

## BAB II

### GAMBARAN UMUM

#### PT. TELKOMSEL REGIONAL JAWA TENGAH & DIY

#### 2.1 Sejarah Singkat PT. Telkomsel

PT Telkomsel merupakan anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia dengan nilai saham sebesar 65 % dan Singapore Telecom (Singtel) dengan nilai saham 35% yang berdiri pada tanggal 26 Mei tahun 1995. PT Telkomsel adalah perusahaan yang bergerak di bidang operator jasa telekomunikasi selular dengan frekuensi jaringan operator 900/1800 GSM. Telkomsel adalah kependekan dari "Telekomunikasi Selular", yakni perusahaan jasa telekomunikasi yang berbasis GSM.

Telkomsel memiliki sejarah yang cukup singkat untuk menjadi operator GSM terkemuka di Indonesia, yaitu :

- Oktober 1993 Menparpostel menugaskan Telkom untuk membuat sebuah Pilot Project GSM di pulau Batam.
- November 1993 diimplementasikan Pilot Project oleh PT Telkom di pulau Batam dan Bintan.
- 31 Desember 1993 proyek GSM beroperasi dan merupakan awal komunikasi pertama antar ponsel di pulau Batam dan Bintan.
- 24 Agustus 1994 Telkom dan Indosat memperoleh izin prinsip mengoperasikan sistem GSM.
- 1 November 1994 pembentukan perusahaan BUMN antara PT Telkom dan PT Indosat.
- 26 Mei 1995 resmi berdiri PT Telkomsel sekaligus menandai beroperasinya layanan GSM di Jakarta dan sekitarnya.
- 11 Maret 1996 status BUMN berubah menjadi PMA dengan bergabungnya PTT Telecom Netherlands (KPN Belanda) dan PT Setdco Megacell Asia.
- 29 Desember 1996 jangkauan Telkomsel seluas 27 propinsi dan dilebih dari 340 kota kabupaten di seluruh Indonesia.
- 20 April 2011 Telkomsel meraih 100 juta pelanggan

PT Telkomsel memposisikan tiga gambaran rumusan strategi untuk memposisikan layanan mereka dengan produk terbaik, total solusi untuk pelanggan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tetap. PT Telkomsel mulai mengambil keuntungan besar dalam jasa dan produk ketika jaringan servis datanya mulai mencakup keluar negeri (internasional). Secara internasional kredibilitas Telkomsel diakui oleh 227 mitra yang mencakup 143 negara, dan sukses menjalin kemitraan dengan SingTel atas komitmen bersama untuk menjadi salah satu pemegang saham dari Telkomsel. Perluasan jaringan dan jasa layanan suara (voice service) menjadi fokus kunci Telkomsel, sebab di Indonesia sendiri Telkomsel baru melakukan 4% penetrasi tahap kedua dengan pertumbuhan pasar selular yang cepat dan tingkat persaingan operator telepon selular yang tinggi. Pangsa pasar di Indonesia masih berjalan dengan jasa layanan suara (Voice Service) ini berlawanan dengan aktivitas diseluruh

dunia yang sedang menuju 3G lisensi dan spektrum. Kebijakan manajemen untuk lebih menguasai kompetensi pasar yang semakin ketat yang diarahkan menembus pangsa pasar.

Sejak peluncuran produk pada bulan November 1997 Telkomsel menjadi operator telekomunikasi selular pertama di Asia yang memperkenalkan teknologi GSM GPRS dan Teknologi TEPI. Dengan total pendapatan PT Telkomsel sudah tumbuh dari Rp 491 milyar tahun 1997 dan pendapatan terakhir 25,5 trilyun di periode yang sama jumlah pelanggan selular Telkomsel meningkat pada tanggal 31 Desember 1997 sampai pada tanggal 31 Desember 2008 menjadi 65 juta pelanggan. PT Telkomsel adalah operator telepon selular yang terkemuka dengan pangsa pasar yang cukup besar, pada akhir Desember 2008 Telkomsel mempunyai 65 juta pelanggan berdasarkan pada statistik sekitar 52 % pangsa pasar di Indonesia dan selebihnya sudah terbagi dengan perusahaan jasa telekomunikasi GSM sejenisnya. Disamping itu, PT Telkomsel sudah membuka jaringan internasional dengan menjalin kerjasama dengan 143 negara Negara.

