

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Praktek Kerja Lapangan**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat sekarang ini, membuat kita untuk lebih membuka diri dalam menerima perubahan-perubahan yang terjadi akibat kemajuan dan perkembangan tersebut.

Dalam masa persaingan yang sedemikian ketatnya sekarang ini, menyadari sumber daya manusia merupakan model utama dalam suatu usaha, maka kualitas tenaga kerja harus dikembangkan dengan baik. Jadi perusahaan atau instansi diharapkan memberikan kesempatan pada mahasiswa/i untuk lebih mengenal dunia kerja dengan cara menerima mahasiswa/i yang ingin mengadakan kegiatan praktek kerja lapangan.

Praktek kerja lapangan adalah penerapan seorang mahasiswa/i pada dunia kerja nyata yang sesungguhnya, yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan etika pekerjaan, serta untuk mendapatkan kesempatan dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang ada kaitannya dengan Manajemen Pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu strategi yang menghubungkan produsen dengan konsumen sehingga memudahkan produsen untuk

mencapai tujuannya, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan dari setiap perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa adalah menyampaikan hasil produksinya pada waktu yang tepat dan memperoleh keuntungan (laba).

Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan seharusnya dapat terus memperbaharui barang atau jasa yang dihasilkannya agar selalu berkembang menjadi lebih baik. Sehingga perusahaan terus melakukan inovasi dalam memproduksi barang atau jasa. Salah satu perusahaan atau badan usaha yang bergerak di bidang telekomunikasi adalah PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT. INTI.

PT. INTI adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang telekomunikasi yang selama lebih dari 3 dasawarsa berperan sebagai pemasok utama pembangunan jaringan telepon nasional yang diselenggarakan oleh PT Telkom Indonesia Tbk, PT Indosat, PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) dan PT XL Axiata.

PT INTI sendiri memiliki beberapa divisi, salah satunya adalah divisi Account Celco yang memiliki tugas khusus melayani PT. Indosat dan PT. XL . segala hal yang berhubungan dengan perusahaan Indosat dan XL , termasuk pemasaran dilakukan oleh Account Celco

Berdasarkan hal di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia Atau PT. INTI, Khususnya divisi Account Celco.

## **1.2. Ruang Lingkup Praktek Kerja Lapangan**

Ruang lingkup dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini dilakukan penulis di PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) , Penulis mencari data di bagian divisi Account Celco .Adapun Ruang Lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan Laporan PKL ini adalah:

## **1.3. Tujuan Dan Manfaat Praktek Kerja Lapangan**

Praktek Kerja Lapangan merupakan salah satu syarat yang harus dilaksanakan oleh setiap mahasiswa/i untuk menyelesaikan tugas yang telah ditetapkan pada akhir semester untuk mencapai gelar yang ingin dicapai.

### **1.3.1. . Tujuan**

Adapun tujuan PKL yang dilaksanakan oleh Mahasiswa Universitas BSI Bandung adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menambah wawasan dan melatih mahasiswa/i agar dapat menyesuaikan diri pada dunia kerja yang nyata.
- b. Sebagai salah satu syarat dan kewajiban mahasiswa/i yang akan menyelesaikan Pendidikan Starta 1
- c. Memperkenalkan pada mahasiswa/i cara kerja yang sesungguhnya.
- d. Untuk mengetahui situasi dan kondisi dunia kerja yang sebenarnya serta dapat melakukan pekerjaan dan dapat memecahkan masalah-masalah yang mungkin terjadi sehubungan dengan pekerjaan yang dilaksanakan.

- e. Agar mahasiswa memiliki pengalaman yang kelak menjadi bekal bila suatu saat nanti terpanggil mengabdikan dalam suatu perusahaan atau instansi tertentu.
- f. Untuk melatih mental mahasiswa untuk bersikap dewasa serta bertanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan maupun tugas yang diberikan.
- g. Untuk memperoleh peluang atau kesempatan kerja di perusahaan maupun instansi pemerintahan setelah menyelesaikan perkuliahan dari Universitas BSI Bandung.

