

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. SEJARAH PERUSAHAAN

Berdasarkan laporan tahunan XL tahun 2015, Dengan pengalaman lebih dari 17 tahun beroperasi di pasar Indonesia, PT XL Axiata Tbk merupakan salah satu penyedia layanan seluler terkemuka di Indonesia. Saat ini, XL dipandang sebagai salah satu penyedia layanan seluler untuk Data dan Telepon terkemuka di Indonesia. XL memulai usaha sebagai perusahaan dagang dan jasa umum pada tanggal 6 Oktober 1989 dengan nama PT Grahametropolitan Lestari. Pada tahun 1996, XL memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM. Dengan demikian, XL menjadi perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon seluler.

Di kemudian hari, melalui perjanjian kerjasama dengan Grup Rajawali dan tiga *investor* asing (NYNEX, AIF dan Mitsui), nama Perseroan diubah menjadi PT Excelcomindo Pratama. Pada September 2005 XL melakukan Penawaran Saham Perdana (IPO) dan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) yang sekarang dikenal sebagai Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada saat itu, XL merupakan anak perusahaan Indocel Holding Sdn. Bhd., yang sekarang dikenal sebagai Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd., yang seluruh sahamnya dimiliki oleh TM International Sdn. Bhd.

melalui TM International (L) Limited. Pada tahun 2009, TMI berganti nama menjadi Axiata Group Berhad (Axiata) dan di tahun yang sama PT Excelcomindo Pratama Tbk berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk untuk kepentingan sinergi.

pada tahun 1996 XL Memperoleh izin selular sistem GSM 900 dan resmi beroperasi secara komersial dengan fokus di area Jakarta, Bandung dan Surabaya. Mendapatkan alokasi spektrum DCS 1800 dan menyelesaikan pembangunan jaringan utama serat optik. Menghadirkan layanan *m-banking and m-fun*. Di tahun 2005 XL Menjadi anak perusahaan TM Group dan melakukan Penawaran Umum Perdana Saham sebanyak 1.427.500.000 lembar saham serta terdaftar di Bursa Efek Indonesia (d/h Bursa Efek Jakarta) dengan kode saham EXCL dan kemudian menghadirkan layanan XL 3G yang “Pertama Terluas dan Tercepat.

XL Menjadi pelopor dalam penerapan tarif Rp1 per detik di tahun 2007, dan kemudian ETISALAT menjadi pemegang saham XL. ETISALAT adalah perusahaan telekomunikasi terbesar kedua di Timur Tengah. Memulai konsolidasi *brand* menjadi “prabayar XL” dan “pascabayar XL. Dan di tahun 2008 TM Group mengumumkan penyelesaian proses *demerger*, menghasilkan dua entitas yang terpisah, yaitu Telekom Malaysia Berhad (“TM”) dan TM International Berhad (sekarang berganti nama menjadi Axiata Group Berhad/”Axiata”), dimana Indocel Holding Sdn. Bhd. Secara tidak langsung merupakan anak perusahaan Axiata melalui TM International (L) Limited.

Axiata mengakuisisi seluruh kepemilikan saham XL yang dimiliki oleh Khazanah Nasional Berhad, sehingga kepemilikan Indocel Holding Sdn. Bhd. menjadi 83,8%.

Di tahun 2011 XL melaksanakan Transformasi secara keseluruhan dalam strategi usaha untuk menekuni usaha masa depan di segmen layanan Data dan menjamin kesinambungan pertumbuhan jangka panjangnya. XL mengubah fokus pemasaran yang semula menekankan harga terjangkau dengan memperkenalkan moto baru, XLangkah Lebih Maju, yang mana posisi XL sebagai daya tarik bagi konsumen telekomunikasi menjadi meningkat dan lebih berkualitas untuk semua layanan termasuk layanan Data. salah satu pemegang saham utama di XL, mendivestasikan 9,1% kepemilikan sahamnya di XL melalui penawaran saham pada *investor* institusi. Hal ini menyebabkan meningkatnya porsi kepemilikan saham publik di XL dari 20,2% menjadi 33,5%. XL terus berfokus pada bisnis komunikasi Data dan berinvestasi pada infrastruktur jaringan secara komprehensif, termasuk menggelar lebih dari 11.000 BTS baru.

Di tahun 2013 XL menjadi salah satu dari dua operator selular yang memenangkan seleksi tender tambahan kanal frekuensi *seluler* generasi ketiga (3G) pada Pita Frekuensi Radio 2.1 GHz. XL membuktikan bahwa secara teknis XL siap mengadopsi teknologi 4G LTE (*Long Term Evolution*). Momentum Konferensi Tingkat Tinggi *Asia Pacific Economic Cooperation* (KTT APEC) di bulan Oktober menjadi kesempatan XL untuk menguji sejauh

mana mampu menghadirkan layanan dengan jaringan masa depan 4G LTE. XL dan Saudi *Telecom Company* (STC) dan *Teleglobal Investment B.V* (Teleglobal) yang merupakan anak perusahaan STC menandatangani Perjanjian Jual Beli Bersyarat (*Conditional Sales and Purchase Agreement-CSPA*) untuk mengakuisisi PT AXIS Telekom Indonesia (AXIS).

