

# BAB – I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul

Pada era globalisasi dan era reformasi seperti sekarang ini telekomunikasi memegang peranan penting dan strategis, baik bagi manusia sebagai individu maupun bagi organisasi perusahaan. Perkembangan cepat dalam bidang teknologi komputer, komunikasi, yang ditunjang teknik digitalis membuat telekomunikasi berkembang sedemikian rupa kearah pemakai teknologi canggih. Pada sisi lain adanya pengaruh teknologi komunikasi mempengaruhi pola perilaku manusia yang diakibatkan karena perubahan-perubahan yang terjadi dilingkungan.

Ditengah-tengah kehidupan modern yang semakin menuntut kecepatan dan kemudahan dalam segala hal, maka tingkat kemajuan telekomunikasi dalam perspektif global dipandang mampu memperpendek jarak dan mempersingkat waktu semakin dibutuhkan kehadirannya dan menjadi relevan dengan gaya hidup manusia modern saat ini, maka kita bisa melihat pada saat ini perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi berlomba-lomba untuk memuaskan para pelanggannya dengan produk-produk baru yang canggih yang dibutuhkan oleh para pelanggannya.

Adanya perubahan regulasi yang terjadi ditandai dengan berlakunya UU No. 3 tahun 1989 tentang Pertelekomunikasian yang intinya membuka peluang bagi swasta nasional untuk ikut andil dalam pengelolaan telekomunikasi, membawa telekomunikasi masuk dalam era persaingan bisnis yang semakin tajam, serta

mengakhiri masa monopoli yang selama ini dikuasai PT. TELKOM sebagai antisipasi adanya kenyataan teknologi berkembang yang sering berganti-ganti.

Serta adanya tuntutan pemakai jasa telekomunikasi dan juga upaya mempertahankan posisi sebagai Market Leader serta meningkatkan Market Sharenya maka diambil langkah-langkah untuk melakukan inovasi yang mengarah kepada pengembangan produk baru. Produk-produk baru yang diluncurkan dalam pemasarannya melalui berbagai macam tahap-tahap pemasaran yang menentukan berhasil atau tidaknya produk tersebut diterima di masyarakat yang akan memberikan kontribusi besar bagi pendapatan perusahaan.

Adapun produk baru yang telah dipasarkan oleh PT. TELKOM dengan nama Value Added Service atau Jasa Nilai Tambah (Jasnita) adalah JAPATI (Jaringan Pintar Teknologi Informasi) atau juga dikenal sebagai Intelligent Network (in) yang terdiri dari 2 (dua) jenis jasa yang diluncurkan kepasar yaitu :

- Free call adalah suatu jaringan hubungan telepon interactive bebas biaya pulsa antara pelanggan dengan pemberi jasa atau service provider untuk seputar program pelayanan masyarakat, seperti terlibat di televisi.
- Premium call adalah berupa pelayanan interactive berupa kuis yang memakai biaya pulsa telpon pada masyarakat. Akibat penggunaan telepon oleh pelanggan telepon untuk mengakses nomor Premium Call (kuis interactive), PT. TELKOM menerima keluhan (claim pulsa) masyarakat pemakai jasa telekomunikasi, karena tagihan rekening telepon terlalu tinggi.

Masalah ini dimungkinkan terjadi karena kelemahan atau kurang pemahannya komunikasi pemasaran yang terjadi antara PT. TELKOM dengan masyarakat