

BAB III

MONOGRAFI GraPARI TELKOMSEL KOTA PAINAN

3.1 Sejarah Berdiri GraPARI Kota Painan

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.

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 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 140 ribu BTS. Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan teknologi selular terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan *mobile 4G LTE* di Indonesia. 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, di antaranya *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 (Repository, Unja).

Peningkatan Jangkauan Layanan sebagai salah satu daerah dengan perkembangan pengguna Telekomunikasi yang signifikan, Painan mempertimbangkan strategi untuk menyediakan layanan pelanggan yang lebih dekat dan terjangkau. GraPARI dibuka untuk memberikan solusi atas berbagai kebutuhan masyarakat, seperti aktivasi Kartu SIM, pembelian Paket Internet, penggantian Kartu SIM, hingga penyelesaian masalah pelanggan. Dukungan Infrastruktur Digital di Wilayah Painan memiliki potensi besar dalam mendukung digitalisasi di sektor Ekonomi, Pendidikan, dan Pemerintahan. Kehadiran GraPARI menjadi salah satu upaya Telkomsel untuk memperkuat infrastruktur komunikasi di wilayah tersebut.

Proses dan tahun berdirinya GraPARI di Painan mungkin tidak tersedia secara spesifik, biasanya pendirian ini terjadi bersamaan dengan upaya Telkomsel memperluas jaringan *4G LTE* di Sumatera Barat pada pertengahan hingga akhir 2010-an. GraPARI adalah akronim dari Graha Pari Sraya yang dijadikan nama pusat layanan pelanggan Telkomsel. Untuk Sumbar, kantor GraPARI berada di Padang sebagai ibu kota. GraPARI di Painan merupakan yang pertama didirikan Telkomsel dari 19 kabupaten dan kota yang ada di Sumbar. GraPARI itu selanjutnya akan menghadirkan layanan Telkomsel yang mudah untuk keperluan pelanggan, layaknya pelayanan kantor GraPARI di Padang. Pelayanan akan dihadirkan dengan konsep "*Digital lifestyle experience*", ini juga akan memberikan pengalaman yang baru untuk masyarakat dalam dunia digital.

GraPARI Painan adalah salah satu langkah Telkomsel dalam mendukung visi pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital di Wilayah Asia Tenggara. Pusat pelayanan kustomer ini nantinya juga bisa menjadi wadah edukasi, agar pelanggan dan masyarakat dapat merasakan pengalaman pelayanan berbasis digital. Acara peresmian juga dihadiri Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Pesisir Selatan Junaidi (Sumbar, Antaranews).

Peresmian Mini GraPARI Painan yang dihadiri Kepala Dinas Kominfo Pesisir Selatan dan General Manager Sales Region Sumbagteng Ihsan, Jumat (14/9). Untuk meningkatkan pelayanan yang merata pada seluruh lapisan masyarakat, khususnya wilayah Painan, Telkomsel resmi mengoperasikan Mini GraPARI Painan. Mini GraPARI Painan diresmikan General Manager Sales Regional Sumbagteng Ihsan, Jumat (14/9).

Ihsan mengatakan, pengoperasian mini GraPARI Painan merupakan upaya Telkomsel menghadirkan pelayanan berbasis digital untuk para pelanggan. “Ini adalah bentuk komitmen kami untuk memberikan pelayanan terbaik, khususnya bagi pelanggan Telkomsel, dan umumnya bagi masyarakat Indonesia,” katanya.

Setelah kegiatan Peresmian Mini GraPARI Painan, diadakan video *conference* dengan Direktur Sales Telkomsel Sukardi Silalahi didampingi *Executive Vice President Area Sumatera* Telkomsel Paulus Djatmiko. Pada waktu bersamaan juga dilakukan peresmian Mini GraPARI Dairi, Sumatera Utara. Selain dua Mini GraPARI ini, Telkomsel telah meresmikan Mini GraPARI Alang-Alang Lebar dan Mini GraPARI Natar yang juga berada di Wilayah Sumatera. Kedepannya Telkomsel akan mengadakan Mini GraPARI lain pada berbagai kota di Indonesia. Telkomsel akan terus menghadirkan pusat pelayanan yang mampu mengakomodasi beragam kebutuhan komunikasi digital pelanggan, sejalan dengan komitmen Telkomsel dalam membangun Indonesia yang digital (Harian, Singgalang).

