

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### A. Profil Perusahaan

PT Telkom Indonesia (Persero ) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom Group menerapkan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada para pelanggan. Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkom group menjadi lebih ramping dan lincah dalam beradaptasi dengan perkembangan dunia industri telekomunikasi yang berkembang secara cepat.

Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dengan seiring dengan perkembangan dunia teknologi, informasi, dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. (www.telkom.co.id. 2022)

Telkom sekarang membagi bisnisnya dalam 3 *digital business* diantaranya, yang pertama *Digital Connectivity* merupakan program bisnis yang dimana Telkom Group menambah jaringan kabel optik wifi kedaerah-daerah yang belum terdapat wifinya. Yang kedua *Digital Platform* yaitu bisnis yang diterapkan Telkom Group sebagai penyedia platform keuangan untuk berbagai macam-macam industri diantaranya transportasi, pendidikan, kesehatan, dan pemerintah. Yang terakhir yaitu *Digital Service* yaitu layanan yang disediakan secara kedalam format yang otomatis dan bisa juga berbentuk aplikasi atau platform, seperti *digital advertising* dan *digital content*.

### B. Visi dan Misi

Visi dan Misi PT Telkom Indonesia sebagai berikut,

Visi

Menjadi digital telekomunikasi pilihan utama untuk memajukan masyarakat

## Misi

1. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh rakyat Indonesia
  2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
  3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan baik.
- C. Logo dan Makna Logo  
Berikut logo PT Telkom Indonesia,



**Gambar 1.1**

### **Logo PT Telkom**

*Sumber : [www.telkom.co.id/](http://www.telkom.co.id/). 2022*

PT Telkom Indonesia mempunyai tujuan yaitu **“Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan”** Telkom Indonesia akan terus memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat Indonesia. Sebagai perusahaan *digital electro* Telkom Indonesia mempunyai keyakinan bahwa logo perusahaan sebagai image perusahaan yang terdiri dari bentuk llingkaran yang menandakan kedinamisan dan simbolisasi dunia, kemudian tangan kanan yang melambangkan ramah, dengan warna merah putih menandakan identitas Indonesia dan pada warna abu-abu

menandakan identitas perusahaan. Logo Telkom Indonesia memiliki tagline “*the world in your hand*” yang artinya “Dunia dalam Genggaman Anda”. Telkom Indonesia memiliki komitmen yaitu membuat segalanya menjadi mudah dan menyenangkan dalam mengakses dunia teknologi.

## **1.2 Latar Belakang**

Pada zaman sekarang semua serba menggunakan teknologi karena teknologi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi para masyarakat seluruh dunia. Teknologi dari tahun ke tahun selalu mengalami perubahan dan *up to date*, teknologi itu sendiri sangat dipergunakan oleh industri-industri diseluruh dunia yang dimana teknologi dapat memudahkan para karyawan perusahaan dalam mengerjakan suatu pekerjaan mereka, seperti contohnya : karyawan bank yang memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran atau tagihan melalui teller.

Internet sudah menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh orang didunia, dari segi mencari informasi, pekerjaan, berkomunikasi dengan orang lain, bermain *game*, menonton film dan kegiatan lain sebagainya.

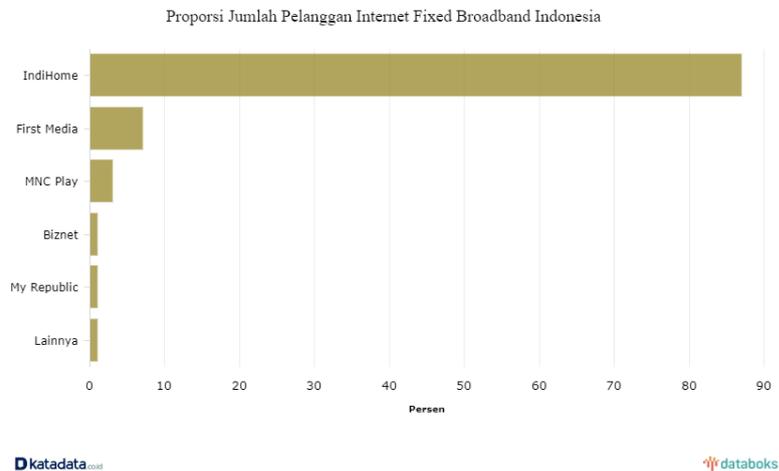
Untuk jumlah penggunaan internet di Indonesia itu termasuk banyak, terutama masyarakat Indonesia sering mengakses *sosial media* seperti, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, dan aplikasi *sosial media* lainnya.

*Wifi* adalah singkatan dari *Wireless Fidelity* maksudnya merupakan sebuah media pengantar komunikasi data antara manusia dengan dunia internet yang tidak memiliki kabel. Dan *wifi* juga memiliki kecepatan transfer data yang sangat cepat yang memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan melalui dunia digital.

Indihome merupakan kepanjangan dari *Indonesia Digital Home* yang merupakan salah satu produk dari layanan dari PT Telkom Indonesia yang berupa paket internet, telepon rumah, dan TV. Indihome artinya fiber digital yang merupakan layanan yang menggunakan fiber optik yang menawarkan layanan pertama adalah internet fiber memiliki empat keunggulan yaitu cepat, stabil andal, dan canggih. Kemudian yang kedua TV interaktif yang memiliki fitur-fitur yang unik yaitu *playback*, *pause*, dan *rewind*, *TV Storage*, *TV on Demand*, *Video on Demand*, dan Karaoke dan yang terakhir adalah telepon rumah.

IndiHome merupakan layanan fiber optik yang terbesar dan tersebar luas di

seluruh wilayah Indonesia. IndiHome memiliki pesaing diantaranya, First Media, MNC Play, Biznet, dan My Republic.



**Gambar 1.2**  
**Proporsi Jumlah Pelanggan Internet Fixed Broadband Indonesia (Juli 2021)**

*Sumber : katadata.co.id. 2022*

Dari gambar diatas bisa dilihat bahwa Indihome merupakan layanan fiber optik terbanyak digunakan. Indihome mendapatkan proporsi pelanggan sebanyak 87% dan juga tercatat bahwa setiap tahunnya pelanggan IndiHome bertambah 1 juta pelanggan pengguna baru. Selanjutnya First Media yang merupakan milik PT Link Net yang berada pada posisi kedua yang memiliki proporsi pelanggan sebanyak 7%, kemudian MNC Play milik PT Media Nusantara Citra (MNC) yang memiliki proporsi pelanggan sebanyak 3%, dan yang terakhir yaitu Biznet milik PT Biznet Gio Nusantara dan My Republic dari PT DSSA Mas Sejahtera, kedua perusahaan yang memiliki proporsi pelanggan sebanyak 1%. Dari data tersebut bahwa pesaing kurangnya keterjangkauan tarif layanan kadaerah-daerah lain dan harganya yang termasuk mahal.

PT Telkom Indonesia mengembangkan kreativitas dan inovasi mereka, dengan membuat sebuah aplikasi yang bernama Myindihome. Aplikasi Myindihome merupakan aplikasi yang dimiliki oleh PT Telkom Indonesia, aplikasi tersebut dirilis pada tanggal 10 Maret 2016. Aplikasi ini dibuat untuk memudahkan

para pelanggan Indihome dalam mengakses *wifi* mereka, seperti pembayaran tagihan, penambahan speed jaringan, pengaktifasian *minipack TV channel*, dan pengaduan masalah mengenai Indihome.



**Gambar 1.3**

### **Fitur Aplikasi Myindihome**

*Sumber : Aplikasi Myindihome, 2022*

Pada gambar 1.3 diatas dapat dijelaskan, ini halaman menu utama dari aplikasi Myindihome di menu utama ada profil pelanggan, beranda, pembelian, bantuan dan lainnya. Bagi para pelanggan baru yang ingin berlangganan Indihome bisa mendaftarkan akunnya di aplikasi ini. Aplikasi ini diluncurkan oleh PT Telkom Indonesia guna untuk memudahkan para pelanggan lama atau calon pelanggan baru berinteraksi dengan perusahaan PT Telkom Indonesia memberikan informasi melalui website resmi Telkom Indonesia, mengenai fitur-fitur pada aplikasi, tujuan aplikasi, dan manfaat aplikasi tersebut baik dari segi cara menggunakan aplikasi ini.

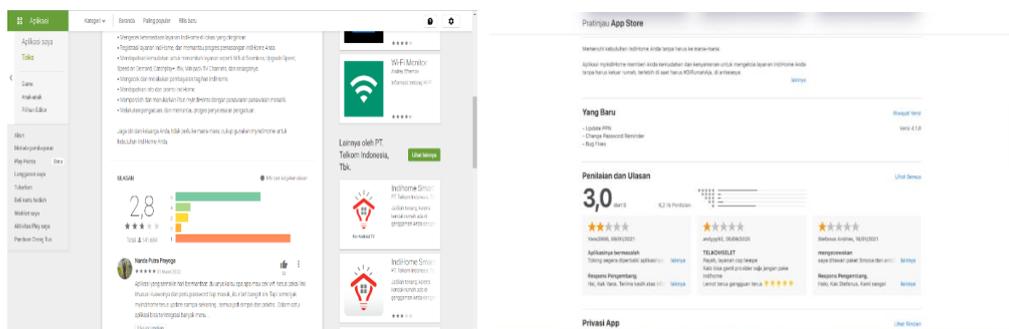


**Gambar 1.4**

### **Keluhan Pelanggan Aplikasi Myindihome**

*Sumber : <https://mediakonsumen.com/>. 2022*

Pada gambar diatas dapat dijelaskan bahwa aplikasi Myindihome ini, ada beberapa ketidaksesuaian yang membuat aplikasi ini tidak bagus dimata konsumen yang berlangganan Indihome, sebab ada keluhan dari pelanggan seperti, aplikasi yang tidak bisa dibuka atau *error* masalah tagihan yang double, sulit mendapatkan informasi dari pihak Indihome, permasalahan dalam melakukan registrasi, dan masalah lainnya. jadi layanan yang diberikan oleh PT Telkom Indonesia sangat tidak memuaskan konsumen, yang membuat konsumen tidak loyal dalam menggunakan aplikasi ini.



**Gambar 1.5**

### **Ulasan Pelangga Pada Aplikasi Myindihome Playstore dan Appstore (1 April 2022)**

*Sumber : <https://play.google.com/> dan <https://apps.apple.com/> . 2022*

Pada gambar 1.5 diatas dapat dijelaskan juga bahwa aplikasi Myindihome di halaman *playstore*, yang dimana *rating* yang didapat sebesar 2,8 dan penilaian mengarah ke bintang satu semua dengan total ulasan 141.000 dan pada halaman *appstore* bisa dilihat dari *rating* yang didapat itu 3.0 dan penilaiannya juga banyak ke bintang satu dengan jumlah ulasannya 6.200. Ulasan-ulasan pelanggan diantaranya, masalah *log in* pada aplikasi, biaya tagihan yang double, layanan *call center* yang tidak merespon, dan kendala lain sebagainya. Jadi setiap konsumen merasa kecewa dengan atas layanan aplikasi Myindihome itu sendiri. Kepuasan konsumen itu merupakan cerminan bagi perusahaan, apakah konsumen senang atau kecewa, karena nanti akan menjadi sebuah masalah untuk kedepannya kalau aplikasi tersebut tidak melakukan pembenahan atau perbaikan, jadi pihak perusahaan harus cepat dalam menanggapi masalah – masalah tersebut.

Konsumen yang merasa puas akan memberikan *rating* yang baik untuk

aplikasi Myindihome dan ada sebagian orang yang senang menggunakan aplikasi Myindihome ini menguntungkan bagi mereka dan memberikan ulasan yang positif untuk perusahaan. Adapun *rating* yang didapat dari *Playstore* dan *Appstore* pengaruhnya sangat besar bagi perusahaan. Jadi penulis dapat membuat penelitian dengan tema **Analisis E-Service Quality Pada Aplikasi Myindihome dengan Metode IPA (Wilayah Karawang)**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Dari penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang penulis dapat menyusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana *e-service quality* aplikasi Myindihome dimata konsumen wilayah Karawang?
2. Menghitung seberapa tinggi tingkat harapan dan kenyataan pada aplikasi Myindhome dimata konsumen wilayah Karawang dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*)?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan diatas dan pertanyaan penelitian maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana *e-service quality* pada aplikasi Myindihome wilayah Karawang.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi harapan dan kenyataan pada aplikasi Myindihome dimata konsumen wilayah Karawang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut,

#### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan wawasan pembaca mengenai kualitas *e-service quality* pada aplikasi Myindihome di wilayah Karwang dan mengukur seberapa loyalnya konsumen dalam menggunakan aplikasi Myindihome.

#### **1.5.2 Aspek Praktisi**

Bagi perusahaan PT Telkom Indonesia dapat memberikan kepuasan dan

loyal terhadap para konsumen yang menggunakan aplikasi Myindihome, dan selain itu peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi informasi pendukung dalam menganalisis *e-service quality* pada aplikasi Myindihome.

### **1.6 Batasan Masalah**

Hendaknya pembahasan yang telah dirumuskan oleh peneliti tidak menyalahi aturan, maka dibutuhkanlah Batasan masalah diantaranya:

1. Peneliti menganalisis E-Service Quality berdasarkan dimensi yang telah dirumuskan
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA).

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika dan ringkasan penjelasan laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai dengan Bab V adalah sebagai berikut.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama membahas penjelasan umum yang ringkas dan jelas mengenai isi penelitian seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua menjelaskan tentang teori-teori yang terkait dari umum sampai khusus, dan disertai dengan penelitian terdahulu dan serta kerangka pemikiran.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan jenis penelitian yang dilakukan, operasional variable, tahapan penelitian, sampel yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data, dan menganalisis data agar menjawab masalah penelitian.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat menjelaskan tentang hasil analisis penelitian dan pembahasannya yang diuraikan secara kronologis dan sistematis.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab kelima menjelaskan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian serta saran yang merupakan implikasi kesimpulan serta alternatif pemecahan masalah baik bagi perusahaan maupun penelitian lebih lanjut.