

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) yang bergerak di bidang infrastruktur telekomunikasi. Mitratel berdiri pada tahun 1995 dengan nama PT Dayamitra Malindo sebagai mitra KSO PT Telkom untuk menyelenggarakan kegiatan telekomunikasi di wilayah Kalimantan. Pada tanggal 28 Agustus 1997 berganti nama menjadi PT Dayamitra Telekomunikasi setelah saham yang dimiliki Telekom Malaysia Berhad dibeli oleh Cable & Wireless Plc. Pada awalnya, saham Mitratel dimiliki oleh beberapa perusahaan swasta nasional dan asing, tetapi sejak 3 Desember 2004 seluruh saham Mitratel dimiliki oleh PT Telkom. Tahun 2007, Mitratel mulai mentransformasikan bisnisnya dengan memasuki bisnis penyediaan infrastruktur telekomunikasi yang salah satu fokusnya adalah penyediaan menara telekomunikasi (*tower provider*) bagi operator telekomunikasi di seluruh Indonesia. Hingga saat ini Mitratel telah bekerja sama dengan berbagai operator telekomunikasi seperti: PT Telekomunikasi Selular, PT XL Axiata Tbk, PT Indosat Tbk, PT Hutchison Tri Indonesia, PT Bakrie Telecom Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk. Dan beberapa perusahaan serta lembaga non telekomunikasi selaku mitra strategis.



Gambar 1.1

Logo Perusahaan

sumber: Laporan Tahunan 2022

Dengan bekal pengalaman yang dimiliki dalam membangun dan mengelola infrastruktur telekomunikasi di Kalimantan, pada tahun 2007 Telkom selaku induk perusahaan memberikan izin kepada Mitratel untuk masuk dalam bisnis pengelolaan menara telekomunikasi yang berskala nasional. Berbekal izin tersebut Mitratel mulai mentransformasikan bisnisnya dengan memasuki bisnis penyediaan infrastruktur telekomunikasi secara lebih menyeluruh dan terintegrasi, meliputi:

- Network Planning
- Jasa Sitac
- Jasa Pengurusan IMB
- Jasa Penyewaan Menara Telekomunikasi (Makro dan Mikro)
- Jasa Penyewaan BTS Hotel dan IBS
- Jasa Penyewaan Genset untuk BTS
- Jasa Pemeliharaan Site

Dalam menjalankan usahanya di bidang telekomunikasi termasuk sarana prasarana jaringan telekomunikasi, Mitratel menyediakan jasa telekomunikasi, yaitu :

- ***Built to Suit***



BUILT
TO SUIT

Gambar 1.2

Built to Suit

sumber: Laporan Tahunan 2022

Built to Suit adalah jasa tower rental dengan pola membangun tower Makro baru sesuai dengan lokasi dan spesifikasi yang dikehendaki oleh pelanggan (*Customer* sebagai *anchor tenant*). *Scope of work* pembangunan tower makro melingkupi survei lokasi, *site acquisition*, perizinan tower, konstruksi dan koneksi power.

- **Colocation dan Reseller**



Gambar 1.3

Colocation dan Reseller

sumber: Laporan Tahunan 2022

- *Colocation*

Colocation yaitu jasa tower rental pada menara telekomunikasi milik Mitratel setelah *tenant* pertama (*anchor tenant B2S*), dengan pola menawarkan tower yang sudah ada kepada pelanggan dengan lokasi/daerah tertentu.

- *Reseller*

Reseller adalah jasa tower rental pada menara telekomunikasi milik pihak ketiga dengan pola menawarkan tower yang telah ada kepada pelanggan.

- **Microcell**



Gambar 1.4

Micro Cell

sumber: Laporan Tahunan 2022

- *In Building System (IBS)*

Produk ini merupakan jasa penyewaan infrastruktur telekomunikasi di dalam gedung perkantoran dan bangunan fasilitas umum, untuk menyediakan layanan seluler/Wifi. Layanan ini biasanya diberikan untuk mempermudah akses para pengguna seluler seperti bandara dan pusat perbelanjaan, termasuk pada area yang sulit terjangkau.

- *Outdoor Solution (BTS Hotel)*

Jasa penyediaan infrastruktur telekomunikasi sebagai solusi kebutuhan *coverage & capacity* berupa outdoor distribusi antenna system, didukung oleh jaringan kabel fiber optic yang menghubungkan lokasi BTS master dengan pole-pole antenna yang berada di tempat strategis, seperti pusat bisnis, perumahan, jalan tol, dan pinggir jalan-jalan protokol.

• *Project Solution*



Gambar 1.5

Project Solution

sumber: Laporan Tahunan 2022

Mitratel melakukan terobosan untuk menciptakan nilai tambah berupa pengembangan usaha baru yang disebut dengan *Project Solution*. Kegiatan bisnisnya meliputi: *Fiber Optic Solution, Service Solution, Mobile Solution, ME (Mechanical Electrical) Solution*.

