

**EVALUASI SISTEM CHATBOT OCA SEBAGAI PELAYANAN
PENGADUAN KELUHAN PELANGGAN PT TELKOM INDONESIA DI
PLASA TELKOM WITEL SUMBAR KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan Program S-1 Ilmu
Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang*



TAMARA ANGELINA

21042361

DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI NEGARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Evaluasi Sistem Chatbot Oca Sebagai Pelayanan Pengaduan
Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia di Plasa Witel
Sumbar Kota Padang

Nama : Tamara Angelina

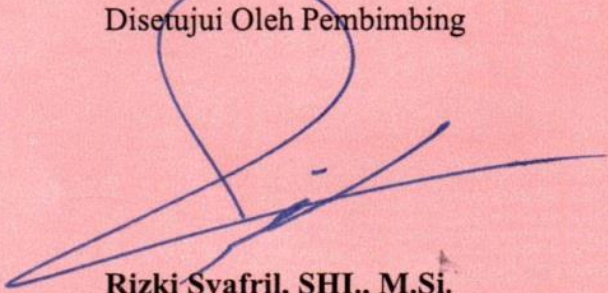
NIM/TM : 21042361/2021

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Departemen : Ilmu Administrasi Negara

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial

Padang, 30 Oktober 2025
Disetujui Oleh Pembimbing



Rizki Syafril, SHI., M.Si.
NIP. 198712032019031008

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Terakreditasi SINTA 4

Departemen Ilmu Administrasi Negara

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

Pada hari Kamis, 30 Oktober 2025 Pukul 14.00 WIB s/d 15.00 WIB

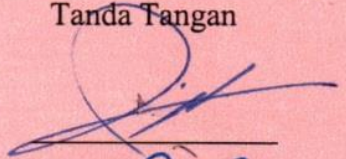
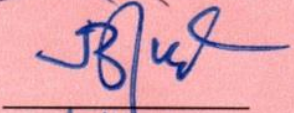
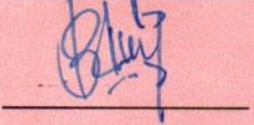
Evaluasi Sistem Chatbot Oca Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT

Telkom Indonesia di Plasa Witel Sumbar Kota Padang

Nama : Tamara Angelina
TM/NIM : 2021/21042361
Program studi : Ilmu Administrasi Negara
Departemen : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 30 Oktober 2025

Tim Penguji:

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Rizki Syafril, SHI., M.Si.	1. 
Anggota	: Adil Mubarak, S.IP., M.Si.	2. 
Anggota	: Boni Saputra, S.AP., MPA.	3. 

Mengesahkan

Dekan FIS UNP,



Afriva Khaidir, SH., M.Hum., MAPA., Ph.D
NIP. 196604111990031002

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tamara Angelina

NIM/TM : 21042361/2021

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Jurusan : Ilmu Administrasi Negara

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Evaluasi Sistem Chatbot OCA Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang”** adalah benar dan merupakan karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya, apabila ada kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini, sepenuhnya merupakan tanggung jawab saya sebagai penulisnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 30 Oktober 2025

Saya yang menyatakan,



Tamara Angelina

2021/21042361

ABSTRAK

TAMARA ANGELINA 21042361 : EVALUASI SISTEM CHATBOT OCA SEBAGAI PELAYANAN PENGADUAN KELUHAN PELANGGAN PT TELKOM INDONESIA DI PLASA TELKOM WITEL SUMBAR KOTA PADANG

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berbagai kendala dalam penggunaan Chatbot OCA sebagai layanan pengaduan pelanggan PT Telkom Indonesia di Plasa Witel Sumbar Kota Padang. Meskipun dirancang untuk mempermudah penyampaian keluhan secara daring, masih ditemukan keterbatasan seperti jawaban yang bersifat standar, ketidakmampuan menangani gangguan teknis, serta perlunya tindak lanjut manual oleh teknisi maupun mitra Grapari Telkomsel. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi sistem Chatbot OCA berdasarkan enam indikator evaluasi pelayanan menurut William N. Dunn, yaitu efektivitas, efisiensi, kecukupan, perataan, responsivitas, dan ketepatan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan pelanggan IndiHome, pegawai Telkom, manajer Plasa Witel Sumbar, serta mitra teknis Grapari Telkomsel, dan studi dokumentasi. Teknik penentuan informan dilakukan dengan purposive sampling, uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, sedangkan analisis data mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldana (2014).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Chatbot OCA cukup berkontribusi dalam mendukung transformasi pelayanan digital dengan menghadirkan kemudahan akses, efisiensi biaya, serta penyaringan data awal pelanggan. Layanan ini membantu mengurangi beban kerja frontliner dan menekan antrean, tetapi efektivitasnya masih terbatas karena mayoritas keluhan teknis tetap ditangani teknisi. Chatbot memberikan layanan setara, namun perbedaan literasi digital menciptakan kesenjangan pengalaman. Respons awal cepat, tetapi penyelesaian akhir sering tidak konsisten, sehingga menurunkan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, Chatbot OCA tepat untuk kebutuhan administratif, namun kurang memadai bagi pengaduan teknis kompleks. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan akurasi jawaban, konsistensi SOP, serta integrasi lebih kuat dengan tim teknis dan mitra Grapari agar layanan ini lebih efektif, efisien, inklusif, dan tepat sasaran bagi pelanggan IndiHome.

