

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisi tentang penjelasan dari latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi di Indonesia telah berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dalam lanskap yang terus berubah, industri telekomunikasi menjadi salah satu sektor yang paling terdampak dan terus berinovasi untuk menjawab tuntutan pasar yang semakin kompleks. Menurut sebuah laporan terbaru oleh Badan Pusat Statistik (BPS), penetrasi internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 70% pada tahun 2023, hal ini menunjukkan dampak signifikan dari adopsi teknologi di berbagai lapisan masyarakat (BPS, 2023). Adapun data distribusi perusahaan telekomunikasi di Indonesia pada tahun 2023 adalah sebagai berikut.



Gambar I. 1 Distribusi Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia 2023

Dari data distribusi perusahaan di Indonesia terbagi menjadi 4 yaitu jaringan tetap, jaringan bergerak, jaringan telekomunikasi, dan telekomunikasi khusus. Saat ini yang paling banyak adalah jasa telekomunikasi yang mana terdapat 69.47% perusahaan di Indonesia yang bergerak pada bidang tersebut. Salah satu perusahaan di bidang telekomunikasi di Indonesia adalah PT Telkomsel.

PT Telkomsel merupakan perusahaan telekomunikasi yang telah beroperasi sejak

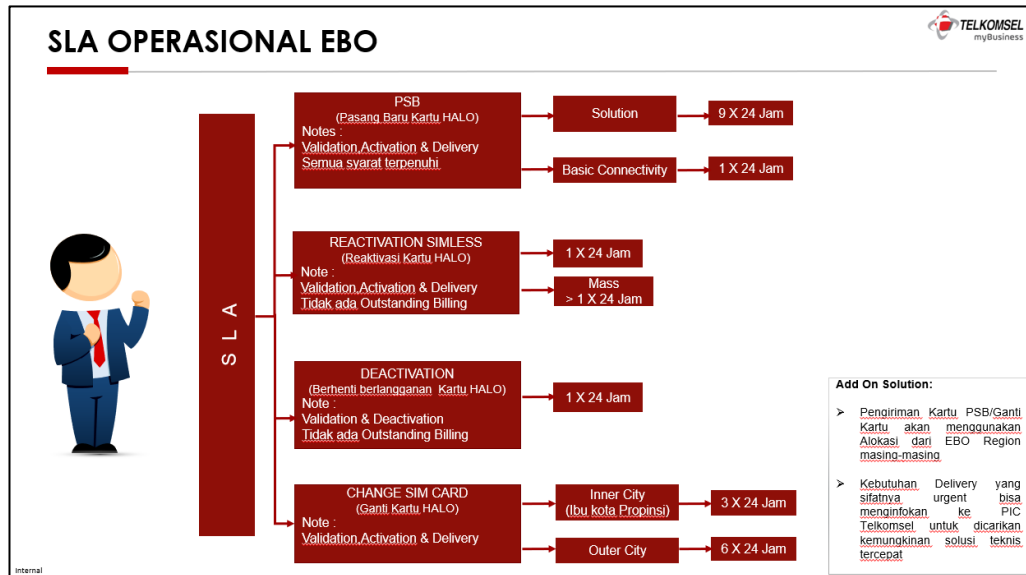
26 Mei 1995, memainkan peran kunci dalam transformasi ini. Telkomsel, dengan lebih dari 233 ribu BTS (*Base Transceiver Station*) yang menghubungkan lebih dari 170 juta pelanggan di Indonesia, menjadi salah satu pelopor dalam memberikan layanan telekomunikasi yang optimal (Telkomsel, 2023). Dalam usahanya, Telkomsel berupaya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan lebih baik dengan menempatkan prinsip *Customer Centric* sebagai fokus utama dalam strategi bisnisnya (Telkomsel, 2023).

Penetapan prinsip Telkomsel sendiri sejalan dengan semakin kompleksnya kebutuhan pelanggan dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan telekomunikasi perlu mencari pendekatan inovatif dalam merancang proses alur pelanggan mereka (Smith et al., 2019). Sebagai penyedia layanan telekomunikasi terkemuka di Indonesia, Telkomsel menawarkan beragam solusi di berbagai sektor industri. Salah satu fokus utama Telkomsel adalah segmentasi bisnis di sektor *enterprise/business-to-business* (B2B), yang menawarkan berbagai kategori layanan solusi kepada pelanggan enterprise di berbagai bidang industri seperti *Connectivity, Advanced Network Services, Communication & Collaboration, Cybersecurity Services, Internet of Things (IoT), Business Application & Solution, Customer Insight & Engagement, dan Digital Advertising* (Telkomsel, 2023).

Adanya pertumbuhan yang pesat dalam penetrasi internet dan adopsi teknologi di Indonesia, penting bagi perusahaan telekomunikasi khususnya PT Telkomsel untuk terus beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Peningkatan ini juga menuntut peningkatan kualitas layanan pelanggan dan pengembangan proses yang efisien untuk menjaga kepuasan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat membuat pelayanan pelanggan yang unggul merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru bagi perusahaan telekomunikasi. Penelitian telah menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu memberikan pengalaman pelanggan yang positif memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan (Smith et al., 2019). Mengadopsi pendekatan berpusat pada pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan retensi pelanggan, dan meningkatkan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang sengit.

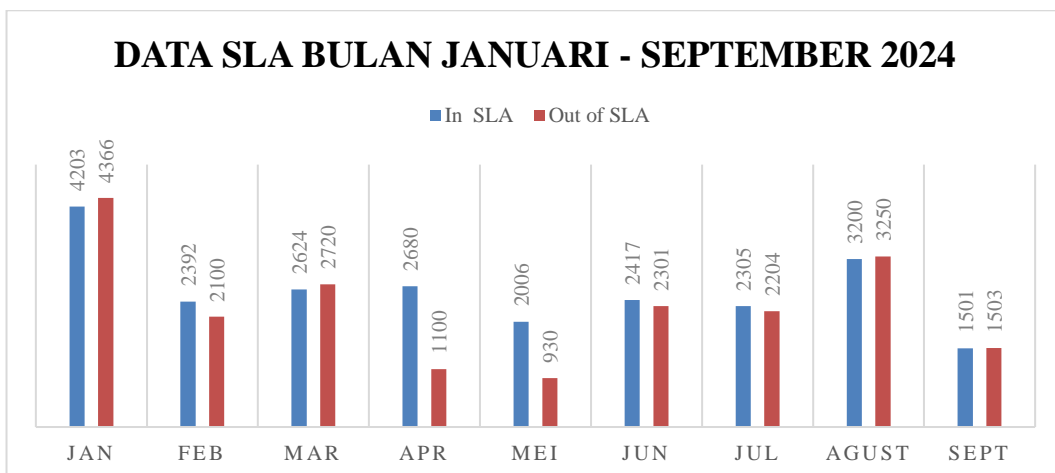
Dalam konteks layanan pelanggan *enterprise* di Telkomsel, aktivitas dasar yang

sangat berpengaruh adalah *flow process*, yang mencakup proses *order*, permintaan aktivasi, pengiriman kartu PSB, *Connectivity*, Kartu IoT (*Internet of Things*), Kartu *Postpaid* (Pasca bayar), dan Kartu *Prepaid* (Pra bayar) untuk pelanggan *enterprise*. Seluruh prosedur diatur dalam SOP perusahaan, yang menjadi acuan bagi departemen terkait dalam menjalankan tugasnya. Efisiensi waktu dalam menjalankan proses ini sangatlah penting karena adanya *Service Level Agreement* (SLA) yang harus dipatuhi oleh perusahaan sesuai dengan kesepakatan dengan pelanggan.



Gambar I. 2 Service Level Agreement

Pada proses operasional pelayanan pelanggan, kendala terbesar yang dialami yaitu alur pelanggan di industri telekomunikasi seringkali kompleks dan memerlukan manajemen yang efektif untuk memastikan kepuasan pelanggan.



