

BAB II

GAMBARAN UMUM PT TELEKOMUNIKASI SELULAR

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Telekomunikasi Selular atau dikenal dengan Telkomsel merupakan perusahaan operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia yang menghubungkan lebih dari 175 juta pelanggan Telkomsel di seluruh Indonesia. Sejak berdiri pada 26 Mei 1995, Telkomsel siap memberikan kesempatan bagi seluruh anak bangsa melintasi ruang dan waktu melalui akses telekomunikasi berteknologi [6]. Telkomsel berkomitmen untuk membuka lebih banyak peluang dan kemungkinan dengan memanfaatkan *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital services* yang mengutamakan kemanfaatan teknologi demi kemajuan setiap aspek kehidupan seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan laporan tahunan Telkomsel pada tahun 2021, Telkomsel telah memiliki 251.116 unit *Base Transceiver Station* (BTS) yang mencangkup 95% wilayah populasi Indonesia. Hal tersebut juga menjadikan Telkomsel sebagai perusahaan operator telekomunikasi seluler terbesar keenam di dunia. Pelanggan dari Telkomsel juga terbilang sangat besar yaitu lebih dari 175 juta pelanggan. Telkomsel juga mengalami pertumbuhan dalam *digital business revenue* yang mencatatkan kenaikan sebesar 9,5% yaitu 68,2 triliun rupiah di tahun 2021 [6].

Layanan yang diberikan oleh Telkomsel mencangkup empat *key products & services* yaitu Telkomsel Halo, Telkomsel PraBayar, by.U, dan Telkomsel Orbit. Telkomsel Halo merupakan layanan pasca bayar yang menyasar kalangan korporat dan menengah ke atas serta pengembangan dari produk pasca bayar sebelumnya pada tahun 2021 yaitu Kartu Halo. Selain memberikan layanan seluler yang berkualitas, Telkomsel Halo juga memberikan sejumlah layanan eksklusif lainnya untuk para konsumen. Telkomsel PraBayar merupakan gabungan dari beberapa produk Prabayar sebelumnya seperti simPATI, Kartu As, dan Loop. *Rebrandring*

layanan prabayar dari Telkomsel tersebut menghadirkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dengan berbagai pilihan paket di berbagai rentang harga. By.U merupakan layanan baru Telkomsel yang dirilis pada tahun 2019 sekaligus menjadi layanan kartu prabayar digital *end-to-end* pertama di Indonesia dengan target para Gen Z. Telkomsel Orbit menawarkan layanan *broadband home internet* menggunakan modem WIFI untuk terhubung ke infrastruktur Telkomsel 4G dan 5G. Cukup membeli paket data dan tak memerlukan langganan, Telkomsel Orbit memberikan kemudahan dan fleksibilitas layanan internet untuk keluarga di rumah.

Telkomsel tidak hanya merupakan suatu *Telecommunication Company* (TelCo) melainkan sudah bertransformasi menjadi suatu *Digital Company* (DiCo) yang menawarkan *digital platform* dan *digital services*. Contoh pergerakan Telkomsel menjadi DiCo adalah dengan kehadiran produk seperti Langit Musik untuk *streaming* musik, Dunia Games untuk berbagai informasi terkait *games* baik berupa berita maupun *top up*, Klop untuk pinjaman *online*, Kunci untuk menghubungkan calon pengusaha dengan pemilik bisnis, Fita sebagai aplikasi kesehatan, Telkomsel *IoT* sebagai penyedia solusi *IoT* untuk kebutuhan bisnis, Telkomsel DigiAds sebagai penyedia layanan periklanan digital terpadu, Telkomsel Enterprise sebagai penyedia jaringan untuk pendukung bisnis, Max Stream untuk berlangganan film dan serial TV, My Telkomsel sebagai aplikasi untuk mengelola nomor Telkomsel yang dimiliki konsumen, Link Aja sebagai aplikasi keuangan digital, by.U sebagai layanan kartu prabayar digital, dan Indico untuk menaungi inovasi teknologi digital.

Telkomsel dapat dikatakan menjadi tulang punggung induk perusahaannya yaitu PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom). Telkomsel sendiri telah memberikan pertumbuhan keuntungan hingga 19,2 triliun rupiah yang jauh lebih besar dibandingkan dengan induk perusahaannya sendiri yaitu PT Telkom Indonesia yaitu 16,46 triliun rupiah pada kuartal III tahun 2019. Telkomsel dalam Bursa Efek Indonesia tergabung dengan induk perusahaannya dengan kode nama TLKM. PT Telekomunikasi Selular merupakan perusahaan dengan kepemilikan

saham yang sebagian besar dimiliki oleh Indonesia. Kepemilikan saham dimiliki sebesar 65% oleh PT Telkom Indonesia sedangkan sisanya sebesar 35% dimiliki oleh Singapore Telecom Mobile TTE/Singtel Mobile. Singtel dimiliki oleh perusahaan BUMN investasi milik pemerintah Singapura dengan nama Temasek [6].

