

BAB 3

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

3.1. PT. Bakrie Telecom

Bakrie Telecom telah menjadi salah satu pelopor industri telekomunikasi di Indonesia. Tentunya juga menjadi pemimpin dalam menyediakan jasa *fixed wireless* yang dapat diberikan kepada konsumen, khususnya dalam area *underservice*. Setelah banyak mengadopsi lebih banyak spektrum teknologi CDMA yang efisien, Bakrie Telecom saat ini menjadi operator nasional dengan merek Esia.

Sejak peluncurannya pada September 2003, Esia telah menjadi “*market share & mover*“. Esia memperkenalkan berbagai produk dan program yang membuat konsumen tertarik, sehingga inovasi tersebut ditiru oleh operator *mobile wireless* lainnya. Bakrie Telecom saat ini merupakan operator telekomunikasi dengan pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia, yang menawarkan sebuah portofolio produk dan jasa yang berkembang. Bakrie Telecom masuk ke dalam segmen pelanggan usia muda atau remaja. Hal ini bisa terlihat dari konsep iklan yang dibuatnya. Walaupun pada akhirnya terjadi perluasan segmen pelanggan ke kelompok segmen lainnya. Sehingga *positioning* dari Esia adalah untuk kelompok usia muda serta masyarakat menengah ke bawah.

Sebuah cabang dari diversifikasi Bakrie Brothers, Bakrie Telecom telah memasuki industri telekomunikasi nasional dan menciptakan program masyarakat terhadap “*disruptive innovation*” our “*talk time*” secara berkelanjutan, misalnya mengubah pandangan pelanggan dalam tagihan bulanan mereka, mereposisi kerangka berfikir bahwa pulsa lebih mahal dan meyakinkan masyarakat bahwa Esia menawarkan nilai yang baik. Terbentuknya Esia mendapat dukungan sepenuhnya dari Bakrie & Brothers, terutama setelah perusahaan raksasa itu menyelesaikan urusan utangnya. Kepemilikan saham PT. Bakrie Telecom terdiri dari 94% dimiliki oleh PT. Bakrie & Brothers Tbk, dan sisanya 6% dimiliki oleh *CMA Fund Management Ltd.*

Bakrie Telecom hadir bukan hanya untuk melayani pengguna telekomunikasi dengan memperkenalkan *disruptive innovation*, tetapi yang lebih penting adalah untuk mendefinisikan industri untuk menjamin bahwa telekomunikasi akan memberi manfaat maksimum bagi masyarakat Indonesia.

3.2. Visi dan Misi

Telah menjadi misi Bakrie Telecom sejak awal bahwa suatu hari hampir seluruh orang Indonesia akan menggunakan jasanya baik menelepon, mengirim pesan, mengakses web, mengirim email, menonton program tv digital, mengirim foto dan video belajar atau berbisnis. Bakrie akan mengikuti strategi yang berkembang dengan didasarkan pada cara yang unik dari "*disruptive innovation*". Strategi tersebut termasuk memberikan kepada konsumen apa yang mereka inginkan, yakni produk yang lebih baik, jasa yang lebih baik dengan harga yang rendah. Bakrie percaya bahwa telekomunikasi merupakan kekuatan yang menjalankan efisiensi dan efektivitas. Saat ini, manfaat-manfaat tersebut akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Bakrie yang setia dengan nilai-nilai intinya dalam berbagai segi dari bisnisnya. Bisnis mereka dapat dikarakteristikan sebagai bisnis yang selalu menawarkan sesuatu yang segar, berguna, menyenangkan, sederhana dan memudahkan.

Karena perusahaan ini berhubungan dengan konsumen, maka ia akan membuat usaha keras dalam menemukan apa yang diinginkan konsumen untuk melayani mereka dengan cara seperti apa yang mereka inginkan. Bakrie yang selalu menemukan cara membuat yang lebih mudah bagi konsumen dan *partnernya* untuk melakukan bisnis. Bakrie juga tetap belajar dan melanjutkan upayanya untuk mengeliminasi birokrasi.

3.3. Pelopor *Fixed Wireless*

Kembali pada awal tahun 1990an, permintaan akan koneksi telepon jauh melampaui dari infrastruktur jaringan. Pada kota-kota besar, banyak konsumen yang telah menunggu selama bertahun-tahun untuk memperoleh telepon. Bakrie Telecom kemudian tetap dibawah nama Ratelindo, menjadi penyedia layanan telepon *fixed wireless* di Indonesia. Menggunakan teknologi TDMA (*Time*

Division Multiple Access). Bakrie menolong ratusan dari ribuan bisnis kecil dan rumah tangga untuk disambungkan ke *Public Service Telephone Network* (PSTN) yang dimiliki PT. Telkom.

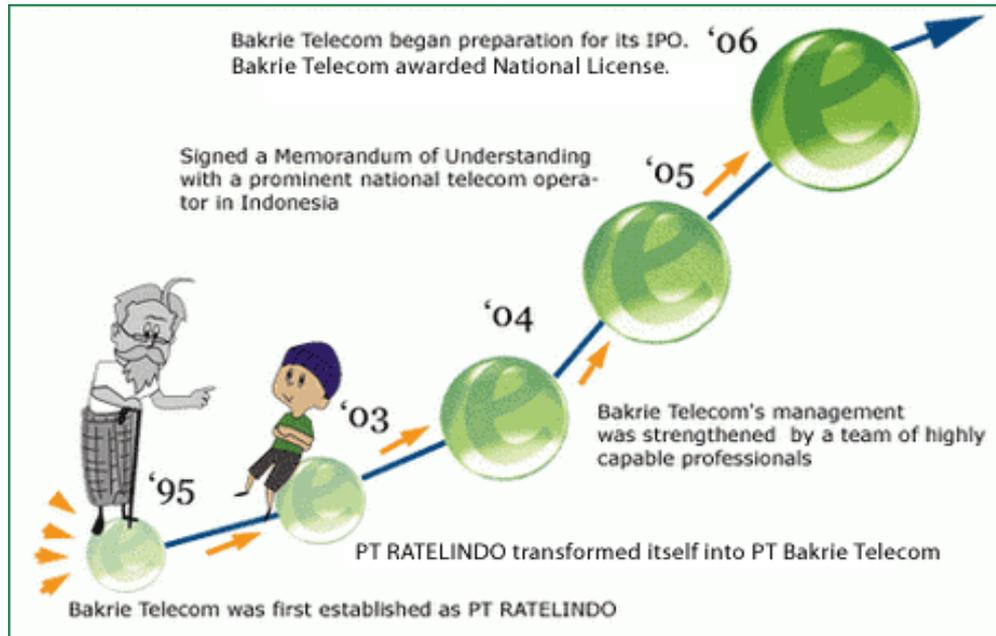
Saat ini, Bakrie Telecom menyediakan layanan *fixed and limited-mobility wireless* kepada sejumlah konsumen dengan kepuasan tinggi yang terus berkembang. Selain itu, Bakrie juga menyediakan layanan *mobile data* bagi perusahaan maupun konsumen individu.

Bakrie Telecom melakukan sebuah aliansi dengan Nokia, yang menjamin ketersediaan yang luas dari alat CDMA. Beberapa dari *handset* CDMA terbaru tersedia secara eksklusif melalui Esia.

3.4. Lembar Fakta

- ❑ PT. Ratelindo, pendahulu Bakrie Telecom, mulai menyediakan koneksi *wireless* “*last mile*” kepada PSTN Indonesia pada tahun 1995.
- ❑ Saat ini, layanan ETDMA Ratelindo tetap digunakan oleh sekitar 100.000 konsumen loyal, yang mencerminkan kepuasan mereka dengan layanan tersebut.
- ❑ September 2004, Bakrie Telecom mulai menawarkan CDMA yang berbasis layanan *limited mobility* di bawah merek Esia, yang memungkinkan pelanggan di Jakarta, Jawa Barat, Banten, untuk menggunakan telepon selular di dalam area yang terbatas dengan perubahan yang sama seperti *fixed wireline* yang ditawarkan oleh operator PSTN.
- ❑ Saat ini, terdapat 1000 alat CDMA dengan tampilan warna, kamera, dan kapabilitas GPS yang tersedia.

3.5. Kejadian Penting



Gambar 3.1 Miles Stone Esia

(Sumber : www.bakrietelecom.com)