### **1.3.2. Manfaat**

Selain mempunyai tujuan-tujuan, praktek kerja lapangan juga mempunyai manfaat-manfaat yang berguna bagi mahasiswa, antara lain :

- a. Lebih memberikan gambaran yang jelas pengaruh Manajemen Pemasaran dalam dunia kerja.
- b. Sebagai perbandingan antara teori yang telah didapat selama perkuliahan dengan kenyataan yang ada di dunia kerja.
- c. Dapat memperoleh kemudahan untuk memahami dan menekuni pekerjaan yang diberikan perusahaan.

Selain mempunyai manfaat-manfaat bagi mahasiswa juga mempunyai manfaat-manfaat bagi instansi, antara lain:

- a. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat perencanaan dan kebijaksanaan yang tepat dimasa yang akan datang dalam membantu meringankan tugas yang ada diperusahaan.

- b. Diharapkan dengan adanya praktek kerja lapangan ini, Universitas BSI Bandung dapat membina hubungan baik dan kerja sama dengan perusahaan lain dimana para mahasiswa/i melaksanakan praktek kerja lapangan.

#### **1.4. Metode Pengumpulan Data**

Secara umum dalam rangka pengumpulan data yang dilakukan penulis pada saat pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan adalah dengan menggunakan metode – metode berikut :

1. Metode Observasi

Dalam metode observasi ini penulis diberi kesempatan untuk melakukan dengan cara pengamatan langsung kepada Pembimbing PKL di PT. INTI

2. Wawancara

Yang berhubungan dengan objek Dalam wawancara ini penulis langsung menemui sumber informasi dan mengajukan pertanyaan tentang bagaimana proses kerja Bagian Account Celco di PT. INTI

#### **1.5. Lokasi Praktek Kerja Lapangan**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan laporan ini penulis melakukan penelitian di PT. INTI, Khususnya divisi Account Celco lantai 6 yang berlokasi di jalan Moch. Toha no 77 Bandung. Waktu penelitian di mulai dari tanggal 15 Juli 2014 – 15 September 2014.

## **BAB II**

### **SEJARAH PERUSAHAAN**

#### **2.1. sejarah singkat PT.INTI (persero)**

PT.INTI mulai dikenal sebagai pabrik perakitan pesawat telepon, radio transmisi di awal tahun 70-an. Kegiatan inovasi selalu mengandung komersialisasi di dalamnya. Kegiatan penguasaan teknologi tidak lagi dilakukan semata-mata untuk kepentingan penguasaan itu sendiri tetapi lebih untuk mendapatkan keunggulan komersil.

Dengan teknologi digital seluruh sistem telekomunikasi dari yang berbasis analog telah diganti menjadi sistem digital. Dengan (Sentral Telepon Digital Indonesia) dan STDI-K (STDI dengan kapasitas yang lebih kecil) PT. INTI (Persero) telah berhasil melakukan digitalisasi seluruh sistem telekomunikasi di Indonesia. Perjalanan panjang sejak tahun 1984 ketika era digitalisasi dimulai menjadikan PT.INTI (Persero) semakin berkembang.

PT. INTI (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada dibawah pengelolaan industri telekomunikasi sinergis (BPIS) yang bergerak dibidang peralatan telekomunikasi. PT. INTI (Persero) merupakan salah satu badan yang berdiri sendiri dengan status perusahaan perseroan yang menjelma dari kegiatan dengan perusahaan telekomunikasi. Sejak berdirinya hingga sekarang, telah banyak mengalami perubahan selama perkembangannya.

Selain itu sesuai dengan kebutuhan pengguna, PT. INTI (Persero) juga menyiapkan diri untuk menjadi penyedia solusi total infokom, termasuk mencari penyelesaian permasalahan pendanaan yang dihadapi konsumen. Berpusat di Bandung **dengan 695 orang karyawan tetap (posisi Maret 2009)**, PT. INTI (Indusrti Telekomunikasi Indonesia ) telah berkiprah dalam bisnis telekomunikasi selama 35 tahun. Pelanggan utama INTI antara lain adalah “*THE BIG FOUR*” operator telekomunikasi di Indonesia ; Telkom, Indosat, Telkomsel, dan XL

Berikut ini diuraikan tahapan perkembangannya sebagai berikut :

1. PT. INTI (Persero) Periode Sebelum Tahun 1945

Pada tahun 1962 didirikan laboratorium Pos, Telepon, dan Telegram (PTT) di Tegalega (sekarang di jalan Moch. Toh No. 77 Bandung) tiga tahun kemudian masih di tempat yang sama didirikan laboratorium radio beserta pusat perlengkapan radio yang dibutuhkan

2. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 1945-1960

Setelah Perang dunia selesai, laboratorium tersebut ditingkatkan kedudukannya menjadi laboratorium telekomunikasi yang mencakup bidang telekomunikasi , yaitu :

Telepon, radio, telegram, dan perangkat pendukung telekomunikasi lainnya.