Setelah memperoleh persetujuan dari instansi terkait, XL menyelesaikan pengambil-alihan AXIS pada bulan Maret di tahun 2014 dilanjutkan dengan penyelesaian penggabungan usaha pada bulan April. XL menandatangani Perjanjian Pembelian Aset (*Asset Purchase Agreement* atau “APA”) dengan PT Solusi Tunas Pratama Tbk. (“STP”), selaku pemenang tender penjualan 3.500 menara yang diselenggarakan XL, dengan nilai transaksi sebesar Rp5,6 Triliun. Bersamaan dengan itu, XL dan STP juga menandatangani Perjanjian Induk Sewa Menara dimana XL telah setuju untuk menyewa kembali menara yang telah dijual kepada STP untuk jangka waktu 10 tahun. Menjawab kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet berkecepatan tinggi, XL meluncurkan uji coba real mobile 4G-LTE (*Long Term Evolution*). Layanan internet kecepatan tinggi XL hingga 100 Mbps ini didukung oleh *Huawei* dan *Ericsson*. XL melakukan penggantian logo dengan konsep *logo peel off* yang maknanya mengupas, menunjukkan komitmen XL untuk menghilangkan hambatan atau membuka akses menuju kesempatan baru untuk mengembangkan potensi yang dimiliki pelanggan secara maksimal.

Dan pada tahun 2015 XL melakukan transformasi bisnis yang dijalankan melalui implementasi strategi 3R sejak awal tahun 2015. Strategi 3R ini meliputi “*Revamp, Rise-up the value ladder & Reinvent*”. *Revamp*, mengubah model bisnis pencapaian jumlah pelanggan (dari ‘*volume*’ ke ‘*value*’) dan strategi bisnis untuk meningkatkan profitabilitas produk. *Rise-up the value ladder*, meningkatkan nilai *brand* XL melalui strategi *dual-brand* dengan AXIS guna menyasar segmen pasar yang berbeda. *Reinvent*, akan membangun dan menumbuhkan berbagai inovasi-inovasi bisnis. Merek produk layanan seluler AXIS kembali hadir dengan wajah baru pasca merger dengan XL. Kini AXIS menawarkan gaya hidup baru dalam menggunakan layanan telekomunikasi melalui penyediaan layanan yang simpel, terutama untuk menelpon, *SMS*, dan Data/Internet sesuai kebutuhan dengan tarif irit. XL meluncurkan jasa LTE pada frekuensi 1.800 MHz bandwidth. Jangkauan LTE XL mencapai 35 kota di seluruh Indonesia. XL berhasil menyelesaikan penawaran tahap pertama Sukuk Ijarah sebesar Rp1,5 triliun, sebagai bagian dari program Sukuk Ijarah sebesar Rp5 triliun, dan merupakan penawaran korporasi terbesar. Transaksi ini memberikan pencapaian yang signifikan dari *investor*, sehingga *oversubscribed* 1,56 kali dari besarnya penawaran (sumber: Laporan tahunan XL tahun 2015).

B. PROFIL PERUSAHAAN

1. Transformasi

Teknologi berada dalam fase percepatan yang terus mendorong kita pada era *digital global*. Perubahan demi perubahan mutlak dilakukan agar kami tetap berada dalam momentum adaptasi yang terfokus pada masa depan. Menjadikan layanan dan kultur data sebagai pondasi organisasi untuk pengembangan struktur bisnis yang kuat.

2. Aliansi

Sebagai penyedia teknologi seluler, kami perlu cepat beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dan penggunaan teknologinya. Dengan semangat ini, keikutsertaan dalam aliansi dan berbagai kerja sama perlu dijalin agar kami dapat menghadirkan layanan yang terbaik. Berdiri sejak Juni 2014, *Qorus Mobile Alliance* adalah wadah bagi berbagai operator seluler terkemuka di dunia untuk berkolaborasi dalam industri telekomunikasi dan digital untuk meningkatkan produk serta layanan yang diberikan kepada konsumen. Saat ini, *Mobile Alliance* telah memiliki lebih dari 300 juta pelanggan yang tergabung dari seluruh anggota aliansi

3. Strategi

Kami telah mengidentifikasi dan menyadari bahwa Indonesia sedang menuju ke gaya hidup digital. Sebagai upaya untuk berada pada ujung tombak perkembangan ini dan melalui kekuatan kami dalam pelaksanaan, XL terus melancarkan inisiatif transformasi yang fokus pada peralihan ke Data,

peningkatan kualitas layanan, mengintensifkan program untuk meningkatkan retensi pelanggan, dan memperkuat brand positioning. Semua ini ditujukan untuk menyediakan suatu pengalaman digital yang lengkap, menyenangkan dan nyaman bagi pelanggan kami. Dengan perubahan yang terus menerus dalam perilaku konsumen menuju gaya hidup digital dimana Data adalah bagian tak terpisahkan, XL berada pada posisi yang sangat baik untuk memenuhi tuntutan tersebut.

Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi seluler terkemuka di Indonesia, melalui jangkauan jaringan dan layanan yang luas di seluruh Indonesia, XL menyediakan layanan bagi pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis untuk pelanggan korporat. Layanan-layanan ini meliputi Data, *Voice*, *SMS*, dan layanan bernilai tambah telekomunikasi seluler lainnya. XL mengoperasikan jaringan pada teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT-2000/3G. XL juga memegang Izin Penyelenggaraan Jasa Penyediaan Konten, Izin Penyelenggaraan Jasa Akses Internet (ISP), Izin Penyelenggaraan Jasa Interkoneksi Internet (NAP), Izin Penyelenggaraan Jasa Internet Teleponi untuk Keperluan Publik (VoIP), Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup (*Closed Fixed Network/Leased Line*) serta Izin Penyelenggaraan Penyelenggaraan Jasa Pengiriman Uang dan Izin Penerbit *E-Money* dari Bank Indonesia yang memungkinkan XL untuk dapat menyediakan jasa pengiriman uang kepada pelanggannya

PT XL Axiata Tbk adalah sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia yang merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon seluler di Indonesia. XL Axiata menyediakan layanan seluler dengan jaringan yang luas dan berkualitas di seluruh Indonesia, dan merupakan satu satunya operator yang memiliki jaringan *fiber optic* yang luas.

Mulai beroperasi secara komersial sejak 8 Oktober 1996, XL Axiata menjadi yang terbaik di wilayah Asia, dan dimiliki secara mayoritas oleh Axiata Group Berhad dengan saham sebesar 66,43% dan selebihnya menjadi milik publik dengan saham sebesar 33,57%. Sekalipun dihadapkan dengan kondisi perekonomian yang penuh tantangan, XL tetap merealisasikan program strategis untuk menyesuaikan dan meningkatkan kompetensi yang dimiliki guna menangkap peluang pertumbuhan masa depan serta mendukung pembangunan ekonomi nasional. XL dengan langkah transformasinya, terus berkomitmen untuk para pelanggan berkomunikasi di dunia digital, menikmati transfer data berkualitas didukung jaringan yang handal. XL bertekad “Menjadi yang terdepan dalam memberikan pengalaman menggunakan mobile internet yang mudah dengan harga yang sangat terjangkau untuk masyarakat Indonesia dimana *Brand XL* memiliki daya tarik yang kuat untuk anak muda”. (*sumber: Laporan Tahunan XL tahun 2015*)

C. XL CENTRAL REGION YOGYAKARTA

XL terus berupaya menjadi yang terdepan dalam kenyamanan bagi pelanggannya dengan menghadirkan jaringan terbaik dan kantor pelayanan yang mudah dikunjungi. Hal tersebut diwujudkan dengan dibukanya XL Center Yogyakarta. Untuk memudahkan pelayanan, saat ini XL Center tersebar di beberapa titik strategis di Yogyakarta yaitu: XL Mangkubumi, XL Center klaten, XL Center Slamet Riyadi Solo, XL Center Magelang, XL Center kebumen, XL Center Bunyamin Purwokerto dan XL Center Wonogiri. Pada tanggal 10 Maret 2015 juru sita Pengadilan Negeri Yogyakarta telah melakukan eksekusi atas Grha XL Mangkubumi, dan XL Center Yogyakarta dipindahkan ke lokasi gedung Puri VADS, Jl. Adisucipto No 163 Yogyakarta, namun XL memastikan layanan kepada pelanggan tidak akan terganggu karena melihat jumlah pelanggan XL di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebesar 5,5 juta pelanggan, dan 2 juta pelanggan di antaranya adalah pelanggan yang berada di kota Yogyakarta yang terlayani oleh lebih dari 1.000 BTS XL yang tersebar di seluruh wilayah DIY. Pelayanan pelanggan tetap menjadi prioritas bagi XL Center Yogyakarta, di XL Center yang baru XL siap melayani pelanggan dengan tenaga profesional yaitu 4 *Duty Leader* dan 16 *Customer Service* yang akan membantu menangani permasalahan pelanggan saat datang ke XL Center Yogyakarta (*sumber: Dokumen resmi XL Center Yogyakarta Tahun 2016*)

D. VISI, MISI DAN BUDAYA KORPORAT

1. Visi

Menjadi yang terdepan dalam memberikan pengalaman menggunakan mobile internet yang mudah dengan harga yang lebih murah untuk masyarakat Indonesia dimana *brand* XL memiliki daya tarik yang kuat untuk anak muda.

