

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Latar Belakang Perusahaan

PT Infomedia Nusantara adalah perusahaan penyedia jasa dibidang informasi. Perusahaan ini adalah anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia. PT Infomedia Nusantara mengkhususkan diri dengan penyediaan jasa dalam bidang media penerbitan dan iklan, serta menjadi saluran informasi bagi pelanggan telepon Telkom.

Dapat dikatakan bahwa PT Infomedia Nusantara merupakan perusahaan penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Perusahaan ini menerbitkan Buku Petunjuk Telepon Telkom Yellow Pages. Saat ini PT Infomedia Nusantara terus melakukan inovasi dan terobosan-terobosan dalam berbisnis dengan mengembangkan tiga layanan utamanya yaitu, Layanan Direktori, Layanan Contact Center, dan Layanan Content menjadi Layanan Contact Center & Outsourcing serta Layanan Digital Media & Rich Content (DMRC). Layanan Contact Center & Outsourcing adalah layanan *outsourcing* untuk memberikan solusi dalam penanganan manajemen hubungan pelanggan dan seluruh bisnis perusahaan *outsourcing*, termasuk diantaranya adalah IT Services, HR Services, dan Back Offices Services. Sedangkan Layanan Digital Media & Rich Content (DMRC) merupakan layanan informasi berbasis direktori yang dapat diakses melalui berbagai akses media seperti *printed, online, mobile* dengan cara cepat dan akurat.

4.2 Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT Infomedia Nusantara merupakan perusahaan penyedia jasa layanan informasi pertama di Indonesia. PT Infomedia Nusantara ini memulai awal perjalanannya pada tahun 1975. PT Infomedia Nusantara telah menerbitkan Buku Petunjuk Telepon Telkom Yellow Pages di bawah sub divisi Elnusa GTDI dari anak perusahaan Pertamina. Perkembangan selanjutnya tercatat bahwa PT Infomedia Nusantara ini semula bernama PT Elnusa Yellow Pages yang berdiri pada tanggal 20 Juni 1984. Kemudian pada tahun 1995 berubah nama menjadi PT Infomedia Nusantara pada saat PT Telkom Tbk menanamkan investasi.

Untuk mendukung implementasi Good Corporate Governance dalam setiap aspek kegiatan perusahaan, PT Infomedia Nusantara telah mengeluarkan kebijakan pedoman tata kelola perusahaan di tahun 2008. Pada tanggal 30 Juni 2009 PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) melalui PT Multimedia Nusantara (Metra), anak perusahaan yang 99,99% milik Telkom (selanjutnya disebut TelkomGroup) telah menandatangani Shares Sales & Purchase Agreement (SPA) untuk membeli 49% saham PT Infomedia Nusantara milik PT Elnusa Tbk, sehingga saat ini 100% saham PT Infomedia Nusantara secara resmi dimiliki oleh Telkom Group.

Saat ini PT Infomedia Nusantara telah melaksanakan transformasi bisnis dari 3 Pilar Bisnis (Layanan Direktori, Layanan Contact Center dan Layanan Konten) menjadi Layanan Contact Center & Outsourcing dan Layanan Digital Media & Rich Content (DMRC).

Hal itu dilakukan agar menyesuaikan dengan visinya, yaitu menjadi penyedia layanan informasi terintegrasi dan solusi media digital yang utama di kawasan regional, serta berkomitmen untuk senantiasa memberikan layanan terbaik bagi pengguna dan pelanggan,

Layanan Contact Center & Outsourcing Infomedia merupakan layanan *outsourcing* seluruh proses bisnis perusahaan yang meliputi Contact Center Services, HR Services, IT Services dan Back Office Services. Sedangkan DMRC Infomedia adalah layanan informasi berbasis direktori yang dapat diakses melalui berbagai media, misalnya *printed* (Yellow Pages, WhitePages & Direktori Khusus dan Media Komunitas), *mobile* (*mobile application*, SMS Broadcast, QR Code, Layanan 108, My Mobile Directory 108, m.yellowpages.co.id) dan *online* (*online ads, e-commerce, membership, online game, web development*).

Keseluruhan produk dan layanan PT Infomedia Nusantara merupakan komitmen perusahaan dalam memberikan solusi layanan informasi dan komunikasi yang prima bagi pelanggan dan masyarakat di Indonesia.

4.3 Visi dan Misi Perusahaan

4.3.1 Visi

Menjadi pemain utama dalam layanan informasi di kawasan regional.

4.3.2 Misi

Menjadi panutan dalam menciptakan nilai bagi *stakeholder*, dengan menyediakan layanan berikut ini: Business Process Outsourcing, Knowledge Process Outsourcing, and Integrated Marketing Communication.

4.3.3 Commitment

- Untuk Pelanggan:

Memberikan produk dan layanan yang terbaik dan berkualitas dengan menjadi penghubung antar pelanggan dan dunia melalui jasa layanan terdepan dalam hal informasi dan komunikasi.

- Untuk Pekerja:

Memberikan kesempatan untuk belajar, bertumbuh dan memiliki masa depan yang lebih baik.

- Untuk Pemegang Saham:

Menyediakan kesempatan untuk pertumbuhan nilai.

- Untuk Masyarakat :

Menjadi mitra lingkungan yang baik dan menjunjung nilai moral.

4.3.4 Tata Nilai

- *Customer First:*

Selalu mengutamakan pelanggan internal maupun eksternal.

- Mendahulukan kepentingan pelanggan setiap waktu secara bijak.
- Memberikan yang terbaik untuk keinginan pelanggan.
- Meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.

- *Collaborative Innovation:*

Bekerjasama dalam meningkatkan dan mengembangkan proses dari hasil kerja guna memberi nilai tambah bagi perusahaan.

- Mendayagunakan semua sumber daya yang ada dalam hubungan kerjasama yang saling percaya.
- Secara terus menerus meningkatkan dan mengimplementasikan pengetahuan ke dalam lingkup kerjanya.
- Memberikan nilai tambah pada setiap proses kerja.

- *Co-Creation of win - win partnership:*

Meningkatkan kualitas relasi dengan mitra kerja untuk mencapai sasaran bersama.

- Memahami peran dan tanggung jawab sebagai anggota organisasi.

- Menjalin koordinasi kerja secara efektif.
- Merumuskan sasaran bersama.

- *Caring Meritocracy:*

Memberikan penghargaan sesuai dengan kinerja dan perilaku yang bersangkutan.

- Mengembangkan diri secara positif.
- Memberikan penghargaan dan perhatian individual.
- Memberikan penghargaan sesuai kinerja

- *Commitment to Long Term:*

Kemampuan dan kemauan menyelaraskan perilaku untuk mendukung keberlangsungan bisnis.

- Menunjukkan tanggung jawab terhadap pekerjaan untuk menjaga keberlangsungan bisnis perusahaan.
- Mendukung pencapaian target perusahaan
- Menyelaraskan perilaku dengan tata kelola kebijakan perusahaan.