Mitratel terus berupaya mengembangkan layanannya agar selaras dengan perkembangan teknologi dan dinamika industri telekomunikasi terkini. Salah satunya adalah dengan membangun dan menyediakan layanan IOT (*Internet of think*). Sebagai usaha untuk mempercepat tercapainya visi perusahaan untuk menjadi leader dan provider terbaik dalam penyediaan infrastruktur

telekomunikasi di Asia Tenggara, Mitratel melakukan pembangunan yang berkesinambungan dan berbagai aksi korporasi strategis lainnya. Sertifikasi ISO 9001:2008 tentang Sistem Manajemen Mutu yang diserahkan oleh auditor dari United Registrar for System (URS) pada 2013 merupakan salah satu usaha Mitratel untuk bergerak maju menuju perusahaan penyedia infrastruktur terbesar. Penyebaran jaringan tower Mitratel meliputi: Sumatera; Jakarta, Bogor, Bekasi dan Banten; Jawa Barat; Jawa Tengah dan Jawa Timur, Bali dan Nusa Tenggara; Papua, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan (Pamasuka).

- **Visi dan Misi Perusahaan**

- Visi

- ✓ Menjadi Leader dan Provider terbaik dalam penyediaan tower dan infrastruktur telekomunikasi di Asia Tenggara.

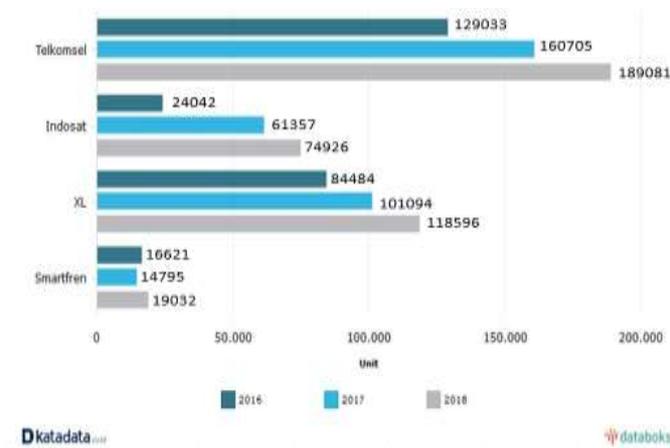
- Misi

- ✓ Menyediakan layanan infrastructure solution dengan kualitas yang prima dan harga yang kompetitif.

- ✓ Menciptakan value bagi Pemangku Kepentingan.

1.2 Latar Belakang

PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) memiliki visi untuk menjadi leader dan provider terbaik dalam penyediaan infrastruktur telekomunikasi di Asia Tenggara. Melihat kondisi saat ini, terdapat adanya kesenjangan antara kondisi perusahaan dengan visi yang ingin dituju. Industri telekomunikasi berkembang sangat cepat, semakin banyaknya sarana operator telekomunikasi baru yang bermunculan dengan beragam jenis dan fitur-fitur penunjang sebagai produk unggulan berdampak terhadap peningkatan permintaan dan penggunaan sarana telekomunikasi oleh berbagai kalangan. Salah satu sarana telekomunikasi yang sangat diperlukan adalah tower. Tower adalah suatu bangunan yang berupa tiang pemancar komunikasi yang berfungsi untuk menangkap sinyal frekuensi radio agar dapat memperlancar jaringan komunikasi antar sesama pelanggan. Persaingan dalam infrastruktur telekomunikasi semakin ketat, dan semua didorong oleh pertumbuhan perangkat seluler dan budaya digital. Pembentukan masyarakat digital tidak dapat dipisahkan dari peran penyedia infrastruktur telekomunikasi.



Gambat 1.6

Jumlah Pertumbuhan Operator pada Tower di Indonesia

sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/20/berapa-jumlah-menara-pemancar-tiap-operator-seluler> diakses pada tanggal 30 Maret 2020

Pada Gambar 1.6 menunjukkan pertumbuhan operator dari tahun ke tahun semakin meningkat terlihat pada tahun 2018 perangkat telkomsel bertambah 60.048 perangkat dari tahun 2016, perangkat indosat bertambah 50.884, perangkat XL 34.112 dan Smartfren bertambah 2.411 perangkat. Beberapa perusahaan operator telekomunikasi kini mulai menjual asset perusahaan yaitu tower, salah satunya adalah Indosat. Pada media elektronik dalam situs www.CNBCIndonesia.com pada tanggal 15 Oktober 2019 dengan judul “ Raup Rp 6,39 T, Ternyata Ini Alasan Indosat Lego 3.100 Menara ” tujuan dari Indosat menjual tower yaitu Pertama investasi perusahaan, kedua mempercepat tujuan perusahaan sehingga memberikan layanan pelanggan lebih optimal, termasuk juga ekspansi jaringan dan perbaikan di berbagai macam servis lain, dan ketiga mengoptimalkan struktur modal. Pada media elektronik lainnya yaitu dalam situs www.KONTAN.co.id pada tanggal 5 April 2020 dengan judul “Ini fokus XL Axiata (EXCL) setelah menjual 2.431 menara” menjelaskan bahwa focus utama dari XL Axiata yaitu bakal melanjutkan pengembangan bisnis layanan data untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Serta meneruskan perluasan jaringan data ke luar Jawa, ditambah peningkatan kapasitas jaringan data di Jawa. Operator lainnya yang menjual Tower untuk peningkatan layanan yaitu Telkomsel, terdapat pada media elektronik www.CNBCIndonesia.com pada tanggal 20 Oktober 2020 dengan judul “Dapat Rp 10 T dari Jual Menara, Ini Rencana Besar Telkomsel” menyatakan bahwa Telkomsel akan fokus pada bisnis utamanya sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia.

