

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Sejarah Perusahaan PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel)

Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia, dengan layanan paskabayarnya yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Waktu itu kepemilikan saham Telkomsel adalah PT Telkom (51%) dan PT Indosat (49%). Kemudian pada November 1997 Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan prabayar GSM. Telkomsel ini mengklaim sebagai operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia, dengan 26,9 juta pelanggan dan memiliki *market share* sebesar 55% (Maret 2006). Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu SimPATI (prabayar), KartuAS (prabayar), serta KartuHALO (paskabayar). Saat ini saham Telkomsel dimiliki oleh TELKOM (65%) dan perusahaan telekomunikasi Singapura SingTel (35%). TELKOM merupakan BUMN Indonesia yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedang SingTel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Singapura.

Pada tahun 1995, secara resmi Telkomsel mendapat izin untuk memberikan jasa telekomunikasi selular GSM, setelah sebelumnya sukses sebagai pilot project Telkom dalam proyek percontohan GAM di Batam. Hal berbeda dengan operator lain, Telkomsel mulai membangun jaringan dan melayani pelanggannya dari luar Jawa yakni Batam, Medan, dan daerah lainnya. Selanjutnya Pada tahun 1996, Telkomsel mulai beroperasi di ibu kota Jakarta dan

berhasil melayani seluruh provinsi yang ada di Indonesia, hal ini ditandai dengan pengoperasian layanan Telkomsel di Ambon dan Jayapura.

Telkomsel menjadi pelopor kartu prabayar isi ulang di ASIA dan meluncurkan produk pertamanya simPATI, kartu ini diluncurkan saat krisis ekonomi sedang melanda tahun 1997, dimana Telkomsel memberikan solusi kepada para pengguna jasa selular yang memulai melakukan pengontrolan anggaran komunikasinya. Selain itu juga Telkomsel mendapat sertifikat ISO 9002 untuk *Costumer Service On-Line* dari PT Tuv Rheinland Jerman, yang menandai layanan pelanggan Telkomsel telah memenuhi standarisasi mutu internasional.

Telkomsel pada tahun 1998 membuat program baru untuk mengembangkan jaringannya dengan mencanangkan *Word Class Operator* sebagai tolak ukur standar layanan. Positioning baru kartu prabayar Telkomsel dengan nama simPATI Nusantara yang bermottokan “Dengan simPATI tetap terkendali”, dimana simPATI yang sebelumnya hanya digunakan di area registrasinya, kini simPATI bisa digunakan di seluruh Indonesia.

Untuk tahun 1999, implementasi BIANCA (*Billing and Customer Care*) menggantikan system billing lama, menandai peristiwa penting Telkomsel dalam menjalankan bisnisnya. BIANCA memungkinkan berbagai proses dapat dilakukan secara serempak, seperti: informasi pelanggan, pencatatan percakapan, hingga produksi tagihan / *invoice*.

Predikat pelayanan terbaik untuk kategori operator selular: “*The in Achieving Costumer Satisfaction Toward Service Quality*” dari lembaga survei frontier bekerja sama dengan majalah SWA. Pada tahun 2000, Telkomsel

mempelopori layanan Mobile Banking di Indonesia bekerja sama dengan bank Panin, yang merupakan inovasi Telkomsel dalam mengintegrasikan sistem teknologi telekomunikasi dan informasi dalam sistem banking.

Disini Telkomsel juga merupakan operator terkemuka layanan telekomunikasi seluler di Indonesia dengan pangsa pasar dan pendapatan saham. Pada akhir Maret 2009, Telkomsel memiliki 72.1 juta pelanggan yang berdasarkan statistik industri, mewakili pangsa pasar yang diperkirakan sekitar 50%. Telkomsel menyediakan layanan selular di Indonesia, melalui nasional sendiri dual-band GSM 900-1800 MHz, jaringan 3G, dan internasional, melalui 341 mitra roaming internasional di 180 negara (akhir Maret 2009). Pada September 2006, Telkomsel menjadi operator pertama di Indonesia untuk meluncurkan layanan 3G.

Perusahaan menyediakan pelanggan dengan pilihan antara dua-kartu prabayar simPATI dan Kartu As, atau pasca-bayar kartuHALO layanan, serta berbagai layanan nilai tambah dan program. Pada 20 Maret 2009, Telkomsel dan *Apple South Asia Pte. Ltd* meluncurkan iPhone 3G di Indonesia dengan harga disesuaikan rencana untuk semua pelanggan Telkomsel berharga.

