

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) didirikan pada 26 Mei 1995 sebagai hasil kolaborasi antara PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dan PT Indosat. Kehadirannya menandai dimulainya era baru telekomunikasi seluler di Indonesia dengan meluncurkan layanan GSM pada tahun yang sama. Telkomsel kemudian memperkenalkan kartu prabayar SimPATI pada 1997, yang menjadi salah satu produk paling populer di pasar. Pada tahun 2001, Telkomsel telah menjadi operator GSM terbesar di Indonesia dengan jumlah pelanggan yang terus bertambah. ("Sejarah Dan Perkembangan Telkomsel: Kajian Transformasi Digital (Bab 2).," 2014)



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Telkomsel

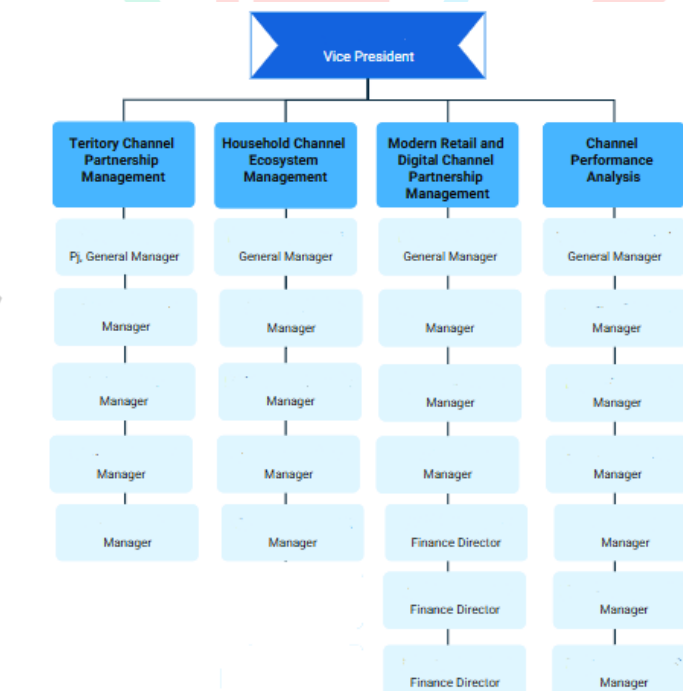
Pertumbuhan Telkomsel terus berlanjut dengan inovasi layanan, termasuk peluncuran jaringan 3G pada 2004 yang memungkinkan akses internet dan multimedia yang lebih cepat. Pada 2007, Telkomsel mencapai tonggak penting dengan melayani lebih dari 100 juta pelanggan. Pada tahun 2013, Telkomsel kembali berinovasi dengan menghadirkan layanan 4G LTE yang menawarkan kecepatan internet lebih tinggi. Pada 2015, Telkomsel bertransformasi menjadi perusahaan digital dengan

meluncurkan layanan-layanan seperti T-Cash (sekarang LinkAja), MAXstream, LangitMusik, dan Dunia Games, yang memenuhi kebutuhan gaya hidup digital masyarakat Indonesia.(Purnomo, 2014)

Pada 2019, Telkomsel mulai menguji coba jaringan 5G, dan pada 2021, resmi meluncurkan layanan 5G komersial di beberapa kota besar di Indonesia. Dengan pencapaian tersebut, Telkomsel terus memimpin dalam inovasi teknologi telekomunikasi dan digitalisasi, melayani lebih dari 200 juta pelanggan. Hingga saat ini, Telkomsel tidak hanya fokus pada layanan telekomunikasi, tetapi juga berperan penting dalam pengembangan teknologi digital seperti Internet of Things (IoT), cloud computing, dan big data, yang mendukung transformasi digital Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi ini berpusat pada pengelolaan kemitraan saluran untuk memastikan keberhasilan operasional, pengembangan strategi, dan pencapaian target perusahaan. Setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab khusus untuk berbagai aspek kemitraan saluran, seperti jenis saluran, wilayah geografis, dan segmen pelanggan.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Telkomsel

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Jabatan-Divisi	Job Deskripsi
Vice President - Partner Channel Management	Bertanggung jawab atas manajemen kemitraan saluran, mengembangkan strategi untuk meningkatkan hubungan dengan mitra bisnis, dan memastikan kinerja dan pertumbuhan yang optimal di seluruh jaringan kemitraan.
Pj, General Manager-Territory Channel Partnership Management	Mengawasi manajemen kemitraan saluran di wilayah tertentu untuk memastikan pencapaian target penjualan dan meningkatkan hubungan dengan mitra saluran lokal.
Manager - Officer Merchant and Community Channel Partnership	Tanggung jawab untuk mengelola kolaborasi dengan toko dan komunitas serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan keterlibatan dan pendapatan melalui saluran ini.
Manager - Territory Channel Partnership	Untuk mencapai target penjualan, pengelolaan dan pengembangan kemitraan saluran harus dilakukan.
Manager - Manager Intermediary Channel Management	Management saluran perantara berfokus pada meningkatkan hubungan antara perusahaan dan mitra saluran dan mengoptimalkan proses.
Manager- Territory Sales Channel Develoment	Mengembangkan jaringan penjualan khusus dengan strategi dan inisiatif untuk meningkatkan penetrasi pasar.
General Manager - General Manager Household Channel	Mengawasi saluran rumah tangga untuk memastikan bahwa target penjualan tercapai dan pelanggan puas.
Manager - Household Channel Strategy	Bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menerapkan strategi penjualan untuk pasar rumah tangga.
Manager - Household Sales Channel Partnership	Mengawasi kolaborasi penjualan saluran rumah tangga dan memastikan bahwa kinerja mitra sesuai dengan tujuan perusahaan

Jabatan-Divisi	Job Deskripsi
Manager - Apartment and Premium Cluster Partnership	Mengawasi kolaborasi dengan kluster apartemen dan premium untuk meningkatkan penetrasi di pasar ini.
Manager - Home Wireless Access Channel Partnership	Mengawasi saluran kolaborasi akses nirkabel rumah untuk meningkatkan adopsi dan kepuasan pelanggan.
General Manager - Modern Retail and Digital Channel Partnership Management	Menjadi pemimpin dalam manajemen kemitraan di saluran ritel modern dan digital, termasuk mengembangkan strategi untuk meningkatkan penetrasi saluran.
Manager - Retail Chain Channel Partnership Management	Mengawasi kerja sama dengan jaringan ritel untuk memastikan barang tersedia dan meningkatkan jumlah penjualan yang dilakukan melalui jaringan tersebut.
Manager - Device and E-kiosk Channel Partnership	Mengawasi kerja sama dengan perangkat dan e-kiosk untuk meningkatkan distribusi dan akses ke barang melalui saluran ini.
Manager - Finance, Banking and International Channel Partnership Management	Mengawasi kolaborasi di sektor keuangan, perbankan, dan internasional, dengan penekanan pada pembentukan dan perawatan hubungan strategis.
Manager - Digital Channel Partnership Management	Responsif untuk koordinasi kolaborasi saluran digital dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan penetrasi pasar saluran digital.
Manager - Modern Retail and Digital Channel Program	Mengembangkan dan menerapkan program untuk meningkatkan penetrasi dan kinerja di saluran ritel digital dan kontemporer.
General Manager - Channel Planning and Alignment Overview	Memantau perencanaan saluran dan memastikan bahwa strategi sesuai dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Jabatan-Divisi	Job Deskripsi
Manager - Modern Retail and Digital Channel Planning	Merencanakan dan menerapkan strategi di saluran ritel digital dan modern untuk mencapai tujuan.
Manager - Territory Channel Planning	Sesuaikan tujuan bisnis perusahaan dengan strategi dan rencana saluran.
Manager - E2E Value Chain Readiness Planning and Monitoring	Bertanggung jawab atas persiapan rantai nilai end-to-end, termasuk perencanaan dan pengawasan kinerja.
Manager - Sales Planning Management	Mengelola perencanaan penjualan untuk memastikan ketersediaan produk dan strategi pemasaran yang efektif.
Manager - Channel Performance Analysis	Menganalisis kinerja saluran untuk menentukan efektivitas dan mengidentifikasi peluang peningkatan.
Manager - Channel System and Quality Control	Mengawasi sistem saluran dan pengendalian kualitas untuk memastikan kelancaran operasional dan kesesuaian standar.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Berikut ini adalah beberapa kegiatan utama Telkomsel: Kegiatan umum PT Telkomsel Indonesia mencakup berbagai aspek operasional dan strategis yang mendukung layanan telekomunikasi.

1. Manajemen Data dan Analisis

Membangun platform data yang kuat untuk kebutuhan analitik, machine learning, dan solusi berbasis data lainnya; memanfaatkan big data dan analytics untuk melacak performa jaringan, memahami perilaku pelanggan, dan membantu pengambilan keputusan strategis perusahaan.

2. Pengembangan Sistem dan Aplikasi

Mengembangkan sistem aplikasi internal seperti sistem manajemen pelanggan (CRM), sistem penagihan, dan sistem operasi jaringan. Mengembangkan aplikasi digital pelanggan seperti MyTelkomsel dan

bekerja dengan platform digital seperti MAXstream, LinkAja, dan Dunia Games.

3. Automasi Proses Bisnis

Untuk mempercepat dan meningkatkan efisiensi proses bisnis internal perusahaan, menerapkan solusi automasi seperti robotic process automation (RPA) dan menerapkan sistem otomatis untuk manajemen jaringan, layanan pelanggan, dan operasional internal.