3.2 Produk Telkomsel

Telkomsel mempunyai produk-produk yang menjadi unggulan dan memiliki beberapa manfaat untuk para pelanggannya. Beberapa produk ini memiliki *segmentasi* dan keunggulan yang berbeda-beda. Produk-produk tersebut yaitu:

1. Kartu Halo

Kartu Halo menjadi Kartu *Provider* dengan sistem *Pascabayar*. Para pelanggannya bisa memakai semua fitur yang ada di kartu tersebut, dan dapat membayar nya di akhir periode yang telah ditentukan. Kartu Halo menjadi kartu layanan yang diciptakan pertama kali pada tahun 1997.

Gambar 3.1
Produk Kartu Halo



Sumber: Profil Telkomsel

2. SimPATI

SimPATI merupakan kartu perdana dari Telkomsel yang dengan sifat prabayar. Kartu *Provider* ini memiliki keunggulan untuk di gunakan saat *streaming* atau internetan dengan sinyal yang cepat, dengan SimPATi ini Telkomsel menyiapkan beberapa layanan data yang nanti nya dapat memenuhi berbagai preferensi pelanggan. Kartu SimPati ini memiliki beberapa paketan data yang memiliki pelayanan digital, contoh paketan yang ada adalah paket OMG, kartu perdana dan simPATI *Entertainment*.

Gambar 3.2
Produk SimPATI



Sumber: Profil Telkomsel

3. Kartu AS

Kartu AS yang pengguna nya mayoritas adalah kalangan remaja. Kartu ini memiliki *tagline* “*Great Value for Everyone*” dengan mengedepankan penawaran koneksi terbaik untuk para pengguna dapat mengobrol atau mengirim pesan dengan harga yang terjangkau.

Gambar 3.3
Produk Kartu AS



Sumber: Profil Telkomsel

4. Loop

Kartu *loop* di buat untuk berfokus kepada pemuda dengan komunitas-komunitas, dengan menerbitkan fitur Kuota Internet lebih besar dengan harga yang terjangkau bagi para pelanggan. Selain itu *loop* juga membuat paketan

khusus untuk streaming dan main game yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Gambar 3.4
Produk Kartu Loop



Sumber: Profil Telkomsel

5. Telkomsel *Flash*

Layanan internet tanpa menggunakan kabel (*wireless*) yang bernama Telkomsel *Flash*. Layanan ini dapat menghasilkan kecepatan untuk *mendownload* dengan *Cash* pengguna dapat membayar tagihan, dan transaksi jual-beli.

Gambar 3.5
Produk Telkomsel *Flash*



Sumber: Profil Telkomsel

6. Telkomsel Cash (*T-Cash*)

T-cash di luncurkan pada tahun 2007, menjadi layanan keuangan digital pertama dari Telkomsel dengan menggunakan uang elektronik. Dengan menggunakan *T-Cash* pengguna dapat membayar tagihan, dan transaksi jual-beli.

Gambar 3.6
Telkomsel Cash (*T-Cash*)



Sumber: Profil Telkomsel

3.3 Fasilitas yang Diperoleh Pelanggan Kartu Telkomsel

fasilitas layanan yang diperoleh oleh pelanggan Kartu Telkomsel berupa:

1. Pelanggan kartu Telkomsel dapat memperoleh berbagai fasilitas, seperti:
 - a. Paket internet
 - b. Paket telepon dan SMS
 - c. Paket belajar
 - d. Paket kuota keluarga
 - e. Poin Telkomsel
 - f. Layanan digital
2. Paket Telkomsel
 - a. Paket OMG! untuk menonton berbagai aplikasi dan tontonan

- b. Paket Kuota Ketengan untuk mengakses media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, *Facebook*, atau *Twitter*.
 - c. Paket Harian untuk mengakses aplikasi favorit sepanjang hari.
 - d. Paket Belajar untuk mengakses beragam platform *e-learning*.
 - e. Paket Combo Sakti untuk internet, telepon, dan SMS dalam satu paket
3. Program loyalitas Telkomsel Poin
- a. Poin Telkomsel dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah seperti pulsa, kuota internet, voucher diskon belanja, produk Telkomsel, produk digital Telkomsel, dan saldo bonus LinkAja.
 - b. Poin Telkomsel dapat ditukarkan melalui Aplikasi MyTelkomsel, Telkomsel.com, atau UMB *700#
4. Layanan digital Telkomsel *MAXstream*, LangitMusik, Dunia Games, LinkAja, MBanking Telkomsel. (<https://www.telkomsel.com>)

