

**EFEKTIVITAS CHAT INDITA PADA APLIKASI MY INDIHOME DALAM  
PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT.  
TELEKOMUNIKASI INDONESIA. Tbk SUMBAR**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan(DIII)  
Sebagai Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya*



**AHKAMIL HAKIMIN**

**NIM/ 2017/17134008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN (DIII)**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

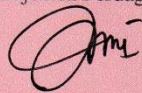
**2020**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**EFEKTIVITAS CHAT INDITA PADA APLIKASI MY INDIHOME DALAM  
PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT.  
TELEKOMUNIKASI INDONESIA. Tbk SUMBAR**

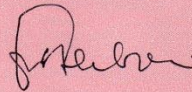
Nama : Ahkamil Hakim  
BP/NIM : 2017/17134008  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Diketahui oleh  
Koordinator Program Diploma (DIII)  
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 197512091999032001

Padang, Agustus 2020  
Disetujui oleh  
Pembimbing Tugas Akhir



Gesit Thabrani, SE, MT  
NIP. 197606062002121005

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**EFEKTIVITAS CHAT INDITA PADA APLIKASI MY INDIHOME DALAM  
PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT.  
TELEKOMUNIKASI INDONESIA. Tbk SUMBAR**

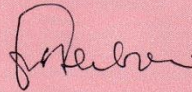
Nama : Ahkamil Hakim  
BP/NIM : 2017/17134008  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Diketahui oleh  
Koordinator Program Diploma (DIII)  
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 197512091999032001

Padang, Agustus 2020  
Disetujui oleh  
Pembimbing Tugas Akhir



Gesit Thabrani, SE, MT  
NIP. 197606062002121005

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahkamil Hakimin  
Thn. Masuk/NIM : 2017/17134008  
Tempat/Tgl. Lahir : Bukittinggi/28 Agustus 1997  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Keahlian : -  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl. Adinegoro No.11 Rt/Rw 01/08 kelurahan batang  
Kabung Ganting, Kecamatan Koto Tengah  
Judul Tugas Akhir : Efektifitas Chat Indita Pada Aplikasi Myindihome Dalam  
Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome Pada PT.  
Telekomunikasi Indonesia, Tbk Sumbar

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lainkecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oranglain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapatketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelarakademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2020

Yang menyatakan,



Ahkamil Hakimin  
NIM.17134008

## **ABSTRAK**

**Ahkamil Hakimin (17134008/2017) : Efektivitas Chat Indita Pada Aplikasi Myindihome Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk Sumbar**

**Pembimbing : Gesit Thabrani, SE, M.T.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penggunaan Aplikasi Myindihome dalam penanganan keluhan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Sumbar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan Manajer *Customare Care* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Sumbar. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa efektivitas penanganan keluhan pelanggan menggunakan Aplikasi Myindihome cukup efektif karena setiap keluhan yang masuk akan direspon dan akan diusahakan perbaikannya oleh pihak telkom dengan waktu maksimal 3x24 jam tergantung jenis keluhan terhitung setelah laporan masuk.

**Kata Kunci : Efektifitas dan Kepuasan Kelanggan**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmad, ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“EFEKTIVITAS CHAT INDITA PADA APLIKASI MY INDIHOME DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA. Tbk SUMBAR”**. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Untuk kedua orang tua saya mama dan ayah yang saya hormati dan saya cintai dan kakak dan abang yang saya sayangi, selalu memberikan motivasi dan dukungan serta selalu mendoakan keberhasilan saya.
2. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku dosen pembimbing Tugas Akhir dan yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta meluangkan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhi ini.
3. Ibu Dina Patrisia, S.E, M.Sc, Ph.D sebagai ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan, dan staf Tata Usaha Program Diploma III Manajemen

Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kebutuhan dalam penelitian untuk Tugas Akhir ini.

4. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Latifah Hanum selaku Manajer *Customer Care* yang menjadi narasumber dari kegiatan penelitian Tugas Akhir ini.
6. Kepada saudara-saudara saya (Uni Pipi, Uda Kojik, Uni Cutin, Uda Calan, Uni Yola, Uni Tika, Miza), serta teman-teman dan sahabat saya (Fahry, Alan, Adil, Fatma, Nadira, Uun, Aya, Abel, Sitra, Widya, Adek, Mba Yuli) serta teman-teman Prodi Manajemen Perdagangan angkatan 2017 yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sesegera mungkin.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari masi banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang demi kesempurnaan Tugas Akhir ini dan penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Padang, Agustus 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBARAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Mamfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
A. Konsep Efektifitas .....	11
B. Konsep Pelayanan dan Keluhan Pelanggan .....	17
C. Konsep Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan .....	22
D. Pelayanan Prima .....	23
E. Efektifitas Penanganan Keluhan Pelanggan .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
A. Bentuk Peneletian .....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
C. Rancangan Penelitian .....	27
D. Objek Peneltian .....	29
E. Sumber Data .....	29
F. Pembahasan.....	30
<b>BAB V PEMBAHASAN</b> .....	<b>31</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
B. Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome Melalui Aplikasi Myindihome .....	40
C. Efektifitas Indita .....	52

D. Kelebihan dan Kekurangan Indita Dalam Penanganan Keluhan	55
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar top brand award untuk kategori ISP .....	4
Tabel 2 Laporan jumlah keluhan indihome pada Januari-desember 2019.....	7
Tabel 3 Laporan jumlah keluhan indihome pada Januari-desember 2019.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia.....	37
Gambar 2 Organisasi PT. Telekomunikasi WITEL Sumatera Barat.....	39
Gambar 3 Alur Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome.....	40
Gambar 4 Menu Utama (Beranda) Aplikasi Myindihome.....	41
Gambar 5 Menu Bantuan Pada Aplikasi Myindihome .....	42
Gambar 6 Menu Indita .....	43
Gambar 7 Menu Pengaduan Layanan Pada Aplikasi Myindihome.....	44
Gambar 8 Tampilan Topik Bantuan .....	45
Gambar 9 Tampilan Petunjuk Perbaikan .....	46
Gambar 10 Tampilan Kolom Penyampaian Keluhan .....	47
Gambar 11 Tampilan Laporan Diterima .....	48
Gambar 12 Tampilan Nomor Tiket Laporan Keluhan.....	49
Gambar 13 Tampilan Pengecekan Informasi Perkembangan Perbaikan .....	50
Gambar 14 Telepon Dari Pihak Telkom .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2. Surat Penelitian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era digital yang semakin ketat ini, salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Setiap perusahaan mengharapkan keuntungan yang maksimal dengan memanfaatkan berbagai cara dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Masalah persaingan juga merupakan salah satu kendala yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan agar dapat bertahan dipasar persaingan. Persaingan terjadi diberbagai perusahaan yang bergerak pada bidangnya masing-masing. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa/*service*. Pada masa sekarang semakin banyak perusahaan yang menyediakan produk berupa jasa/*service* dan bersaing untuk mempromosikan diri agar diminati oleh konsumen. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

*Service* menurut Tjiptono (2014) secara sederhana, *service* diartikan melakukan sesuatu bagi orang lain. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan *service*. Sebagai jasa *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi dan seterusnya. Sebagai layanan, istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*consumer service*), yang mencakup aktivitas menjawab pertanyaan pelanggan, menangani keluhan pelanggan,

memproses pesanan, menginstalasi produk, mengeparasi setiap kerusakan, dan seterusnya. Sementara itu, kata *service* lebih mengacu pada konteks reparasi, misalnya *service* sepeda motor, *service* peralatan elektronik, dan sebagainya. Dalam kegiatan pemasaran jasa *service*, perusahaan juga harus memiliki pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta mendukung kemajuan perusahaan. Perusahaan perlu mengembangkan sikap *responsif* terhadap kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, perusahaan yang bergerak dibidang jasa *service* masih banyak menemui komplain yang disampaikan oleh pelanggannya yang disebabkan oleh gangguan yang terjadi pada produk yang dipasarkan atau ketidaksesuaian antara keinginan dengan kenyataan yang diterima pelanggan tersebut.

Keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan (Tjiptono:2005). Tjiptono juga menyebutkan dalam beberapa tahun terakhir makin banyak konsumen yang menyampaikan komplain secara terbuka di media masa, baik lewat rubrik surat pembaca maupun SMS. Terlepas dari motivasi konsumen (ingin cepat direspon, frustasi karena tidak pernah mendapatkan solusi sebagaimana diharapkan 'balas dendam' dan ingin membuat kapok perusahaan yang bersangkutan, ingin memperingatkan konsumen lain agar pengalaman serupa tidak terulang, sebenarnya komplain konsumen bisa menjadi 'kesempatan kedua' bagi perusahaan untuk menyelesaikan masalah, memperbaiki hubungan dan bahkan memuaskan konsumennya.

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa *service* atau jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Produk yang ditawarkan oleh Telkom ada beberapa yaitu *indihome*, *wifi.id* dan *UseeTV* dan lain lain. *Indihome* merupakan produk yang paling diminati oleh pelanggan karena produk ini menawarkan *Triple Play* yang terdiri dari Internet Rumah (*fixed Broadband Internet*), Telepon Rumah (*fixed Phone*), dan TV Interaktif (*UseeTV*), sehingga membuat pelanggan mendapatkan 3 layanan sekaligus dalam satu produk. Dalam pasar persaingan, *Indihome* juga memiliki beberapa pesaing. Karena, bukan hanya PT. Telkom saja yang menawarkan produk layanan internet tetapi masih ada perusahaan lain. Untuk infrastruktur yang masih menggunakan *Multy Service Access Node* (MSAN), *Indihome* ditawarkan dengan paket kecepatan sampai dengan 40 Mbps. *Indihome* pada MSAN diposisikan untuk mendukung posisi market *leadership* dari *Indihome Fiber*. Sedangkan yang menggunakan infrastruktur *copper wire*, optimal pada kecepatan sampai dengan 10 Mbps, akan terus dikurangi (Telkom.co.id).

PT Telkom Indonesia Witel Sumbar sendiri mempunyai strategi pemasaran yang tidak di punyai oleh *provider* pesaing yaitu dengan GEMPAR (Gerakan Massal Pemasaran). *Gempar* ini merupakan sebuah strategi pemasaran Telkom untuk mengenalkan kepada masyarakat *Indihome 100% fiber* untuk mencapai target 5 juta pelanggan. Ini juga merupakan strategi Telkom Witel Sumbar untuk menempati posisi 10 teratas witel Indonesia.

**Tabel 1. Daftar Top Brand Award untuk kategori ISP (Internet Service Provider) Fixed**

<b>No.</b>	<b>MEREK</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
1	Indihome	36.7%	<b>TOP</b>
2	First Media	23.1%	<b>TOP</b>
3	Biz Net	8.2%	
4	Indosat M2	4.5%	

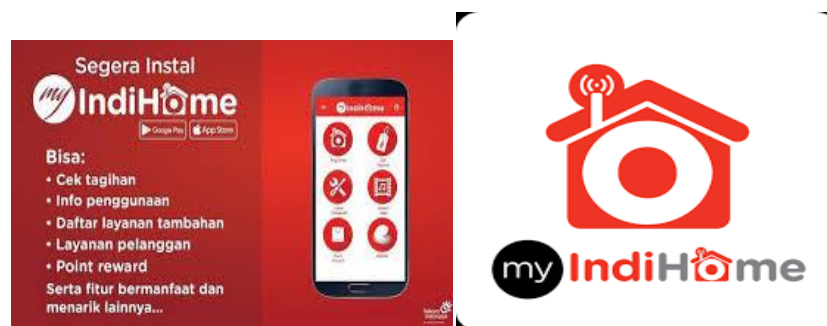
*Sumber: Topbrand-award.com.2020*

Tabel diatas memperlihatkan bahwa produk indihome menempati posisi teratas untuk kategori ISP Fixed dalam TOP Brand Award. Untuk posisi kedua adalah First Media dengan TBI sebesar 23.1 %, pada posisi ketiga dan keempat masing masing ditempati oleh Biz Net dan Indosat M2 dengan TBI Biz Net sebesar 8.2% serta Indosat M2 dengan TBI sebesar 4.5%. Indihome sendiri berada pada urutan pertama dengan TBI jauh melebihi para pesaingnya yakni Firts Media, Biz Net dan Indosat M2 dengan TBI sebesar 36.7%. Meskipun perbandingan TBI Indihome dan First media sangat jauh, akan tetapi indihome harus tetap mempertahankan posisinya dengan memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

Dalam kegiatan pemasaran produknya PT. Telkom juga menghadapi komplain dari pelanggan yang merasakan gangguan yang terjadi pada produk yang mereka gunakan. Indihome merupakan salah satu produk yang paling banyak membuat PT. Telkom melakukan pelayanan secara langsung kepada pelanggan, karena produk ini merupakan produk yang paling banyak diminati oleh konsumen. Dalam penggunaan

produk indihome oleh pelanggan, masih banyak pelanggan yang menemukan masalah pada produk yang mereka gunakan sehingga terjadi komplain pelanggan pada produk indihome yang disampaikan langsung pada PT. Telkom.

Komplain pelanggan pada PT. Telkom bisa terjadi kapan saja, oleh karena itu pihak dari telkom harus menyiapkan strategi penanganan keluhan untuk membuat pelanggannya tetap percaya dan selalu menggunakan produk dari PT. Telkom. Salah satunya adalah dengan memberikan respon yang cepat terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. Pelanggan dapat menyampaikan keluhan melalui petugas *Customer Care*. PT. Telkom menyediakan beberapa layanan untuk menyampaikan keluhan seperti, layanan telepon di 147, media sosial (*Facebook & Twitter*), melalui layanan Chating Indita pada Aplikasi MyIndihome menggunakan Smartphone dan langsung datang ke Plasa Telkom. Selain itu, PT. Telkom juga harus memastikan apakah penanganan dan pelayanan keluhan yang dilakukan telah berjalan dengan standar yang telah ada sehingga akan menciptakan konsumen yang loyal terhadap produk Indihome pada PT. Telkom.



**Gambar 1. Aplikasi Myindihome**

*Sumber : Telkom.co.id*

Seiring dengan perkembangan teknologi PT. Telkom selalu berinovasi untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen mereka. Untuk menjawab tantangan digital PT. Telkom meluncurkan sebuah aplikasi berbasis Android. Aplikasi ini memberikan layanan, mulai dari pengecekan ketersediaan jaringan *fiber optic* untuk registrasi Indihome dan *order tracking*. Fungsi dari *order tracking*, tidak hanya meningkatkan kemudahan dalam proses registrasi Indihome baru, tetapi *order tracking* juga memberikan kepastian layanan dalam proses registrasi dan aktivasi Indihome di rumah pelanggan. Melalui menu ini pelanggan juga dapat memilih waktu yang sesuai untuk proses instalasi Indihome di rumah dan terus memantau proses aktivasi. Selain itu, melalui aplikasi ini pelanggan juga dapat menyampaikan berbagai keluhan yang dihadapi kepada pihak telkom untuk dapat diperbaiki.

Aplikasi Myindihome yang diluncurkan PT. Telkom pada tahun 2016 menyediakan berbagai layanan dan memberikan kemudahan kepada pelanggan Indihome. Diantaranya kemudahan untuk mendapatkan informasi dan layanan terkait Indihome. Fungsi ini biasa disebut dengan *self-care*. Manfaat lainnya adalah penyampaian keluhan adanya gangguan juga bisa dilakukan melalui layanan pada aplikasi Myindihome yang disebut dengan INDITA.

INDITA merupakan sebuah layanan Chating yang disediakan oleh pihak PT. Telkom melalui Aplikasi Myindihome untuk memudahkan konsumennya. Penggunaan Indita bisa dilakukan diamanapun dan kapanpun karena akses Indita bisa melalui Smartphone pelanggan, sehingga lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan pelaporan tanpa harus mengunjungi kantor Telkom. Layanan ini juga bisa

digunakan untuk menanyakan informasi meliputi Indihome, Layanan pasang baru Indihome serta pelaporan adanya gangguan jaringan Indihome ataupun hanya sekedar bertanya terkait dengan Indihome baik berupa tarif, macam-macam produk dan lain lain.

Pada Aplikasi tersebut pelanggan akan dilayani oleh seseorang yang disebut dengan Indita. Pelanggan yang hanya menanyakan sebuah informasi akan dijelaskan terkait hal yang ditanyakan, kemudian untuk laporan adanya keluhan secepatnya akan ditanggapi oleh Indita, setelah keluhan dipastikan kemudian laporan tersebut akan langsung diteruskan ke bagian yang bersangkutan untuk selanjutnya dilakukan perbaikan.

**Tabel 2. Laporan Jumlah keluhan Indihome Pada Januari – Desember tahun 2019**

<b>Status/Bulan</b>	<b>Telepon 147</b>	<b>Medsos (FB &amp; Twitter</b>	<b>My Indihome</b>	<b>Plasa Telkom</b>
Januari	2.439	167	474	1.730
Februari	1.947	136	515	1.699
Maret	2.251	153	469	1.749
April	2.382	142	331	1.598
Mai	2.369	193	211	1.580
Juni	2.038	185	305	1.325
Juli	2.549	267	413	1.885
Agustus	2.304	177	430	1.626
September	2.296	175	329	1.535
Oktober	2.550	218	478	1.800
November	2.446	269	460	1.566
Desember	2.153	230	485	2.016
<b>Total</b>	<b>27.724</b>	<b>2.312</b>	<b>4.900</b>	<b>20.109</b>

*Sumber: customer care telkom witel sumbar.2020*

Berdasarkan tabel diatas dapat dipahami bahwa jumlah keluhan yang masuk ke telkom melalui *customer care* dibagi menjadi beberapa channel. Channel pertama Telepon 147 dengan total keluhan masuk yakni 27.724 laporan terhitung Januari-desember 2019, channel media social (*facebook* dan *Twitter*) dengan jumlah 2.312

laporan Januari-desember 2019, kemudian channel My Indihome (Chat Indita) dengan jumlah pada Januari-Desember 2019 sebanyak 4.900 laporan, dan terakhir channel plasa Telkom dengan total 20.109 laporan pada Januari-Desember 2019.