Dari berita-berita tersebut operator telekomunikasi di Indonesia akan terus meningkatkan layanan dan memperluas bisnisnya dalam pengembangan teknologi, perkembangan sinyal operator saat ini sedang menuju teknologi 5G, para operator telekomunikasi bersaing untuk meningkatkan layanannya. Perusahaan dan berlomba untuk menambah jaringannya ke seluruh daerah. Melihat fenomena itu tower-tower provider pun semakin bertambah dan terus meningkatkan kualitas perusahaannya agar dapat bersaing dengan perusahaan

infrastruktur telekomunikasi lainnya. Berikut perusahaan-perusahaan penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia :

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Tower Provider Indonesia

NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Dayamitra Telekomunikasi
2	PT Sarana Menara Nusantara Tbk
3	PT Tower Bersama Infrastructure Tbk
4	PT Solusi Tunas Pratama Tbk
5	PT Bali Towerindo Sentra Tbk
6	PT Centratama Telekomunikasi Indonesia
7	PT Inti Bangun Sejahtera Tbk
8	PT LCK Global Kedaton Tbk
9	PT Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk
10	PT Persada Sokka Tama (PST)
11	PT Komet Infra Nusantara (KIN)
12	PT iForte Solusi Infotek
13	PT Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk

Sumber: Laporan Internal Perusahaan 2022

PT. Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) terus berinovasi dalam bisnisnya di bidang telekomunikasi. Jumlah kepemilikan tower Mitratel pada tahun 2016 sebanyak 8.636 tower dan jumlah *tenant* sebanyak 9.851 dengan *tenant ratio* 1,14. Pada tahun 2020 hingga 2022 jumlah tower yang dimiliki meningkat menjadi 37.277 dan total *tenant* di tower Mitratel sebanyak 50.461 *tenant* dengan *tenant ratio* 1,35x . Berikut jumlah *tenant* yang dimiliki oleh Mitratel pada tahun 2022 :

Tabel 1.2
Jumlah Tenant Mitratel

REGIONAL	BAKTI - BP3TI	HCPT - H3I	ISAT	Others	PID Asset	SMARTFREN	TELKOM	TSEL	XL - NTS	Grand Total
Sumbagut	17	496	315	25	1	26	75	3579	421	4955
Sumbagteng	41	447	257	24	3	42	58	2976	365	4213
Sumbagsel	3	284	587	24	1	54	44	3102	442	4541
Jabodetabek	2	835	1213	80	8	180	47	5112	815	8292
Jawa Barat		526	409	28		86	19	2737	492	4297
Jawa Tengah		684	728	83		215	9	2730	658	5107
Jawa Timur		599	888	51		98	53	3327	662	5678
Bali Nusra	23	119	175	18		26	41	2046	158	2606
Kalimantan	57	436	695	18		33	74	2990	400	4703
Sulawesi	66	441	487	21		69	95	3156	327	4662
Puma	304		26	1			90	982	4	1407
Total	513	4867	5780	373	13	829	605	32737	4744	50461

sumber: Dokumen Alpro unit Site Management Mitratel 2022

Mitratel Regional Jawa Barat adalah salah satu dari 10 Regional yang ada dalam Unit kerja yang berada dibawah direktorat Operasi dan IT digambarkan pada Gambar 1.7 sebagai berikut:



Gambar 1.7.

