

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Telkomsel adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1995 [2]. Sebagai anak perusahaan PT Telekomunikasi Selular, Telkomsel bertujuan untuk menyediakan layanan telekomunikasi berupa komunikasi suara, pesan singkat, data, dan berbagai layanan digital lainnya. Pada pemaparan selanjutnya, penulis akan merangkum profil dan sejarah dari perusahaan Telkomsel.

2.1.1 Profil Perusahaan

Telkomsel adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1995 [2]. Sebagai anak perusahaan PT Telekomunikasi Selular, Telkomsel bertujuan untuk menyediakan layanan telekomunikasi berupa komunikasi suara, pesan singkat, data, dan berbagai layanan digital lainnya. Pada pemaparan selanjutnya, penulis akan merangkum profil dan sejarah perusahaan Telkomsel.

Sejak awal pendiriannya, visi dan misi Telkomsel telah menjadi landasan fundamental bagi tujuan perusahaan sekaligus cerminan komitmennya untuk menjadi pemimpin dalam industri telekomunikasi digital di Indonesia, bahkan hingga skala regional Asia. Visi utama Telkomsel adalah menjadi penyedia layanan telekomunikasi digital terdepan di kawasan Asia, dengan tujuan utama memfasilitasi masyarakat Indonesia agar mampu bersaing di era globalisasi melalui inovasi teknologi yang berkelanjutan [8]. Sejalan dengan hal tersebut, misi perusahaan berfokus pada penyediaan konektivitas, layanan, dan solusi digital yang unggul serta dapat diakses oleh seluruh segmen masyarakat, mulai dari individu hingga korporasi, guna membuka lebih banyak peluang dan memperluas akses menuju dunia digital. Komitmen ini mencerminkan upaya Telkomsel dalam menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan progresif. Dengan demikian, perpaduan antara visi dan misi tersebut menegaskan bahwa Telkomsel tidak hanya mengutamakan aspek teknologi semata, tetapi juga berorientasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui layanan digital yang berevolusi dan terus berkembang.



Gambar 2.1. Logo perusahaan Telkomsel

Pada tanggal 18 Juni 2021, bertepatan dengan perayaan ulang tahun Telkomsel yang ke-26, perusahaan secara resmi meluncurkan identitas visual barunya [9]. Peluncuran ini dimaknai sebagai simbol transformasi digital sekaligus representasi nilai-nilai baru yang diusung untuk menjadi harapan bagi kemajuan bangsa. Logo tersebut merupakan karya Deni Anggara dari Degarism Studio Bandung, yang terinspirasi dari motif batik, tercermin pada jenis huruf (*font*) yang diberi nama Telkomsel Batik. Selain itu, terdapat pula bentuk *portal* dengan guratan yang melambangkan pintu menuju pengalaman baru serta dunia baru yang dapat dijelajahi bersama Telkomsel. Komposisi warna yang diterapkan terdiri atas warna dasar merah dan putih, yang melambangkan keberanian, kekuatan, kemurnian, serta kejujuran, dengan gradasi kuning sebagai penanda optimisme dan kegembiraan.

Telkomsel beroperasi dalam bidang telekomunikasi dan digital, dengan fokus utama pada penyediaan layanan jaringan seluler serta solusi digital yang inovatif di seluruh wilayah Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di tanah air, Telkomsel menawarkan beragam layanan, mencakup telepon seluler, pesan teks, hingga layanan internet berbasis data melalui jaringan 2G, 3G, 4G, dan saat ini 5G. Di samping itu, dalam upaya menghadirkan solusi digital yang inovatif, Telkomsel juga mengembangkan berbagai produk pelengkap, salah satunya adalah aplikasi MyTelkomsel yang berfungsi sebagai layanan mandiri dengan beragam fitur bagi pengguna. Melalui inovasi yang berkelanjutan, Telkomsel berperan aktif dalam mendukung konektivitas dan percepatan transformasi digital di berbagai sektor kehidupan masyarakat Indonesia.

2.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Sejarah Telkomsel bermula pada saat perusahaan resmi didirikan pada 26 Mei 1995 [2]. Sejak awal pendiriannya, Telkomsel berupaya menjadi perintis dalam industri telekomunikasi seluler dan secara konsisten melayani masyarakat Indonesia. Berkat inovasi yang terus berkembang, Telkomsel berhasil memperluas jangkauannya hingga hampir mencakup seluruh wilayah Indonesia, dari Sabang sampai Merauke. Dalam perjalanannya, Telkomsel telah melalui proses adaptasi yang panjang terhadap berbagai perubahan teknologi seiring berjalannya waktu.

Pada tahap awal, Telkomsel meluncurkan layanan *GSM (Global System for Mobile Communications)*. Kemudian, pada tahun 1997, Telkomsel menjadi penyedia layanan pertama di Indonesia yang meluncurkan sistem prabayar melalui produk *SIMPATI*. Pencapaian ini menjadi salah satu tonggak sejarah penting bagi industri telekomunikasi secara nasional. Beberapa tahun setelahnya, Telkomsel kembali menghadirkan teknologi 2G. Dengan adanya jangkauan jaringan tersebut, masyarakat Indonesia disediakan akses layanan telepon dan pesan, yang menjadikan interaksi serta komunikasi berjalan lebih sederhana dan efektif.

Seiring dengan perkembangan zaman, Telkomsel terus berinovasi dan meluncurkan teknologi generasi ketiga, atau 3G. Pada tahun 2004, Telkomsel kembali mencatatkan prestasi sebagai operator pertama di Indonesia yang mampu memberikan layanan *EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution)*. Dengan layanan ini, pengguna dapat melakukan transfer data hingga 126 kbps, yang menjadikannya teknologi transmisi data tercepat pada zamannya. Perkembangan teknologi tidak berhenti di situ; pada tahun 2014, Telkomsel membawa era 4G *LTE* ke Indonesia. Jaringan 4G ini menawarkan kecanggihan yang memungkinkan pengguna menikmati akses *internet* dengan kecepatan lebih tinggi serta memaksimalkan berbagai fitur pada *smartphone*. Dengan seluruh pencapaian yang telah diperoleh, Telkomsel tidak berhenti berinovasi dan juga turut mengembangkan teknologi generasi kelima, yaitu 5G, di Indonesia.

Melalui perjalanan panjang tersebut, Telkomsel terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap menjadi yang terdepan dalam industri telekomunikasi Indonesia. Saat ini, Telkomsel telah menjadi operator seluler terbesar di Indonesia dengan jutaan pelanggan yang tersebar di seluruh negeri. Hingga kini, perusahaan ini dikenal dengan beragam layanan yang ditawarkan, meliputi komunikasi suara, pesan singkat, *internet* berbasis data, serta berbagai produk digital seperti *MyTelkomsel*, *MAXstream*, *Langit Musik*, dan masih banyak

lainnya. Secara konsisten, Telkomsel hadir dan melayani beragam kebutuhan pelanggan melalui setiap layanan yang disediakan.

