

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting pada era sekarang ini, dengan telepon satelit, komunikasi terasa sangat mudah dilakukan dimana dan kapanpun. Dengan terus majunya perkembangan jaman, maka sekarang telepon satelit mulai berkembang menjadi *smartphone*. *Smartphone* adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Pada jaman teknologi sekarang ini, kebutuhan *smartphone* sudah menjadi layaknya kebutuhan primer, dengan hal tersebut maka peluang bisnis penyedia layanan jaringan juga mulai berkembang. Contoh perusahaan layanan jasa jaringan di Indonesia yaitu Telekomunikasi Selular, Indosat Tbk, Excelcomindo Pratama Tbk dan banyak lagi. Dengan banyaknya kompetitor tentu akan membuat persaingan akan terasa semakin ketat. Maka kepuasan pelanggan merupakan nomor satu bagi perusahaan untuk tetap survive dalam dunia bisnis ini. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler & Keller, 2009). Kepuasan pelanggan tentu akan sangat berhubungan dengan kualitas serta pelayanan yang dapat diberikan pihak jasa bagi konsumen. Pada tahun 2010 total penduduk di Indonesia diperkirakan sebanyak 237.641.326 jiwa (www.sp2010.bps.go.id). Pengguna *smartphone* pada jaman sekarang sudah tidak mengenal umur, anak - anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar saja sudah mulai menggunakan *smartphone*. Dapat dibayangkan dengan jumlah penduduk sebanyak itu tentu menjadi peluang bisnis bagi penyedia layanan untuk meraup keuntungan.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk atau yang kita ketahui Telkom yang merupakan perusahaan telekomunikasi milik negara mampu melihat ini sebagai peluang bisnis yang sangat besar. Pada tahun 1995 Telkom meluncurkan Telkomsel sebagai *provider* pertama di Indonesia, sampai tahun sekarang Telkomsel menjadi sebuah *provider* terbesar di Indonesia. Buktinya pada tahun 2014, Telkomsel merajai pasar dengan jumlah pengguna 137.734.000 pengguna. Dan pada tahun 2018, total pengguna Telkomsel sebanyak 150 juta. Sekarang pengguna Telkomsel diprediksi

sebanyak 178 juta pengguna. Setengah penduduk Indonesia memilih menggunakan layanan Telkomsel untuk memenuhi kebutuhannya.

Sebagai *provider* terbesar di Indonesia tentu Telkomsel harus selalu menjaga performanya agar selalu unggul dari para kompetitornya. Tentu proses bisnis yang dilakukan harus selalu cepat dan tepat agar proses bisnis yang dijalankan tidak mengalami kemunduran. Maka dari itu diperlukan sebuah rancangan *architecture enterprise*, yang akan disebut EA. Untuk membuat sebuah EA diperlukan sebuah kerangka berpikir yang lebih dikenal dengan istilah *EA framework*. Adapun tujuan dari EA ini antara lain: meningkatkan profit, meningkatkan satisfaction, dan growth.

Tentu perusahaan sebesar Telkomsel telah memiliki EA yang mumpuni, tetapi untuk mempertahankan sebagai *provider* terbesar di Indonesia tentu Telkomsel harus selalu melakukan pembaharuan. Rasa kepuasan pelangganlah yang menjadi kunci tetap berjalannya proses bisnis Telkomsel. Dengan rasa kepuasan pelanggan itulah maka tujuan dari EA dapat tercapai. Maka dari itu survei kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan, dengan sudut pandang pelanggan tentu Telkomsel menjadi tahu hal apa saja yang perlu dibenahi.

Sehubung dengan hal tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan survei dan penelitian serta mengkaji lebih dalam bentuk skripsi dengan judul: “Matriks Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Telkomsel di Kalangan Mahasiswa Universitas Telkom Dalam Desain *Enterprise Architecture*”.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan Masalah yang ditetapkan untuk menyelesaikan penelitian ini, adalah:

1. Menilai *enterprise architecture* perusahaan berdasarkan *maturity level* menggunakan *enterprise architecture assessment*.
2. Membuat *roadmap* perusahaan yang sesuai untuk visi, misi dan strategi perusahaan.

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mampu menilai sudah dimana level *enterprise architecture* perusahaan berdasarkan *maturity level enterprise architecture assessment*.
2. Mampu membangun *roadmap* perusahaan untuk dijadikan panduan ataupun perencanaan agar perusahaan dalam melaksanakan strategi bisnis.

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat Penelitian dari penelitian ini berupa:

1. Membantu perkembangan ilmu pengetahuan dalam pembuatan survei agar nantinya dapat dipakai untuk kedepannya.
2. Membantu perusahaan penyedia layanan jaringan yang lain untuk mengetahui segi kepuasan pelanggan untuk nantinya dapat dipakai dan ditelaah sehingga mampu bersaing di dalam bisnis penyedia jaringan.
3. Membuat *roadmap* perusahaan yang nanti menjadi panduan dan perencanaan untuk melaksanakan strategi perusahaan.

I.5 Ruang Lingkup

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dan agar tidak terjadi pembahasan yang meluas atau menyimpang, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan penelitian ini, yaitu survei tentang kepuasan terhadap layanan yang diberikan pihak jasa Telkomsel. Dengan responden yang dituju yaitu mahasiswa/mahasiswi Telkom University sebanyak 50 orang.