Pembagian Wilayah Area Jawa Barat

sumber: Dokumen unit Site Management Jawa Barat

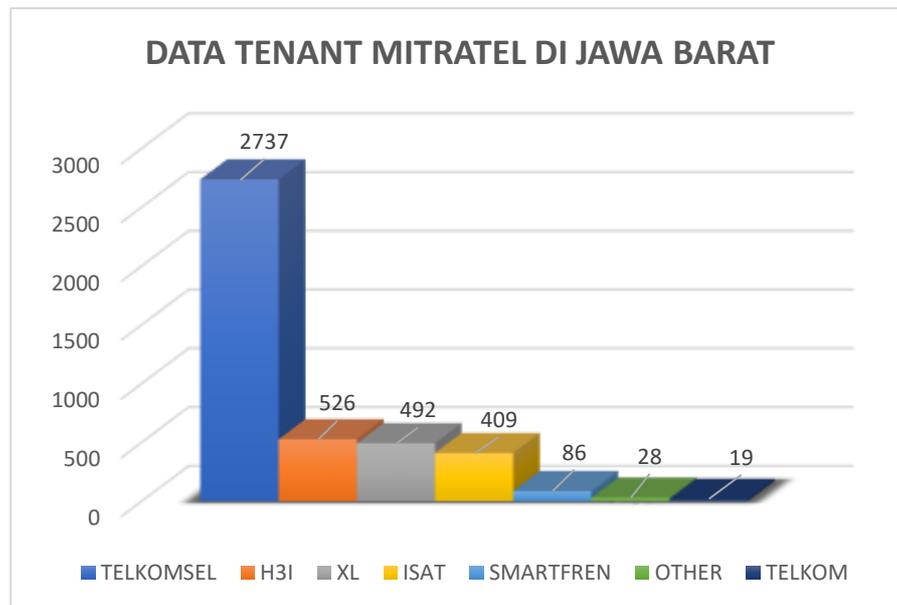
Gambar 1.7 menggambarkan wilayah operasional Regional Jawa Barat meliputi sebagian besar wilayah Provinsi Jawa Barat yang terbagi menjadi 4 Area yaitu Area Bandung, Area Soreang, Area Tasikmalaya dan Area Cirebon. Salah satu unit kerja di Regional Jawa Barat yaitu unit *Site Management*. Unit ini merupakan unit kerja yang mengelola dan melakukan *Maintenance* terhadap

aset berupa tower beserta peralatan pendukung lainnya yang berada di 4 Area tersebut, *maintenance* yang dilakukan yaitu sesuai dengan yang terdapat dalam kontrak payung antara Mitratel dengan Tenant no.060/PKS/DMT-CEO/IV/2010 diantaranya memperbaiki dan menjaga keamanan Menara telekomunikasi, membuat lokasi tetap bersih dan merawat lingkungan sekitar Menara telekomunikasi, dan layanan full service yaitu menjaga perangkat yang terpasang, melakukan backup genset pln untuk mempertahankan perangkat tetap menyala dan tidak ada gangguan dari pihak luar. Tabel 1.3 berikut ini menjelaskan daerah sebaran tower dan *tenant* berdasarkan cluster di Regional Jawa Barat yang dikelola oleh Unit *Site Management* :

Tabel 1.3
Sebaran Tower berdasarkan cluster Regional Jawa Barat

KOTA/KAB	HCPT - H3I	ISAT	Others	SMARTFREN	TELKOM	TSEL	XL - NTS	Grand Total
KAB. BANDUNG	72	85	4	19	2	292	63	537
KAB. BANDUNG BARAT	27	17	2	9	1	132	32	220
KOTA BANDUNG	47	23	2	15	2	384	27	500
KOTA BANJAR	5	3				14	4	26
KAB. CIAMIS	43	25	1	2		255	41	367
KAB. CIANJUR	15	34	1	1	1	161	17	230
KOTA CIMAHI	17	6		2	1	57	6	89
KAB. CIREBON	44	25	7	10	3	179	54	322
KOTA CIREBON	6	3	1	3		46	7	66
KAB. GARUT	42	24		8	1	222	15	312
KAB. INDRAMAYU	39	17	1	3		166	55	281
KAB. KUNINGAN	21	23	1	2		104	11	162
KAB. MAJALENGKA	30	28	1	3	2	113	28	205
KAB. SUBANG	35	19	3	3	3	181	48	292
KAB. SUMEDANG	27	24		4		133	20	208
KAB. TASIKMALAYA	36	45	3		3	235	49	371
KOTA TASIKMALAYA	20	8	1	2		63	15	109
Grand Total	526	409	28	86	19	2737	492	4297

sumber: Dokumen Alpro unit Site Management Jawa Barat 2022



Gambar 1.8

Grafik Jumlah *Tenant* di Regional Jawa Barat

sumber: Dokumen Alpro unit Site Management Jawa Barat 2022

Mitratel memiliki aplikasi *NPS (Net Promoter Score)* yang dibuat dalam sebuah aplikasi khusus yaitu MCX, yang dimana di aplikasikan kedalam aplikasi internal *Maintenance (Ampuh-C)* yang dihubungkan dengan aplikasi *trouble ticket tenant (ANT)* setiap pekerjaan *trouble ticket* yang dikerjakan oleh Mitratel hasilnya akan di nilai oleh *tenant* yang dimana dibagi ke dalam 3 penilaian yaitu komunikasi, waktu penanganan dan kualitas pekerjaan, dari hasil penilaian tersebut Mitratel dapat mengetahui seberapa puas pelayanan yang diberikan oleh Mitratel. Adapun jumlah responden yang diambil dari *tenant* yang mengeluarkan *trouble ticket* setiap harinya dan diakumulasikan dalam 1 tahun, *trouble ticket* merupakan informasi adanya issue yang berkaitan dengan masalah di tower dan *tenant*, berikut data hasil penilaian kepuasan pelanggan terhadap hasil *trouble ticket* yang diberikan *tenant* :

