaan milik pemegang saham yang dijadikan jaminan sehubungan dengan hutang pembelian aset tetap dengan Samsung Corporation adalah sebagai berikut:

Nama pemegang saham	Jumlah saham/ Number of shares 2006	Name of Stockholders
PT Global Mediacom Tbk	365.109.802	PT Global Mediacom Tbk
Asia Link B.V.	31.474.546	Asia Link B.V.
Qualcomm Incorporated	26.947.538	Qualcomm Incorporated
PT Centralindo Pancasakti Cellular	21.890.291	PT Centralindo Pancasakti Cellular
PT TDM Aset Manajemen	15.349.601	PT TDM Aset Manajemen

- e. Perusahaan mengadakan perjanjian "Consulting Services Agreement" No. 091.M8/091.KTF.06/TEK/V/06 tanggal 18 Mei 2006 dengan KTF Korea untuk penyediaan jasa konsultasi dengan *service fee* sebesar USD315.000 yang berakhir sampai dengan Desember 2008. Perusahaan telah memperpanjang perjanjian ini untuk periode selama 12 bulan sampai dengan 30 Juni 2008 dengan *service fee* sebesar USD198.000.

- f. Perusahaan menunjuk BAM sebagai pengelola dana, untuk mengelola dana Perusahaan sesuai dengan kebijakan investasi Perusahaan dan peraturan yang berlaku (Catatan 6).

- c. The Company entered into a BREW Carrier Agreement with Qualcomm. Based on the agreement, Qualcomm will provide the Company with BREW software, certain training and integration support services, including *on-site* support, *set-up*, deployment, integration and maintenance of the BREW Distribution System. As stated in the agreement, the Company shall pay Qualcomm for the initial *set-up* and deployment of the software amounting to USD300,000. As of March 31, 2009, the software was installed, and was presented as other noncurrent assets (Note 16).

The Company also agreed to pay Qualcomm on behalf of each activation BREW software and its data content by subscriber through Revenue Share method.

- d. The Company's shares owned by the stockholders were pledged in relation with the liability for purchase of property and equipment from Samsung Corporation are as follows:

- e. The Company entered into a Consulting Services Agreement No. 091.M8/091.KTF.06/TEK/V/06 dated May 18, 2006 with KTF Korea for consultation service with *service fee* amounting to USD315,000 which was completed in December 2006. The Company had extended the agreement for another 12 months period until June 30, 2008 with *service fee* amounting to USD198,000.

- f. The Company had appointed BAM, as fund manager, to manage the Company's fund in line with the Company's investment policy and prevailing regulations (Note 6).

g. Perusahaan menunjuk Bsec sebagai penjamin untuk penerbitan hutang obligasi dalam mata uang Rupiah. Biaya-biaya yang terjadi dalam kegiatan tersebut merupakan bagian dari biaya penerbitan obligasi.

g. The Company engaged Bsec to perform underwriting activities in relation to the issuance of the Rupiah bonds payable. Such costs incurred were considered as part of the bonds issuance cost.

#### 44. INFORMASI SEGMENT

##### Segmen Usaha

Perusahaan menjalankan dan mengelola usahanya dalam satu segmen yaitu menyediakan jasa selular CDMA dan jasa jaringan telekomunikasi untuk para pelanggannya.

##### Pendapatan berdasarkan pasar geografis

Berikut ini adalah jumlah pendapatan Perusahaan berdasarkan pasar geografis:

#### 44. SEGMENT INFORMATION

##### Business Segments

The Company operates and maintains its business in one segment, that is, providing CDMA cellular service and telecommunication network service for subscribers.

##### Revenue by geographical market

The following table shows the distribution of the Company's revenues by geographical market:

Area	2009			Area
	Jasa telekomunikasi/ Telecommunication services	Beban interkoneksi dan potongan harga/ Interconnection charges and discount	Pendapatan usaha - bersih/ Operating revenues - net	
	Rp	Rp	Rp	
Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi	50.581.441.893	17.955.549.052	32.625.892.841	Jakarta, Bogor, Tangerang and Bekasi
Jawa Tengah	29.865.597.127	7.117.857.724	22.747.939.404	Central Java
Jawa Timur	29.777.321.813	7.025.637.274	21.851.684.540	East Java
Jawa Barat	11.774.443.455	2.497.926.288	9.278.517.187	West Java
Sumatera	5.697.698.299	3.095.485.888	2.602.412.611	Sumatera
Sulawesi	4.629.626.864	1.804.781.922	2.824.884.942	Sulawesi
Bali	1.899.236.050	815.428.672	883.807.178	Bali
Kalimantan	1.609.805.322	801.160.442	805.444.680	Kalimantan
<b>Jumlah</b>	<b>135.632.170.924</b>	<b>42.013.607.261</b>	<b>93.818.563.663</b>	<b>Total</b>

Area	2008			Area
	Jasa telekomunikasi/ Telecommunication services	Beban interkoneksi dan potongan harga/ Interconnection charges and discount	Pendapatan usaha - bersih/ Operating revenues - net	
	Rp	Rp	Rp	
Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi	94.696.529.476	24.318.943.929	70.377.565.548	Jakarta, Bogor, Tangerang and Bekasi
Jawa Timur	72.228.209.737	12.760.411.880	59.485.787.857	East Java
Jawa Tengah	68.787.988.822	9.458.534.037	57.329.454.785	Central Java
Jawa Barat	21.523.540.716	3.807.326.841	17.716.213.875	West Java
Sumatera	4.262.403.460	1.751.759.730	2.530.643.750	Sumatera
Sulawesi	2.716.573.404	1.163.509.449	1.555.063.955	Sulawesi
Kalimantan	1.520.439.197	965.838.202	534.602.995	Kalimantan
Bali	1.432.425.330	789.424.933	633.000.397	Bali
<b>Jumlah</b>	<b>265.188.110.162</b>	<b>55.045.747.000</b>	<b>210.142.363.162</b>	<b>Total</b>

45. IKATAN DAN PERJANJIAN SIGNIFIKAN

45. COMMITMENTS AND SIGNIFICANT AGREEMENTS

- a. Pada tanggal 21 Desember 2002, Perusahaan menandatangani *Supply Agreement* dengan Samsung Electronics Co., Ltd (SEC) dan Samsung Corporation (SC) terutama untuk penyediaan perangkat CDMA 2000 1X Cellular Network dan penyediaan jasa tertentu yang terkait dengan Initial Network dan Expansion Network.

Pada tanggal 23 Desember 2005, Perusahaan menandatangani *After Warranty Service Agreement* dengan PT Samsung Telecommunication Indonesia (STIN) untuk jasa pemeliharaan perangkat lunak dan perangkat keras CDMA 2000 1X dari Initial Network yang dibeli berdasarkan *Supply Agreement*.

Pada tanggal 28 Pebruari 2007, Perusahaan menandatangani "Network System and Equipment Supply, Installation and Support Agreement" dengan SC dan STIN untuk implementasi sistem dan penyediaan peralatan baru untuk area Jawa dan luar Jawa dengan nilai kontrak sebesar USD372.939,071 untuk jangka waktu 9 tahun dari tanggal kontrak sebagaimana terakhir dirubah dengan amandemen perjanjian tanggal 8 Agustus 2008.

Perjanjian ini termasuk penyediaan jasa warranty atas perangkat yang dibeli sebelumnya oleh Perusahaan berdasarkan *Supply Agreement* dan *After Warranty Service Agreement*. Berdasarkan perjanjian ini, sejak 1 April 2006, Perusahaan tidak dikenakan biaya atas penyediaan jasa warranty yang dilakukan oleh STIN dan pada tanggal 28 Pebruari 2007, tidak terdapat hutang atas jasa yang sudah diberikan kepada Perusahaan.

- b. Pada tanggal 10 April 2003, Perusahaan mengadakan Perjanjian Pembelian dan Lisensi dengan Comverse Inc. (Comverse). Berdasarkan perjanjian ini, Perusahaan membeli dan mendapatkan lisensi dari Comverse atas IN Real-Time Billing and Customer Relationship Management System dan jasa yang terkait. Selanjutnya, Comverse menyediakan jaminan pemeliharaan tanpa dikenakan biaya untuk tahun pertama dan akan dikenakan biaya dengan persentase tertentu untuk tahun-tahun berikutnya.

- a. On December 21, 2002, the Company entered into a Supply Agreement with Samsung Electronics Co., Ltd (SEC) and Samsung Corporation (SC) mainly to provide the CDMA 2000 1X Cellular Network and perform certain services with respect to the Initial Network and Expansion Network

On December 23, 2005, the Company entered into an After Warranty Services Agreement with PT Samsung Telecommunication Indonesia (STIN) for maintenance services of software and hardware of CDMA 2000 1X from Initial Network which were purchased based on the Supply Agreement

On February 28, 2007, the Company entered into the Network System and Equipment Supply, Installation and Support Agreement with SC and STIN for new systems implementation and equipment supply for Java and non Java sites with contract value of USD372,939,071 for nine years from the date of the contract as last amended by Amendment Agreement dated August 8, 2008.

This agreement include warranty services of the equipment bought by the Company based on Supply Agreement and After Warranty Service Agreement. Under this agreement, since April 1, 2006, the Company was not charged for the warranty services delivered by STIN and as at February 28, 2007, the Company is under no obligation to make any payment to STIN with respect of warranty services.