2. Misi

Membuat hidup yang bermakna bagi masyarakat Indonesia melalui kemudahan koneksi digital.

3. Budaya Korporat

Empat nilai utama XL yang disingkat sebagai “ITS XL” terdiri dari:

- a. *Uncompromising Integrity*, Memiliki standar etika tinggi, tidak ada toleransi terhadap perilaku yang tidak etis.
- b. *Team Synergy*, Penuh semangat bekerja-sama, memastikan semua proses dilakukan demi mencapai tujuan bersama.
- c. *Simplicity*, Melakukan yang terbaik untuk memberikan solusi yang mudah digunakan dan melebihi harapan pelanggan
- d. *Exceptional Performance*, Selalu semangat dalam memberikan kinerja terbaik.

E. MAKNA LOGO PERUSAHAAN

Logo adalah representasi identitas yang dapat menggambarkan berbagai visi dan misi perusahaan untuk membantu lebih maju bertepatan dengan ulang tahun XL yang ke-18 pada tanggal 28 Oktober 2014, XL memperkenalkan logo barunya. Dengan memperkenalkan logo baru, XL siap membuka lembaran baru dalam hal pelayanan terhadap pelanggannya. Logo baru XL bertujuan untuk memulai sebuah perubahan dalam teknologi 4G LTE, XL Axiata memiliki *tagline* yang baru, “Sekarang, Bisa!” memiliki makna yang saling berintegrasi dalam ketiga dimensi warna di logo terbarunya, Yaitu warna biru untuk identitas prinsip dasar XL yang melambangkan kepercayaan dan tanggung jawab. Warna hijau untuk melambangkan sumber inspirasi pertumbuhan dan harmoni. Sementara warna kuning untuk menggambarkan energi dan pemikiran terang yang dapat membawa kemajuan. Filosofinya adalah membuka lembaran baru sehingga terbuka kesempatan-kesempatan baru pelanggan untuk maju mencapai tujuannya. Dengan semangat identitas yang baru, XL mengajak para pelanggannya untuk melepaskan dan menghilangkan hambatan yang ada dalam hidup dan merasakan pengalaman baru dengan layanan 4G LTE.

Gambar 2. 1
Logo perusahaan



Sumber: Laporan Tahunan XL tahun 2015

F. STRATEGI PERUSAHAAN

XL mengawali Tahun 2015 dengan dimulainya strategi baru dalam arah bisnis melalui implementasi agenda transformasi XL yang disebut dengan “3R *Strategy*”, yaitu:

1. *Revamp* atau merubah, mengubah model bisnis pencapaian jumlah pelanggan dari *volume* ke *value*, strategi distribusi serta meningkatkan profitabilitas produk.
2. *Rise up the value ladder* atau meningkatkan, meningkatkan nilai *brand* XL melalui strategi *dual-brand* dengan Axis untuk menyasar segmentasi pasar yang berbeda.
3. *Revent* atau menciptakan, membangun dan menumbuhkan berbagai inovasi-inovasi bisnis.

Industri Telekomunikasi Indonesia terus bergerak dinamis dengan tingkat persaingan yang ketat dan semakin berkembang ke arah layanan data sebagai bisnis masa depan, XL merespon kondisi tersebut dengan cepat dan tepat melalui implementasi transformasi bisnis strategi 3R sehingga perusahaan mampu mengubah portofolio pelanggan sekaligus produknya dengan mencatatkan *trend* perbaikan kinerja yang menjanjikan dimasa mendatang

Saat ini, XL telah mencatat hasil positif dari transformasi ini yaitu, peningkatan bauran pelanggan baru, pertumbuhan joiner ARPU dari *churner* ARPU, peningkatan isi ulang per-pelanggan, peningkatan pangsa saluran modern, dan indikator keuangan terus cenderung naik. Sekalipun dihadapkan dengan kondisi perekonomian yang penuh tantangan, XL tetap merealisasikan program strategis untuk menyesuaikan dan meningkatkan kompetensi yang dimiliki guna menangkap peluang pertumbuhan masa depan serta mendukung pembangunan ekonomi nasional. XL dengan langkah transformasinya, terus berkomitmen untuk para pelanggan berkomunikasi di dunia digital, menikmati transfer data berkualitas didukung jaringan yang handal. XL bertekad “Menjadi yang terdepan dalam memberikan pengalaman menggunakan *mobile internet* yang mudah dengan harga yang sangat terjangkau untuk masyarakat Indonesia dimana *Brand XL* memiliki daya tarik yang kuat untuk anak muda”.