### 3. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 1960-1969

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 240 tahun 1961, Jawatan Pos, Telepon, dan Telegrap (PTT) diubah status hukumnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan telekomunikasi (PN POSTEL). Dari PN POSTEL ini dengan PP NO. 300 tahun 1965 didirikan PN Telekomunikasi.

Pada tanggal 25 Mei 1966 PN Telekomunikasi bekerjasama dengan perusahaan asing, yaitu Siemens AG (perusahaan Jerman Barat) yang mana didalam pelaksana an kerjasamanya lebih banyak dikerjakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pos dan Telegraph (LPP POSTEL).

Pada tanggal 17 Februari 1968 dibentuk suatu bagian pabrik telepon dengan tugas tentunya membuat perangkat dan peralatan telekomunikasi , karena tuntutan tersebut maka didalam organisasi LPP POSTEL dikembangkan unit divisi “industri” yang kemudian terjadi perubahan kepada nama lembaga menjadi Lembaga Penelitian dan Pengembangan Industri Pos dan Telekomunikasi yang “ber-basis” pada pabrik telepon ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia yang diwakilkan kepada Sri Sultan Hamengkubowono IX yang pada saat itu menjabat sebagai Menteri Ekuin

### 4. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 1994-2000



Selama 20 tahun sejak berdiri, kegiatan utama PT. INTI (Persero) adalah murni manufaktur. Namun, dengan adanya perubahan dan perkembangan kebutuhan teknologi, regulasi dan pasar PT. INTI (Persero) mulai melakukan Transmisi ke bidang jasa engineering.

#### 5. PT. INTI (Persero) Periode Tahun 2005-skarang

Dari serangkaian tahapan restrukturisasi yang telah dilakukan PT. INTI (Persero) kini memantapkan langkah transformasi mendasar dari kompetisi berbasis manufaktur ke engineering solution. Hal ini akan membentuk PT. INTI (Persero) menjadi semakin adaptif terhadap kemajuan teknologi dan karakteristik serta perilaku pasar.

Dari pengalaman panjang PT. INTI (Persero) sebagai pendukung utama Penyediaan infrastruktur telekomunikasi nasional dan dengan kompetisi sumber daya manusia yang diarahkan sesuai proses transformasi tersebut, saat ini PT. INTI (Persero) bertekad untuk menjadi mitra terpercaya di bidang penyediaan jasa profesional dan solusi total yang fokus pada Infokom System dan Teknologi Integration (ISTI).



**Gambar 2.1 Logo Perusahaan**

Visi, Misi dan Tujuan PT. INTI (Persero)

Visi PT. INTI (Persero) Bandung antara lain :

INTI bertujuan menjadi pilihan pertama bagi para pelanggan untuk mentransformasikan “MIMPI” menjadi “ Realita” (To be the customer’ first choice in transforming DREAMS into REALITY)

Misi PT. INTI (Persero) Bandung antara lain :

- Fokus bsnis tertuju pada peningkatan jasa engineering yang sesuai dengan spesifikasi dan permintaan konsumen .
- Memaksimalkan Value (nilai) perusahaan dan mengupayakan growth (pertumbuhan) yang berkesinambungan .
- Berperan sebagai prime mover (penggerak utama) bangkitnya industri dalam negeri.

### Tujuan PT.INTI (Persero) Bandung

- Menjadi perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, ditinjau dari perspektif keuangan, pelanggan, proses internal, maupun organisasi dan SDM.
- Menjadi perusahaan yang memberikan kesejahteraan kepada karyawan.
- Memberikan nilai tinggi untuk produk dan jasa kepada pelanggan.
- Memberikan nilai kembali yang memadai atas saham
- Mencapai target berdasarkan ppraktek prinsip-prinsip tatakelola perusahaan yang baik.