- b. On April 10, 2003, the Company entered into a Purchase and License Agreement with Comverse Inc. (Comverse). Based on this agreement, the Company purchased a license from Comverse for IN Real-Time Billing and Customer Relationship Management System and related services. Moreover, Comverse will provide free maintenance warranty for the first year of service and will charge at certain percentage for the following years.

c. Perusahaan sebagai operator telekomunikasi mempunyai kewajiban kepada pemerintah sebagai berikut:

- Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 22/PER/M.Kominfo/10/ 2005 tanggal 6 Oktober 2005, setiap operator telekomunikasi dikenakan BHP Jastel sebesar 1% dari pendapatan telekomunikasi.
- Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.15/PER/M.Kominfo/9/ 2005 mengenai kontribusi kewajiban Pelayanan Universal Telekomunikasi, setiap operator telekomunikasi dikenakan biaya Pelayanan Universal Telekomunikasi sebesar 0,75% dari pendapatan telekomunikasi yang berlaku sejak Januari 2005.
- Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 19/PER/M.Kominfo/10/ 2005, setiap operator telekomunikasi dikenakan BHP Spektrum Frekuensi Radio Jastel berdasarkan formula sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Beban sehubungan dengan ketentuan ini dicatat sebagai beban penggunaan frekuensi (Catatan 33).

d. Sebelum penggabungan usaha, Komselindo, Metrosel dan Telesera memiliki perjanjian kerjasama dengan Telkom untuk penggunaan alat dan fasilitas komunikasi pendukung. Setelah penggabungan usaha, perjanjian anak perusahaan ini secara hukum beralih kepada Perusahaan. Biaya atas penggunaan alat dan fasilitas komunikasi pendukung berdasarkan tarif yang disepakati (Catatan 2).

c. The Company as telecommunication operator has obligations to government as follows:

- Based on Minister of Communication and Information Technology Regulation No. 22/PER/M.Kominfo/10/2005 dated October 6, 2005, each of telecommunication operators is charged with 1% of its telecommunication services revenue for Frequency Fee (BHP Jastel).
- Based on the Minister of Communication and Information Technology Regulation No. 15/PER/M.Kominfo/9/2005 regarding Universal Services Obligation (USO), each of telecommunication operators is charged 0.75% of its telecommunication services revenue for USO starting from January 2005.
- Based on the the Minister of Communication and Information Technology Regulation No.19/PER/M.Kominfo/10/2005, each of telecommunication operators is charged with Radio Frequency Spectrum Usage Charges (BHP Spektrum Frekuensi Radio Jastel) based on formula determined under the prevailing laws and regulations.

The related expenses arising from these regulations were recognized under frequency usage charges (Note 33).

d. Prior to merger, Komselindo, Metrosel and Telesera have agreements with Telkom for the utilization of equipment and supporting telecommunication facilities. After the merger, these subsidiaries' agreements were legally transferred to the Company. Charges for the utilization of the equipment and supporting telecommunication facilities are based on the agreed tariffs (Note 2).

- e. Pada tanggal 3 September 2005, M8T menandatangani perjanjian kerjasama dengan PT Natrindo Telepon Seluler (Natrindo) untuk penggunaan ruangan, menara dan fasilitas komunikasi pendukung yang dimiliki M8T. Biaya atas penggunaan ruangan, menara dan fasilitas komunikasi pendukung didasarkan pada perjanjian tarif yang disetujui kedua belah pihak. Pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008, saldo deposit dari Natrindo masing-masing sebesar Rp3.099.600.000 dan Rp3.452.400.000 dicatat sebagai uang jaminan pelanggan (Catatan 22).
- f. Perusahaan menandatangani persetujuan roaming internasional dengan provider jasa telekomunikasi di beberapa negara seperti Australia, Hong Kong, Taiwan, Thailand, China, Korea, New Zealand, Singapura, India, Malaysia, Amerika Serikat, Vietnam, Guam, Filipina dan Saudi Arabia.
- g. Sehubungan dengan perjanjian fasilitas pinjaman pada tanggal 20 September 2006 (Catatan 27), Perusahaan dan Lehman Brothers Opportunity Ltd (LBOL) mengadakan perjanjian waran yang kemudian diamandemen tanggal 29 Nopember 2006, dimana Perusahaan akan menerbitkan 70 juta waran kepada LBOL dengan memberikan hak untuk memesan saham sebanyak 2.834.844.444 saham dengan nilai nominal Rp100 per saham dan harga pelaksanaan Rp225 per saham. Waran tersebut tidak akan dicatatkan atau diperdagangkan pada Bursa Efek Jakarta. Pelaksanaan Waran dapat dilakukan setelah enam bulan sejak tanggal penerbitan waran atau jangka waktu lain yang ditetapkan oleh BAPEPAM – LK. Dana yang diperoleh dari pelaksanaan waran akan digunakan untuk membayar pinjaman kepada LCPI.

Perusahaan juga mempunyai hak opsi untuk membeli waran maksimum sebanyak 15 juta waran dengan harga beli keseluruhan sebesar USD1. Pada tanggal 29 Nopember 2006, Perusahaan telah melaksanakan hak opsi beli tersebut dan sertifikat atas 15 juta waran tersebut telah diterima pada tanggal 5 Desember 2006. Pada tanggal 12 Juli 2007, Perusahaan menjual 15 juta waran yang dibeli kembali dari LCPI sebesar USD2 juta kepada pihak ketiga. Penerimaan atas penjualan waran sebesar Rp18.108.000.000 dicatat sebagai tambahan modal disetor. (Catatan 29)

- e. On September 3, 2005, M8T entered into a cooperation agreement with PT Natrindo Telepon Seluler (Natrindo) for the utilization of rooms, tower and supporting telecommunication facilities owned by M8T. Charges for the utilization of the equipment and supporting telecommunication facilities are based on the tariff agreed by both parties. At March 31, 2009 and 2008, the deposit from Natrindo amounted to Rp3,099,600,000 and Rp3,452,400,000, respectively, were recorded as deposit from customers (Note 22).
- f. The Company entered into international roaming agreements with telecommunication operators/service providers on several countries such as Australia, Hong Kong, Taiwan, Thailand, China, Korea, New Zealand, Singapore, India, Malaysia, United States of America, Vietnam, Guam, Philippines and Saudi Arabia.
- g. In relation to the credit facility agreement on September 20, 2006 (Note 27), the Company and Lehman Brothers Opportunity Ltd (LBOL), entered into a Warrant Agreement which was amended and restated on November 29, 2006, in which the Company will issue 70 million warrants to LBOL, thereby giving rights to subscribe the Company's shares for up to 2,834,844,444 shares with Rp100 par value per share, at an exercise price of Rp225 per share. The warrants would not be listed or traded on the Jakarta Stock Exchange. The warrants could be exercised six months after from the issuance date of the warrants or otherwise as may be imposed by Bapepam – LK. Proceeds from the exercise of the warrants would be used to prepay loan to LCPI.

The Company has an option to purchase the 15 million warrants for a purchase price of USD1. On November 29, 2006, the Company had exercised the option and the certificates of 15 million warrants were received on December 5, 2006. On July 12, 2007, the Company sold to a third party the 15 million warrants, which was bought back from LCPI, for USD2 million. The proceeds from sale of warrants, in the amount of Rp18,108,000,000 was recorded as additional paid-up capital (Note 29).

Pada tanggal 25 Januari 2008, Perusahaan dan Lehman Brothers Opportunity Ltd (LBOL) merubah perjanjian waran tanggal 29 November 2006 sehubungan dengan perpanjangan batas waktu pelaksanaan sampai dengan tanggal 29 Juli 2008. Pada tanggal yang sama Perusahaan menerbitkan 20 sertifikat waran atas nama LBOL sebanyak 2.750.000 waran untuk setiap sertifikat. Tiap waran dapat ditukar dengan 40,49778 saham dengan harga Rp225 per saham. Setiap sertifikat dapat ditukar dengan 111.368,887 saham Perusahaan.

On January 25, 2008, the Company and Lehman Brothers Opportunity Ltd (LBOL) amended the warrants agreement dated November 29, 2006, to extend the exercise date to July 29, 2008. On the same date, the Company issued 20 warrant certificates on behalf of LBOL, each represents 2,750,000 warrants. Each warrant can be exercised for 40.49778 shares at Rp225 per share. Each certificate is exchangeable to 111,368,887 of the Company's shares.

Pelaksanaan atas waran wajib memenuhi ketentuan hukum yang berlaku dan setelah menerima pemberitahuan pelaksanaan, Perusahaan wajib mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk pelaksanaan tersebut, yaitu :

The warrants must be exercised in accordance to the prevailing regulation. After receiving the exercise notice, the Company must take the following steps to exercise:

- Modal Dasar Perusahaan mencukupi untuk penerbitan saham atas pelaksanaan waran (warrant share) kepada pemegang waran sesuai dengan pemberitahuan pelaksanaan;
- Persetujuan pemegang saham, korporasi, Pemerintah dan persetujuan lain yang diperlukan berdasarkan hukum yang berlaku untuk penerbitan saham kepada pemegang waran sesuai dengan pemberitahuan pelaksanaan dan untuk tujuan pencatatan saham di bursa efek; dan
- Saham yang diterbitkan kepada pemegang waran sesuai dengan pemberitahuan pelaksanaan harus dicatatkan pada bursa efek sehingga dapat diperdagangkan di bursa efek.
- The Company's authorized capital stock shall be sufficient to issue the shares for warrant holders in accordance with the exercise notice;
- Acquiring shareholders, corporate, governmental and other approval required under the prevailing laws to issue the shares to the warrant holders in accordance with the exercise notice and for the purpose of listing the shares; and
- The shares issued to the warrant holders must be listed at the stock exchange, as such the shares can be traded at the stock exchange.

