

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, semua bidang kehidupan juga ikut berkembang termasuk dengan berkembangnya teknologi informasi. Di saat sekarang ini manusia membutuhkan teknologi informasi yang cepat dan akurat tanpa batas jarak dan waktu. Semakin berkembangnya teknologi, manusia membutuhkan sebuah alat bantu yang dapat mempermudah pekerjaan mereka dalam menyelesaikan sebuah permasalahan. Alat bantu tersebut berupa komputer. Dengan munculnya teknologi yang berbasis komputer dapat mempermudah sekelompok orang ataupun organisasi dalam melakukan aktivitas berupa mengakses informasi kapan saja dan dimana saja.

Pengelolaan sistem informasi secara efektif disuatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting karena dapat memperoleh keunggulan kompetitif di perusahaan tersebut. Menurut Andani, dkk (2020:2) Teknologi (*technology*) merupakan suatu alat yang digunakan manusia untuk memecahkan sebuah permasalahan yang dapat meningkatkan pengetahuan dalam tata cara penggunaan sebuah perangkat, baik perangkat lunak maupun perangkat keras sehingga dapat bekerja dengan baik dan efisien. Penggunaan teknologi informasi juga dapat memudahkan dalam berkomunikasi dan juga meringankan pekerjaan suatu perusahaan. Di sebuah perusahaan teknologi informasi dapat memberikan dampak positif diantaranya dapat membuka peluang bisnis, dapat membuka lapangan pekerjaan yang baru, meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam

berbagai bidang, mempermudah dalam berkomunikasi dan mencari informasi, serta meningkatkan pembaharuan teknologi (Sutarman, 2020:3). Memanfaatkan teknologi informasi yang cepat dan akurat sangat diperlukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk dapat bersaing dalam ruang lingkup global.

Dengan meningkatnya persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta terus berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik dari pesaing (Sulistiyawati dan Suminar, 2015:2318). Kotler dalam Panjaitan dan Yulianti (2016:266), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja yang dilakukan oleh perusahaan dimana mereka berusaha melakukan perbaikan dari kualitas produk serta *service* yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut secara terus menerus. Pelanggan merupakan pihak yang meningkatkan nilai. Para pemasar harus menentukan nilai bagi pelanggan dan juga layanan yang ditawarkan oleh pemasar lain untuk mengetahui bagaimana posisi penawaran mereka sendiri. Kepuasan dari pelanggan merupakan fungsi dari kinerja produk dan harapan dari pembeli. Seorang menejer pemasaran mempunyai tanggung jawab terhadap kualitas, yaitu dengan merancang suatu kebijakan untuk membantu perusahaan agar unggul dalam persaingan melalui kualitas pemasaran dan kualitas produksi. Selain itu, konsep *management marketing modern* juga diperkenalkan dimana *marketing modern* meliputi analisis *marketing opportunities*, mengorganisasikan aktivitas *marketing*, kegiatan perencanaan *marketing*, dan kontrol (Kotler, 2011).

Ketika teknologi informasi mulai bermunculan, konsep *marketing* baru juga mulai muncul dimana *experiential marketing* mulai diaplikasikan oleh perusahaan – perusahaan dengan tujuan untuk memanfaatkan informasi dari konsumen serta memperbaiki produk dan layanan yang mereka miliki. Dengan adanya teknologi informasi, internet dan multimedia membuat *experiential marketing* lebih dapat berkembang.

PT. Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi dan jaringan telekomunikasi. Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan. PT. Telkom Indonesia memiliki beberapa produk yang diberikan kepada pelanggan diantaranya Sambungan Telepon Kabel Tidak Bergerak, Sambungan Telepon Nirkabel Tidak Bergerak dan Jasa layanan Internet yang merupakan produk lama dari Telkom Indonesia. Telkom Indonesia juga memiliki produk baru yaitu *Indihome* yang dibuat berdasarkan informasi yang didapat dari pelanggan yang menginginkan jaringan dengan koneksi internet yang cepat dan stabil. *Indihome* merupakan layanan *Triple Play* dari Telkom yang terdiri dari *Internet on Fiber*, telepon rumah, dan IPTV (*Internet Protocol TV*). *Indihome* diperkenalkan pada tahun 2015.

*Indihome* merupakan produk *bundling* dimana harga yang ditawarkan kepada pelanggan berupa harga paket yang sesuai dengan kebutuhan paket yang digunakan pelanggan. Harga yang ditawarkan produk *bundling* lebih murah dari pada membeli

produk secara terpisah. Harga yang murah menjadi daya tarik pelanggan untuk menggunakan produk *indihome* dan dapat menimbulkan rasa kepuasan dari pelanggan itu sendiri. Demi menjaga kualitas pemasaran dan kualitas produk, PT. Telkom Indonesia membentuk sebuah aplikasi yang diberi nama *MyIndiHome* dimana aplikasi tersebut dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan Telkom itu sendiri.

