

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Profil Telkomsel Branch Yogyakarta

Telkomsel merupakan perusahaan operator seluler yang berdiri dibawah naungan Telkom Indonesia dan SingTel Singapura yang lahir pada tahun 1995. Telkomsel satu-satunya perusahaan operator seluler yang dimiliki negara Indonesia dengan jangkauan BTS lebih dari 90.000 dan mempunyai pelanggan lebih dari 75 juta. Sebagai operator dengan jangkauan luas Telkomsel memiliki cabang disetiap daerah untuk memasarkan dan mengedukasi masyarakat tentang produk dan kegiatan yang dibuat.

Salah satu cabang yang dimiliki oleh Telkomsel yaitu Branch Yogyakarta yang beroperasi di regional Jateng dan DIY serta mempunyai area wilayah Jawa dan Bali. Telkomsel Branch Yogyakarta terletak di Jl. Jendral Sudirman No. 65, Kotabaru, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55224 dan bergabung dengan pusat layanan Telkomsel atau yang sering disebut dengan Graha Pari Sraya (GraPARI). Lahirnya Kantor Branch Yogyakarta bersamaan dengan diresmikannya Graha Pari Sraya (GraPARI) oleh Sultan Hamengkubuwono ke X pada tahun 1996.

Kegiatan yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Yogyakarta meliputi pemasaran produk-produk Telkomsel seperti kartu perdana KartuHalo, SimPATI, Kartu As, dan Loop serta melakukan event-event lokal untuk memberikan experience lebih para pengguna selain itu juga mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan edukasi untuk siswa SMP dan SMA.

B. Visi dan Misi

Visi

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

Misi

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

C. Logo dan Slogan Telkomsel

Gambar 2.1 Logo Telkomsel



Sumber : <https://career.telkomuniversity.ac.id/telkomsel-1/logo-telkomsel-dr-telkomsel/>

Telkomsel memiliki logo dengan bentuk utama yaitu elips dan heksagon serta memiliki warna merah, putih dan abu-abu. Dimana heksagon melambangkan teknologi yang digunakan yaitu *Global System for Mobile Communication* (GSM) Sedangkan bentuk elips terbagi menjadi dua yaitu elips horizontal dan elips vertikal. Untuk elips horizontal memiliki makna bahwa jasa komunikasi terestrial yang ditawarkan Telkomsel dan mewakili PT. Telkom sebagai pemegang saham utama sebesar 65% dan penyelenggara telekomunikasi

domestic. Elips vertikal menjelaskan bahwa komunikasi Telkomsel menggunakan gelombang udara dan mewakili *Singapore Telecommunication* (SingTel) sebagai pemegang saham utama lainnya sebesar 35% dan pelaksana telekomunikasi Internasional terkemuka di Indonesia.

Kedua bentuk elips tersebut memotong bentuk heksagon dan membentuk huruf “T” berwarna putih yang merupakan huruf pertama dari nama Telkomsel. Warna merah pada bentuk heksagon dimanaknai sebagai keteguhan, keyakinan, dan kesiapan Telkomsel dalam menghadapi masa depan pertelekomunikasian. Sedangkan warna abu-abu dimaknai sebagai komitmen dari Telkomsel untuk pelanggannya dan dukungan dari perusahaan induknya yakni PT.Telkom dan SingTel serta warna abu-abu merupakan warna logam yang melambangkan teknologi dan kestabilan yang dimiliki oleh Telkomsel. Warna yang terakhir pada logo Telkomsel yaitu putih diyakini oleh Pihak Telkomsel sebagai lambang dari keterbukaan dan etika usaha yang tidak perlu diragukan lagi.

Melalui slogan yang diusung yaitu “Begitu Dekat, Begitu Nyata” Telkomsel ingin memiliki kedekatan dengan para pelanggannya yang dibuktikan melalui luasnya jaringan dan tersebar jaringan diseluruh wilayah Indonesia serta menyediakan jasa pelayanan dengan kualitas terbaik.

D. Budaya Perusahaan

Sama halnya dengan Telkomsel Pusat Branch Yogyakarta juga menjunjung tinggi Budaya Perusahaan yang disebut dengan THE TELKOMSEL WAY yaitu sistem keyakinan yang dianut oleh setiap karyawan sebagai panduan dalam pola pikir, sikap, perilaku dan tindakan sehari-hari

dalam bekerja untuk memberikan kontribusi kepada perusahaan THE TELKOMSEL WAY dibangun dengan tiga bagian utama. (<http://www.telkomsel.com/about/our-company/11116-BudayaPerusahaan.html>, diakses pada tanggal 30 April 2017 pukul 17.00 WIB).

Gambar 2.2 Bangunan THE TELKOMSEL WAY



Sumber : <http://www.telkomsel.com/about/our-company/11116-Budaya-Perusahaan.html>

Pada gambar 2.2 menjelaskan bahwa tiga bagian utama dari THE TELKOMSEL WAY yaitu :

1. *Philosophy to be the Best*

Keyakinan ini merupakan keyakinan dasar yang harus dimiliki setiap karyawan Telkomsel untuk menjadi yang terbaik. Untuk mencapai yang terbaik setiap karyawan harus memiliki nilai-nilai GREAT yaitu

InterGrity, Respect, Enthusiasm, LoyAlty, dan Totality, yang memiliki arti sebagai berikut :

- a. *Integrity* : Nilai-nilai yang dianut dengan pikiran dan perbuatan.
- b. *Respect* : Menghargai dan menghormati orang lain dengan dilandasi sikap empati, sopan, dan tulus tanpa pamrih.
- c. *Enthusiasm* : Keinginan yang melahirkan kesungguhan karena memiliki adanya harapan untuk menjadi yang terbaik.
- d. *Loyalty* : Kesetiaan yang mana dilandasi dengan sebuah kepercayaan dan komitmen secara penuh kepada perusahaan, pimpinan, norma, etika dan akal sehat yang menimbulkan sebuah ketaatan.
- e. *Totality* : Mendedikasikan seluruh potensi dan kemampuan untuk menjadi yang terbaik.