Hingga berakhirnya tanggal pelaksanaan, tidak terdapat waran yang ditukarkan.

As of the exercise date, no warrants were exercised.

- h. Pada tanggal 19 Desember 2006, Perusahaan telah menandatangani Perjanjian "System Implementation, License and Maintenance Agreement" dengan Huawei Technology Co., Ltd (Huawei) untuk pembelian *billing system* dengan nilai kontrak sebesar USD49 juta untuk jumlah pembelian selama lima tahun, dimana pada tahun pertama sebesar USD21 juta, sedangkan tahun kedua dan seterusnya pembelian *billing system* akan sepenuhnya tergantung pada pertumbuhan pelanggan.
- h. On December 19, 2006, the Company signed the System Implementation, License and Maintenance Agreement with Huawei Technology Co., Ltd (Huawei) for the purchase of billing system with the contract value of USD49 million for the total purchase for five years, wherein purchases for the first year amounted to USD21 million, while in the second and subsequent years, the purchase of billing system will depend on the growth of subscribers.

- i. Perusahaan mengadakan perjanjian pembangunan/penyediaan dan penyewaan menara pemancar dengan 28 penyewa sewa menara pemancar. Jangka waktu perjanjian sewa berkisar antara 10 – 12 tahun dengan opsi perpanjangan 10 tahun. Harga sewa menara pemancar bervariasi tergantung pada ketinggian dan lokasi menara pemancar.
- j. Pada tanggal 25 Juni 2007, Perusahaan dan ZTE Corporation (ZTE) menandatangani perjanjian pengadaan. Perusahaan setuju untuk membeli produk dengan jumlah tertentu dari ZTE. Perjanjian berlaku sejak ditandatanganinya perjanjian ini dan akan terus berlanjut sampai tahun berikutnya atau sampai kadaluarsanya setelah perjanjian purna jual, mana yang lebih lama, kecuali bila perjanjian ini diputus oleh Perusahaan.
- k. Pada tanggal 2 Juli 2007, Perusahaan dan Haier Telecom (Haier) menandatangani perjanjian pengadaan. Perusahaan setuju untuk membeli handset dengan kustomisasi dalam jumlah tertentu. Perjanjian ini berlaku sejak ditandatanganinya dan berlanjut sampai ulang tahun berikutnya atau sampai berakhirnya perjanjian purna jual, mana yang lebih lama, kecuali bila perjanjian ini diputus oleh Perusahaan. Perjanjian ini dapat dihentikan lebih awal oleh Perusahaan. Perjanjian ini dapat diputuskan oleh salah satu pihak apabila terdapat kejadian tertentu yang telah disepakati.
- Pada tanggal 3 Juli 2008, Perusahaan dan Haier mengakhiri perjanjian tersebut melalui amandemen perjanjian pengadaan.
- i. The Company entered into Build-to-Suit Agreements and Transmitter Tower Rental Agreement with 28 third parties. The lease term is for 10 to 12 years with further 10 years option to extend. Rent for such towers generally varies depending on the height and location of the tower transmitter.
- j. On June 25, 2007, the Company and ZTE Corporation (ZTE) entered into a supply agreement. The Company agreed to purchase specific product with specific volume from ZTE. The term of this supply agreement commences with effect from the date of signing of the agreement and continues until the first anniversary date or until the expiry of the after sales agreement whichever is the latest, unless terminated earlier by the Company.
- k. On July 2, 2007, the Company and Haier Telecom (Haier) entered into a Supply Agreement. The Company agreed to purchase specified units of handset with specific customization. The term of this supply agreement commences with effect from the date of signing of the agreement and continues until the first anniversary date or until the expiry of the after sales agreement whichever is the latest, unless terminated earlier by the Company. The supply agreement may be terminated immediately by the Company.
- On July 3, 2008 the Company and Haier terminate the agreement through Amendment of Supply Agreement.
- i. Pada tanggal 28 Nopember 2007, Perusahaan dan PT Mora Telematika Indonesia (Moratel) menandatangani perjanjian berlangganan sirkuit, dimana Moratel menyewakan saluran jaringan milik PT Excelcomindo Pratama Tbk kepada Perusahaan. Perjanjian tersebut terutama meliputi pengaturan tentang biaya sirkuit dan jangka waktu pembayaran, perhitungan hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, sanksi, dan penghentian perjanjian.
- i. On November 28, 2007, the Company and PT Mora Telematika Indonesia (Moratel) had signed the circuit subscription agreement, wherein Moratel lease the circuit owned by PT Excelcomindo Pratama Tbk to the Company. The agreement includes among others the circuit lease cost and term, rights and obligation of each party, penalty, and agreement termination.

- m. Pada tanggal 11 Agustus 2008, Perusahaan telah menanda tangani Network System & Equipment Supply, Installation and Maintenance Agreement dengan ZTE (H.K) limited untuk implementasi system dan penyediaan peralatan baru dengan nilai kontrak USD32.709.770.
- n. Pada tanggal 19 Pebruari 2009, Perusahaan dan PT Bank Permata Tbk (Permata), selaku wali amanat dalam Obligasi I Perusahaan, telah menandatangani Addendum Pembebanan Jaminan Secara Fidusia Atas Peralatan No.104 yang dibuat di hadapan notaris Aulia Taufani, SH., notaris pengganti dari Sutjipto, SH, Notaris di Jakarta atas Akta Pembebanan Jaminan Secara Fidusia Atas Peralatan No.131 tanggal 27 Maret 2007, sehubungan dengan kewajiban Perusahaan untuk menambah jaminan menjadi 130% dari jumlah terutang berdasarkan ketentuan dalam Perjanjian Perwallamanatan antare Perusahaan dan Permata apabila Perusahaan mengalami penurunan peringkat obligasi.
- o. Pada tanggal 20 Januari 2009, Perusahaan telah menerima panggilan dari Pengadilan Negeri Jakarta Pusat untuk sidang gugatan perdata Wanprestasi yang diajukan oleh DB Trustee (Hong Kong) limited atas kegagalan Perusahaan untuk melakukan percepatan pembayaran pokok hutang obligasi sebagai akibat tidak dilakukannya offer to purchase oleh Perseroan sebagai konsekwensi atas terjadinya penurunan saham PT Global Mediacom Tbk dibawah 51% yang terjadi pada tahun 2008. Sidang pertama direncanakan dilakukan pada tanggal 14 April 2009.
- p. Pada tanggal 16 Maret 2009, Perusahaan mengadakan perjanjian pengikatan jual beli atas tanah dan bangunan milik Perusahaan yang berlokasi di Jalan Patimura, Denpasar-Bali dengan PT Investasi Hasil Sejahtera dengan harga Rp3.100.000.000. Perjanjian ini dimuat dalam ekta notaris Perjanjian Pengikatan Jual Beli No. 56 tanggal 16 Maret 2009 dari I Wayan Sugitha, SH, notaris di Denpasar.
- m. On August 11, 2008, the Company entered into a Network System & Equipment Supply, Installation and Maintenance Agreement with ZTE (H.K) limited for new systems implementation with contract value USD32,709,770.
- n. On February 19, 2009, the Company and PT Bank Permata Tbk (Permata), acting as trustee in Bond I, entered into Amendment of Fiduciary Over the Company's Equipments No.104 of Aulia Taufani, SH., substitute of Sutjipto, SH., notary in Jakarta of Fiduciary Over the Company's Equipments No.131 dated March 27, 2007, due to the Company's obligation to increase the guarantee to 130% of the total outstanding bonds based on Deed of Trustee Agreement between the Company and Permata where the Company's bond rating is decreased.
- o. On January 20, 2009, the Company received civil case summon from Centre of Jakarta Indonesia court of justice with DB Trustee (Hong Kong) limited due to company fail to conduct offer to purchase as the consequences of PT Global Mediacom Tbk reduction less than 51% of their voting power during 2008. It is expected that the first court hearing to be held on April 14, 2009.
- p. On March 16, 2009, the Company entered into a promise-to-sale agreement on the Company's land and building located at Jalan Patimura, Denpasar-Bali with PT Investasi Hasil Sejahtera at a price of Rp3,100,000,000. Such agreement is stipulated in the Deed of Perjanjian Pengikatan Jual Beli No. 56 dated March 16,2009 of I Weyan Sugitha, SH, a notary in Denpasar.



q. Pada tanggal 19 Maret 2009, Perusahaan mengadakan perjanjian pengikatan jual beli atas tanah dan bangunan milik Perusahaan yang berlokasi di Jalan Galaxi, Surabaya dengan PT Investasi Hasil Sejahtera (IHS) dengan harga Rp26.000.000.000. Perjanjian ini dimuat dalam akta notaris Perjanjian Pengikatan Jual Beli No. 101 tanggal 19 Maret 2009 dari Noor Irawati, SH, notaris di Surabaya. Pada tanggal 31 Maret 2009, IHS telah melakukan pembayaran uang muka sebesar Rp17.868.895.285. (Catatan 22)

q. On March 19, 2009, the Company entered into a promise-to-sale agreement on the Company's land and building located at Jalan Galaxi, Surabaya with PT Investasi Hasil Sejahtera (IHS) at a price of Rp26,000,000,000. Such agreement is stipulated in the Deed of Perjanjian Pengikatan Jual Beli No. 101 dated March 19, 2009 of Noor Irawati, SH, a notary in Surabaya. On March 31, 2009, IHS has paid such advance amounting to Rp17,868,895,285. (Note 22)

#### 46. SISTEM TARIF

a. Pada tahun 2008 Pemerintah mengimplementasikan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.09/Per/M.KOMINFO/04/2008 tertanggal 7 April 2008 tentang tata cara penetapan tarif jasa telekomunikasi yang disalurkan melalui jaringan bergerak selular, dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 15/Per/M.KOMINFO/04/2008 tertanggal 30 April 2008 tentang tata cara penetapan tarif jasa teleponi dasar yang disalurkan melalui jaringan tetap. Sebelumnya, tarif jasa sambungan telepon bergerak selular diatur dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 12/Per/M.KOMINFO/02/2006 tanggal 28 Februari 2006 tentang tarif dasar jasa telepon jaringan bergerak selular.

Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.12/Per/M.KOMINFO/02/2006 tersebut, struktur tarif jasa teleponi dasar melalui jaringan bergerak selular lainnya terdiri dari:

- Biaya aktivasi
- Biaya bertanggung bulanan
- Biaya penggunaan
- Biaya fasilitas tambahan

Biaya penggunaan telepon bergerak selular terdiri dari:

- Biaya Penggunaan Jasa teleponi Dasar
- Biaya Penggunaan Jelajah
- Biaya Penggunaan Jasa Multimedia

Sedangkan biaya penggunaan pada telepon melalui jaringan tetap lokal dengan mobilitas terbatas merupakan biaya yang dibebankan oleh penyelenggara kepada pengguna atas penggunaan suatu jenis layanan.

#### 48. TARIFF SYSTEM

a. In 2006, the Government implemented Regulation No.09/Per/M.KOMINFO/04/2008 of the Minister of Communication and Information dated April 7, 2008 regarding the determination procedures of the telecommunication service tariff for cellular mobile network services, and Regulation No. 15/Per/M.KOMINFO/04/2008 of the Minister of Communication and Information dated April 30, 2008 regarding the determination procedure of the basic telephony service tariff for fixed network services. Previously, the tariff for cellular providers is set on the basis of the Decree of Communication and Information No. 12/Per/M.KOMINFO/02/2006 dated February 28, 2006 regarding the basic tariff of cellular network based telephone.

Based on the Minister of Communication and Information Regulation Technology Regulation No. 12/Per/M.KOMINFO/02/2006, the tariff structure of cellular services consisted of the following elements:

- Activation fee
- Monthly fee
- Usage fee
- Value added fee

Usage fee of cellular services are grouped into 3 categories:

- Usage fee for basic telephony services
- Usage fee for roaming services
- Usage fee for multimedia services

As for the usage fee of local fixed wireless is the fee charged to customer by the provider from the usage of certain type of service.

Formula tarif yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri tersebut merupakan formula tarif maksimum. Adapun tarif pungut jasa teleponi dasar dan fasilitas tambahan SMS untuk telepon bergerak selular dihitung dengan formula sebagai berikut:

- Tarif Pungut = Biaya Elemen Jaringan + Biaya Aktivitas Layanan Retail + Profit Margin

Sedangkan besaran tarif jasa teleponi dasar yang disalurkan melalui jaringan tetap dan atau fasilitas tambahan SMS ditetapkan penyelenggara dengan menggunakan formula perhitungan tarif berbasis biaya.

- b. Perusahaan mempunyai perjanjian-perjanjian bilateral dengan operator telekomunikasi domestik lainnya mengenai pembagian tarif interkoneksi untuk setiap percakapan interkoneksi. Perjanjian tersebut sesuai dengan peraturan serta undang-undang yang berlaku.

Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 8/Per/M.KOMINFO/02/2006 tanggal 8 Februari 2006, tarif interkoneksi ditetapkan berdasarkan biaya yang harus dicantumkan dalam Dokumen Penawaran Interkoneksi dari masing-masing operator. Peraturan tersebut diterapkan oleh seluruh operator terhitung sejak 1 Januari 2007.

Formula of retail tariff as stipulated in the Decree of Minister of Communication and Information is set as maximum price. The retail tariff for basic telephony and additional facility SMS in cellular network is calculated with the formula as follows:

- Retail Tariff = Network Element Cost + Retail Service Activities Cost + Profit Margin

As for the retail tariff for basic telephony and additional facility SMS in fixed wireless network is stipulated by the provider using the cost based tariff formula.

- b. The Company entered into several bilateral agreements with other domestic telecommunication operators regarding interconnection tariff sharing for each call sent from or terminated on the Company's network. These agreements are in accordance with the prevailing regulation.

Based on the Minister of Communication and Information Technology Regulation No. 8/Per/M.KOMINFO/02/2006 dated February 8, 2006, the interconnection tariff is determined using the cost based interconnection tariff which should be included in the Interconnection Offering Document of each operator. The regulation is implemented by all operators effective on January 1, 2007.

47. ASET DAN KEWAJIBAN MONETER DALAM  
MATA UANG ASING

Pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008,  
Perusahaan mempunyai aset dan kewajiban  
moneter dalam mata uang asing sebagai berikut:

47. MONETARY ASSETS AND LIABILITIES  
DENOMINATED IN FOREIGN CURRENCIES

As of March 31, 2009 and 2008, the Company  
had monetary assets and liabilities in foreign  
currencies as follows:

	2009		2008			
	Mata uang asing/ Foreign currency	Ekuivalen/ Equivalents Rp	Mata uang asing/ Foreign currency	Ekuivalen/ Equivalents Rp		
<b>Aset</b>						
Kas dan setara kas	USD	150.787	1.745.122.858	23.458.300	216.224.371.517	Cash and cash equivalents
	SGD	1.128	8.590.300	1.135	7.584.009	
	THB	8.000	2.608.000	8.000	2.338.960	
	EUR	135.299	2.073.734.823	23.043	335.478.485	
Bank yang dibatasi penggunaannya	USD	-	-	3.173	29.245.541	Restricted cash in bank
Investasi jangka pendek	USD	-	-	12.727.923	117.313.268.872	Short-term investment
Piutang usaha	USD	250.817	2.909.210.248	289.853	2.487.238.578	Trade accounts receivable
Uang jaminan	USD	55.100	837.787.362	57.600	530.903.071	Refundable deposits
Lain-lain	USD	7.012.189	81.188.071.007	3.230.648	29.778.862.615	Others
Jumlah aset			88.537.124.598		368.707.307.848	Total assets
<b>Kewajiban</b>						
Hutang usaha	USD	45.744.281	529.490.171.427	1.798.273	16.574.881.024	Trade accounts payable
Hutang lain-lain	USD	783.308	8.835.268.088	232.804	2.145.752.993	Other accounts payable
	SGD	18.373	138.950.721	14.407	98.290.309	
	THB	400	130.400	400	118.848	
Biaya masih harus dibayar	USD	1.020.112	11.607.801.956	525.157	4.840.369.580	Accrued expense
Hutang obligasi	USD	100.000.000	1.157.500.000.000	100.000.000	821.700.000.000	Bonds payable
Hutang kepada pihak hubungan istimewa	USD	223.440	2.588.322.630	4.340	40.001.780	Accounts payable to related parties
Jumlah kewajiban			1.710.359.646.220		945.397.212.634	Total liabilities
Kewajiban - Bersih			(1.621.822.521.622)		(576.689.904.986)	Liabilities - Net

Kurs konversi yang digunakan Perusahaan dan  
anak perusahaan adalah sebagai berikut:

The conversion rates used by the Company and  
its subsidiary were as follows:

	31 Maret/March 31,		
	2009	2008	
	Rp	Rp	
1 USD	11.575	9.217	USD 1
1 SGD	7.617	6.683	SGD 1
1 THB	326	292	THB 1
1 EUR	15.327	14.559	EUR 1

#### 48. INSTRUMEN KEUANGAN DERIVATIF

Pada tanggal 8 Agustus 2007, Perusahaan mengadakan perjanjian swap dengan Lehman Brothers Special Financing (LBSF) yang berlaku efektif tanggal 15 Agustus 2007 sampai dengan 1 Maret 2013 untuk mengelola risiko pergerakan tingkat bunga dengan nilai notional sebesar USD100 juta.

Berdasarkan perjanjian tersebut Perusahaan membayar tingkat bunga tetap sebesar 10,45% per tahun secara enam bulanan dan menerima tingkat bunga floating maksimum 11,25% dikalikan dengan Range Accrual per tahun sebagaimana didefinisikan dalam perjanjian swap.

Berdasarkan kutipan dari penilaian dengan menggunakan data pasar Bloomberg yang digunakan sebagai acuan oleh Perusahaan, pada tanggal 31 Maret 2009, posisi mark to market ("MTM") menunjukkan keuntungan bagi Perusahaan sebesar USD1.856.173 atau setara dengan Rp19.170.202.475. Pada tanggal 26 Agustus 2008, Perusahaan menerima tagihan penyelesaian transaksi swap dari LBSF untuk periode perhitungan sejak tanggal 3 Maret 2008 sampai dengan 2 September 2008 sebesar USD2.047.576.03. Pada tanggal 15 September 2008, Lehman Brothers Holding Inc, yang merupakan holding dari LBSF mengajukan permohonan kepailitan di Amerika Serikat.

Sehubungan dengan kondisi tersebut, Manajemen Perusahaan beranggapan bahwa terdapat ketidakpastian akan kelanjutan perjanjian swap ini dan jumlah yang harus diselesaikan akibat transaksi tersebut.

