

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Indosat Ooredoo Hutchison

PT Indosat Ooredoo Hutchison merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 10 November 1967. Pada tahun 1980, PT Indosat telah berubah menjadi Perusahaan BUMN karena pemerintah Indonesia memiliki seluruh saham Indosat. Indosat terus berkembang hingga pada tahun 1994 menjadi Perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (IDX) dan *New York Stock Exchange*. Hingga di tahun berikutnya Indosat mendirikan telkomsel yang menjadi Perusahaan patungan bersama dengan PT Telkom.

Pada tahun 2001, Indosat memasuki pasar seluler di Indonesia dan mendirikan merek produk yaitu IM3. Ooredoo yang merupakan Perusahaan terbuka dari Qatar mengakuisisi kepemilikan STT di Indosat pada tahun 2008. Di tahun 2015, Indosat mulai memiliki identitas baru menjadi Indosat Ooredoo dan berganti logo yang digunakan dalam Perusahaan. Selain itu, di tahun yang sama Indosat Ooredoo meluncurkan layanan 4G-LTE pertama di Indonesia.

Dalam 4 tahun, Indosat Ooredoo mencakup jaringannya hingga 90% dari seluruh daerah di Indonesia. Perkembangannya yang melesat juga menawarkan penawaran yang jauh lebih menarik dan sederhana agar pelanggan merasakan pengalaman digital yang menarik. Hingga pada tahun 2022, IM3 melakukan merger dengan Tri Indonesia dengan tujuan menjadi Perusahaan telekomunikasi terbaik se Asia.

Indosat Ooredoo memiliki identitas baru yang dikenal hingga saat ini yaitu Indosat Ooredoo Hutchison serta merubah logonya menjadi sebagai berikut:



Gambar 2.1 Logo Indosat Ooredoo Hutchison
Indosat Ooredoo Hutchison (2022)

Logo tersebut memiliki arti penggambaran dua kekuatan telekomunikasi terbesar di Asia dengan merepresentasikan dua lingkaran yang disatukan menjadi lingkaran besar. Lingkaran tersebut mengarah diagonal ke atas menunjukkan misi Indosat menuju global dan selalu bergerak memberikan pengaruh positif. Saat ini, IM3 memiliki penekanan kepada generasi muda yaitu usia 18-35 tahun yang aktif secara digital dan memiliki kebutuhan komunikasi dan konektivitas yang tinggi. Berikut hasil analisis SWOT merek produk Indosat Ooredoo Hutchison yaitu IM3:

Tabel 2.1 Analisis SWOT IM3

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan terjangkau dan bersaing • <i>After Selling</i> yang baik • Top 3 provider dengan internet tercepat di Indonesia
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa daerah masih belum mendapat akses jaringan Indosat • Tingkatan layanan yang kurang konsisten • Kualitas sinyal yang masih kurang baik khususnya di daerah luar kota
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bisnis telekomunikasi global yang cukup menjanjikan • Peningkatan permintaan layanan digital • Pengembangan ekosistem IoT
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Competitor</i> menawarkan harga produk yang lebih murah • Ancaman masuknya <i>competitor</i> baru • Ketidakpastian dalam kondisi ekonomi

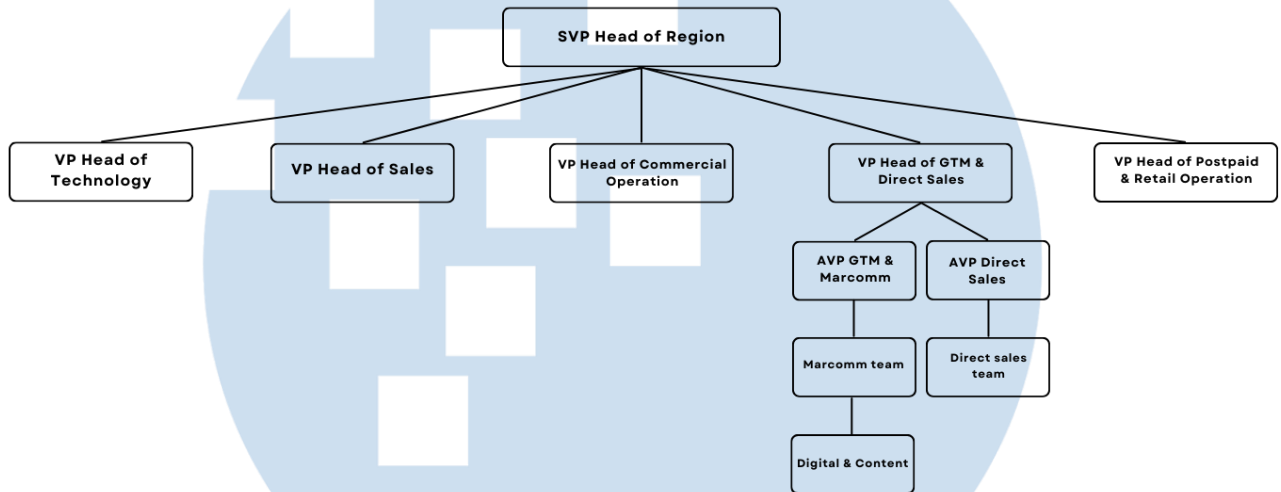
Dari hasil analisis yang ditemukan dapat ditentukan BMC sebagai berikut:



Gambar 2.2 BMC IM3

2.2 Struktur Organisasi Indosat Ooredoo Hutchison Surabaya

Berikut adalah struktur organisasi Indosat Ooredoo Hutchison Surabaya



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Indosat Ooredoo Hutchison Surabaya

Sumber: Dokumen Indosat Ooredoo Hutchison Surabaya

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, *SVP Head of region* EJBN (*East java, Bali, Nusra*) adalah Bapak Priyo sasongko. Lalu SVP membawahi beberapa VP antara lain *VP Head of Technology, Head of Sales, head of commercial operation, Head of GTM & Direct Sales*, dan *Head of Postpaid & Retail Operation*. Posisi *Head of GTM & Direct Sales* adalah Bapak Mohammad Fahrurrozi yang membawahi AVP GTM & Marcomm dan *Direct Sales*. Selanjutnya AVP membawahi 2 tim yaitu *Marcomm team* dan *Direct sales team*. Tim *Digital & Content* yang merupakan posisi penulis dibawah oleh tim Marcomm.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA