BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Direktorat Network dan Transformasi Digital PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) bertanggung jawab atas pengelolaan infrastruktur jaringan perusahaan. Direktorat ini memiliki peran strategis dalam memastikan kualitas layanan jaringan tetap optimal serta mendorong efisiensi operasional melalui pemanfaatan teknologi digital.

Sebagai bagian dari upaya transformasi digital, Telkomsel mengimplementasikan Service Operation Center (SOC) Platform guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan layanan jaringan. Dengan adanya *SOC Platform*, perusahaan dapat mempercepat deteksi dan analisis akar masalah (*root cause analysis*) dari setiap gangguan jaringan secara otomatis, sehingga proses penanganan keluhan pelanggan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat. Implementasi ini diharapkan dapat mendukung pencapaian target perusahaan dalam mengurangi jumlah keluhan pelanggan serta meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Selain meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan, transformasi digital melalui *SOC Platform* juga ditargetkan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan perusahaan. Dengan menurunnya jumlah gangguan jaringan serta meningkatnya kecepatan dan akurasi dalam penanganan keluhan, loyalitas pelanggan diharapkan meningkat, yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan Net Promoter Score (NPS). Hal ini selaras dengan tujuan Telkomsel untuk terus mengembangkan sumber pendapatan baru serta mempertahankan daya saing di industri telekomunikasi yang semakin kompetitif.

Profil Telkomsel

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) adalah perusahaan penyedia layanan telekomunikasi digital terbesar di Indonesia. Sebagai anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Telkomsel berdiri sejak 26 Mei 1995 dan telah berkembang menjadi operator seluler dengan lebih dari 150 juta pelanggan, serta jangkauan jaringan yang mencakup 95% populasi Indonesia.

Dengan komitmen untuk menghadirkan layanan digital terdepan, Telkomsel telah mengoperasikan lebih dari 260.000 BTS, termasuk 4G LTE dan 5G, guna mendukung konektivitas yang cepat dan andal. Selain itu, Telkomsel terus mengembangkan ekosistem digital nasional melalui inovasi berbasis teknologi, infrastruktur, dan layanan berbasis data.
Visi dan Misi

Sebagai bagian dari strategi untuk tetap menjadi pemimpin industri telekomunikasi, Telkomsel memiliki visi, misi, dan strategi yang selaras dengan perkembangan industri digital serta kebutuhan pelanggan.

Visi

Menjadi penyedia layanan telekomunikasi digital terbaik di regional dengan mewujudkan masyarakat Indonesia yang berdaya saing tinggi untuk membuat hari ini menjadi lebih baik dan menciptakan masa depan yang gemilang

Misi

Menyediakan konektivitas, layanan, dan solusi yang inovatif dan unggul bagi semua orang, setiap rumah, dan kegiatan usaha untuk membuka semua peluang.

Produk dan Layanan

Telkomsel menawarkan berbagai pilihan produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, antara lain:

1. Telkomsel PraBayar: Layanan prabayar dengan beragam paket data, telepon, dan SMS sesuai kebutuhan pelanggan.
2. Telkomsel Halo: Layanan pascabayar dengan benefit eksklusif dan kuota besar untuk pengguna dengan mobilitas tinggi.
3. by.U: Operator digital pertama di Indonesia yang sepenuhnya berbasis aplikasi, memungkinkan pelanggan memilih paket sesuai keinginan.
4. Roaming: Layanan komunikasi internasional yang mencakup paket data, telepon, dan SMS di luar negeri.
5. Telkomsel Orbit: Layanan internet rumah berbasis modem dengan jaringan Telkomsel, cocok untuk kebutuhan rumah dan bisnis.
6. Bundling: Paket bundling perangkat dan layanan Telkomsel untuk kemudahan akses komunikasi dan internet.
7. 5G: Layanan jaringan generasi terbaru dengan kecepatan tinggi dan latensi rendah untuk mendukung berbagai kebutuhan digital.
8. Telkomsel One: Layanan konvergensi fixed-mobile (FMC) yang menggabungkan jaringan seluler dan internet rumah dalam satu paket.

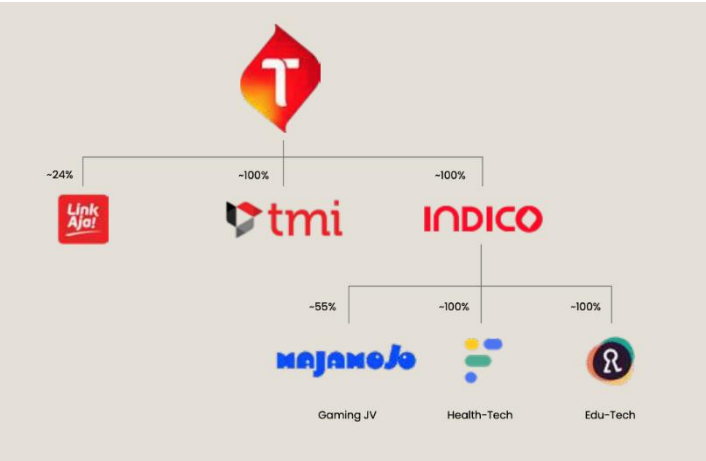
Selain layanan telekomunikasi, Telkomsel juga menghadirkan berbagai solusi digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan individu maupun bisnis:

1. LinkAja: Layanan uang elektronik untuk transaksi digital yang mudah dan aman.

2. MyADS Telkomsel: Platform periklanan digital berbasis data untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efektif.
3. Telkomsel MSight: Solusi big data dan analitik untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis.
4. Telkomsel IoT: Solusi Internet of Things (IoT) yang mencakup konektivitas, platform, dan aplikasi berbasis IoT.
5. MAXstream: Platform streaming video yang menyediakan berbagai konten eksklusif, termasuk film dan serial lokal maupun internasional.
6. LangitMusik: Layanan streaming musik digital dengan koleksi lagu lokal dan internasional.
7. Dunia Games: Platform gaming yang menyediakan berita, komunitas, turnamen, serta layanan pembelian voucher game.
8. MBanking Telkomsel: Solusi perbankan digital yang memudahkan transaksi keuangan melalui layanan USSD dan aplikasi mobile.
9. Kuncie: Platform pembelajaran digital dengan berbagai kursus dari mentor berpengalaman.
10. Roli: Aplikasi berbasis reward yang memberikan pelanggan kuota internet gratis dengan menampilkan iklan di layar kunci.
11. Cloudmax: Layanan penyimpanan cloud yang memungkinkan pengguna menyimpan dan mengelola data dengan aman.

Struktur Korporasi

Berikut adalah struktur group Perusahaan Telkomsel:

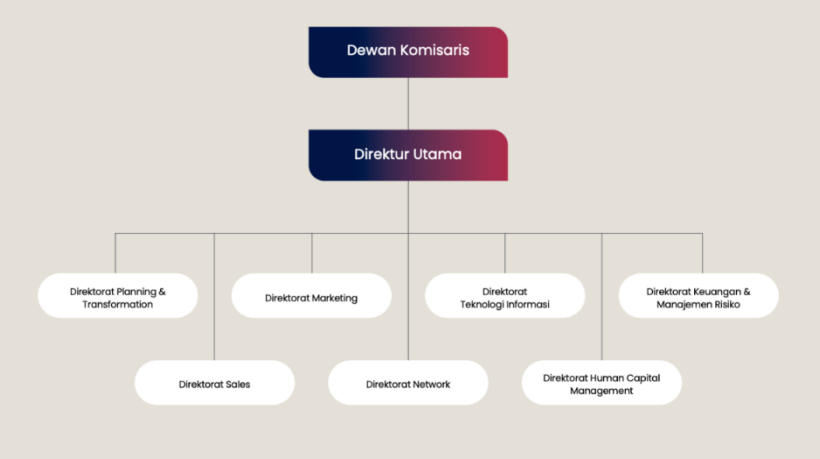


Gambar 1.1 Struktur Grup Perusahaan

Laporan Tahunan Telkomsel,2023

Struktur Organisasi

Struktur organisasi Telkomsel per tahun 2023 ditetapkan berdasarkan Laporan Tahunan 2023 disajikan dengan bagan sebagai berikut:

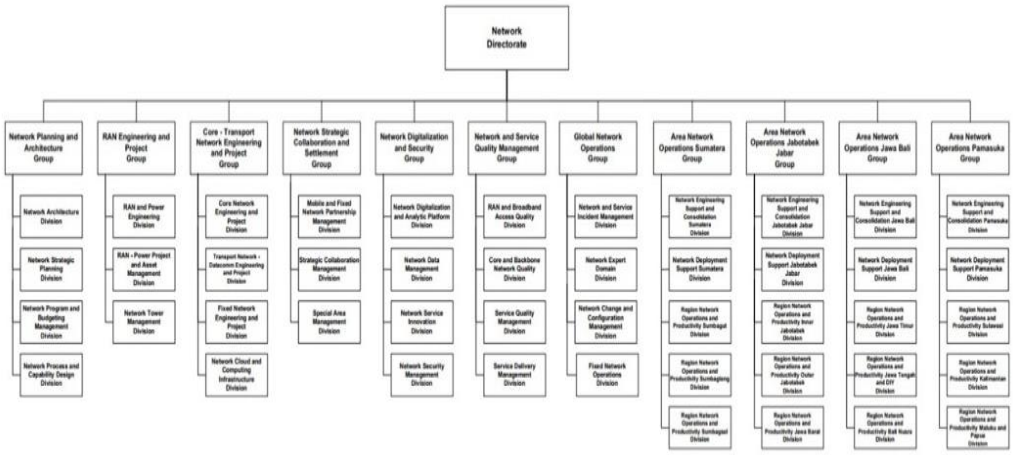


Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Laporan Tahunan Telkomsel, 2023

Struktur Direktorat Network

Struktur Direktorat Network Telkomsel per tahun 2023 ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direktur tentang struktur organisasi pada Direktorat Network sebagai berikut:



Gambar 1.3 Struktur Direktorat Network

Surat Keputusan Direktur, 2023

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era digital yang terus berkembang, ekspektasi pelanggan terhadap layanan semakin tinggi, khususnya pada kecepatan, keakuratan, dan personalisasi pengalaman. Pelanggan tidak hanya menginginkan produk atau layanan yang fungsional, tetapi juga pengalaman yang cepat, mudah, dan bebas hambatan dalam setiap titik interaksi (PwC, 2022). Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi indikator kunci yang tidak hanya mencerminkan kinerja operasional, tetapi juga menjadi pengungkit utama loyalitas dan pertumbuhan bisnis.

Fenomena ini semakin nyata dalam industri layanan, di mana pelanggan memiliki banyak pilihan dan dapat dengan mudah beralih ke penyedia lain jika layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan. Laporan Accenture (2023) menunjukkan bahwa 74% pelanggan di Asia Pasifik lebih memilih merek yang memberikan layanan cepat dan responsif, sementara 57% pelanggan akan berhenti menggunakan layanan setelah satu pengalaman negatif tanpa penyelesaian yang memuaskan.

Penelitian oleh Ahn et al. (2006) menunjukkan bahwa dalam industri telekomunikasi, tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas pelanggan dan penurunan tingkat churn. Persaingan yang sangat ketat di antara penyedia layanan, dikombinasikan dengan kemudahan pelanggan untuk berpindah ke kompetitor (churn), menjadikan kepuasan pelanggan sebagai indikator kunci keberhasilan jangka Panjang. Berdasarkan laporan (Deloitte, 2024), perusahaan-perusahaan dengan kinerja tinggi cenderung secara aktif memantau metrik yang berkaitan dengan pelanggan, termasuk Net Promoter Score (NPS), keterlibatan pelanggan, dan tingkat retensi. Penelitian (Deloitte, 2024) menunjukkan bahwa perusahaan yang secara proaktif mengelola dan meningkatkan NPS mereka cenderung memiliki basis pelanggan yang lebih stabil dan tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memprioritaskan metrik ini. Meningkatnya ekspektasi pelanggan terkait kualitas layanan, terutama dalam hal kecepatan internet, kestabilan jaringan, dan responsivitas layanan pelanggan, memaksa perusahaan telekomunikasi untuk terus mengoptimalkan NPS guna memperbaiki pengalaman pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka (Deloitte, 2024).

Lebih lanjut, (Nielsen, 2023) menemukan bahwa pelanggan yang puas lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan dan bahkan membeli lebih banyak produk atau meningkatkan paket layanan mereka. Hubungan antara NPS dan churn rate menunjukkan bahwa perusahaan dengan skor NPS lebih tinggi mengalami tingkat churn yang lebih rendah dibandingkan pesaingnya (Company, 2021). Dalam industri

telekomunikasi, di mana biaya akuisisi pelanggan baru jauh lebih tinggi daripada mempertahankan pelanggan yang ada, strategi peningkatan NPS dapat menjadi pendekatan yang lebih efektif untuk mempertahankan pendapatan jangka panjang. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi NPS serta bagaimana strategi peningkatan layanan dapat berdampak pada kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi keberlanjutan bisnis perusahaan telekomunikasi (Nielsen, 2023).

NPS (Net Promoter Score) memiliki keterkaitan erat dengan kesuksesan bisnis perusahaan telekomunikasi**.** Sejumlah studi menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu meningkatkan NPS secara konsisten cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi, loyalitas yang lebih kuat, serta pertumbuhan pendapatan yang lebih stabil. Menurut (Reichheld, 2004), pencetus konsep NPS, peningkatan satu poin dalam skor NPS dapat dikaitkan langsung dengan peningkatan pertumbuhan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini diperkuat oleh (Company, 2021) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan NPS tinggi rata-rata tumbuh lebih cepat dibandingkan pesaingnya di industri yang sama.Dalam persaingan yang semakin ketat di industri telekomunikasi, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi NPS dan bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan metrik ini akan menjadi kunci bagi perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Kanakov & Prokhorov, 2020).

Tabel 1. 1 NPS Terhadap Pendapatan Perusahaan

Year	n	NPS	Rev. Index (t − 1)	Rev. Index (t)	Rev. Index (t + 1)
2010	–	–	–	100	121
2011	317	−9%	100	121	130
2012	965	11%	121	130	142
2013	725	11%	130	142	152
2014	377	19%	142	152	167
2015	401	12%	152	167	–

Sumber: (Keiningham et al., 2008)

Menurut table di atas NPS tidak hanya berfungsi sebagai indikator kepuasan pelanggan, tetapi juga memiliki dampak terhadap pendapatan perusahaan. NPS telah menjadi metrik utama dalam mengukur loyalitas pelanggan dan sering dikaitkan dengan pertumbuhan pendapatan perusahaan. Studi oleh (Keiningham et al., 2008) menunjukkan bahwa pelanggan yang merupakan *Promoters* cenderung meningkatkan pengeluaran mereka di masa depan, memberikan indikasi bahwa kepuasan pelanggan dapat mendorong peningkatan pendapatan. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki skor NPS lebih tinggi mengalami peningkatan pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki skor NPS lebih rendah. Hal ini terjadi

karena pelanggan yang puas tidak hanya bertahan lebih lama, tetapi juga lebih cenderung melakukan *upselling* dan *cross-selling* terhadap layanan tambahan yang ditawarkan oleh perusahaan (Keiningham et al., 2007).

Dalam industri telekomunikasi, NPS berfungsi sebagai indikator penting untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan dan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan layanan. Berdasarkan laporan Nielsen 2024, faktor-faktor yang berkontribusi terhadap NPS meliputi kualitas jaringan, kemudahan akses layanan, dan faktor harga serta promosi (NielsenIQ, 2024).

Pentingnya NPS tidak hanya terbatas pada pemahaman kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi tolak ukur utama dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, NPS diintegrasikan ke dalam Objective and Key Results (OKR) perusahaan sebagai bagian dari upaya berkelanjutan untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan.Jumlah keluhan pelanggan memiliki dampak langsung terhadap NPS karena keluhan mencerminkan titik-titik kegagalan dalam perjalanan pelanggan yang berisiko menurunkan loyalitas. Organisasi yang tidak hanya memproses keluhan tetapi juga mengelolanya secara strategis—menggunakan analisa data, respons cepat, dan resolusi yang proaktif—dapat secara signifikan meningkatkan persepsi pelanggan dan NPS (Deloitte, 2020).

Perusahaan-perusahaan yang telah mencapai tingkat kematangan tinggi dalam pengelolaan keluhan (level 4 dan 5 dari Complaints Management Maturity Model) mampu mengidentifikasi tren risiko lebih awal, menurunkan waktu penyelesaian, serta mencegah eskalasi keluhan ke regulator (referensi). Misalnya, dengan penerapan sistem predictive analytics berbasis teks dan suara, perusahaan dapat secara dini mendeteksi pola keluhan yang berulang, seperti menganalisa 100 pelanggan di satu wilayah yang mengeluh tentang tarif transfer saldo yang salah—dan dapat langsung melakukan intervensi. Pendekatan seperti ini tidak hanya menyelesaikan masalah tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan (Deloitte, 2020).

Dengan kata lain, semakin banyak keluhan pelanggan yang tidak ditangani dengan baik, semakin rendah NPS yang akan diterima perusahaan. Sebaliknya, organisasi yang memandang keluhan sebagai sumber strategic insight justru mampu mengubah pengalaman negatif menjadi peluang peningkatan loyalitas. Keluhan pelanggan bukan sekadar biaya operasional, tetapi bisa menjadi sumber nilai tambah yang signifikan bagi organisasi bila dikelola secara efektif dan terintegrasi.

Perusahaan-perusahaan besar seperti Vodafone, AT&T, dan Verizon juga mengadopsi model serupa dalam mengelola dan meningkatkan *customer experience* dengan mempercepat respons kepada pelanggan yang secara langsung berdampak pada NPS mereka di pasar yang sangat kompetitif. Sejalan dengan hal ini, Deloitte menekankan bahwa *client feedback is not just informative—it is transformative*, dan menjadi dasar dalam strategi peningkatan layanan dan reputasi merek (Deloitte, 2020).

Salah satu strategi utama yang banyak diterapkan perusahaan adalah digitalisasi layanan pelanggan melalui penggunaan teknologi otomatisasi dan kecerdasan buatan (AI). Perusahaan-perusahaan seperti Vodafone, AT&T, dan Orange telah mengadopsi chatbot, virtual assistant, serta sistem ticketing otomatis untuk menangani keluhan dan permintaan pelanggan secara lebih cepat dan akurat (Gartner, 2021).

Banyak perusahaan dengan NPS tinggi menetapkan standar waktu penyelesaian keluhan (SLA) dan prosedur yang jelas agar setiap keluhan ditangani secara cepat dan adil. Selain itu, perusahaan seperti Zappos, Ritz-Carlton, dan American Express memberikan kewenangan tertentu kepada frontline staff untuk menyelesaikan masalah pelanggan secara langsung tanpa perlu eskalasi ke manajemen—sebuah pendekatan yang mempercepat resolusi dan memperkuat persepsi positif pelanggan (Teneo.ai 2025). Studi oleh (Michel, 2001) menunjukkan bahwa pelanggan yang mengalami masalah namun mendapatkan penanganan cepat dan adil justru dapat menjadi lebih loyal dibanding pelanggan yang tidak pernah mengalami masalah. Fenomena ini dikenal sebagai Service Recovery Paradox. Penanganan yang cepat dan empatik menciptakan kesan bahwa perusahaan benar-benar peduli dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Pelanggan lebih cenderung memaafkan kesalahan jika perusahaan secara proaktif menginformasikan penyebab, estimasi penyelesaian, dan langkah yang sedang diambil. Contohnya, perusahaan layanan cloud seperti Zoom dan Google Workspace menerapkan dashboard status publik untuk menunjukkan transparansi sistem dan memberi pembaruan waktu nyata selama gangguan layanan (Deloitte, 2024). Studi oleh Edelman Trust Barometer (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan meningkat hingga 34% ketika perusahaan secara aktif memberi tahu pelanggan tentang permasalahan internal tanpa harus menunggu pelanggan mengalami sendiri gangguan tersebut.

Studi oleh (Chui & Francisco, 2017) menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam customer service dapat menurunkan waktu respon hingga 30% dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Chatbot, misalnya, dapat merespons keluhan umum dalam

hitungan detik, sementara AI di backend dapat mendeteksi pola-pola keluhan dan mengarahkan kasus kompleks ke unit yang relevan tanpa penundaan.

Dalam studi terkait manajemen layanan, kecepatan respons terhadap keluhan pelanggan sering dikaitkan dengan peningkatan kepuasan pelanggan dan pengurangan keluhan berulang. Perusahaan yang merespons keluhan dengan cepat dan efektif cenderung mengalami peningkatan loyalitas pelanggan dan penurunan jumlah keluhan di masa mendatang (Zeithaml et al., 2006). Selain itu, sebuah studi menunjukkan bahwa waktu respons yang cepat terhadap keluhan dapat mengurangi dampak negatif dari pengalaman buruk pelanggan, sehingga mengurangi kemungkinan pelanggan menyampaikan keluhan tambahan atau menyebarkan pengalaman negatif mereka kepada orang lain (Johnston, R., dan Clark, 2017). Dengan demikian, percepatan penanganan keluhan tidak hanya menyelesaikan masalah individu tetapi juga berkontribusi pada reputasi perusahaan secara keseluruhan. Implementasi sistem manajemen keluhan yang efisien, termasuk pelatihan karyawan untuk merespons dengan cepat dan penggunaan teknologi untuk memantau dan menanggapi keluhan secara real-time, dapat menjadi strategi efektif dalam mengurangi jumlah keluhan pelanggan.

Percepatan waktu penanganan keluhan terbukti dapat menurunkan jumlah keluhan pelanggan secara signifikan, terutama ketika didukung oleh sistem operasi layanan yang efisien. Penerapan sistem informasi yang terintegrasi dan difokuskan pada manajemen operasi layanan memungkinkan perusahaan untuk memonitor, merespons, dan menyelesaikan keluhan dengan lebih cepat dan tepat sasaran. Sebagai contoh, implementasi sistem manajemen operasi layanan oleh Chunghwa Telecom Company berhasil mengurangi jumlah insiden bulanan dari rata-rata 50 menjadi hanya 15, serta mempercepat waktu penanganan insiden dari rata-rata 20 jam menjadi hanya 26 menit. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga secara langsung berkontribusi pada pengurangan jumlah keluhan yang diterima oleh perusahaan (Chen et al., 2010).

Pendekatan *Service Level Agreement (SLA) Driven Operation* menjadi salah satu strategi penting dalam mengoptimalkan pengelolaan operasi telekomunikasi, terutama dalam konteks transformasi digital dan virtualisasi fungsi jaringan. Dengan mengadopsi pendekatan ini, perusahaan telekomunikasi dapat melakukan pengambilan keputusan otomatis dalam pekerjaan penjaminan kualitas layanan berdasarkan parameter SLA yang telah ditentukan. Pendekatan ini memungkinkan pengelolaan layanan yang lebih responsif dan presisi terhadap kebutuhan spesifik pengguna, sekaligus mengurangi ketergantungan

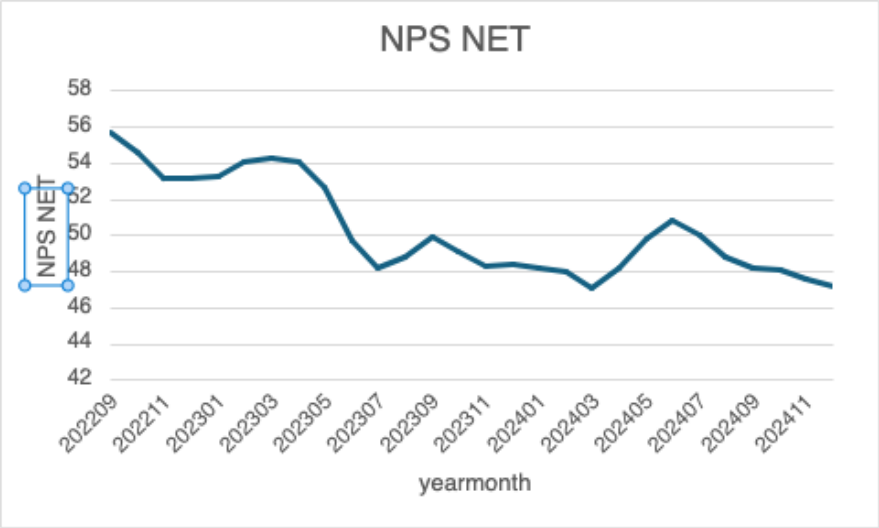
pada proses manual yang seringkali lambat dan kurang efisien. Dengan demikian, SLA Driven Operation berpotensi mempercepat penanganan keluhan pelanggan dan secara tidak langsung menurunkan jumlah keluhan berulang (Takada et al., 2019).

Teknologi memainkan peran penting dalam mempercepat waktu penanganan keluhan pelanggan, terutama melalui penerapan automasi dan kecerdasan buatan (AI). Chatbot dan virtual assistant mampu memberikan respons secara instan terhadap pertanyaan umum, sementara AI yang lebih canggih dapat mengelola dan menganalisis keluhan yang lebih kompleks, lalu mengarahkan ke bagian terkait tanpa keterlambatan. (Chui & Francisco, 2017) mencatat bahwa perusahaan yang memanfaatkan AI dalam layanan pelanggan mampu mengurangi waktu respons hingga 30% (Chui & Francisco, 2017). Selain itu, penggunaan analitik prediktif dan big data memungkinkan perusahaan mengidentifikasi pola keluhan secara cepat dan mengambil tindakan pencegahan sebelum masalah berkembang. Dengan menganalisis data historis dan real-time, perusahaan bisa lebih proaktif dalam mengelola potensi keluhan. Gartner menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat secara signifikan menurunkan volume keluhan pelanggan (Gartner, 2021).

Sebagai operator telekomunikasi terbesar di Indonesia, Telkomsel memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kualitas layanan pelanggan karena basis pelanggannya yang mencapai lebih dari 160 juta pengguna aktif (Telkomsel Annual Report, 2023). Salah satu indikator penting dalam mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah Net Promoter Score (NPS). NPS mencerminkan tingkat kesediaan pelanggan merekomendasikan layanan kepada orang lain, dan sering kali dikaitkan dengan pertumbuhan pendapatan serta loyalitas pelanggan (Reichheld, 2004). Telkomsel telah melakukan berbagai inisiatif dalam meningkatkan layanan pelanggan, seperti pengembangan aplikasi MyTelkomsel, penguatan kanal digital seperti layanan chatbot Veronika, serta implementasi Service Operation Center (SOC) Platform yang bertujuan mengintegrasikan proses monitoring layanan dan penanganan keluhan secara real-time (Telkomsel, 2023). SOC diharapkan mampu mempercepat respons terhadap insiden jaringan dan meminimalkan waktu penanganan keluhan secara signifikan.

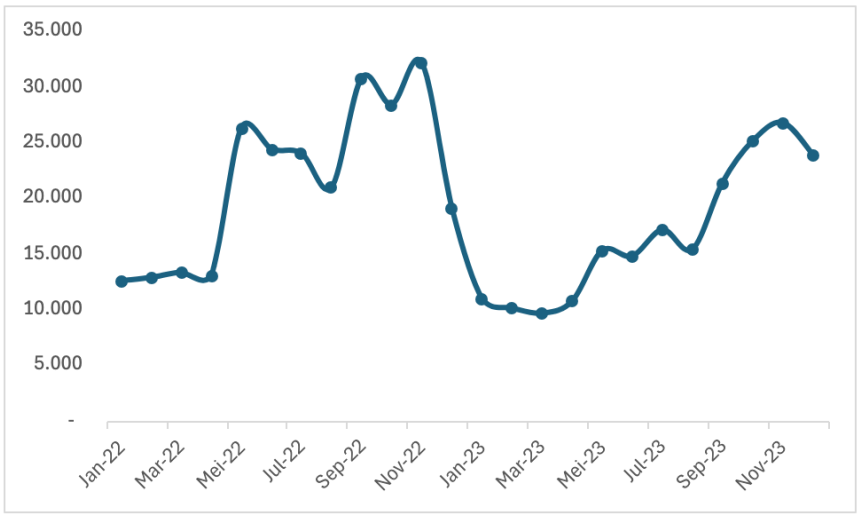
Namun, data NPS Telkomsel antara September 2022 dan Desember 2024 menunjukkan penurunan signifikan. Pada September 2022, NPS Telkomsel tercatat sebesar 55 namun angka ini menurun hingga 48 pada Desember 2023. Penurunan ini berlanjut pada 2024, dengan NPS mencapai titik terendah sebesar 47 pada Maret 2024, dan terlihat stagnan di 47 pada Desember 2024 (Nielsen, 2024). Penurunan NPS ini dapat berdampak pada kinerja perusahaan, karena NPS yang tinggi sering kali dikaitkan dengan

pertumbuhan pendapatan yang lebih stabil dan loyalitas pelanggan yang lebih kuat. Oleh karena itu, penting bagi Telkomsel untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab penurunan NPS ini dan mengambil langkah-langkah strategis untuk memperbaiki kepuasan dan loyalitas pelanggan.



Gambar 1.4 Telkomsel NPS Report (NielsenIQ, 2024)

Untuk mendukung pencapaian OKR dan meningkatkan NPS, Direktorat Network Telkomsel menerapkan strategi untuk menurunkan keluhan jaringan, dengan fokus pada percepatan penanganan keluhan jaringan (OKR Direktorat Network, 2023). Dalam mempercepat waktu penanganan keluhan jaringan, Telkomsel melakukan implementasi Service Operation Center (SOC) Platform. *SOC Platform* memungkinkan pengelolaan jaringan secara *real-time* dan otomasi proses analisa gangguan. Teknologi ini memungkinkan identifikasi yang lebih cepat terhadap anomali jaringan serta otomatisasi dalam proses analisa gangguan, sehingga mengurangi ketergantungan pada deteksi manual dan mempercepat proses perbaikan. - perumusanSebelum implementasi *SOC Platform*, kinerja penanganan keluhan jaringan di Telkomsel masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam efisiensi dan efektivitas penyelesaian keluhan pelanggan.



Gambar 1.5 Jumlah Keluhan Jaringan (Data PT Telkomsel, 2024)

Jumlah keluhan pelanggan terhadap jaringan terus meningkat dari tahun 2022 ke 2023, menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga kualitas layanan. Rata-rata waktu penanganan keluhan juga masih cukup tinggi, yaitu lebih dari 1 (satu) jam dalam menganalisa keluhan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Proses penanganan keluhan ini semakin kompleks karena tim harus bekerja dengan 15 sistem yang berbeda untuk menemukan akar permasalahan dari setiap keluhan pelanggan. Sistem yang terfragmentasi ini menyebabkan keterlambatan dalam identifikasi masalah dan solusi, sehingga mempengaruhi kecepatan serta kualitas penanganan keluhan jaringan.

Dalam beberapa studi, efisiensi dalam penanganan keluhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap Net Promoter Score (NPS) dan churn rate pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Jika keluhan tidak ditangani dengan cepat dan tepat, pelanggan cenderung mencari alternatif lain yang menawarkan layanan lebih andal. Implementasi *SOC Platform* menjadi langkah strategis Telkomsel dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional dalam penanganan keluhan jaringan. *SOC Platform* memungkinkan integrasi berbagai sistem yang sebelumnya bekerja secara terpisah, sehingga proses identifikasi penyebab gangguan dapat dilakukan secara lebih cepat dan akurat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi dalam service operation center dapat mempercepat waktu penyelesaian insiden hingga 50% (Smith & Brown, 2021). Dengan demikian, implementasi *SOC Platform* diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap percepatan penanganan keluhan jaringan serta menurunkan jumlah keluhan pelanggan terhadap jaringan. (Paramita & Noviarisanti, 2021) dalam penelitiannya mengenai pengaruh digitalisasi layanan helpdesk IT pada PT Telkomsel menyimpulkan bahwa penerapan

sistem digital yang terintegrasi secara signifikan mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan pelanggan, khususnya dalam hal kecepatan tanggapan dan akurasi penyelesaian masalah. Digitalisasi ini tidak hanya mempercepat alur respon terhadap keluhan, tetapi juga memperkuat sistem pelacakan dan dokumentasi masalah, sehingga proses penyelesaian menjadi lebih terstruktur dan terdokumentasi dengan baik. Ini relevan dimana implementasi *SOC Platform* di Telkomsel ditujukan untuk mengatasi tantangan serupa. *SOC Platform* adalah Solusi yang mendukung berbagai proses inti dalam operasional layanan telekomunikasi.

Di antaranya mencakup otomasi dalam penanganan keluhan pelanggan, deteksi akar masalah melalui pendekatan *multi-data source demarcation*, serta visualisasi kualitas layanan berdasarkan wilayah geografis dan segmentasi nilai pelanggan—seperti pelanggan VIP atau pengguna dengan *Average Revenue Per User* (ARPU) tinggi. Selain itu, SOC juga mampu mengidentifikasi area atau *cell* jaringan yang memiliki performa buruk (Data Perusahaan Telkomsel, 2022). Fungsi lain dari SOC adalah memperkuat integrasi antara *big data* dan sistem pendukung operasional, termasuk sistem manajemen alarm, pemodelan layanan, serta perencanaan kapasitas jaringan. Yang paling penting, SOC memungkinkan penyelesaian siklus keluhan pelanggan hingga tindakan korektif secara cepat, akurat, dan terukur (Data Perusahaan Telkomsel, 2022).