- ❖ Agustus 1993, Bakrie Telecom pertama dibentuk sebagai PT. Ratelindo. Sebuah cabang dari diversifikasi PT. Bakrie Brothers, Tbk. Pemerintah Indonesia kemudian menyerahkan lisensi perusahaan untuk menyampaikan layanan telekomunikasi pada area Jakarta, Jawa Barat, Banten yang lebih luas, dengan sebuah *bandwith* 10 MHZ dalam spektrum frekuensi 800 MHZ. Awalnya, layanan *wireless* didasarkan pada *Extend Time Division Multiple Access* (ETDMA), ini berarti melengkapi *fixed wireline* yang disediakan PT. Telkom.
- ❖ September 2003, PT. Ratelindo berubah menjadi PT. Bakrie Telecom. Bermigrasi ke CDMA 2000 1x dan mulai menyediakan layanan *limited mobility wireless* dengan merek Esia.
- ❖ September 2004, manajemen Bakrie Telecom diperkuat oleh sebuah tim profesional dengan kemampuan tinggi, yang membawa pengalaman pemasaran ekstensif yang mendunia dalam industri telekomunikasi dan *costumer goods*. Tim tersebut dengan segera mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan berbagai aspek

bisnis, termasuk kapabilitas dan kekayaan jaringan, distribusi penjualan, CRM dan pemasaran.

❖ 2005

Pada tahun 2005, perusahaan menandatangani MoU dengan operator telekomunikasi nasional terkemuka di Indonesia. Aliansi tersebut memungkinkan kedua pihak untuk beroperasi secara nasional pada waktu yang sama dengan menurunkan biaya jaringan dan *time-to-market*.

September 2005, pemerintah Indonesia menyerahkan kepada perusahaan sebuah lisensi yang memungkinkan Bakrie Telecom beroperasi secara nasional.

❖ 2006, perusahaan *go public*, yang didaftarkan pada BEJ.

September 2006, Bakrie Telecom melaunching produk *fixed wireless phone* yang dinamakan Wifone.

September 2006, Bakrie Telecom adalah perusahaan swasta pertama yang menandatangani pakta integritas untuk memenuhi standard *Good Corporate Governanance*.

Desember 2006, perusahaan yang secara resmi diberikan penghargaan Lisensi Nasional oleh pemerintah. Dengan lisensi ini, Bakrie Telecom memiliki kesempatan untuk meluaskan servis area dari Esia dan Wifone untuk masyarakat Indonesia.

Akhir 206, Bakrie Telecom berhasil meraih 1,5 juta pelanggan

❖ 2007

April 2007, Bakrie telecom melaunching merek produk baru dengan nama Wimode. Produk ini ditargetkan untuk pelanggan BTES yang membutuhkan akses data dan internet.

Juli 2007, Bakrie Telecom mendapat penghargaan *Best CDMA Operator 2007* pada *the Indonesian Cellular Show* yang diselenggarakan di Jakarta Convention Centre dari 25 Juni – 1 juli 2007.

Agustus 2007, Bakrie Telecom melaunching pelayanan Esia dan Wifone di Surabaya dan Malang.

Agustus 2007, setelah melaunching pelayanan di Surabaya dan Malang, Bakrie Telecom melaunching pelayanan Esia dan Wifone di Jawa Tengah, terutama di daerah Semarang dan Solo.

September 2007, Bakrie Telecom melaunching Pelayanan Esia dan Wifone Medan dan Yogyakarta.

3.6. Jaringan dan Jangkauan

Tanggungjawab terhadap jaringan, kualitas layanan dan memperluas jangkauan merupakan faktor sukses yang penting dalam industri telekomunikasi. Bakrie secara berkelanjutan terus meningkatkan pada tiga area. Pada Tahun 2005, Bakrie menyempurnakan konstruksi jaringan Esia di 15 kota yakni di Jawa Barat dan Banten. Dengan begitu yang area awalnya hanyalah Jakarta dan sekitarnya, kini Esia memperluas jangkauannya sampai di daerah Bandung, Bogor, Purwakarta dan Banten.

3.7. Teknologi

Tujuan Bisnis Bakrie Telecom pertumbuhan melalui ketentuan layanan biaya rendah bagi masyarakat telah mendikte pilihan Bakrie pada teknologi CDMA 2000 1x.

Alasannya adalah:

- ❖ Teknologi CDMA 2000 1x menggunakan teknik kompresi yang lebih baik, paket data dan metode persinyalan yang lebih efisien. Fitur-fitur ini menimbulkan biaya operasi yang lebih rendah dan penggunaan spektrum yang lebih efisien, semuanya memungkinkan penekanan terhadap OPEX.
- ❖ Teknologi tersebut memerlukan jumlah yang lebih kecil dari BTSES, yang menerjemahkan infrastruktur IAPEX yang lebih rendah. Migrasi masa depan untuk EV-DO (3G plus) akan memerlukan *incremental* dan *write-off* dari infrastruktur yang sedang eksis. Pendeknya, *upgrade* dari CDMA 2000 1x ke layanan 3G *high speed wireless* akan menjadi yang paling murah dan paling cepat.

