

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Tentang PT Smartfren Telecom Tbk

Gambar 2.1 menampilkan logo PT Smartfren Telecom Tbk. Logo ini menggambarkan pancaran sinar matahari yang senantiasa bersinar, memberikan cahaya dan kehidupan. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan yang dikelola oleh Sinar Mas, baik untuk kesejahteraan masyarakat maupun seluruh karyawan PT Smartfren Telecom Tbk. Gambar 2.2 menampilkan logo Smartfren yang digunakan pada produk-produknya. Logo merek Smartfren melambangkan energi yang kuat dan memberikan dampak positif dalam mendorong perubahan menuju Indonesia yang lebih kreatif dan mandiri [1, p. 52].



Gambar 2.1 Logo PT Smartfren Telecom Tbk [1]



Gambar 2.2 Logo Smartfren [2]

Perusahaan ini didirikan pada 2 Desember 2002 dengan nama awal PT Mobile-8 Telecom Tbk. Pada tahun 2011, Sinar Mas Group mengakuisisi PT Mobile-8 Telecom Tbk dan pada 23 Maret 2011, nama perusahaan resmi berubah menjadi

PT Smartfren Telecom Tbk. Perubahan merek menjadi "Smartfren" merupakan upaya sinergi untuk mengembangkan infrastruktur jaringan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jaringan distribusi dan pemasaran.

Pada tahun 2013, perusahaan meluncurkan paket Smart Plan, sebuah paket layanan yang mencakup data, suara, dan SMS secara lengkap. Lalu, pada Agustus 2015, perusahaan menjadi operator pertama di Indonesia yang menghadirkan layanan 4G LTE Advanced dengan jaringan hybrid, yang menggabungkan teknologi *Time Division Duplexing* (TDD) dan *Frequency Division Duplexing* (FDD) secara bersamaan. Selanjutnya, pada tahun 2016, perusahaan mencatatkan sejarah sebagai operator pertama di Indonesia yang meluncurkan layanan *Voice-over-LTE* (VoLTE), yang memungkinkan panggilan suara melalui jaringan 4G LTE. Di tahun yang sama, perusahaan juga menjalin kemitraan dengan produsen perangkat global melalui inisiatif *Open Market Handset* (OMH) untuk memperkuat ekosistem layanan 4G LTE di Indonesia.

Pada tahun 2017, perusahaan meluncurkan kartu perdana 4G GSM+ yang memungkinkan pelanggan untuk menikmati layanan 4G LTE di berbagai perangkat yang tersedia di pasar (open market handset), tidak terbatas hanya pada smartphone Andromax. Kemudian, pada tahun 2018, perusahaan memperkenalkan paket Super 4G Unlimited dan Super 4G Kuota, yang dirancang untuk pelanggan yang ingin merasakan layanan 4G LTE dengan harga yang lebih terjangkau. Pada tahun 2019, perusahaan meluncurkan program loyalitas Smartfren WOW sebagai bentuk penghargaan kepada pelanggan setia, di mana pelanggan berkesempatan memenangkan hadiah menarik melalui undian dengan meningkatkan penggunaan pulsa Smartfren. Selain itu, perusahaan juga mengadakan acara Smartfren WOW Concert dan WOW Fest sebagai bagian dari kampanye terbesar Smartfren pada tahun tersebut [1, p. 44].

### **2.1.1. Visi Perusahaan**

PT Smartfren Telecom Tbk memiliki visi yaitu “Paling dicintai dan dipercaya oleh pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan” [3]. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk membangun hubungan yang kuat dan penuh kepercayaan dengan semua pihak yang terlibat, baik dalam layanan maupun dalam interaksi dengan pelanggan dan karyawan. Smartfren berupaya menjadi entitas yang dihargai dan diandalkan dalam industri telekomunikasi.

