

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, kemajuan teknologi saat ini sangatlah pesat meningkat. Hal ini juga dirasakan dengan perkembangan kemajuan teknologi pada bidang telekomunikasi. Dengan adanya kemajuan telekomunikasi kebutuhan akan akses komunikasi menjadi hal yang tidak dapat ditolak pada kehidupan manusia modern saat ini. Pasalnya dengan zaman modern saat ini segala aktivitas kehidupan masyarakat di manapun berada sudah pasti memerlukan akses komunikasi yang cepat dan efektif untuk memudahkan segala aktivitas pengguna itu sendiri.

Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia pengguna telepon seluler pada tahun 2022 memiliki persentase di 67,88%, meningkat 2,01% dari tahun sebelumnya yang memiliki persentase 65,87%. Penggunaan telepon seluler yang terkoneksi aktif di Indonesia menurut riset Data Reportal mencapai 370,1 juta di tahun 2022 dan angka ini meningkat 13 juta dari tahun sebelumnya. Angka 370,1 juta ini juga lebih tinggi dari total jumlah penduduk di Indonesia yaitu 277,7 juta jiwa data hingga Januari 2022. Hal ini membuktikan bahwa kebutuhan akan komunikasi tidak dapat dibendung oleh masyarakat, dan hal ini meningkat dari tahun ke tahun nya. Kebutuhan penggunaan telepon seluler juga tidak lepas akan kebutuhan adanya akses internet itu sendiri melalui penggunaan Sim-Card yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia. Dari banyaknya jumlah pengguna telepon seluler aktif atau internet tersebut, tentu banyak pula perusahaan penyedia di industri telekomunikasi yang bersaing untuk memenuhi dan mengakomodasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini ada tujuh perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler di Indonesia dan salah satunya adalah PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel). Dengan berkembangnya teknologi yang membuat layanan seluler juga berkembang serta pertumbuhan data pengguna seluler sekarang ini, maka menimbulkan persaingan antara perusahaan penyedia. Hal ini juga berdampak kepada konsumen yang akhirnya konsumen mempunyai banyak alternatif

pilihan serta semakin selektif dalam menentukan pilihannya. Oleh karena itu perusahaan penyedia dituntut untuk dapat memasarkan produknya secara maksimal sehingga menjadi pilihan utama bagi konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

PT. Telkomsel Indonesia yang saat ini menjadi produsen telekomunikasi terbesar di Indonesia memiliki tanggung jawab yang besar untuk mempertahankan pelanggan, menjaga pangsa pasar, serta memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya yang telah tersebar luas di berbagai wilayah Indonesia. Maka Telkomsel membuka gerai GraPARI untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan layanan akan keluhan konsumen maupun pengenalan konsumen terhadap produk Telkomsel itu sendiri. Dengan adanya gerai GraPARI di tiap kota di Indonesia membuat konsumen merasa ada tempat yang secara langsung dapat di kunjungi oleh konsumen untuk mendapatkan pelayanan tatap muka oleh perusahaan penyedia.

Dalam hal ini komunikasi berperan penting karena komunikasi saat ini telah menjadi salah satu bagian terpenting bagi sebuah perusahaan (Sintia & Weny, 2022). Perencanaan komunikasi strategis tersebut akan disusun menjadi sebuah strategi yang dirancang sedemikian rupa dan terencana. Dalam hal ini tentunya perusahaan yang ingin bertahan harus mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat diartikan bahwa konsumen melakukan pengulangan pembelian kembali untuk produk atau pengulangan kunjungan untuk jasa layanan yang didasari pada perasaan puas pada pengalaman sebelumnya setelah mengkonsumsi dan merasakan produk atau suatu jasa (Hermanto, 2019).

Terkait dengan fenomena persaingan dunia bisnis, Perusahaan penyedia layanan jasa telekomunikasi yang menyediakan layanan internet Provider sedang berada di dunia persaingan. Hal ini telah disampaikan oleh Direktur Utama Telkom Indonesia dalam Kegiatan “*Breakfast With Telkom : Facing 2023 with Strong Fundamental*” pada 7 Desember 2022, Ririek Adriansyah menyampaikan bahwa tahun 2023 menjadi tahun yang menantang

bagi pelaku bisnis dari sektor industri digital termasuk PT. Telkom Indonesia Tbk (Persero) (Telkom Indonesia, 2022). Hal ini disampaikan karena kemunculan kompetitor. Ririe Adriansyah selaku Direktur Utama Telkom menyampaikan untuk melewati tantangan tersebut perlu adanya strategi yang dijalankan demi memaksimalkan peluang dan daya saing sehingga pelanggan tidak akan lari ke kompetitor lain (Telkom Indonesia, 2023).

Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, strategi komunikasi yang efektif sangat diperlukan. Berikut beberapa aspek latar belakang yang relevan:

1. *Pemahaman Tentang Pelanggan Lokal*: PT. Telkomsel *Branch* Jambi perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang karakteristik demografis, perilaku penggunaan layanan telekomunikasi, serta preferensi pelanggan di Jambi. Ini termasuk faktor budaya, sosial, dan ekonomi yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih layanan telekomunikasi.
2. *Peningkatan Layanan dan Kualitas Jaringan*: Salah satu kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah menyediakan layanan yang handal dan berkualitas. PT. Telkomsel perlu terus meningkatkan infrastruktur jaringan dan teknologi mereka di Jambi agar dapat memberikan pengalaman pengguna yang optimal kepada pelanggan.
3. *Program Loyalty dan Reward*: Penerapan program loyalitas seperti Telkomsel Poin atau program hadiah lainnya dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. PT. Telkomsel perlu memastikan bahwa program-program ini tidak hanya menarik tetapi juga mudah diakses dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan di Jambi.
4. *Komunikasi Efektif dan Personalisasi*: Strategi komunikasi yang efektif melalui berbagai saluran seperti SMS, email, media sosial, dan kampanye iklan dapat membantu mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Personalisasi pesan dan penawaran berdasarkan data pelanggan dapat meningkatkan keterlibatan dan respons positif.

5. Analisis dan Pemantauan Kinerja: PT. Telkomsel perlu terus melakukan analisis terhadap efektivitas strategi komunikasi mereka di Jambi. Ini meliputi pengukuran tingkat retensi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan respons terhadap inisiatif yang dilakukan.

Maka dari itu Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengangkat judul laporan magang yaitu **“Strategi Komunikasi PT. Telkomsel Branch Jambi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”**.

1.2 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dalam pelaksanaan magang pada Telkomsel *Branch* Jambi yaitu:

1. Untuk mendapatkan pemahaman secara langsung suasana dan pola kerja di instansi tempat magang.
2. Untuk memahami permasalahan yang terjadi dalam lingkungan instansi perusahaan.
3. Mengembangkan kemampuan dalam diri dan meningkatkan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan.

1.3 Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat dalam pelaksanaan magang pada Telkomsel *Branch* Jambi yaitu:

1. Membantu melatih ketrampilan seperti memiliki rasa tanggung jawab, disiplin, dan manajemen waktu.
2. Mendapatkan ilmu dan pengalaman bekerja menjalin hubungan baik khususnya melalui pihak instansi dan penulis.
3. Dapat terlibat dalam acara-acara penting dan proyek-proyek besar yang dapat meningkatkan portofolio dan pengalaman kerja.