PT Telkomsel merupakan operator yang menyediakan akses layanan data terlengkap melalui implementasi teknologi CSD, GPRS (General Packet Radio Service), Telkomsel menyediakan beraneka ragam fitur yang memberikan kenyamanan berkomunikasi, dari yang sifatnya dasar hingga yang tercanggih seperti Multy Party Call, SMS2e-mail, MMS, Video Streaming, Farida Multi Number, mobile banking, info on demand, nada sambung pribadi dan lain sebagainya. Untuk lebih menjangkau pelanggan telepon selular di seluruh Indonesia dimanapun mereka berada PT Telkomsel telah meluncurkan sistem penjualan dengan prinsip kepuasan pelanggan adalah kuncinya dengan berprinsip itu PT Telkomsel dalam melayani pelanggannya mendirikan kantor pelayanan dengan nama GraPARI Telkomsel atau Graha Pari Sraya Telkomsel yang berasal dari bahasa Sansekerta yang diberikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak itulah seluruh kantor pelayanan Telkomsel ditetapkan dengan nama GraPARI Telkomsel atau Graha Pari Sraya Telkomsel

Selain sebagai kantor pelayanan yang memfokuskan diri untuk melayani pelanggannya, Grapari juga menyediakan penjualan produk sendiri seperti kartu

HALO, Simpati, dan Kartu AS. Grapari tidak menjual perangkat telepon selular kecuali jika ada kebijaksanaan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel, hal inipun tidak selalu dilakukan. Sehingga jika ada pelanggan yang ingin membeli perangkat telepon selular terpisah dari produk Telkomsel, maka GraPARI akan menyarankan untuk mendapatkannya pada dealer resmi, outlet eksklusif maupun ritel yang telah bekerjasama dengan Telkomsel.

## 2.2 Visi dan Misi PT. Telkomsel

### Visi

- Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.
- *The best and leading mobile lifestyle and solutions provider in the region.* makna diatas adalah Telkomsel ingin menyediakan kualitas dan kepuasan di berbagai segmen pelanggan dan menyediakan berbagai gaya hidup pelanggan.

### Misi

- *Deliver mobile lifestyle services and solution in excelent way the exceed customer expectation create value for all stakeholders and the economic development of nation.*

Makna nya adalah telkomsel ingin memberikan solusi mobilitas yang terbaik bagi pelanggan eksternal, memberikan nilai employer choice bagi para pemegang saham dan karyawan agar dapat menjadi penggerak perekonomian bangsa.

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

### 2.3 Bidang Usaha PT. Telkomsel

Bidang usaha Telkomsel adalah Jasa Telekomunikasi dalam hal ini PT TELKOMSEL selaku perusahaan Jasa Telekomunikasi yang terkemuka di Indonesia. PT TELKOMSEL memiliki pelayanan kegiatan usaha yang dilakukan PT Telkomsel adalah sebagai berikut :

#### *1. Sales*

#### *2. Service*

- Sales adalah kegiatan menjual/memasarkan product yang dimiliki oleh perusahaan agar product atau brand perusahaan tersebut dapat dikenal oleh kalangan masyarakat selain dikenal dikalangan masyarakat kegiatan sales/menjual product dilakukan untuk mendongkrak laba/profit perusahaan agar dapat mencapai target yang diinginkan perusahaan. Berikut adalah beberapa product PT Telkomsel saat ini :

1. kartuHalo
2. simPATI
3. kartu As
4. simpati LOOP
5. internet
6. program bundling
7. paket smartphone

- Service adalah sebuah bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk memberikan informasi - informasi terbaru dari perusahaan kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap product yang dipakai oleh konsumen selain itu service tidak hanya tentang memberikan sebuah informasi tetapi service juga termasuk dalam menerima keluhan yang sedang dihadapi pelanggan seperti informasi product, permintaan aktivasi dan komplain product.

### 2.4 Budaya Perusahaan

TELKOMSEL memiliki Budaya Perusahaan yang disebut sebagai THE TELKOMSEL WAY. THE TELKOMSEL WAY sebagai sistem keyakinan (*belief system*) akan terus menerus dibangun dan dikembangkan untuk mengantarkan perusahaan agar selalu menjadi pemenang (*The Winner*) dengan pertumbuhan yang kompetitif dan berkelanjutan. THE TELKOMSEL WAY sebagai panduan seluruh pimpinan dan karyawan perusahaan, dalam pola pikir, sikap, perilaku dan tindakan sehari-hari dalam bekerja memberikan kontribusi kepada Perusahaan, dibangun dari tiga bagian, yaitu:

1. Philosophy to be the Best, yaitu *Always The Best* dan *GREAT Values* yang terdiri dari *Integrity*, *Respect*, *Enthusiasm*, *Loyalty* dan *Totality*;
2. Principles to be the Star, yaitu *Solid, Speed, Smart (3S)*;
3. Practices to be the Winner, yaitu *GREAT People, Great Strategy* dan *Great Innovation (3G)*.