Kata kunci: *Evaluasi Pelayanan, Chatbot OCA, IndiHome, Telkom Indonesia.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Evaluasi Sistem Chatbot OCA Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia Di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang”. Shalawat berserta salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri taulan bagi manusia untuk menuju kebaikan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Departemen Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Selama penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang selalu mendukung penulis secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu sebagai ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Ir. Krismadinata, S.T., M.T., Ph.D selaku rektor Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Afriva Khaidir, S.H, M.Hum, MAPA, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dra. Fitri Eriyanti, M.Pd., Ph.D selaku Kepala Departemen Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Rizki Syafril, S.Hi., M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) sekaligus pembimbing dalam penyusunan skripsi penulis yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran selama memberikan bimbingan, arahan serta saran yang membangun kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Bapak Adil Mubarak Adil Mubarak, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Boni Saputra S.AP. MPA. selaku dosen penguji KEDUA yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, staff pengajar dan karyawan/karyawati Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu pihak PT Telkom dan Grapari Padang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan bersedia memberikan data yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak dan ibuk masyarakat yang membantu menjadi informan dalam penelitian penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Kepada yang tersayang untuk kedua orang tua penulis, yakni Papa Marlis (Alm) dan Mama Ernis Syahmar A.Md.Par. tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, cinta tanpa batas, serta dukungan yang tanpa henti. Penulis sangat berterimakasih atas segala doa, pengorbanan, semangat, dan kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis. Setiap langkah dan pencapaian ini tidak akan berarti tanpa restu kalian berdua. Semoga pencapaian kecil ini dapat menjadi kebanggaan, kebahagiaan dan persembahan sederhana atas cinta dan kasih sayang Papa dan mama.
11. Kepada yang tersayang kakak kandung penulis satu satunya, Isabell Halimah Nur Utami S.Hum. yang selalu menjadi role model dalam hidup penulis. Terimakasih telah memberikan motivasi, kepercayaan, semangat,

dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Kepada yang tersayang tante yang sudah seperti ibu bagi penulis, Mami Emmy Hdrlicka, terimakasih untuk segala semangat dan dukungan dari jauh, serta perhatian dan kasih sayang penuh cinta yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada Mhd Alfayet yang selalu menemani dan memberikan dukungan penuh setiap hari dalam setiap proses kepada penulis. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, serta hiburan di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Terima kasih atas kesabaran, kebahagiaan dan ketulusan yang selalu diberikan selama ini kepada penulis.
14. Teruntuk Sahabat yang seperti saudara bagi penulis, Dewi Nur Humayra dan Citra Permata Dewi, terimakasih penulis ucapkan untuk doa dan dukungannya yang menemani penulis sedari SMP disaat susah dan senang, nangis dan bahagia.
15. Teruntuk Sahabat penulis, Reza Perdana, Haykal Fahreza, dan Fajar Firdaus, terimakasih penulis ucapkan untuk dukungan dan semangatnya yang selalu diberikan selama proses penyusunan skripsi ini dan telah menemani perjalanan penulis dari SMP hingga hari ini .
16. Teruntuk Sahabat penulis, Diva Rizalia, Livia Claudia Linanto, Hanifah Ainora, terimakasih penulis ucapkan untuk segala canda tawa, dukungan,

semangat, dan motivasinya selama perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.

17. Terakhir kepada diri penulis sendiri Tamara Angelina. Terimakasih sudah bertahan hidup sejauh ini, terima kasih telah berusaha sejauh ini, tetap berjuang meski banyak rintangan dan tidak menyerah ketika segalanya terasa sulit. Terima kasih sudah memilih untuk terus melangkah, berusaha, dan menyelesaikan skripsi ini dengan sepenuh hati. Perjalanan ini menjadi bukti bahwa kerja keras, kesabaran, dan keyakinan mampu membawa penulis sampai pada titik ini. Semoga ke depan, penulis dapat selalu menjadi pribadi yang berhati baik, tidak mudah menyerah, harus sukses dan Bahagiaa dalam setiap langkah kehidupan.

Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang Bapak/Ibu dan rekan-rekan semua menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis telah berusaha menulis semaksimal mungkin untuk skripsi ini, namun apabila pembaca masih menemukan kekurangan, maka penulis memohon adanya saran dan kritikan yang membangun dari pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis, Aamiin.

Padang, 23 Oktober 2025

Tamara Angelina
21042361

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah.....	14
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	16
A. Kajian Teoritis	16
1. Konsep Evaluasi	16
2. Konsep Pelayanan	20
3. Konsep Pelanggan	23
4. Chatbot	29
5. PT Telkom Indonesia	36
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	39
C. Kerangka Konseptual.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Fokus Penelitian.....	47
C. Lokasi Penelitian.....	47
D. Informan Penelitian.....	48
E. Jenis dan Sumber Data.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	50

G. Uji Keabsahan Data	51
H. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Temuan Umum	54
B. Temuan Khusus	57
C. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian	49
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tenesa Customer Service Chatbot OCA Telkom.....	3
Gambar 1.2 Chabot OCA Telkom dalam Pelayanan.....	4
Gambar 1.3 Pelayanan Teknisi IndiHome.....	6
Gambar 1.4 Perulangan Chatbot IndiHome	7
Gambar 1.5 Pelayanan Tunggu IndiHome	7
Gambar 1.6 Pelayanan Berbayar Indihome.....	8
Gambar 2.1 Logo Asisten Chatbot	29
Gambar 2.2 Logo Telkom Indonesia.....	39
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	45
Gambar 4.1 Gedung Telkom Witel Sumbar.....	55
Gambar 4.2 Gedung Grapari	56

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar Penelitian.....	82
Lembar Wawancara.....	83
Dokumentasi.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang komunikasi dan pelayanan publik. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menciptakan inovasi-inovasi yang bertujuan mempermudah interaksi antara penyedia layanan dan masyarakat. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah implementasi chatbot berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), yang memungkinkan pelayanan pelanggan dilakukan secara otomatis, cepat, dan tersedia 24 jam (Kim, 2019).