2. *Principles to be the Star*

Principles to be the Star merupakan nilai-nilai inti atau *Great Spirit* yaitu prinsip-prinsip dasar untuk menjadi Insan Bintang, yaitu panduan dasar untuk membentuk pola pikir dan pola perilaku dalam membangun dan mengembangkan diri menjadi Insan Bintang. Terdapat tiga nilai inti atau *Great Spirit* untuk menjadi Insan Bintang yaitu terdiri dari *Solid, Speed, Smart* atau disingkat menjadi 3S yang memiliki arti sebagai berikut :

- a. *Solid* yaitu terwujudnya satu hati, satu pikiran, dan satu tindakan (Rasa,Rasio,Raga).
- b. *Speed* yaitu bertindak secara cepat dalam setiap pekerjaan yang dilakukan (Awal, Arah, Aksi).
- c. *Smart* yaitu bersikap, berpikir, dan bertindak secara cerdas dalam pekerjaan yang dilakukan (Intuisi, Inovasi, dan Impresif).

3. *Practices to be the Winner*

Practices to be the Winner merupakan standar perilaku atau standart behaviors yang berisi praktek-praktek luhur untuk menjadi Insan Pemenang. Pada standar ini terdapat tiga komponen yang harus dimiliki oleh karyawan Telkomsel yaitu :

a. *GREAT People*

Sebelum merancang strategi, Telkomsel memilih orang-orang yang tepat untuk melaksanakan praktek-praktek yang menjadikannya sebagai pemenang. Telkomsel meyakini isitlah “*Great Vision Without GREAT People is Irrelevant*” yaitu visi yang hebat untuk melanjutkan tradisi kemenangan tanpa disertai pemilihan orang-orang yang tepat menjadi tidak relevan.

b. *GREAT Strategy*

Great Strategy merupakan praktek-praktek kemenangan yang didasari oleh strategi yang tepat. Strategi yang efektif selalu berawal dari akhir (*starting from the end*) dalam merencanakan dan

menjalankan aktifitasnya. Praktek ini identik dengan visi atau mimpi besar seorang pemimpin, yang mana sebuah karya besar diyakini dimulai melalui mimpi dan cita-cita besar yang hendak dicapai.

c. *GREAT Innovation*

Great Innovation meyakini bahwa visi tanpa aksi hanyalah sebuah fantasi, sedangkan aksi tanpa visi hanyalah sebuah sensasi. Maka dari itu melalui orang-orang yang tepat disertai dengan strategi yang hebat akan menghasilkan sebuah tindakan nyata yang disertai dengan kontrol.

Seluruh Karyawan Telkomsel diwajibkan untuk menerapkan budaya perusahaan yaitu menjadi *GREAT People*, dan menerapkan *GREAT Strategy* untuk mewujudkan hasil nyata dan bermanfaat bagi Perusahaan serta selalu berinovasi melalui *GREAT Innovation* sebagai wujud dari ide dan konsep aplikasi praktis yang dapat diterima oleh pasar. Sehingga menjadikan Telkomsel sebagai *Great Company* yang selalu *continue win* dan memberikan inovasi.

E. Kode Etik

Kode etik yang dimiliki oleh Telkomsel wajib ditaati seluruh karyawan baik itu karyawan Telkomsel Pusat atau Branch. Kode etik merupakan panduan dalam bertindak untuk menetapkan hubungan kerja, pola pikir, sikap dan perilaku sehari-hari dengan sesama karyawan dan pihak-pihak lain seperti mitra kerja perusahaan, pemerintahan, masyarakat, serta media massa.

Kode etik Telkomsel diatur dalam nilai-nilai THE TELKOMSEL WAYS yaitu *InteGriTy*, *Respect*, *Enthusiasm*, *LoyAlty*, *Totality*. Seluruh karyawan

Telkomsel diharuskan untuk bersikap jujur dan etis, termasuk dalam menangani masalah pribadi dan profesional agar tidak terjadi benturan kepentingan. Karyawan juga diharuskan 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.

Karyawan wajib untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk dan jasa yang disediakan guna untuk mencegah adanya interpretasi yang menyesatkan karena perseroan harus menjaga keterbukaan dan melakukan pendekatan yang etis dalam melaksanakan usahanya kepada *stakeholder* yang bersangkutan. Selain itu juga karyawan harus memiliki tanggung jawab dan menghormati kewajibannya terhadap masyarakat, dengan itu masyarakat merasakan manfaat dari hadirnya perusahaan melalui kontribusi waktu, keahlian, teknologi dan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Karyawan yang tidak mematuhi kode etik perusahaan akan diberikan sanksi berupa tindak disiplin atau pemutusan hubungan kerja atau hubungan bisnis dengan pemasok maupun pelanggan. Jika perlu sanksi atas pelanggaran akan ditindaklanjuti dengan tuntutan perdata maupun pidana.

F. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari Telkomsel Branch Yogyakarta meliputi Manager Branch dan Manager Network Operator serta divisi-divisi dibawah manajemen Branch Yogyakarta. Ada enam divisi yang bekerja dibawah manajemen Branch Yogyakarta yaitu divisi *Sales and Outlet Operation (SOO)*, divisi *Broadband*

and Digital Service (BDS), divisi *Youth and Community (YnC)*, divisi keuangan, divisi *High Value Customer (HVC)*, divisi *Shop*. Setiap divisi mempunyai peran masing-masing dan akan dijabarkan sebagai berikut :

1. *Divisi Sales and Outlet Operation*

Divisi ini bertugas untuk memasarkan dan memberikan informasi seputaran produk Telkomsel baik secara langsung ke pelanggan ataupun melalui *dealer* dan *outlet*. Divisi ini berhubungan secara langsung dengan *dealer* dan *outlet* serta mempunyai tugas untuk membantu *display* kartu perdana maupun paket data di *outlet*. Divisi ini juga bertugas membuka *booth* saat natal dan tahun baru maupun saat libur hari raya Idul Fitri.

2. *Divisi Broadband and Digital Service*

Divisi ini bertugas dalam segala macam kegiatan yang berhubungan dengan digital dan internet. Divisi ini mengelola segala macam produk-produk yang berhubungan dengan digital dan internet seperti paket data, TCASH, Music Max, Video Max, Game Max, dan Telkomsel Flash.

3. *Divisi Youth and Community*

Divisi ini melayani segmen anak muda dan komunitas serta lebih fokus pada pemasaran kartu Loop yang memang didesign untuk anak muda. Divisi ini juga bertugas untuk memasarkan produk Telkomsel langsung ke komunitas. Segmen anak muda yang dikelola divisi Ync meliputi Loop Kepo, Gen-ASik, SimPATIzone, dan Telkomsel Priority. Komunitas-komunitas yang dikelola divisi ini meliputi komunitas yang

tergabung dalam *Telkomsel School Community* (TSC) dan mahasiswa-mahasiswa ambassador Telkomsel yang mengikuti program *We Challenge Youth Project* (WCYP).

4. Divisi Keuangan

Divisi ini bertanggung jawab atas segala arus keuangan dari semua divisi. Pada tugasnya divisi keuangan akan mendukung semua kegiatan divisi lain meliputi anggaran dana, pembayaran, mobilisasi dan lain-lain.

5. *Divisi High Value Customer*

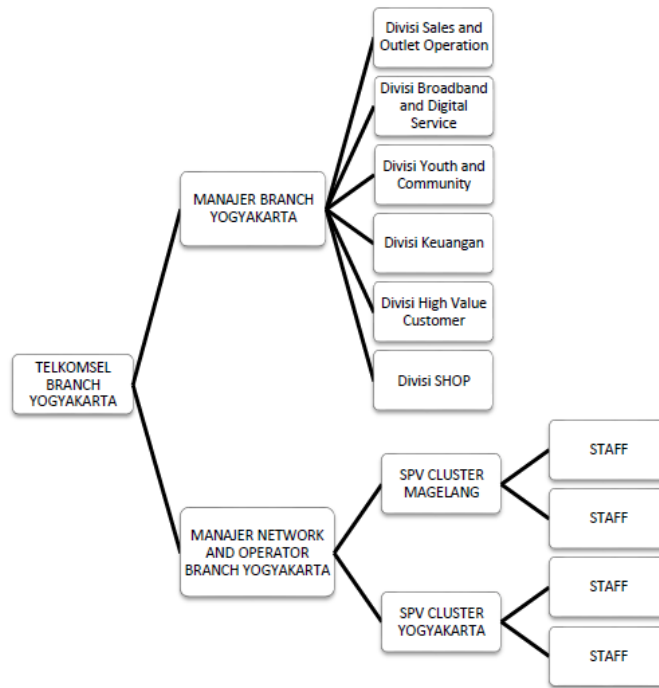
Divisi ini bertugas dan bertanggung jawab mengelola serta menjalin hubungan baik dengan customer-customer yang memiliki value lebih untuk perusahaan, karena jika tidak akan mengakibatkan reputasi buruk terhadap perusahaan. Tugas lainnya juga melayani komplain langsung dari *High Value Customer*.

6. *Divisi Shop*

Divisi Shop bertanggung jawab dalam memonitori, menganalisa, dan mengevaluasi kualitas layanan di GraPARI. Selain itu divisi ini mensupervisi dan memonitori distribusi tagihan ke pelanggan serta mengidentifikasi indikator-indikator terhadap tingkat kelayaitasan pelanggan. Tugas divisi *Shop* juga untuk menganalisa faktor psikografis dan demografis pelanggan serta selalu memonitori pelanggan-pelanggan high used.

Struktur organisasi yang dimiliki oleh Telkomsel Branch Yogyakarta digambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Telkomsel Branch Yogyakarta



Sumber : Dokumen Pribadi Telkomsel Branch Yogyakarta

G. Produk TCASH

TCASH merupakan produk pengembangan dari Telkomsel yang berupa layanan uang elektronik yang dapat digunakan untuk berbelanja online, kirim uang, pengisian pulsa serta transaksi bayar dan beli melalui *handphone*. TCASH resmi dirilis serentak diseluruh Indonesia pada tahun 2007 dan mendapatkan izin penerbitan resmi dari Bank Indonesia. TCASH dapat digunakan oleh pengguna Telkomsel baik prabayar maupun pascabayar dan akan selalu aktif selama nomor Telkomsel pengguna tidak dalam keadaan masa tenggang

ataupun hangus. Ada dua jenis layanan TCASH yang bisa dipilih oleh pengguna yaitu *basic service* dan *full service*.

Tabel 2.1 Jenis Layanan TCASH

	Basic Service	Full Service
Maximum Balance	Rp 1.000.000	Rp 10.000.000
Maximum Transaction	IDR 20.000.000 / month	IDR 20.000.000 / month
Cash-in Balance	✓	✓
TAP to Pay	✓	✓
Purchase Online	✓	✓
Pay on Mobile	✓	✓
Share Money	✗	✓
Cash-out Money	✗	✓

Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/about>

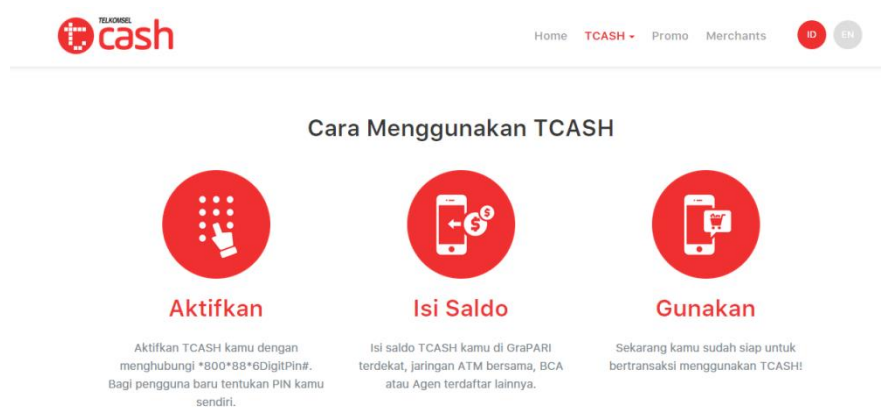
Saat pertama kali mengaktifkan TCASH secara otomatis pengguna terdaftar pada layanan TCASH *Basic Service* kecuali pengguna KartuHALO. Pengguna KartuHALO sudah terdaftar pada layanan *Full Service* sejak pertama kali mengaktifkan TCASH. Layanan *Basic Service* adalah layanan dimana pengguna sudah terdaftar namun belum melakukan pencatatan identitas. Layanan *Basic Service* memiliki saldo maksimal sebesar Rp 1.000.000,00 yang hanya bisa digunakan untuk transaksi pembayaran dan pembelian serta melakukan isi ulang saldo, namun belum bisa menggunakan fitur transfer dan tarik tunai.

Sedangkan untuk layanan *Full Service* pengguna diminta untuk melakukan pendaftaran resmi di GraPARI atau agen resmi TCASH dengan mengisi data lengkap dan membawa salinan kartu identitas untuk *diverifikasi*. Pengguna

layanan *Full Service* memiliki saldo maksimal sebesar Rp. 10.000.000,00 yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran, pembelian, transfer dan tarik tunai.

Cara mengaktifkan TCASH juga terbilang mudah pengguna cukup menghubungi *800*88# melalui *handphone*. Semua jenis *handphone* dapat digunakan untuk mengaktifkan TCASH. Setelah menghubungi *800*88# pengguna menerima pemberitahuan bahwa telah berhasil mengaktifkan TCASH dan mendapat enam digit pin. Pengguna dapat mengganti pin TCASH dengan mengirim SMS CPIN <spasi>[6 Digit Pin lama]<spasi>[6 Digit Pin baru] kirim ke 2828 atau dengan menghubungi ke *800*88*6DigitPin#. Jika pengguna lupa dengan pinnya, pengguna tinggal melakukan reset pin dengan menghubungi call center di 133 untuk KartuHALO dan 155/188 untuk simPATI, Kartu AS, dan LOOP. Setelah aktif TCASH sudah dapat digunakan melalui cara sebagai berikut :

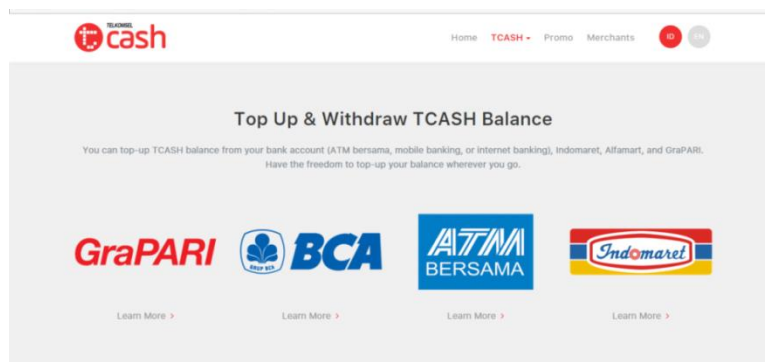
Gambar 2.4 Cara Menggunakan TCASH



Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/about>

Untuk melakukan isi ulang TCASH pengguna dapat mengisi saldo di GraPARI, Indomaret, ATM Bersama. Untuk pengisian saldo melalui ATM Bersama masukan kode bank 911 lalu gunakan nomor Telkomsel anda sebagai rekening dengan format 0811xxxx. Setelah melakukan pengisian saldo pengguna dapat mengecek melalui *800# atau melalui TWALLET.