Tabel 1.4

Tabel Penilaian NPS Kepuasan Pelanggan *Tenant* 2022

No	Nilai	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Grand Total	Rata-rata Nilai
1	Komunikasi	12	3	8	3	115	50	267	175	360	2	995	7.50
2	Waktu Penanganan	1			4	7	4	261	269	431	18	995	8.15
3	Kualitas Pekerjaan	7	4	5	12	48	11	155	489	250	14	995	7.81
Grand Total		20	7	13	19	170	65	683	933	1041	34	2985	7.82
Persentase Nilai Kepuasan		0.67 %	0.23 %	0.44 %	0.64 %	5.70 %	2.18 %	22.88%	31.26%	34.87%	1.14 %	100.00%	

sumber: Laporan Rating Support *Tenant* 2022



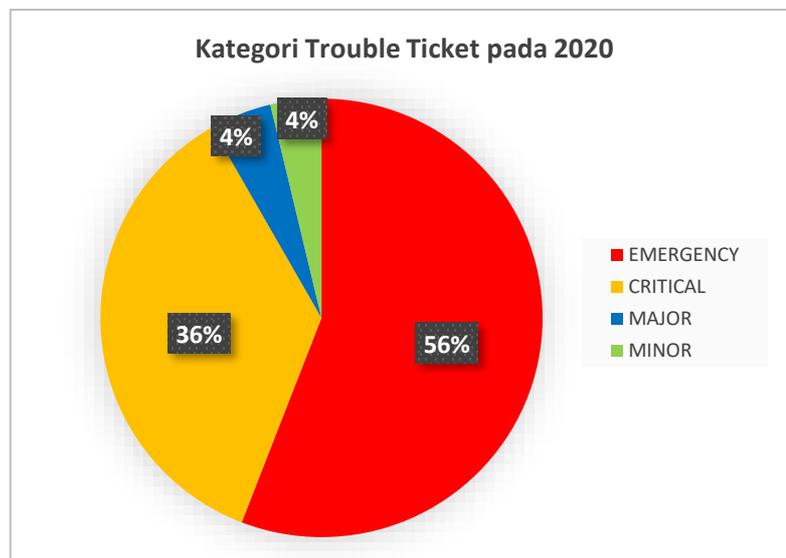
Gambar 1.9 Diagram Presentase *Penilaian NPS tenant* 2022

sumber: data diolah penulis.

Pada penilaian NPS dibagi ke dalam 3 kategori penilaian, 0 – 6 : *Detractors* yaitu customer yang tidak puas, 7 – 8 : *Passive* yaitu pelanggan yang cukup puas namun masih acuh tak acuh dan bisa terpengaruh oleh kompetitor, 9 – 10 : *Promoters* yaitu loyal customer yang akan terus membeli dan merekomendasikan. Persentase hasil kepuasan pelanggan pada aplikasi NPS tahun 2022 pada tabel 1.3 dengan total pekerjaan *trouble ticket* sebanyak 995 pekerjaan didapatkan persentase untuk skor 0-6 sebesar 9.85% , untuk skor 7-8 sebesar 54.14% dan untuk skor 9-10 didapatkan presentase sebesar 36.01%. Nilai kepuasan pada pelayanan komunikasi sebesar 7.50, untuk nilai kepuasan pada pelayanan waktu penanganan sebesar 7.81 dan untuk nilai kepuasan pada kualitas pekerjaan 8,15 sehingga rata-rata nilai yang di dapatkan yaitu 7.82. Melihat hasil dari penilaian kepuasan pelanggan di Regional Jawa Barat dalam penilaian *NPS* Skor 7 – 8 dianggap kepuasan pasif dimana

konsumen tersebut sudah puas untuk saat ini, namun dapat berpaling ke merek lain. Maka dari itu manajemen Mitratel tidak puas dengan hasil tersebut yang dimana target kepuasan pelanggan Mitratel adalah nilai 9 untuk seluruh rata-rata penilaian sedangkan pada tahun 2022 rata-rata penilaian NPS oleh tenant yaitu 7.82 yang dimana masih ada selisih nilai 1,18 yang perlu ditingkatkan untuk mencapai target, nilai 9-10 dinamakan sebagai konsumen positif yang merupakan promotor setia dan antusias merek, dimana kelompok konsumen ini secara sukarela dan memiliki semangat tinggi dalam mempromosikan dan merekomendasikan perusahaan atau merek.

Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan merupakan *concern* utama perusahaan dikarenakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan merupakan gambaran dari perusahaan yang berbasis perusahaan jasa, dengan adanya pelayanan yang memuaskan maka akan membuat konsumen akan melakukan *repeat order* sebagai bentuk loyalitas mereka terhadap Mitratel. Berdasarkan data dari pekerjaan *trouble ticket* 2022 pada Gambar 1.10 pekerjaan terbanyak berada di dalam kategori *Emergency* dimana merupakan pekerjaan yang memang memerlukan *support* penuh dari Mitratel. Berikut pekerjaan *trouble ticket* yang terjadi di 2020:



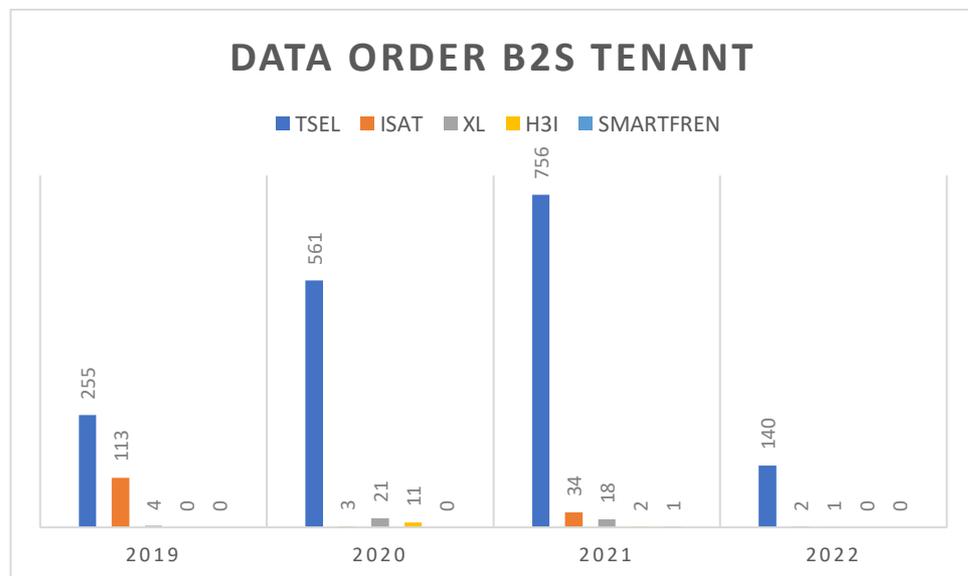
Gambar 1.10

Kategori *Trouble ticket* 2022

sumber: Laporan tahunan unit *Site Management*

Kondisi dengan adanya wabah COVID-19 saat ini membuat perusahaan semakin sulit dalam melakukan pendekatan secara *intens* dan memaksimalkan *service* yang diberikan kepada *tenant* sehingga membuat semakin sulitnya melakukan peningkatan nilai pada aplikasi *NPS*.

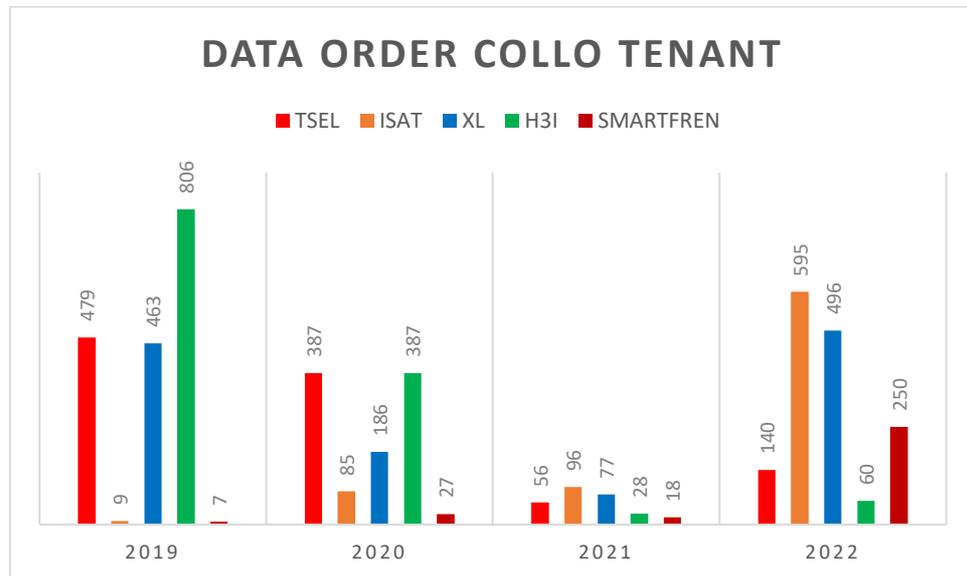
Kondisi Covid-19 ini membuat *unit Maintenance* Mitratel semakin kesulitan dalam melayani *trouble ticket* yang diberikan oleh *tenant* dikarenakan adanya keterbatasan akses pada lokasi-lokasi zona merah yang membuat tim lapangan tidak berani untuk ke lokasi maupun adanya penolakan dari warga sekitar tower yang melarang adanya pihak luar yang masuk ke dalam lingkungan mereka. Dalam hal ini salah satu yang membuat *tenant* menilai bahwa pihak Mitratel tidak dapat memenuhi keinginan pelanggan sehingga membuat *tenant* tidak puas dengan *service* yang di berikan oleh Mitratel. Mitratel dalam penilaian *NPS* pada komunikasi masih dianggap sangat kurang dengan mendapatkan nilai terendah dari 3 kategori penilaian.



Gambar 1.13

Data order B2S *tenant* tahun 2019-2022

sumber: Databased Marketing Reg. Jawa Barat 2022



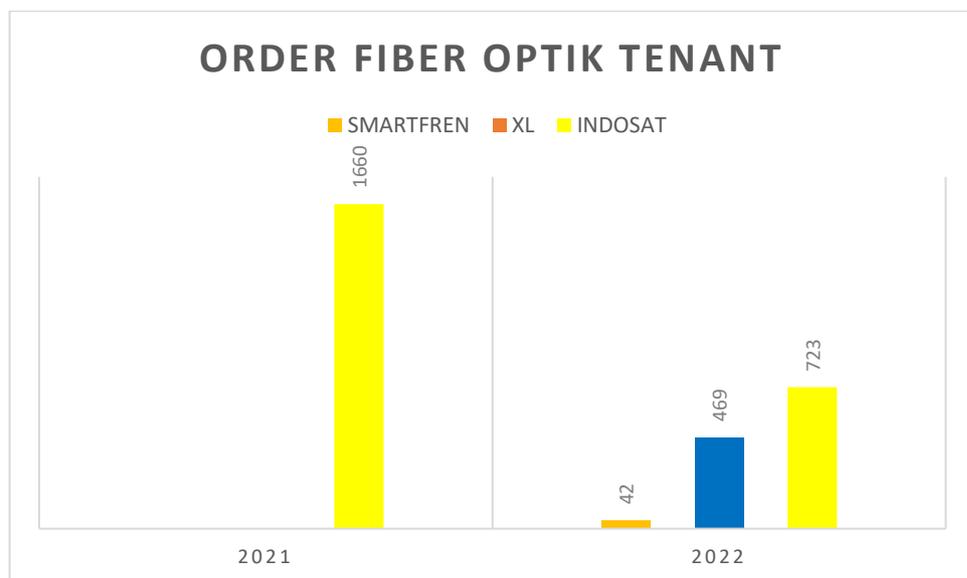
Gambar 1.14

Data order *Collocation tenant* tahun 2019-2022

sumber: Databased Marketing Reg. Jawa Barat 2022

Berdasarkan data order *tenant B2S* dari tahun 2019 sampai dengan 2022 pada Gambar 1.13 terdapat dominasi order dari Telkomsel yang merupakan sama-sama anak perusahaan PT. Telkom Indonesia. Order B2S yang diberikan Telkomsel ke Mitratel gap order antara tenant Telkomsel dibandingkan dengan tenant yang lain, ini merupakan salah satu tantangan dari management untuk melakukan pendekatan agar mendapatkan order pembangunan baru (B2S) ke tenant-tenant lainnya. Berdasarkan data order *tenant Collocation* dari tahun 2019 sampai dengan 2022 pada Gambar 1.14 fluktuasi order yang tidak stabil dari tenant-tenant yang diharapkan management khususnya dari tenant NTG (non Telkom group) dapat stabil bahkan meningkat, terlihat dari data order H3I yang menurun dan order XL dari tahun 2020-2021 masih dibawah target perusahaan, peningkatan order didapatkan dari tenant indosat yang mana management berharap Indosat dapat mempertahankan ordernya kepada Mitratel bahkan menjadikan Tower mitratel sebagai prioritas 1 untuk dilakukan collocation. Saat ini juga tenant INDOSAT melakukan order tidak hanya untuk

perangkatnya saja namun dengan integrasi transmisi Fiber optic, ini merupakan kesempatan mitratel untuk memperluas bisnis project solution yang dimana setiap order tenant Indosat di bundling dengan pemasangan transmisi FO.



Gambar 1.15

Data order *Fiber Optic* tahun 2021-2022

sumber: Databased Marketing Reg. Jawa Barat 2022

Dari Gambar 1.15 terdapat order dominasi FO Indosat yang dimana selain paket bundling (collocation + FO) isat juga melakukan order fiberisasi terhadap perangkat yg sudah terpasang di tower-tower Mitratel, adapun operator lain seperti XL dan Smartfren yang sudah memulai order untuk fiberisasi nya. Guna mempertahankan order nya Mitratel harus melakukan pendekatan CRM lebih intens kepada tenan agar tercapainya *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu strategi bisnis dalam mengelola hubungan antara Perusahaan dengan pelanggannya yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien sehingga pelanggan merasa puas dalam layanan yang diberikan (*customer satisfaction*) sehingga terciptanya loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). Dengan ditemukannya data permasalahan ketidakpuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan pelanggan yang kurang

loyal (*customer loyalty*) terhadap Mitratel yang mungkin permasalahan tersebut disebabkan oleh kurangnya *customer relationship management (CRM)* yang dilakukan oleh Mitratel. Apabila Mitratel tidak segera melakukan adaptasi pada layanan yang disesuaikan dengan keinginan dan harapan pelanggan, maka bukan tidak mungkin akan semakin banyak yang kecewa dan akhirnya akan meninggalkan Mitratel. Jika perusahaan tidak ingin kehilangan pelanggan dimasa yang akan datang maka harus selalu meningkatkan pengelolaan *Customer relationship management (CRM)*. Dalam hal ini *CRM* harus dapat dipahami oleh semua pegawai yang terlibat dalam organisasi perusahaan agar implementasinya dapat dirasakan oleh *tenant* sehingga diharapkan timbulnya rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan tidak hanya dari segi kualitas pekerjaan tapi juga dalam hubungan baik dengan pelanggan sehingga dapat timbulnya rasa memiliki sehingga membuat customer menjadi loyal terhadap perusahaan. Pentingnya peran *CRM* disini agar *tenant* dapat mengerti keadaan yang terjadi dan tidak menilai negative dalam penyelesaian pekerjaan yang diberikan *tenant*. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memahami dimensi-dimensi *CRM* yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam rangka memperbaiki mengimplementasikan layanan di Mitratel kepada pelanggan, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “ Pengaruh *Customer relationship management (CRM)* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di PT. Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel)”.

Perusahaan dituntut agar dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen dalam rangka memenangkan persaingan strategi bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi agar dapat melakukan perubahan dari *hard automation technology* ke *smart technology* dan *knowledge-based work* yang dimana kekayaan lebih banyak dihasilkan dari *human assets* dan kekayaan intelektual menjadi kekayaan perusahaan yang paling berharga (Yogi:2015). Pada tingkat persaingan global ini suatu keuntungan kompetitif perusahaan sangat diperlukan agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Dari segi bisnis, Visi Mitratel yaitu “Menjadi Leader dan Provider terbaik dalam penyediaan infrastruktur telekomunikasi di Asia Tenggara” Mitratel dituntut untuk terus meningkatkan *tenancy ratio* dan jumlah assetnya karena saat ini *tenancy ratio* Mitratel masih dianggap rendah yang hanya 1.35x yang dimana dibandingkan dengan pesaingnya Protelindo (TOWR) *tenancy ratio* 1,88 dan Tower Bersama Group (TBIG) yaitu 1,89x, maka dari itu management menargetkan peningkatan order di bisnis jasa collocation yang dimana dalam 1 tower harus terdapat lebih dari 1 tenant (operator). Harga saham yang terus menurun membuat adanya ketidak tertarik investor dalam menanamkan modal di Mitratel. Adanya permasalahan mengenai hasil rating skor NPS yang dinilai oleh tenant terdapat adanya ketidakpuasan tenant sehingga menyebabkan tenant tidak loyal terlihat dari grafik order tenant yang dimana diduga kurangnya implementasi CRM yang dilakukan oleh Mitratel, menjadikan penelitian ini diharapkan dapat memetakan strategi yang tepat untuk menerapkan pelayanan tersebut.
2. Dari segi akademik, selama peneliti melakukan kajian litelatur, peneliti belum menemukan penelitian yang membahas tentang pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap kepuasan dan loyalitas pada perusahaan telekomunikasi khususnya di PT. Mitratel sehingga masalah masih tetap ada di perusahaan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas. Adapun pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar penilaian responden terhadap kegiantan *Customer relationship management* di Mitratel?

2. Seberapa besar tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas responden terhadap Mitratel.
3. Seberapa besar pengaruh *Customer relationship management* terhadap customer loyalty melalui *customer satisfaction*?
4. Seberapa besar penilaian responden terhadap kegiatan *Customer relationship management* di Mitratel?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mendeskripsikan penggunaan *Customer relationship management*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada service yang telah dilakukan.
2. Menganalisa pengaruh kekuatan *Customer relationship management* terhadap *Customer Satisfaction* pada service yang telah dilakukan.
3. Menganalisa pengaruh kekuatan *Customer relationship management* terhadap *Customer Loyalty* pada service yang telah dilakukan.
4. Menganalisa pengaruh kekuatan *Customer relationship management* terhadap *Customer Loyalty* pada service yang telah dilakukan melalui *Customer Satisfaction*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini bagi PT. Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) berdasarkan tujuan yang diharapkan, serta permasalahan yang ingin disolusikan adalah :

- **Manfaat Praktis :**

1. PT. Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengimplementasikan *CRM* menjadi lebih efektif. Sebagai solusi *CRM* dapat berfungsi optimal untuk meningkatkan *engagement* antara Perusahaan dan *tenant* pada *service* yang telah dilakukan.

- **Manfaat Teoritis :**

1. Dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian dasar dalam pengembangan ilmu khususnya dibidang pemasaran berkaitan tentang *Customer relationship management* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan

atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian- penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.