

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. PT Telekomunikasi Indonesia TBK

PT Telekomunikasi Indonesia atau yang sering disebut sebagai PT Telkom Indonesia, merupakan perusahaan milik Badan Usaha Negara (BUMN) yang bergerak dibidang teknologi komunikasi dan informasi. PT Telkom Indonesia menyediakan layanan jaringan dan layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Saham PT. Telkom Indonesia saat ini dipegang oleh pemerintah Republik Indonesia dengan kepemilikan sebesar 52,09% dan sisanya dimiliki oleh publik sebesar 47,91% (Wardana, 2019). PT Telkom Indonesia saat ini sedang menjalani proses menjadi perusahaan telekomunikasi digital. Transformasi ini menjadikan fokus utama dari PT Telkom Indonesia pada strategi bisnis dan operasionalnya berorientasi pada pelanggan. Tujuan dari adanya transformasi menuju digital ini adalah untuk mengikuti perkembangan zaman yang bertransformasi dalam bidang digital.

Pembentukan awal PT Telkom Indonesia ini terjadi pada tahun 1961, saat Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Seiring perkembangan waktu, pada tahun 1965 PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal bakal terbentuknya PT Telkom. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, mulai tanggal 4 Desember 2020 tercatat mempunyai nama baru di Bursa Efek Indonesia menjadi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Yefriza, 2021).

Telkom Indonesia mempunyai visi dan misi yang membantu dalam mewujudkan transformasi digital dan meningkatkan pelayanannya pada pelanggan. Visi dari Telkom Indonesia adalah *“To become a leading Telecommunication, Information, Media,*

Edutainment and Services (“TIMES”) player in the region”. Kemudian misi Telkom Indonesia, adalah sebagai berikut ini:

- Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga kompetitif.
- Menjadi modal pengelolaan koperasi terbaik di Indonesia.

Telkom Indonesia memiliki beberapa anak usaha yang dibagi menjadi empat kelompok dan mempunyai pemimpin bisnisnya, yaitu bisnis selular PT Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), bisnis internasional PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin), bisnis multimedia PT Telkom Metra dan bisnis infrastruktur PT Daya Mitra Telekomunikasi (Telkom Mitratel). Bentuk kegiatan usaha dan berbagai layanan dari Telkom Indonesia, yaitu “TIMES”.

Telecommunication, layanan ini mencakup jasa telepon kabel tetap (*fixed wireline*) dan jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), komunikasi selular (*mobile service*), layanan jaringan dan interkoneksi seperti layanan komunikasi data atau layanan internet. Produk dari layanan telekomunikasi ini meliputi Indihome Fiber, telepon rumah, Telepon tetap, TelkomNet instan, TelkomNet Astinet, Flexi, e-Business, e-Health, TELKOMNet Wholesale (VPN Dial), TELKOM ISDN, TELKOMLink VPN IP, TELKOMLink DINAccess,.

Information, layanan ini mencakup *Value Added Services* (“VAS”) dan *Managed Application/IT Outsourcing* (“ITO”), *e-Payment*, dan *IT Enabler Services* (“ITeS”). Media, layanan ini yaitu *Free To Air* (“FTA”) dan *Pay TV*. Edutainment, yang meliputi penawaran Ring Back Tone (“RBT”), SMS Content, portal dan lain – lain. Services, meliputi layanan pelanggan personal, Consumer/Home, SME, Enterprise, Wholesale, International (Yefriza, 2021).

B. IndiHome

Indonesia Digital Home, atau yang biasa disebut sebagai IndiHome, merupakan salah satu produk layanan *fixed broadband* dari PT Telkom Indonesia. IndiHome ini memiliki produk layanan yang berupa paket layanan komunikasi dan data Seperti telepon rumah (*voice*), internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (Usee TV Cable, IPTV). Paket layanan yang diberikan ini menjadikan Telkom Indonesia memberikan label IndiHome sebagai tiga layanan dalam satu paket (*3-in-1*) (Edwin, 2016).

Sejak IndiHome pertama kali diluncurkan pada tahun 2015, dimana produk ini merupakan salah satu program dari proyek utama Telkom Indonesia, Indonesia Digital Network 2015. Oleh sebab itu, pelanggan yang sebelumnya sudah berlangganan paket internet dari Telkom Indonesia, yaitu Telkom Speedy, para pelanggan diminta untuk beralih menggunakan IndiHome, sebab layanan Speedy akan dihentikan dan digantikan oleh IndiHome pada tahun 2015 (Rahmanto, 2015).

Telkom Indonesia, menyatakan bahwa produk layanan IndiHome mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari pertama kali diluncurkan. Rata – rata IndiHome mendapatkan penambahan jumlah pelanggan sebanyak 11,4 % pertahun, dengan pelanggan hingga hampir seluruh kota di Indonesia. Pada bulan Maret 2021, jumlah pengguna IndiHome sampai sekarang mencapai 8,1 juta (Gumilar, 2021).

Paket dan layanan dari IndiHome meliputi paket layanan *Single Play*, *Dual Play*, dan *Triple Play*. Paket layanan *Single Play*, menyediakan koneksi Fiber Optik dengan layanan Internet saja. Kemudian, paket layanan *Dual Play* menyediakan koneksi Fiber Optik dengan layanan internet dan telepon rumah. Lalu, paket layanan IndiHome *Triple Play*, menyediakan koneksi Fiber Optik dengan layanan internet, telepon rumah dan IPTV Usee TV (Shaid, 2021).

C. Telemarketing Indihome

Program IndiHome *Triple Play* dari PT Telkom Indonesia melalui aktivitas komunikasi pemasaran, salah satunya adalah aktivitas telemarketing, yang disebut sebagai *outbond call*. *Outbond Call* menurut Kotler dan Keller (2012, p. 539) merupakan aktivitas komunikasi pemasaran yang menggunakan telepon, yaitu saat dari pihak IndiHome melakukan komunikasi kepada pelanggan melalui sebuah telepon. Secara spesifik yang berperan melakukan komunikasi atau melakukan panggilan telepon adalah telemarketer dari IndiHome. Telemarketer IndiHome melakukan panggilan dengan telepon untuk menjual produk keluar secara langsung kepada konsumen.

Pada bagian IndiHome telemarketer yang bertugas melakukan panggilan merupakan bagian dari *Virtual Account Manager* (VAM). *Virtual Account Manager*, merupakan *representative agents* dari PT Telkom Indonesia untuk menangani aktivitas *outbond call* kepada pelanggan. Pihak IndiHome sendiri, mempunyai kualifikasi khusus untuk seorang yang bertugas sebagai *Virtual Account Manager* (Shabira, Lestari, & Primadani, 2015).