Selain itu Telkomsel memiliki Kode Etik Perusahaan (*Code of Conduct*) yang merupakan turunan dan implementasi dari Budaya Perusahaan ("*THE TELKOMSEL WAY*"). Setiap Karyawan Telkomsel wajib untuk menerima dan menerapkan Budaya Perusahaan dan *Kode Etik Perusahaan* sebagai panduan bertindak dalam menetapkan hubungan kerja, pola pikir, sikap dan perilaku sehari-hari dengan sesama karyawan dan/atau pihak-pihak lainnya yang meliputi namun tidak terbatas pada: mitra kerja perusahaan, pemerintah, masyarakat, media massa. Seperti yang diatur dalam Kode Etik Perusahaan, karyawan diminta untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai *THE TELKOMSEL WAY* yaitu *Integrity*, *Respect*, *Enthusiasm*, *Loyalty* dan *Totality*. Seluruh karyawan diharapkan jujur dan etis, termasuk dalam penanganan benturan kepentingan antara hubungan pribadi dan profesional, baik yang nyata maupun yang diduga dapat menimbulkan benturan kepentingan, mematuhi ketentuan internal Perusahaan, undang-undang dan peraturan yang berlaku serta menjalankan prosedur dan pengendalian intern untuk menjamin integritas proses laporan keuangan Perusahaan dan kepatuhan hukum. Perseroan menjaga keterbukaan dan melakukan pendekatan yang etis dalam melaksanakan usahanya, baik dengan pelanggan, pemasok, komunitas maupun dengan anggota masyarakat lainnya. Oleh karenanya, karyawan wajib untuk

menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk dan jasa yang disediakan Perusahaan untuk mencegah adanya interpretasi yang menyesatkan.

Karyawan wajib memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan harus menghormati kewajibannya terhadap masyarakat, dengan menjadi aset ekonomi, intelektual dan sosial bagi masyarakat tempat Perusahaan beroperasi. Masyarakat akan merasakan manfaat kehadiran Perusahaan melalui kontribusi waktu, keahlian, teknologi dan sumber daya yang dimiliki Perusahaan. Ketidapatuhan terhadap Kode Etik Perusahaan akan mengakibatkan karyawan diberikan tindakan disiplin, termasuk pemutusan hubungan kerja atau hubungan bisnis dengan pemasok atau pelanggan. Bila dianggap perlu, sanksi atas pelanggaran dapat ditindak lanjuti dengan tuntutan perdata dan atau pidana.

## **2.5 Struktur Organisasi PT. Telkomsel Regional Jawa Tengah & DIY**

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang di harapkan dan di inginkan sturuktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan dikerjakan.

Struktur Organisasi menurut Schermerhorn (1996) adalah sistem tugas,alur kerja, hubungan pelaporan dan saluran komunikasi yang dikaitkan secara bersama dalam pekerjaan individual maupun kelompok. Struktur organisasi dalam sebuah organisasi biasanya digambarkan dalam bentuk bagan struktur organisasi (Organization Chart) yaitu suatu diagram yang menggambarkan pengaturan posisi pekerjaan dalam Organisasi yang diantaranya juga termasuk garis komunikasi dan wewenangnya

Struktur Organisasi Menurut Stephen P. Robbins Organisasi ialah ketentuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar dan dengan batasan yang relatif dapat untuk diidentifikasi, yang bekerja dengan dasar yang relatif secara terus menerus dalam meraih tujuan organisasi.