- ❖ Perbedaan harga *handset* CDMA vs GSM telah mendekati dan secara luas diharapkan bahwa saat memulai operasi nasional *handset* pada level harga yang bisa bersaing.

3.8. *Management Team*

Management Team Board Of Commissioners

Gafur Sulistyo Umar - *President Commissioner*



Ai Mulyadi Mamoer - *Independent Commissioner*



Raj Mitta - *Independent Commissioner*



Nalinkant A. Rathod – *Commissioner*



Ambono Janurianto - *Commissioner*



Management Team Board Of Director

Anindya Novyan Bakrie - CEO & President Director



Erik Meijer - Deputy President Director



Muhammad Buldansyah - Deputy President Director



Rakhmat Junaidi - Director of Corporate Services



Juliandus A. Lumban Tobing - Director of Legal



Jastiro Abi - Director of Finance



Amit Bose - Head of Strategic Initiative



Ahmad R. Widarmana - *EVP Supply Chain Management*



Triharry D. Oetji - *EVP HR & GA*



Ridzki Kramadibrata - *EVP Marketing, Product and CRM*



Irfandi Firmansyah - *EVP Sale*



3.9. Network dan Coverage

Esia mempercayai bahwa *realible network* dan memperluas *coverage area* adalah faktor kesuksesan dalam industri telekomunikasi. Berikut ini adalah *network* dan *coverage area* Esia:



- **Jakarta**
 - Salatiga
- **Banten**
 - Kudus
 - Brebes
 - Serpong
 - Serang
 - Cilegon
 - Pemalang
- **Jawa Barat**
 - Bandung
 - Bogor
 - Cirebon
 - Tasikmalaya
 - Cianjur
 - Sumedang
 - Purwakarta
 - Surabaya
 - Malang
 - Kediri
 - Gresik
 - Pasuruan
 - Lamongan
 - Jember
 - Batu
- **Jawa Tengah**
 - Semarang
 - Solo
 - Yogyakarta
 - Tegal
 - Purwokerto
 - Pekalongan
 - Magelang
 - Wonogiri
 - Boyolali
 - Klaten
 - Jombang
 - Madiun
- **Bali**
 - Denpasar
 - Gianyar
 - Tabanan
- **Sumatera Bagian Utara**
 - Medan

- - Jambi
- **Kalimantan**
 - Pontianak
 - Samarinda
 - Banjarmasin
 - Balikpapan
- **Sulawesi**
 - Makassar
 - Manado

3.10. Beberapa Produk/Program Promosi yang ditawarkan Esia

- **Hape Esia Ekspresi**

Gratis nelpon 1 tahun

100 menit/bulan selama 12 bulan ke sesama esia

LG ID6100

- Kamera VGA (4X Digital Zoom)*
- Radio FM
- 65K Layar Warna
- Kapasitas Penyimpanan Hingga 50 SMS
- 500 Memori Buku Telepon
- Speaker Phone
- 32 Chord Nada Dering Polyphonic
- LG LMS (Long Message Service)**
- Predictive Text Input dalam Bahasa Indonesia & Inggris
- Aplikasi: Kalkulator, Alarm, Jadwal, Game, World Timing
- Dimensi (P x L x T): 104mm x 46mm x 13.9mm
- Berat <80gr
- Baterai 950 mAh Li-ion
 - Lama Bicara: sampai 200 menit***
 - Lama Standby: sampai 200 jam***



* Hanya untuk resolusi 160 x 120 pixel ** Hanya untuk pengiriman SMS *** Tergantung kekuatan sinyal

Dengan penawaran paket Esia ekpresi ini, pelanggan ditawarkan dengan harga Rp. 599.000 termasuk PPN.

- **Hape Esia Fu**

Cuma Rp **299** ribu
harga sudah termasuk PPN

Gratis 240.000 karakter SMS

Diskon 50% nelpon ke
Cina, Hongkong dan Singapura
 sepanjang tahun 2009

dengan menggunakan kode awal 01010
 contoh nelpon ke Cina : 01010861064823600
 hanya berlaku untuk no esia yang terdapat pada paket hape esia fu



Hape edisi Esia Fu dikeluarkan pada saat imlek dengan harga Rp. 299.000. Fitur-fitur pada edisi ini adalah :

- Layar warna 65 K
- 32 chord nada dering polyphonic dan bisa getar
- Speaker phone
- 200 memori buku telepon, dapat menyimpan 3 nomor telepon dalam 1 nama kontak