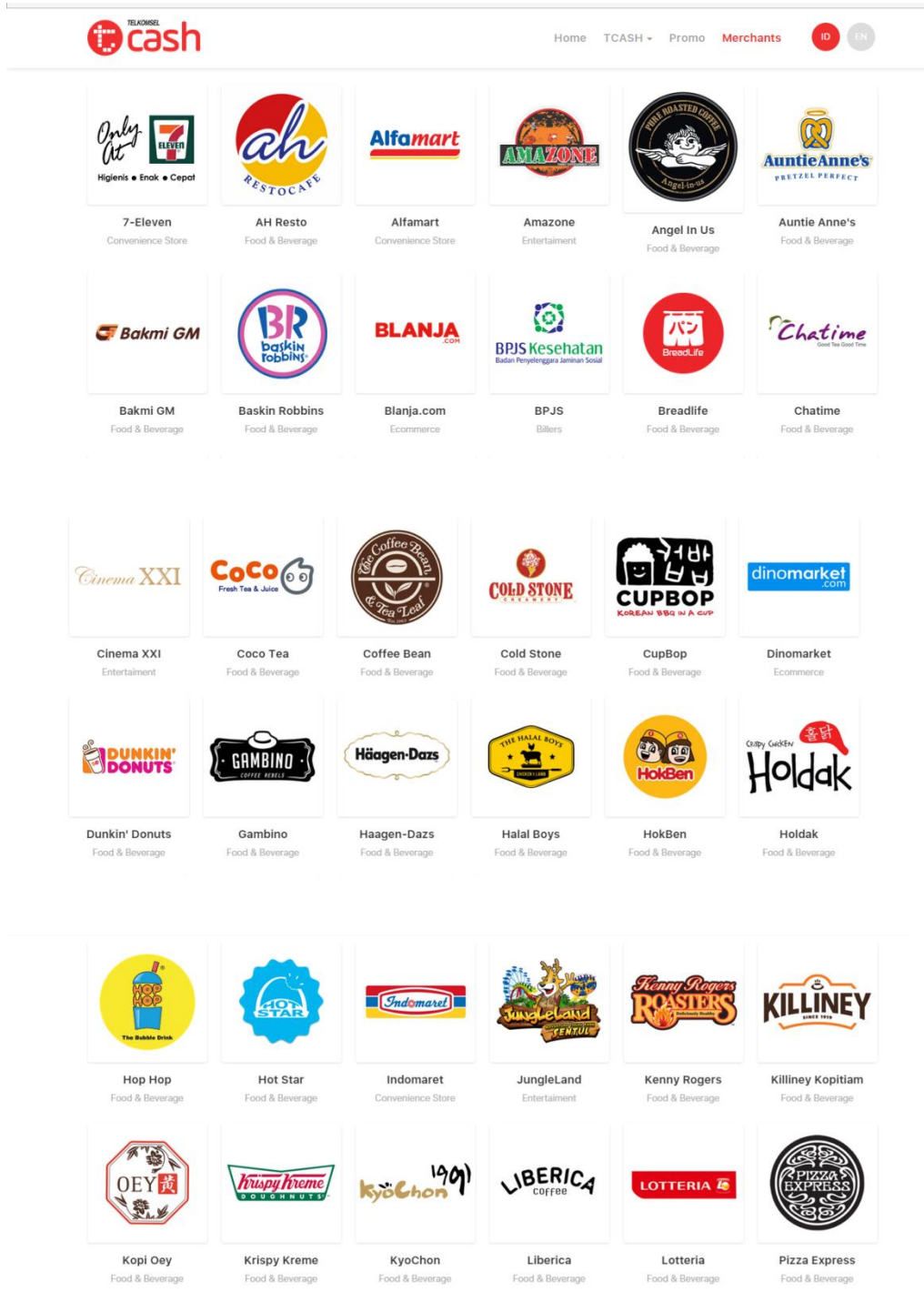
Gambar 2.5 Merchant TopUp Saldo TCASH

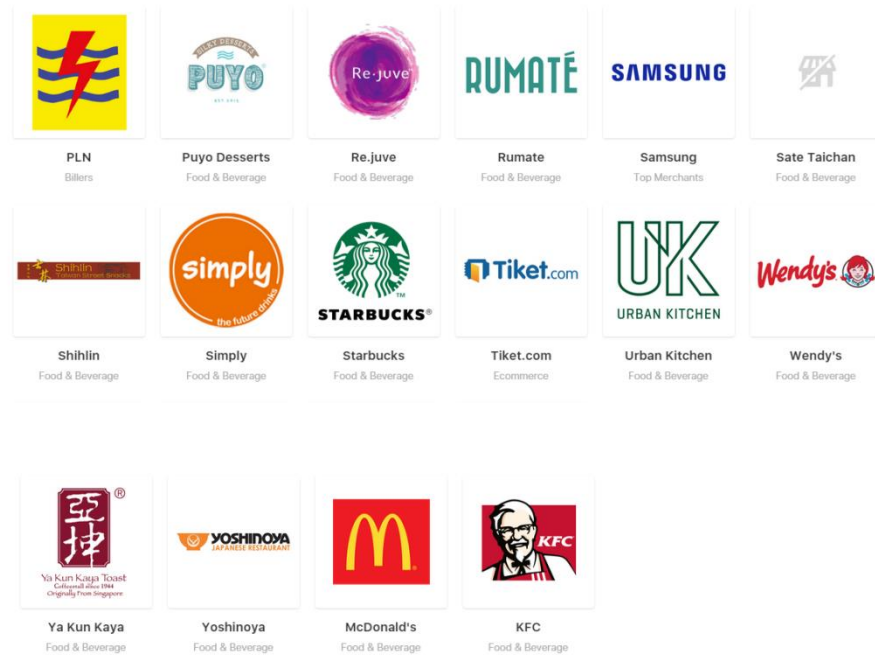


Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/about>

Setelah pengisian saldo pengguna dapat menikmati TCASH di *merchant-merchant* yang sudah bekerjasama seperti di *Cinema XXI*, *McD*, *KFC*, *Baskin Robbin*, *Chatime*, *Starbuck*, *Coffe Bean*, *Dunkin Donuts*, *Wendys*, *Shihlin*, *Hokben*, *Alfamart*, *Indomaret*. Berikut daftar *merchant* TCASH :

Gambar 2.6 Merchant-Merchant TCASH





Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/merchants>

Sesuai dengan pesan yang diusung yaitu cara bayar baru yang modern, aman dan nyaman dimana saja dan kapan saja serta memberikan pengalaman kepada penggunanya untuk melakukan transaksi pembayaran atau pembelian tanpa menggunakan uang tunai. Berikut kegunaan yang diberikan TCASH kepada penggunanya yaitu :

1. Tap to Pay

Tap to Pay merupakan fitur yang diberikan oleh TCASH dimana para pengguna bisa dengan mudah melakukan suatu pembayaran karena pengguna tidak perlu repot-repot lagi mencari uang di dalam dompet. Pengguna tinggal melakukan “*tapping*” menggunakan media stiker NFC bernama TCASH TAP ke mesin pembayaran yang berada di *merchant-merchant* yang bekerjasama.

Gambar 2.7 Stiker TCASH TAP



Sumber :

<https://digitalpayment.telkomsel.com/assets/frontend/img/icons/ickirim-sticker.png>

TCASH TAP merupakan pengembangan dari fitur TCASH yang dulunya menggunakan teknologi UMB yaitu dengan menghubungi *800# sekarang berubah menjadi teknologi NFC. Teknologi NFC yang digunakan sekarang merupakan perangkat identifikasi dengan frekuensi radio yang menyimpan informasi secara elektronik dan terhubung dengan akun TCASH pengguna sehingga tidak perlu lagi kesusahan untuk menggunakan TCASH saat akan melakukan transaksi pembayaran.