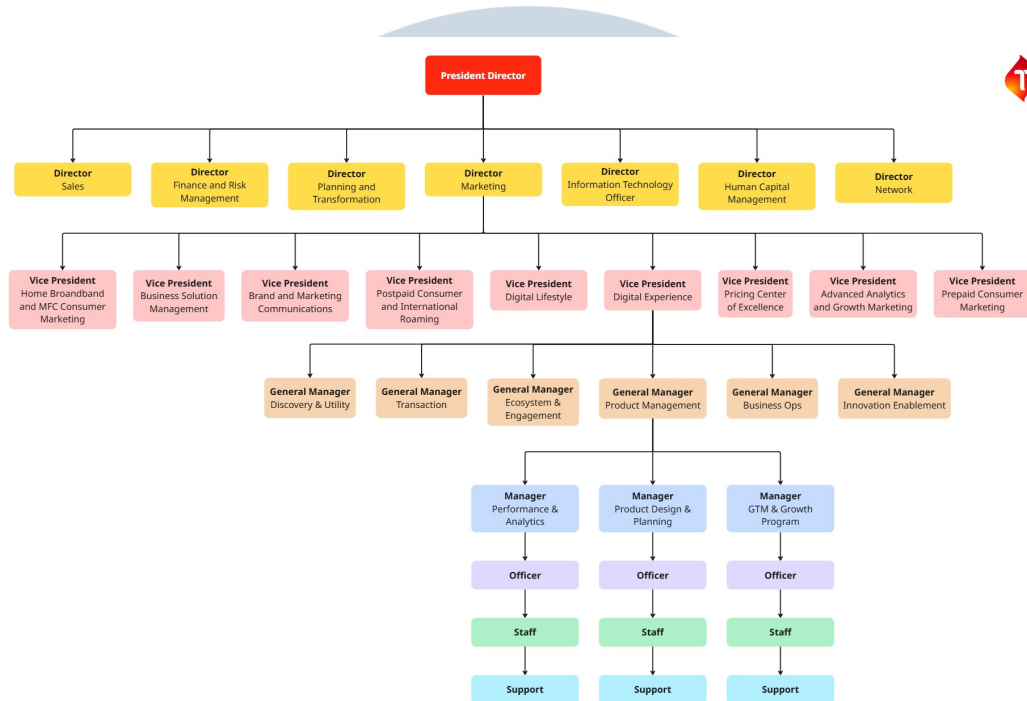
2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Telekomunikasi Selular memiliki visi untuk menjadi penyedia layanan telekomunikasi digital terbaik di tingkat regional, dengan mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki semangat kompetitif tinggi guna menciptakan masa depan yang cerah. Adapun misi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan konektivitas, layanan, dan solusi digital yang inovatif, unggul, serta berbasis teknologi terkini guna memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dan berdaya saing.
2. Memberdayakan masyarakat, rumah tangga, dan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk membuka peluang serta meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.
3. Menciptakan pengalaman layanan yang optimal, berkualitas, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan melalui pengembangan produk dan layanan yang berkelanjutan.
4. Mengembangkan lingkungan kerja yang profesional dan kompetitif sebagai wadah bagi talenta unggul untuk berinovasi, bertumbuh, dan berkontribusi dalam menciptakan masa depan yang gemilang.

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 perusahaan PT Telekomunikasi Selular

Gambar 2.2 menggambarkan struktur organisasi PT Telekomunikasi Selular, yang dipimpin oleh seorang *President Director* sebagai posisi tertinggi. *President Director* bertanggung jawab atas pengawasan seluruh aktivitas perusahaan serta memastikan operasional berjalan sesuai dengan target strategis, dan juga memantau pengerjaan setiap *Directorate*. *Directorate* merupakan unit kerja strategis yang dipimpin oleh seorang direktur. Direktorat tersebut meliputi Direktorat Keuangan dan Manajemen Risiko, Direktorat Penjualan, Direktorat *Information Technology Officer*, Direktorat Pemasaran, Direktorat Jaringan, Direktorat Perencanaan dan Transformasi, serta Direktorat Manajemen Sumber Daya Manusia. Struktur organisasi berlanjut dari *Directorate* ke *Sub-Directorate*, yang masing-masing dipimpin oleh seorang *Vice President*. Penulis sendiri ditempatkan di dalam *Sub-Directorate Digital Experience*.

Dari hierarki *Sub-Directorate*, *Vice President Digital Experience* mengoordinasikan berbagai departemen yang terdiri atas *Discovery & Utility*, *Transaction*, *Ecosystem & Engagement*, *Product Management*, *Business Ops*, dan *Innovation Enablement*. Di antara seluruh departemen yang ada di *Sub-Directorate Digital Experience*, terdapat beberapa departemen yang terlibat secara

langsung dalam kelancaran dan pengembangan aplikasi MyTelkomsel beserta produk-produk di dalamnya. Departemen-departemen ini disebut sebagai *Tower* dengan kode nama masing-masing, yakni *TEDY (Discovery & Utility)*, *PUPY (Transaction)*, *MYEDGE (Ecosystem & Engagement)*, dan *MIE (Innovation Enablement)*. Penulis diposisikan pada departemen *Product Management*, yang bertanggung jawab atas pemetaan strategi dan tahap awal pembaruan aplikasi. Departemen *Product Management* terdiri atas tiga tim utama, yaitu *Performance & Analytics*, *Product Strategy & Planning*, dan *GTM & Growth Program*. Di bawah seorang *General Manager*, terdapat beberapa posisi penting lainnya yang berperan dalam operasional sehari-hari, seperti *manager*, *officer*, *staff*, dan *support*, yang masing-masing juga terbagi lagi untuk memfokuskan pola kerja. Penulis berada pada posisi *Support*, khususnya dalam tim *UI/UX Design*.

