

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

#### 1.1.1 Profil Perusahaan PT Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia adalah salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang informasi dan komunikasi. PT Telkom berdiri tanggal 23 Oktober 1856, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran Telkom.

PT Telkom Indonesia mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi yang terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta. Telkom juga menyediakan jasa telepon tetap kabel (*fixed wireline*), jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*mobile service*), data/internet serta jasa multimedia lainnya. Indihome merupakan salah satu layanan *Triple Play* dari Telkom yang Terdiri dari Telepon Rumah, Internet on Fiber atau *High Speed Internet* dan *Use TV cable* (IP TV) beserta beberapa fitur tambahan seperti Indihome *View*, *Melon* dan *Trend Micro Internet Security*. Telkom juga memperoleh berbagai penghargaan sebagai telekomunikasi terbaik, brand terbaik dan berbagai penghargaan lain baik dari tingkat nasional maupun internasional. PT Telkom Indihome ini terdapat banyak bagian-bagian disetiap bidang kerjanya, salah satu diantaranya yaitu bagian layanan *Costumer Care* yang bertugas untuk membantu konsumen yang ingin menggunakan jasa seperti pembukaan berlangganan, memilih paket berlangganan, keluhan dan lain-lain. Bagian *Costumer Care* ini berperan penting dalam pengelolaan dan pengembangan PT Telekomunikasi khususnya dilayanan Indihome karena sangat mendukung proses bisnis.

#### 1.1.2 Visi dan Misi PT Telkom Indonesia

Visi PT Telkom Indonesia

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Service "TIMES"* di kawasan regional.

Misi PT Telkom Indonesia

- a. Menyediakan layanan *TIMES* yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif,
- b. Menjadi Model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia

### 1.1.3 Kegiatan Umum PT Telkom Indonesia Layanan Indihome

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa indihome merupakan salah satu layanan *Triple Play* dari Telkom yang Terdiri dari Telepon Rumah, *Internet on Fiber* atau *High Speed internet* dan *Use TV cable* ( IP TV ) beserta beberapa fitur tambahan seperti *Indihome View*, *Melon* dan *Trend Micro Internet Security*. semua fitur tersebut berada di dalam satu paket *Triple Play*, layanan internet super cepat menggunakan fiber optik dari Telkom Indonesia yang memiliki keunggulan

#### a. INTERNET CEPAT

Fiber optik mampu mentransfer data ( *bandwidth* ) hingga ratusan Mbps ( Jauh lebih cepat dari pada kabel *coax* atau *copper* ).

#### b. INTERNET STABIL

Kecepatan fiber optik jauh lebih stabil dibandingkan coax atau copper pada saat dilakukan sharing ( akses internet secara bersamaan ).

#### c. INTERNET HANDAL

Fiber optik lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan elektromagnet dibandingkan kabel *coax* atau *copper*. Sehingga komputer anda menjadi lebih aman.

#### d. INTERNET CANGGIH

Fiber optik merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan *fixed broadband*.

COAX ATAU COPPER	
Bandwidth	✓ Up to 5 Mbps
Kestabilan	X Cukup stabil
Perawatan	X Perlu perawatan berkala
Ketahanan	X Terganggu gelombang elektromagnetik
Keamanan	X Tidak aman dari serangan Petir

FIBER OPTIK	
Bandwidth	✓ Up to 100 Mbps
Kestabilan	✓ Sangat stabil
Perawatan	✓ Tidak Perlu perawatan berkala
Ketahanan	✓ Tidak terganggu gelombang elektromagnetik
Keamanan	✓ Aman dari serangan petir