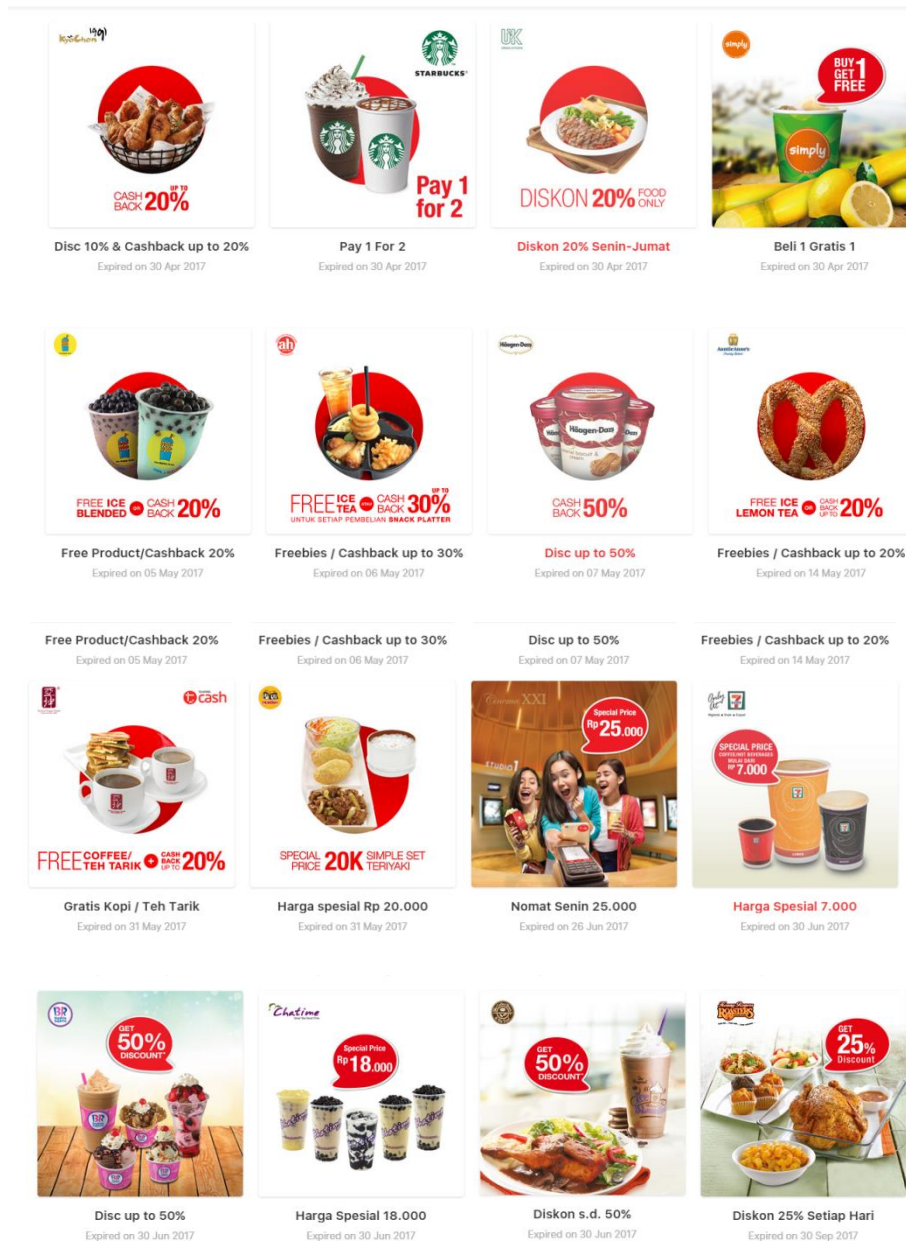
Melalui TCASH TAP ini selain dapat mempermudah dalam melakukan transaksi pembayaran juga memberikan manfaat yang lain yaitu dengan adanya promo diskon nonton di *Cinema XXI*. Selain promo diskon nonton di *Cinema XXI* pengguna juga memperoleh promo lain seperti *free OR Burger* di KFC dan potongan Rp. 10.000 untuk menu paket ayam, beli dua bayar satu di Starbuck, *cashback* Rp. 20.000 di

Shihlin, *discount 50%* setiap hari rabu di Baskin Robbin, harga *special* di Chatime. Berikut daftar promo yang ditawarkan TCASH :

Gambar 2.8 Promo TCASH

The screenshot displays the TCASH mobile application interface. At the top, there is a navigation bar with the TCASH logo, a home icon, and a 'Promo' tab. Below the navigation bar is a search bar with filters for 'Semua kategori' and 'Semua lokasi'. The main content area is a grid of promotional offers, each featuring a product image, a discount or offer description, and the validity period.

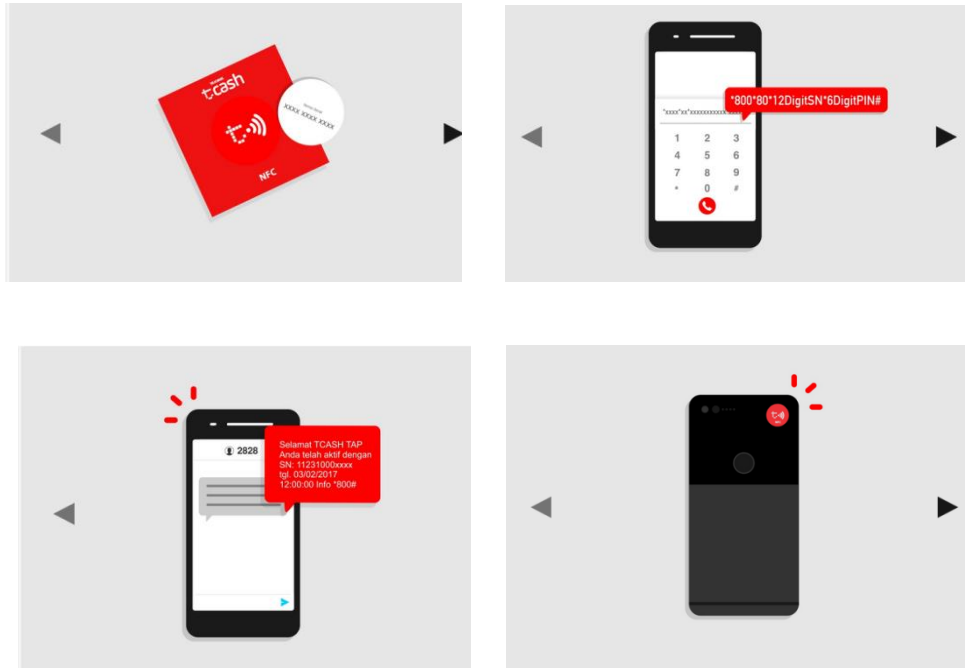
Brand	Offer Description	Validity Period
McDonald's	FREE OR BURGER APP & WEB ORDER	Bertaku hingga 30 Apr 2017
Pizza Hut	DISKON 50%	Bertaku hingga 30 Apr 2017
Baskin-Robbins	DISKON 25% / Harga Rp 75.000	Bertaku hingga 31 May 2017
Chatime	FREE DOUGHNUT + CASHBACK 20%	Bertaku hingga 31 May 2017
McDonald's	DISKON ATAU CASHBACK Rp 20.000	Bertaku hingga 14 Jun 2017
Baskin-Robbins	Big Bite + SLURPEE/GULP Rp 15.000	Bertaku hingga 30 Jun 2017
McDonald's	POTONGAN Rp 10.000	Bertaku hingga 30 Jun 2017
Chatime	BUY 2 GET 25% DISCOUNT	Bertaku hingga 30 Jun 2017
Indomart	DISKON 20% SEMUA TRANSAKSI	Bertaku hingga 30 Jun 2017
Indomart	BONUS TOP UP 50%	Bertaku hingga 30 Sep 2017
Wendy's	DISKON 50% HOT CHEESY RICE	Bertaku hingga 25 Apr 2017
Chatime	BUY 1 GET 1 + 20% CASHBACK	Bertaku hingga 30 Jun 2017
BLANJA	SPESIAL HARI KARTON HARGA MULAI Rp 9.000	Bertaku hingga 30 Apr 2017
Allomart	FREE FILMA SIGNATURE 2L	Bertaku hingga 30 Apr 2017
Coco	PAY 1 FOR 2	Bertaku hingga 30 Apr 2017
Chatime	FREE TEA LATTE + CASHBACK 20%	Bertaku hingga 30 Apr 2017



Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/promo>

Pelanggan bisa mendapatkan stiker TCASH TAP di GraPARI dengan harga Rp 5.000 atau mengisi saldo minimal Rp 50.000. Cara mengaktifkan TCASH TAP yaitu melalui langkah sebagai berikut :

Gambar 2.9 Cara Mengaktifkan TCASH TAP



Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/about/bayar-dengan-tap>

Langkah pertama dalam mengaktifkan TCASH TAP pengguna perlu menghubungi *800*80*[12digit nomor seri stiker]*[6digit PIN TCASH]#. Digit nomor seri dapat dilihat di balik stiker, kemudian pengguna mendapatkan SMS pemberitahuan bahwa TCASH TAP sudah berhasil diaktifkan. Setelah aktif pengguna hanya perlu menempelkan stiker di *handphone* atau tempat yang ingin ditemeli stiker dan mengisi saldo setelah itu TCASH TAP siap digunakan. Untuk menggunakan TCASH TAP pengguna hanya perlu mendekatkan stiker ke alat pembayaran bernama EDC kemudian masukan PIN TCASH setelah itu pengguna akan menerima notifikasi melalui SMS dan bukti cetak dari EDC.

TCASH TAP hanya bisa digunakan untuk satu perangkat dan jika terjadi kerusakan atau hilang stiker dapat dinonaktifkan dengan cara mendatangi GraPARI tanpa harus kehilangan saldo yang ada pada TCASH karena saldo TCASH tersimpan pada sistem. Setelah stiker lama dinonaktifkan pengguna mendapatkan stiker baru dengan saldo yang sama.

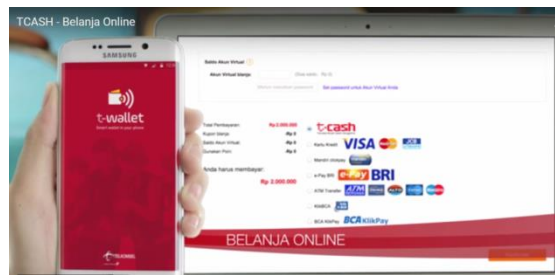
2. *Pay on Mobile*

Fitur lain yang ditawarkan oleh TCASH yaitu *Pay on Mobile*. Fitur ini memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran seperti membeli pulsa, membayar tagihan listrik, BPJS, telepon, TV kabel, membeli tiket dimana saja dan kapan saja. Pengguna cukup menghubungi *800# atau akses melalui TWALLET.

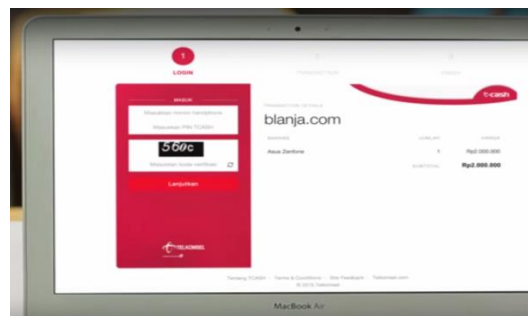
3. *Purchase Online*

Fitur *Purchase Online* menggunakan teknologi *secured web check-out and 3rd-factor authentication*. Melalui fitur ini TCASH menawarkan cara pembayaran *merchant online* yang mudah dan aman. Para pengguna bisa melakukan pembayaran tanpa perlu kartu kredit dan tanpa perlu transfer ke bank. Cara menggunakan TCASH untuk pembayaran online yaitu :

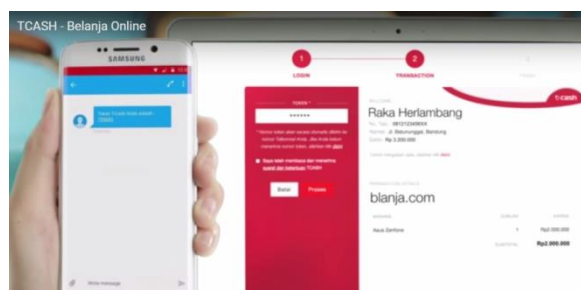
1. Pengguna memilih metode pembayaran menggunakan TCASH.



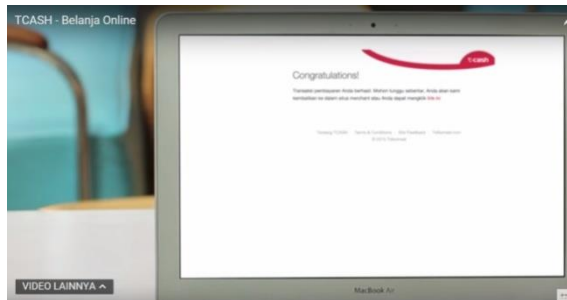
2. Pengguna dibawa ke halaman *web check-out* TCASH.