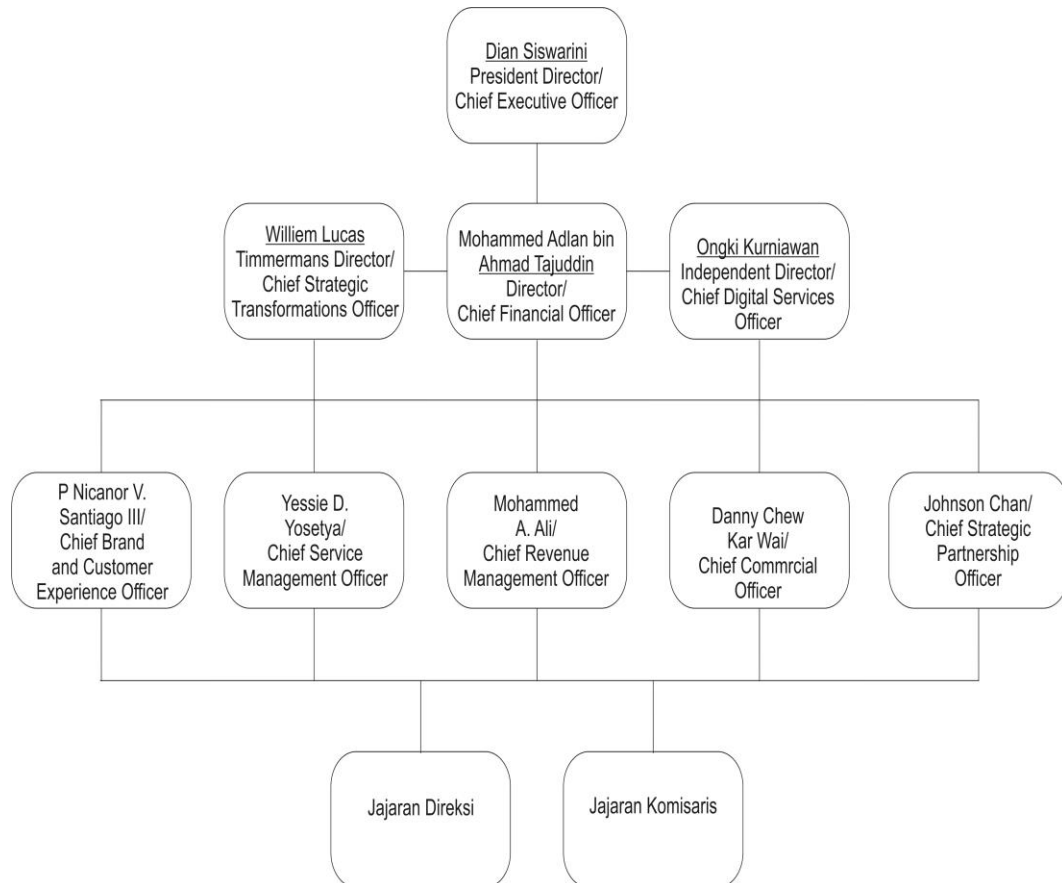
Strategi 3R memberikan hasil positif di tahun 2015. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi merupakan arah yang tepat. Margin EBITDA naik 35,5% di kuartal kedua 2015 dan XL mencatat pertumbuhan pendapatan 2% dari kuartal ke kuartal. Agenda transformasi yang diimplementasikan melalui strategi 3R bertujuan untuk membangun bisnis masa depan yang lebih menguntungkan dan berkelanjutan. Dengan progres yang positif, kami yakin melakukan strategi yang tepat untuk memberikan pertumbuhan dan pencapaian bagi pemegang saham.

G. STRUKTUR ORGANISASI PT XL AXIATA.TBK

XL Axiata memiliki jajaran Direksi dan Komisaris yang terstruktur dan telah memiliki banyak pengalaman di bidangnya. Dalam struktur organisasi PT. XL Axiata, Tbk yang berada pada posisi paling atas dalam struktur organisasi adalah pemegang saham, Dewan Komisaris dan Direksi bertanggung jawab kepada pemegang saham. Dalam struktur organisasi PT XL Axiata, TBK memiliki 6 divisi utama yang bertanggung jawab secara langsung kepada Direksi. Diantaranya adalah Services, Consumer Marketing, Finance, Corporate Services, Commerce, Presdir's Office. Berikut merupakan struktur dari PT XL Axiata, Tbk secara umum.