Dengan demikian penting untuk menganalisis apakah percepatan penanganan keluhan jaringan setelah implementasi *SOC Platform* ini berpengaruh terhadap penurunan jumlah keluhan jaringan. Hal ini pun mendukung strategi Telkomsel dalam meningkatkan nilai NPS dan mencapai target bisnis perusahaan. Implementasi *SOC Platform* di Telkomsel bukanlah sebuah inisiatif yang berdiri sendiri dalam konteks operasional, melainkan merupakan bagian integral dari strategi transformasi layanan digital perusahaan yang dirancang melalui kerangka kerja OKR. Dalam kerangka tersebut, keberhasilan *SOC Platform* tidak hanya dinilai dari aspek keberhasilan peluncuran sistem secara teknis, tetapi lebih jauh lagi diukur dari sejauh mana platform ini mampu memberikan dampak nyata terhadap efisiensi operasional. Salah satu indikator kunci dari efisiensi tersebut adalah kecepatan dalam menangani keluhan, SOC diharapkan turut berkontribusi pada penurunan jumlah keluhan yang diterima perusahaan, sebagai refleksi dari peningkatan kualitas dan kecepatan layanan. Evaluasi berbasis data yang kuat dan terstruktur, untuk mengukur secara kuantitatif sejauh mana implementasi *SOC Platform* berdampak terhadap waktu penanganan keluhan serta terhadap dinamika jumlah keluhan pelanggan melalui penelitian ini menjadi penting tidak hanya untuk mengukur keberhasilan program digitalisasi, tetapi

juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan layanan pelanggan ke depan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, judul penelitian yang diajukan adalah "Dampak Waktu Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Jumlah Keluhan Jaringan Di PT Telkomsel: Studi Eksperimen Implementasi Teknologi Penanganan Keluhan (*SOC Platform*)".

1.3 Perumusan Masalah

Dalam industri telekomunikasi, kualitas jaringan yang optimal menjadi faktor kunci dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan (NielsenIQ, 2024). Direktorat Network sebagai unit yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pemeliharaan jaringan menghadapi tantangan dalam menangani keluhan pelanggan yang terus meningkat. Untuk mengatasi tantangan ini, transformasi digital melalui percepatan waktu penanganan keluhan jaringan dengan implementasi *SOC Platform* menjadi salah satu inisiatif strategis dalam meningkatkan efisiensi operasional dan NPS (OKR Direktorat Network, 2023).

Sebelum implementasi *SOC Platform*, proses penanganan keluhan pelanggan di Telkomsel dilakukan dengan berbagai macam sistem yang terpisah di mana petugas menerima tiket keluhan, kemudian melakukan pengecekan terhadap Key Performance Indicators (KPI) di seluruh perangkat jaringan dengan sistem yang berdiri sendiri untuk setiap KPI perangkat jaringan, lalu menentukan demarkasi, serta melakukan pengalihan (*dispatch*) tiket ke unit teknis yang relevan untuk penyelesaian. Proses ini memerlukan waktu yang cukup lama karena proses terpisah dan manual dalam setiap tahapan verifikasi dan eskalasi tiket (Data Perusahaan Telkomsel, 2023). *SOC Platform* berperan dalam mengintegrasikan berbagai sistem pemantauan jaringan, analitik, dan otomatisasi dalam deteksi serta penanganan gangguan. Dengan adopsi *SOC Platform*, diharapkan dapat mempercepat proses identifikasi dan resolusi masalah jaringan serta menurunkan jumlah komplain terhadap jaringan. Apakah strategi percepatan proses penanganan keluhan mampu mengurangi jumlah keluhan pelanggan terhadap jaringan menjadi pertanyaan utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini akan mengeksplorasi:

1. Apakah waktu penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap jumlah keluhan jaringan sebelum implementasi *SOC Platform*
2. Apakah waktu penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap jumlah keluhan jaringan setelah implementasi *SOC Platform*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian perumusan masalah dan pertanyaan penelitian di atas maka penelitian ini dilakukan untuk:

1. Mengetahui bagaimana perubahan jumlah keluhan pelanggan sebelum implementasi *SOC Platform* di Telkomsel.
2. Mengetahui signifikansi implementasi *SOC Platform* di Telkomsel terhadap jumlah keluhan jaringan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan literatur terkait digitalisasi SOC dalam industri telekomunikasi, khususnya dalam peningkatan kualitas layanan jaringan. Selain itu, penelitian ini berkontribusi terhadap kajian akademik mengenai hubungan antara percepatan penanganan keluhan jaringan dan jumlah keluhan jaringan, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional di industri telekomunikasi.

1.5.1 Praktis

Penelitian ini menawarkan manfaat praktis yang signifikan dengan memberikan wawasan mendalam mengenai digitalisasi SOC. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai panduan praktis bagi Direktorat Network Telkomsel dalam merancang dan mengimplementasikan strategi untuk menangani keluhan pelanggan secara lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mendukung Direktorat Network dalam mengurangi jumlah keluhan pelanggan dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, serta memperkuat penerapan transformasi digital di Telkomsel.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan isi penelitian dengan akurat. Pada bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA: Bab ini berisi uraian teori-teori yang digunakan dengan jelas dan singkat serta literaturr-literatur terkait penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan perbandingan masalah sehingga diperoleh gambaran dan kerangka pemikiran yang jelas terhadap penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN: Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, dan teknik analisis data yang dapat menjawab masalah dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN: Bab ini menguraikan pembahasan dan analisa yang dilakukan secara rinci sehingga masalah gapat digambarkan dengan jelas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN: Bab ini berisi tentang keseluruhan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan memberikan saran bagi pihak – pihak yang berkepentingan.