Perjalanan panjang sejak tahun 1995 telah menjadikan Telkomsel sebagai pelopor operator telekomunikasi di Indonesia. Pada tahun 2006 Telkomsel menghadirkan jaringan 3G pertama di Indonesia dan mulai memimpin Indonesia dengan melayani 100 juta pelanggan pertamanya di tahun 2011. Pada tahun 2014 Telkomsel menggelar jaringan 4G LTE pertama di Indonesia dan pada tahun 2018 sudah melakukan uji coba jaringan 5G pertama di Indonesia melalui 5G *Experience Center Asian Games*. Terkait dengan 5G tersebut, di tahun 2021 kemarin, Telkomsel telah menjadi operator pertama untuk komersialisasi 5G di Indonesia yang membuat Indonesia berpeluang untuk semakin maju dan berkembang di dalam dunia digital. Perjalanan Telkomsel dalam dunia telekomunikasi Indonesia juga telah mendapat beberapa penghargaan skala global seperti penghargaan *Telecom Category - Best in 4G Network Provider* dari *International Finance, London* dan *Best Company to Work for in Asia* dari HR Asia 2021. Bahkan produk digital Telkomsel yang relatif baru telah mendapatkan penghargaan yaitu Fita yang rilis tahun 2021 menang dalam kategori *Best Hidden Gem* di *Google Play Awards 2021*.

Telkomsel telah menghadirkan identitas baru untuk semakin mengukuhkan komitmen untuk menuju perusahaan digital terdepan yang bisa diandalkan pada 18 Juni 2021. Identitas baru tersebut menjadi makna perwujudan simbol perusahaan yang akan terus menjadi *enabler* dalam menghadirkan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan serta dengan *branding #BukaSemuaPeluang* bagi masyarakat dalam mendorong kemajuan bangsa. Identitas baru tersebut terlihat dari transformasi logo Telkomsel pada Gambar 2.1 yang menggunakan berbagai ukiran

motif batik khas Indonesia dan *font* khusus Telkomsel dengan nama Telkomsel Batik Sans.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan [6]

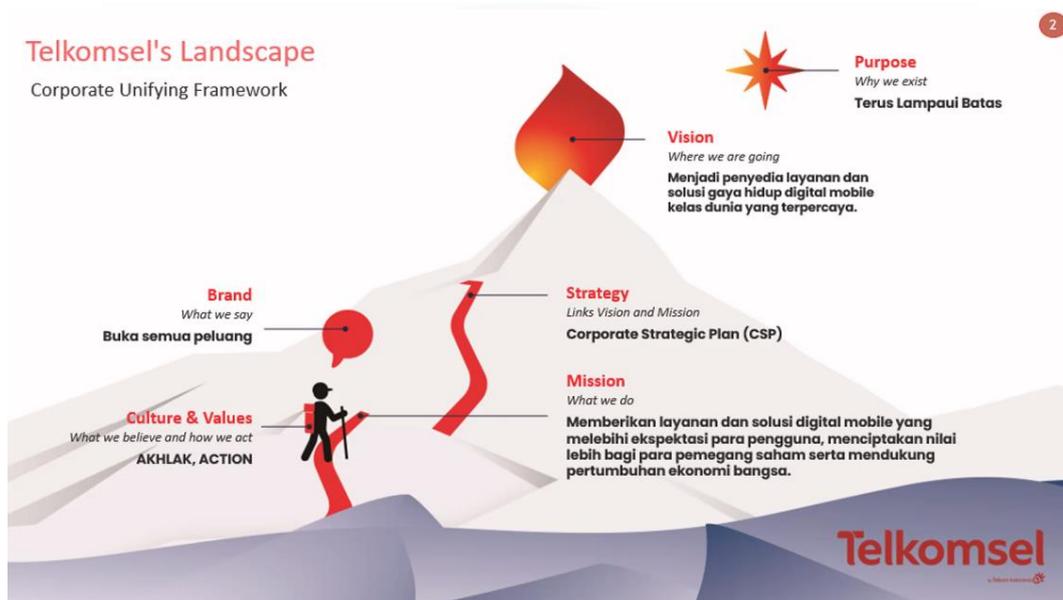
PT Telekomunikasi Selular juga memiliki nilai kebudayaan perusahaan yang wajib dimiliki oleh setiap pegawai. Nilai kebudayaan tersebut terus berkembang dari tahun 2012 hingga kini. Sejak tahun 2021, nilai kebudayaan yang berlaku adalah AKHLAK dan Telkomsel Digilife ACTION sebagai *culture* dan *values* yang diterapkan untuk mencapai *purpose* yang digambarkan pada Gambar 2.2. AKHLAK merupakan nilai-nilai utama sumber daya manusia Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang harus diadopsi oleh seluruh perusahaan di bawahnya. Hal tersebut harus diaplikasikan secara sungguh-sungguh, konsisten, dan konsekuen agar melahirkan perilaku keseharian dan membentuk budaya kerja BUMN. Telkomsel Digilife ACTION adalah *new ways of working* di Telkomsel yang menjadi acuan bagi setiap pegawai yang ada di Telkomsel untuk memberikan kontribusi lebih demi kemajuan Indonesia dalam menciptakan produk yang memberikan solusi dan inovatif. Kedua nilai tersebut memiliki arti sebagai berikut:

AKHLAK

1. Amanah
Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis
Saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. Loyal
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
5. Adaptif
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
6. Kolaboratif
Membangun kerja sama yang sinergis.

Telkomsel Digilife ACTION

1. *Agility*
2. *Customer Centric*
3. *Innovation*
4. *Open Mindset*
5. *Networking*



Gambar 2.2 Visualisasi Langkah Telkomsel Mencapai *Purpose*

2.1.1 Visi Misi

Visi dan Misi menjadi landasan dasar bagi PT Telekomunikasi Selular dalam mencapai tujuan yang diinginkan yaitu dijabarkan sebagai berikut:

Visi

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

Misi

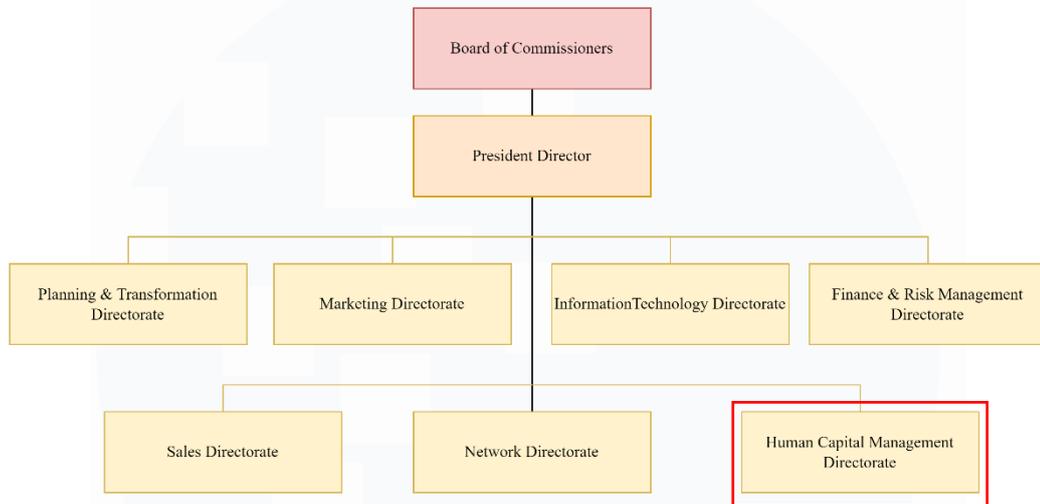
Memberikan layanan dan solusi *digital mobile* yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

Visi dan misi Telkomsel tersebut digabungkan menjadi satu dalam *Corporate Strategic Plan (CSP)*. CSP digunakan untuk mendukung mencapai visi dan misi dalam jangka waktu yang panjang dan membagi peran masing-masing dalam setiap level organisasi di dalamnya. Telkomsel memiliki *purpose*

untuk menjawab alasan hadirnya Telkomsel di Indonesia yaitu untuk “Terus Lampau Batas” menjadikan Telkomsel tidak hanya menjadi operator telekomunikasi seluler, namun menjadi perusahaan penyedia layanan digital bagi Indonesia.