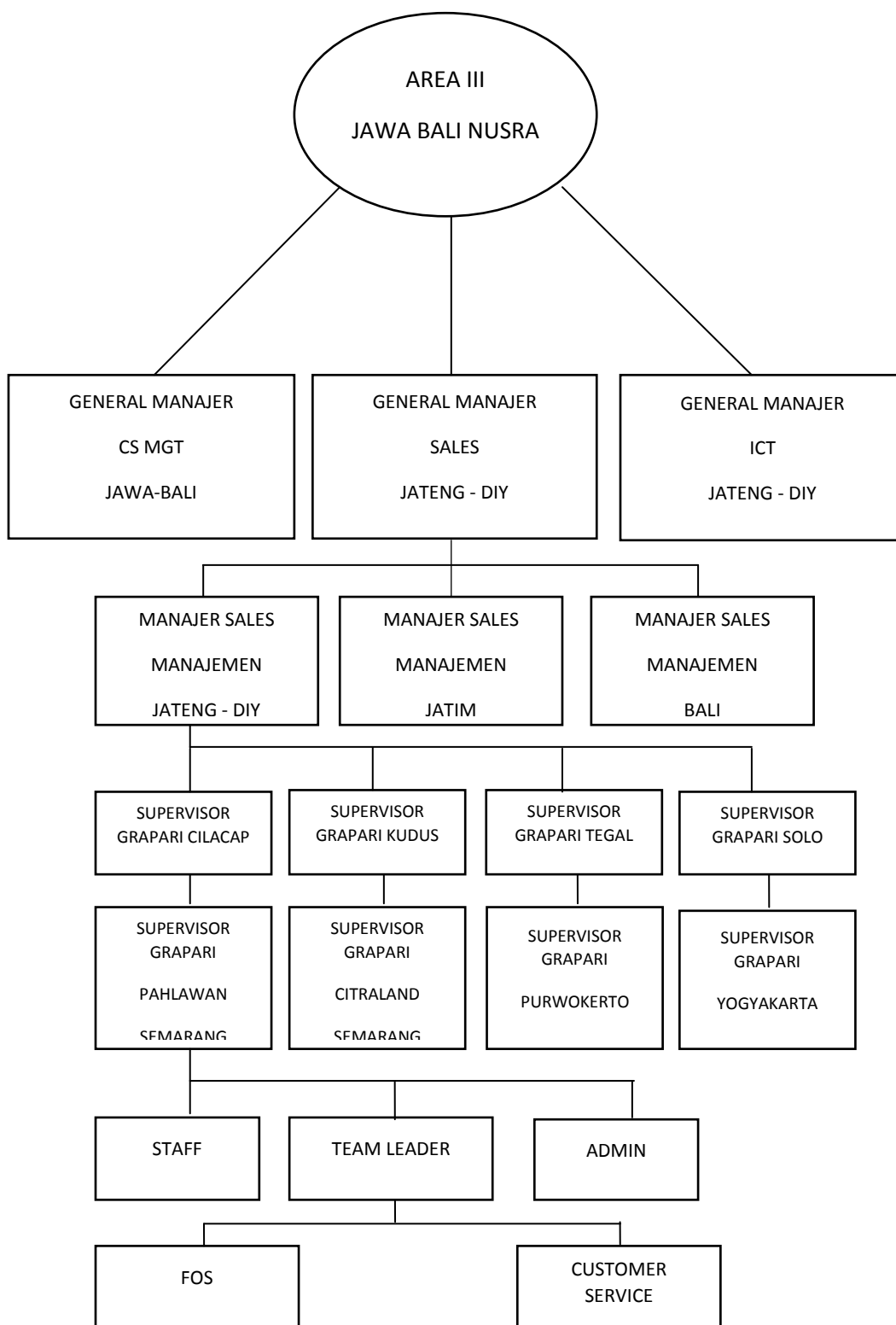
Struktur Organisasi Menurut Janu Murdiyamoko dan Citra Handayani Organisasi merupakan sebuah sistem sosial yang mempunyai identitas kolektif yang tegas, prosedur pergantian anggota, adanya program kegiatan yang jelas, serta memiliki daftar anggota yang terperinci.

