

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Telekomunikasi Selular atau yang biasa disebut Telkomsel, merupakan anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd [3]. Diluncurkan pada 26 Mei 1995, Telkomsel secara konsisten melayani Indonesia dalam akses telekomunikasi di seluruh tanah air, dari Sabang hingga Merauke [2].

Pada tahun 1995, Telkomsel diluncurkan dengan layanan pasca bayar, kartuHalo. Dilanjutkan oleh peluncuran kartu simPATI, kartu Prabayar perdana di Asia dan mulai melayani 27 provinsi di Indonesia pada 1997. Di 2004, diluncurkan kartu Prabayar kedua yaitu kartu AS, dan memperkenalkan jaringan 3G di Indonesia pada 2006. Pada 2011, Telkomsel menginvestasi pada teknologi selular dengan menginaugurasi fasilitas *Research and Development* dan menjadi operator telekomunikasi ketujuh terbesar di dunia [3].

Tak hanya itu, Telkomsel pun bertransformasi *mobile* pada 2012, dan terus menghubungkan lebih banyak masyarakat Indonesia dengan merilis 4G LTE pada 2014. Dengan bertransformasi *digital* pada 2016, Telkomsel juga mengembangkan ekosistem digital dengan uji coba teknologi 5G perdana di Indonesia pada 2017, dan pengembangan layanan IoT (*Internet of Things*). Pada 2019, Telkomsel melakukan inovasi teknologi terdepan dengan uji coba jaringan 5G, serta meluncurkan by.U sebagai layanan seluler Prabayar digital perdana di Indonesia [3].

Beriringnya transformasi Telkomsel menjadi perusahaan telco digital terkemuka, bisnis digital akan terus dikembangkan dengan fokus mempertahankan dominasi Telkomsel dalam penyediaan jaringan 3G dan 4G. Dan setelah 26 tahun melayani Indonesia, akhirnya pada 2021 Telkomsel mengganti logo perusahaan, seperti yang terlihat pada Gambar 2.1, yang menandai babak baru Telkomsel dalam membawa simbol perubahan bagi kemajuan bangsa [4].



Gambar 2.1 Logo Baru Telkomsel

Telkomsel juga terus melanjutkan transformasi organisasi *internal* untuk menjadi organisasi yang *customer centric* dalam menghadapi tantangan era digital. Dan dengan lebih dari 170 juta pelanggan, Telkomsel saat ini merupakan operator seluler terbesar di Indonesia dan memiliki lebih dari 233.000 BTS (*Base Transceiver Station*) di seluruh penjuru tanah air [2].

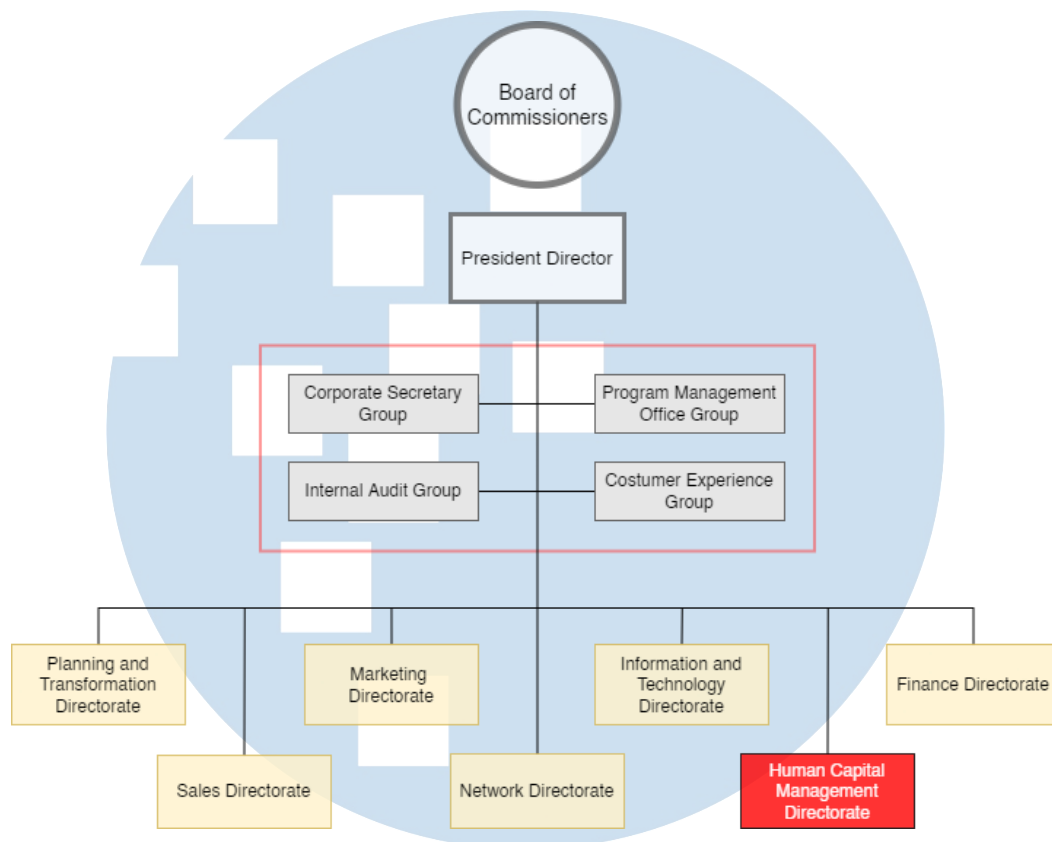
Selaku opsi utama masyarakat Indonesia dalam berbagai keperluan layanan gaya hidup serba digital, Telkomsel secara konsisten berinovasi menyediakan beragam pelayanan yang mudah dijangkau masyarakat seperti melalui aplikasi MyTelkomsel, Asisten Virtual Telkomsel, layanan Call Center 24 jam, dan ketersediaan GraPARI yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia [2].

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Telkomsel memiliki visi yaitu menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital *mobile* kelas dunia yang terpercaya. Adapun misi Telkomsel yaitu memberikan layanan dan solusi digital *mobile* yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa [3]. Dengan ini, Telkomsel akan terus berupaya untuk memajukan bangsa dengan memperdalam transformasi digital, meningkatkan *customer usage* dengan memberikan penawaran yang apik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Telkomsel

Gambar 2.2 merupakan bagan struktur organisasi Telkomsel secara garis besar. Adapun kerja magang yang dilakukan pada proyek Human Capital Visual Dashboard ini ditempatkan pada direktorat Human Capital Management.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A