

## BAB 3

### PEMBAHASAN

#### 1.1. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1.1.1. Sejarah berdirinya Telkomsel

Menurut Web resmi Telkomsel, Telkomsel berdiri pada tanggal 26 Mei 1995, PT. Telekomunikasi Selular (TELKOMSEL) secara konsisten melayani Negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Marauke. 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 Lifesyle*, *Mobile Finincial 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 *Applications*) yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia. Selain itu Telkomsel juga aktif mendorong generasi muda untuk secara positif menggunakan teknologi.

Sejak berdiri pada tanggal 26 Mei 1995, Telkomsel secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Marauke. Saat ini Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dengan 170 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 140 ribu BTS. Telkomsel secara konsisten

mengimplementasikan teknologi selular 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.

Berdasarkan informasi yang dikutip dari Web resmi Telkomsel, Prestasi yang diperoleh Perusahaan Telkomsel selalu meraih penghargaan setiap tahunnya, beberapa penghargaan yang berhasil diraih hingga pertengahan tahun 2017 yaitu :

- a. *Most Often Used Brand Mobile Phone Operator Category*  
(Indonesia Prestige Brand Awards 2017)
- b. *Highest Top of Mind Brand Internet Service Provider Category*  
(Indonesia Prestige Brand Awards 2017)
- c. *Most Often Used Brand Internet Service Provider Category*  
(Indonesia Prestige Brand Awards 2017)
- d. *Best Mobile Carrier*  
(Telecom Asia Awards 2017)

Untuk mendukung pelayanan kepada pelanggan, Telkomsel memiliki kantor pelayanan yang bernama GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia dan beberapa *outlet* terdapat di luar negeri.

GraPARI merupakan singkatan dari Graha Pari Sraya. Kata Graha Pari Sraya sendiri berasal dari Bahasa sansekerta, yang diberikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X bagi nama kantor pelayanan pelanggan milik Telkomsel. Sri Sultan memberikan nama tersebut sebagai penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di daerah Istimewah Yogyakarta. Sejak saat itu, semua kantor pelayanan pelanggan milik Telkomsel ditetapkan dengan nama GraPARI Telkomsel.

GraPARI Telkomsel tidak melakukan penjualan perangkat telepon seluler. Kecuali, kalau ada kebijakan khusus untuk menjualnya dalam bentuk paket produk Telkomsel dan kebijakan tidak berlaku untuk semua GraPARI.

Untuk lebih menunjang kemudahan pelanggan dalam melakukan layanan dan transaksi, Telkomsel menghadirkan MyGraPARI yang merupakan *channel* layanan melalui media digital. Jenis layanan yang dapat dilakukan di *Channel* layanan digital ini yaitu *upgrade* kartu 4G LTE, pembayaran KartuHalo, pembelian pulsa isi ulang, aktivasi paket, registrasi *e-bill*, akses informasi kode PUK, dan pengaduan keluhan yang dapat diakses pelanggan pada jam operasional GraPARI setempat.

Pada tahun 2018, perusahaan ini meluncurkan portal video MAXstream dan permainan Shellfire. Perusahaan ini lalu juga memungkinkan TCASH untuk digunakan oleh pengguna dari operator seluler lain.

Pada tahun 2019, Bersama sejumlah BUMN Indonesia, perusahaan ini mentransformasikan TCASH menjadi LinkAja dan meluncurkan layanan seluler digital pertama di Indonesia dengan nama by.U.

Pada tahun 2020, perusahaan ini meluncurkan Wi-Fi nirkabel Telkomsel Orbit dan menjual 6.050 unit BTS miliknya ke Mitratel. Perusahaan ini juga memutuskan untuk berinvestasi di Gojek.

Pada tahun 2021, perusahaan ini meluncurkan layanan 5G di Sembilan kota di Indonesia. Perusahaan ini juga menyatukan merek layanan seluler prabayarnya dari simPATI, Kartu As, dan Loop menjadi hanya Telkomsel PraBayar, sementara nama kartu Halo diubah menjadi Telkomsel Halo. Pada tahun 2021 juga, perusahaan ini meluncurkan platform belajar kunci dan aplikasi kesehatan Fita. Perusahaan ini kemudian juga mendirikan PT Telkomsel Ekosistem Digital yang berbisnis dengan nama INDICO untuk mengembangkan bisnis di bidang konektivitas digital, platform digital, dan layanan digital.