Berikut adalah Bentuk – bentuk struktur organisasi :

- Struktur Organisasi Fungsional (Functional Structure Organization) merupakan Struktur Organisasi yang paling umum digunakan oleh suatu organisasi. Pembagian kerja dalam bentuk Struktur Organisasi fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya seperti Keuangan, Pemasaran, dan Sumber daya Manusia. Karyawan – karyawan yang memiliki keterampilan skill dan tugas yang sama akan dikelompokkan bersama kedalam satu unit kerja. Struktur Organisasi ini tepat untuk diterapkan pada Organisasi atau Perusahaan yang hanya menghasilkan beberapa jenis produk maupun layanan. Struktur Organisasi bentuk ini dapat menekan biaya operasional namun mengalami kesulitan dalam berkomunikasi antar unit kerja.
- Struktur Organisasi Divisional (Divisional Structure Organization) adalah Struktur Organisasi yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, pasar dan letak geografis. Organisasi bentuk Divisional ini biasanya diterapkan di perusahaan yang berskala menengah keatas, hal ini dikarenakan biaya operasional akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan bentuk Organisasi Fungsional.
- Struktur Organisasi Matriks ( Matrix Structure Organization) merupakan kombinasi dari Struktur Organisasi Fungsional dan Struktur Organisasi Divisional dengan tujuan untuk menutupi kekurangan – kekurangan yang terdapat pada kedua bentuk Struktur Organisasi tersebut. Struktur Organisasi Matriks ini sering disebut juga dengan Struktur Organisasi Proyek karena karyawan yang berada unit kerja fungsional juga harus mengerjakan kegiatan atau tugas proyek – proyek organisasi yang ditugaskan kepadanya. Struktur Organisasi Matriks ini mengakibatkan terjadinya multi komando dimana seorang karyawan diharuskan untuk melapor kepada dua pimpinan yaitu pimpinan unit kerja Fungsional dan pimpinan proyek. Struktur Organisasi ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang berskala besar atau perusahaan – perusahaan multinasional

## Gambar 2.1 STRUKTUR ORGANISASI

### PT.TELKOMSEL REGIONAL JAWA TENGAH & DIY

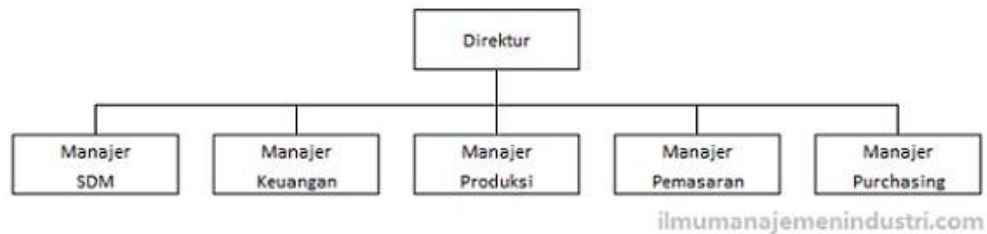




Berikut adalah contoh gambar dari Struktur Organisasi diatas :

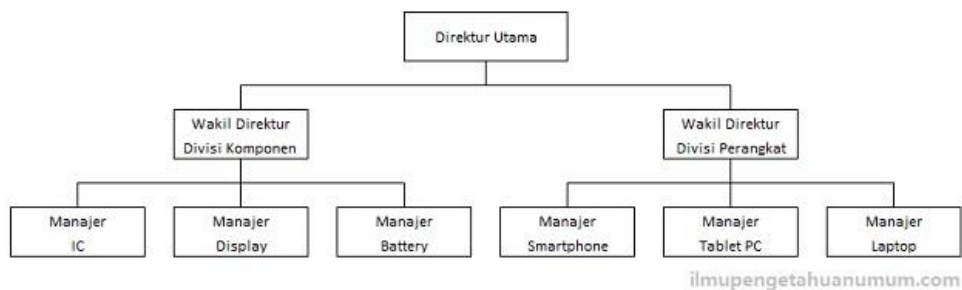
Struktur Organisasi Fungsional :

**Contoh Bentuk Struktur Organisasi Fungsional**



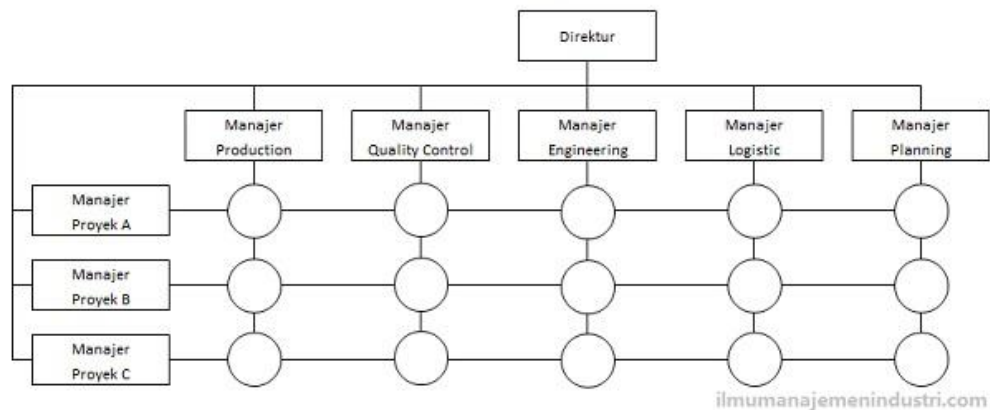
Struktur Organisasi Divisional :

