

BAB II

GAMBARAN UMUM

PT. TELKOM INDONESIA DAN PT. TELKOM WITEL YOGYAKARTA

A. Sejarah PT. Telkom Indonesia

Telkom berawal dari tahun 1856, tepatnya tanggal 23 oktober 1856, yang ditahun 2017 dimana, Telkom menyediakan pelayanan pengoperasian telegram elektromagnetik di Indonesia di saat itu. Telkom menjadi penyedia pelayanan komunikasi berupa telegram pertama di Indonesia yang dapat menghubungkan kota Batavia (Jakarta) dengan kota Buitenzorg (Bogor) oleh pemerintah kolonial belanda. Kemudian pada tahun 1884, Pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan swasta yang menyediakan layanan pos dan telegrap dari domestic hingga internasional. Layanan telepon mulai di perkenalkan di Indonesia pada tahun 1882 hingga pada tahun 1906 layanan telepon disediakan oleh perusahaan swasta sebagai lisensi pemerintah selama 25 tahun. Hingga di awal abad 20, tepatnya tahun 1906 Pemerintah Kolonial Belanda mengendalikan seluruh layanan pos dan telekomunikasi Indonesia. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Pada tahun 1961, separuh dari layanan telekomunikasi ini dialihkan kepada perusahaan milik Negara. Di tahun 1965, pemerintah Indonesia memisahkan antara layanan pos dan telekomunikasi kedalam dua perusahaan milik Negara yang berbeda, PN Pos dan Giro (sekarang Pos Indonesia) dan PN Telekomunikasi Indonesia. Di tahun 1974, PN (Perusahaan Negara) dibagi

menjadi dua perusahaan milik Negara, yaitu Perusahaan Umum Telekomunikasi (perumtel) merupakan penyedia layanan telekomunikasi *domestic* internasional serta PT. Industri Telekomunikasi (“PT.INTI”) yang bergerak sebagai pembuat perangkat telekomunikasi. Dan di tahun 1980, bisnis ini diambil oleh pihak Indosat (PT. Indonesian Satellite Corporation). (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Kemudian di tahun 1991, Perumtel mengalami perubahan status yang menjadi Perseroan Terbatas (P.T) milik Negara dengan nama perseroan PT. Telekomunikasi Indonesia yang biasa di sebut masyarakat Telkom. Kemudian ada pembagian wilayah operasi bisnis hingga dua belas wilayah yang di kenal dengan witel (wilayah telekomunikasi). Setiap witel memiliki komitmen yaitu bertanggung jawab penuh terhadap aspek bisnis di wilayahnya masing-masing, mulai dari penyedia layanan telepon hingga manajemen dan keamanan properti. Kemudian di tahun 1995, Telkom merubah pembagian wilayah operasi dari dua belas wilayah menjadi tujuh wilayah yang kemudian disebut menjadi divisi regional. Divisi regional meliputi :

1. Divisi I Sumatera dengan mitra PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo)
2. Divisi II Jakarta sebagai pusat dari P.T. Telekomunikasi Indonesia
3. Divisi III Jawa Barat dan Banten dengan mitra P.T. Aria West International (Aria West).
4. Divisi IV Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta dengan mitra P.T. Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI).
5. Divisi V Jawa Timur

6. Divisi VI Kalimantan dengan mitra P.T. Dayamitra Telekomunikasi (Daya Mitra)
7. Divisi VII Indonesia Bagian Timur (Papua dan sekitarnya) dengan mitra Bukaka Singtel.

Di Setiap divisi, memiliki witel yang jumlahnya ditentukan oleh masing-masing regional. Untuk Divisi Regional IV Jateng dan DIY memiliki delapan witel. Wilayah-wilayah Telkom Regional IV meliputi : Witel Semarang, Witel Solo, Witel Kudus, Witel Purwokerto, Witel Pekalongan, Witel Yogyakarta dan Witel Magelang. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Tahun 1999, perusahaan industri telekomunikasi mengalami perubahn dengan skala yang besar. Sebab, dalam UU No. 36 (Undang Undang Telekomunikasi) berlaku efektif pada bulan September tahun 2000 yang berisi tentang pedoman mengatur reformasi industri telekomunikasi yang bertujuan agar adanya persaingan yang sehat dalam bidang *infocomm*. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016)

Telkom memiliki komitmen untuk mempertahankan di lingkungan industri yang sampai saat ini kompetitif, Pada tahun 2009, Telkom bertransformasi dari perusahaan *Infocomm* menjadi perusahaan TIME (Telekomunikasi, Infomasi, Media, Edutainment) dengan mempertahankan warisan perusahaan dan siap untuk bersaing dengan sehat. Tahun 2012, PT. Telekomunikasi melakukan *reconfiguring* terhadap jenis perusahaannya, yang berawal TIME yang ditetapkan tahun 2009, kemudian menjadi TIMES (Telekomunikasi, Informasi, Media, Edutainment dan Services).

Telkom Di tahun 2016, merupakan perjalanan PT. Telkom untuk menuju ke perusahaan *digital telco* dengan melakukan transformasi organisasi dari sebelumnya TIMES, menuju model terbaru yaitu *Customer Facing Unit*(CFU) dan *Functional Unit* (FU). Transformasi tersebut akan membuat Telkom menjadi lebih ramping dan lincah dalam beradaptasi dengan gejolak perubahan industri telekomunikasi yang sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan dari segi efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas. (Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Tahun 2016).

(https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html, diakses 30-11-18)

B. Profil PT. Telkom Indonesia

1. Tentang Telkom Indonesia

PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom Group mengimplementasikan strategi bisnis dan

operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlibat dari lini bisnis yang terus berkembang melingkupi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Saat ini Telkom Group mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom Group:

a. Mobile

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

b. Fixed

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.

c. Wholesale & International

Produk yang ditawarkan anatar lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi.Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

d. Network Infrastructure

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

e. Enterprise Digital

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

f. Consumer Digital

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).

(https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html, diakses pada 30-11-18)

2. Logo dan Arti Logo PT. Telkom Indonesia

a. Logo PT. Telkom Indonesia

Logo Telkom Indonesia yang di ganti pada tahun 2013, tepatnya 17 agustus 2013 yang bertepatan dengan Hari lahirnya Bangsa Indonesia. Dengan mengambil semangat HUT RI ke-68 saat itu, Telkom Indonesia memperkenalkan penampilan baru logo Telkom Indonesia yang mencerminkan komitmen Telkom Indonesia untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia. Logo Telkom Indonesia dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 2.1 : Logo PT. Telkom Indonesia



Sumber: Telkom.co.id, diakses pada 22-04-19

b. Arti Logo PT. Telkom Indonesia

Dalam penampilan logo baru, setiap warna memiliki arti, yaitu :

1. *Expertise*: Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom, yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*).

2. *Empowering*: Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
3. *Assured*: Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian serta kepercayaan dan hubungan yang erat.
4. *Progressive*: Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dan matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.

Warna-Warna yang digunakan pada logo:

1. Merah (Berani, Cinta, Energi, Ulet), mencerminkan *spirit* perseroran untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan.
2. Putih (Suci, Damai, Cahaya, Bersatu), mencerminkan semangat Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Hitam (Warna Dasar), melambangkan kemauan keras.
4. Abu-Abu (Warna Transisi), melambangkan teknologi. Perubahan warna pada logo baru lebih mencerminkan Indonesia dan semangat nasionalisme.

Telkom sebagai perusahaan *Life Confident* ditujukan untuk mengubah “beban dunia” yang dirasa banyak membebani, dalam memungkinkan orang untuk menjelajahnya. Telkom yang baru membuatnya sederhana bagi orang untuk mengakses dunia, untuk memahaminya, untuk belajar dan memiliki suara di dalamnya.

Memungkinkan orang untuk berbuat lebih banyak dan mengirim dunia kedalam tangan mereka. Sebuah pesan sederhana kepada masyarakat, bahwa dunia adalah milik mereka. (Telkom.co.id, diakses pada 22-04-19)

3. Tagline PT. Telkom Indonesia

Makna *tagline* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk “*The world in your hand*” merupakan sebuah pesan bahwa Telkom akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan para masyarakat melalui jasa Telekomunikasi dalam mengakses dunia. Sedangkan, makna dari logo itu sendiri mengacu pada filosofi Telkom Corporate, yaitu *Always The Best*, sebuah keyakinan dasar untuk dapat selalu memberikan yang terbaik dalam setiap hal atau pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan akhirnya akan membentuk Telkom menjadi perusahaan telekomunikasi terbaik di Indonesia.

4. Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia

Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia, ini tercantum dalam dokumen rencana jangka panjang yang disetujui serta ditandatangani oleh Dewan Komisaris tanggal 26 Desember 2016.

Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia, yaitu:

a. Visi

“Be the King of Digital in the Region”

b. Misi

“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”

(https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html, diakses pada 28-04-19).

5. *Corporate Strategy*

Telkom Group juga telah menyusun strategi korporasi guna menciptakan *sustainable competitive growth* dan mendorong cita-cita Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

a. *Directional Strategy: Disruptive competitive growth*

Di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, Telkom Group yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara *signifikan*. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai kepada pelanggan melalui inovasi produk dan layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat, baik dipasar domestik maupun international.

b. *Portofolio Strategy: Customer value through digital TIMES portofolio*

Telkom Group berfokus pada portofolio digital TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Services*) melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen, sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

c. *Parenting Strategy: Strategic Control*

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, Telkom Group menerapkan pendekatan *strategic control*, menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.

(https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html, diakses pada 28-04-19)

6. Wilayah Operasional PT. Telkom Indonesia

PT. Telkom Indonesia memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jakarta, yakni Regional II. Untuk jangkauan pelayanan Telkom terbesar diseluruh wilayah Indonesia dan di bagi menjadi 7 CDC Divisi Regional, yaitu:

- a. CDC Regional I : Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Sumatera Selatan, Jambi, Lampung.
- b. CDC Regional II : Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bogor, Serang, Karawang, Purwakarta.
- c. CDC Regional III : Bandung, Cirebon, Tasikmalaya, Cianjur, Rangkasbitung, Garut, Sukabumi.
- d. CDC Regional IV : Semarang, Pekalongan, Puwokerto, Yogyakarta, Solo, Kudus, Magelang.
- e. CDC Regional V : Surabaya Barat dan Timur, Malang, Madiun, Jember.
- f. CDC Regional VI : Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Palngkaraya, Tarakan.
- g. CDC Regional VII : Makassar, Kendari, Palu, Pare-Pare, Luwuk, Poso, Manado, Gorontalo, Denpasar, Mataram, Kupang, Ambon, Ternate, Tual, Sorong, Papua, FakFak, Marauke, Monokwari, Biak.

Gambar 2.2 : Wilayah Operasional Unit CDC PT. Telkom Indonesia



Sumber: Dokumen Laporan PKBL 2010

C. Profil PT. Telkom WITEL Yogyakarta dan Wifi.id

PT. Telkom WITEL Yogyakarta yang berada di Divisi Regional IV, yang termasuk daerah Jawa Tengah dan DI. Yogyakarta. Kantor PT. Telkom WITEL Yogyakarta yang beralamat di Jl. Yos Sudarso No. 9, 001, Kotabaru, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIY. PT. Telkom WITEL Yogyakarta ini merupakan kantor Cabang Daerah Yogyakarta. Berbagai layanan tersedia di Telkom Yogyakarta ini, salah satunya layanan Wifi.id.

Indonesia Wifi (Wifi.id) merupakan jaringan akses *broadband* yang menjadi media untuk menikmati layanan internet berkecepatan tinggi, serta berbagai layanan multimedia lainnya. menggunakan teknologi *Wireless Fidelity* (WIFI) terbaru berdasarkan spesifikasi IEEE 802.11 yang populer digunakan untuk menghubungkan antar komputer, *smartphone*, laptop dan perangkat lainnya, serta menghubungkan komputer dan perangkat lain ke

internet atau ke jaringan kabel (*ethernet*) LAN. Teknologi ini sudah dilengkapi dengan akses kontrol dan monitoring terpadu menjadikan Indonesia Wifi dapat menyatukan lebih dari satu layanan *broadband* dengan tingkat baik.