Pada pertengahan 2023, Telkomsel mengakui sisi IndiHomme, produk layanan WiFi jaringan fiber optic milik induk perusahaannya sendiri (Telkom Indonesia). Penggabungan unit usaha tersebut dilakukan demi mendorong efisiensi bisnis *fixed mobile convergence* Telkom yang diharapkan bias berkontribusi pada 80% pendapatan perusahaan, membangun focus usaha yang jelas (*Telkom ke business-to-business dan Telkomsel business-to-consumer*), ditambah membantu penetrasi internet ke masyarakat. Adapun proses ini

dimulai lewat penandatanganan Perjanjian Pemisahan Bersyarat pada 6 April 2023, dilanjutkan penandatanganan akta pemisahan pada 27 Juli 2023 dan efektif berlaku pada 1 Juli 2023. Pada 21 Juli 2023, Telkomsel resmi memperkenalkan produk pertamanya pasca-integrasi IndiHome bernama Telkomsel One yang ditargetkan bias meraih 600.000-1 juta pelanggan baru. Marge ini juga menghasilkan perubahan komposisi saham Telkomsel, dimana saham Singtel merosot menjadi 30,1% dan Telkom Indonesia naik menjadi 69,9% (awalnya 70,4%).

### 1.1.2. Perkembangan Logo Telkomsel



**Gambar 3.1. Logo Lama Telkomsel**

Sumber : [www.1000logos.net](http://www.1000logos.net)

Logo awal Telkomsel yang digunakan sejak pendiriannya, terdiri dari dua bentuk utama elips dan segi enam – serta tiga warna, yaitu merah, putih dan abu-abu.

- Bentuk segi enam melambangkan sistem seluler GSM.
- Elips horizontal melambangkan jasa komunikasi darat yang ditawarkan Telkomsel, dan juga mewakili Telkom sebagai pemegang saham utama dan penyelenggara telekomunikasi domestik. Elips vertikal menunjukkan bahwa komunikasi Telkomsel menggunakan gelombang udara dan juga mewakili indosat sebagai pendiri dan pemegang saham utama lainnya (sebelum 2001) dan pelaksana telekomunikasi internasional terkemuka di Indonesia. Kedua elips tersebut berpotongan di atas segi enam berwarna merah dan abu-abu, serta membentuk

huruf "T" berwarna putih yang merupakan huruf pertama dari Telkomsel.

- Warna merah pada bagian atas segi enam melambangkan keteguhan, keyakinan dan kesiapan Telkomsel dalam menghadapi masa depan pertelekomunikasian.
- Segi enam yang berwarna abu-abu, menyatakan komitmen Telkomsel terhadap pelanggan dan dukungan kuat dari perusahaan induknya.
- Warna abu-abu yang merupakan warna logam, melambangkan teknologi dan kestabilan.
- Warna putih, berarti keterbukaan dan etika yang tak perlu diragukan lagi.



**Gambar 3.2. Logo Baru Telkomsel**

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

Setelah menggunakan logo tersebut selama 25 tahun, pada perayaan ulang tahunnya yang ke-26 pada tanggal 18 Juni 2021, Telkomsel resmi menyandang logo baru yang lebih sederhana. Peluncuran logo baru tersebut dimaknai sebagai simbol perubahan berupa transformasi digital dan nilai-nilai baru yang diharapkan bisa berperan bagi kemajuan bangsa. Adapun logo baru Telkomsel yang merupakan hasil desain Deni Anggara dari Degarism Studio Bandung ini disebutkan terinspirasi dari batik yang tercermin dari *font* yang digunakan yaitu Telkomsel Batik. Inspirasi dari batik juga terlihat dari adanya “portal” dengan guratan, yang bermakna hal-hal baru dan dunia baru yang bisa dijelajahi Bersama Telkomsel. Portal itu juga terlihat dikelilingin oleh sinar, yaitu sinar optimisme. Adapun komponen warna logo baru tersebut, yaitu :

- Warna merah dan putih sebagai warna dasar pada logo baru, mewakili keberanian, kekuatan, kemurnian, dan kejujuran.
- Aksen warna kuning, melambangkan optimisme dan rasa senang.
- Untuk komunikasi perusahaan juga dikenalkan *tone* warna-warna baru, termasuk biru tua melambangkan integritas dan kepercayaan.

#### **1.1.3. Alamat GraPARI Telkomsel Jambi**

PT. Telkomsel GraPARI Jambi, Jl. Hm. Yusuf Singedekane Jl. Danu Sipin, Sungai Putri, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361.

#### **1.1.4. Visi dan Misi PT.Telkomsel**

Adapun Visi dan Misi yang ingin dicapai PT.Telkomsel ialah sebagai berikut :

- a. Visi  
Menjadi penyedia layanan dan solusi mobile digital lifestyle kelas dunia yang terpercaya
- b. Misi
  - Memberikan layanan dan solusi mobile digital yang melebihi ekspektasi pelanggan
  - Memberikan nilai tambah kepada para stakeholders, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

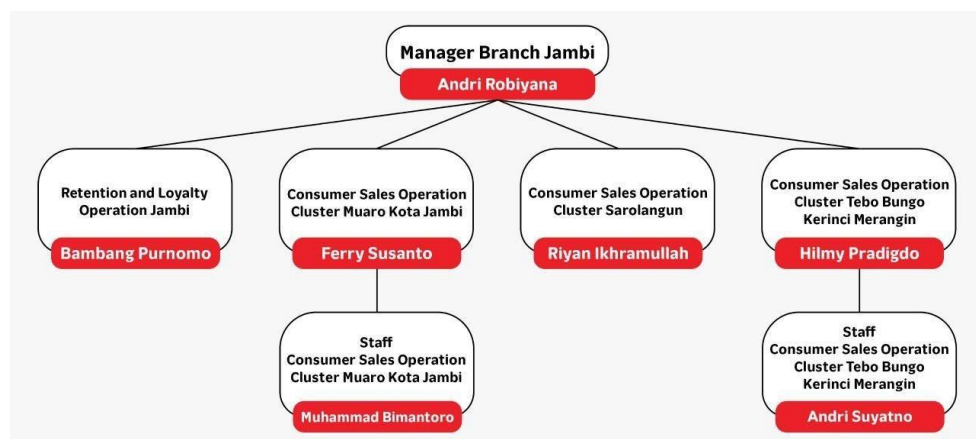
#### **1.1.5. Kegiatan Umum GraPARI Telkomsel**

1. Melakukan penjualan produk komunikasi seluler  
Produk yang ditawarkan dibagi dalam dua layanan yaitu layanan pascabayar yang disajikan melalui produk Telkomsel Hallo, serta layanan prabayar melalui produk simPATI, Kartu AS dan LOOP. (*Annual Report* PT. Telekomunikasi seluler 2022).  
Produk lain yang ditawarkan dan dapat dibeli serta di aktivasi pelanggan secara langsung melalui GraPARI seperti : by.U, Telkomsel Orbit, Layanan Wifi Indihome, MAXstream, LinkAja yang sebelumnya bernama TCASH.
2. Penyedia jasa komunikasi seluler

Berbagai kegiatan layanan yang didapatkan di GraPARI Telkomsel seperti :

- a. Pembayaran tagihan, pelanggan dapat membayar tagihan pascabayar melalui GraPARI Telkomsel.
- b. Konsultasi produk dan layanan, membantu pelanggan untuk memahami produk dan layanan yang Telkomsel tawarkan, serta memberikan saran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- c. Penggantian kartu sim, hal ini jika kartu sim pelanggan rusak atau hilang dan aktivasi kartu Telkomsel, pelanggan dapat menggantinya di GraPARI Telkomsel.
- d. Konsultasi teknis, jika pelanggan mengalami masalah teknis dengan ponsel atau layanan Telkomsel, staf di GraPARI dapat membantu pelanggan untuk menyelesaikannya.