Telkomsel beroperasi di Indonesia telah tumbuh secara substansial sejak peluncuran komersial pasca layanan dibayar pada tanggal 26 Mei 1995. Pada November 1997, Telkomsel menjadi operator telekomunikasi seluler pertama di Asia yang memperkenalkan GSM dapat diisi ulang layanan pra-bayar.

Telkomsel memiliki jangkauan jaringan terbesar dari salah satu operator selular di Indonesia, menyediakan jangkauan jaringan yang mencapai lebih dari

95% dari jumlah penduduk Indonesia dan merupakan satu – satunya operator di Indonesia yang mencakup seluruh negara, provinsi dan kabupaten, baik semua “kecamatan” di Sumatra, Jawa, dan Bali.

Saat ini dunia semakin terhubung, dan pertukaran informasi terjadi amat cepat. Kebutuhan komunikasi tidak lagi sebatas suara dan SMS, namun juga dalam format lainnya seperti video dan foto. Kebutuhan masyarakat akan layanan data dan *broadband* (pita lebar) akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan. Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (*digital lifestyle*), kami turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network, dan Applications*), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia.

Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan *roadmap* teknologi selular, mulai dari 3G, HSDPA, HSPA+, serta menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan *mobile* 4G LTE di Indonesia yang akan memberikan pelanggan akses yang lebih cepat di dalam menikmati layanan data serta memungkinkan penerapan teknologi selular dalam skala yang lebih besar, seperti untuk pengembangan kota pintar (*smart city*).

Telkomsel akan selalu hadir untuk menginspirasi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi terdepan, produk dan layanan yang kompetitif, serta solusi inovatif. Hal ini akan mengantarkan Indonesia menuju perekonomian masyarakat berbasis *broadband* sesuai *roadmap* teknologi selular. Kecintaan kami

pada negeri inilah yang selalu menginspirasi untuk terus berkreasi menghadirkan layanan dan inovasi bagi negeri.

2.2 Vision, Mission, & Corporate Value

Vision

Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.

Mission

Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

2.3 Produk-Produk Telkomsel

Selama ini, Telkomsel telah memberi beberapa manfaat bagi para pelanggan melalui 4 produk unggulannya yang digunakan sebagai upaya melayani segmentasi yang berbeda-beda. Keempat produk tersebut yaitu:

a. KartuHALO

KartuHALO merupakan produk pertama yang diluncurkan oleh Telkomsel dan memiliki beberapa klasifikasi produk sebagai berikut:

- 1) HALO Fit :** HALO Fit adalah solusi untuk menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam berkomunikasi. Dengan beragam paket yang ditawarkan, didukung oleh semua kenyamanan fasilitas dan layanan kartuHALO dan jaringan terluas dan

berkualitas Telkomsel. Konsumen dapat memilih melalui paket-paket yang disediakan sesuai dengan kebutuhannya dalam berkomunikasi.

Terluas Tercepat

Kartu Halo

Kini dengan lebih banyak keistimewaan

- Device Protection
- Exclusive Digital Content
- Free Apps Access
- Latest Smartphone Bundling

New

2 GB 200 menit 200 sms > Rp 100 ribu

Aktivas ***111#** dan akses **My TELKOMSEL**

Network Priority Highest Internet Speed
Biggest Rewards Best Data Package

Telesindo Shop LG G4

Subscripsi via telkomsel.com/halo atau hubungi GraFARI Anda

Follow @MyTelkomsel MyTelkomsel MyTelkomsel

TELKOMSEL

2) **HALO Hybrid** : HALO Hybrid instan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam pengaktifan kartu. Kartu dapat langsung aktif dan konsumen bebas memilih untuk menggunakan layanan pasca bayar atau pra bayar, sesuai dengan kebutuhan. Selain itu konsumen dapat dengan mudah menentukan batas tagihan pasca bayar.

Berubah menjadi lebih terkendali

Halo•Fit Hybrid

Berubah itu Mudah > 50 ribu per bulan

60 menit 60 SMS 2GB

Bisa Isi Ulang

3) **HALO Data** : kartuHALO Data adalah produk kartuHALO yang diperuntukan bagi pelanggan yang membutuhkan akses layanan DATA melalui jaringan GSM/GPRS. Spesifikasi kartuHALO Data adalah memiliki kemampuan akses ke layanan DATA dengan tarif variable sesuai dengan pemakaian pelanggan. KartuHALO Data memiliki MSISDN sendiri dan sebagai kartuHALO tambahan agar dapat digunakan untuk mengakses layanan DATA. Pelanggan kartuHALOData adalah pelanggan yang telah memiliki kartuHALO utama atau dengan kata lain sebagai kartuHALO tambahan yang telah dimiliki pelanggan.