Namun, sesuai dengan ketentuan prinsip akuntansi Perusahaan, pada tanggal 31 Maret 2009, Perusahaan mencatat keuntungan karena perubahan nilai MTM maupun tagihan yang diterima dari LBSF tersebut.

#### 48. DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENT

On August 8, 2007, the Company entered into a swap agreement with Lehman Brothers Special Financing (LBSF) effective August 15, 2007 until March 1, 2013 with a notional amount of USD100 million to manage the exposure to interest rate movement.

Based on the agreement, the Company will pay fixed interest rate of 10.45% per annum semi-annually and will receive floating interest rate of 11.25% multiplied by Range Accrual as defined in the swap agreement per annum.

Based on the valuation technique using Bloomberg's market data, the mark to market ("MTM") position as at March 31, 2009 represents gain of the Company amounting to USD1,856,173 or equivalent to Rp19,170,202,475. On August 26, 2008, the Company received settlement claim of swap transaction from LBSF for calculation period from March 3, 2008 to September 2, 2008 amounting to USD2,047,576.03. On September 15, 2008, Lehman Brothers Holding Inc, the holding company of LBSF filed for bankruptcy in USA.

With respect to those conditions, the Company's Management believe there was an uncertainty on the swap transaction and the settlement amount.

However, to be in accordance with the accounting principle, as at March 31, 2009, the Company recorded the gain on the change in MTM position and the claim received from LBSF.

**49. DAMPAK KONDISI EKONOMI KEGIATAN USAHA PERUSAHAAN**

Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Desember 2003. Untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 March 2009 dan 2008, fokus Perusahaan untuk meningkatkan jumlah basis pelanggan agar dapat menghasilkan pendapatan yang memadai untuk menutupi beban usaha. Untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2009, Perusahaan memperoleh rugi usaha sebesar Rp167.897.467.821 dan rugi bersih sebesar Rp180.636.937.326, sedangkan untuk periode tiga bulan yang berakhir 31 Maret 2008, Perusahaan mencatat laba usaha sebesar Rp2.782.364.095 dan rugi bersih sebesar Rp22.300.187.014. Pada tanggal 31 Maret 2009 dan 2008, defisit Perusahaan tercatat masing-masing sebesar Rp2.052.284.984.877 dan Rp825.080.190.566.

Untuk menghadapi kondisi tersebut, Perusahaan telah dan akan tetap fokus mengambil langkah-langkah sebagai berikut:

- Fokus dalam upaya restrukturisasi Instrumen hutang Perusahaan, baik Guaranteed Senior Notes sebesar USD100 juta maupun Obligasi Rupiah sebesar Rp875 miliar, di mana Perusahaan telah dan terus melakukan diskusi yang intens dan regular dengan para pemegang obligasi Rupiah. Sedangkan, walaupun pemegang Guaranteed Senior Notes sudah melakukan tuntutan melalui pengadilan di bulan Januari 2009, Perusahaan tetap terbuka untuk melakukan diskusi tentang restrukturisasi dengan para pemegang obligasi tersebut.
- Fokus untuk mendapatkan lambahan pendanaan baru melalui penerbitan saham untuk mendukung rencana Perusahaan.
- Melakukan pembaharuan dalam rencana usaha Perusahaan untuk dapat fokus pada hal-hal berikut:

(i) Melakukan perubahan dalam desain jaringan, dimana Perusahaan akan lebih fokus di daerah-daerah dimana kami sudah beroperasi dan menunda perluasan jaringan di daerah baru. Selain itu Perusahaan juga akan memperluas jaringan dari produk Hepi kami di beberapa kota baru, dimana produk Hepi akan beroperasi di jaringan yang telah ada, sehingga penambahan biaya modal sangat minimal;

**49. EFFECTS OF ECONOMIC CONDITION ON THE ACTIVITIES OF THE COMPANY**

The Company started its commercial operations in December 2003. For the three-month periods ended March 31, 2009 and 2008, the Company focuses its effort to increase its subscriber base to generate adequate revenues to cover its operating expenses. For the three-month periods ended March 31, 2009, the Company posted loss from operations of Rp167,897,467,821 and net loss of Rp180,636,937,326, and for the three-month periods ended March 31, 2008, the Company posted income from operations of Rp2,782,364,095 and net loss of Rp22,300,187,014. On March 31, 2009 and 2008, the Company posted deficits of Rp2,052,284,984,877 and Rp825,080,190,566, respectively.

In response to such condition, the Company has and will remain focus to the following subjects:

- The company will focus to restructure its debt instrument, both USD100million Guaranteed Senior Notes and Rp675billion bond, of which we maintain an intense discussion with the bondholders for the later. On the other hand, although the USD100m Guaranteed Senior Notesholders has filed for a petition in the local court in January 2009, the Company still welcome for further restructuring discussion with them.
- Focus to raise additional new equity to finance the company's business plan.
- Revisit business plan to focus on the following:

(i) Re-design network to focus on existing areas and to delay expansion into new areas. Further, the Company will expand the coverage of Hepi product into new cities. The cost to rollout Hepi is incremental as Hepi operate under existing CDMA network;

(ii) Melakukan beberapa inisiatif pemasaran, dimana Perusahaan akan mempertegas *positioning* dari Fren maupun Hepl, termasuk jasa layanan data kecepatan tinggi – Mobi, dan produk *hybrid*, yang merupakan kombinasi dari Fren (selular) dan Hepl (layanan mobilitas terbatas) dengan tariff interkoneksi yang lebih rendah;

(iii) Memperluas jaringan penjualan dan distribusi. Perusahaan juga akan mengembangkan armada *direct selling* Perusahaan agar dapat lebih mengontrol penyebaran produk;

(iv) Fokus pada pengembangan CRM (*Customer Relationship Management*) untuk dapat mengontrol *level churn*.

(ii) Re-strengthen our product positioning for Fren and Hepl through creative marketing initiatives, including high speed data services – Mobi and hybrid product, a combination of Fren – full mobile services and Hepl – limited mobile services but with lower interconnect tariff;

(iii) Expand sales coverage and distribution. The Company plan to increase direct selling team to control product penetration;

(iv) Focus on developing CRM (Customer Relationship Management) to control subscriber churn.

#### 50. REKLASIFIKASI AKUN

Laporan keuangan konsolidasi tahun 2008 telah direklasifikasi agar sesuai dengan penyajian laporan keuangan konsolidasi tahun 2008, sebagai berikut

#### 50. RECLASSIFICATION OF ACCOUNTS

The 2008 consolidated financial statements have been reclassified to be consistent with the presentation of the 2008 consolidated financial statements, as follows:

	2008		
	Sebelum reklasifikasi/ <i>Before reclassification</i>	Setelah reklasifikasi/ <i>After reclassification</i>	
	Rp	Rp	
<b>Aset</b>			<b>Asset</b>
Piutang usaha - pihak hubungan istimewa	1.489.042.921	2.984.285.014	Trade accounts receivable - related parties
Piutang usaha - pihak ketiga	14.995.329.816	13.500.087.723	Trade accounts receivable - third parties
Piutang lain-lain	32.238.081.123	35.091.895.181	Other accounts receivable
Aset lancar lainnya	13.505.014.120	11.533.846.292	Other current assets
<b>Kewajiban</b>			<b>Liabilities</b>
Hutang usaha - pihak hubungan istimewa	(171.359.143.053)	(153.623.530.198)	Trade accounts payable - third parties
Hutang lain-lain	(12.555.770.343)	(10.716.748.060)	Other accounts payable
Biaya masih harus dibayar	(64.517.491.122)	(78.918.500.413)	Accrued expenses
Hutang sewa pembiayaan jangka panjang yang jatuh tempo dalam satu tahun	(37.327.947.289)	(41.673.689.375)	Current maturity of long-term finance lease liabilities
Hutang kepada pihak hubungan istimewa	(19.553.749.315)	(21.268.079.275)	Accounts payable to related parties
<b>Jumlah</b>	<b>(243.088.633.141)</b>	<b>(243.088.633.141)</b>	<b>Total</b>

**51. PERNYATAAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN (PSAK) BARU**

Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia telah merevisi dan menerbitkan beberapa Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) sebagai berikut

- PSAK 13 (Revisi 2007), Properti Investasi – Efektif untuk laporan keuangan yang mencakup periode yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2008.
- PSAK 18 (Revisi 2007), Aset Tetap – Efektif untuk laporan keuangan yang mencakup periode yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2008.
- PSAK 30 (Revisi 2007), Sewa – Efektif untuk laporan keuangan yang mencakup periode yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2008.
- PSAK 50 (Revisi 2006), Instrumen Keuangan: Penyajian dan Pengungkapan – Efektif untuk periode yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2010.
- PSAK 55 (Revisi 2006), Instrumen Keuangan: Pengakuan dan Pengukuran – Efektif untuk periode yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2010.

Pada tahun 2007, Perusahaan telah menerapkan PSAK revisi tersebut, (Catatan 3k dan 3n).

Pada tahun 2007, Perusahaan mengadakan transaksi sewa dengan perusahaan penyedia menara. Berdasarkan evaluasi Perusahaan substansi transaksi tersebut tidak dicakup dalam standar akuntansi yang lama, PSAK 30 tentang Akuntansi Sewa Guna Usaha. Oleh karena itu, Perusahaan memutuskan untuk menerapkan PSAK 30 (Revisi 2007) untuk perlakuan akuntansi transaksi sewa tersebut. Sedang untuk PSAK lainnya, Perusahaan sedang mengevaluasi dampak yang timbul dari standar akuntansi tersebut terhadap laporan keuangan konsolidasi Perusahaan.

**51. NEW STATEMENTS OF FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS (PSAK)**

The Financial Accounting Standards Board of the Indonesian Institute of Accountant revised and issued several Statements of Financial Accounting Standards (PSAK), as follows:

- PSAK 13 (Revised 2007), Investment Property – Effective for financial statements beginning on or after January 1, 2008.
- PSAK 18 (Revised 2007), Property, Plant and Equipment – Effective for financial statements beginning on or after January 1, 2008.
- PSAK 30 (Revised 2007), Leases – Effective for financial statements beginning on or after January 1, 2008.
- PSAK 50 (Revised 2006), Financial Instruments: Presentation and Disclosures – Effective for periods beginning on or after January 1, 2010.
- PSAK 55 (Revised 2006), Financial Instruments: Recognition and Measurement – Effective for periods beginning on or after January 1, 2010.

In 2007, the Company adopted the Revised PSAK, (refer Note 3k and 3n).

In 2007, the Company entered into lease arrangements with several tower providers. Based on the Company's evaluation, the substance of the transactions was not covered by the old accounting standard, PSAK 30 regarding Accounting for Leases. Therefore, the Company decided to implement PSAK 30 (Revised 2007) to account for its lease transactions. For the other PSAK, the Company is evaluating the effects of those standards on the Company's consolidated financial statements.

## Lembar Fakta:

- Friendster memiliki lebih dari 15 juta pengguna terdaftar di Indonesia atau lebih dari 2/3 pengguna Internet di tanah air. Pengguna di Indonesia umumnya mengakses Friendster 30 menit dalam sehari dan beberapa kali dalam seminggu untuk berkomunikasi dengan teman-teman dan saling bertukar konten melalui berbagai macam fitur yang tersedia. (Friendster)
- Per Juni 2008, Facebook tumbuh 153% di seluruh dunia dan 458% di Asia Pasifik [ihub Media, 2008]
- Pengguna Internet di Indonesia pada 2008 mencapai 20 juta orang [Internet Worlds Stats, 2008] Menurut APJII angkanya mencapai 30 juta orang
- 40% pengguna Internet di Indonesia mengakses Internet dari Warnet [APJII, 2007]
- Penetrasi broadband di Indonesia pada 2008 baru mencapai 0.08% (Internet World Stats, 2008)
- Tipe koneksi Internet di Indonesia: dial up (73%), XDSL (16%), Cable (3%) Wireless Internet via ISP (3%), wireless Internet via cellular operator (6%), dedicated (1%) [Synovate, 2008]



## DAFTAR PERTANYAAN

1. **Pertanyaan yang tersebut di bawah ini adalah pendapat anda mengenai strategi humas perusahaan**
  - a. Bagaimana pendapat anda mengenai peran humas dalam perusahaan, khususnya pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk?
  - b. Menurut anda hal-hal apa yang seharusnya menjadi perhatian dalam pelaksanaan peran humas perusahaan?
  - c. Bagaimana pendapat anda mengenai tahapan strategi humas yang meliputi penguasaan permasalahan, perencanaan, kemampuan bertindak dan berkomunikasi, dan evaluasi program kegiatan?
  - d. Bagaimana pendapat anda mengenai strategi yang seharusnya dilakukan humas perusahaan?
2. **Pertanyaan yang tersebut di bawah ini adalah pendapat anda mengenai reputasi perusahaan**
  - a. Bagaimana pendapat anda mengenai reputasi PT Mobile 8 Telecom. Tbk secara umum?
  - b. Menurut anda apa yang menjadi faktor berpengaruh terhadap reputasi perusahaan?
  - c. Bagaimana pendapat anda mengenai cara meningkatkan atau mempertahankan reputasi perusahaan?
3. **Pertanyaan yang tersebut di bawah ini adalah pendapat anda mengenai kinerja perusahaan**
  - a. Bagaimana pendapat anda mengenai kondisi perusahaan secara umum?
  - b. Menurut anda apa yang seharusnya dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan?

Transkrip jawaban narasumber

NOMOR	NARASUMBER	PENDAPAT NARASUMBER
1.		
1.a	PELANGGAN	peran humas pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk sebagai perusahaan yang bergerak di bidang telepon seluler masih dirasakan masih sangat terbatas.
	MASS MEDIA	Jika dibandingkan dengan perusahaan sejenis, peran humas masih sangat terbatas.
	PEGAWAI HUMAS	cukup berarti. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa informasi mengenai kebijakan yang dikeluarkan perusahaan pada umumnya didapat oleh para narasumber tersebut berasal dari pihak humas perusahaan, meskipun tidak semua kebijakan yang disampaikan pihak humas bersifat rinci atau mendalam.
	PEGAWAI NON HUMAS	Relatif dirasakan cukup penting, misalnya informasi yang disalurkan melalui humas mengenai kebijakan yang dikeluarkan perusahaan.
	PEMEGANG SAHAM	peran humas sangat penting sebagai penghubung antara perusahaan dan pihak pemegang saham.
1.b	PELANGGAN	peran humas masih sebatas pada kegiatan-kegiatan yang bersifat temporer atau sesaat pada waktu acara yang diadakan dalam rangka promosi produk atau jasa perusahaan. Keadaan ini, menurut narasumber pelanggan: pada akhirnya menempatkan pegawai humas tidak berbeda dengan staf marketing atau <i>customer service</i> belaka, padahal tugas pokok humas lebih daripada itu
	MASS MEDIA	keterbatasan peran humas perusahaan terlihat pada saat mass media membutuhkan data atau informasi yang berhubungan dengan peristiwa yang menyangkut perusahaan atau berkenaan dengan substansi materi dari acara yang diadakan pada waktu tertentu, misalnya pada saat peluncuran suatu produk atau layanan perusahaan. Meskipun narasumber mass media mengakui bahwa keterbatasan peran humas tersebut dikarenakan tidak semua petugas humas memahami dengan baik

		substansi materi peristiwa atau peluncuran suatu produk atau layanan yang diadakan suatu perusahaan. Namun demikian, pada umumnya narasumber mass media menyadari bahwa kadang pihak mass media salah tempat atau salah orang dalam menanyakan perihal substansi materi yang terkait dengan hubungannya dengan humas perusahaan
	<b>PEGAWAI HUMAS</b>	informasi yang disampaikan secara internal perusahaan terikat pada kebijakan manajemen perusahaan sesuai dengan tugas, fungsi dan kewenangan yang telah ditetapkan perusahaan
	<b>PEGAWAI NON HUMAS</b>	keterbatasan humas mengenai ketidakrincian informasi yang disampaikan oleh humas didasarkan pada keterbatasan kewenangan yang dimiliki pegawai humas hanya sebatas pada apa yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen perusahaan, di samping status dan kedudukan petugas humas juga merupakan pegawai perusahaan.
	<b>PEMEGANG SAHAM</b>	kinerja petugas humas masih perlu ditingkatkan seiring dengan kebijakan manajemen perusahaan yang mementingkan kesinambungan dan kesehatan perusahaan. Tingkat keterlibatan pegawai humas dalam pengambilan keputusan atau kebijakan perusahaan yang masih terbatas, dianggap sebagai salah satu keterbatasan aktualisasi peran humas pada perusahaan PT Mobile 8 Telecom. Tbk.
1c	<b>PELANGGAN</b>	informasi yang berkenaan dengan keluhan yang berkenaan dengan produk atau layanan, tidak selalu dapat dijawab oleh pihak humas perusahaan pada saat pelanggan melakukan konfirmasi atas penggunaan produk atau layanan yang diberikan perusahaan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dibandingkan dengan perusahaan yang sejenis, perusahaan PT Mobil 8 Telecom, Tbk dapat dikatakan kegiatan sosialisasi produk atau layanan perusahaan ini masih terbatas dan tidak seperti perusahaan sejenisnya yang kerap melakukan sosialisasi atas produk dan layanan yang diberikan perusahaan yang bersangkutan

	<p>tidak dapat mengetahui secara mendalam bagaimana perencanaan yang dilakukan di kalangan kehumasan perusahaan.</p>
	<p>pengambilan tindakan dan komunikasi yang dilakukan pegawai kehumasan dianggap sebagai bagian terpenting dari kegiatan kehumasan dari suatu perusahaan, dan bagi narasumber, kehumasan pada PT Mobile 8 Telecom. Tbk memenuhi harapan pelanggan, meskipun kadang terdapat tindakan dan komunikasi yang dilakukan tidak optimal sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan.</p>
	<p>pentingnya evaluasi dalam strategi humas adalah dalam rangka mengoptimalkan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat.</p>
<p>MASS MEDIA</p>	<p>meskipun tidak selalu sering mendapatkan suatu jawaban yang tidak memuaskan atas konfirmasi mengenai peristiwa atau event yang diadakan oleh perusahaan penyedia jasa telepon seluler ini. Padahal menurut narasumber, humas merupakan pintu gerbang yang menjadi penentu untuk dapat tidaknya masyarakat mengetahui eksistensi perusahaan, baik mengenai produk atau layanan yang diberikan maupun keberlangsungan suatu perusahaan secara tidak langsung ada pengaruh dari orang-orang yang ada di humas perusahaan tersebut.</p>
	<p>tidak dapat mengetahui secara pasti kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh humas perusahaan. Narasumber mengetahui adanya kegiatan humas pada saat ada kegiatan yang berkaitan dengan produk atau layanan perusahaan yang diadakan pada waktu dan tempat tertentu saja</p>