### **2.1.2. Misi Perusahaan**

Misi PT Smartfren Telecom Tbk yaitu “Memperkaya kehidupan pelanggan kami melalui produk dan layanan inovatif yang dimungkinkan oleh jaringan 4G LTE terluas dan paling dapat diandalkan di Indonesia” [3]. Dengan mengandalkan jaringan 4G LTE yang luas dan handal, Smartfren berusaha memberikan pengalaman layanan yang optimal bagi konsumen. Fokus utama perusahaan adalah pada inovasi yang menawarkan fleksibilitas, keterjangkauan, dan kualitas tinggi, sehingga dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai lapisan masyarakat pengguna.

### **2.1.3. Budaya**

PT Smartfren Telecom Tbk selain memiliki visi dan misi, juga menerapkan budaya perusahaan atau *corporate culture* yang menjadi dasar dalam operasional dan interaksi antar karyawan. Budaya ini dirancang untuk menciptakan lingkungan kerja yang dinamis, inovatif, dan berorientasi pada hasil. Budaya yang diterapkan di PT Smartfren Telecom Tbk meliputi:

1. Pelanggan kami adalah jantung dari semua yang kami lakukan.
2. Kami berpikir dan peduli seperti pemilik
3. Kecepatan inovasi dan eksekusi adalah kunci kesuksesan kami.
4. Bersama kita membuat perbedaan.

#### **2.1.4. Nilai-nilai Perusahaan**

Berikut adalah nilai-nilai perusahaan yang diterapkan di PT Smartfren Telecom Tbk.

1. Integritas (*Integrity*)

Menempatkan perkataan atau ucapan kepada suatu tindakan nyata sehingga dapat dipercaya orang lain.

2. Sikap Positif (*Positive Attitude*)

Menunjukkan dorongan sikap positif untuk menuju terciptanya lingkungan kerja kondusif dan saling menghargai.

3. Komitmen (*Commitment*)

Melakukan pekerjaan secara sungguh-sungguh dengan hati untuk menciptakan hasil terbaik.

4. Perbaikan Terus Menerus (*Continuous Improvement*)

Senantiasa meningkatkan kemampuan diri, unit kerja, dan organisasi untuk mencapai hasil terbaik.

5. Inovatif (*Innovative*)

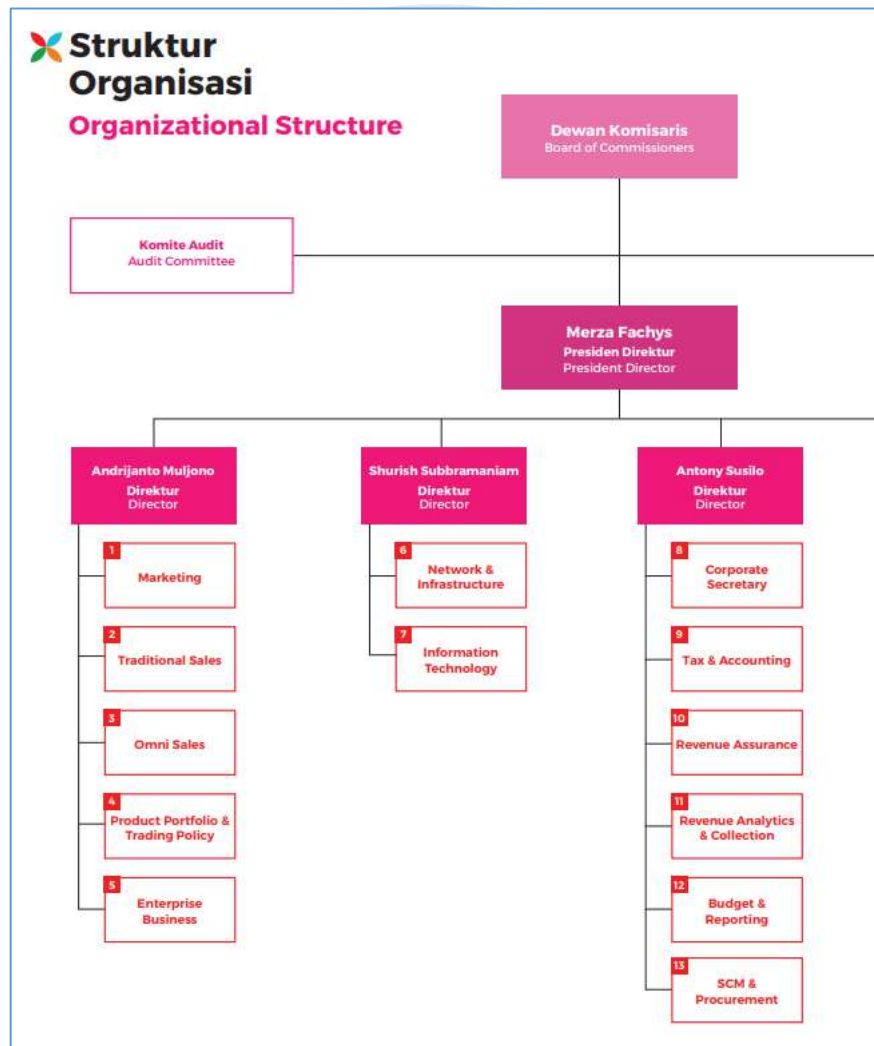
Mengutarakan ide atau menciptakan produk, alat, dan sistem baru yang dapat meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan Perseroan.

