

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Telkomsel adalah perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan lebih dari 110 juta pelanggan prabayar dan pascabayar. Sebagai perusahaan jasa, bisnis Telkomsel tak hanya berkutat di seputar layanan telekomunikasi saja, namun yang juga tak kalah penting adalah pelayanan terhadap keluhan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan ini dimulai sejak dari pelanggan mulai berlangganan, pemberian informasi terkait produk yang dimiliki pelanggan, bantuan dalam membeli layanan tambahan, bantuan dan jawaban atas keluhan pelanggan, hingga proses terminasi layanan.

Dengan jumlah pelanggan yang besar, manajemen pelayanan pelanggan merupakan hal yang digarap serius oleh PT. Telkomsel. Sebagai kanal utama, lini terdepan pelayanan pelanggan ditopang oleh 4 Call Center, 120 Grapari, dan lebih dari 300 Grapari Kios di seluruh Indonesia. Grapari dan Grapari Kios adalah pusat pelayanan pelanggan yang terdapat di pusat kota, mall, dan juga menjangkau hingga ke pelosok kota. Komitmen Telkomsel ini ditunjukkan dengan jumlah Grapari dan Grapari Kios yang terus meningkat setiap tahun, serta dengan rencana penambahan Call Center. Hal ini dilakukan untuk menambah kepuasan pelanggan, yang antara lain terwujud dari minimalnya waktu tunggu untuk

dilayani, lama waktu pelayanan, serta kemudahan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan.

Dengan semangat tersebut, sejak kurang lebih dua tahun silam Telkomsel telah menambah kanal pelayanan dengan menghadirkan web self-service (pelayanan mandiri) yang dinamakan Telkomsel Self Care atau biasa disebut tCare. Jenis pelayanan yang ditawarkan melalui web self-service ini memang tidak selengkap pelayanan dengan cara tatap muka langsung dengan *Customer Service Representative (CSR)* di Grapari atau Grapari Kios, namun web self-service mempunyai keunggulan tersendiri, antara lain dalam meminimalisasi waktu tunggu pelayanan dan juga memberi kemudahan akses bagi pelanggan. Di sisi lain, web self-service dapat menjadi alat bantu perusahaan untuk menjangkau pelanggan, memberikan informasi terbaru seputar produk dan layanan, serta tidak mustahil dapat meningkatkan efisiensi. Dengan adanya tCare, pelanggan tidak perlu selalu mengunjungi Grapari/ Grapari Kios, ataupun menunggu dilayani oleh agen Call Center untuk mendapatkan pelayanan tertentu. Hal ini tentu dapat menekan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, antara lain untuk menyediakan tambahan CSR ataupun agen Call Center, ataupun untuk menyediakan tambahan infrastruktur pelayanan.

Terlepas dari pentingnya sistem ini, sampai sejauh ini perusahaan belum memiliki metode yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja sistem. Selain itu perusahaan juga merasa perlu untuk mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi kinerja sistem. Hal ini diperlukan agar perusahaan dapat mengoptimalkan sistem yang telah ada, dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

1.2 Rumusan Permasalahan

Perusahaan mengenali potensi web self-service sebagai salah satu ujung tombak pelayanan. Dengan melihat kondisi yang sekarang terjadi, dibutuhkan pengukuran kinerja ataupun evaluasi terhadap sistem yang saat ini telah diimplementasikan. Untuk melakukan hal ini, perlu diketahui indikator apa saja yang secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja tCare.

Berdasarkan penjelasan ini, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas, yaitu :

1. Indikator yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran terhadap kinerja sistem?
2. Faktor apa yang mempengaruhi kinerja sistem?
3. Bagaimana hasil pengukuran kinerja sistem?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan butir-butir permasalahan yang telah dirumuskan, maka dapat dirumuskan pula tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Merumuskan indikator-indikator yang terlibat dalam pengukuran kinerja sistem.
2. Merumuskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja sistem.
3. Melakukan interpretasi terhadap hasil pengukuran sebagai gambaran dari kinerja sistem.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat praktis bagi perusahaan, yaitu pengetahuan akan kondisi sistem saat ini. Berikutnya, manajemen diharapkan dapat menyadari potensi yang terdapat dalam web self-service, dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pada akhirnya, perusahaan akan mendapatkan gambaran mengenai langkah yang dapat ditempuh sebagai upaya optimalisasi web tCare sebagai salah satu kanal utama dalam membangun komunikasi positif dengan pelanggan.

Dari sisi akademis, penelitian ini bermanfaat dalam menerapkan hasil studi khususnya dalam cakupan manajemen sistem informasi. Dan secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi seputar evaluasi web terkait pelayanan pelanggan, khususnya web self-service.

1.5 Ruang Lingkup

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian, maka dalam studi kasus ini pengukuran kinerja dilakukan terhadap sistem informasi yang telah ada, yaitu web Telkomsel Self Care atau tCare. Penelitian ini tidak bermaksud untuk mengusulkan pengembangan terhadap sistem yang telah ada.