Chatbot AI dirancang untuk meniru percakapan manusia melalui teks atau suara guna merespons pertanyaan maupun keluhan pelanggan. Keunggulan utama dari teknologi ini adalah efisiensi dan kecepatan dalam memberikan jawaban tanpa keterlibatan langsung manusia dan tersedia dalam waktu 24 jam (Gupta, 2021). Meskipun begitu, chatbot memiliki keterbatasan dalam memahami konteks dan nuansa emosi pelanggan, sehingga sering kali tidak dapat menyelesaikan masalah yang lebih kompleks membutuhkan pemahaman kontekstual yang mendalam (Gartner, 2020).

Meskipun teknologi chatbot semakin canggih, peran *customer service* manusia tetap tidak tergantikan dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih personal, empatik, dan kontekstual. Layanan yang diberikan oleh manusia memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang fleksibel dan responsif

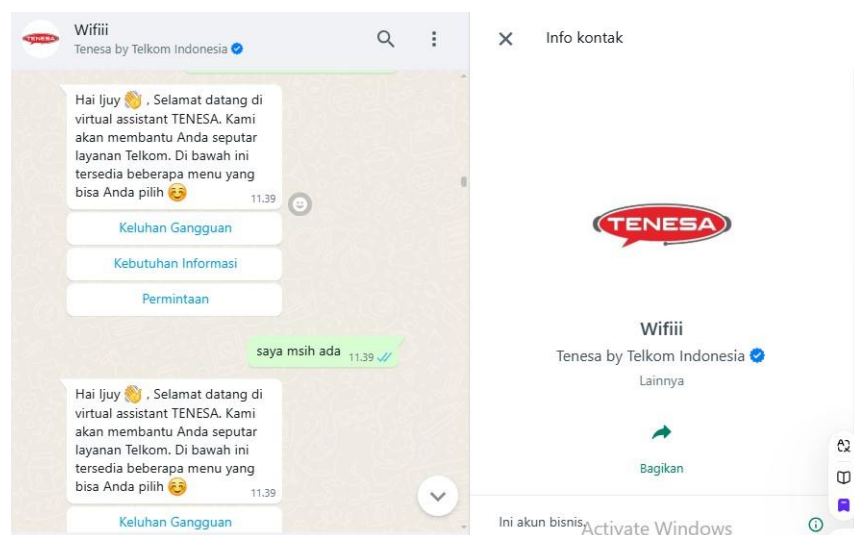
terhadap situasi spesifik pelanggan, terutama dalam menangani keluhan atau masalah kompleks yang tidak dapat diselesaikan secara otomatis. Tidak seperti chatbot yang terbatas pada skrip dan respons sistemik, customer service manusia mampu memberikan penjelasan yang lebih rinci serta menyesuaikan jawaban dengan kebutuhan dan emosi pelanggan (Arianto, 2021).

Interaksi langsung ini memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen, sekaligus meningkatkan efektivitas penyelesaian masalah. Lebih jauh, layanan customer service berkontribusi besar dalam membangun citra positif perusahaan, meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan melalui komunikasi interpersonal yang bermakna (Sari, 2021). Dalam konteks ini, customer service juga berfungsi sebagai jembatan strategis antara perusahaan dan publik, dengan peran utama menyampaikan informasi, merespons pertanyaan, serta menyelesaikan keluhan pelanggan secara profesional dan manusiawi. Oleh karena itu, kehadiran customer service manusia tidak hanya relevan, tetapi juga esensial dalam mendukung kualitas layanan dan keberlanjutan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumennya. (Setyowati, 2022).

Di Indonesia, berbagai perusahaan penyedia layanan publik mulai mengadopsi chatbot berbasis kecerdasan buatan (AI) sebagai bagian dari sistem pelayanan pelanggan. Chatbot ini dirancang untuk memberikan respons cepat dan efisien terhadap pertanyaan pelanggan. Namun, meskipun mampu merespons dengan cepat, chatbot hanya dapat menjawab berdasarkan data dan skrip yang telah diprogram, tanpa kemampuan memahami konteks dan emosi

pelanggan secara mendalam, sehingga kualitas pelayanannya masih jauh dari interaksi yang diberikan oleh customer service manusia (Santoso, 2021). Salah satu perusahaan yang sudah menerapkan Sistem Chatbot OCA untuk melayani pelanggannya adalah PT Telkom Indonesia melalui chatbot OCA, menggunakan Chatbot OCA untuk menangani pengaduan pelanggan.