Bagan 2. 1

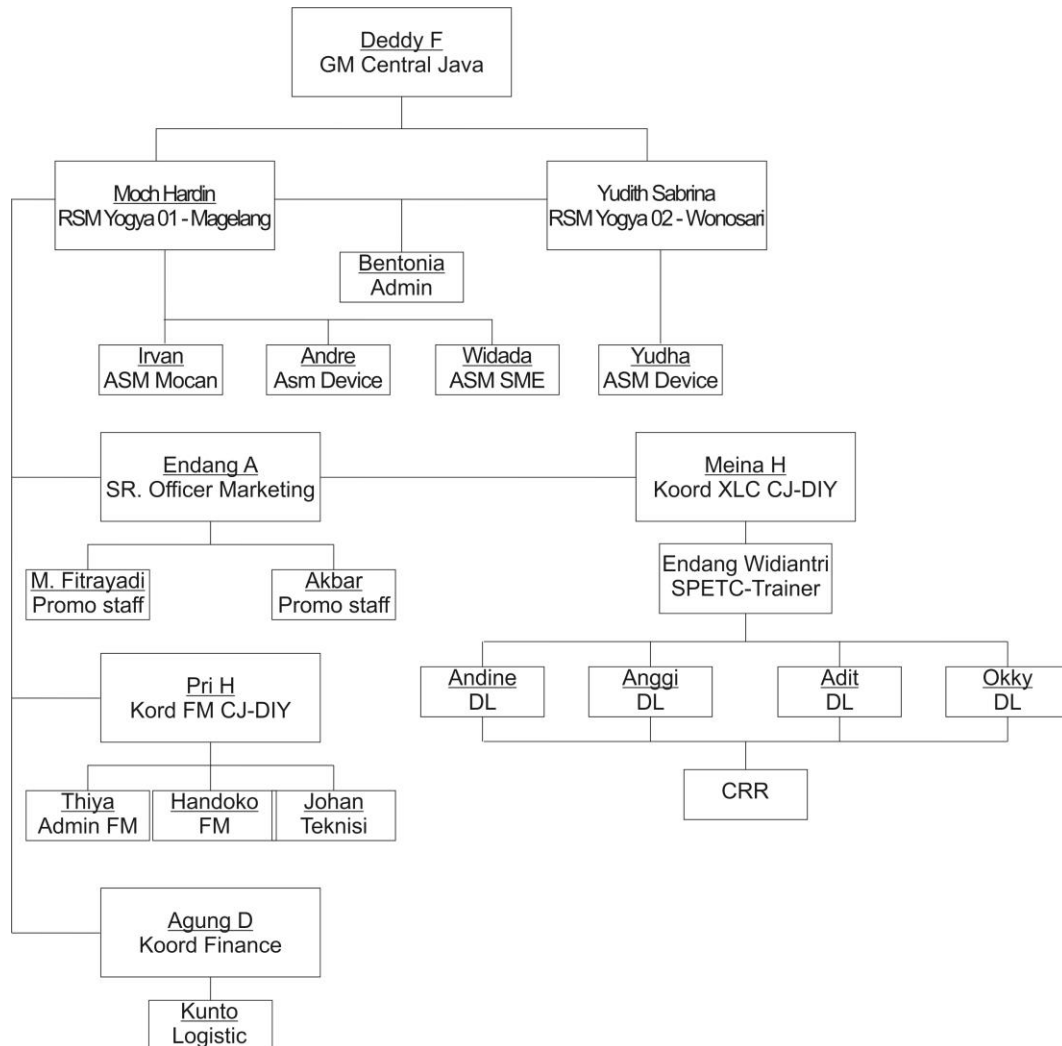
Struktur organisasi PT XL Axiata Tbk



Sumber: Laporan Tahunan XL Tahun 2015

Bagan 2. 2

Struktur Organisasi PT XL Axiata Central Region Yogyakarta



Sumber: dokumen resmi XL Center Yogyakarta Tahun 2016

H. DIVISI MARKETING PROMOTION PT XL AXIATA CENTRAL REGION YOGYAKARTA

Bagan 2. 3

Struktur divisi marketing promotion XL Center Yogyakarta



Sumber: Dokumen Resmi XL Center Yogyakarta Tahun 2016

Tugas pokok divisi marketing promotion XL Central Region Yogyakarta yaitu:

- a. Membuat kegiatan program promosi produk, *retention* pelanggan, *Value addict service* dan untuk *axisting* pelanggan
- b. Membuat *event* promosi yang berhubungan secara langsung dengan pelanggan
- c. Mengelola *social media* XL Axiata Central Region Yogyakarta sebagai media untuk berhubungan dengan pelanggan secara langsung di Yogyakarta
- d. Bertanggungjawab dalam menjalin dan menjaga komunikasi serta berhubungan dengan pelanggan *corporate*

- e. Melakukan validasi data serta pengaktifan nomor-nomor pelanggan di Yogyakarta
- f. Melakukan *complain handling* kepada pelanggan di Yogyakarta baik melalui *customer care* XL maupun *social media* Twitter (Hasil wawancara, Endang Astutiningsih, SR Offircer Marketing, 27 Juni 2016)

I. PRINSIP TANGGUNGJAWAB KEPADA PELANGGAN

1. Perlindungan Konsumen

XL telah berkomitmen untuk melindungi hak-hak konsumen, berlandaskan dengan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 36 tahun 1999 mengenai Telekomunikasi. Berbagai upaya inisiatif dan inovasi Perusahaan dalam rangka menghasilkan layanan produk digital yang bermutu dan menenuhi prinsip, serta kriteria pelanggan secara berkelanjutan. Pelanggan memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Serta pelanggan mendapatkan hak dalam menyampaikan keluhan dan penyelesaian keluhan dengan baik, adil, dan tidak diskriminatif. Berlandaskan dengan kode etik periklanan dan undang-undang perlindungan konsumen, XL memiliki kebijakan internal sebagai paduan dalam pemasaran, publikasi dan promosi produk layanan yang dimiliki.

2. Transparansi

XL berkomitmen mengutamakan transparansi serta kepatuhan terhadap peraturan Perusahaan, hukum dan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, Perusahaan menjamin pelaksanaan prinsip-prinsip akuntabilitas, keadilan serta transparansi dalam menyajikan data dan informasi terkait kinerja, kegiatan, perubahan maupun aksi korporasi yang dilakukan perusahaan kepada pemegang saham, publik maupun para pemangku kepentingan lainnya. Hal ini dilakukan dalam rangka memperkuat sistem pengelolaan sumber daya manusia guna mewujudkan transparansi dan penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas yang merupakan prinsip-prinsip dalam tata kelola perusahaan.

3. Kerahasiaan Informasi

XL senantiasa terus memperhatikan dan memastikan kerahasiaan dari data pelanggan dan informasi perusahaan yang sifatnya rahasia. Perusahaan berupaya untuk memberikan keamanan informasi terstruktur dan terintegrasi di seluruh aktivitas perusahaan, dengan menyediakan kerangka kerja keamanan informasi terstruktur, serta melakukan uji coba secara berkala. Dalam penerapannya, seluruh karyawan XL dan mitra kerja dilarang untuk mengungkapkan data pelanggan kepada pihak luar, terkecuali diwajibkan oleh hukum. Sepanjang 2015, tidak ada permasalahan yang terjadi terkait pelanggaran atau ketidakpatuhan terhadap pelabelan produk dan jasa, komunikasi marketing, maupun pelanggaran privasi pelanggan.

4. *Customer Experience*

Banyak aplikasi menarik untuk melengkapi *smartphone* masyarakat, namun tidak diimbangi dengan koneksi cepat, sehingga penggunaan aplikasi tidak maksimal. XL terus menerus berupaya mengembangkan terobosan baru, guna memberikan koneksi cepat dengan menggunakan teknologi seluler terkini, melalui penerapan modernisasi jaringan dan memperluas jangkauan bisnis. Hadirnya layanan internet dan jaringan yang cepat tidak hanya akan menguntungkan pelanggan secara individu, namun juga mendukung sektor bisnis dan perekonomian secara umum, serta upaya pemerintah dalam percepatan pembangunan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Untuk mendukung percepatan pembangunan, XL menyiapkan spektrum untuk 4G, peralatan untuk mendukung migrasi dari 3G ke 4G, dan membangun pembaruan konten yang bisa dioperasikan melalui 4G. Melalui teknologi ini, XL berharap pelanggan mendapatkan koneksi cepat untuk mengakses data lewat perangkat *mobile*, dibandingkan jika menggunakan jaringan 3G maupun 3,5G, serta memungkinkan pelanggan menikmati aneka layanan dengan kecepatan maksimal, tentunya didukung dengan jaringan yang kuat. (*Sumber: Laporan Tahunan XL Axiata Tahun 2015*)

J. BIDANG USAHA (PRODUK DAN JASA)

Berdasarkan Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, maksud dan tujuan Perseroan adalah untuk melakukan kegiatan dalam usaha penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan/atau jaringan telekomunikasi dan/atau multimedia. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, Perseroan dapat melaksanakan kegiatan usaha utama sebagai berikut: Melaksanakan dan menjalankan kegiatan dalam usaha penyediaan sarana dan penyelenggaraan jasa dan/atau jaringan telekomunikasi termasuk namun tidak terbatas pada penyelenggaraan jasa telepon dasar dan jasa multimedia dan penyelenggaraan jaringan bergerak seluler dan jaringan tetap tertutup. Menyelenggarakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika. Perseroan dapat melaksanakan kegiatan usaha penunjang sebagai berikut:

- 1) Merencanakan, merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan dan mengoperasikan, menyewakan, memelihara serta pengadaan sarana/fasilitas telekomunikasi termasuk pengadaan sumber daya untuk mendukung usaha Perseroan dalam penyelenggaraan jasa/atau jaringan telekomunikasi.
- 2) Meningkatkan semaksimal mungkin usaha penyelenggaraan jasa dan jaringan telekomunikasi dimaksud, sehingga mencapai kapasitas yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat dalam rangka peningkatan pelayanan kepada masyarakat luas.