Gambar I. 3 Tiket Kategori In SLA dan Out of SLA

Hal ini dapat dilihat pada Gambar I.3 tentang banyaknya tiket bulan Januari – September 2024 yang masuk dalam *In SLA* dan *Out of SLA*, *In SLA* artinya penyelesaian *order* dilakukan dalam batas waktu atau kriteria yang telah ditetapkan dalam standar *Service Level Agreement* sedangkan *Out of SLA* artinya penyelesaian *order* melebihi batas waktu atau kriteria yang memenuhi syarat *Service Level Agreement*. Data diatas adalah data *report* Regional Jawa Timur dengan kategori tiket atau permintaan reaktifasi, PSB, *add offer*, *device bundling*, *inject top up*, IOT dan migrasi. Terlihat pada gambar bahwa banyaknya tiket yang *Out of SLA* sebanyak 4366 tiket atau 50.95% dari total tiket 8.569 pada bulan Januari dan 50.95% tiket *Out of SLA* pada bulan Maret dari total tiket 5.344 atau 50.89% tiket *Out of SLA* dan bulan Agustus ada 6450 tiket atau 50.38% dari tiket tergolong *Out of SLA*. Apabila dilihat dari data tersebut, jumlahnya mencapai diatas 5.000 tiket yang tergolong *Out of SLA* atau secara persentase lebih dari 50%. Tantangan seperti tingginya volume transaksi dan kebutuhan pelanggan yang bervariasi menjadi kendala utama dalam merancang proses yang efisien dan efektif (Kumar & Reinartz, 2018)(Smith, A., & Jones, B. (2021). Perusahaan perlu mengatasi tantangan ini dengan mengadopsi strategi yang terfokus pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan dan peningkatan efisiensi proses operasional mereka.

PT Telkomsel saat ini juga sudah mempunyai *flow process* dan standard operasional yang digunakan dalam setiap proses bisnis. Namun *flow process* saat ini belum begitu optimal sehingga masih terdapat komplain dari beberapa pelanggan terkait penyelesaian permasalahan. Sehingga perlunya dilakukan evaluasi terhadap *flow process* yang ada pada saat ini. Ada beberapa metode dalam evaluasi salah satunya yaitu menggunakan *design thinking*. Sebagai metode yang berpusat pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, implementasi pendekatan *design thinking* menjadi pendekatan yang inovatif untuk diterapkan pada sistem informasi. *Desain Thinking* menekankan pentingnya memahami konteks pengguna dan menciptakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Brown, 2008).

Design Thinking menawarkan pendekatan yang inovatif dalam merancang pengalaman pelanggan yang lebih baik. Untuk merancang ulang *flow* proses didasari oleh kebutuhan untuk memastikan bahwa proses yang dibuat benar-benar

berpusat pada kebutuhan pengguna dan mampu memberikan solusi inovatif terhadap tantangan yang ada. Dengan memahami secara mendalam kebutuhan dan konteks pengguna, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan proses alur pelanggan dan menciptakan solusi yang lebih relevan (Brown & Katz, 2011). Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Hal ini didukung dari penelitian sebelumnya oleh Brown, T., & Katz, B. (2011), Schmiedgen, J., Rhinow, H., Köppen, E., et al (2015), Meyer, C., & Schwager, A. (2007), Stickdorn, M., & Schneider, J. (2012), Derksen, A., & Boersma, K. (2016), Tucci, C. L., & Bruni, R. (2015), Agic, E., Dremel, C., et al (2019) yang telah menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* memiliki dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, efisiensi proses, dan kualitas layanan di berbagai industri dan konteks bisnis. Serta menurut Johnson, M., Smith, D., & Brown, J. (2018) dalam artikelnya *Design Thinking: Transformasi Proses Bisnis untuk Menciptakan Nilai bagi Pelanggan*. Harvard Business Review. menggambarkan bagaimana perusahaan telekomunikasi XYZ menerapkan pendekatan *Design Thinking* untuk meningkatkan proses alur pelanggan mereka. Melalui serangkaian workshop, observasi pelanggan, dan *prototyping*, perusahaan berhasil merancang pengalaman pelanggan yang lebih intuitif dan efisien, yang menghasilkan peningkatan signifikan dalam kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan menggambarkan rancangan *flow process* pelanggan *enterprise* pada kondisi saat ini menggunakan metode *Design Thinking*. Hal ini selaras dengan apa yang diharapkan dari perusahaan setiap tahunnya terdapat *improvement* yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan industri telekomunikasi dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan dalam pasar yang dinamis ini. *Design Thinking* adalah pendekatan inovatif yang berpusat pada pengguna untuk memecahkan masalah kompleks secara kreatif dan sistematis. Metode ini berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna, eksplorasi solusi potensial, dan iterasi berkelanjutan untuk menghasilkan solusi yang relevan dan efektif. Pendekatan ini populer di berbagai bidang seperti

layanan, desain produk, pengembangan bisnis, dan transformasi organisasi karena kemampuannya untuk menggabungkan kreativitas dan analisis dalam proses pengambilan keputusan.