## 2.2. Struktur Organisasi

### Pengertian struktur

Struktur adalah bagaimana bagian-bagian dari sesuatu berhubungan satu dengan lain atau bagaimana sesuatu tersebut disatukan.

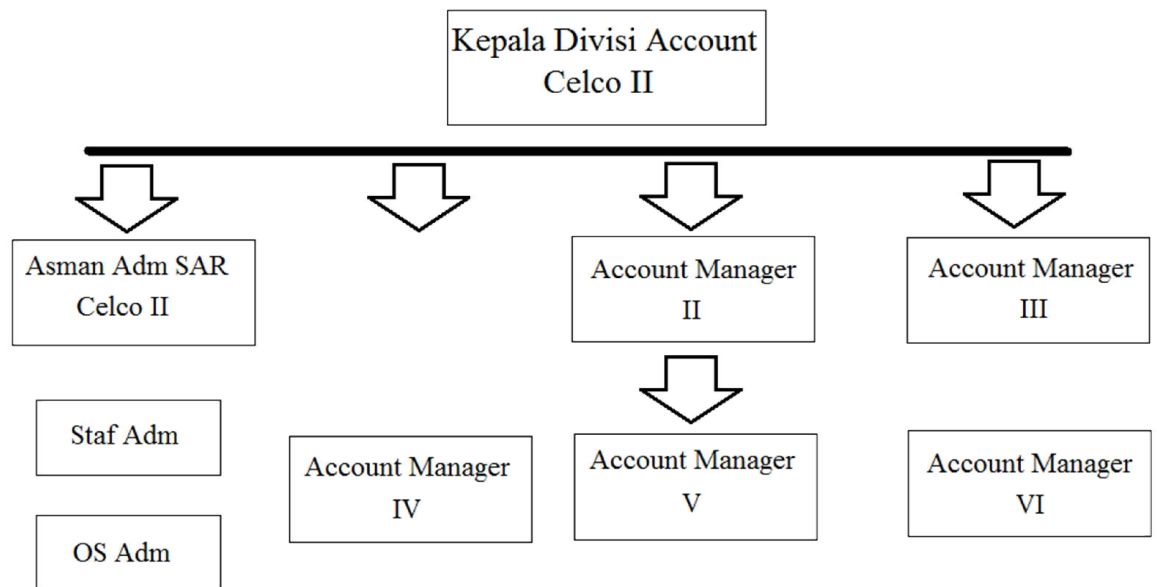
### Pengertian organisasi

Organisasi adalah pola hubungan-hubungan yang melalui mana orang-orang dibawah pengarahan manajer mengejar tujuan bersama.

### Pengertian Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan

Bentuk struktur organisasi yang digunakan pada PT. INTI (Persero) adalah struktur organisasi fungsional, namun secara bertahap perusahaan mulai mengorientasikan ke bentuk divisional sejalan dengan dibentuknya divisi-divisi.



Sumber : Perpustakaan Perusahaan

**Gambar 2.2**

### **Struktur Organisasi Divisi Account Celco II PT. INTI Bandung**

## **2.3. Deskripsi Jabatan**

### **1. Kepala Divisi Pemasaran**

Merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan kegiatan Account Celco II yang meliputi pengumpulan informasi pasar, analisa pasar, pemilihan target pasar, identifikasi pelanggan potensial, indentifikasi kebutuhan pelanggan. Pengembangan solusi kebutuhan pelanggan.

Negosiasi, penjualan serta membina kompetensi SDM di unitnya dan kegiatan lain yang berkaitan dengan bidang Account Celco II.

## 2. Asisten Manajer Pemasaran

Menyusun rencana, mengarahkan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pelaksanaan administrasi pemasaran guna mendukung kelancaran pelaksanaan fungsi pemasaran bagian account Celco II serta membina kompetensi SDM di unitnya.

## 3. Administrasi Pemasaran

Melaksanakan kegiatan administrasi pemasaran guna mendukung kelancaran pelaksanaan fungsi pemasaran bagi Account Celco II.

## 4. Account Manager

Menganalisa dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan serta menawarkan solusi kepada pelanggan melalui koordinasi dengan unit internal terkait dan pihak eksternal lainnya.