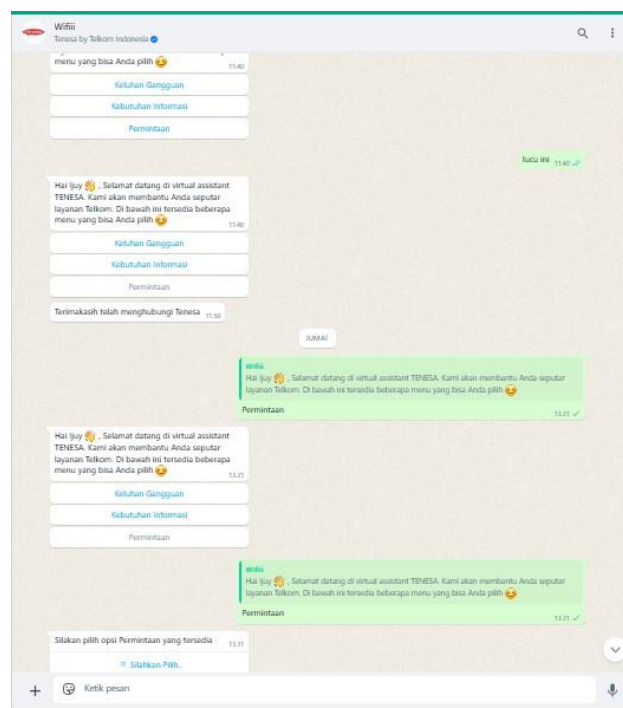
PT Telkom Indonesia sebagai salah satu perusahaan BUMN telah mengalihkan sebagian besar layanan pengaduan pelanggannya ke sistem chatbot berbasis WhatsApp bernama OCA (Online Customer Assistance) atau Tenesa sejak awal 2022, termasuk Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang. Chatbot ini dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam menyampaikan keluhan serta memperoleh informasi layanan dengan cepat dan efisien tanpa harus melalui prosedur yang panjang (Arianto, 2023).



Gambar 1.1 Tenesa Customer service OCA Telkom
Sumber: Customer service WhatsApp Telkom

Namun, penggantian peran customer service manusia dengan chatbot ini menimbulkan keluhan dari sebagian pelanggan, terutama terkait kualitas

interaksi yang dianggap menurun. Banyak pelanggan merasa bahwa respons chatbot belum mampu menggantikan fleksibilitas, empati, dan pemahaman kontekstual yang biasanya diberikan oleh layanan customer service manusia. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi dapat mempercepat proses layanan, kehadiran interaksi manusia tetap krusial dalam menangani persoalan pelanggan yang lebih kompleks.



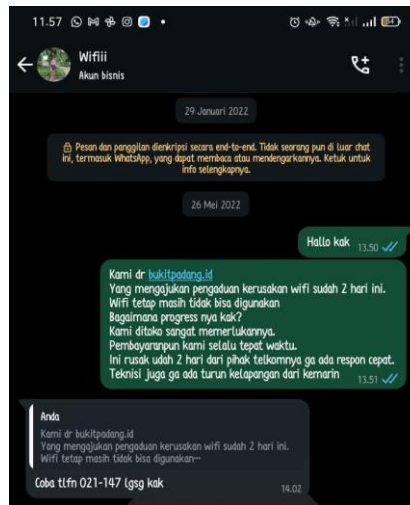
Gambar 1.2 Chatbot OCA Telkom dalam Pelayanan
Sumber: Chatbot OCA WhatsApp Telkom

Pelayanan *Chatbot OCA* Tenesa yang digunakan oleh PT Telkom Indonesia ini ternyata membawa dampak negatif yang signifikan bagi pelanggan. Ketika terjadi masalah, seperti kerusakan layanan, pelanggan mencari solusi yang cepat dan langsung. Mereka mencoba menghubungi teknisi lapangan yang tersebar di seluruh kota untuk perbaikan, namun teknisi malah menyarankan mereka untuk menghubungi layanan *chatbot OCA* Tenesa.

Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelanggan di Kota Padang, muncul berbagai keluhan terhadap layanan chatbot ini. Banyak pelanggan menyampaikan bahwa proses pelayanan menjadi lebih rumit dan berulang-ulang. Data pribadi harus dimasukkan berkali-kali, solusi tidak kunjung diberikan, bahkan tidak jarang pelanggan harus kembali mengulang dari awal ketika koneksi terputus atau respons sistem lambat. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan yang signifikan di kalangan pelanggan, terutama dalam situasi darurat atau mendesak yang membutuhkan penanganan cepat dan akurat.

Lebih jauh, pelanggan juga mengeluhkan bahwa layanan chatbot belum sepenuhnya mampu menggantikan peran customer service manusia, terutama dalam hal komunikasi yang empatik, pemahaman konteks masalah yang kompleks, dan fleksibilitas dalam pemberian solusi. Bahkan, ketika pelanggan mencoba menghubungi call center alternatif, mereka dihadapkan pada biaya tambahan yang cukup tinggi atau waktu tunggu yang lama, sehingga memperburuk pengalaman layanan (Santoso, 2021; Suryadi, 2022).

Berbagai jenis layanan diberikan oleh pihak PT Telkom untuk pengaduan keluhan pelanggan selain call center, ada melalui email, operator melalui nomor telepon, teknisi dan lainnya. Namun yang muncul saat pelanggan mencoba mengakses layanan bantuan melalui jalur lain seperti call center juga menjadi sorotan penting. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa mereka merasa dipaksa untuk tetap menggunakan sistem chatbot karena biaya telepon ke layanan pelanggan manusia cukup tinggi, yakni sekitar Rp1.000 per detik, yang membuat mereka enggan melanjutkan pengaduan melalui jalur tersebut.