- 3) Menjalankan usaha dan kegiatan pengoperasian (yang meliputi juga pemasaran serta penjualan jaringan dan/atau jasa telekomunikasi yang diselenggarakan Perseroan), melakukan pemeliharaan, penelitian, pengembangan sarana dan/atau fasilitas telekomunikasi, penyelenggaraan pendidikan dan latihan non formal dalam bidang telekomunikasi baik di dalam maupun di luar negeri.
- 4) Menyenggarakan jasa dan jaringan telekomunikasi lainnya termasuk jasa dan/atau jaringan teknologi informasi.

1. Produk

XL Axiata menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan komunikasi korporat, mulai dari GSM Korporat, Layanan Data Korporat, Jaringan Domestik, Jaringan Internasional, Mesin ke Mesin, *M-Ads*, *XCloud*, sampai *Digital Merchant*.

a. GSM Korporat

Tersedia berbagai layanan GSM yaitu: CUG-GSM, *Roaming Internasional*, *Integrasi PABX*, *VoIP*, *SMS Broadcast*

b. Layanan Data Korporat

Solusi untuk perencanaan data dan pembayaran, komunikasi nirkabel, serta dukungan bisnis merek, yaitu paket data dan Blackberry

c. Jaringan Domestik

Solusi untuk perencanaan data dan pembayaran, komunikasi nirkabel, serta dukungan bisnis merek, yaitu : *Leased Line*, IP/VPN-MPLS, NAP/ISP, *Metro Ethernet*, *Collocation*

d. Jaringan Internasional

Komunikasi dengan cakupan internasional yang memberikan efisiensi biaya untuk pelanggan, yaitu IP/VPN-MPLS *Internasional* dan *Leased Line Internasional*

e. *Internet of Things*

Aplikasi dengan perangkat telekomunikasi yang terkoneksi ke jaringan untuk memberikan layanan non-tradisional

f. *M-Ads*

Media beriklan dengan basis pesan yang bisa menargetkan profil pelanggan di seluruh Indonesia, yaitu : *SMS Chanel*, *MMS chanel*, *Display Chanel*.

g. *Xcloud*

Cara baru untuk memindahkan layanan sehari-hari ke internet dan mengatur sumber daya teknologi informasi, yaitu : *XCloud Server*, *XCloud Storage*, *Free 2 GB*

h. *Digital Merchant*

Kerja sama yang memberikan keuntungan, di mana pelanggan akan menerima informasi terbaru seputar produk Anda lewat *Digital Merchant*.

2. Jasa

- a. Jasa layanan seluler yang meliputi 2G, IMT-2000/3G, 3GPP 900 MHz
(*Netral Teknologi*)
- b. Jasa akses internet
- c. Jasa internet teleponi untuk keperluan publik
- d. Jasa penyedia konten
- e. Jasa pengiriman uang bagi badan usaha selain Bank
- f. Jasa penerbitan uang elektronik
- g. Jasa interkoneksi internet
- h. Jaringan tetap tertutup

K. PENGHARGAAN DALAM BIDANG CUSTOMER RELATIONS

Beberapa penghargaan telah diterima XL di tahun 2015, diantaranya

1. Penghargaan di ajang *Selular Award 2015*, memenangkan tiga kategori penghargaan sekaligus, yaitu *Best Customer Care Service* dan *Best Prepaid Product*
2. Pada ajang *TechLife Innovative Awards 2014*, XL menerima gelar “*Operator of The Year*” dan “*Best VAS*” untuk Gudang Aplikasi.
3. Terpilih sebagai *The Best Champion of Jakarta Service Excellence Award* dalam ajang penghargaan *MarkPlus WOW Service Excellence Award* (WOW SEA) 2015 kategori *Cellular Operator*.

4. XL kembali meraih 4 penghargaan dalam ajang *MarkPlus* Indonesia *WOW Service Excellence Award* (SEA) 2015 untuk kategori *Cellular Operator* yaitu *Gold Champion* untuk Region Sulampapua, *Silver Champion* untuk Region Kalimantan, *Bronze Champion* untuk Region Sumatera, dan *Bronze Champion* untuk Region Jawa Bali.