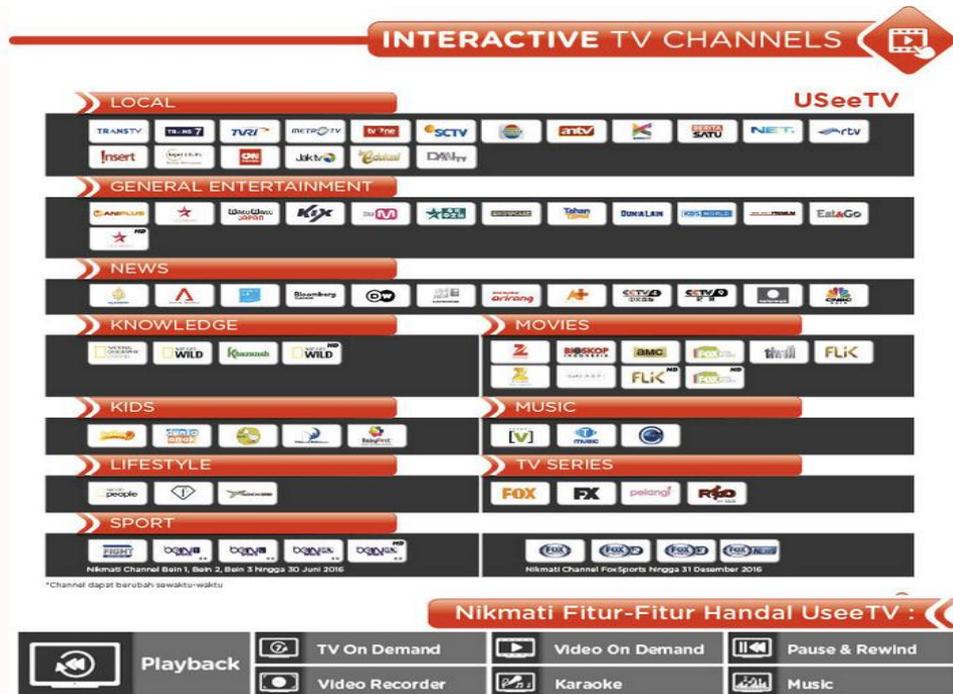
**Gambar 1.1**

### Perbedaan Coax Atau Copper Dengan Fiber Optik

*Sumber:* [www.Indihome.co.id](http://www.Indihome.co.id)

Selain Layanan internet Super cepat, Indihome juga memiliki layanan "*Interactive TV*" Pelangalaman nonton lebih seru di *Use TV*. selain bisa memutar ulang

(Playback) semua program TV hingga 7 hari lalu, sekarang bisa bebas memilih paket TV *favorite*. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, *UseTV Cable* juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya, seperti *Pause & Rewind TV, Video on Demand, Video Recorder* dan

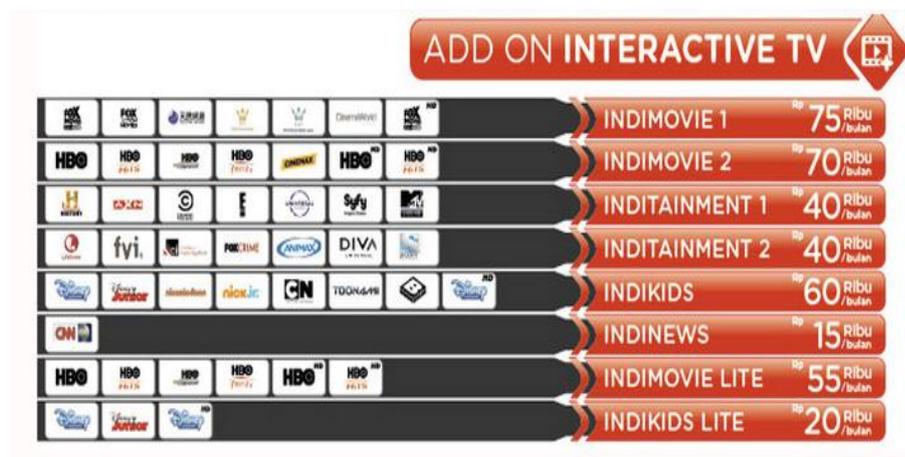


lainnya. Lebih asyiknya lagi, anda bebas memilih *channel premium* pilihan.