Layanan Indita ini sangat bermanfaat bagi orang-orang yang aktifitas sehari-harinya sangat padat, sehingga tidak cukup waktu untuk mendatangi telkom untuk melaporkan adanya gangguan yang mereka hadapi. Karena pelaporan adanya gangguan cukup menggunakan aplikasi Myindihome yang dapat digunakan menggunakan handphone pelanggan. Selain itu, pada layanan Indita juga menerima layanan pasang baru Indihome, sehingga calon pengguna tidak perlu mengantri di Plasa Telkom untuk melakukan pendaftaran pasang baru Indihome.

Menurut Bastian efektivitas dapat diartikan sebagai keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu efektifitas adalah hubungan antara output dan tujuan dimana efektivitas diukur berdasarkan seberapa jauh tingkat output atau keluaran kebijakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Efektivitas dapat diukur melalui berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan organisasi sebelumnya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dapat dikatakan telah berjalan dengan efektif. Efektifitas tidak menyatakan tentang berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut, namun efektivitas hanya melihat apakah

proses program atau kegiatan yang berjalan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Ulum:2004).

Berdasarkan penjelasan diatas penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai penanganan keluhan pelanggan terkhusus pada layanan chatting Indita. Hal ini yang melatar belakangi penulis ingin mengangkat pokok permasalahan dalam penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“Efektivitas Chat Indita Pada Aplikasi Myindihome dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Sumbar”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan latar belakang masalah yang telah dijabarkan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Apakah layanan chat Indita pada aplikasi Myindihome cukup efektif dalam penanganan keluhan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Sumbar.

#### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui apakah chat indita pada aplikasi Myindihome cukup efektif dalam penanganan keluhan pelanggan Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Sumbar.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Untuk Penulis

Sebagai syarat untuk menyelesaikan Tugas Akhir pada Program Studi Diploma III Fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang serta untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan.

2. Untuk Akademis

Manfaat penelitian Tugas Akhir ini bagi akademis yaitu sebagai referensi untuk rekan-rekan yang membutuhkan pada penelitian kedepannya.

3. Untuk Perusahaan

Sebagai masukan untuk perkembangan perusahaan yang bersangkutan dimasa akan datang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan pelanggan indihome melalui indita sudah berjalan efektif. Hal ini salah satunya ditandai dengan adanya layanan yang diberikan kepada pelanggan melalui indita berupa petunjuk perbaikan keluhan yang dirasakan sehingga permasalahan cepat diatasi tanpa harus menunggu teknisi dari pihak telkom. Namun, jika keluhan masih belum bisa diatasi pihak telkom akan segera menindaklanjuti keluhan tersebut dengan batas waktu maksimal 3x24 jam. Selain itu dalam menangani laporan yang masuk respon yang diberikan kepada pelanggan sangat cepat, sehingga memberikan rasa nyaman dan rasa puas kepada pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Dari hasil wawancara faktor yang mempengaruhi efektifitas penanganan keluhan pelanggan indihome adalah, pertama faktor kesadaran, kedua faktor aturan dan ketiga faktor sarana layanan. Selain itu, untuk layanan indita sendiri masih kurang dikenal luas di masyarakat terkhusus pelanggan indihome jika dibandingkan dengan call center 147.

#### **B. Saran**

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Manajer *Costumare CarePT*. Telekomunikasi Indonesia Sumbar maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Lebih jauh menyebarkan informasi terkait adanya Layanan Indita pada aplikasi Myindihome yang lebih memudahkan pelanggan.

2. Meningkatkan respon positif dari petugas terhadap setiap keluhan yang disampaikan pelanggan.
3. Melakukan peninjauan kembali dari perbaikan yang telah dilakukan.
4. Memberikan kejelasan kepada pelanggan jika keluhan belum teratasi dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendy. (2010). *Komunikasi teori dan praktek*. Jakarta: PT. Grafindo.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2008). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kertamukti, W. L. (2016). Penanganan Pengaduan Masyarakat Sebagai Pendukung Iklim Organisasi. *Ilmu Komunikasi* , 100-101.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Majid, A. (2009). *Customer Service Dalam Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- MD, I. U. (2004). *Akuntansi Sektor Publik* . Malang: UMM Press.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Siagian, S. P. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja* . Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Steers, R. M. (1985). *Efektifitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- www.telkom.co.id. (2020). *Profil Perusahaan*. Diakses 06 Agustus 2020 dari [https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id\\_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat](https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat)
- www.topbrand-award.com. (2020). *Top Brand Award*. Diakses 05 Mei 2020 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>