6. Kesetiaan (*Loyalty*)

Menumbuhkan semangat pengertian dan menerapkan nilai utama Perseroan sebagai bagian dari keluarga besar Unit Usaha Sinar Mas.

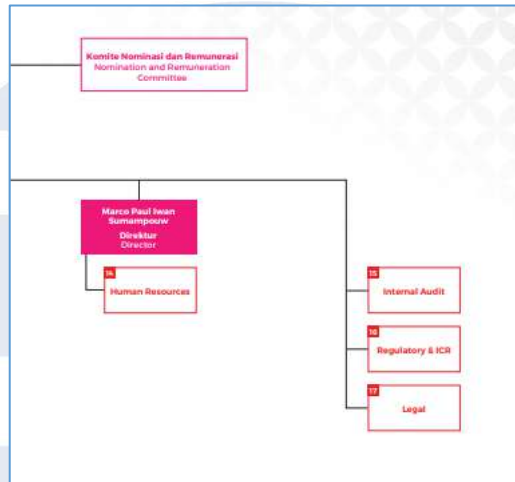
#### **2.2. Struktur Organisasi Perusahaan**

Melampirkan atau membuat bagan struktur organisasi instansi/ perusahaan tempat kerja magang. Gambar 2.3 menggambarkan struktur organisasi dari PT Smartfren Telecom Tbk. Struktur ini menggambarkan pembagian divisi serta direktur yang bertanggung jawab pada bagian tersebut.



Gambar 2.3 Struktur organisasi 1 PT Smartfren Telecom Tbk [1, p. 54]  
(Sumber: Laporan Tahunan Smartfren 2023)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.4 Struktur organisasi 2 PT Smartfren Telecom Tbk  
(Sumber: Laporan Tahunan Smartfren 2023)

Berikut merupakan penjelasan mengenai struktur organisasi PT Smartfren Telecom Tbk.

1. Dewan Komisaris
  - a. Presiden Komisaris: DR. Darmin Nasution, SE
  - b. Wakil Presiden Komisaris: Ferry Salman
  - c. Komisaris/Independen: Ir. Ketut Sanjaya, MSM
2. Komite Audit

Komite Audit dalam struktur organisasi perseroan memiliki tanggung jawab untuk mengevaluasi sistem pengendalian internal serta pelaporan keuangan perusahaan guna memastikan bahwa informasi keuangan yang disajikan dapat diandalkan dan transparan. Selain itu, Komite Audit juga wajib memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris terkait prosedur audit dan pelaporan.