**GAMBAR 1.2**

**Interactive TV Channels Use TV**

Sumber: [www.Indihome.co.id](http://www.Indihome.co.id)



**GAMBAR 1.1.3**

**Add On Interactive Use TV**

Sumber: [www.Indihome.co.id](http://www.Indihome.co.id)

Terakhir layanan yang dimiliki Indihome yang bagian dari *Triple Play* yaitu "*PHONE*" untuk menyempurnakan kebutuhan komunikasi yang diberikan Telkom Indihome kepada konsumen. Indihome memberikan Gratis nelson lokal dan interlokal 1000 menit, Gratis abonemen telepon serta pilihan fitur bebas nelson ke semua nomor telkomsel sepuasnya dan nelson ke 10 negara pilihan. berikut konten paket telepon yang diberikan Indihome ke konsumen yaitu :

a. INDIHOME TELKOM MANIA

Dengan Indihome telepon mania konsume tidak perlu khawatir lagi. Karena bagi pelanggan baru ataupun pelanggan lama IndiHome Fiber, konsumen bisa menikmati nelson sepuasnya ke semua nomer Telkomsel hanya dengan Rp88.000. Dengan keuntungan jangkauan yang luas dan paketnya yang ekonomis, pasti layanan ini akan sangat berguna bagi konsumen

b. INDIHoME TELKOMSEL MANIA

Dengan adanya IndiHome Telkomsel Mania, Konsumen tidak perlu khawatir lagi. Karena bagi pelanggan baru ataupun pelanggan lama IndiHome Fiber, Konsumen bisa menikmati nelson sepuasnya ke semua nomer Telkomsel, hanya dengan Rp 68.000. Dengan keuntungan jangkauan yang luas dan paketnya yang ekonomis, pasti layanan ini akan sangat berguna bagi Konsumen!

c. INDIHOME *GLOBAL CALL*

Kini, telpon ke luar negeri murah, Karena IndiHome Fiber menyediakan fitur tambahan bernama IndiHome *Global Call* yang praktis, ekonomis, mudah dan memiliki jangkauan yang luas. Sangat cocok untuk konsumen yang aktif menelpon ke luar negeri. Cara menggunakan Indihome *Global Call* : Tekan: 01017 + kode negara + kode kota + no telepon tujuan Contoh : Bila Anda ingin telpon ke Singapura dengan kode negaranya +65, kode kotanya 62 dan teleponenya 62788189, maka tekan **010176562788189**. Berikut Paket Indihome *Global Call*

Grup	Negara	Harga	Waktu
PAKET GLOBAL CALL 1	USA, Canada, China, Hong Kong, South Korea	Rp 50 <sup>000,-</sup> /bulan	100 Menit
PAKET GLOBAL CALL 2	Brunel Darusalam, India, Singapore, Thailand	Rp 50 <sup>000,-</sup> /bulan	100 Menit
PAKET KHUSUS	Malaysia	Rp 50 <sup>000,-</sup> /bulan	200 Menit
PAKET GLOBAL CALL 1 + 2	Bundling 2 Paket: (Global 1+2)	Rp 98 <sup>000,-</sup> /bulan	ssi Grup
PAKET GLOBAL CALL 1 ATAU 2 + MALAYSIA	Bundling 2 Paket: (Global 1+Khusus) atau (Global 2+Khusus)	Rp 98 <sup>000,-</sup> /bulan	ssi Grup
PAKET GLOBAL CALL 1 + 2 + MALAYSIA	Bundling 3 Paket (Global 1+Global 2+Khusus)	Rp 138 <sup>000,-</sup> /bulan	ssi Grup

**Gambar 1.4**  
**Paket Telepon Layanan Indihome**

*Sumber: www.Indihome.co.id*

## 1.2 Latar Belakang Masalah

**Internet di Indonesia** adalah media komunikasi yang relatif baru di Indonesia, negara kepulauan yang membentang hingga lebih dari 17.001 pulau. Beberapa layanan Internet yang tersedia di Indonesia, mulai dari ADSL ke *mobile Internet*. Saluran telepon layanan berbasis Internet merupakan salah satu layanan Internet pertama di Indonesia dengan PT Telkom sebagai pemain utama yang mengendalikan jaringan saluran telepon tetap.

Kemajuan teknologi informasi membawa banyak keuntungan, khususnya untuk masyarakat secara luas dimana kini teknologi dapat dinikmati oleh hampir seluruh elemen masyarakat tanpa adanya batasan dan juga kesulitan.

Jauh berbeda dengan dulu dimana teknologi hanya bisa dinikmati oleh mereka yang memiliki “dompet tebal”. Bayangkan di tahun 2000-2010 dulu mungkin pengguna internet di Indonesia masih bisa dihitung jari, apa lagi dengan harga nya yang cukup mahal dibandingkan dengan sekarang. Tentu ini membawa sebuah perbedaan dengan kondisi kita hari ini.

Smartphone yang dulu kita kenal bisa beharga 10-20 Jt rupiah kini bisa dinikmati hanya dengan 500 Rb rupiah. Perubahan ini tentunya membawa keuntungan bagi masyarakat. Namun tak sampai di situ kini perkembangan

teknologi informasi khususnya pada sektor dunia maya Internet, tentunya berimbas dan membawa keburuntungan bagi banyak pebisnis, khususnya Startup.



**Gambar 1.5**

### **Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia**

*Sumber: BCG REPORT: The Internet's New Billion*

kian tahun pengguna Internet di Indonesia semakin meningkat, hal ini didukung oleh komitmen pemerintah dan juga pihak swasta dalam membumikan Internet di Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari statistik diatas dimana peningkatan pengguna Internet di Indonesia terjadi begitu drastis selama 6 tahun ke belakang yaitu meningkat 70 Jt pengguna dalam kurun waktu 6 tahun. Dimana sebelumnya pada kurun waktu 2006 ke 2009 hanya meningkat sekitar 13 Jt pengguna dari 20 Jt di tahun 2006 menuju 33 Jt di tahun 2009.

Sejak diluncurkan Januari 2015 lalu, paket baru layanan IndiHome Fiber *Triple Play* dari Telkom terus mendapatkan respon yang positif dari pelanggan. Paket baru ini memang sangat menarik dan kompetitif karena memberikan layanan *triple play* yang terdiri dari internet kecepatan tinggi sampai dengan 100 Mbps, TV interaktif dengan label *UseeTV* yang memiliki banyak *channel favorit* dan telepon rumah yang memberikan gratis nelpon lokal atau interlokal selama 1.000 menit/bulan.

Semuanya tersedia dalam satu paket dengan harga yang kompetitif. Layanan IndiHome tersebut mengandalkan jaringan infrastruktur fiber optik, sehingga sering disebut dengan IndiHome Fiber. 18 Desember 2015, jumlah pelanggan IndiHome telah mencapai 1 juta pelanggan. Pencapaian satu juta Indihome ini tidak lepas dari dukungan seluruh *stakeholder*, khususnya pelanggan yang terus memberikan kepercayaan kepada Telkom dalam menyediakan layanan ICT terbaik.

Permintaan masyarakat terhadap layanan IndiHome terus meningkat, sehingga sebagian pelanggan masih harus menunggu untuk mendapatkan layanan tersebut. Telah terdapat sekitar 60.000 orang yang telah melakukan voting di <http://vote.indihome.co.id> selama tahun 2015, agar wilayahnya bisa dilayani dengan IndiHome Fiber. Sebagian dari peminat layanan IndiHome tersebut sudah berhasil dilayani, tetapi sebagian lagi masih harus menunggu. Untuk pelanggan yang telah melakukan registrasi, saat ini masih terdapat sekitar 20.000 pelanggan yang masih menunggu proses perluasan jaringan. Luasnya wilayah Indonesia memang menjadi tantangan tersendiri dalam pemerataan akses internet broadband. Perkembangan perumahan di Indonesia luar biasa pesat, sehingga Telkom telah menyiapkan percepatan pembangunan jaringan fiber optik. Oleh karena itu, Telkom terus meningkatkan cakupan layanan jaringan fiber optik ke seluruh wilayah Indonesia. Telkom saat ini telah menggelar jaringan infrastruktur fiber optik dari Sumatera sampai Papua, meliputi 60 kota besar dan 100 kota kecil. Pembangunan jaringan infrastruktur ini terus berlanjut, sebagai bagian dari Indonesia Digital Network yang menjadi salah satu program utama Telkom dalam mempersempit kesenjangan informasi dan akses terhadap akses *broadband* (*digital divide*) di Indonesia. Program ini sejalan dengan tekad pemerintah yang fokus dalam pembangunan infrastruktur untuk mempercepat pembangunan ekonomi Indonesia. Infrastruktur *broadband* saat ini telah menjadi infrastruktur penting bagi perkembangan ekonomi suatu negara.

Telkom adalah satu-satunya operator telekomunikasi di Indonesia yang menunjukkan komitmen kuat untuk pemerataan akses *broadband* di seluruh Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, tidak hanya fokus di kota-kota besar, tetapi juga di berbagai kota kecil maupun daerah luar. Telkom terus berupaya untuk memperluas layanan IndiHome sehingga bisa melayani seluas-luasnya masyarakat Indonesia. Selain meningkatkan cakupan layanan, IndiHome juga

terus ditingkatkan dari aspek kualitas produk dan layanannya. Berbagai layanan tambahan (*add-on*) terus dikembangkan, agar pelanggan bisa memilih layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Pada komponen layanan internet kecepatan tinggi, pelanggan juga bisa menikmati akses internet di seluruh jaringan *wifi.id* dengan hanya menambah biaya berlangganan Rp 10.000,- per bulan, khusus bagi pelanggan IndiHome.

Pada komponen layanan telepon, pelanggan IndiHome juga bisa mendapatkan layanan Telepon Mania (TM). TM adalah paket panggilan ke seluruh nomor Telkomsel, dengan harga khusus. Pelanggan IndiHome bisa mendapatkan paket panggilan unlimited ke seluruh nomor Telkomsel, hanya dengan Rp 88.000,- per bulan (<http://www.indihome.co.id/indi-home-telepon-mania>). Harga khusus ke operator lain juga telah diluncurkan sehingga pelanggan IndiHome semakin bisa menghemat biaya panggilan ke berbagai nomor seluler. Bagi pelanggan yang memerlukan panggilan internasional, juga disediakan paket IndiHome *Global Call* dengan tarif yang hemat, Inovasi layanan tersebut akan dilakukan secara berkelanjutan, karena Telkom memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sangat dinamis. Selain itu Telkom juga bertekad menjadi *King of Digital* di Indonesia dan pasar regional. Oleh karena itu Telkom terus membangun interaksi dengan pelanggan melalui berbagai media, termasuk melalui media sosial dan *Customer care*. Berbagai masukan dari pelanggan tersebut menjadi salah satu sumber penting dalam pengembangan dan peningkatan kualitas produk dan layanan IndiHome.

Jasa adalah suatu bentuk sewa menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen. Hal yang dihargai oleh konsumen dan mereka membayar untuk mendapatkannya adalah berbagai pengalaman yang diinginkan (*desire experience*) dan solusi. (Lovelock, et al., 2011:15) Maka dari itu persaingan dalam bisnis Jasa berbasis layanan internet tentu sangat ketat seperti Biznet yang merupakan operator telekomunikasi *fixed-line* dan operator multimedia di Indonesia yang memberikan layanan jaringan (*network*), layanan internet, pusat data, serta layanan hosting dan *cloud computing*. Biznet memiliki dan mengoperasikan jaringan serat optik mutakhir dengan pusat data terbesar di Indonesia, dan juga telah menyediakan layanan premium dengan performa jaringan yang cepat dan handal, yang saat ini Biznet memiliki 70 ribu pelanggan dengan menargetkan 750 ribu pelanggan. lalu Firstmedia yang juga menyediakan

jasa layanan internet kuota lebar, televisi kabel, dan komunikasi data, yang secara keseluruhan diperkenalkan sebagai "*TriplePlay*". Jaringannya meliputi Jabodetabek, Surabaya, dan Bandung.

First Media juga memiliki sekitar 180.000 pelanggan internet dan sekitar 130.000 pelanggan televisi. Jaringan serat optik First Media memiliki panjang 2.597 kilometer yang tersebar di Jabodetabek, Surabaya, dan Bandung. dll, semua operator yang bergerak dibidang jasa layanan internet berlomba-lomba memberikan layanan yang bermanfaat bagi konsumennya. tidak hanya berfokus pada persaingan variasi produk dan harga, namun meningkatkan kualitas jasa untuk dapat menarik pelanggan agar nantinya timbul suatu kepuasan.

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler2010:177). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang dan menjadi loyal yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Menurut Tjiptono (2011;110) Loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Griffin (dalam Diah Dharmayanti, 2012 :38) memberikan pengertian loyalitas : *When a customer is loyal, he or she exhibits purchase behavior defined as non-random purchase expressed over time by some decision-making unit.*

Dari uraian teori diatas dapat disimpulkan bahwa keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain :

- a. Meminimalkan biaya pemasaran karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal.
- b. Meminimalkan biaya transaksi seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan
- c. Meminimalkan biaya *turn over* pelanggan karena pergantian pelanggan yang

lebih sedikit.

- d. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- e. *Word of mouth* yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.

Meminimalkan biaya kegagalan seperti biaya pergantian dan sebagainya. Meningkatkan Loyalitas Menurut Griffin (dalam Diah Dharmayanti, 2006 :38), dalam buku *customer loyalty* ada empat cara agar pelanggan tidak meninggalkan perusahaan yaitu :

- a. Mempermudah pelanggan untuk member umpan balik kepada perusahaan. salah satu kegiatan yang paling menguntungkan bagi perusahaan adalah mencari keluhan pelanggan, memudahkan pelanggan untuk memberikan umpan balik dengan cara bertanya kepada pelanggan secara teratur mengenai pembelian terakhir mereka seperti: apakah pembelian itu memenuhi kebutuhan mereka, apakah itu yang mereka harapkan serta bagaimana cara meningkatkannya.
- b. Bila pelanggan membutuhkan bantuan, berikanlah dengan segera. Setelah perusahaan memperoleh umpan balik dari pelanggan menghubungi untuk menyampaikan keluhan, perusahaan harus membeli respon dengan segera, sebaiknya dengan menegaskan maksud perusahaan untuk menyelesaikan masalah secepat mungkin.
- c. Mengurangi kejengkelan atas reparasi, pembayaran kembali dan pemberian jaminan reparasi, pembayaran kembali dan pemberian jaminan sering menjadi sumber kekecewaan para pelanggan.
- d. Mempelajari cara menghibur pelanggan yang marah. Dengan system umpan balik dan keluhan pelanggan yang meningkat mutunya, terjadi interaksi dengan pelanggan. Bila perusahaan berhadapan dengan pelanggan yang marah, perlakukan pelanggan tersebut dengan penuh perhatian.

Menurut Hasan (2010; p.95) terdapat tiga faktor penting untuk mengembangkan suatu loyalitas:

- a. Ketertarikan terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan terhadap produk atau jasa pesaing potensial. Ketertarikan yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa dibentuk oleh dua dimensi.
- b. Tingkat preferensi yaitu seberapa besar keyakinan pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu.

- c. Tingkat diferensiasi produk atau jasa tertentu yang dipersepsikan yaitu seberapa signifikan pelanggan membedakan produk tertentu dari alternatif lain.

Perusahaan menempatkan fokus pelayanan pelanggan sebagai suatu cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, Karena pelanggan merupakan pondasi bisnis yang membuat bisnis tetap ada. Suatu perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi dan *provider* internet menyadari bahwa mereka tidak dapat bersaing hanya dengan produk tetapi juga harus mengembangkan strategi pelayanan kepada pelanggan yaitu dengan cara melakukan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Pelanggan saat ini sangat pintar dalam menilai kualitas pelayanan dari sebuah produk atau jasa. Mereka menginginkan manfaat yang mereka dapatkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Pelanggan sering kali tidak loyal oleh karena salah satu sebab, misalnya karena kualitas pelayanan yang buruk atau karena kualitas yang semakin menurun dari yang diharapkan oleh pelanggan.

Sebagai perusahaan yang ingin terus berkembang, PT Telkom Indihome terus berusaha dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya melalui perbaikan pelayanan yang terus menerus. Namun pihak PT Telkom Indonesia produk Indihome menyadari bahwa belum mampu untuk memberikan pelayanan yang optimal. Adanya keluhan dari pelanggan menyebutkan masih terdapat kekurangan dalam hal pelayanan, keluhan pelanggan tersebut adalah *customer service representative* Telkom Indihome yang tidak cepat dan tepat dalam menangani masalah pelanggan, karena dibidang *customer service representative* Indihome sendiri melayani beberapa bidang ada dibidang Pengaduan, Pengecekan, dan Pendaftaran. Di bidang pengaduan pelanggan yang menghubungi *customer care* terkait permasalahan teknis misalnya :

- a. Koneksi Ineternet yang terputus atau kecepatan internet yang lambat
- b. *Chanel Usee Tv* tidak aktif atau *recording* modem yang rusak tidak bisa on
- c. Telepon Rumah yang tidak bisa melakukan panggilan keluar atau menerima panggilan.

dari berbagai macam pengaduan yang dialami pelanggan, akan segera langsung di proses *customer service representative* dibidang pengaduan dengan cara prosedur yang langsung bisa dilakukan tanpa perlu kunjungan teknisi ketempat pelanggan atau jika tidak bisa pengajuan ke bagian teknisi untuk melakukan perkunjungan

teknisi langsung ke rumah pelanggan.

Dibidang Pengecekan *customer service representative*, berfungsi untuk ketika pelanggan yang menghubungi atau bertanya terkait hal pengecekan *billing*, rincian biaya yang harus dibayarkan, paket yang sedang berlangganan sekaligus biaya, sampai pengecekan promo yang pelanggan tanyakan.

Lalu yang terakhir dibidang Berlangganan *customer service representative* Indihome, yang berfungsi ketika konsumen yang belum berlangganan indihome dan ingin berlangganan bisa langsung didaftarkan untuk tinjauan area yang terjangkau jika area belum terjangkau fiber optik Indihome maka masuk nya *request* lokasi, yang biasa nya untuk hal seperti ini dapat memakan waktu yang lama terkait infrastruktur fiber optik Indihome sendiri yang belum terpasang di daerah tersebut. jika di daerah tersebut sudah terpasang fiber optik indihome pesanan berlangganan tersebut akan segera langsung di proses menunggu kunjungn teknisi, selain untuk berlangganan indihome, dibidang *customer service representative* berlangganan ini juga melayani permintaan konsumen yang sudah berlangganan terkait ingin berlangganan paket *on demand chanel use tv* atau paket *triple play* yang lainnya.

Dari berbagai macam bidang tersebut, keluhan *customer* dapat dilayani langsung sesuai bidang yang dipermasalahkan, sehingga diharapkan pihak Telkom kecepatannya *customer service representative* Telkom Indihome dalam menangani masalah yang terjadi pada pelanggan dapat segera tersolusikan sehingga membuat pelanggan puas.

Demikian juga pelanggan yang puas akan menceritakan kepada orang-orang terdekatnya tentang layanan yang diberikan Telkom Indihome dan merekomendasikannya untuk berlangganan Indihome, selanjutnya pelanggan yang puas akan merasa nyaman dan terlayani sehingga loyalitas pelanggan akan tercipta karena merasa terpuaskan, sehingga membantu perusahaan untuk memperoleh pangsa pasar yang terus bertumbuh.

Hasil penelitian ini bisa dijadikan evaluasi pelayanan yang ada pada perusahaan PT Telkom Indonesia Indihome Plasa Telkom Lembong, untuk kedepannya meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan permasalahan diatas menimbulkan keinginan penulis untuk mengangkat judul **“Tinjauan Mengenai Layanan *Customer Service Representative* Pada Produk Indihome Di Plasa Telkom Lembong”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  
Bagaimana pelaksanaan layanan *customer service representative* Indihome di Plasa Telkom Lembong pada pelanggan?

### **1.4 Tujuan Observasi**

Tujuan yang hendak didapat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa tingkat pelayanan *customer service representative* yang diterapkan oleh PT. Telkom Indonesia Indihome Plasa Telkom Lembong
2. Untuk mengetahui harapan pelanggan tentang pelayanan *customer care* PT. Telkom Indonesia Indihome Plasa Telkom Lembong

### **1.5 Manfaat Observasi**

#### **A. Bagi Perusahaan**

Khususnya bagi PT Telkom Indonesia Indihome hasil penelitian ini sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan pelanggan dan mengembangkan usaha.

#### **B. Bagi Institusi**

Untuk meningkatkan dan memperdalam pengetahuan dan wawasan, bahwa pentingnya memperbaiki pelayanan pelanggan untuk dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

#### **C. Bagi Penulis**

Untuk mengimplementasikan ilmu - ilmu yang didapat selama perkuliahan.

### **1.6 Sistematika Penulis Laporan Tugas Akhir**

#### **A. BAB I Pendahuluan**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan m dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan.

## B. BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan harus mencakup teori-teori yang sudah baku dalam buku teks, maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam Jurnal yang terpercaya. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

## C. BAB III Metode Penelitian

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian

## D. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistimatis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistimatika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

## E. BAB V Kesimpulan dan Saran

Dalam Bab 5 disajikan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil observasi yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan merupakan jawaban dari perumusan masalah.