Ada enam Account manager pada divisi celco II

- a. Account manager I bertugas mengurus kegiatan tender dan memegang grup Indosat
- b. Account Manager II bertugas mengurus kegiatan tender dan memegang produk Nokia Siemens Network (NSN)
- c. Account Manager III bertugas sebagai sarana bagi pebisnis handphone merk IMO.

- d. Account Manager IV bertugas menangani/mengambil alih kendali apabila account Manager I berhalangan dalam kepengurusan.
- e. Accoun Manager V bertugas menangani / mengambil alih kendali apabila Account Mannager III berhalangan dalam kepengurusan.

#### **2.4. Aspek Kegiatan perusahaan**

PT.INTI (Persero) bergerak dalam bidang manufaktur dan assembling perangkat telekomunikasi, barang-barang elektronika serta pelayanan jasa instalasi.

Sebagian komponen difdatangkan dari luar negeri dalam bentuk Completely Knocked Down (KCD). Dimana komponennya adalah komponen impor yang selanjutnya dilakukan perakitan menjadi hasil selesai , dan semi Knokcked Down (SKD), dimana sebagian komponen impor dari negara yang sama.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut PT. INTI (Persero) bekerjasama dalam bidang teknik dengan beberapa perusahaan dari negara lain, diantaranya siemens AG (Jerman), Japan Radio Co. Ltd (Jepang) telah mampu memproduksi berbagai macam perangkat dan peralatan serta jasa telekomunikasi yang pemasarannya tidak hanya terbatas pada sektor pemerintah saja, namun juga melayani sektor umum dan swasta.

Dalam tahun mendatang, dimana tekanan persaingan global semakin kuat, PT. INTI (Persero) akan lebih memfokuskan pada kompeensi

bidang jasa *engineering*-nya dengan produk perangkat keras yang di *–out source* ke vendor global yang kompetitif.

Selain itu sesuai dengan kebutuhan pengguna , PT. INTI (Persero) juga menyiapkan diri untuk menjadi penyedia solusi total infokom, termasuk mencarikan penyelesaian permasalahan pendanaan yang dihadapi konsumen. Berpusat di Bandung dengan 695 orang karyawan tetap (pososo Maret 2009), PT. INTI (Industri Telekomunikasi Indonesia) telah berkiprah dalam bisnis telekomunikasi selama 35 tahun. Pelanggan utama INTI antara lain adalah “*THE BIG FOUR*” operator telekomunikasi di Indonesia ; Telkom, Indosat, Telkomsel, dan XL.

Sejak berkembangnya tren konvergensi antara teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi (IT), INTI telah melakukan perubahan orientasi bisnis dari yang semula berbasis *pure manufacture* menjadi sebuah industri yang berbasis solusi kesisteman , khususnya dalam bidang infokoam dan integrasi teknologi.

Memasuki tahun 2009, PT. INTI mulai mencari peluang-peluang bisnis dalam industri IT, termasuk kemungkinan untuk bergabung dalam usaha mewujudkan salah satu mimpi dan tantangan terbesar Indonesia saat ini, yaitu embuat komputer notbook murah. Ini adalah salah satu tantangan yang besar bagi INTI.

PT> INTI (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah pengelolaan industri telekomunikasi sinergis (BPIS) yang bergerak di bidang peralatan telekomunikasi. PT. INTI

(Persero) merupakan salah satu badan yang berdiri sendiri dengan status perusahaan perseoan yang menjelma dari kegiatan dengan perusahaan telekomunikasi.



## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK**

#### **3.1. Bidang Pelaksanaan Kerja Prektek pada divisi Celco II**

Bidang pelaksanaan kerja praktek berlangsung selama 8 minggu yang dimulai sejak tanggal 15 Juli – 15 September 2014 penulis ditempatkan pada divisi Celco II dengan dibimbing oleh Bapak Affandy Arifien.

Divisi Celco II dipilih sebagai fokus pelaksanaan program Kerja Praktek yang disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh penulis yaitu Manajemen Pemasaran.