3. Komite Nominasi dan Remunerasi

Komite Nominasi dan Remunerasi dalam struktur organisasi perseroan berfungsi untuk mengawasi proses pencalonan kandidat anggota Dewan Komisaris, Direksi, dan pejabat lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Komite ini juga berperan dalam menentukan

remunerasi bagi Dewan Komisaris, Direksi, dan eksekutif perseroan, serta memantau, mengawasi, dan mengevaluasi efektivitas proses nominasi dan remunerasi tersebut.

4. Direksi
  - a. Merza Fachys (Presiden Direktur)
  - b. Andrijanto Muljono (Direktur)
  - c. Shurish Subbramaniam (Direktur)
  - d. Antony Susilo (Direktur)
  - e. Marco Paul Iwan Sumampouw (Direktur)

### **2.3. Produk dan Layanan Perusahaan**

Perseroan menyediakan berbagai produk dan layanan yang berfokus pada data seluler, dengan segmentasi yang beragam untuk memenuhi kebutuhan personal dan bisnis. Produk dan layanan untuk segmen personal mencakup kartu perdana, paket data, add-on, perangkat, dan broadband. Sedangkan, produk dan layanan untuk segmen bisnis mencakup solusi konektivitas, konferensi dan komunikasi terpadu, layanan pesan terpadu, jasa web builder, layanan ICT dan Bizcloud, serta solusi IoT (*Internet of Things*).

Produk dan layanan untuk segmen personal terdiri dari beberapa kategori dengan detail sebagai berikut:

1. Kartu Perdana, yang meliputi: SIM (Kartu Perdana Kuota, Kartu Perdana Unlimited Harian, Kartu Perdana Unlimited Nonstop, Kartu Perdana Golf, dan Kartu Perdana Umrah & Haji); eSIM (eSIM *Unlimited Combo*, eSIM *Unlimited Nonstop*, dan eSIM Pascabayar Elite); serta *Bundling* (Kartu Perdana Smart Deal).
2. Paket Data, yang terdiri dari: Prabayar (Unlimited Harian, Unlimited Nonstop, dan Kuota); Elite Pascabayar (Unlimited Harian, Unlimited Nonstop, dan Kuota); serta Roaming (Paket Data Roaming Prabayar dan Pascabayar).

3. Add-on, meliputi berbagai paket tambahan seperti: Internet (Paket Video, Unlimited Malam, Unlimited, Paket Game, Paket Streaming Musik, Paket Sosial Media, Paket Edukasi, dan Paket Conference Call); serta Telepon & SMS (Smart Ngobrol dan Paket Telepon Internasional).
4. Perangkat, berupa bundling perangkat dengan berbagai merek smartphone yang menggunakan kartu perdana Smartfren.
5. Kelima, Broadband, yang terdiri dari Modem Wi-Fi dan Smart Home.

Untuk segmen bisnis, produk dan layanan mencakup berbagai solusi yang diantaranya yaitu:

1. Connectivity Solution, yang terdiri dari:
  - a. Mobility (Corporate Plan, MIFI Data Plan, Wibox Data Plan, Bulk Data Plan, dan Device Bundling)
  - b. Fixed Line Internet (Dedicated Internet)
  - c. Networking (Managed SD-WAN).
2. Unified Conferencing dan Unified Communication, untuk memfasilitasi komunikasi terpadu.
3. Unified Messaging, untuk layanan pesan terpadu.
4. Jasa Web Builder, yang meliputi layanan pemasaran dan paket Productivity Office 365.
5. ICT Services dan Bizcloud, yang menyediakan layanan teknologi informasi dan cloud.
6. Solusi IoT (Internet of Things), yang mencakup layanan TREK, Vision+, dan ThingSpark untuk memudahkan pengelolaan perangkat berbasis IoT.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA