

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Perusahaan

Telkom terbentuk atas usaha Pemerintah Indonesia untuk menyempurnakan infrastruktur dan menjamin mutu layanan telekomunikasi. Layanan telepon di Indonesia pertama kali dikenal kira-kira 115 tahun lalu, tepatnya tahun 1882. Pada tahun 1884, Pemerintah kolonial Belanda mendirikan sebuah badan usaha swasta yang berfungsi melayani jasa pos maupun telegram dalam dan luar negeri untuk kepentingan masyarakat. Sistem ini terus berjalan hingga tahun 1906, sampai akhirnya Pemerintah membentuk sebuah departemen yang mengelola jasa layanan ini.

Tahun 1965, didirikan dua buah usaha milik Pemerintah, PN Pos & Giro, dan PN Telekomunikasi yang masing-masing bertindak sebagai penyelenggara jasa layanan pos dan telekomunikasi. Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi dipecah menjadi dua, yaitu Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi domestik maupun internasional dan PT INTI sebagai produsen perangkat telekomunikasi. Tahun 1980, usaha layanan telekomunikasi internasional diserahkan dari Perumtel ke Indosat. Kemudian pada tahun 1991 Pemerintah mengubah Perumtel menjadi Perusahaan

Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia. Sejak November 1995, Telkom berubah statusnya menjadi perusahaan publik. Pada tanggal 14 November 1995, secara resmi saham Telkom diperdagangkan di pasar bursa Jakarta dan Surabaya. Bahkan pada hari yang sama *American Depository Shares* (ADS) yang mewakili sejumlah saham Telkom yang juga resmi diperdagangkan di bursa New York dan London.

Menjelang peluncuran penawaran saham perdana ke masyarakat di tahun 1995, Telkom melakukan restrukturisasi seluruh kegiatan operasionalnya menjadi tujuh Divisi Regional yang masing-masing saat ini melayani jasa telekomunikasi berdasarkan wilayah yang ditentukan dan Divisi Network yang melayani jasa sambungan langsung jarak jauh dalam negeri melalui jaringan transmisi utama Telkom serta divisi penunjang lainnya. Ketujuh Divisi Regional tersebut secara geografis terbagi menjadi:

Divisi	Wilayah	Operator
I	Sumatera	Pramindo Ikat Nusantara
II	Jakarta dan sekitarnya	TELKOM
III	Jawa Barat	Aria West International
IV	Jawa Tengah	Mitra Global Telekomunikasi Intl.
V	Jawa Timur	TELKOM
VI	Kalimantan	Daya Mitra Malindo
VII	Indonesia Bagian Timur	Bukaka Singel International

Di bulan Oktober 1995, Telkom melakukan program Kerjasama Operasi (KSO) dengan lima perusahaan swasta untuk mengembangkan dan mengelola lima dari Divisi Regional Telkom, untuk dan atas nama Telkom. Setiap perusahaan tersebut merupakan konsorsium dari perusahaan swasta nasional bersama sedikitnya satu operator telekomunikasi internasional. Beberapa diantaranya adalah U.S. West International BV, France Cable et Radio SA, Telstra Global, Ltd, Nippon Telegraph and telephone Corporation, cable & Wireless Plc dan Singapore Telekommucation International Pte. Ltd.

Di tahun 1995, Telkom mengalihkan pengelolaan dan pengoperasian Divisi KSO kepada unit operasional yang dikelola oleh Mitra KSO hingga 31 Desember 2010. Selama tahun 1996 tersebut, Telkom tetap menjalankan operasi dan pengelolaan Divisi Jakarta dan Jawa Timur, sementara Unit KSO secara terpisah mengelola Divisi Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah, Kalimantan dan Indonesia Bagian Timur. Dari Mitra KSO, Telkom memperoleh pembayaran awal (Initial Payment) sebesar US\$ 105 juta dibulan November 1995, yang akan diamortisasi selama 15 tahun sebagai pembayaran hak pengelolaan investor terhadap Divisi KSO selama 15 tahun. Telkom juga memperoleh dua jenis pembayaran dari Unit KSO, yaitu Pendapatan Minimum Telkom (Minimum Telkom revenue) berupa pembayaran tetap perbulan dan pendapatan KSO yang harus dibagi (Distributable

Telkom Revenue) berupa 30% dari laba bersih yang masing-masing unit KSO, kecuali Divisi Indonesia Bagian Timur yang besarnya 35%.

Struktur KSO yang unik dirancang agar menguntungkan semua pihak yang terlibat, termasuk masyarakat Indonesia. Mitra KSO memperoleh keuntungan berupa pengembalian investasi dan masyarakat dapat menikmati keuntungan layanan yang berkualitas dan semakin luas, termasuk produk-produk yang inovatif. Dengan adanya berbagai operator telekomunikasi internasional yang beragam tentunya akan meningkatkan kemampuan finansial dan keahlian teknis setiap divisi untuk berkembang. Telkom juga yakin dapat mengembangkan dan mengelola Divisi Regional II Jakarta dan Divisi Regional V Jawa Timur serta Divisi Network.

Telkom merupakan penyelenggara utama jasa telekomunikasi domestik di Indonesia yang melayani jasa telepon lokal dan sambungan langsung jarak jauh dalam negeri sekitar 4,2 juta sambungan telepon hingga 31 Desember 1996. Telkom secara langsung bekerjasama dengan pihak lain juga memberi layanan telekomunikasi lainnya, seperti telepon, selular, komunikasi data dan sirkit sewa.

Sejak 1 Januari 1996, Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi secara eksklusif telah menunjuk Telkom sebagai penyedia jasa sambungan telepon tetap dan sambungan telepon lintas radio untuk jangka waktu minimal 15 tahun di seluruh Indonesia, termasuk yang disediakan oleh KSO. Telkom juga ditunjuk sebagai

satu-satunya penyelenggara jasa telekomunikasi jarak jauh untuk jangka waktu minimal 10 tahun.

Mulai tanggal 1 Januari 1997, Depparpostel mengumumkan perubahan-perubahan dibidang jasa layanan interkoneksi, seperti misalnya operator selular diperbolehkan mengoperasikan sendiri jaringan untuk sambungan telepon jarak jauh atau menyewa sambungan dari operator lain, termasuk Telkom untuk mengadakan jasa tersebut. Akibat adanya perubahan-perubahan dalam pengaturan layanan interkoneksi dan struktur tarif, kini Telkom berharap untuk siap menghadapi persaingan termasuk dibidang harga, dengan operator-operator seluler untuk penyediaan jasa sambungan jarak jauh. Sebagaimana tercatat dalam Undang-Undang no.3 tahun 1989 tentang telekomunikasi, Telkom ditunjuk sebagai badan penyelenggara yang bertindak sebagai pemegang kuasa finansial penyelenggara jasa-jasa dasar telekomunikasi di Indonesia. Maksud dari jasa-jasa tersebut adalah seluler, satelit, sewa sambungan serta layanan telepon local dan sambungan jarak jauh. Jasa-jasa bukan dasar adalah e-mail, penyerantaan (paging), dan pengiriman data elektronis. Ada tiga jenis usaha patungan terbesar dimana Telkom menjadi pemegang saham penyelenggara jasa seluler yaitu: (1) PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), dimana 42,7% sahamnya dimiliki Telkom, (2) PT Komselindo, dimana Telkom memegang 35% saham dan (3) PT Satelindo, dimana Telkom menguasai 22,5% saham. Selain itu juga

Telkom memegang saham-saham minoritas PT Metrosel, PT Telekomando, dan PT Mobisel, yang seluruhnya merupakan penyelenggara jasa telekomunikasi seluler.

Saat ini Telkom secara aktif untuk menyiapkan kemungkinan penyelenggaraan jasa dengan potensi pertumbuhan yang besar seperti PCN, televisi kabel dan layanan multi media lainnya. Telkom yakin bahwa rencana perluasan kabel optik akan meningkatkan kemampuan dan daya saing Telkom terhadap penyelenggaraan system alternatif lain dibidang multimedia.

3.1.1. Perkembangan Telkom Saat Ini

Telkom, Pemerintah dan Mitra KSO telah memilih alternatif dari 5 alternatif pemecahan KSO jangka panjang, yaitu pertama bahwa KSO tetap dilanjutkan sesuai kontrak awal dan MOU yang telah ditandatangani pada tanggal 5 Juni 1998, ditambah dengan kesepakatan baru untuk tambahan sambungan terpasang, yang kedua adalah membentuk perusahaan patungan dengan Telkom, yang ketiga membentuk perusahaan patungan dengan Indosat, keempat memberi lisensi bagi mitra KSO untuk menjadi operator baru dan yang kelima perjanjian KSO diakhiri lebih dini. Dalam perjanjian *cross shareholding* dengan PT Indosat tanggal 15 Februari 2001, Telkom akan menjual asset KSO IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada PT Indosat dengan nilai US\$ 375 juta.

Sementara itu Telkom dan PT Aria West International, yang kini mengoperasikan KSO di Divisi Regional Jawa Barat pada tanggal 11 September 2000 telah menandatangani kesepakatan Good Faith Interim Regional Solution Agreement sebagai suplemen dari perjanjian KSO. Kesepakatan tersebut antara lain memuat beberapa hal mengenai jaminan pelaksanaan biaya operasi, termasuk untuk mengatasi masalah komputer tahun 2000 (MKT 2000), studi kelayakan multimedia, serta pengangkatan General manager dan Deputy Manager untuk unit KSO Divisi Regional Jawa Barat.

Perseroan dan PT Bukaka Singtel mitra KSO IV kawasan Timur Indonesia cenderung untuk melanjutkan kontrak awal dengan beberapa penyesuaian yang menguntungkan kedua belah pihak. Untuk KSO PT Arie West International menawarkan kepada Telkom untuk membeli asset mitra di Divisi. Berkaitan dengan penawaran itu perseroan telah mengundang mitra untuk membahas lebih lanjut tentang pembelian asset tersebut.

Tanggal 15 Februari 2001, Telkom dan PT Indosat menandatangani Memorandum of Understanding (MOU) berkaitan dengan sejumlah transaksi senilai US\$ 1,5 Milyar, yang diharapkan akan mampu mengatasi masalah kepemilikan bersama antara PT telkom dan PT Indosat. MOU tersebut meliputi:

- Telkom akan membeli dari PT Indosat, 35% saham Telkomsel

Senilai 945 juta

- PT Indosat akan membeli dari Telkom 22,5% saham PT Satelindo senilai US\$ 186 juta, 37,66% saham PT Lintasarta senilai US\$ 38 juta dan asset KSO IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta senilai US\$ 375 juta. Dengan transaksi tersebut, perseroaan akan membayar PT Indosat sebesar US\$ 346 juta. Transaksi tersebut masih akan bergantung pada kondisi tertentu, termasuk regulasi dan persetujuan para pemegang saham minoritas

Untuk memperluas usahanya, Telkom membangun proyek bisnisnya, yaitu:

1. Proyek Bisnis Intelligent Network

Proyek ini dibangun dengan tujuan untuk menyediakan layanan berbasis Intelligent Network. Proyek tersebut menitikberatkan pada peningkatan kinerja jaringan yang telah ada.

2. Proyek Bisnis Voices Over Internet Protocol (VOIP)

Layanan ini merupakan pengembangan dari layanan Telkom dengan fasilitas untuk mentransmisikan panggilan telepon melalui internet protocol. Selain itu proyek ini juga menyediakan layanan seperti telepon hemat (Telkom Save), Clearing House dan layanan nilai tambah seperti Voice VPN, PC to Phone, Unified Messaging, Internet Call Waiting Virtual Personal Phone.

3. Proyek Bisnis "Business to Business" (B2B)

Layanan yang disediakan melalui proyek ini akan mencakup produk “I-trust” (Certification Authority), “I-settle” (Electronic Fulfillment), “I-manage” (Application Service Provider/APS dan Office Data center), dan “I-deal” (e-commerce Solution).

3.2. VISI DAN MISI TELKOM

Perubahan Visi Telkom dari “To Become and Landing Infocom Company In The Region” menjadi “To Become a Dominant Infocom Player In The Region” menunjukkan suatu tekad bahwa Telkom ingin menjadi penyelenggara jasa informasi dan komunikasi yang handal di level Regional.

Sedangkan Misi Telkom adalah memberikan layanan “One stop Infocom” dengan kualitas prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara yang terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif dan dengan business partner yang sinergi.

3.3. PERUBAHAN LINGKUNGAN BISNIS

Undang-Undang No.36 / 1999 tentang telekomunikasi efektif sejak tanggal 8 september 2000 telah menjadikan bisnis industri jasa telekomunikasi dalam era kompetisi ini mengizinkan BUMN, perusahaan dan koperasi untuk berpartisipasi penuh dalam bisnis. Pasar yang bersifat monopoli akan segera berakhir dan dalam waktu dekat ini

berbagai operator telekomunikasi akan meramaikan dunia usaha jasa telekomunikasi. Oleh sebab itu Telkom sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar diharapkan dapat terus bertahan dalam bisnis telekomunikasi yang semakin kompetitif.

3.4. PERUBAHAN BISNIS INFOKOM (Informasi komunikasi)

Penggerak utama terjadinya perubahan pada bisnis telekomunikasi antara lain adalah: Undang-Undang / Peraturan Pemerintah, Pengaruh globalisasi, Perkembangan teknologi dan jaringan telekomunikasi serta informasi, perubahan kebutuhan pelanggan, Teknologi dan praktek bisnis pada satu kawasan mempengaruhi bisnis di kawasan sekitarnya, kemudahan bagi investor untuk masuk dalam perluasan infrastruktur dan layanan. Tekanan kepada monopoli berubah total dalam gaya bisnisnya, Bisnis telekomunikasi sulit dijadikan sebagai bisnis yang terisolasi dalam suatu teritori negara, infrastruktur dan layanan, tekanan dari pengguna akhir jasa telekomunikasi yang menuntut nilai lebih (kualitas dan harga).

3.4.1. Kondisi Bisnis Infikom Di Indonesia

Adapun kondisi bisnis Infokom yang ada di Indonesia pada saat ini adalah sebagai berikut:

1. Perubahan regulasi, yaitu: Keputusan Menteri No 20-21 tentang penyelenggaraan jasa dan Net Work

2. Penyelenggara dibagi dua, Jaringan dibagi dua, yaitu: Tetap dan bergerak, Jasa dibagi tiga, yaitu: Dasar, Value Added Service dan Multimedia
3. Penyelenggara jasa dasar dilarang menyelenggarakan panggilan premium, kartu calling card, nomor telepon maya, store dan forward
4. Penyelenggara jaringan tetap local menyelenggarakan jasa telepon dasar dan sirkit sewa local
5. Penyelenggara jaringan wajib memisahkan komponen jaringan, menyediakan interkoneksi dengan prinsip *cost based*

3.5. BISNIS DAN KEBIJAKAN STRATEGI TELKOM

Perluasan dan pembaharuan jaringan Telkom yang sedang dilakukan akan menyediakan lebih dari tiga juta sambungan baru dalam 2 tahun mendatang serta akan meningkatkan jumlah pendapatan Telkom untuk setiap penambahan sambungan berbayarnya. Selain itu Telkom juga menetapkan kebijakan-kebijakan strategi yang diharapkan dapat membantu Telkom dalam rangka pencapaian visinya. Adapun strategi kebijakan Telkom tersebut antara lain:

a) Area Bisnis Telkom

Dalam hal ini area bisnis Telkom meliputi: Plain Ordinary telephone service (POTS), Enterprise Network, Mobile

Communication Services, Multimedia Internet dan Overseas Business (Internasional)

b) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia Telkom didasarkan pada hal-hal sebagai berikut, yaitu: berorientasi pada customer, penguasaan dalam teknologi informasi, inovatif, komunikasi, bekerja dalam tim serta mampu untuk melakukan pengembangan diri

c) Kebijakan Bisnis Telkom

Kebijakan bisnis yang diambil Telkom adalah untuk menjadikan Telkom sebagai operator telekomunikasi tingkat dunia

d) Kebijakan Investasi Telkom

Tujuan kebijakan ini diambil adalah untuk mendukung investasi Telkom serta untuk membangun sebuah jaringan bisnis baru

e) Menciptakan Sebuah "Pemerintahan" Perusahaan yang Baik

Kebijakan ini menyangkut transformasi dalam proses bisnis telkom yang bersifat akuntabilitas dan transparan

f) Menjadikan Perusahaan sebagai "Warga Negara" yang Baik

Kebijakan ini untuk menunjukkan bahwa Telkom peduli pada lingkungan sekitar dan memainkan peranan penting untuk mendukung pembangunan negara

3.6. POKOK-POKOK INTI STRATEGIS TELKOM

1. Memperluas dan memperbaharui jaringan

Berbagai rencana yang matang telah disiapkan untuk mempercepat pemasangan sambungan-sambungan baru, peningkatan pemanfaatan kapasitas, dan penyempurnaan jaringan secara keseluruhan.

2. Meningkatkan efisiensi secara keseluruhan

Seperti operator lainnya yang sedang memperluas jaringannya, memiliki tingkat pemanfaatan kapasitas yang relatif rendah dibanding operator lainnya di negara-negara maju. Sebagai upaya lain untuk mendukung target ini, Telkom melakukan perampingan manajemen, penggabungan operasional, dan mengefektifkan sistem manajemen pengendalian dan perencanaan.

3. Meningkatkan pemasaran dan kepuasan pelanggan

Untuk menarik pelanggan bisnis, Telkom memperkenalkan beragam insentif seperti pengurangan biaya pemasangan sambungan baru dan layanan perbaikan yang lebih cepat. Survei yang dilakukan secara periodik juga dilakukan sebagai bahan evaluasi untuk melihat tingkat kepedulian terhadap jenis jasa yang telah ada maupun yang baru

4. Menyiasati peluang-peluang bisnis masa depan

Telkom tetap pada komitmennya, yaitu melakukan digitalisasi jaringan, melakukan terobosan-terobosan baru dibidang pelayanan,

teknologi dan peluang bisnis di masa depan. Saat ini Telkom tengah berpartisipasi dalam “Nusantara 21”, suatu forum yang memiliki misi untuk menyiapkan sistem telekomunikasi super highway nasional yang mampu menampung berbagai media komunikasi

5. Meningkatkan pendapatan persambungan pelanggan

Sebagai konsekwensi dari upaya peningkatan kualitas layanan dan peningkatan jumlah satuan sambungan, Telkom telah bertekad untuk memilih peningkatan pendapatan persambungan dengan cara merangsang pelanggan, melalui pemberian layanan jasa nilai tambah maupun melalui program pemasaran atau harga khusus serta melalui pola kerjasama untuk menyediakan akses bagi layanan multimedia dan televisi kabel

3.7. PROGRAM T 21

Program ini merefleksikan visi dan tekad Telkom untuk meraih sukses operator dengan standar kelas dunia di tahun 2001. Program ini menyatukan lima langkah strategis, yaitu:

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Telkom telah meyiapkan program-pogram untuk memaksimalkan produktivitas dan meningkatkan keahlian karyawan untuk menyaring dan meyiapkan karyawan-karyawan kelas satu yang dapat diandalkan. Telkom juga telah menetapkan 125 pelanggan per karyawan untuk tahun 1998 dan 225 pelanggan per karyawan untuk

tahun 2001. Untuk dapat merealisasikan target ini, Telkom telah mengirimkan 1194 karyawan untuk mengikuti program studi di Universitas dalam maupun luar negeri, merekrut 717 karyawan lulusan SI di tahun 1996 dan akan tetap memprioritaskan untuk merekrut karyawan lulusan SI. Bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan telekomunikasi internasional, Telkom mengembangkan program pelatihan untuk meningkatkan keahlian manajemen dari 500 manajer puncak (top 500), termasuk studi ke luar negeri dan program pertukaran dimana para manajer dari luar negeri akan menularkan keahlian dan kemampuannya kepada para karyawan telkom.

2. Sistem Informasi

Telkom telah mengembangkan sistem informasi baru, yaitu menggantikan sistem informasi yang ada sekarang yang dirancang untuk mendukung agar mampu menjalankan fungsi bisnis Telkom sebagai operator telekomunikasi berstandar kelas dunia. Pada tahun 1996, Telkom memulai pengembangan ulang sistem penagihan nasional (BILNAS) dan sistem informasi pelanggan bekerja sama dengan France telecom. Telkom saat ini juga sedang mengevaluasi sistem informasi untuk mendukung kegiatan operasionalnya, seperti Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Akuntansi, Pembelian dan Administrasi serta menargetkan untuk menentukan pilihan perangkat lunak tahun 1997, selain itu juga Telkom merekayasa

ulang sistem prosedur bisnis agar sesuai dengan standar operator kelas dunia.

3. Manajemen dan Budaya perusahaan

Telkom terus berusaha untuk mengembangkan budaya perusahaan yang berorientasi kepada ketepatan layanan, kecepatan dan kepuasan pelanggan disegala bidang operasional.

4. Manajemen Akuntansi dan Keuangan

Strategi pendanaan jangka panjang juga dikembangkan Telkom untuk menjamin ketersediaan dana berbiaya murah untuk mendukung program investasi dan memperkuat mutu manajemen disetiap sistem baru.

5. Pelayanan dan Dukungan Teknologi

Telkom telah menentukan indikator-indikator terinci yang akan digunakan untuk mengukur keberhasilan-keberhasilan, seperti target waktu pelayan pemasangan baru, tingkat keberhasilan panggilan, tingkat gangguan, target realisasi layanan perbaikan dalam sehari, perbaikan sistem penagihan, pengendalian keluhan pelanggan serta peningkatan produktivitas karyawan secara keseluruhan. Telkom tengah melanjutkan upaya-upaya tersebut bersama Lucent Technology Inc. menyiapkan suatu net minder dan proyek-proyek pengembangan sistem manajemen jaringan terpadu guna meningkatkan kinerja jaringan serta menangkai kemungkinan peyalahgunaan pemakaian jasa telekomunikasi.

3.8. JASA DAN LAYANAN TELKOM

Konstruksi jaringan digital overlay di kota-kota tertentu berhasil meningkatkan pemakaian jasa layanan oleh segmen pelanggan bisnis industri yang merupakan pelanggan terbesar Telkom dan juga pendapatan terbesar persambungan. Jenis-jenis layanan Telkom tersebut antara lain:

1. Layanan Pelanggan Telkom

Pendapatan terbesar Telkom berasal dari jasa telepon lokal, sambungan langsung jarak jauh dalam negeri oleh pelanggan-pelanggan bisnis industri perumahan (termasuk lembaga-lembaga pemerintah) dan social (organisasi nirlaba). Secara umum, segmen pelanggan bisnis atau industri merupakan pemakai tertinggi, yaitu sebesar 22% dari total sambungan pelanggan, terbesar diantara pelanggan lainnya dalam jumlah produksi pulsa dan menyumbangkan pendapatan terbesar persambungan. Selain itu Telkom juga menerima pemasukan dari jasa interkoneksi dengan beberapa operator jaringan telekomunikasi lainnya, seperti jasa sambungan telepon internasional dan telepon seluler yang memanfaatkan jaringan Telkom. Telkom percaya bahwa pemakaian jaringan oleh pelanggan yang terus meningkat merupakan hasil dari meningkatnya mutu dan kapasitas yang tinggi yang dihubungkan dengan jalur-jalur bervolume tinggi serta konstruksi jaringan digital

overlay yang diperuntukkan bagi pelanggan bisnis atau industri di kota-kota besar, seperti Jakarta.

2. Layanan Telepon Seluler Bergerak

Melalui partisipasi langsung maupun tidak langsung serta pola bagi hasil, Telkom juga memperoleh pendapatan dari jasa telepon seluler bergerak melalui kepemilikan saham-sahamnya. Untuk bisnis GSM, Telkom membentuk usaha patungan melalui PT Telkomsel, anak perusahaan yang didirikan tahun 1995. Kemudian melalui tender internasional di bulan Februari 1996, Telkom bermitra bersama PT Telecom B Vof Netherland dan PT Setdeo Megasel asia menyuntikkan investasi senilai US\$ 537 juta ke Telkomsel. Tambahan modal dan sumbangan keahlian teknis yang diberikan, diharapkan mampu mempercepat pertumbuhan PT Telkomsel untuk melakukan penetrasi ke pasar GSM. Pertumbuhan pasar GSM terus meningkat akibat semakin naiknya standar hidup masyarakat dan semakin padatnya arus lalu lintas, khususnya di kota-kota besar. Dengan menurunnya tarif jasa penyambungan dan semakin murahnya harga urut telepon seluler, Telkom menyakini potensi pasar berbasis layanan telepon seluler akan terus tumbuh dan meningkatkan pendapatan Telkom secara langsung melalui pendapatan jasa interkoneksi, pendapatan sewa saluran dan secara tidak langsung melalui penyertaan sahamnya.

3. Jasa satelit

Telkom mengoperasikan sendiri satelit dan stasiun bisnis sebagai transmisi penunjang jaringan Telkom. Telkom juga memperoleh pemasukan dari jasa penyewaan transponder satelit maupun penyewaan stasiun bumi kepada pemakai di dalam maupun di luar negeri.

4. Layanan Petunjuk Telepon yang Terintegrasi

Call Center 108 dikembangkan sebagai layanan informasi petunjuk telepon terpadu. Layanan ini dimaksudkan untuk memadukan layanan nomor panggil 108 yang sudah ada, seperti buku petunjuk telepon, website dan CD ROM. Layanan ini dikemas berdasarkan database yang telah dikembangkan oleh PT Infomedia Nusantara (Infomedia), yaitu anak perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari 20 tahun dalam menyajikan buku petunjuk telepon Perseroan. Saat ini Perseroan memiliki 51% saham Infomedia.

5. Call Center

Call Center 147 memadukan layanan pelanggan yang sebelumnya terdiri dari beberapa nomor panggil, seperti: nomor panggil 100 (sambungan interlokal), 117 (gangguan telepon), dan 162 (pasang baru dan mutasi sambungan telepon). Layanan ini mencakup penjualan produk Telkom seperti permintaan pasang baru, fitur, jasa nilai tambah, sewa saluran, komunikasi data, permintaan penggunaan transponder satelit dan memperbanyak service points.

Call Center 147 juga menyediakan jasa layanan non penjualan, seperti informasi produk dari bilin, penanganan keluhan dan pengaduan, serta pengelolaan pembayaran.

6. Commercial Customer Care

Commercial Customer Care adalah salah satu bentuk produk Telkom yang disediakan untuk perusahaan-perusahaan yang bermaksud mengoperasikan Customer Care milik sendiri dan untuk memasarkan produk melalui Call Center miliknya. Perseroan mempertimbangkan bahwa kebutuhan Customer Care merupakan suatu peluang bisnis yang akan menghasilkan peningkatan pendapatan.

7. Pusyantel (Service Center)

Yaitu merupakan Pusat Layanan Telkom, berfungsi sebagai pusat layanan pelanggan dan juga sebagai sarana pemasaran produk Telkom. Pusat layanan ini menyediakan layanan satu pintu bagi pelanggan yang memberikan informasi layanan produk dan layanan kepada pelanggan dan pengunjung. Informasi disajikan, baik melalui layar peraga elektronik sebagai sarana demo produk dan layanan peraga berbentuk katalog.

8. Jasa Layanan Lainnya

Telkom juga menyediakan layanan jasa lain, termasuk USAT, ISDN, E-mail, dan kartu telepon. Layanan tersebut diberikan secara langsung maupun tidak langsung melalui perusahaan joint venture

dimana Telkom turut serta sebagai pemegang saham atau melalui pola bagi hasil. Secara aktif, Telkom terus berupaya mencari peluang-peluang lain agar dapat ikut serta memanfaatkan pertumbuhan pesat bidang layanan, seperti jaringan komunikasi pribadi, televisi kabel dan layanan multimedia lainnya. Untuk mendukung upaya tersebut, Telkom telah menanamkan investasi melalui pemasangan kabel serat optik guna meningkatkan kemampuan jaringannya sehingga dapat terus bersaing di tengah pasar multimedia yang dinamis.