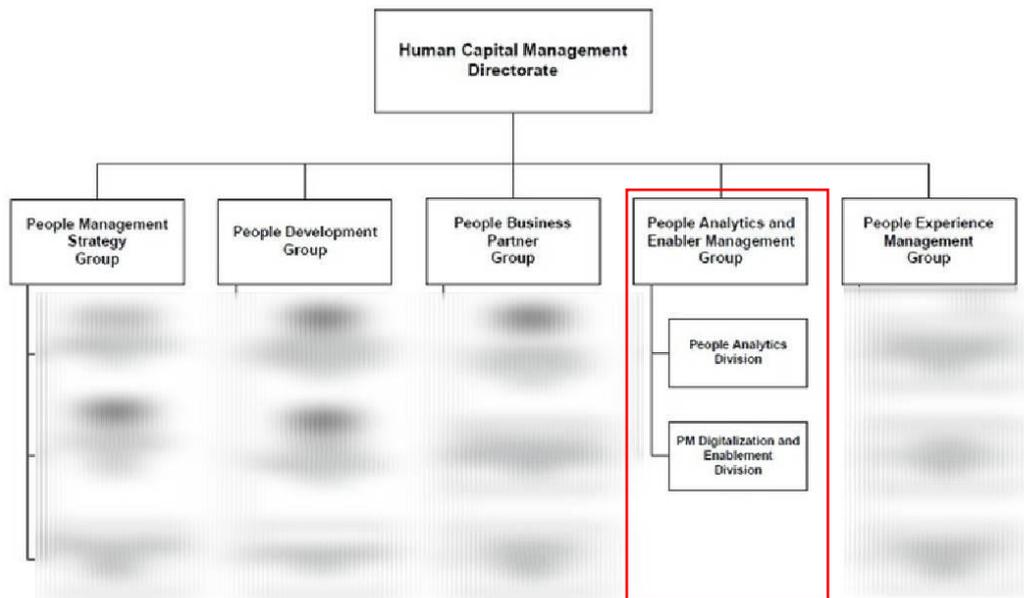


2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

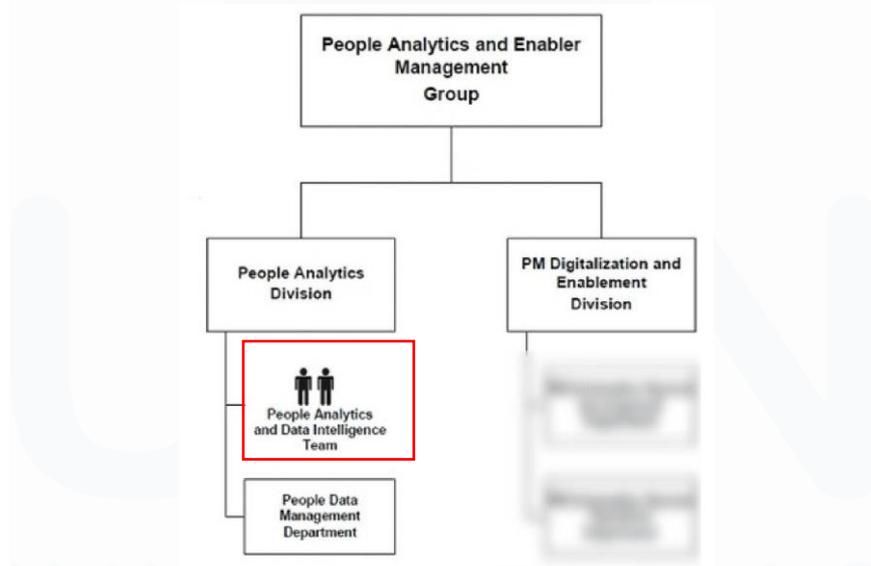


Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan [6]

Diposisikan untuk berada di dalam direktorat *Human Capital Management* sebagai salah satu direktorat PT Telekomunikasi Selular seperti pada Gambar 2.3. Di dalam direktorat *Human Capital Management* terbagi kembali ke dalam struktur pada Gambar 2.4 dan Gambar 2.5.



Gambar 2.4 Struktur Direktorat *Human Capital Management*



Gambar 2.5 Struktur *People Analytics and Enabler Management Group*

Kedudukannya berada di dalam *People Analytics and Enabler Management Group*, di dalam *People Analytics Division*, dan *People Analytics and Data Intelligence Team*. Divisi tersebut memiliki tugas untuk melakukan analisis atas data pegawai Telkomsel yang dimiliki oleh direktorat *Human Capital Management*. Analisis dilakukan untuk memperoleh suatu temuan informasi baru dan dapat digunakan untuk membantu proses pengambilan keputusan. Di dalam *People Analytics Division* tersebut dan juga berada di dalam *People Analytics and Data Intelligence team* memiliki tanggung jawab terfokus pada analisis data dan membuat visualisasi. Berbeda dengan *People Data Management Department* yang bertanggung jawab untuk mengelola data yang ada untuk digunakan.

Saat ini belum ada visualisasi terkait *working process* untuk setiap pegawai yang meliputi aktivitas kehadiran, lembur, dan cuti. Untuk melihat data tersebut masih menarik data secara manual dari *data warehouse* untuk menjadi data dalam format Microsoft Excel. Terdapat tugas untuk membuat visualisasi *working process* beserta dengan kalkulasi yang tepat untuk merealisasikan *mockup* yang disusun menjadi nyata dengan menggunakan aplikasi Tableau. Terdapat aktivitas eksplorasi dan improvisasi atas visualisasi demografi karyawan dan data *medical* yang telah disusun sebelumnya.