

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang XL Axiata Tbk

PT XL Axiata Tbk merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 6 Oktober 1989 dengan nama awal PT Grahametropolitan Lestari, dan hanya bergerak di bidang perdagangan umum. Pada tahun 1996, perusahaan mulai berfokus pada layanan komunikasi seluler dan mengganti namanya menjadi PT Excelcomindo Pratama. Perusahaan ini menjadi salah satu pelopor penyedia layanan GSM di Indonesia. (XL Axiata, 2025)



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT XL Axiata Tbk

Sumber: Website Resmi XL Axiata (www.xlaxiata.co.id)

Tahun 2009 menjadi momen penting dalam sejarah perusahaan XL Axiata, karena pada tahun tersebut Axiata Group Berhad, perusahaan asal Malaysia, mengakuisisi saham mayoritas XL. Setelah akuisisi tersebut, nama perusahaan resmi berubah menjadi PT XL Axiata Tbk. Bergabungnya XL dengan Axiata Group membawa banyak pembaruan, termasuk strategi bisnis yang lebih modern dan pengembangan layanan digital. Salah satu inovasi besar yang diluncurkan adalah layanan 4G LTE pada tahun 2014. XL Axiata juga tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham EXCL sejak tahun 2005. Sampai saat ini, XL Axiata terus berkembang dan melayani puluhan juta pelanggan di seluruh Indonesia.



Gambar 2.2 Logo Axiata Group

Sumber: Website Resmi Axiata (<https://www.axiata.com/brandkit/logo.html>)

Sepanjang perjalanannya, XL Axiata telah dipimpin oleh sejumlah tokoh penting yang berkontribusi besar terhadap perkembangan perusahaan. Salah satu yang paling dikenal adalah Hasnul Suhaimi, yang dinilai berhasil membawa XL menuju pertumbuhan yang signifikan. Ia fokus pada pengembangan jaringan, peningkatan layanan pelanggan, dan efisiensi operasional. Setelah masa kepemimpinannya, perusahaan tetap melanjutkan langkah-langkah strategis untuk menghadirkan layanan digital yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.



Gambar 2.3 Foto Hasnul Suhaimi

Sumber: <https://sl.bing.net/itTzZc3OiBM>

Pada tahun laporan ini ditulis XL Axiata telah melakukan proses merger dengan salah satu perusahaan telekomunikasi yang cukup bernama, yaitu Smartfren. Dengan demikian nantinya nama perusahaan XL Axiata diubah menjadi XL SMART dan dengan sistem operasional yang berbeda. Saat ini posisi kepemimpinan diisi oleh Rajeev Sethi sebagai Presiden Direktur dan *Chief Executive Officer*.



Gambar 2.4 Foto Rajeev Sethi

sumber: <https://www.xlsmart.co.id/pemimpin>

Selain dari sisi Mobile provider XL Juga, XL Axiata juga hadir sebagai penyedia layanan internet rumah/ ISP. Pada awalnya, layanan internet rumah dari XL Axiata dikenal dengan nama XL Home, yang diluncurkan pada tahun 2018. Layanan ini menyediakan internet berkecepatan tinggi berbasis fiber optik dan menyasar keluarga yang membutuhkan koneksi stabil untuk aktivitas sehari-hari seperti belajar online, bekerja dari rumah, dan hiburan digital. Dalam perkembangannya, XL Axiata menyadari perlunya layanan yang lebih terpadu dan praktis untuk masyarakat modern.



Gambar 2.5 Logo XL SATU

Sumber: Website Resmi XL SATU (www.xlsatu.id)

Tanggal 31 Mei 2021, XL Axiata meluncurkan layanan baru bernama XL SATU untuk menggantikan XL HOME. Layanan ini menggabungkan internet rumah dengan kuota internet seluler yang bisa digunakan oleh beberapa anggota keluarga sekaligus. Selain itu, pelanggan juga mendapatkan akses tambahan ke berbagai platform hiburan digital, seperti Vidio. XL SATU menjadi layanan pertama di Indonesia yang menggabungkan dua jenis koneksi dalam satu paket berlangganan.

Pada awal tahun 2025, XL Axiata juga menggabungkan layanan First Media ke dalam XL SATU. Langkah ini membuat jangkauan layanan menjadi lebih luas dan memperkuat posisi XL Axiata sebagai penyedia layanan internet rumah terdepan. Selain itu, XL Axiata juga bekerja sama dengan perusahaan teknologi global seperti Huawei untuk memperluas jaringan fiber optik menggunakan teknologi AirPON, yang memungkinkan pembangunan jaringan lebih cepat dan efisien.

2.2 Visi Misi XL Axiata Tbk

Sebagai perusahaan yang terus berinovasi dalam bidang teknologi dan telekomunikasi, PT XL Axiata Tbk memiliki visi, misi, dan nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnisnya:

VISI:

Menjadi operator konvergensi pilihan utama di Indonesia.

MISI:

1. Menyediakan layanan dan solusi komunikasi yang berkualitas tinggi untuk mendukung kehidupan digital masyarakat.
2. Mengembangkan teknologi dan jaringan yang handal, cepat, dan aman untuk seluruh pelanggan.
3. Memberikan kontribusi positif dalam mempercepat transformasi digital di Indonesia.
4. Menjalani kemitraan strategis yang memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.
5. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan membangun budaya kerja yang inovatif dan inklusif.

NILAI PERUSAHAAN:

PT XL Axiata Tbk menerapkan empat nilai inti perusahaan yang dikenal dengan istilah ICCC, yang merupakan singkatan dari Integrity, Customer Obsession, Courage for Change, dan Collaboration. Keempat nilai ini menjadi landasan budaya organisasi serta pedoman dalam berperilaku dan bekerja bagi seluruh karyawan. Penjelasan dari masing-masing nilai adalah sebagai berikut:

1. ***Integrity (Integritas)***

Nilai ini menekankan pentingnya kejujuran dan etika dalam setiap tindakan. Seluruh karyawan diharapkan untuk senantiasa menjunjung tinggi integritas, bertindak dengan benar meskipun dalam situasi yang sulit, serta berani mengemukakan pendapat dan mengambil keputusan yang bertanggung jawab.

2. ***Customer Obsession (Obsesi terhadap Pelanggan)***

Nilai ini mendorong setiap individu dalam perusahaan untuk memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kebutuhan pelanggan. Sikap proaktif dalam memahami dan memenuhi ekspektasi pelanggan menjadi hal utama, dengan tujuan untuk memberikan pengalaman layanan terbaik.

3. ***Courage for Change (Keberanian untuk Berubah)***

Nilai ini menggambarkan semangat untuk berinovasi dan menghadapi perubahan dengan berani. PT XL Axiata mendorong seluruh insan perusahaan untuk berani keluar dari zona nyaman, berpikir besar, dan menjadikan kesalahan sebagai bagian dari proses pembelajaran dan peningkatan diri.

4. ***Collaboration (Kolaborasi)***

Nilai ini mencerminkan semangat kerja sama dan keterbukaan terhadap berbagai perspektif. Perusahaan menekankan pentingnya kolaborasi lintas tim serta keterbukaan dalam menerima ide-ide baru untuk menciptakan sinergi yang positif dan produktif.

2.3 Struktur Organisasi PT XL Axiata Tbk



Gambar 2.6 Susunan Direksi PT XL Axiata Tbk

Sumber: Website resmi XL Axiata Tbk

Gambar diatas merupakan struktur organisasi utama dari PT XL Axiata Damai Dewan Direksi XL Axiata yang memegang peran kunci dalam merancang strategi dan mengambil keputusan terkait kebijakan strategis perusahaan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam menjalankan peran tersebut. (Website Resmi: XL Axiata, 2025).

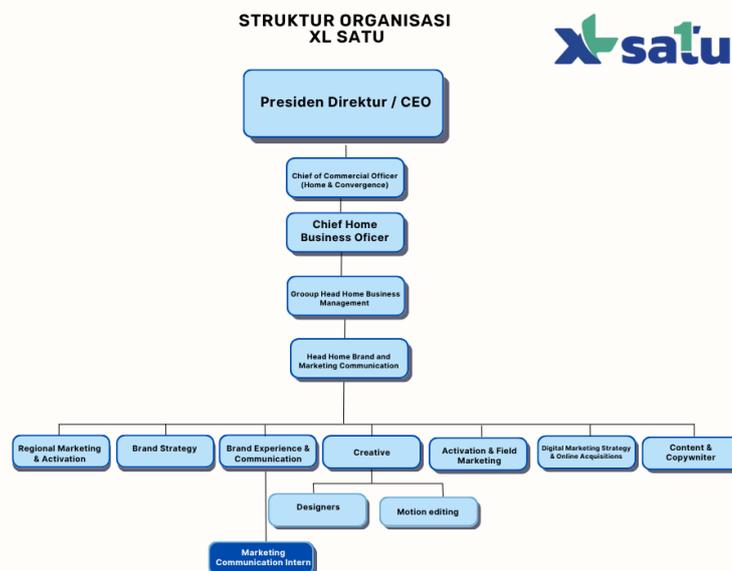
- **Presiden Direktur atau *Chief Executive Officer (CEO)***, adalah sosok utama yang mengarahkan jalannya perusahaan secara keseluruhan. Posisi ini memiliki tanggung jawab dalam menetapkan arah bisnis dan strategi jangka panjang, serta memastikan semua bagian perusahaan bergerak dalam satu visi yang selaras. Selain mengatur operasional, CEO juga menjadi wajah perusahaan dalam berhubungan dengan pemegang saham, dewan komisaris, dan mitra eksternal. Dalam banyak hal, CEO adalah pengambil keputusan tertinggi yang memastikan perusahaan mampu bertumbuh dan bersaing secara berkelanjutan.
- ***Chief Financial Officer (CFO)***, memiliki peranan penting dalam mengelola seluruh aktivitas keuangan perusahaan. Mulai dari perencanaan anggaran, pelaporan keuangan, manajemen arus kas, hingga pengawasan

terhadap risiko keuangan, semua berada dalam lingkup tugas CFO. Ia juga menyediakan analisis dan rekomendasi berbasis data finansial kepada pimpinan perusahaan untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat, serta menjaga stabilitas dan keberlanjutan finansial perusahaan.