PT. Telkom Witel (Wilayah Telekomunikasi) Sumatra Barat merupakan kantor pusat Sumatra Barat yang berada di kota Padang. Semenjak dikeluarkannya produk *Indihome*, terutama di kota Padang, banyak masyarakat menggunakan layanan tersebut untuk mendapat jaringan yang cepat dan lancar. Dengan telah dibentuknya sebuah aplikasi *MyIndiHome* pelanggan dapat dengan mudah mencari informasi tentang harga ataupun informasi fitur lainnya dari layanan *Indihome* tersebut. Dalam meningkatkan kepuasan terhadap pengguna layanan *indihome* terdapat teknik atau yang harus diperhatikan seperti terdapatnya sistem keluhan dan saran, *mystery shopping*, *lost customer analysis* serta survei kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud melakukan suatu penelitian pada PT. Telkom Witel Sumbar sebagai bahasan penelitian dengan judul **“Peranan Aplikasi *MyIndiHome* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Witel Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana peranan aplikasi *MyIndiHome* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Witel Padang”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan aplikasi *MyIndiHome* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Witel Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan diatas maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan peneliti tentang apa peran dari aplikasi *myIndiome* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Witel Padang.

#### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat mengetahui tentang apa peran dari aplikasi *MyIndiHome*.

### 1.5 Metode Magang

Pada magang ini, penulis mengumpulkan data dengan metode observasi, yaitu dengan mengamati langsung proses magang di PT. Telkom Witel Padang. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data atau informasi dengan cara melihat langsung ke lapangan. Pada metode ini dilakukan dengan pengamatan yang meliputi

melihat, merekam, dan mencatat kejadian, serta melakukan interaksi langsung dengan pihak instansi yang bersangkutan.

## **1.6 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Telkom Witel Padang yang beralamatkan JL. KH Dahlan No.17 (0751) 5000 Padang, Sumatra Barat, Selama 40 hari kerja.

## **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

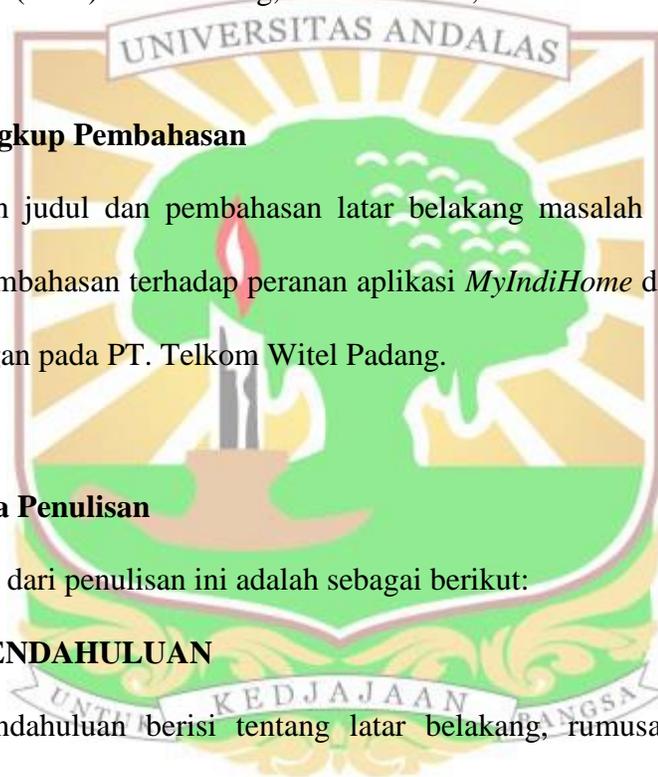
Berdasarkan judul dan pembahasan latar belakang masalah maka penulis akan memfokuskan pembahasan terhadap peranan aplikasi *MyIndiHome* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Witel Padang.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, tempatwaktu magang, dan sistematika penulisan.



## **BAB II      LANDASAN TEORI**

Landasan teori terdapat beberapa pokok konsep dan teori pada penelitian. Pada bab ini setiap variable dijelaskan dari sudut pandang konseptual. Bagian landasan teori mengacu pada text/buku ajar/jurnal ilmiah.

## **BAB III     GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada awal bab ini penulis membahas mengenai gambaran dari PT. Telkom Witel padang mulai dari sejarah, organisasi, serta visi dan misi yang ada di perusahaan tersebut.

## **BAB IV     PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang hasil yang didapat dari metode yang telah digunakan, yang mana pada bab ini penulis akan menyajikan bagaimana kepuasan dari pelanggan mengenai peran dari aplikasi *MyIndiHome*.

## **BAB V      PENUTUP**

Penutup berisi tentang saran dari laporan magang. Pada bagian ini harus memberikan saran yang baik bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.