3. Masukkan nomor *handphone* dan pin TCASH kemudian tunggu kode *verifikasi*. Setelah memasukkan kode *verifikasi* di halaman *web check-out* kemudian centang *form* persetujuan.



4. Sukses melakukan transaksi



Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/about/belanja-online>

4. *Share Money*

Fitur yang terakhir yaitu *Share Money* dimana pada fitur ini memberikan banyak kemudahan dan *fleksibilitas* dalam hal mengirim uang hanya melalui nomor *handphone* pengguna yang sudah terdaftar TCASH. Segala jenis *handphone* dapat digunakan untuk melakukan transaksi berkirim uang. Pengguna dapat berkirim uang ke sesama pengguna TCASH atau ke rekening bank yang tergabung dalam jaringan ATM bersama tanpa harus memiliki rekening bank.

Dalam melakukan transaksi berkirim uang ini terdapat batasan maksimal dan minimalnya sebagai berikut :

1. Maksimal pengiriman/bulan : Rp 20.000.000/bulan
2. Maksimal pengiriman/hari : Rp 10.000.000/hari
3. Maksimal pengiriman/1x kirim : Rp 10.000.000/ 1x kirim
4. Minimal pengiriman/1x kirim : Rp 10.000/1x kirim

Sedangkan untuk tariff yang dibebankan ke pengguna dalam melakukan transaksi terdiri atas :

1. Tariff yang dibebankan ke pulsa pelanggan atas pengirima/penerimaan SMS
2. Tariff yang dibebankan ke saldo TCASH pelanggan sebagai biaya administrasi

Berikut adalah tariff yang dibebankan untuk pengiriman uang dengan TCASH :

1. SMS : Rp 300, 2 x SMS normal
2. TCASH : Rp 1000 / 1x kirim
3. ATM : Rp 6500/ 1x kirim

Selain keempat kegunaan yang ditawarkan tersebut TCASH juga memberikan kemudahan dalam menabung di Bank yang bernama TCASH Ekstra. TCASH Ekstra merupakan kerjasama antara TCASH dengan Bank BTPN WOW. TCASH Ekstra menghadirkan keunggulan bagi pengguna yaitu bebas biaya transfer antara rekening TCASH dan Bank BTPN WOW. Selain itu juga keunggulan lain yang diberikan adalah menabung tanpa perlu antri lagi di Bank, mudah dan nyaman karena cukup menggunakan *handphone* pengguna dan bisa dilakukan dimana saja. Pengguna juga tidak perlu khawatir lagi dengan keamanannya karena menabung dengan TCASH sudah disertai dengan PIN rahasia.

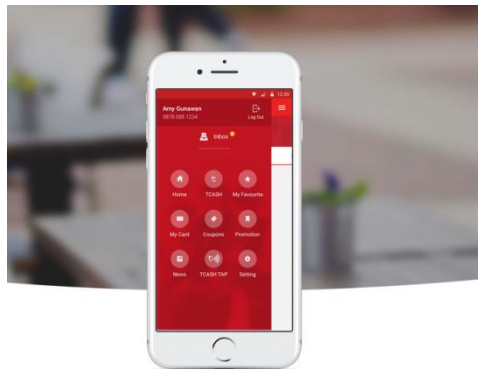
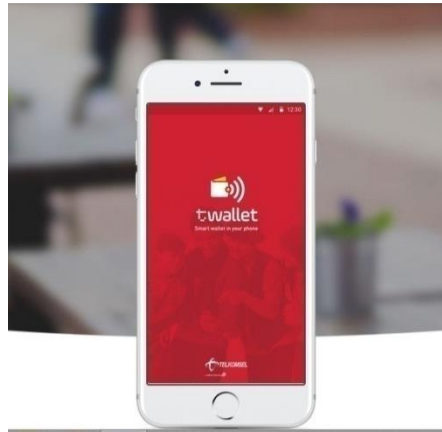
Gambar 2.10 Bank BTPN WOW Mitra TCASH Ekstra



Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/tcash-ekstra>

Untuk mempermudah para penggunanya dalam melakukan transaksi TCASH kini hadir aplikasi bernama TWALLET. TWALLET merupakan dompet elektronik dengan jaringan nirkabel yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Setiap pengguna TWALLET memiliki enam digit pin untuk keamanan dalam melakukan aktifitas transaksi. Untuk mendapatkan TWALLET Pengguna cukup *mendownload* aplikasi ini melalui *Playstore*, *Apple Store*, *Blackberry World* dengan menuliskan *keyword* Telkomsel Wallet atau TWALLET. Setelah *mendownload* TWALLET pengguna tinggal melakukan *sign up* setelah itu isi *form* yang tersedia dan terdaftar sebagai pengguna TWALLET.

Gambar 2.11 TWALLET



Sumber : <https://digitalpayment.telkomsel.com/twallet>

TWALLET menawarkan kenyamanan dan kemudahan untuk melakukan segala aktifitas yang berhubungan dengan TCASH. Pengguna bisa melakukan kegiatan seperti mengecek dan mengisi saldo TCASH melalui TWALLET tanpa harus menghubungi *800#. Selain itu dengan TWALLET pengguna bisa melakukan transaksi bayar dan beli hanya dengan memilih menu pembayaran pengguna bisa langsung melakukan transaksi pembayaran seperti bayar token listrik, pengisian pulsa, bayar BPJS, beli tiket, bayar PDAM, bayar listrik kapan saja dan dimana saja.

Melalui TWALLET pengguna juga bisa ber kirim uang secara cepat dan mudah, selain ber kirim uang layanan yang ditawarkan lainnya yaitu kupon. Melalui TWALLET selain promo dari merchant pengguna bisa mendapatkan kupon yang khusus diberikan kepada pengguna TWALLET dan kupon tersebut berganti-ganti setiap harinya. Bagi para pengguna TCASH dengan *handphone* android dapat melakukan *tapping* melalui TWALLET tanpa harus mempunyai stiker TCASH TAP. Sehingga melalui kehadiran TWALLET ini pesan yang diusung TCASH yaitu kemudahan dan fleksibilitas dapat tersalurkan melalui aplikasi ini.