		<p>tindakan dan komunikasi kehumasan perusahaan masih terbatas pada hubungan dengan pihak-pihak mass media yang tergolong cukup besar. Hal ini, menurut narasumber tidak baik dilakukan, karena tidak menutup kemungkinan pendekatan kelembagaan akan sangat tergantung atau dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat personal. Misalnya komunikasi antara seseorang pegawai kehumasan dengan suatu perusahaan akan dipengaruhi oleh kedekatan pegawai kehumasan dengan pihak perusahaan di mana orang tersebut bekerja.</p> <p>pentingnya evaluasi dalam strategi humas adalah dalam rangka mengoptimalkan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat.</p>
	<p><b>PEGAWAI HUMAS</b></p>	<p>penguasaan masalah juga diakui masih terbatas pada apa yang harus disampaikan berdasarkan pada kebijakan yang diambil perusahaan. Hal inilah yang kadang menjadi salah satu sebab bahwa pegawai kehumasan tidak menguasai masalah sesuai dengan apa yang diharapkan sebagaimana mestinya</p> <p>perencanaan suatu program atau kegiatan yang akan dilakukan humas perusahaan, dilakukan sesuai dengan prosedur atau mekanisme hubungan antar unit kerja yang ada dilingkungan perusahaan. Pihak kehumasan pada dasarnya membuat suatu perencanaan berdasarkan pada kebijakan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan, di samping kebijakan yang dikeluarkan pihak manajemen perusahaan diambil berdasarkan masukan yang diperoleh pihak manajemen, dan salah satunya berasal dari pegawai humas</p>

		<p>tindakan dan komunikasi didasarkan pada arahan yang diberikan pihak yang bertanggung jawab pada bagian kehumasan, di mana pengarahan tersebut diberikan pada saat pertemuan baik yang sifatnya rutin maupun yang bersifat temporer berkenaan dengan suatu acara atau kegiatan yang melibatkan pegawai kehumasan.</p>
<p>PEGAWAI NON HUMAS</p>		<p>manfaat evaluasi didasarkan pada kebutuhan unit kerja dalam rangka pelaksanaan tugas-tugas kehumasan</p>
		<p>penguasaan atas masalah yang sedang terjadi dalam perusahaan yang bersangkutan juga masih dianggap terbatas. Keterbatasan akan penguasaan masalah, menurut narasumber tersebut tidak didasarkan pada profesionalisme pegawai kehumasan perusahaan, melainkan cenderung ditentukan oleh keterbatasan ruang gerak pegawai humas yang masih sebatas sebagai pelaksana dari program dan kegiatan yang ditetapkan pihak manajemen perusahaan</p>
		<p>perencanaan program dan kegiatan unit kerja kehumasan pada dasarnya sudah tertata dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya rutinitas aktivitas kehumasan dalam memberikan pelayanan data dan informasi kepada pihak pegawai yang ada di lingkungan perusahaan.</p>
		<p>tindakan dan komunikasi dalam rangka strategi kehumasan tidak lepas dari hubungan yang bersifat mitra kerja, dalam arti tindakan dan komunikasi seorang pegawai kehumasan dan pegawai non kehumasan terjadi dalam hal pendistribusian kebijakan atau keputusan pihak manajemen perusahaan.</p>
<p>evaluasi tidak hanya ada dalam lingkungan kehumasan, melainkan juga ada pada semua unit kerja pada lingkungan perusahaan. Manfaat evaluasi dalam strategi kehumasan, menurut narasumber tersebut sangat perlu dalam rangka peningkatan kinerja humas khususnya dalam lingkungan internal</p>		

		perusahaan
	PEMEGANG SAHAM	<p>pihak humas memang tidak selamanya dapat menguasai permasalahan yang sedang terjadi atau yang akan terjadi pada suatu perusahaan. Hal ini didasarkan pada pendapat bahwa peran humas dalam suatu perusahaan memang masih sangat terbatas, meskipun ada keinginan untuk menempatkan humas dalam pengambilan suatu kebijakan, tetapi hal itu hanya sebatas memberikan informasi dan data yang berkenaan dengan apa yang sedang berkembang berdasarkan hasil pelaksanaan program dan kegiatan humas itu sendiri, jadi sebatas memberikan bahan masukan kepada pihak manajemen dalam rangka pengambilan suatu keputusan atau kebijakan perusahaan, baik yang sifatnya internal maupun yang berhubungan dengan masyarakat pengguna produk atau layanan perusahaan (eksternal)</p> <p>perencanaan program dan kegiatan kehumasan memang tidak terlepas dari program dan kegiatan perusahaan secara umum, namun demikian tidak menutup kemungkinan humas mempunyai program dan kegiatan yang berasal dari kalangan humas itu sendiri, meskipun hal itu perlu dikoordinasikan dengan pihak manajemen perusahaan. Sebagai unit kerja, sebagaimana umumnya unit kerja di semua perusahaan, maka humas harus mempunyai perencanaan yang harus dibuat dalam rangka menempatkan peran humas sebagai penghubung antara perusahaan dengan pegawai dan dengan pada stakeholder perusahaan.</p> <p>hal ini tidak lebih dari pelaksanaan tugas, fungsi dan wewenang humas dalam suatu perusahaan. Sebagai salah satu unit kerja, maka humas dibenarkan untuk bertindak dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain baik dalam lingkungan perusahaan maupun dengan pihak diluar perusahaan didasarkan pada tugas, fungsi dan wewenang yang diberikan kepada humas yang bersangkutan.</p>

		<p>evaluasi tidak hanya ada dalam lingkungan kehumasan, melainkan juga ada pada semua unit kerja pada lingkungan perusahaan. Manfaat evaluasi dalam strategi kehumasan, menurut narasumber tersebut sangat perlu dalam rangka peningkatan kinerja humas khususnya dalam lingkungan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, terutama dalam berhubungan dengan pihak shareholder perusahaan.</p>
1d	PELANGGAN	<p>memperhatikan aspek komunikasi antara humas perusahaan dengan masyarakat pelanggan atau pihak mass media, di mana hal itu dilakukan secara rutin dan kontinyu serta berkesinambungan</p>
	MASS MEDIA	<p>memperhatikan aspek komunikasi antara humas perusahaan dengan masyarakat pelanggan atau pihak mass media, di mana hal itu dilakukan secara rutin dan kontinyu serta berkesinambungan</p>
	PEGAWAI HUMAS	<p>mengintensifkan pelatihan dan pembimbingan yang berkenaan dengan ketrampilan komunikasi yang mengarah pada kebutuhan perusahaan sebagai penyedia jasa layanan telepon seluler.</p>
	PEGAWAI NON HUMAS	<p>mengintensifkan pelatihan dan pembimbingan yang berkenaan dengan ketrampilan komunikasi yang mengarah pada kebutuhan perusahaan sebagai penyedia jasa layanan telepon seluler.</p>
	PEMEGANG SAHAM	<p>pentingnya peningkatan profesionalisme kehumasan perusahaan harus dapat menunjang produktivitas perusahaan dalam memasarkan produk atau layanan yang diberikan kepada masyarakat dengan pendekatan kebutuhan pangsa pasar yang berdimensi pada trend dan kemajuan teknologi informasi</p>
2		
2.a	PELANGGAN	<p>reputasi perusahaan dikatakan relatif cukup baik. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa reputasi perusahaan tidak hanya didasarkan pada dikenal atau tidaknya perusahaan dalam kehidupan masyarakat secara umum, melainkan juga terkait dengan mutu dari produk atau layanan yang diberikan</p>



		perusahaan. Jika produk atau layanan perusahaan dirasakan dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keadaan masyarakat maka dapat dikatakan bahwa reputasi perusahaan sudah ada.
	MASS MEDIA	reputasi perusahaan dikatakan relatif cukup baik. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa reputasi perusahaan tidak hanya didasarkan pada dikenal atau tidaknya perusahaan dalam kehidupan masyarakat secara umum, melainkan juga terkait dengan mutu dari produk atau layanan yang diberikan perusahaan. Jika produk atau layanan perusahaan dirasakan dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keadaan masyarakat maka dapat dikatakan bahwa reputasi perusahaan sudah ada.
	PEGAWAI HUMAS	reputasi perusahaan memang dipengaruhi oleh persepsi masyarakat atas perusahaan yang bersangkutan. Namun demikian, persepsi masyarakat tentunya secara general tidak dapat dipergunakan sebagai penilaian atas baik tidaknya reputasi suatu perusahaan.
	PEGAWAI NON HUMAS	reputasi perusahaan memang dipengaruhi oleh persepsi masyarakat atas perusahaan yang bersangkutan. Namun demikian, persepsi masyarakat tentunya secara general tidak dapat dipergunakan sebagai penilaian atas baik tidaknya reputasi suatu perusahaan.
	PEMEGANG SAHAM	reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat atas produk atau layanan yang diberikannya, dan untuk itu PT Mobile 8 Telecom reputasinya cukup baik, baik dari aspek finansial maupun non finansial
2.b	PELANGGAN	profesionalisme pelayanan atas produk atau layanan perusahaan, merupakan faktor yang lebih dominan ketimbang faktor eksternal
	MASS MEDIA	profesionalisme pelayanan atas produk atau layanan perusahaan, merupakan faktor yang lebih dominan ketimbang faktor eksternal
	PEGAWAI HUMAS	reputasi perusahaan cenderung lebih ditentukan pada faktor eksternal. Secara internal, semua pihak yang ada atau terlibat