3.4 Prosedur Paket Darurat

Prosedur Paket Darurat hanya bisa diaktifkan oleh pelanggan Telkomsel yang memenuhi syarat seperti:

1. Pelanggan Telkomsel PraBayar.
2. Telah aktif menjadi pelanggan selama kurang lebih dari 60 hari.
3. Melakukan isi ulang minimum satu kali dengan nominal Rp5.000 dalam 3 bulan terakhir.
4. Memenuhi kriteria kelayakan berdasarkan kebijakan Telkomsel

Paket Darurat ini bisa diaktifkan lebih dari satu kali selama nomor pelanggan termasuk dalam kriteria dengan syarat harus membayar tagihan Paket Darurat sebelumnya. Untuk prosedur pengembalian Paket Darurat bisa melalui dua cara yaitu dengan membeli pulsa sesuai dengan tagihan Paket Darurat atau dengan mencicilnya, jika pelanggan membeli pulsa kurang dari nominal tagihan

yang harus dibayar, maka pulsa akan dipotong sejumlah sisa pulsa yang dimiliki dan sisa tagihan Paket Darurat akan dibayar setelah pengisian selanjutnya.

(<https://www.telkomsel.com/paket/paket-darurat>)

3.5 Fiktur Layanan Telkomsel

Dalam menjalankan aktivitas usahanya Telkomsel memiliki beberapa fitur untuk menunjang kepuasan konsumennya, Telkomsel memiliki beberapa fitur yang terhubung langsung kepada pihak Telkomsel baik secara daring maupun tatap muka langsung. Fitur-fitur tersebut adalah sebagai berikut:

1. GraPARI

Gerei off line yang dimiliki Telkomsel yang berfungsi sebagai tempat penjualan produk layanan Telkomsel, layanan pengaduan, dan layanan informasi bagi konsumen.

2. MyTelkomsel

Aplikasi yang dimiliki Telkomsel yang berfungsi sebagai penunjang kebutuhan konsumen Telkomsel secara *daring*. MyTelkomsel memiliki beberapa kegunaan yaitu:

- a. Melihat penggunaan data, pulsa, dan paket yang dimiliki pelanggan.
- b. Isi ulang pulsa dan pembelian Paket Layanan Telkomsel.
- c. Mencari gerai GraPARI terdekat dari pelanggan.
- d. Mengetahui jumlah media tempat penukaran Telkomsel poin.

3. Telkomsel juga memiliki fitur layanan customer service melalui telepon yaitu 188.

4. Telkomsel juga memiliki fitur layanan melalui SMS kode dial yaitu *363#, yang berfungsi sebagai tempat pembelian pulsa, Kuota, dan paket. Selain sebagai gerai penjualan fitur ini juga berfungsi untuk menonaktifkan layanan yang digunakan oleh pelanggan.

3.6 Visi dan Misi Telkomsel

Keberadaan sebuah perusahaan pastilah memiliki angan-angan dan tujuan yang ingin dicapai yang mana hal tersebut memerlukan adanya visi dan misi yang berguna sebagai pengarah bagi jalannya perusahaan, acuan untuk adanya kemajuan dan perkembangan, sebagai salah satu bentuk pertahanan agar mampu bertahan dalam persaingan yang ada, dan sebagai usaha yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi agar terawat dengan baik. Berikut merupakan visi dan misi yang dimiliki oleh Telkomsel:

Visi:

1. Menjadi penyedia layanan dan solusi mobile digital lifestyle kelas dunia yang terpercaya.
1. Telkomsel ingin menyediakan kualitas dan kepuasan di berbagai *segmen* pelanggan dan menyediakan berbagai gaya hidup pelanggan.

Misi:

1. *Deliver mobile lifestyle services and solution in excelent way the exceed customer expectation create value for all stakeholders and the economic development of nation* (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).
2. Memberikan layanan dan solusi *mobile* digital yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa (Eprints2, Undip).