

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

2.1.1. Sejarah Perusahaan

Sejak berdiri pada tanggal 26 Mei 1995, Telkomsel secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke.

Saat ini Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dengan 178 juta pelanggan dan untuk melayani pelanggannya yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga di daerah terpencil dan pulau terluar serta daerah perbatasan negara, Telkomsel menggelar lebih dari 146 ribu BTS.

Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan teknologi seluler terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia. Memasuki era digital, Telkomsel terus mengembangkan bisnis digital, diantaranya *Digital Advertising*, *Digital Lifestyle*, *Mobile Financial Services*, dan *Internet of Things*. Untuk melayani kebutuhan pelanggan, Telkomsel menggelar *call center* 24 jam dan layanan GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia.

Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (digital

lifestyle), Telkomsel turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network, dan Application*), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia. Selain itu Telkomsel juga aktif mendorong generasi muda untuk secara positif menggunakan teknologi.

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 pada negeri mendorong Telkomsel untuk terus berkreasi menghadirkan layanan telekomunikasi terbaik bagi masyarakat Indonesia.

2.1.2. Visi dan Misi

a. Visi Telkomsel Regional Sumatera Bagian Selatan

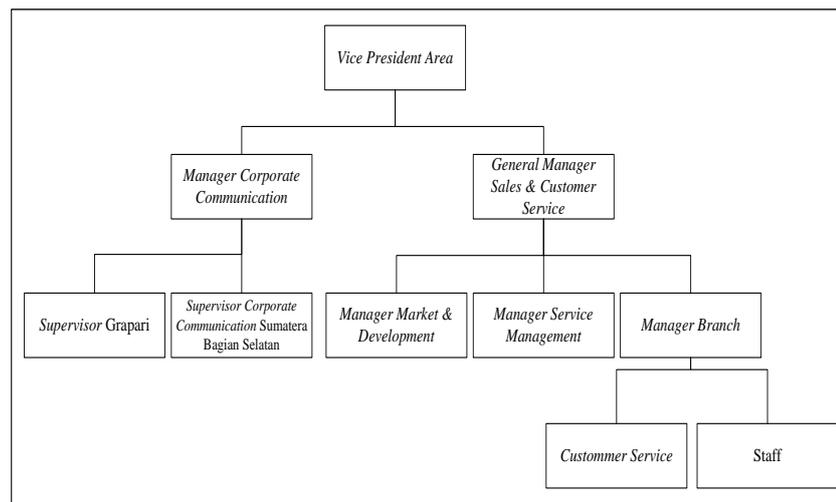
Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital *mobile* kelas dunia yang terpercaya.

b. Misi Telkomsel Regional Sumatera Bagian Selatan

Memberikan layanan dan solusi digital *mobile* yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

2.1.3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Telkomsel Regional Sumatera Bagian Selatan adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan. Struktur organisasi di Perusahaan Telkomsel Regional Sumatera Bagian Selatan dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 : Struktur Organisasi Telkomsel

2.1.4. Tugas dan Wewenang

Adapun tugas dan wewenang dari tiap-tiap bagian di Perusahaan Telkomsel Regional Sumatera Bagian Selatan.

a. *Vice President Area*

1. Mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian.

2. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
3. Menyampaikan laporan kepada perusahaan Telkomsel pusat.

b. *Manager Corporate Communication*

1. Merencanakan dan menyiapkan pelaksanaan event yang diselenggarakan Telkomsel Regional Sumatera Bagian Selatan internal dan eksternal.
2. Membina dan berkoordinasi hubungan dengan mitra wartawan baik cetak, radio maupun televisi.
3. Menyiapkan dan mendukung pelaksanaan rapat koordinasi workshop.
4. Menyiapkan materi *press release* dan menyelenggarakan *press conference* di Regional Sumatera Bagian Selatan.

c. *General Manager Sales & Customer Service*

1. Bertanggung jawab atas pencapaian sasaran kerja Regional yang bersangkutan.
2. Melaksanakan koordinasi dengan lembaga atau instansi terkait.
3. Memberikan laporan secara berkala kepada pimpinan perusahaan di tingkat area.

d. *Supervisor* Grapari

1. Mengatur dan membuat *job descriptions* karyawan di area Grapari.
2. Bertanggung jawab atas hasil kerja karyawan Grapari.
3. Memberi motivasi kerja kepada karyawan.
4. Membuat planing kerja harian, bulanan, dan tahunan.
5. Menyampaikan laporan kepada pemimpin perusahaan area.

e. *Supervisor Corporate Communication*

1. Mengimplementasikan program komunikasi untuk mendukung *image* perusahaan Telkomsel.
2. Mengimplementasikan program komunikasi untuk mengelola dan memperbaiki komunikasi internal maupun eksternal perusahaan.
3. Menyiapkan pemuatan berita di media massa untuk wawancara dengan figur Telkomsel Regional.

f. *Manager Market & Development*

1. Membuat strategi penjualan dan promosi perusahaan.

2. Mempelajari strategi penjuala dan promosi pesaing perusahaan.
3. Mengawasi dan melakukan evaluasi terhadap program perusahaan yang sedang berjalan.
4. Membuat laporan perkembangan perusahaan Regional.

g. *Manager Service Management*

1. Mendukung seluruh kegiatan operasional produksi & perusahaan dengan melakukan proses pengadaan seluruh peralatan yang dibutuhkan perusahaan.
2. Membina hubungan dengan para vendor atau *supplier* barang dan jasa.
3. Mengurus berbagai perijinan operasional dan kehumasan perusahaan.
4. Menyiapkan laporan bulanan untuk keperluan rapat anggaran, laporan keuangan atas aset dan pengeluaran perusahaan.

h. *Manager Branch*

1. Bertanggung jawab atas operasional di area sesuai dengan kebijakan perusahaan.
2. Memastikan ketersediaan serta optimalisasi seluruh sumber daya perusahaan.

3. Memastikan terkondisinya proses eksekusi seluruh program bisnis yang ada di area.
4. Melakukan koordinasi yang baik dengan pihak terkait eksekusi *marketing* di lapangan.

i. *Customer Service*

1. Memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.
2. Memberikan informasi produk Telkomsel yang dibutuhkan oleh pelanggan.
3. Melakukan penjualan produk telkomsel sebagai *sales counter* di Grapari.
4. Memberikan bantuan kepada pelanggan Telkomsel di Grapari.

j. Staff

1. Melaksanakan pekerjaan yang diberikan oleh atasan kerja.
2. Menjaga keharmonisan antar staff perusahaan.
3. Mengikuti kegiatan event internal ataupun eksternal perusahaan.
4. Memberikan laporan kerja kepada atasan perusahaan.