		dalam perusahaan mempunyai komitmen dan tekad yang sama yaitu memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Namun demikian komitmen dan tekad tersebut akan sangat dipengaruhi oleh keadaan yang terjadi di luar perusahaan, misalnya kondisi perekonomian yang tidak kondusif dapat saja berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.
	PEGAWAI NON HUMAS	reputasi perusahaan cenderung lebih ditentukan pada faktor eksternal. Secara internal, semua pihak yang ada atau terlibat dalam perusahaan mempunyai komitmen dan tekad yang sama yaitu memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Namun demikian komitmen dan tekad tersebut akan sangat dipengaruhi oleh keadaan yang terjadi di luar perusahaan, misalnya kondisi perekonomian yang tidak kondusif dapat saja berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.
	PEMEGANG SAHAM	penyebab yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan kadang tidak dapat terpelihara dengan baik dikarenakan kondisi masyarakat negara yang tidak kondusif, sehingga daya beli masyarakat atas suatu produk atau layanan perusahaan menjadi berkurang yang pada akhirnya berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, dikarenakan produk atau layanan perusahaan tidak terserap dengan baik oleh masyarakat
2.c	PELANGGAN	hal yang penting untuk dilakukan agar reputasi dapat terpelihara atau dapat ditingkatkan adalah bagaimana kontinuitas pelayanan prima dapat diselenggarakan perusahaan sepanjang masyarakat mempergunakan produk atau layanan yang diberikan perusahaan.
	MASS MEDIA	hal yang penting untuk dilakukan agar reputasi dapat terpelihara atau dapat ditingkatkan adalah bagaimana kontinuitas pelayanan prima dapat diselenggarakan perusahaan sepanjang masyarakat mempergunakan produk atau layanan yang diberikan perusahaan
	PEGAWAI HUMAS	pemeliharaan dan peningkatan kehumasan tidak saja tergantung pada satu unit kerja, melainkan semua unit kerja terlibat dalam hal

		<p>ini. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen perusahaan dalam mengantisipasi kebutuhan yang bersifat internal maupun eksternal, misalnya kebutuhan pegawai yang ada dilingkungan perusahaan akan dapat terpenuhi apabila pihak manajemen perusahaan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan yang pada dasarnya adalah bagian dari reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh mutu produk atau layanan perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pengguna produk atau layanan, dalam hal ini masyarakat.</p>
	<p><b>PEGAWAI NON HUMAS</b></p>	<p>pemeliharaan dan peningkatan kehumasan tidak saja tergantung pada satu unit kerja, melainkan semua unit kerja terlibat dalam hal ini. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen perusahaan dalam mengantisipasi kebutuhan yang bersifat internal maupun eksternal, misalnya kebutuhan pegawai yang ada dilingkungan perusahaan akan dapat terpenuhi apabila pihak manajemen perusahaan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan yang pada dasarnya adalah bagian dari reputasi perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh mutu produk atau layanan perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pengguna produk atau layanan, dalam hal ini masyarakat</p>
	<p><b>PEMEGANG SAHAM</b></p>	<p>hal yang dapat dilakukan untuk memelihara atau meningkatkan reputasi perusahaan akan sangat tergantung pada komitmen bersama dari semua pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan, meskipun ada faktor luar yang berpengaruh tetapi menurut narasumber kehendak orang di dalam akan sangat menentukan tercapainya reputasi perusahaan yang diinginkan.</p>
3		

3.a	PELANGGAN	kinerja perusahaan dapat dikatakan cukup baik. Hal ini didasarkan pada penilaian bahwa sampai saat ini, PT Mobile 8 Telecom. Tbk masih tetap eksis sebagai perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada para pelanggannya dalam mempergunakan produk atau layanan perusahaan
	MASS MEDIA	dibandingkan dengan perusahaan sejenis, PT Mobile 8 Telecom. Tbk, gaungnya dirasakan agak kurang rutin dalam mempromosikan produk atau layanan yang diberikannya. Mungkin hal ini juga sebagai bagian dari kinerja perusahaan, dalam arti semakin banyak durasi perusahaan mempromosikan produk atau layanannya kepada masyarakat menunjukkan kinerja yang dapat dikatakan baik, meskipun hal ini tidak sepenuhnya dapat dipergunakan sebagai kriteria dominan
	PEGAWAI HUMAS	kinerja perusahaan dalam keadaan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih eksisnya perusahaan dalam memberikan pelayanan atas produk atau layanannya meskipun masih perlu ditingkatkan
	PEGAWAI NON HUMAS	kinerja perusahaan dalam keadaan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih eksisnya perusahaan dalam memberikan pelayanan atas produk atau layanannya meskipun masih perlu ditingkatkan
	PEMEGANG SAHAM	kondisi perusahaan stabil, meskipun banyak hal yang perlu dilakukan perusahaan, misalnya terkait dengan penyediaan infrastruktur jaringan guna mendukung pelayanan prima kepada masyarakat pelanggan yang mempergunakan produk atau layanan perusahaan
3.b	PELANGGAN	dapat dilakukan dengan upaya peningkatan kemampuan perusahaan baik yang bersifat daya dukung finansial maupun daya dukung sumber daya manusia yang berkualitas.
	MASS MEDIA	dapat dilakukan dengan upaya peningkatan kemampuan perusahaan baik yang bersifat daya dukung finansial maupun daya dukung sumber daya manusia yang berkualitas
	PEGAWAI	kinerja perusahaan dapat dipelihara dan

HUMAS	ditingkatkan dengan kegiatan yang bertumpu pada upaya pembinaan dan pengembangan kemampuan perusahaan baik yang menyangkut kemampuan finansial maupun peningkatan hubungan dengan para komunitas yang berkaitan dengan produk atau layanan yang diberikan perusahaan, sehingga ada dukungan pencapaian tujuan baik dari dalam maupun luar perusahaan
PEGAWAI NON HUMAS	kinerja perusahaan dapat dipelihara dan ditingkatkan dengan kegiatan yang bertumpu pada upaya pembinaan dan pengembangan kemampuan perusahaan baik yang menyangkut kemampuan finansial maupun peningkatan hubungan dengan para komunitas yang berkaitan dengan produk atau layanan yang diberikan perusahaan, sehingga ada dukungan pencapaian tujuan baik dari dalam maupun luar perusahaan
PEMEGANG SAHAM	pemeliharaan dan peningkatan kinerja perusahaan perlu dilakukan dengan kebersamaan dari semua pihak yang ada dalam perusahaan serta khalayak yang berhubungan dengan perusahaan. Hal ini lebih lanjut dikatakan oleh narasumber, akan dapat melahirkan komitmen dan kepercayaan masyarakat akan produk atau layanan perusahaan, di mana pada akhirnya akan secara otomatis meningkatkan kinerja perusahaan.

5/20/2009

**Sympathy**

The loss of Anthony Chandra Kartawiria ( Finance Director, Jakarta) Mother is difficult to bear, but a sorrow that you feel is a sorrow that we share, so may it comfort you to know how very much we care

with our sympathy  
 Management

5/20/2009

**Sympathy**

The loss of Boryko Stanley's (Collection Manager, Finance, Jakarta) Father is difficult to bear, but a sorrow that you feel is a sorrow that we share, so may it comfort you to know how very much we care

with our sympathy  
 Management

5/15/2009

**Baby Born**

Congratulations to Bambang Ardianto (NISS Spv,Technic, Jakarta) for the birth of your baby Boy

5/14/2009

**Mobile-8 Shoutbox**

Syarif: kemarin ada sosialisasi di JCC oleh pak Sukaca, kalo sarif or echa hadir, harusnya tau. Kecuali yg di luar kota. Akan saya sampaikan ke teman2 marketing

Bar. Delete 2009-06-15 03:18 PM #

---

Agam: Ditunggu Fren Bilz Edial Fren Duo

Bar. Delete 2009-06-15 03:18 PM #

---

echa: setuju. promonya kurang greget :)

Bar. Delete 2009-06-15 03:18 PM #

---

Sarik: Fren Duo produk bagus.. banyak orang yang pengen tahu lebih detail... Boro-boro tau promonya.. cari infonya di web mobile-8 juga gak ada.. gimana nih?

Bar. Delete 2009-06-15 03:18 PM #

---

2009-06-15 03:17 PM

Syarif

Shout! →



Mon, 15 Jun 2009  
03:20:30 PM

Forum	Topics	Posts	Last Post
<b>Saran Anda</b> Berikan saran-saran anda yang kreatif, inovatif dan cemerlang untuk perusahaan	1	4	Tue May 05, 2009 9:17 am Nui
<b>Komentar Anda</b> Sampaikan Komentar anda tentang perusahaan disini	2	44	Mon Aug 25, 2008 9:56 am fakhrul

### Produk-Produk MOBILE-8

Forum	Topics	Posts	Last Post
<b>FREN</b> berisi segala sesuatu tentang produk FREN	1	3	Thu Mar 19, 2009 10:53 am FAKHRUL
<b>HEPI</b> Berisi segala sesuatu tentang produk HEPI	0	0	No Posts
<b>MOBI</b> Berisi segala sesuatu tentang produk MOBI	2	3	Tue Mar 24, 2009 3:45 pm Cawok Ganteng

### Komunitas

Forum
<b>Forum</b>

Yahoo! Messenger  
From: Joko, Raditya A., Subj: Re: [id-fb] WTA : Dahon type apa ya?