b. simPATI

simPATI merupakan Kartu Prabayar (*prepaid*) yang dikeluarkan oleh Telkomsel. simPATI dapat digunakan di seluruh Indonesia dengan tarif terjangkau, telepon hemat ke sesama pelanggan Telkomsel maupun

operator lain dan SMS hemat untuk mengirim pesan di dalam maupun ke luar negeri. Kartu simPATI mempunyai daya jelajah yang bisa menjangkau beberapa wilayah hampir di seluruh pelosok Nusantara, bahkan hingga ke pulau-pulau terpencil.

Kartu Prabayar simPATI memiliki beberapa keunggulan seperti keamanan (bebas dari penyadapan dan penggandaan), aksesibilitas, harga yang terjangkau, mutu prima dan jangkauan GSM yang luas serta menawarkan fitur – fitur yang menarik yang dapat dinikmati pengguna simPATI dengan cara registrasi menjadi anggota simPATI Zone (tidak dikenakan biaya). simPATI menawarkan beberapa fitur dan layanan, seperti: Layanan 3G (WCDMA/HSDPA), roaming internasional ke lebih dari 200 negara, transfer pulsa, paket BlackBerry (Unlimited, Business, dan Lifestyle), Mobile Banking, Mobile Wallet T-Cash, T-Remmit (transfer uang luar negeri), Mobile Broadband Telkomsel Flash, PopScreen (pop – up info dan konten yang langsung hadir dilayar ponsel) dan sebagainya.



c. Kartu AS

Telkomsel menghadirkan Kartu As sebagai SIM card yang memberikan berbagai kemudahan bagi para penggunanya. Kartu As menyajikan berbagai program dan layanan yang mudah dan transparan baik dari sisi tarif, program yang ditawarkan maupun cara mendapatkan program. Kemudahan Tarif Kartu As untuk layanan panggilan dan SMS yaitu satu tarif untuk melakukan layanan panggilan dan SMS dimanapun di seluruh Indonesia yang berlaku 24 jam, serta satu tarif yang berlaku untuk semua panggilan dan SMS ke semua operator.



d. Simpati Loop

Perdana Simpati Loop merupakan kartu perdana yang dikhususkan untuk pemuda dan komunitas –komunitas, keunggulan perdana loop dibandingkan dengan perdananya bisa dilihat dari sisi fitur yang disediakan seperti kuota internet lebih besar dengan harga yang relatif

murah, tarif telfon dan sms yang murah, ada banyak pilihan paket sms dan telfon.



e. Telkomsel Flash

Telkomsel Flash adalah layanan internet tanpa kabel (*wireless*) yang disediakan oleh Telkomsel untuk seluruh pelanggannya (kartuHALO, simPATI, dan Kartu AS). Layanan ini didukung dengan teknologi HSDPA/3G/EDGE/GPRSTELKOMSEL yang dapat menghasilkan kecepatan download sampai dengan 7.2 Mbps.



f. Telkomsel Cash (T-Cash)

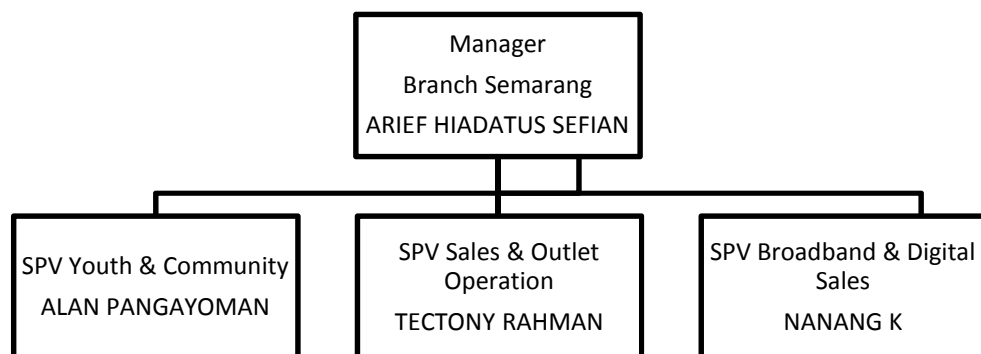
Telkomsel Cash (disebut juga T-Cash) adalah layanan keuangan digital dari Telkomsel berupa uang elektronik (e-money). Layanan yang dicakup oleh T-Cash di antaranya adalah pengiriman uang, isi pulsa, belanja daring (online), pembayaran tagihan, transaksi jual-beli, dan penarikan uang. Program pelayanan ini telah resmi diluncurkan pada tahun 2007.