**Contoh Bentuk Struktur Organisasi Divisional**



Struktur Organisasi Matriks :

**Contoh Bentuk Struktur Organisasi Matriks**



(sumber : PT.Telkomsel Regional Jawa Tengah dan DIY)

[Blogputuyuda01.blogspot.com/20/09/11/ pengertian – struktur – organisasi](http://Blogputuyuda01.blogspot.com/20/09/11/ pengertian - struktur - organisasi)

[Ilmu manajemen industri.co.id](http://Ilmu manajemen industri.co.id)

[Woocara.blogspot.co.id/2016/01 Pengertian Organisasi](http://Woocara.blogspot.co.id/2016/01 Pengertian Organisasi)

## 2.6 Logo dan Makna Logo PT. Telkomsel

### 2.6.1 Logo PT. Telkomsel

Gambar 2.2



### 2.6.2 Makna Logo PT. Telkomsel

1. Lingkaran Elips Horizontal
2. Lingkaran yang membelah heksagon tersebut melambangkan penyelenggara jasa telekomunikasi domestik (PT.Telkom)
3. Lingkaran elips vertikal
4. Melambangkan penyelenggaraan jasa telekomunikasi Internasional di Indonesia (PT.Telkom) sebagai salah satu “The Founding Father”
5. Heksagon Merah
6. Melambangkan seluler, warna merah sendiri bermakna telkomsel berani dan siap menyongsong masa depan dengan segala kemungkinan
7. Heksagon abu-abu kehitaman
8. Melambangkan Telkomsel selalu siap mengayomi dan terus memenuhi kebutuhan pelanggan, sedangkan warna abu-abu adalah warna logam yang berarti kesejukan, luwes, dan fleksibel
9. Pertemuan dua lingkaran berwarna putih di atas heksagon merah
10. Melambangkan bentuk huruf ‘t’ sebagai huruf awal telkomsel. Warna putih pada huruf ‘t’ tersebut mengandung makna keberanian, keterbukaan, dan transparansi.

Sedangkan makna dari Slogan "begitu dekat begitu nyata" Telkomsel sendiri adalah :

Slogan PT.TELKOMSEL yaitu Begitu Dekat Begitu Nyata . Dengan demikian slogan ini diharapkan dapat menjadikan TELKOMSEL sebagai perusahaan jasa telekomunikasi bergerak yang paling banyak jumlah pelanggannya serta TELKOMSEL selalu mengutamakan kualitas dan ketersediaan kapasitas jaringan terluas serta menyediakan jasa pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

## **2.7 Lokasi PT. Telkomsel**

Alamat : Jl. Pahlawan No 10 Semarang Jawa Tengah.

Nomor Telepon :(024)845 5811

Nomor fax : (024) 845 5812

Website : [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)

Alasan pemilihan tempat : Karena PT TELKOMSEL adalah Perusahaan Telekomunikasi swasta terkemuka yang merupakan anak perusahaan dari PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (TELKOM) selain itu karena tempat yang strategis. Bertempat di pinggir jalan dan terletak dipusat kota serta dekat dengan sasaran target pasar mereka yaitu berada disekitar kawasan universitas,sekolah – sekolah dan lingkungan perkantoran.

Dari segi ekonomis yang dilihat dari sisi konsumen letak kantor yang sangat strategis yang terletak di jalan pahlawan semarang yang merupakan jalan / jantung kota semarang sehingga konsumen mudah untuk mendatangi tempat tersebut

**Gambar 2.3 Kantor PT TELKOMSEL REGIONAL JAWA TENGAH & DIY**



(sumber : <http://static.panoramio.com/photos/large/103949684.jpg>)

## **2.8. Unit Tempat Penelitian Kerja Lapangan (PKL)**

Unit tempat PKL adalah Service Management / Back Office Kantor GRAPari Telkomsel Jl. Pahlawan No. 10, Semarang