

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Inovasi-inovasi terkait teknologi informasi dan teknologi juga terus terjadi. Terdapat berbagai macam media yang menyediakan sarana untuk berkomunikasi, sehingga saat kita akan melakukan komunikasi kita tidak harus selalu bertatap muka satu sama lain.

Dampak dari perkembangan ini membuat pemerintah dan perusahaan-perusahaan swasta yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk mengelolah usaha yang berkaitan dengan bidang telekomunikasi.

PT. Telkom Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi. Perusahaan-perusahaan swasta yang bergerak di bidang pelayanan jasa telekomunikasi yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu PT. Indosat Tbk, PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Jasnita Telekomindo Tbk, PT. First Media Tbk, PT. Link Net Tbk, PT. Bali Towerindo Sentra Tbk, PT. Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk, PT. Inti Bangun Sejahtera Tbk, PT LCK Global Kedaton Tbk, PT. Protech Mitra Perkasa Tbk, PT. Solusi Tunas Pratama Tbk, PT. Tower Bersama Infrastructure Tbk, PT. Sarana Menara Nusantara Tbk, PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk.

Dalam hal menghadapi persaingan ini, *customer service* memiliki peran penting dalam memberikan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan. *Customer service* harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam meyakinkan para pelanggan. Apabila *customer service* tidak menjalankan tugasnya dengan baik, maka akan mengurangi rasa kepercayaan dari para pelanggan terhadap perusahaan dan mencari perusahaan lainnya.

Strategi pelayanan yang diberikan *customer service* bukan cuma semata-mata melayani tapi bagaimana membuat konsumen merasa puas serta merasa

percaya. Dengan kepuasan serta kepercayaan inilah maka akan terjalin hubungan kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dalam bentuk skripsi dengan judul : “STRATEGI PELAYANAN *COSTUMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TELKOM INDONESIA CABANG MAUMERE”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere?
2. Apa Saja Peran dan Hambatan *Customer Service* di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok permasalahan sehingga penelitian ini dapat lebih terarah, maka penulis membatasi masalah penelitian ini yang difokuskan kepada PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Strategi *Customer Service* dalam meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere.
2. Untuk Mengetahui Peran dan Hambatan *Customer Service* di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Pada penulisan ini diharapkan memiliki manfaat dari penelitian antara lain sebagai berikut :

### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi informasi yang digunakan khususnya mengenai strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan perusahaan harapan.

### **2. Bagi STIAMAK Barunawati**

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah literatur perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, sekaligus dapat menerapkan teori mengenai strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

### **3. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan wawasan yang bertambah. Peneliti lebih memahami tentang strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi ini dilakukan dengan pedoman pada sistematika sebagai berikut :

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai topik latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

### **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Merupakan bab yang memuat landasan teori, penelitian sebelumnya dan hipotesis

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai kerangka konseptual, populasi, dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, batasan dan asumsi penelitian, jenis dan sumber data, model dan teknik analisis, batasan istilah, alur kerangka berpikir

### **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Metode dan teknik yang digunakan dalam analisis terdapat dalam bagian ini. Bagian ini menjelaskan populasi dan sampel yang digunakan, serta metode kuantitatif yang digunakan

### **5. BAB V PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh penulis