#### 1.1.6. Struktur Organisasi GraPARI Telkomsel Jambi



**Gambar 3.3. Struktur Organisasi GraPARI Jambi**

Sumber : Data GraPARI Jambi

#### 1.1.7. Job Description Masing-masing Bagian Adalah Sebagai Berikut:

➤ **Manager Branch Jambi**

Melakukan pengawasan dan koordinasi semua kegiatan operasional di kantor cabang, memimpin berjalannya kegiatan pemasaran di kantor cabang, melakukan monitoring pada semua kegiatan operasional dalam lingkup kantor cabang

GraPARI Telkomsel Jambi, memantau apakah prosedur operasional (SOP) telah dilakukan secara benar oleh setiap karyawan sesuai dengan divisinya masing-masing, melakukan pengembangan terhadap kegiatan operasional di lingkup kantor cabang yang dipimpinnya misalnya menyusun jadwal training karyawan, dan melakukan observasi pada performa kerja setiap karyawannya.

➤ Retention and Loyalty Operation Jambi

Bertugas untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan loyalitasnya pada produk. Merancang dan menerapkan strategi retensi pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan mempertahankan suatu bisnis .

➤ Customer Sales Operation Cluster Muaro Kota Jambi

Menawarkan barang atau jasa produksi perusahaan kepada konsumen. Menjelaskan spesifikasi produk yang dijual kepada konsumen. Memberikan simulasi hitungan biaya yang harus dikeluarkan dan menjelaskan manfaat yang akan diperoleh. Melakukan komunikasi dengan konsumen yang ada di daerah Muaro Kota Jambi.

➤ Customer Sales Operation Cluster Sarolangun

Menawarkan barang atau jasa produksi perusahaan kepada konsumen. Menjelaskan spesifikasi produk yang dijual kepada konsumen. Memberikan simulasi hitungan biaya yang harus dikeluarkan dan menjelaskan manfaat yang akan diperoleh. Melakukan komunikasi dan membantu para konsumen via telepon yang berada di setiap kotanya yang sudah di tentukan seperti kota Sarolangun, agar konsumen yang sudah memakai produk dari Telkomsel untuk mengetahui perubahan sinyal dari 3G ke 4G LTE

➤ Customer Sales Operation Cluster Tebo Bungo Kerinci Merangin

Menawarkan barang atau jasa produksi perusahaan kepada konsumen. Menjelaskan spesifikasi produk yang dijual kepada konsumen. Memberikan simulasi hitungan biaya yang harus dikeluarkan dan menjelaskan manfaat yang akan diperoleh. Melakukan komunikasi dengan pelanggan pada bagian kota Tebo, Bungo, Kerinci, Merangin.

## 1.2. Deskripsi Hasil

### 1.2.1. Bauran Promosi Yang Terdapat Pada GraPARI Telkomsel Jambi

#### 1. Periklanan

Bauran periklanan yang digunakan oleh GraPARI Telkomsel berupa pembuatan brosur seperti brosur yang menjelaskan tentang internet cepat 4G Telkomsel, dan yang terbaru saat ini yaitu brosur yang menjelaskan bahwa Wi-Fi Indihome telah hadir di GraPARI seluruh cabang Indonesia. Media iklan lain yang digunakan seperti pembuatan banner, poster lalu Telkomsel juga sampai saat ini masih memberikan informasi atau mengiklankan kepada pelanggannya melalui SMS, dan masih banyak media iklan yang digunakan GraPARI Telkomsel seperti televisi, radio, sosial media, dan baliho.



**Gambar 3.4. Contoh Gambar Brosur Telkomsel**

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

#### 2. Penjualan perorangan

GraPARI Telkomsel Jambi juga menerapkan penjualan perorangan seperti dengan adanya layanan *customer service* yang selain sebagai layanan konsultasi pelanggan tetapi juga menjadi *personal selling* yang secara tatap muka dapat menawarkan

produk yang berkaitan dengan pelanggan tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut. Bauran promosi *personal selling* yang dilakukan GraPARI Telkomsel Jambi yaitu dengan mendirikan booth di suatu *event* tertentu atau disuatu kegiatan, hal ini menjadi suatu bentuk penjualan secara langsung kepada konsumen.