- **Chief of IT Digital and Analytics**, bertanggung jawab untuk memimpin perjalanan digital perusahaan. Perannya meliputi penyusunan dan penerapan strategi digital yang bertujuan meningkatkan efektivitas operasional serta menciptakan nilai tambah bagi bisnis. Ia juga mengelola sistem IT, infrastruktur teknologi, dan keamanan digital, sambil memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Peran ini menjembatani kebutuhan bisnis dengan solusi teknologi yang relevan dan mutakhir.
- **Chief Technology Officer (CTO)**, adalah pemimpin dalam hal inovasi teknologi dan pengembangan sistem di perusahaan. Ia bertugas memastikan bahwa teknologi yang digunakan mendukung kebutuhan bisnis dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif. CTO bertanggung jawab atas riset dan pengembangan produk, arsitektur teknologi, dan penerapan solusi teknis yang efisien. Ia berperan memastikan perusahaan tetap selangkah lebih maju dalam adopsi teknologi baru.
- **Chief Commercial Officer (CCO)**, memegang kendali atas seluruh strategi yang berkaitan dengan pertumbuhan pendapatan perusahaan. Ia merancang dan mengawasi pelaksanaan strategi pemasaran, penjualan, dan hubungan pelanggan. Dengan peran ini, CCO berfokus pada peningkatan nilai komersial perusahaan, melalui akuisisi pasar, loyalitas pelanggan, serta penguatan posisi merek di pasar. Ia juga berperan penting dalam menyelaraskan strategi penjualan dengan tujuan bisnis yang lebih besar.
- **Chief of Enterprise Business & Corporate Affairs Officer**, memiliki tanggung jawab dalam dua area utama: pengelolaan layanan untuk klien

korporat dan pengurusan isu-isu strategis perusahaan. Dalam aspek bisnis, ia fokus pada pengembangan segmen pelanggan korporasi dan membina kemitraan strategis. Sementara dalam aspek korporat, ia mengatur komunikasi eksternal, relasi dengan regulator, dan urusan kebijakan yang berkaitan dengan posisi publik dan kepatuhan perusahaan. Perannya penting dalam membentuk reputasi dan kredibilitas perusahaan secara menyeluruh.

- **Chief of Commercial Officer (Home & Convergence)**, secara khusus menangani strategi bisnis untuk segmen lini usaha penyedia internet rumah dengan tambahan layanan konvergensi. Ia berfokus pada pengembangan produk gabungan seperti internet rumah, layanan televisi, dan komunikasi seluler dalam satu paket yang terintegrasi. Tujuannya adalah untuk menarik dan mempertahankan pelanggan residensial melalui penawaran yang menarik dan bernilai tinggi. Dalam peran ini, ia juga memastikan bahwa strategi pemasaran dan pengalaman pelanggan dikelola dengan baik guna mendukung pertumbuhan segmen tersebut.



Gambar 2.7 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication XL SATU Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication XL SATU)

Sumber: Website resmi XL Axiata Tbk

Gambaran umum deskripsi pekerjaan setiap posisi:

- ***Regional Marketing & Activation:*** Merencanakan dan mengeksekusi strategi pemasaran di tingkat regional, termasuk kampanye lokal, promosi area, kolaborasi komunitas dan penduduk suatu wilayah, dan aktivasi merek untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan di wilayah tertentu.
- ***Brand Strategy:*** Mengembangkan dan mengelola strategi jangka panjang untuk membentuk identitas dan positioning merek, termasuk riset pasar, segmentasi *audience*, serta perencanaan nilai dan pesan inti merek.
- ***Brand Experience & Communication:*** Menciptakan dan menjaga konsistensi pengalaman merek melalui semua titik kontak pelanggan, serta mengelola komunikasi merek baik secara internal maupun eksternal agar sesuai dengan nilai dan identitas merek.
- ***Creative:*** Menghasilkan ide dan konsep visual atau kampanye kreatif yang mendukung pemasaran dan branding, termasuk desain grafis, materi promosi, dan elemen visual lainnya sesuai arahan strategis.
- ***Activation & Field Marketing:*** Menjalankan promosi dan kampanye langsung di lapangan seperti event, demo produk, dan sponsorship untuk mendorong engagement langsung dengan konsumen dan meningkatkan konversi.
- ***Digital Marketing Strategy & Online Acquisitions:*** Merancang strategi pemasaran digital untuk menarik dan mengakuisisi pelanggan baru melalui kanal online seperti SEO, SEM, media sosial, afiliasi, dan iklan berbayar.
- ***Content & Copy Writer:*** Menulis dan mengembangkan konten kreatif dan persuasif untuk berbagai platform seperti website, media sosial, email, dan materi iklan yang sesuai dengan tone dan tujuan merek.