#### **3.2. Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek pada Divisi Celco II**

Teknis pelaksanaan Kerja Praktek yang dilaksanakan penulis adalah dengan melakukan diskusi atau tanya jawab dengan pembimbing di perusahaan. Selain itu penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan untuk menulis Laporan Kuliah Kerja Praktek, yaitu :

1. Mencari data di perpustakaan.
2. Membantu pembimbing dalam pengetikan dan pengecekan email yang bersifat umum (tidak rahasia)

### **3.3. Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek**

#### **3.3.1. Gambaran Kegiatan Divisi Celco II PT. INTI (Persero) Bandung**

Divisi Celco II mencakup area bisnis dalam pemasaran meliputi : Indosat Infrastruktur, Indosat Engineering Services, Lintas Artha dan IM2, N2N dan Ericsson Maintenance, N2N dan Ericsson Infrastruktur. Adapun tugas utama divisi Celco II ini adalah sebagai perusahaan penyedia material dan layanan para perusahaan seperti Indosat, Telkom dan lain-lain.

Tugas utama dari divisi Celco II adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan pengadaan material kebutuhan barang dan jasa industri telekomunikasi menggunakan prinsip sesuai dengan keputusan direksi INTI No. KN 010/2006 yaitu :
  - a. Transparansi, harga perhitungan sendiri (HPS) diumumkan kepada para peserta tender dan penerapan *e-procurement*.
  - b. Konsisten dan wajar untuk mendapatkan harga, mutu dan proses terbaik.
  - c. Proses pengadaan yang efisien dan efektif dilaksanakan dengan memperhatikan kewajaran dan keamanan.
  - d. Proses pengadaan dilaksanakan secara jujur, adil tanpa ada diskriminasi.

2. Melakukan tender sebagai upaya mendapatkan konsumen.
3. Mengintensifkan usaha untuk meningkatkan penjualan pada bidang telekomunikasi, yang masih meruakan pendapatan utama perusahaan pada periode ini.
4. Melakukan usaha percepatan akan dilakkan di bidang IT (*Information Technology*).

Pada pelaksanaan Kerja Praktek penulis ditempatkan pada unit kerja PE yang di dalamnya terdapat beberapa divisi antara lain divisi Celco I, divisi Celco II dan PE (*Private Enterprise*) yang mencakup seluruh kegiatan pemasaran PT. INTI (Persero) Bandung.

Letak perbedaan ketiga divisi ini hanya pada perbedaan *client*, divisi Celco I memegang tim kastemer group Telkomsel dan, divisi Celco II memegang tim kastemer group Indosat dan XL , sedangkan divisi PE (*Private Enterprise*) berhubungan dengan BUMN misalnya dengan Pertamina, PLN.

PT. INTI (Persero) sebgai penyedia jasa layanan telekomunikasi harus dapat memberikan paket layanan yang menarik dan bekualitas yang baik bagi pelanggannya, sehingga pelanggan daoat merasakan bentuk pelayan dari jasa tersebut walaupun bersifat tidak berwujud (*intangible*). Maka itu perusahaan harus mengetahui persepsi pelanggan mereka pada umumnya agar dapat meningkatkan pelayanan sesuai dengan yangdiharapkan pelanggannya.

Sebagai wujud pelayanan PT. INTI (Persero) terhadap pelanggannya , pada divisi Celco II yang khusus menangani jalannya suatu tender juga berguna untuk menjalin kerja sama PT. INTI (Persero) dengan perusahaan-perusahaan yang dipegangnya..

### **3.3.2. Tahap-tahap Pelaksanaan Kegiatan Tender**

Sebagai tahap awal kontraktor untuk mendapatkan proyek adalah dengan mengikuti proses tender (penawaran), karena tanpa mengikuti tahapan ini kontraktor tidak akan bisa melakukan proses produksi. Menggaris bawahi mengenai tender, pengertian tender itu sendiri adalah tawaran untuk mengajukan harga, memborong pekerjaan, atau menyediakan barang yang diberikan oleh perusahaan swasta, perusahaan besar maupun lembaga pemerintah kepada perusahaan lain selain itu, tender merupakan sebuah tahapan yang harus dilalui oleh penyedia jasa konstruksi untuk dapat mengerjakan sebuah proyek. Di dalam proses tender, penyedia jasa konstruksi atau calon kontraktor mengajukan penawaran agar dapat memperoleh proyek tersebut.

Mengikuti tender adalah salah satu cara untuk mendapatkan kontrak bisnis dalam skala besar atau memperluas usaha. Banyak perusahaan yang secara teratur menyelenggarakan tender dan investasi pemerintah di media cetak agar siapapun dapat mengikutinya.

Faktor yang perlu diperhatikan kontraktor dalam keikutsertaan pada proses tender adalah penguasaan yang baik terhadap berbagai situasi dan kondisi lingkungan perusahaan (internal) dan pada proyek yang bersangkutan serta di lingkungan sosial masyarakat (eksternal). Faktor internal yang dimaksud diantaranya adalah kontraktor harus mampu menilai apakah faktor-faktor seperti keuntungan yang diperoleh, hasil pekerjaan dan cara pembayaran sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Seringkali terjadi masalah yang cukup sulit yaitu bisa mendapatkan pekerjaan, namun dengan harga yang tidak wajar (terlalu rendah) sehingga menimbulkan kesulitan pada internal perusahaan itu sendiri.

Di sisi lain jika kontraktor dalam kurun waktu tertentu tidak memperoleh pekerjaan akan menurunkan tingkat kualifikasi yang dimilikinya. Faktor eksternal antara lain adalah adanya para pesaing yang mendapatkan pekerjaan dengan tidak memperhitungkan keuntungan wajar yang akan diperoleh. Hal ini berpengaruh terhadap pendekatan yang harus diambil oleh kontraktor, apakah akan mengikuti arus atau sesuai dengan konsep profesional.

Keberadaan sumber daya pada perusahaan dalam membuat analisa yang tepat pada setiap kesempatan tender juga merupakan faktor yang perlu diperhatikan bagi kontraktor. Penguasaan terhadap peraturan yang berkaitan dengan segi hukum, administrasi maupun teknis perlu diperhatikan. Selain itu besarnya harga penawaran sangat berpengaruh terhadap keberhasilan untuk dapat menang dalam keikutsertaan tender.

Dalam menjaga kelangsungan perusahaan kontraktor dituntut untuk selalu mengikuti penawaran pekerjaan meskipun dalam jumlah penawaran yang harus dipertimbangkan cukup banyak. Dengan demikian perlu dilakukan kriteria pemilihan tender yang akan di ikuti agar suatu perusahaan dapat memutuskan apaah suatu proyek atau pekerjaan sesuai yang diharapkan oleh perusahaan tersebut. Secara umum, pertimbangan kriteria tender yang dilakukan perusahaan antara lain besar-kecilnya keuntungan, kecukupan modal, adanya pengalaman terkait dengan jenis pekerjaan dan jumlah kompetitor.

Disisi pengguna jasa, pengadaan tender sesuai ketentuan yang ada terdapat dua cara yaitu prakualifikasi dan pascakualifikasi. Prakualifikasi adalah proses penilaian kompetensi dan kemampuan usaha serta pemenuhan persyaratan tertentu lainnya dari penyedia jasa sebelum memasukan penawaran. Pascakualifikasi adalah proses penilaian kompetensi dan kemampuan usaha serta pemenuhan persyaratan tertentu lainnya dari penyedia jasa yang dilakukan setelah memasukan penawaran.

### **3.3.3. Proses Pelaksanaan Tender pada PT. INTI (Persero) Bandung**

Sebagai langkah awal dari proses jalannya tender, perusahaan yang mengadakan tender biasanya memberi pengumuman melalui media. Kemudian perusahaan yang tertarik akan mengajukan persyaratan mengikuti tender yang telah ditentukan oleh penyelenggara.

Jika perusahaan pernah mengikuti tender sebelumnya dan menorehkan prestasi maka akan dikualifikasi artinya perusahaan tersebut tidak harus mengajukan persyaratan lagi ketika ada tender yang baru.

Adapun proses pelaksanaan tender secara umum pada divisi Celco II PT. INTI (Persero) Bandung adalah sebagai berikut :

1. Sudah ada undangan untuk mengikuti tender .
2. Mengisi RKS
3. Mengikuti tender dengan harga yang sudah diminta lalu membuat SPH (Surat Pengajuan Harga).
4. Bila tender sudah dijalankan baru akan keluar PO untuk kemudian memulai pekerjaan secara normal.

Pada saat tender sudah berjalan maka pihak penyelenggara akan mengeluarkan surat-surat sebagai berikut :

1. BAPB (Berita Acara Penyerahan Barang).
2. BAUT (Berita Acara Ujian Terima)

3. BAST (Berita Acara Serah Terima) yang dilengkapi dengan invoice yang pada akhirnya pekerjaan ditandai dengan BAST.

Kegiatan tender telah deal account yaitu serah terima barang seperti rack untuk server, router dan untuk jaringan, kabel. Kemudian *aanwijzing* atau pemaparan tentang IBC (In Building Coverage) yaitu tentang penguatan tender.

Account-account ini bertugas untuk mengelola semua bentuk permintaan (spesifikasi) produk/jasa yang diinginkan oleh customer (perusahaan provider seluler) yang ada di Indonesia. Namun untuk menarik minat dari customer tidaklah mudah, mengingat sekarang telah banyak perusahaan-perusahaan pesaing di Indonesia yang menangani bidang yang sama dalam telekomunikasi. Maka dari itu, PT. INTI mempercayakan seluruh SDM yang terlibat dalam memenangkan pelelangan tender yang diselenggarakan oleh masing-masing provider telekomunikasi tersebut.

Proses tender adalah yang penuh persaingan sehingga amatlah penting bagi perusahaan untuk mencantumkan penawaran yang kompetitif di dalam proposal yang akan diajukan. Mengajukan penawaran melalui tender tidak memberikan jaminan keberhasilan dalam bentuk apa pun. Yang terpenting adalah persiapan proposal yang matang.



Agar dapat memenangkan tender, tim-tim telah menyiapkan strategi-strategi pasar untuk menarik minat customer sehingga customer lebih tertarik dengan layanan yang disediakan . seperti strategi harga, kualitas produk, kualitas layanan dan cara promosi

Namun dengan demikian proses tender juga sangat tergantung dari persiapan pelaksanaan yang baik pula. Pemikiran yang matang serta mampu menkolaborasikan antara proses pelaksanaan tender dengan manajemen yang baik akan memudahkan tender terlaksana dengan sempurna. Proses tender mengandung sistem manajemen pemasaran yang mana di dalam proses tersebut, pelaksanaan tender berjalan sesuai dengan rancangan, rencana, segmentasi, arget pasar yang sudah di atur dalam menejemen guna mengsucceskan pelaksanaan tender.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

PT. INTI adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang telekomunikasi yang selama lebih dari 3 dasawarsa berperan sebagai pemasok utama pembangunan jaringan telepon nasional yang diselenggarakan oleh PT Telkom Indonesia Tbk, PT Indosat, PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) dan PT XL Axiata yang memiliki beberapa divisi, salah satunya adalah divisi Account Celco yang memiliki tugas khusus melayani PT. Indosat dan PT. XL . segala hal yang berhubungan dengan perusahaan Indosat dan XL , termasuk pemasaran dilakukan oleh Account Celco yang memiliki Tugas utama yaitu :

1. Menyediakan pengadaan material kebutuhan barang dan jasa industri telekomunikasi menggunakan prinsip sesuai dengan keputusan
2. Melakukan tender sebagai upaya mendapatkan konsumen.
3. Mengintensifkan usaha untuk meningkatkan penjualan pada bidang telekomunikasi, yang masih meruakan pendapatan utama perusahaan pada periode ini.
4. Melakukan usaha percepatan akan dilakkan di bidang IT (*Information Technology*).

Proses tender adalah yang penuh persaingan sehingga amatlah penting bagi perusahaan untuk mencantumkan penawaran yang kompetitif di dalam proposal yang akan diajukan. Mengajukan

penawaran melalui tender tidak memberikan jaminan keberhasilan dalam bentuk apa pun. Yang terpenting adalah persiapan proposal yang matang dan agar dapat memenangkan tender, tim-tim Account celco ini telah menyiapkan strategi-strategi pasar untuk menarik minat customer sehingga customer lebih tertarik dengan layanan yang disediakan . seperti strategi harga, kualitas produk, kualitas layanan dan cara promosi

## **SARAN**

Dari Uraian-uraian diatas, saran yang dapat diberikan adalah agar Divisi Account Celco dapat terus berinovasi dalam melakukan jasa pemasangan jaringan-jaringan telekomunikasi tersebut, sehingga Telekomunikasi di Indoneia dapat Terus Berkembang menjadi lebih baik

## **DAFTAR PUSTAKA**

<http://www.inti.co.id/>