

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) merupakan anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak di bidang layanan telekomunikasi seluler. Telkomsel didirikan pada tanggal 26 Mei 1995 dan sejak saat itu telah berkembang menjadi salah satu penyedia layanan telekomunikasi digital terbesar di Indonesia. Perusahaan ini lahir dari semangat untuk menyediakan layanan komunikasi yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat, mulai dari daerah perkotaan hingga pelosok desa.



Gambar 2.1 Logo Telkomsel

Pada awal berdirinya, Telkomsel meluncurkan layanan pascabayar kartuHALO, diikuti oleh peluncuran simPATI pada tahun 1997 sebagai layanan prabayar pertama di Asia. Inovasi terus berlanjut dengan peluncuran Kartu As, layanan dengan tarif terjangkau yang dirancang untuk menjangkau pengguna dari berbagai kalangan.

Selama tiga dekade perjalanannya, Telkomsel terus beradaptasi dan bertransformasi. Di era 2000-an, Telkomsel memperkenalkan layanan 3G, dilanjutkan dengan 4G LTE pada 2014, dan menjadi operator pertama yang meluncurkan layanan 5G komersial di Indonesia pada 2021. Dalam rangka memperkuat ekosistem digital nasional, Telkomsel juga memperluas portofolio bisnis melalui pembentukan anak usaha INDICO, yang bergerak di sektor digital seperti kesehatan, hiburan, pendidikan, dan teknologi keuangan.

Sebagai bagian dari strategi Fixed Mobile Convergence (FMC), pada tahun 2023 Telkomsel mengintegrasikan layanan internet rumah IndiHome, dan memperkenalkan Telkomsel One sebagai solusi konvergensi layanan seluler dan broadband. Aplikasi MyTelkomsel pun terus dikembangkan sebagai pusat layanan digital terpadu yang menghadirkan berbagai fitur gaya hidup, hiburan, hingga transaksi keuangan.

Hingga saat ini, Telkomsel telah melayani lebih dari 150 juta pelanggan di seluruh wilayah Indonesia, dengan jaringan yang mencakup hampir seluruh daerah berpenduduk. Perusahaan ini juga aktif mengadopsi teknologi terbaru seperti *Artificial Intelligence (AI)* untuk meningkatkan efisiensi layanan, personalisasi produk, serta memperkuat sistem jaringan cerdas dan otonom.



Gambar 2.2 Tagline Telkomsel

Pada usia yang ke-30 di tahun ini, Telkomsel mengusung *tagline* “Majukan Indonesia” sebagai bentuk semangat baru dalam perjalanannya sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia. *Tagline* ini tidak sekadar menjadi slogan, melainkan cerminan dari komitmen Telkomsel untuk terus berinovasi dan menghadirkan solusi digital yang inklusif, berkelanjutan, serta memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

Tagline “Majukan Indonesia” menjadi simbol semangat gotong royong Telkomsel bersama seluruh masyarakat dan talenta digital bangsa untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif, membuka peluang, dan menjawab tantangan masa depan. Dengan semangat tersebut, Telkomsel berharap dapat terus menjadi mitra strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital dan memperkuat daya saing Indonesia di era global.

2.1.1 Visi Misi

Visi

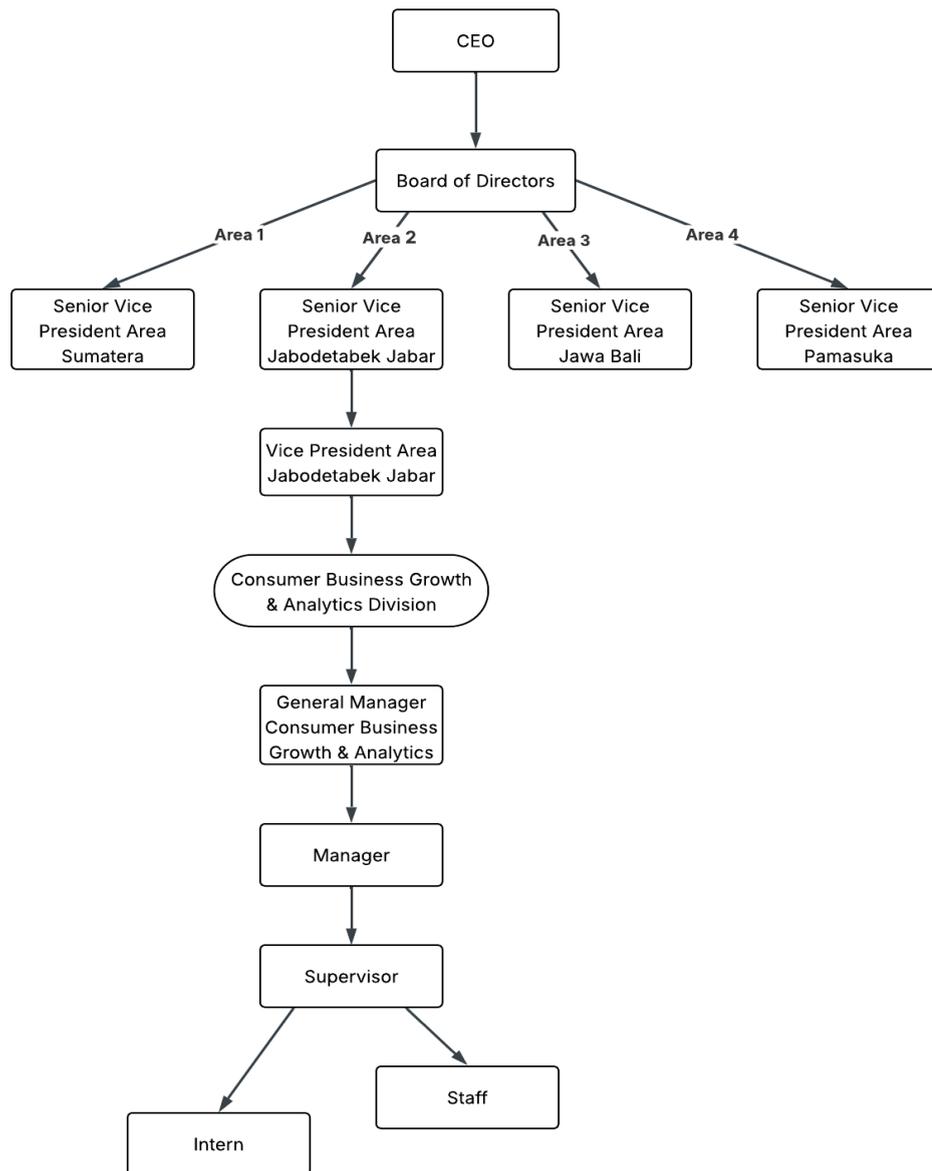
Menjadi penyedia layanan telekomunikasi digital terbaik di regional dengan mewujudkan masyarakat Indonesia yang berdaya saing tinggi untuk membuat hari ini menjadi lebih baik dan menciptakan masa depan yang gemilang.

Misi

- 1) Menyediakan konektivitas yang handal dan merata ke seluruh pelosok negeri.
- 2) Memberikan layanan unggul yang sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen pelanggan.
- 3) Menghadirkan solusi digital inovatif untuk mendukung kemajuan masyarakat.
- 4) Menjangkau individu hingga komunitas demi meningkatkan kualitas hidup.
- 5) Melayani setiap rumah dengan akses digital yang inklusif dan berkelanjutan.

- 6) Mendukung kegiatan usaha melalui solusi digital yang efisien dan kompetitif.
- 7) Membuka peluang untuk pertumbuhan dan transformasi digital Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Telkomsel

Gambar diatas merupakan struktur organisasi hierarkis di Telkomsel, dimulai dari level tertinggi hingga level operasional, dengan fokus pada Area

Jabodetabek Jabar dan *Divisi Consumer Business Growth & Analytics* tempat melaksanakan magang.

A. *CEO dan Board of Directors*

Merupakan pucuk pimpinan Telkomsel secara nasional, yang mengawasi seluruh operasional perusahaan melalui Board of Directors.

B. *Senior Vice President Area (SVP Area)*

Struktur organisasi dibagi menjadi empat area besar di Indonesia:

- 1) Area 1: Sumatera
- 2) Area 2: Jabodetabek Jabar
- 3) Area 3: Jawa Bali
- 4) Area 4: Pamasuka (Papua, Maluku, Sulawesi, Kalimantan)

C. *Vice President Area Jabodetabek Jabar*

Bertanggung jawab langsung terhadap operasional Telkomsel di wilayah Jabodetabek dan Jawa Barat.

D. *General Manager Consumer Business Growth & Analytics*

Memimpin divisi tempat berlangsungnya magang. Divisi ini berperan dalam pengembangan strategi pertumbuhan konsumen dan analisis bisnis untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data. tersebut dan menjadi penghubung strategis antara tim analisis dan manajemen area.

E. *Manager – Supervisor – Staff*

Struktur kerja operasional terdiri dari Manager yang memimpin tim, Supervisor sebagai pengawas teknis, serta Staff yang melaksanakan fungsi-fungsi utama analisis dan pelaporan data.

F. *Intern (Data Analyst)*

Selama menjalani program magang, pembimbingan dilakukan di bawah supervisi Bapak Aryoputro Wicaksono selaku Manager pada Divisi Consumer Business Growth & Analytics. Tugas yang diberikan dalam peran sebagai data analyst mencakup dukungan dalam pengolahan data, penyusunan visualisasi laporan, serta kontribusi terhadap analisis yang digunakan untuk pengembangan strategi konsumen di wilayah Jabodetabek Jabar.