- **Hape Esia Warna**



Hape esia
Kilau Warna

**Bisa buat ngaca,
 layarnya berwarna.**

Fitur Utama Pada Edisi ini Adalah :

- ✓ Layar warna 65 K
- ✓ 32 chord nada dering polyphonic

dan bisa getar

- ✓ Speaker phone

- ✓ 200 memori buku telepon, dapat menyimpan 3 nomor telepon dalam 1 nama kontak
- ✓ Harga : Rp. 299.000
- **Hape Esia Hidayah**



Hape esia Hidayah telah mendapatkan rekomendasi dari Komisi Fatwa MUI Pusat

**Hape Muslim
Pertama di Indonesia!**

Hape edisi Esia Hidayah dikeluarkan pertama kali saat Bulan Ramadhan. Dengan harga Rp.299.000, fitur-fitur yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

- ✓ QuranCell
- ✓ AdzanCell
- ✓ Nada Sambung Islami
- ✓ Doa Harian
- ✓ Al Qur'an seluler
- ✓ Wallpaper & ringtone islami
- ✓ Infaq
- **Hape Esia Ngoceh**

✓ **Baterai super awet**
Waktu siaga **13 hari**
Waktu bicara **> 6 jam**

✓ **Tarif super irit**
Murah dari menit pertama.
Jelas, pasti dan gak ribet.

Dengan harga Rp.199.000, fitur yang ditawarkan adalah :

- ✓ Speaker Phone
- ✓ Perekam suara dan percakapan
- ✓ 500 memori buku telepon (dapat menyimpan 3 nomor dalam 1 kontak)



- ✓ Teks Input prediktif dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris
- ✓ 32 Nada dering Polyphonic

- **Hape Esia Kasih**

Hape edisi ini dikeluarkan saat natal. Fitur tambahan yang ditawarkan adalah :

- ✓ Sabda kasih
- ✓ Doa suci
- ✓ Nada pujian
- ✓ Wallpaper damai
- ✓ Toko santa



- **Hape Esia Bali**



Hape edisi Bali dengan harga Rp. 299.000 ini memberi fitur yang bermanfaat dan menyediakan makna kebudayaan Bali yaitu :

- ✓ Kalender Bali
- ✓ Penanda waktu Tri Sandhya
- ✓ Pustaka Hindu
- ✓ Gending Bali
- ✓ Wallpaper Bali



- **Hape Esia Slank**

Dengan *price* Rp, 299.000, pelanggan yang merupakan penggemar fanatik grup music Slank dimanjakan dengan fitur-fitur sebagai berikut :

- ✓ Ringtone Slank

- ✓ Nada sambung Slank
- ✓ Wallpaper Slank
- ✓ Warung Slank
- ✓ Telpin Slank
- ✓ SMS Slank

- **Hape Esia Merdeka**



Edisi Esia Merdeka diluncurkan oleh Bakrie Telecom dengan maksud untuk menyemarakkan hari kemerdekaan Indonesia. Edisi ini juga dilengkapi dengan berbagai *wallpaper* & *ringtone* spesial kemerdekaan.

- **SportEsia**



Bagi pelanggan Esia pecinta olahraga, terdapat fitur yang akan memenuhi hobinya yakni SportEsia. Fitur ini dapat mencari tahu hasil dan jadwal pertandingan, *hot news*, dan informasi spektakuler olahraga lainnya. Yaitu EPL, SERIEA, LALIGA , BELANDA, CHAMPION, ARSENAL, LIVERPOOL, MU, CHELSEA , NBA

- **DV8.88**



Layanan **DV8.88** adalah layanan voice portal dimana kamu bisa mendapatkan berbagai layanan dalam

bentuk audio. Melalui layanan ini, pengguna Esia dapat menggunakan nada sambung Esia, *featured artist, greeting messages service, music jukebox.*

- **Esia Gogo**



Fitur ini disediakan bagi pengguna Esia yang sering melakukan perjalanan atau berpergian sari satu kota ke kota lainnya. Dengan menggunakan Esia Gogo, pengguna Esia tetap dapat menggunakan Esia.

Saat ini PT. Bakrie Telecom, Tbk (BTEL) kembali memberikan nilai tambah bagi pelanggannya melalui kerjasama dengan PT Asuransi Jiwa Mega Life. Kerjasama ini berupa bentuk perlindungan asuransi kepada pelanggan Esia yang menggunakan fitur GOGO (fitur yang digunakan oleh pelanggan Esia ketika berpergian keluar kota)