

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

1. Gambaran Umum Perusahaan

A. Sejarah Singkat Berdirinya Telkomsel

Telkomsel merupakan perusahaan operator seluler yang telah berdiri pada tahun 1995. Telkomsel hingga saat ini masih secara konsisten melayani, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Marauke. Telkomsel merupakan perusahaan market leader yang berada di Indonesia dan terbesar di urutan ke tujuh di dunia serta jangkauan terluas di Indonesia yang mampu menjangkau hingga lebih 95% populasi Indonesia diseluruh penjuru Nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi masyarakat dari lapisan masyarakat. Perkembangan zaman saat ini Telkomsel tidak hanya sebatas suara dan sms, akan tetapi juga menggunakan foto dan video. Kebutuhan masyarakat akan kebutuhan data dan *broadband* akan terus berkembang.

GraPari atau singkatan dari Grha Pari Sraya merupakan nama kantor pelayanan Telkomsel yang didirikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor Telkomsel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain sebagai kantor pelayanan, GraPari juga menyediakan beberapa produk untuk dijual seperti kartu perdana Simpati, KartuHALLO, LOOP dan juga *e-money* Tcash. GraPARI pertama kali dibentuk pada tahun 1995 dan mulai tersebar diseluruh Indonesia pada tahun 1996. GraPARI tidak menjual

perangkat telepon selular kecuali jika ada kebijakan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel dan hal inipun tidak selalu dilakukan.

B. Visi dan Misi Telkomsel

1. Visi

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

2. Misi

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

C. Segmentasi

Segmentasi merupakan salah satu hal terpenting bagi Telkomsel yang dapat digunakan untuk membagi pasar dalam kelompok-kelompok sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda yang terdiri dari beberapa variabel yaitu geografis, demografis, psikografis.

1. Secara geografis, GraPari berada di seluruh Indonesia dan salah satunya terletak di Yogyakarta
2. Secara demografis, segmentasi pasar yang dibagi oleh Telkomsel yaitu pelajar, mahasiswa, dan umum
3. Kemudian secara psikografis, Telkomsel masuk kedalam menengah keatas.

D. Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Telkomsel



(Sumber: *Website* Telkomsel)

Logo Telkomsel merupakan *brand image* yang dibentuk oleh perusahaan agar mudah diingat oleh konsumen. Dalam membuat sebuah logo Telkomsel tidak asal-asalan dalam membuatnya, tetapi juga memiliki makna didalamnya yaitu yang terdiri dari bentuk elips dan segienam serta tiga warna yaitu merah, putih dan abu-abu.

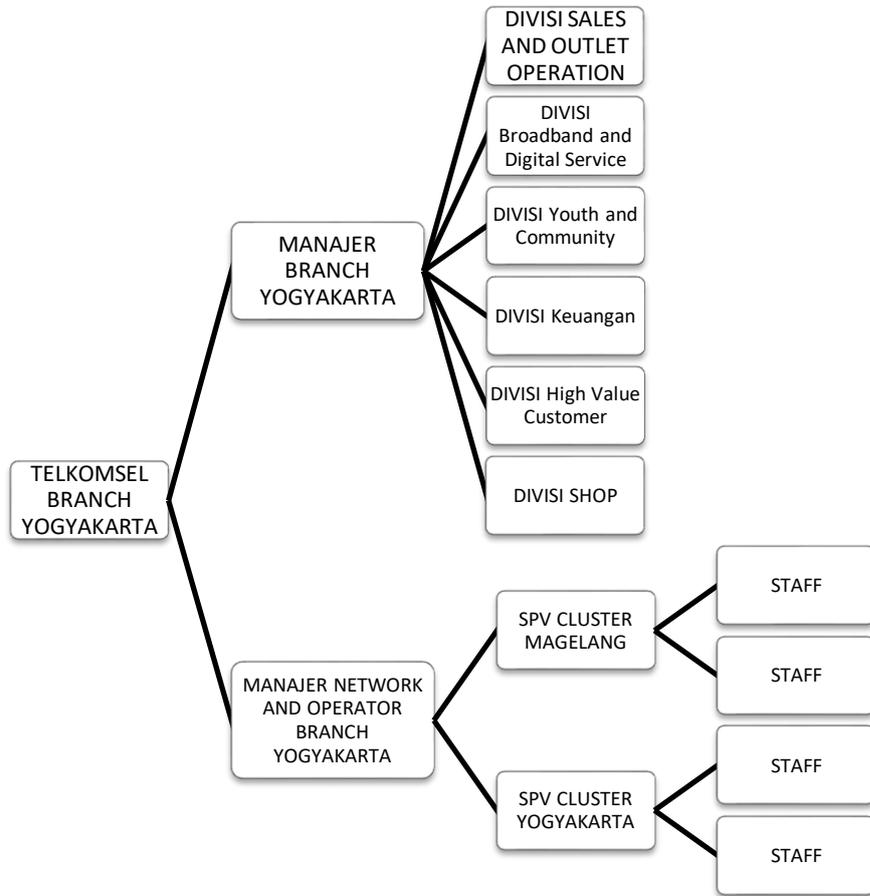
Bentuk segienam memiliki arti sistem seluler GSM. Elips horizontal melambangkan jasa komunikasi teritorial yang ditawarkan oleh Telkomsel dan PT.TELKOM yang merupakan pemegang saham utama dan penyelenggara telekomunikasi domestik. Elips vertikal yang melambangkan bahwa Telkomsel menunjukkan komunikasi Telkomsel menggunakan gelombang udara dan juga mewakili PT. Indosat sebagai pemegang saham utama lainnya dan pelaksana telekomunikasi internasional yang terkemuka di Indonesia. Ada pertemuan dua lingkaran elips yang dimana keduanya berpotongan diatas heksagon merah yang membentuk “t” yang merupakan huruf utama Telkomsel. Warna merah