I.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, dengan mempertimbangkan konteks yang disajikan pada sub-bab sebelumnya:

1. Bagaimana usulan rancangan proses bisnis pelanggan *enterprise* menggunakan metode *Design Thinking*?
2. Bagaimana hasil uji *flow process* pelanggan *enterprise* pada kondisi saat menggunakan metode *Design Thinking*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa hal yang akan menjadi tujuan dalam penelitian:

1. Menggambarkan usulan rancangan proses bisnis pelanggan *enterprise* menggunakan metode *Design Thinking*.
2. Menguji *flow process* pelanggan *enterprise* pada kondisi saat menggunakan metode *Design Thinking*.

I.4 Batasan dan Asumsi Penelitian

Batasan dan asumsi merupakan ruang lingkup dalam suatu penelitian agar penelitian yang dilakukan terfokus dan menghindari ruang lingkup yang terlalu luas. Batasan dan asumsi pada penelitian ini meliputi:

1. Data perusahaan yang digunakan, data kegiatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data terupdate yaitu bulan Januari – September 2024 dari PT Telkomsel. Ini termasuk hasil observasi dan pengumpulan data internal yang relevan dengan *flow process* pelanggan *enterprise*.
2. Penelitian rancangan *flow process* pelanggan hanya sampai tahap usulan perancangan (prototype) desain proses. Penelitian ini tidak mencakup tahap implementasi atau evaluasi pasca-implementasi di lingkungan nyata.
3. Penelitian ini melibatkan stakeholder internal terkait dari PT Telkomsel, termasuk manajemen dan tim teknis. Keterlibatan pihak luar hanya pelanggan *enterprise* yang telah ditentukan sebelumnya, serta tidak ada

pelanggan individual yang dilibatkan dalam penelitian ini.

4. Penelitian ini dibatasi oleh waktu enam bulan, sehingga beberapa aspek detail dan kompleksitas dari rancangan flow process mungkin tidak dapat dijelajahi secara mendalam. Sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini juga terbatas pada alat dan fasilitas yang tersedia di PT Telkomsel.
5. Studi kasus ini terbatas pada PT Telkomsel dan tidak mencakup perusahaan telekomunikasi lainnya. Hasil dan temuan penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk perusahaan lain di industri yang sama.
6. Teknologi yang dipertimbangkan dalam rancangan flow process pelanggan enterprise adalah teknologi yang saat ini digunakan dan tersedia di PT Telkomsel. Penelitian ini tidak mempertimbangkan teknologi baru atau yang belum diimplementasikan di perusahaan.
7. Penelitian ini hanya berfokus pada aktifitas permintaan order dari pelanggan pada produk pelanggan Enterprise (permintaan aktivasi, permintaan kartu PSB, connectivity, kartu IoT (Internet of Things), kartu pasca bayar, kartu pra bayar) pada PT. Telkomsel.

I.5 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat yang diharapkan dari temuan penelitian untuk keuntungan yang akan diberikan bagi:

1. Bagi Keilmuan

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagaimana *flow process* pelanggan *enterprise* menggunakan metode *design thinking* di bidang industri telekomunikasi.

2. Bagi PT Telkomsel

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi seluruh peran yang terlibat dan kepuasan layanan kepada pelanggan *enterprise* melalui penurunan *waiting time* dalam proses *order* sehari-harinya.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan sebagai referensi tambahan yang membahas secara mendalam mengenai implementasi pendekatan *design thinking* dalam meningkatkan kualitas

pelayanan, khususnya di bidang industri telekomunikasi.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan dalam penelitian ini :

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini, berisi tentang penjelasan dari latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Pada bab ini, berisi tentang literatur yang relevan dengan permasalahan yang sedang dipelajari, mendiskusikan hasil penelitian sebelumnya, dan juga alasan pemilihan metode yang digunakan.

BAB III: Metodologi Penelitian

Pada bab ini, membahas penjelasan mengenai sistematika perancangan sesuai dengan metode yang dipilih. Selanjutnya membahas mengenai identifikasi sistem terintegrasi serta batasan dan asumsi tugas akhir.

BAB IV: Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini, berisi tentang pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian ini. Dengan demikian, data yang terkumpul akan diolah berdasarkan metode yang dipilih dalam penelitian ini.

BAB V: Analisis Data

Pada bab ini, menjelaskan tentang analisis data yang telah dikumpulkan dan diperoleh. Analisisnya mencakup perbandingan antara proses eksisting dan usulan.

BAB VI: Kesimpulan dan Saran

Bab ini secara khusus membahas mengenai kesimpulan yang dirumuskan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disertai dengan uraian yang mendalam mengenai temuan-temuan utama yang diperoleh. Selain itu, bab ini juga akan menyajikan berbagai saran yang relevan.