

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Telekomunikasi Seluler

Telekomunikasi Seluler atau Telkomsel merupakan perusahaan operator seluler terbesar di Indonesia. Pada awalnya, perusahaan ini didirikan pada tahun 1995 oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) dan PT Indosat Tbk (Indosat). Kemudian pada 2001, Telkomsel mengakuisisi Indosat sehingga pada 2002 kepemilikan saham Telkomsel meningkat lebih dari 50% yaitu kepemilikan secara total mencapai 65% oleh Telkom. Hingga saat ini Telkomsel terus berkembang tidak hanya sebagai perusahaan operator seluler tetapi juga sebagai digital ekosistem yang membuka semua peluang solusi integrasi digital.

Pada 2021 Telkomsel menjadi perusahaan *provider* seluler pertama penyedia layanan jaringan 5G secara komersial. Kemudian pada tahun 2022 Telkomsel memperluas layanan 5G-nya untuk mendorong komitmen dalam membangun ekosistem digital di Indonesia. Hingga kini, Telkomsel telah menunjukkan komitmennya dengan meluncurkan layanan komersial 5G di lebih dari 40 kota dengan 284 BTS 5G. Di sisi lain, Telkomsel telah memiliki jaringan luas seluruh Indonesia dengan *base transceiver station* (BTS) mencapai 265,194 unit dari Sabang hingga Merauke. Sebagai pelopor jaringan 4G dan 5G di Indonesia, Telkomsel memiliki pelanggan mencapai 120 juta pengguna. Hal ini yang membuat Telkomsel sebagai *market leader* operator seluler di Indonesia.

Pada tahun yang sama, Telkomsel memperkenalkan identitas barunya sebagai simbol perubahan yang menjadikan awal sebuah perjalanan membuka banyak peluang bagi masyarakat. #BukaSemuaPeluang merupakan *tagline* Telkomsel yang menjadi representasi semangat sebuah pembaruan. Dengan dilengkapi nilai-nilai baru sebagai bentuk transformasi perusahaan yaitu *Integrity, Purposful, Empowering, dan Exciting* yang diaktualisasikan dalam bentuk integrasi produk serta layanan berbasis digital memperkuat komitmen sebagai simbol perubahan di masa mendatang.

Telkomsel terus bertransformasi menjadi perusahaan digital dengan membangun berbagai ekosistem bisnis. Berbagai produk seperti Telkomsel Halo, Telkomsel PraBayar, by.U, dan Telkomsel Orbit merupakan *key product* dan *services* yang ditawarkan oleh Telkomsel. Selain itu, pada tahun 2021, Telkomsel memperkenalkan PT Telkomsel Ekosistem Digital (INDICO) sebagai perluasan lini bisnis digital dengan mengandalkan tiga pilar digital Telkomsel: Konektivitas Digital, Platform Digital, dan Layanan Digital.

Pada pertengahan 2023, Telkomsel mengakuisisi Indi-Home yang merupakan layanan jaringan *WiFi* fiber optik milik Telkom Indonesia dengan fokus Telkom *sebagai business-to-business* dan Telkomsel *business-to-consumer* mendorong efisiensi bisnis *fixed mobile convergence* Telkom guna membantu penetrasi internet kepada masyarakat.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Visi dan misi menjadi pemandu utama bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Visi dari Telkomsel adalah menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya. Telkomsel bertekad untuk menghubungkan dan memperluas akses digital bagi masyarakat Indonesia, sehingga setiap individu dapat merasakan manfaat dari teknologi informasi dan komunikasi.

Di sisi lain, misi dari Telkomsel adalah memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham, serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, masyarakat, dan pemangku kepentingan melalui pengembangan infrastruktur yang handal, inovasi produk dan layanan yang berkelanjutan, serta keberlanjutan dalam praktik bisnis mereka.

2.1.2 Logo Perusahaan

Telkomsel memperkenalkan identitas barunya dengan melakukan *rebranding* logo. Desain logo ini terinspirasi dari pola batik sebagai identitas budaya Indonesia dengan nama font “Telkomsel Batik Sans”. Pola batik dapat terlihat dari *design* huruf T yang terinspirasi dari pola batik ceplok asal Palembang serta ujung lekukan tiap huruf terinspirasi dari pola batik parang dari Jawa.



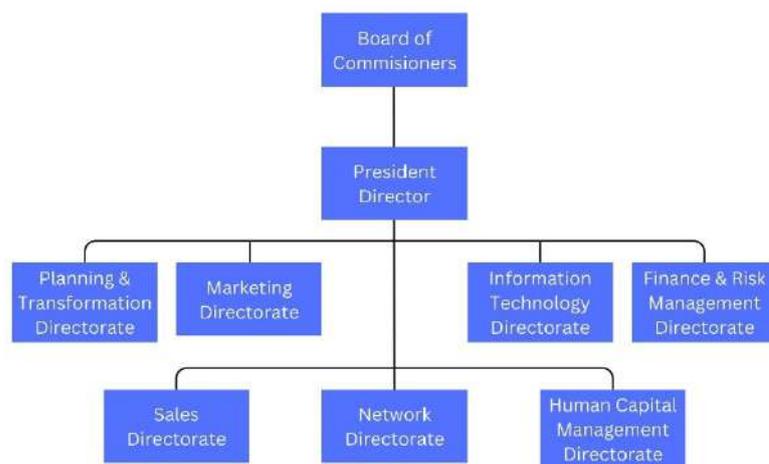
Gambar 2. 1 Logo Utama Telkomsel

Sumber: Telkomsel (2021)

Warna merah menjadi warna identitas Telkomsel yang menggambarkan semangat dan keberanian perusahaan dalam menghadapi masa depan dengan segala kemungkinan. Penambahan identitas lainnya adalah pada tulisan “by Telkom Indonesia” yang menunjukkan bahwa Telkomsel merupakan anak perusahaan dari Telkom Indonesia. Keberadaan Telkomsel sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan merupakan penyedia layanan seluler yang dikelola oleh Telkom Indonesia. Hal ini yang menunjukkan bahwa logo Telkomsel memiliki hubungan dengan Telkom Indonesia sebagai induk perusahaan.

2.2 Struktur Organisasi Telekomunikasi Seluler

Struktur organisasi adalah komponen krusial yang harus ada dalam suatu perusahaan yang beroperasi. Struktur ini memberikan pemahaman yang jelas tentang tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh setiap anggota di berbagai departemen atau posisi. Posisi tertinggi terdapat jajaran komisaris. Kemudian di bawah posisi komisaris terdapat direktur utama yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan utama pada perusahaan.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Telkomsel

Sumber: Telkomsel (2022)

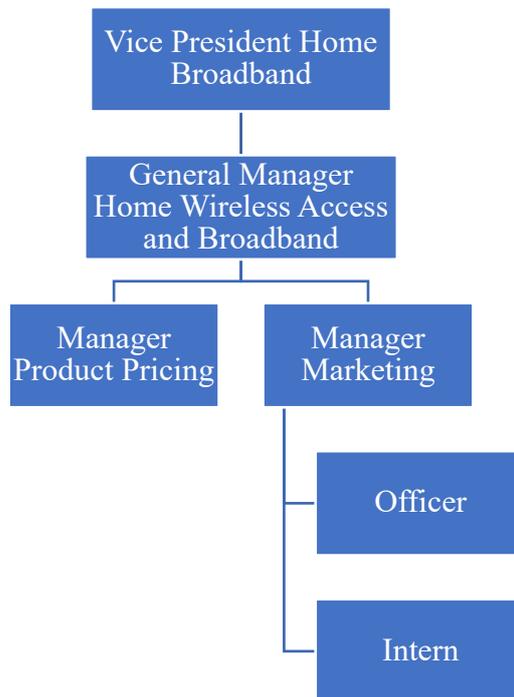
Sementara itu, Direktur Utama membawahi tujuh direktorat yang memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Direktorat Telkomsel memiliki peran dalam mengelola dan mengarahkan berbagai aspek bisnis perusahaan, diantaranya:

- A. Direktorat Perencanaan dan Tranformasi memiliki tugas dalam menyusun berbagai rencana bisnis dan mengarahkan transformasi perusahaan Telkomsel
- B. Direktorat Pemasaran memiliki tugas dalam strategi pemasaran dan promosi perusahaan
- C. Direktorat TI bertugas dalam mengelola tekonologi informasi dan sistem perusahaan

- D. Direktorat Keuangan dan Manajemen Risiko bertugas dalam mengelola keuangan perusahaan dan mengurangi risiko operasional
- E. Direktorat Penjualan bertugas dalam penjualan produk dan layanan Telkomsel
- F. Direktorat Jaringan bertanggung jawab atas pengembangan dan operasi jaringan Telkomsel
- G. Direktorat Manajemen SDM bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusia dan kebijakan SDM perusahaan.

Pada kerja magang penulis, penulis ditempatkan pada direktorat marketing di bawah produk Home LTE Telkomsel. Departemen Home LTE berada di bawah naungan VP Home Broadband yang bertanggung jawab dalam pemegang keputusan utama dalam beragam jenis kegiatan yang dilakukan pada departemen Home LTE. Secara struktural, tim marketing Home LTE berada di bawah naungan General Manager Home Wireless Access yang memegang dua tim yaitu Product Pricing dan Marketing.

Tim marketing bertugas dalam melakukan pemasaran produk Orbit yang dilakukan melalui beragam platform Telkomsel dan Orbit serta membuat kerjasama dengan pihak eksternal untuk meningkatkan pemasaran produk Orbit. Sedangkan tim product pricing bertugas sebagai tim yang mengatur paket internet serta pengolahan data internal Telkomsel Orbit.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Home LTE

Sumber: Telkomsel (2024)