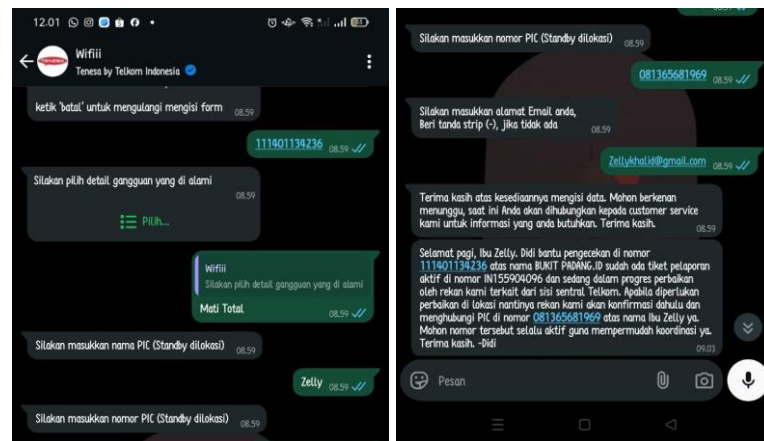
Gambar 1.3 Pelayanan Teknisi IndiHome
Sumber: Chat WhatsApp Telkom

Hal ini secara tidak langsung menekan pelanggan untuk tetap menggunakan chatbot meskipun layanan tersebut tidak memberikan solusi yang efektif. Dalam kondisi seperti ini, pelanggan menjadi korban sistem yang tidak ramah pengguna, yang lebih mengutamakan efisiensi sistem daripada kepuasan dan kenyamanan pelanggan.

Lebih jauh lagi, pelayanan yang kurang responsif dan sistematis dari chatbot ini menimbulkan kesan bahwa perusahaan lebih mengedepankan efisiensi biaya daripada kualitas pelayanan. Di satu sisi, chatbot memang dapat menghemat sumber daya perusahaan, namun di sisi lain, mengorbankan kualitas layanan pelanggan, terutama untuk kasus-kasus yang memerlukan penanganan manusia dan empati dalam komunikasi.

Dalam prosesnya, pelanggan pertama kali disuruh memilih opsi pengaduan melalui menu otomatis yang disediakan oleh *chatbot*. Setelah itu, mereka diminta mengisi data pribadi seperti nama, email, alamat pemasangan, ID pelanggan, nomor HP, dan informasi lainnya. Bahkan setelah semua prosedur

tersebut dilakukan, *chatbot* kembali menanyakan data yang sama dan tujuan pengaduan pelanggan. Proses ini berulang, dengan pola jawaban yang berbelit-belit dan tidak pernah menyelesaikan masalah.



Gambar 1.4 Perulangan Chatbot IndiHome

Sumber: Chat WhatsApp Telkom

Pada akhirnya, pelanggan diarahkan untuk menunggu dan terhubung dengan admin yang sering berganti pada setiap sesi. Setelah menunggu antara 5 hingga 15 menit, pelanggan diminta lagi untuk mengisi data pribadi mereka dan mengajukan pertanyaan atau keluhan kembali.



Gambar 1.5 Pelayanan Tunggu IndiHome

Sumber: Chat WhatsApp Telkom

Jika ada keterlambatan dalam merespons, *chatbot* akan otomatis mengakhiri komunikasi satu arah, sehingga pelanggan harus mengulang proses dari awal. Jika pelanggan mencoba menghubungi nomor call center PT Telkom, mereka dihadapkan pada biaya yang memberatkan, seperti biaya 1000 per detik untuk telepon, atau sistem antrian panjang yang membuat pelanggan frustrasi dan akhirnya meninggalkan antrian.



Gambar 1.6 Pelayanan Berbayar IndiHome
Sumber: Chat WhatsApp Telkom

Dengan prosedur yang tidak jelas dan berbelit-belit, pelayanan *chatbot* yang digunakan oleh PT Telkom dalam menangani keluhan pelanggan terbukti tidak transparan dan sangat mengecewakan, menciptakan ketidakpuasan yang semakin meningkat di kalangan konsumen, khususnya di Plasa Witel Sumbar Kota Padang.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada Januari 2025 bersama beberapa narasumber yang menggunakan Layanan Internet IndiHome

PT Telkom di Kota Padang. Kak Ijuy adalah seorang pengguna IndiHome Witel Sumbar di Kota Padang daerah Lubuk Lintah dari tahun 2020, mengungkapkan perasaan frustrasinya terkait interaksi dengan *Chatbot* OCA Tenesa yang disediakan oleh PT Telkom Indonesia:

“...*Sistem Chatbot* ini sangat mengecewakan dan membuat saya emosi, terutama dalam situasi genting. Alih-alih memberikan solusi, *chatbot* malah berbicara dengan bahasa baku yang tidak membantu. Ia sering meminta data yang sama, meskipun saya sudah memberikannya sebelumnya. Rasanya seperti bertengkar dengan robot yang tidak bisa diajak bekerja sama. Saya hanya ingin solusi, tapi malah diminta mengulang dari awal lagi” (Wawancara, Ijuy, 2025).

Dalam wawancara yang dilakukan pada Januari 2025, Kak Linda adalah seorang pengguna IndiHome di Ambacang dari tahun 2010 lalu, mengungkapkan keluhannya terkait pelayanan yang diterimanya dari PT Telkom Indonesia:

“...Saya sering mengalami masalah dengan IndiHome, terutama pembayaran yang terlambat muncul setelah tanggal 10. Akibatnya, saya harus membayar bersama denda. Ketika menghubungi layanan pelanggan lewat WhatsApp, saya hanya berinteraksi dengan *chatbot* yang tidak memberikan solusi. Saya diarahkan mencari teknisi aktif, namun tidak ada penanganan jelas. Ini sangat mengganggu kenyamanan saya sebagai pelanggan” (Wawancara Linda, 2025).