yang mengandung makna bahwa perusahaan Telkomsel memiliki tekad, keberanian, keyakinan untuk menghadapi segala kemungkinan dimasa depan pertelekomunikasian. warna abu-abu yang mengandung makna bahwa Telkomsel siap untuk mengayomi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan serta teknologi dan kestabilan. Warna putih memiliki makna keterbukaan etika usaha yang tidak perlu diragukan lagi.

E. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang digunakan oleh Telkomsel branch Yogyakarta adalah struktur organisasi yang berbentuk fungsional. Oleh sebab itu, setiap wewenang pada pelaksanaan tugas-tugas dan fungsi-fungsi diberikan kepada orang yang diberikan tanggung jawab atas fungsi tersebut sesuai dengan bidang yang dimiliki. Struktur organisasi tersebut dapat dilihat di tabel berikut ini

Bagan 2.1 Struktur Organisasi



Dengan keterangan yaitu,

1. Manajer

Manajer bertugas untuk mengkoordinir, merencanakan dan mengawasi bagaimana kegiatan yang telah dilakukan oleh para staffnya dalam melakukan pelayanan atau apapun yang berhubungan dengan perusahaan. Manager menentukan segala untuk menyelenggarakan pencapaiannya dan membuat segala sesuatu yang telah ditentukan dapat tercapai.

2. *Divisi Sales and Outlet Operation (SOO)*

SOO memiliki peran sebagai divisi yang bertanggung jawab terhadap program Telkomsel dan outlet. SOO juga bertanggung jawab terhadap penjualan, *churn*, *net add costumer base* Telkomsel serta membuat program-program untuk *generate sales and revenue*.

3. Divisi Broadband and Digital Service (BDS)

Divisi BDS memiliki tugas yaitu segala macam yang berhubungan dengan internet dan digital, mengelola segala macam produk yang berhubungan dengan digital dan internet, seperti, Music Max, Video Max, Telkomsel Flash dan TCASH.

4. Divisi *Youth and Community (YnC)*

Youth and Community merupakan salah satu divisi yang berfokus pada anak sekolah dan mahasiswa. Program khusus untuk anak sekolah bernama Telkomsel *School Community* dengan kisaran umur 12

hingga 19 tahun. Sementara itu untuk mahasiswa memiliki nama
Telkomsel *Mobile Campus*

Divisi *Youth and Community* ini memiliki beberapa tujuan yaitu pertama, meningkatkan *brand equity* indeks produk Telkomsel pada segmen tersebut. Kedua, meningkatkan dominasi *market share youth*. Ketiga, untuk melakukan ekstensi dan loyalti di segmen tersebut dan yang terpenting yaitu *selling*.

5. Divisi Keuangan

Divisi keuangan bertugas untuk mengatur keuangan perusahaan Telkomsel branch Yogyakarta, menyediakan sarana dan fasilitas perkantoran serta sebagai perwakilan HR yang ada di Telkomsel branch Yogyakarta.

6. Divisi High Value Customer

Divisi ini mempunyai tugas yaitu bertugas dan bertanggung jawab mengelola serta menjalin hubungan baik dengan customer yang mempunyai value lebih untuk perusahaan, karena jika tidak akan mengakibatkan reputasi buruk terhadap perusahaan.

7. Divisi SHOP

Divisi memiliki tugas yaitu bertugas dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan dan bertugas untuk menangani *Complain Handling*.

8. Supervisor

SPV bertugas mengatur bagaimana kerja bawahannya (staf), membuat *job descriptions* untuk staf bawahannya, bertanggung jawab atas hasil kerja staf, memberi motivasi kerja kepada staf bawahannya. Memberikan briefing kepada para stafnya dan membuat planning pekerjaan harian, mingguan, bulanan.

F. Kegiatan Telkomsel branch Yogyakarta

1. Produksi

Telkomsel branch Yogyakarta menjual beberapa produk Telkomsel yaitu Simpati, As, KartuHALLO, LOOP, dan *e-money* Tcash

a. Simpati

Simpati adalah kartu perdana pra bayar pertama yang di produksi oleh Telkomsel yaitu pada tahun 1997 yang pada saat itu Indonesia mengalami krisis ekonomi kemudian Telkomsel memberikan kemudahan untuk mengakses jasa telekomunikasi. Simpati diposisikan sebagai kartu pra bayar dengan desain untuk kalangan kelas menengah cerdas. Simpati merupakan icon penghargaan Telkomsel dalam nominasi *lifestyle prepaid brand*. Hingga tahun ini Simpati terus menawarkan berbagai inovasi paket menarik dan kampanye untuk mendorong permintaan pada mobile data.

b. KartuHALO

KartuHALO merupakan satu-satunya kartu pasca bayar yang dibentuk oleh Telkomsel. Kartu ini dibentuk untuk segmen

profesional dan korporasi. KartuHALO memberikan berbagai macam layanan mobile penuh yang tak tertandingi dan hak eksklusif bagi pemakainya. Layanan yang diberikan oleh kartuHALO yang bernilai tambah (*Value Add Services- VAS*) yaitu seperti layanan informasi *billing, mobile banking, mobile data, service, GPRS dan MMS.*

c. As

As adalah kartu perdana pra bayar yang juga dibentuk oleh Telkomsel.kartu ini merupakan kartu Prabayar pertama di Indonesia yang selalu aktif tanpa masa berlaku pulsa. Biasanya masa aktif ditentukan oleh jumlah berapa besar pulsa yang ditambahkan yang berarti semakin sedikit mengisi pulsa, akan semakin dikit masa aktifnya. Sedangkan kartu As memiliki masa aktif berdasarkan penggunaan setiap periode 30 hari.

d. LOOP

LOOP merupakan kartu perdana yang diperuntukkan untuk kalangan remaja yang berusia 12 hingga 19 tahun. Paket Simpati Loop adalah jenis layanan baru dari Simpati yang menasar para pengguna internet di Indonesia. Perdana Simpati Loop bisa didapatkan dengan harga yang sangat murah yaitu Rp.3000 dengan pulsa senilai Rp.3000. Ketika membeli Simpati Loop ini maka akan langsung mendapatkan akses cuma-cuma internet sebagai

bonusnya sebesar 100mb dan bisa dinikmati pada jaringan 3G. Bonus ini akan aktif selama 30 semenjak aktifkan kartu perdananya. Paket Simpati Loop sangat pas bagi yang suka akses internet, telepon dan sms dengan nomer yang sama

e. Tcash

TCASH adalah produk baru dari Telkomsel yang berguna untuk melakukan pembayaran elektronik (*e-money*). Produk ini berbeda dengan pulsa, uang yang dimasukkan ke dalam TCASH dapat digunakan untuk melakukan pembayaran melalui merchant-merchant yang bekerjasama dengan Telkomsel dan melakukan belanja online, mengirim uang, membayar tagihan dan juga isi pulsa. Pembayaran pun langsung dapat dilakukan melalui *handphone* yang sudah terdaftar dan memiliki aplikasi TCASH.

2. Pemasaran

Telkomsel melakukan pemasarannya membutuhkan suatu strategi agar pemasarannya berhasil yang dilakukan juga oleh Telkomsel branch Yogyakarta. Telkomsel branch Yogyakarta melakukan kegiatan pemasaran dengan tujuan meningkatkan pelanggan dengan beberapa cara yaitu Promosi merupakan salah satu hal penting yang digunakan oleh Telkomsel untuk meningkatkan *subscriber* jasa operator seluler. Promosi yang dilakukan oleh Telkomsel branch Yogyakarta seperti menggunakan media advertising, dan menggunakan sebuah program yang berkaitan dengan Telkomsel untuk menarik calon pelanggan.

2. Gambaran Umum Program *We Challenge Youth Project*

We Challenge Youth Project (WCYP) resmi dibentuk pada tahun 2015. Program *We Challenge Youth Project* (WCYP) ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh divisi *Youth and Community* dengan cara merekrut *ambassador* sekaligus magang untuk mahasiswa yang diselenggarakan oleh Telkomsel *Branch* Yogyakarta. Program ini bertujuan untuk memberikan wadah kepada mahasiswa yang berminat mengeksplorasi kemampuannya dan ide-ide kreatifnya dalam menggarap sebuah program, memberikan pengalaman baru dalam berorganisasi dan membangun *networking*, serta memperluas kewenangan mereka dalam mengelola budget, untuk mencapai satu *goal* tertentu yang akan ditetapkan oleh Telkomsel. Lama program adalah selama 3 bulan untuk setiap *batch* nya.

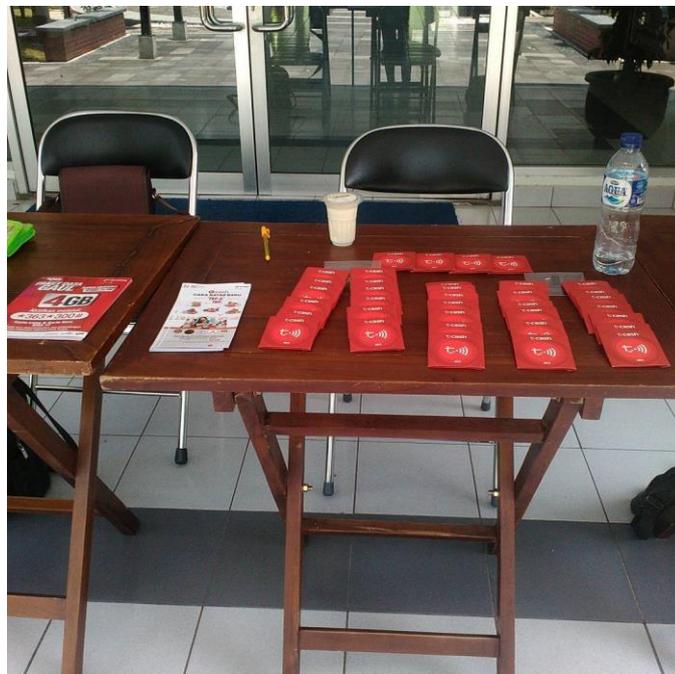
Telkomsel membentuk program *We Challenge Youth Project* bukan sekedar hanya memberikan pengalaman dan pengetahuan bagi mahasiswa, tetapi juga untuk mendapatkan profit dari hasil penjualan dan pengguna baru pada produk Telkomsel seperti penjualan TCASH, kartu Perdana, dan pendapatan dari mengadakan acara *event*. Kegiatan yang dilakukan oleh WCYP yaitu lebih terfokus untuk melakukan *sales and marketing*, yaitu seperti melakukan *flyering*, promosi, mendirikan stand, membuat atau menjalankan project, membuat *event*, menjual produk Telkomsel yang dilakukan sesuai target waktu yang telah ditentukan.

Kegiatan yang dilaksanakan oleh Telkomsel setiap tahun berbeda-beda. Pada tahun 2015 batch 1 dan 2, kegiatan program WCYP lebih pada melakukan *sales and marketing*, kegiatan yang dilakukan yaitu dengan cara mengajak sembilan mahasiswa yang telah menjadi *brand ambassador* untuk mengajak sepuluh mahasiswa setiap orangnya. Sehingga total yang mengikuti sekitar 90 orang dan mereka mempunyai tugas untuk melakukan penjualan kartu paket data dan kartu perdana dikalangan mereka. Sedangkan pada tahun 2016 merupakan batch 3, kegiatan yang dilakukan lebih bervariasi, walaupun Telkomsel hanya mengambil 50 mahasiswa saja untuk program WCYP. Dari 50 orang tersebut dibagi menjadi 5 tim, yang setiap timnya diwajibkan untuk membuat *mini company* yang setiap orangnya memiliki jabatan sendiri-sendiri yaitu manajer, marketing, sales, finance. Setiap mini company diwajibkan membuat konsep event yang akan di presentasikan dan tender bersama mini company tim lain. Tidak hanya membuat konsep event tetapi challenger diberi 4 tantangan sebelum menuju ke presentasi dengan berbagai macam kegiatan. Tim yang memenangkan konsep terbaik akan mendapatkan hadiah berupa saldo TCASH. Kemudian tim yang memenangkannya akan menjadi pemimpin dari *event* tersebut sedangkan 4 tim yang tidak terpilih akan menjadi anak buah tim yang menang. Selama pembuatan konsep, semua tim mendapatkan beberapa *challenge* yang nantinya tim yang mempunyai pencapaian tertinggi akan mendapatkan hadiah saldo Tcash setiap *challenge*. Setiap setelah berjalannya *challenge*

Telkomsel branch Yogyakarta melakukan mentoring. Kegiatan mentoring ini terdapat revisi dan presentasi ide untuk event Bigbang serta presentasi *product knowledge* Telkomsel.

Challenge pertama yaitu para *challenger* (peserta) diberikan tantangan untuk melakukan menjual Tcash minimal sejumlah 300 *subscriber* dalam waktu dua minggu dan *challenger* bebas untuk menjualnya dengan berapapun sehingga mereka mendapatkan profit untuk *micompany*. Penilaian yang dilakukan oleh para mentor yaitu jumlah subscriber, cash in saldo dan profit. Team dibebaskan untuk menjual TCASH tersebut dengan berbagai macam strategi yang akan digunakan. Dibawah ini merupakan salah satu contoh kegiatan *challenge 1* dari tim Rockysweet.

Gambar 2.2 *Challenge 1 We Challenge Youth Project*



Sumber: <https://www.instagram.com/rockysweet12/>

Challenge kedua terdapat dua tantangan yaitu menjalankan event yang ditentukan oleh Telkomsel bernama TCASH With Love dengan membuat kompetisi menyanyi menggunakan aplikasi Smule yang kemudian di unggah disosial media Instagram. Pemenang akan ditentukan dari jumlah banyaknya *like* yang terdiri dari 2 kategori, yaitu *like* Instagram dan Smule. Pemenang akan mendapatkan hadiah uang berupa saldo TCASH. Cara yang dilakukan untuk mengikuti event ini yaitu pertama, mendaftarkan diri terlebih dahulu ke 3938 dengan format SMULE<spasi>Jogja<spasi>IdSmule<spasi> Nama *mini company* misalkan Rockysweet. Kedua, mengunggah video smule ke instagram dan smule. Ketiga, menggunakan hastag #rockysweet_wcyp2016.

Kemudian tantangan kedua bernama TCASH With Love yaitu bekerjasama dengan pengusaha makanan/product dengan malakukan pembelian menggunakan TCASH dengan cara di “tap” kan ke mesin EDC sebagai pengalam baru kepada *customer* yang belum pernah melakukan pembelian menggunakan TCASH dengan beberapa prosedur yaitu membayar Rp.10.000 mendapatkan saldo TCASH sebesar Rp.7000 dan voucher makan sebesar Rp.5000. Di bawah ini beberapa kegiatan dari TCASH With Love :

Gambar 2.3 Challenge 2 We Challenge Youth Project



Sumber:

https://www.instagram.com/p/BMHipflg1It/?tagged=rockysweet_wcyp2016

16

Gambar 2.4 Challenge 2 We Challenge Youth Project



Sumber: <https://www.instagram.com/p/BMk1gn2DRKv/?taken-by=rockysweet12>

Challenge ke tiga, seluruh tim digabung menjadi satu untuk melakukan sebuah *praevent* yaitu dengan membuat acara malam keakraban yang di ikuti oleh peserta WCYP itu sendiri. Acara yang dilakukan yaitu rapat besar yang berisi untuk menentukan tim mana yang memenangkan konsep *event*. Kemudian di pagi harinya acara dilanjutkan dengan mengadakan *outbont*.

Gambar 2.5 *Challenge 3 We Challenge Youth Project*



Sumber: Dokumentasi Telkomsel branch Yogyakarta

Challenge ke terakhir yaitu menjalankan event *Bigbang* sampai acara tersebut berjalan lancar, semua kepanitiaan dipegang oleh peserta WCYP mulai dari penjualan tiket hingga acara berakhir. *Event* yang dilakukan yaitu *fun run* yang diberi nama *Digital Run (DIGIRUN)* bersama selebgram @rondweasley dan *youtuber* Bayu SKAK. *Event* ini dilakukan pada akhir tahun yaitu pada tanggal 31 Desember 2017 yang dilaksanakan di halaman Loopstation yang terletak di dekat 0 km. *Event* ini diikuti oleh semua segementasi mulai dari anak muda hingga orang tua.

Gambar 2.6 Challenge 4 We Challenge Youth Project



Sumber: Dokumentasi Telkomsel branch Yogyakarta