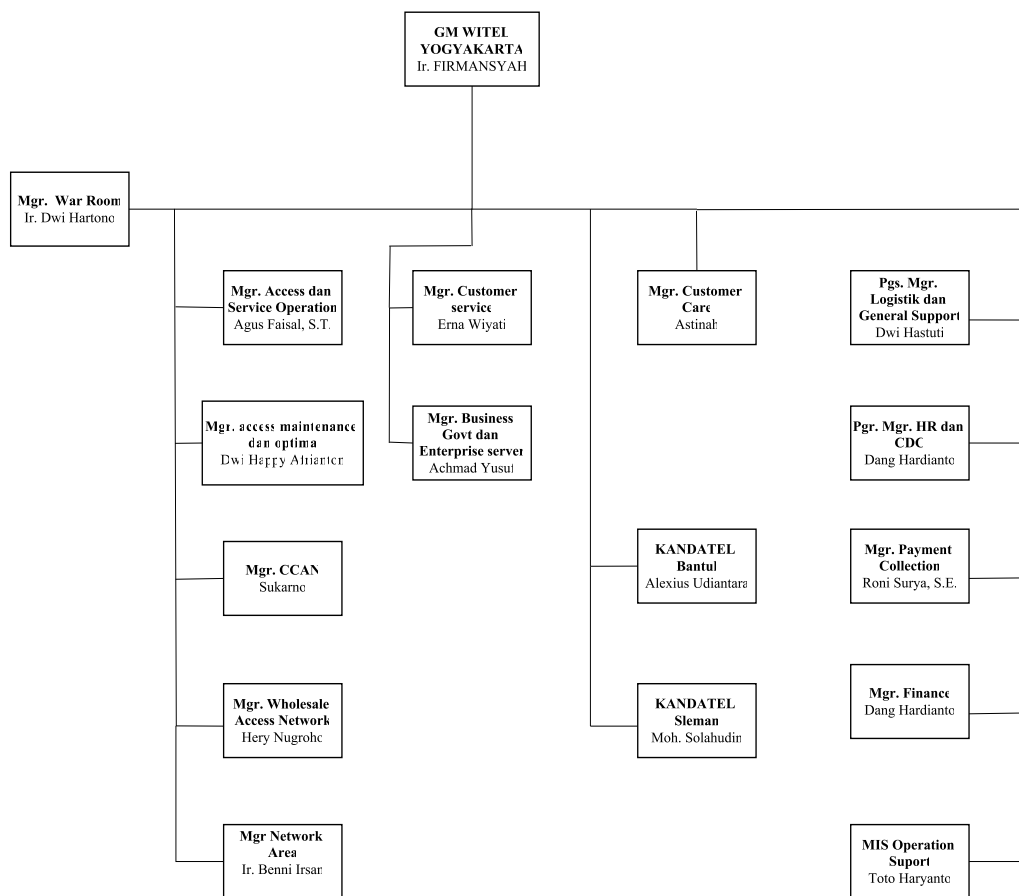
Indonesia Wifi (Wifi.id) juga menyediakan layanan *public*: internet berbasis teknologi Wifi *Hotspot* dalam rangka mendukung program percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi Indonesia di bidang ICT yang telah dicanangkan oleh Pemerintah Republik Indonesia.

Wifi.id yang berdiri di tahun 2014 ini, berupaya memberi kontribusi pada dunia internet di Indonesia dengan meningkatkan kualitas dan profesionalitas layanan kepada para pengguna. Dengan memprioritaskan kepentingan klien, mencoba membangun kepercayaan dan keyakinan dengan memberikan fasilitas internet dengan kemampuan menjelajah supercepat hingga 100Mbps yang dapat di akses melalui perangkat *desktop*, tablet juga *mobile*. (<https://www.wifi.id/tentang>, diakses pada 29-04-19)

D. Struktur Organisasi Perusahaan dan Unit PT. Telkom WITEL Yogyakarta

1. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkom WITEL Yogyakarta

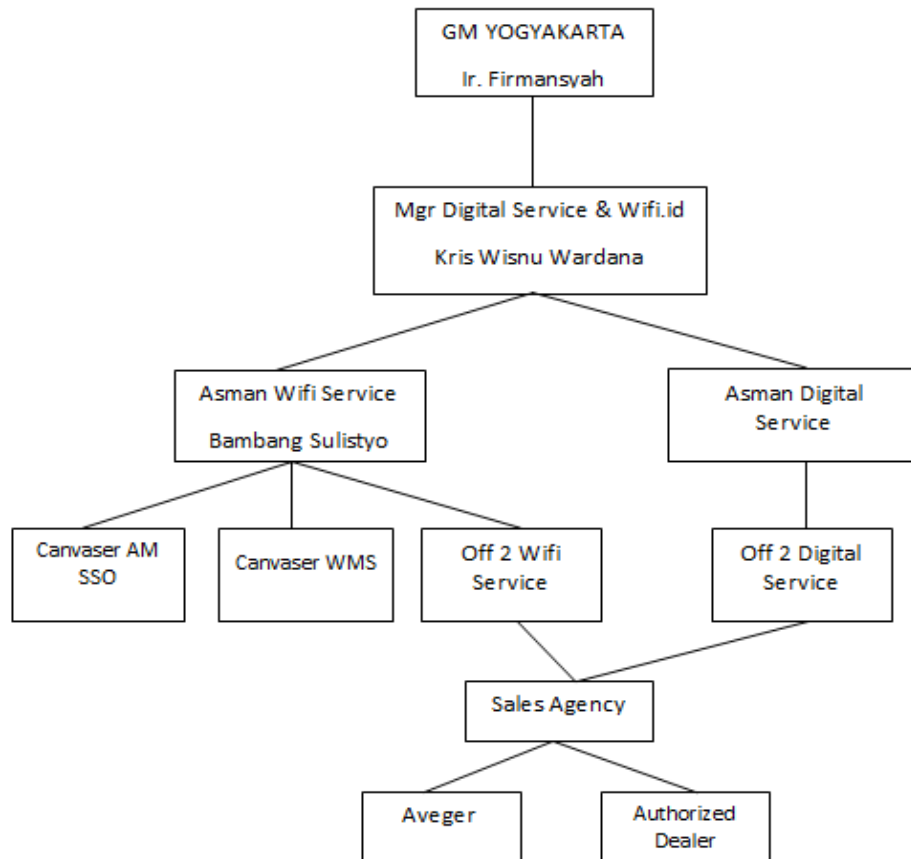
Gambar 2.3 : Struktur Organisasi PT. Telkom WITEL Yogyakarta



Sumber: Dokumen PT. Telkom WITEL Yogyakarta

2. Struktur Unit Digital Service dan Wifi.id

Gambar 2.4 : Stuktur Unit Digital Serice dan Wifi.id



Sumber: Dokumen PT. Telkom WITEL Yogyakarta

Keterangan :

- a. General Manager (GM) : Firmansyah
- b. Manager Group (Mgr) Wifi.id : Kris Wisnu Wardana
- c. Asisten Manager Wifi.id (ASMAN) : Bambang Sulistyio
 - 1. Off 2 Wifi.id : Laela Listyani
- d. Asisten Digital Service : Sulis Wati
 - 1. Off 2 Digital Service : Sabila Nurul Hani

E. Produk dan Jasa Wifi.id

Gambar 2.5 : Cara penggunaan Wifi.id

1. WIFI ANYWHERE?

Saat mobile, semudah apakah Anda mengakses internet? Bisa streaming youtube tanpa buffering? Bisa high speed download? Unlimited Quota internet? Solusi apa yang tepat? WiFi?

Ya, WIFI !

Apa itu WIFI?
WiFi adalah akses internet wireless yang dapat digunakan dengan laptop, smartphone, dengan high speed up to 100 mbps

Kenapa harus WiFi?

- Perkembangan Gadget ber WiFi yang pesat
- Mayoritas orang Indonesia sudah punya handphone, dengan pertumbuhan smartphone yang pesat
- Perkembangan konten dan aplikasi yang sangat pesat
- User butuh akses berkecepatan tinggi
- Butuh akses yang mudah dan murah
- Behavior user untuk hangout, having fun, atau nongkrong dengan tetap terhubung internet

• Lebih banyak jika saat menungga seperti ini Anda bisa online, chatting, browsing, atau gaming

• Wifi menawarkan kemudahan akses dalam setiap kegiatan Anda, menunggu dokter, isi apotek, di bengkel, sedang spa, perawatan di salon, hangout di mall, nongkrong di cafe

2. WIFI.ID MANAGED SERVICE TELKOM?

- Mudah, Anda tidak perlu pusing dengan perawatan wifi Anda. Pemasangan dan perawatan Wifi oleh Telkom
- Murah hanya 470 ribu
- Cepat (speed), up to 20 Mbps
- Fleksibel:
 - ✓ Welcome page dengan space khusus untuk Anda
 - ✓ Bisa pilih skema bisnis ke pelanggan: tanpa login, dan single login
- Quota UNLIMITED!!!

FULL MANAGED SERVICE 20 Mbps

1. Quota unlimited
2. Speed Up to 20 Mbps
3. Pilihan metode login untuk SSID venue:
 - a. Tanpa Login (User tidak perlu login, disediakan link atau tombol untuk lanjut connect ke internet)
 - b. Dengan User Login, disediakan hanya satu login untuk multi user.
4. SSID yang dipasang di venue adalah nama venue (venue@wifi.id), @wifi.id, dan flashzone-seamless
5. Mendapatkan welcome page dengan space khusus untuk Anda sebesar 620 x 250 pixel dan landing page standar
6. Tarif Rp 470 ribu per AP per bulan belum termasuk PPN 10%

3. BENEFIT

Apa benefit yang didapat jika memasang Wifi pada bisnis Anda?

- Instalasi Mudah - Cocok untuk tempat yang ramai
- Sebagai media iklan - dengan welcome page dan location tagging pada social media
- Menarik pelanggan lebih banyak
- Meningkatkan keuntungan 30% sd 40% (sumber: InfoUKM)
- Mendatangkan pelanggan baru - hasil survey menunjukkan 53% orang akan rela duduk berjam-jam di cafe berwifi (sumber: <http://www.broadbandchoices.co.uk>)
- Survey pada tahun 2013 menunjukkan pengguna smartphone di Indonesia mencapai 16,6% dan diprediksi pada 2017 menjadi 39,8% (sumber: emarketer.com), didukung dengan penggunaan social media yang kuat, serta pertumbuhan konten lain menjadikan teknologi digital sebagai kesempatan baru untuk bisnis Anda. Jadikan pelanggan betah di tempat Anda dengan terhubung internet ditemani produk dan layanan Anda.

4. FULL MANAGED SERVICE 20 Mbps

1. Mudah
2. Cepat
3. Fleksibel
4. Tidak Perlu Login
5. Quota Unlimited

5. YOUR SPACE

Basic welcome page wifi.id

Customized welcome page, skema tanpa login ke pelanggan Anda

Space untuk venue owner

Customized welcome page, skema single user login ke pelanggan Anda

6. WIFI FOR YOUR BUSINESS??

Sudah saatnya Anda pasang wifi di tempat bisnis Anda. Wifi memberikan potensi luar biasa untuk bisnis Anda

Wifi menambah kenyamanan pelanggan. Pelanggan menjadi betah di tempat Anda

Wifi bisa dibuat fleksibel dengan bisnis Anda:

- Customized welcome page (Halaman muka) yang sesuai bisnis Anda
- Kesempatan melakukan promo dengan welcome page

Ilustrasi welcome page wifi

@wifi.id
Indonesia WiFi
MANAGED SERVICE

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti

Gambar 2.6 Paket dan Harga Wifi.id



**INTERNET CEPAT
TANPA QUOTA**

Hidup di Jaman
NOW
Akses Internet Harus
WOW!

Bikin pelangganmu makin betah dan banyak :
Kost - Wisma - Café
Resto - Angkringan
Klinik - dll

Wifi.com menyediakan Access internet dan layanan support 24/7 untuk mendukung bisnis anda.
Bisnis anda tidak perlu investasi perangkat wifi.

FREE
BIAYA PSB - BIAYA AKTIVASI
BIAYA INSTALASI

| NAMA PAKET | HARGA RESMI (per Access Point per lokasi) | FITUR | | |
|---------------|---|---|--------------------|-----------|
| | | SSID | Speed (Up / Dn) | Quota |
| WMS | Rp. 470.000 | SSID Venue : Venue@wifi.id Alau Venue : @wifi.id SSID Public : @wifi.id SSID Seamless / Rasthzone seamless | 20 Mbps | UNLIMITED |

**INTERNET CEPAT
TANPA QUOTA
TANPA FUP**



FREE

BIAYA PSB - BIAYA AKTIVASI - BIAYA INSTALASI

BONUS WELCOME PAGE



Customized Welcome Page

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti