

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1. Sejarah PT Telekomunikasi Seluler

PT Telekomunikasi Seluler Indonesia, yang dikenal sebagai Telkomsel, adalah perusahaan telekomunikasi yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Telkomsel didirikan pada tahun 1995 sebagai anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang merupakan salah satu Perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Perjalanan Telkomsel dimulai dengan perilisian layanan pascabayar pada tanggal 26 Mei 1995. Pada bulan November 1997, Telkomsel mencatatkan prestasi sebagai operator telekomunikasi seluler pertama di Asia yang memperkenalkan layanan isi ulang GSM pra-bayar. Keberhasilan ini membawa inovasi dalam industri telekomunikasi di Indonesia.

Pada bulan September 2006, Telkomsel Kembali mencatat prestasi sebagai operator pertama di Indonesia yang meluncurkan layanan 3G. Ini menandai langkah maju dalam menyediakan layanan data yang lebih cepat dan lebih canggih kepada pelanggan. Pada tanggal 20 Maret 2009, Telkomsel berkolaborasi dengan Apple Inc. Asia Pte. Ltd. untuk meluncurkan iPhone 3G di Indonesia. Kolaborasi ini disertai dengan perencanaan harga yang disesuaikan untuk semua pelanggan Telkomsel, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses teknologi terbaru.

Pada tanggal 30 April 2011, Telkomsel mencapai pencapaian besar dengan menjadi operator seluler terbesar di Indonesia, dengan lebih dari 100 juta pelanggan di negara yang memiliki populasi lebih dari 245 juta orang.

Telkomsel juga berkolaborasi dengan operator seluler di berbagai negara untuk menawarkan produk *co-branded* simPATI Kangen untuk pasar Indonesia. Hal ini mencerminkan upaya Telkomsel untuk memperluas jangkauannya di wilayah Asia Tenggara.

Dengan lebih dari 54.000 *Basis Transceiver Stations* (BTS) yang mencapai 97% dari penduduk Indonesia, Telkomsel adalah satu-satunya operator di Indonesia yang mampu mencakup seluruh negara, provinsi, dan kabupaten. Telkomsel juga telah menjadi salah satu operator seluler terbesar di dunia, menduduki peringkat ke-6. Dengan lebih dari 122 juta pelanggan yang dilayani, Telkomsel telah menjadi pemimpin pasar dalam industri telekomunikasi di Indonesia. Selama bertahun-tahun, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan teknologi terkini, seperti 3G, HSDPA, HSPA+, dan menguji teknologi *Long Term Evolution* (LTE). Telkomsel juga telah menyediakan jaringan *broadband* lebih dari 200 kota besar di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

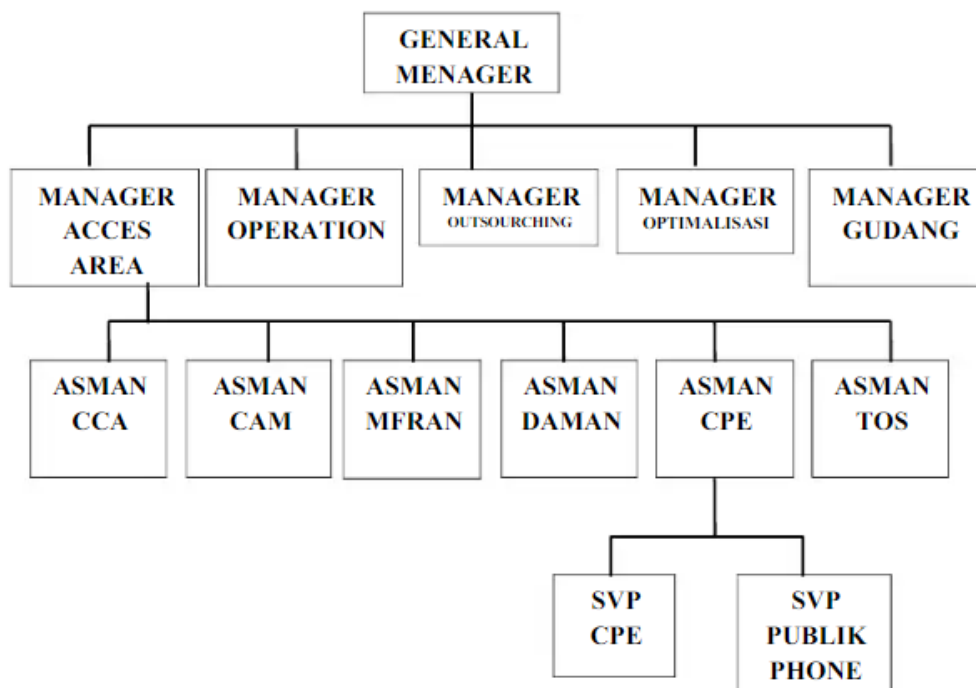
Dukungan ini diperkuat dengan lebih dari 430 pusat layanan dan layanan pelanggan 24 jam yang tersebar di seluruh Indonesia. Inovasi dan komitmen Telkomsel terhadap pengembangan teknologi telah memungkinkan perusahaan ini untuk terus berperan sebagai pemimpin dalam industri telekomunikasi di Indonesia.

Telkomsel, yang merupakan kepanjangan dari "Telekomunikasi Selular," menawarkan berbagai produk, termasuk kartuHALO, simPATI, dan kartuAS. Perusahaan ini telah melaksanakan rencana pengembangan teknologi selular yang mencakup berbagai tahap, termasuk 3G, HSDPA, HSPA+, dan mencatatkan diri sebagai pelopor dalam meluncurkan layanan mobile 4G LTE secara komersial di Indonesia. Layanan ini memberikan pelanggan kecepatan

akses yang lebih tinggi saat menggunakan layanan data, serta mendukung pengembangan teknologi seluler dalam skala yang lebih luas, termasuk potensi implementasi dalam pengembangan kota cerdas (*smart city*).

2.2. Struktur Organisasi

Untuk menjalankan tugas operasional perusahaan, diperlukan adanya susunan organisasi. Susunan organisasi adalah representasi struktur yang menunjukkan cara fungsi-fungsi, bagian-bagian, dan individu-individu diorganisir dalam perusahaan. Ini mencakup pembagian tugas, posisi, kewenangan, dan tanggung jawab yang berbeda di dalam perusahaan. Dalam hal ini, kita akan melihat bagan struktur organisasi PT. Telekomunikasi Seluler.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : online

2.3. Kegiatan Umum Perusahaan

Mengutip dari web perusahaan <http://www.telkomsel.com/> PT telekomunikasi seluler telah berhasil membangun transformasi berkelanjutan. Keberhasilan ini tidak terlepas dari fokus perusahaan pada aspek-aspek penting, yaitu bisnis, sumber daya manusia, organisasi, dan budaya perusahaan. Fokus ini bertujuan untuk mencapai visi "*Great People, Great Company*" dan sebagai bagian dari komitmen tersebut, Telkomsel berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia.

Telkomsel memiliki sejarah yang kaya dalam industri telekomunikasi seluler Indonesia. Perusahaan ini menjadi penyedia layanan telekomunikasi seluler berbasis teknologi *Global System for Mobile Communications* (GSM) pertama di Indonesia. Teknologi GSM 900MHz dan GSM 1800MHz (*Dual Band*) yang digunakan oleh Telkomsel memberikan keamanan pembicaraan yang lebih baik dan jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan teknologi seluler sebelumnya yang bersifat analog seperti AMPS dan NMT.

Seiring berjalannya waktu, Telkomsel tetap berfokus pada pengembangan bisnisnya. Perusahaan ini terus berusaha untuk mempertahankan posisinya sebagai merek terbesar dan untuk menawarkan berbagai produk dan solusi yang memenuhi kebutuhan beragam pelanggan, termasuk pelanggan prabayar, pascabayar, dan layanan data. Strategi pemasaran Telkomsel didasarkan pada pemeliharaan posisinya sebagai merek terkemuka di pasar. Perusahaan berkomitmen untuk tetap menjadi operator yang mewakili berbagai segmen pelanggan, termasuk pelanggan prabayar, pascabayar, dan layanan data. Dengan berfokus pada inovasi produk dan solusi yang relevan, Telkomsel bertujuan untuk terus memenuhi harapan pelanggan dan berperan sebagai pemimpin dalam industri telekomunikasi seluler di Indonesia.

PT Telekomunikasi Selular memiliki beberapa program strategis dalam upaya pemasaran perusahaan, di antaranya:

1. *Smart Acquisition*

Program ini bertujuan untuk mengakuisisi pelanggan dengan nilai tinggi melalui pengalaman pelanggan yang unggul. Hasilnya adalah pertumbuhan pelanggan dari 9.1 juta menjadi 140.6 juta pelanggan dengan peningkatan sebesar 2.8% pada Rp.39.000.

2. *Smart Retention*

Fokus pada meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan penghargaan khusus kepada pelanggan *High Value Customer* (HVC) untuk meningkatkan keuntungan pelanggan.

3. *Smart Youth Engagement*

Membuat merek perusahaan relevan dengan aspirasi pengguna muda dan menjaga daya tarik dalam upaya pemasaran dan *branding*.

4. *Smart Broadband Education*

Membangun kesadaran akan pentingnya internet melalui festival internet dalam program "*broadband cities*" yang menghasilkan peningkatan pengguna data sebesar 12.1% menjadi 67.9 juta pengguna.

5. *Smart Device Penetration*

Melakukan kemitraan dengan produsen ponsel seperti Samsung, LG, dan Huawei untuk memperkenalkan smartphone pada saat yang tepat. Ini menghasilkan peningkatan pengguna smartphone Telkomsel sebesar 70.8% menjadi 40.4 juta pelanggan.

6. *Smart Pricing*

Fokus pada segmentasi pasar dan penetapan harga yang disesuaikan dengan empat wilayah yang berbeda dengan menggunakan simulasi

permodelan *conjoint* dan *elasticity* untuk memaksimalkan pengembalian.

Dengan adanya program-program tersebut, Telkomsel berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjaga kepuasan pelanggan, sambil tetap berinovasi dan relevan dalam industri telekomunikasi yang sesuai dengan visi dan misi Perusahaan, sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup *mobile digital* kelas dunia yang terpercaya.

b. Misi

Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pengguna, menciptakan nilai tambah bagi pada stakeholders serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa

1. Produk-Produk TELKOMSEL

Telkomsel telah menjadi salah satu penyedia layanan telekomunikasi terkemuka di Indonesia, dengan produk-produk unggulannya yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan dari berbagai segmen. Produk-produk yang ditawarkan mencakup beragam jenis layanan:

a. Telkomsel Prabayar

Telkomsel Prabayar merupakan pilihan yang sangat menguntungkan bagi pengguna yang menginginkan kontrol penuh atas pengeluaran komunikasi mereka. Dengan kartu prabayar, pengguna dapat melakukan pembayaran sebelumnya sebelum menggunakan layanan yang disediakan. Hal ini memberikan fleksibilitas yang signifikan, memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan dan mengatur dengan tepat seberapa banyak mereka ingin menghabiskan untuk komunikasi. Kartu prabayar Telkomsel memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengendalikan secara efisien penggunaan

layanan telekomunikasi mereka, menjadikannya pilihan yang komprehensif dan kompeten bagi mereka yang mengutamakan manajemen anggaran dan pengeluaran yang tepat.

b. Telkomsel HALO

Telkomsel Halo merupakan salah satu pilihan yang ditawarkan Telkomsel untuk pelanggan pascabayar. Dengan kartu Halo, pelanggan dapat menikmati akses yang dapat digunakan di berbagai jaringan, memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam berkomunikasi. Kartu ini juga dilengkapi dengan berbagai manfaat tambahan yang dirancang untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Ini adalah solusi yang sangat cocok bagi mereka yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam berlangganan layanan telekomunikasi, serta ingin menikmati layanan yang handal dan berkualitas dari Telkomsel.

c. by.U

Produk ini merupakan salah satu operator digital yang sepenuhnya dimiliki oleh Telkomsel, yang menonjolkan pelayanan seluler berbasis digital dengan aplikasi yang terpisah. Pendekatan ini membawa pengguna ke dalam pengalaman berkomunikasi yang lebih mutakhir dan efisien. Dengan menggunakan teknologi digital, by.U memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan dengan lebih cepat, mudah, dan praktis, menciptakan kemudahan dalam berkomunikasi dan mengelola layanan seluler pelanggannya.

d. *Roaming & SLI*

Telkomsel menawarkan solusi komprehensif dalam hal layanan *Roaming* dan *SLI (Single Line Inquiry)*. Dalam konteks *Roaming*, Telkomsel memungkinkan pengguna yang bepergian ke luar negeri untuk tetap terhubung tanpa harus mengganti kartu SIM lokal.

Layanan *Roaming* ini tersedia untuk pelanggan baik prabayar maupun pascabayar, memastikan kenyamanan dan ketersediaan komunikasi internasional tanpa hambatan. Selain itu, Telkomsel juga menyediakan layanan SLI, yang memberikan pelanggan informasi penting tentang status akun pelanggan dengan mudah, sehingga mempermudah pemantauan dan pengelolaan penggunaan layanan. Dengan berbagai opsi layanan ini, Telkomsel menunjukkan komitmen untuk memberikan koneksi global dan layanan yang komprehensif kepada seluruh pelanggannya, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

e. Orbit Telkomsel

Telkomsel, melalui layanan Orbit, menawarkan solusi internet rumah yang sepenuhnya digital dengan menggunakan modem Wi-Fi. Hal ini memberikan pelanggan kemampuan untuk menikmati koneksi internet yang andal di lingkungan rumah mereka, dengan memanfaatkan teknologi terkini. Dengan Orbit, pelanggan dapat menikmati akses internet yang cepat dan handal untuk memenuhi kebutuhan digital mereka di rumah.

f. Telkomsel *One*

Telkomsel *One* adalah layanan konvergensi yang menggabungkan keunggulan dari jaringan tetap (IndiHome) dan broadband mobile (Telkomsel) dalam satu paket. Dengan Telkomsel *One*, pelanggan dapat menikmati pengalaman yang terintegrasi dan efisien, yang sangat sesuai untuk mereka yang membutuhkan konektivitas yang kuat. Dengan layanan ini, pelanggan dapat merasakan manfaat dari konektivitas yang handal dan kuat, baik di rumah maupun saat bergerak, sehingga memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi dan internet mereka secara optimal. Telkomsel *One* menciptakan pengalaman yang komprehensif dan kompeten bagi pelanggan

dengan memberikan akses yang stabil dan berkualitas ke berbagai layanan telekomunikasi.