### 3. Promosi penjualan

Promosi penjualan yang digunakan GraPARI Jambi seperti pemberian hadiah melalui undian Telkomsel Point melalui aplikasi MyTelkomsel dan hadiah tersebut dapat diambil di kantor GraPARI Telkomsel terdekat. Hadiah yang dapat di tukar seperti baju, pena, tas, topi, bahkan mendapatkan potongan harga sesuai dengan promosi yang di tetapkan oleh GraPARI Telkomsel. Promosi penjualan lain yang dilakukan GraPARI Telkomsel Jambi yaitu dengan mengikuti pameran dagang contohnya pameran dagang T-cash, lalu pada tahun 2012 GraPARI Telkomsel Jambi pernah mengadakan lomba mewarnai anak-anak dalam rangka pesta point keluarga Indonesia.

### 4. Hubungan masyarakat

Contoh hubungan masyarakat yang dilakukan GraPARI Telkomsel Jambi yaitu dengan menjalin kerjasama bersama tribun Jambi hal ini menjadi baik untuk meningkatkan promosi periklanan melalui media koran. Hubungan masyarakat lainnya yaitu Telkomsel meluncurkan Mobile GraPARI, hal ini untuk menciptakan kedekatan hubungan terhadap masyarakat dengan akses yang dapat ditemui dengan mudah karena mobilitasnya tanpa harus melalui kantor pusat GraPARI. Hubungan masyarakat lainnya yang dilakukan GraPARI Telkomsel yaitu menjadi sponsor suatu acara yang diadakan oleh masyarakat, sekolah atau kampus.

## 5. Pemasaran Langsung

Contoh pemasaran langsung yang dilakukan GraPARI Telkomsel Jambi adalah dengan layanan SMS *broadcast* yang langsung ditujukan kepada pelanggan yang menerima SMS dengan tawaran promosi khusus untuk pelanggan tersebut. Lalu pemasaran langsung lain yang dilakukan GraPARI Telkomsel adalah seperti mengirimkan Media HALO ke pelanggan kartu HALO setiap bulannya. GraPARI Telkomsel juga melakukan layanan telepon langsung kepada pelanggannya dengan nomor telepon call center 188, atau melalui WA Telkomsel dengan nomor 0811-1111-1111.

### 1.2.2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Pelaksanaan Bauran Promosi

#### 1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung ini dapat dilihat dari sisi periklanan, saat ini GraPARI Telkomsel Jambi dapat dengan baik memanfaatkan media iklan yang sudah banyak dan dapat diakses dengan mudah. Tidak seperti dulu media iklan yang terbatas dan biaya yang mahal, untuk sekarang tertg dapat media iklan dengann biaya yang dapat dijangkau seperti media sosial yang banyak.

Selanjutnya memiliki manajemen pengelolaan kegiatan bauran promosi yang bagus seperti melihat karakteristik pasar saat ini, contohnya saat ini zaman milenial yang banyak digandrungi kaum muda sehingga baru-baru ini GraPARI Telkomsel Jambi mengadakan kegiatan kunjungan dan pembukaan booth/stand di sekolah-sekolah, dan juga pembukaan stand di kegiatan DBL Jambi.

Faktor pendukung lain yang penting adalah tersedianya dana untuk kegiatan yang direncanakan, perencanaan biaya yang baik membantu berjalannya acara dengan baik.

#### 2. Faktor Penghambat

Faktor penghambat yang terjadi seperti kesalahan pemilihan waktu yang salah dalam menjalankan suatu kegiatan, hal ini

menjadi momentum yang salah dan tidak sesuai dengan target dan tujuan yang direncanakan. Jika dilihat dari layanan *customer service* di GraPARI Telkomsel Jambi yang menjadi penghambat yaitu pemberian layanan yang kurang memuaskan dari staff *customer service* dan tidak menjelaskan produk dengan baik kepada pelanggan.

Selanjutnya dilihat dari hubungan masyarakat, yang menjadi penghambat adalah contohnya kegiatan *sponsorship*, GraPARI Telkomsel Jambi tidak dapat menjadi *sponsorship* untuk semua proposal kegiatan yang diajukan masyarakat ke GraPARI Telkomsel Jambi. Hal ini dikarenakan adanya seleksi kegiatan dan kesesuaian kegiatan yang dilihat oleh pihak perusahaan, baik dari kebutuhan dana dan target yang dituju.