Masalah lain juga disampaikan oleh Bu Afni, seorang pengguna IndiHome di Kuranji yang sudah berlangganan dengan IndiHome selama 8 tahun, terkait masalah pelayanan yang tidak responsif dari PT Telkom Indonesia. Dalam wawancara yang dilakukan pada Januari 2025, beliau mengungkapkan bahwa:

“...Sejak mengalami kerusakan jaringan pada Desember 2024, saya telah mengajukan pengaduan berkali-kali, namun tidak ada respons memadai dari pihak Telkom. Setiap kali menghubungi, saya hanya

diarahkan untuk menghubungi lagi dan berkomunikasi dengan sistem chatbot, bukan customer service manusia. Meskipun sudah mengajukan pengaduan, layanan internet tetap tidak berfungsi, sementara pembayaran terus berjalan tanpa ada solusi yang diberikan." (Wawancara, Afni, 2025).

Ketiga, masalah biaya tambahan yang dikenakan dalam proses pengaduan atau layanan pelanggan sering kali menjadi hambatan bagi masyarakat untuk mengakses layanan dengan cepat. Hal ini juga diungkapkan oleh Pak Danu, seorang pengguna IndiHome di Bandar Buat, yang merasa semakin kesulitan dengan layanan yang diberikan oleh PT Telkom Indonesia. Dalam wawancara yang dilakukan pada bulan Desember 2024, beliau menyatakan bahwa:

"...Alasan saya merasa kesulitan dalam mengurus pengaduan ini adalah karena banyaknya biaya tambahan yang harus dikeluarkan, seperti biaya call center yang cukup tinggi. Akibat biaya ini, saya menunda-nunda untuk menghubungi pihak Telkom dan mencoba mencari solusi lain terlebih dahulu yang pada akhirnya saya memutuskan untuk berhenti berlangganan dan menggunakan layanan internet via Telkom" (Wawancara, Danu, 2025).

Keempat, masalah terkait kerusakan perangkat, seperti modem, yang sering kali tidak dapat diselesaikan dengan baik oleh sistem layanan yang ada. Hal ini juga diungkapkan oleh Pak Wahyu pelanggan aktif indihome Witel sumbar dari tahun 2012 di Banuaran, yang sering mengalami kerusakan modem. Dalam wawancara yang dilakukan pada Januari 2025, beliau mengungkapkan bahwa:

"... Saya sering mengalami kerusakan modem, namun teknisi hanya menyuruh saya melapor ke Telkom. Setelah melapor, saya diarahkan menggunakan *customer service*, yang tidak memberikan solusi. Kami mencoba menghubungi nomor Telkom berbayar, tetapi tetap tidak ada jawaban. Mereka mengatakan layanan kami di luar jangkauan mereka. *Customer service* yang bisa membantu ada di Jakarta, kantor pusat Telkom" (Wawancara, Wahyu, 2025).

Masalah-masalah yang muncul ini menunjukkan bahwa transisi penuh dari layanan customer service manusia ke chatbot belum siap diterapkan sepenuhnya, terutama dalam konteks layanan publik yang menyangkut kebutuhan dasar seperti akses internet. Pengalaman pelanggan yang negatif dan rasa frustrasi yang mereka alami menunjukkan perlunya evaluasi dan perbaikan terhadap sistem chatbot yang digunakan. Tanpa perbaikan tersebut, penggunaan chatbot justru akan memperburuk citra perusahaan dan menurunkan tingkat kepuasan serta kepercayaan pelanggan terhadap layanan PT Telkom Indonesia, khususnya di wilayah Plasa Witel Sumbar Kota Padang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun chatbot seperti OCA Tenesa memberikan efisiensi dalam pelayanan, keberadaan customer service manusia tetap krusial dalam menjawab kebutuhan pelanggan yang lebih kompleks, kontekstual, dan mendesak. Perusahaan perlu mempertimbangkan kembali keseimbangan antara penggunaan teknologi dan interaksi manusia dalam pelayanan, agar mampu menciptakan sistem pelayanan yang tidak hanya cepat, tetapi juga solutif dan manusiawi.

Sebagai perusahaan BUMN, PT Telkom Indonesia memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan yang cepat, tepat, transparan, dan akuntabel, sesuai dengan Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Jika PT Telkom tidak mematuhi ketentuan dalam undang-undang ini, pelanggan berhak untuk mengajukan keluhan atau tuntutan hukum. Ketidakpatuhan terhadap regulasi ini dapat merugikan konsumen, serta mempengaruhi citra dan kepercayaan masyarakat terhadap PT Telkom (Sutanto & Suryanto, 2021).

Untuk melihat sejauh mana efisiensi penggunaan layanan *customer service* OCA di PT Telkom Indonesia khususnya Plasa Witel Sumbar, maka dapat dilakukan analisis dan evaluasi yang mendalam terkait dengan kinerja pelayanan PT Telkom melalui sistem *customer service* OCA (Online CostumerAssistant). Analisis ini dapat berfokus pada berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan dan respon PT Telkom menggunakan *chatbot* dalam menangani pengaduan ataupun keluhan, tingkat keberhasilan pelayanan PT Telkom menggunakan *customer service* dalam menyelesaikan keluhan pelanggan tanpa intervensi dari manusia, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan implementasi *chatbot* dengan pengalaman nyata pelanggan di lapangan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih jauh mengenai evaluasi *chatbot* AI dalam konteks pelayanan publik, khususnya pada PT Telkom Indonesia di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami persepsi masyarakat terhadap layanan *chatbot* dibandingkan dengan layanan *customer service* manusia, serta mengkaji implikasi dari perubahan sistem pelayanan ini terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Dalam konteks ini, dapat dilakukan sebuah penelitian dengan judul **Evaluasi Sistem Chatbot OCA Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia Di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang**. Melalui analisis ini, dapat dilihat bagaimanakah *Chatbot* OCA memberikan solusi bagi pelanggan, ataukah masih ada kekurangan yang menyebabkan pelanggan merasa perlu beralih ke *customer service* untuk

menyelesaikan masalah mereka. Selain itu, analisis ini juga penting untuk menilai apakah *chatbot* dapat diandalkan dalam mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, ataukah justru menjadi hambatan dalam mempercepat penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Chatbot OCA sering kali kesulitan menangani keluhan pelanggan yang memerlukan pemahaman mendalam atau penanganan teknis khusus, seperti kerusakan perangkat atau masalah pembayaran rumit.
2. Chatbot OCA memberikan jawaban terbatas dan tidak efektif dalam menghadapi masalah kompleks, menyebabkan pelanggan merasa kesulitan karena solusi yang diberikan tidak memadai.
3. Pelanggan yang ingin mengalihkan interaksi ke customer service merasa bahwa proses ini malah memperpanjang waktu penyelesaian pengaduan, meningkatkan ketidakpuasan terhadap pelayanan.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus pada permasalahan yang akan diteliti, penulis perlu membatasi ruang lingkup masalah agar lebih jelas dan tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah Evaluasi Sistem Chatbot OCA Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia Di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang khususnya dalam

menangani keluhan pengguna layanan IndiHome di Plasa Witel Sumbar Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Evaluasi Sistem Chatbot OCA Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia Di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu Evaluasi Sistem Chatbot OCA Sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia Di Plasa Telkom Witel Sumbar Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hal-hal diatas penelitian ini memiliki manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Administrasi Publik, dengan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan publik melalui teknologi, terutama penggunaan *Chatbot* dalam sistem pengaduan pelanggan.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan solusi bagi PT Telkom Indonesia, khususnya dalam memperbaiki pelayanan pelanggan

melalui *Chatbot* OCA, untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam pengaduan layanan para pelanggan.

- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi atau pedoman bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan *Chatbot* dalam pelayanan publik dan pengaduan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi terhadap implementasi layanan Chatbot OCA sebagai inovasi pelayanan pengaduan pelanggan pada PT Telkom Indonesia Witel Sumbar yang bekerja sama dengan Grapari Telkomsel, dapat disimpulkan bahwa penggunaan chatbot ini menunjukkan adanya komitmen perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik di era digital. Chatbot OCA hadir sebagai instrumen penyaringan awal keluhan pelanggan, mempermudah akses komunikasi, serta mengurangi beban kerja frontliner.

Evaluasi Sistem Chatbot OCA sebagai Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan PT Telkom Indonesia di Plasa Witel Sumbar Kota Padang menunjukkan bahwa layanan ini cukup efektif dalam menangani keluhan administratif maupun teknis ringan, seperti pengecekan tagihan, reset modem, dan pelacakan status pengaduan, serta dinilai efisien karena mampu mengurangi beban kerja petugas frontliner dan memperpendek antrean di Plasa Telkom. Namun demikian, efektivitas dan efisiensinya masih terbatas pada keluhan sederhana karena masalah teknis kompleks tetap memerlukan tindak lanjut manual oleh teknisi atau mitra Grapari Telkomsel. Dari sisi kecukupan, jawaban yang diberikan chatbot masih bersifat standar dan belum mampu sepenuhnya menyelesaikan keluhan yang spesifik, sehingga sebagian

pelanggan tetap harus berhubungan langsung dengan customer service manusia. Dalam hal perataan layanan, chatbot memberikan akses setara bagi semua pelanggan, meskipun perbedaan literasi digital membuat pengalaman penggunaan tidak merata, terutama pada pelanggan yang kurang familiar dengan teknologi.

Responsivitas Chatbot OCA cukup baik pada tahap awal percakapan karena mampu memberikan jawaban instan, tetapi konsistensi respons hingga penyelesaian masalah masih bergantung pada kesiapan teknis. Sementara itu, dari aspek ketepatan, chatbot sesuai digunakan untuk keluhan administratif dan ringan, namun kurang tepat untuk pengaduan teknis yang kompleks. Dengan demikian, secara umum Chatbot OCA berperan penting sebagai inovasi pelayanan digital yang membantu penyaringan keluhan dan mempermudah akses pelanggan, tetapi implementasinya belum sepenuhnya optimal sehingga perlu peningkatan akurasi jawaban, konsistensi prosedur operasional, serta integrasi yang lebih kuat dengan tim teknis maupun mitra agar mampu memberikan pelayanan yang lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT Telkom Indonesia Witel Sumbar dan mitra Grapari Telkomsel. Pertama, perlu dilakukan peningkatan stabilitas sistem chatbot agar lebih adaptif dalam mengenali variasi keluhan pelanggan. Pengembangan berbasis artificial intelligence (AI) yang lebih

canggih diharapkan mampu memperluas cakupan solusi yang ditawarkan, sehingga pelanggan tidak selalu bergantung pada teknisi lapangan.

Kedua, diperlukan upaya intensif dalam meningkatkan literasi digital pelanggan. Sosialisasi layanan chatbot tidak hanya dilakukan melalui media daring, tetapi juga melalui brosur, papan pengumuman, maupun pendampingan langsung di Plasa Telkom dan Grapari. Dengan cara ini, kesenjangan akses akibat perbedaan kemampuan teknologi dapat diminimalisir. Ketiga, kapasitas petugas lapangan dan teknisi perlu ditingkatkan melalui pelatihan komunikasi persuasif serta keterampilan teknis. Hal ini penting agar proses eskalasi keluhan berjalan lebih cepat, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Keempat, kerja sama antara Telkom dengan Grapari Telkomsel perlu diperkuat melalui mekanisme koordinasi yang lebih sistematis. Misalnya dengan integrasi sistem laporan antara chatbot dengan aplikasi teknisi lapangan, sehingga keluhan yang diekskalasi tidak lagi membutuhkan verifikasi ulang.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan layanan Chatbot OCA dapat berkembang menjadi sistem pengaduan pelanggan yang lebih inklusif, efisien, dan berkualitas, serta mampu menjawab kebutuhan pelanggan secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amirullah. (2020). *Evaluasi Program dalam Konteks Kebijakan Publik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Budi, S. (2020). *Pelanggan dan Loyalitas dalam Era Digital*. Bandung: Pustaka Karya.
- Daryanto, & Setyobudi. (2014). *Manajemen Pemasaran Layanan: Konsep, Strategi, dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto. (2014). *Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto. (2024). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fatihudin, D. (2019). *Keluhan Konsumen dan Solusinya*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Firmansyah, H. (2019). *Manajemen Pelayanan Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fitriani, R. (2021). *Pelayanan Publik Berbasis Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gartner. (2020). *AI and Customer Service Trends*. Gartner Research Report.
- Hamzah, N. (2020). *Teknik Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Pelajar.
- Harris, dalam Haryono Budi. (2016). *Pengelolaan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa dan produk*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Moenir, H.A.S. (2015). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pratama, R. (2019). *Pemanfaatan AI dalam Layanan Publik*. Yogyakarta: Media Litbang Publik..
- Sari, N. (2022). *Evaluasi Pelayanan Berbasis Teknologi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Setiawan, B. (2021). *Model Evaluasi dalam Kebijakan Publik*. Surabaya: Graha Cendekia.

Setyowati, A. (2022). *Fungsi Customer Service dalam Pelayanan Modern*. Jakarta: Penerbit Ilmu Sosial.

Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan dan Aplikasinya. Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.

William, D. (2012). *Public Policy Analysis: An Introduction* (5th ed.). Boston: Pearson Education.

William N. Dunn (2017) dalam bukunya *Public Policy Analysis*.

Jurnal

Arianto, M. (2021). *Peran Customer Service dalam Meningkatkan Kualitas Layanan*. Jurnal Administrasi Publik, 10(2), 112–120.

Arianto, M. (2023). *Implementasi Chatbot OCA di Telkom Indonesia*. Jurnal Transformasi Digital, 5(1), 45–53.

Budianto, L. (2021). *Evaluasi Proses Program Layanan Publik*. Jurnal Ilmu Administrasi Negara, 9(3), 203–215.

Gupta, P. (2021). *The Future of Chatbot in Public Service*. Journal of AI and Society, 15(4), 300–311.

Haryono, B. (2022). *Teknologi Chatbot dan Sistem Layanan Digital*. Jurnal Sistem Informasi, 12(1), 55–68.

Kim, S. (2019). *Digital Innovation in Customer Experience*. International Journal of Public Administration, 42(5), 460–475.

Nila, S. (2020). *Natural Language Processing dalam Chatbot*. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, 10(3), 140–152.

Nila, Y., & Afrianto, R. (2015). Pemrograman chatbot untuk layanan pelanggan menggunakan natural language processing. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(3), 51-58.

Pratama, R. (2019). *Evaluasi Hasil Program dan Dampaknya*. Jurnal Administrasi Pembangunan, 5(4), 270–285.

- Putra, A. (2023). *Chatbot dan Transformasi Pelayanan Digital*. Jurnal Pelayanan Masyarakat, 7(1), 30–41.
- Rachman, H. (2021). *Struktur Sistem Chatbot Berbasis AI*. Jurnal Teknologi dan Informatika, 9(2), 100–110.
- Rachmawati, L. (2020). *Kelebihan Layanan Manusia dalam Pelayanan Publik*. Jurnal Komunikasi Pelayanan, 6(1), 60–70.
- Rahmadani, F. (2021). *Pendekatan Eksperimental dalam Evaluasi Kebijakan*. Jurnal Penelitian Administrasi, 10(1), 45–56.
- Rahmawati, D., & Subhan, T. (2022). *Efektivitas Chatbot dalam Layanan Pelanggan Digital*. Jurnal Ilmu Komputer dan Informasi, 13(2), 110–125.
- Rahmawati, I., & Subhan, M. (2022). Penerapan Chatbot dalam Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi*, 14(2), 104-115.
- Suryadi, H. (2020). *Transformasi Digital Telkom Indonesia*. Jurnal Teknologi Telekomunikasi, 7(2), 90–102.
- Suryadi, H. (2022). *Evaluasi Layanan Chatbot di Industri Telekomunikasi*. Jurnal Teknologi Digital, 11(1), 67–78.
- Yuliana, D. (2021). *Konsep Evaluasi Program Pelayanan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik, 13(2), 100–114.

Internet

- Telkom Indonesia. (2023). *Laporan tahunan PT Telkom Indonesia*. Retrieved from <https://www.telkom.co.id>.