2.4 Lokasi PT Telkomsel Branch Semarang

Lokasi Telkomsel Branch Semarang, Gedung Telkomsel Reg. Jawa Tengah & DIY lantai 3 Jl. Pahlawan No.10 Semarang.

2.5 Struktur Organisasi Dan Job Description Divisi Sales Telkomsel Branch Semarang



Gambar 2.1
Struktur Organisasi

a. *Branch Manager*

Branch Manager memiliki posisi vital, yaitu sebagai pimpinan Telkomsel Branch Semarang dimana wilayah otoritasnya mencakup Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Salatiga, Kudus, Demak, Jepara, Pati, Rembang, dan Kendal. *Branch Manager* bertanggung jawab kepada pimpinan yang berada posisi manajerial di atasnya atau pimpinan regional yang lebih luas (CEO Telkomsel Jateng-DIY).

Branch Manager akan memberikan perintah dan arahan kepada tiap divisi dalam mencapai target. Perintah dan arahan yang diberikan

berdasarkan perencanaan strategi pemasaran atas hasil *report* dari *sales*, *competitor movement*, dan perkembangan pasar. BM juga memantau perkembangan strategi pemasaran yang telah direncanakan dan dilaksanakan. Setiap kendala yang dihadapi akan dievaluasi dan dicari solusinya bersama-sama.

Selain itu, Branch Manager juga memimpin GraPARI Semarang dan mengelola agar bisa memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen. GraPARI sendiri berfungsi sebagai outlet resmi Telkomsel dimana konsumen bisa mendapatkan produk-produk Telkomsel maupun produk bundling.

b. Sales & Outlet Operation

Sales dan Outlet Operation (selanjutnya disingkat SOO) adalah divisi sales yang bertanggung jawab terhadap penjualan dan pendistribusian produk – produk Telkomsel sehingga memiliki peran besar terhadap target pendapatan perusahaan. SOO bertanggung jawab langsung kepada Branch Manager.

Tugas utama SOO adalah menjual dan mendistribusikan kartu perdana ke outlet-outlet dan general market. Outlet adalah toko – toko yang secara khusus berjualan produk-produk kebutuhan ponsel seperti *headset*, aksesoris, case handphone, kartu perdana dan isi ulang pulsa. General market yang dimaksud adalah toko dan warung tradisional yang berjualan berbagai jenis barang sehingga bisa diajak bekerjasama untuk memperoleh keuntungan.

Dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor, SOO juga bertugas memantau dan mengantisipasi pesaing di outlet dan general market. SOO juga melakukan *survey* dan *research* market, ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pasar dan trend minat pelanggan, sehingga nanyinya dat yang diperoleh dapat dijadikan dasar perencanaan strategi penjualan dalam memperluas *market share*, serta untuk mengenali potensi *market* yang dituju untuk memperluas pendistribusian dan meningkatkan penjualan.

c. *Broadband & Digital Sales*

Broadband & Digital Sales (BDS) merupakan divisi yang bertanggung jawab d bidang penjualan produk. BDS memiliki produk yang berbentuk digital seperti layanan data broadband Telkomsel Flash, Nada sambung Pribadi (NSP), T-Cash dan lain-lain.

Salah satu tugas utama BDS adalah menjual dan mendistribusikan layanan broadband dan product digital ke para pelanggan. Penjualan ini terjadi apabila Pelanggan Telkomsel menggunakan layanan digital yang bisa diakses langsung dari handset atau membeli paket data yang tersedia di outlet maupun toko Mkios.

d. *Youth & Community*

Youth & Community adalah 1 dari 3 sub-departement sales yang ada di Branch seluruh wilayah Indonesia. Berbeda dengan SOO dan BDS yang fokus kepada penjualan, Y&C memiliki fungsi sebagai *public*

relation (humas) Telkomsel Branch Semarang, tentunya tanpa meninggalkan fungsi utama sebagai tim sales Branch Semarang.

Fokus Sub Departement *Youth and Community* sendiri adalah menjalin hubungan baik dengan Sekolah, Kampus, Komunitas, dan yang terakhir adalah Kantor atau Pabrik. Untuk mengenalkan produk luar biasa dari Telkomsel yang tidak dapat dibeli secara bebas. Produk ini bernama Kartu Komunitas yang memiliki fitur sms dan telepon gratis ke sesama komunitas.