

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Menjalin suatu *relationship* atau hubungan baik serta saling memahami dalam suatu perusahaan ialah hal yang penting. Menjalin suatu hubungan yang baik yaitu dengan cara berkomunikasi karena jika tidak berkomunikasi maka tidak dapat membangun suatu hubungan yang baik pada suatu perusahaan. Perusahaan tidak bisa berjalan dengan baik tanpa menjalin hubungan baik dengan *Customers*, untuk itu suatu perusahaan selalu membutuhkan cara dan upaya dalam menjalin hubungan baik kepada *Customers*.

Pada perusahaan membutuhkan suatu komunikasi dengan perusahaan yang lain supaya terjadi keharmonisan dan keselarasan dan menciptakan suatu interaksi baik dengan para *Customers*. Untuk itu semua perusahaan membutuhkan seorang *Public Relations* untuk menjadikan penengah antara perusahaan dengan *Customers* perusahaan.

Ketika hubungan yang terjalin baik antara perusahaan dengan *Customers* adalah suatu hal yang penting karena sebuah hubungan dapat mempengaruhi kesuksesan atau bahkan kegagalan perusahaan tersebut. Hubungan baik dapat menciptakan berbagai keuntungan seperti dukungan, kesaling pahaman dan loyalitas.

Profesi konsultan biasanya dibutuhkan untuk memberikan pemikiran dari luar bagi perusahaan atau tim kerja dalam suatu *project* tertentu. Banyak

perusahaan sampai saat ini masih menggunakan jasa konsultan untuk mendapatkan sebuah solusi dan jalan keluar untuk bisnis, baik dari sisi kualitas bisnis maupun yang lainnya. Seorang konsultan akan memberikan pelayanan dalam skema strategi dan perencanaan mengenai perkembangan dalam bidang yang dikuasai. Seorang konsultan merupakan seorang tenaga profesional yang memberikan *consultancy service* (jasa kepenasihatannya) di dalam bidang keahlian tertentu, contohnya di bidang telekomunikasi, perpajakan, akuntansi, lingkungan, biologi, koperasi, hukum dan IT.<sup>1</sup>

Berdasarkan pembahasan dari *logique 2022*, bahwa beberapa tahun terakhir konsultan IT semakin dibutuhkan banyak perusahaan karena kemajuan teknologi sudah merubah cara operasi bisnis. Perusahaan menjalankan bisnisnya dengan bantuan teknologi sebagian besar. Saat perusahaan menggunakan jasa konsultan IT maka perusahaan tersebut akan memperoleh banyak saran terbaik dalam mengimplementasikan teknologi secara lebih efektif.

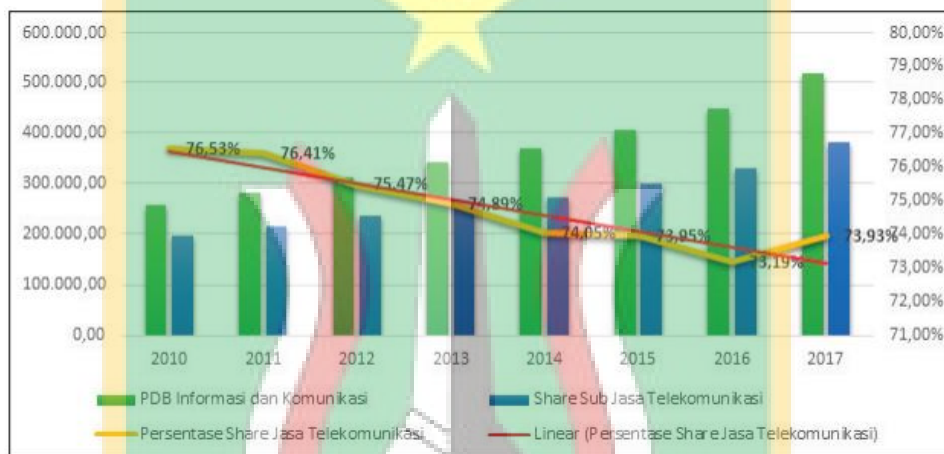
Secara garis besar, tugas konsultan IT akan merangkap dari penilaian kinerja sistem bisnis yang ada, implementasi sistem atau proses baru dan perencanaan strategis. Selain itu, profesi ini umumnya juga akan memiliki kemampuan analisis yang kuat sehingga perusahaan mampu mencari solusi terbaik untuk potensi masalah yang muncul. Perusahaan juga mempunyai keterampilan komunikasi yang baik untuk bisa memahami kebutuhan para *Customers*-nya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Wikipedia. 2021. *Konsultan*. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022. < <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsultan> > .

<sup>2</sup> NKD, Feradhita. 2022. *Konsultan IT: Tugas, Peran dan Kualifikasi yang Dibutuhkan*. Diakses pada tanggal 25 Desember 2022. < <https://www.logique.co.id/bl/2022/02/17/konsultan-it/> >

Sedangkan konsultan Telekomunikasi adalah untuk membantu *Customers* memilih teknologi yang tepat untuk kebutuhan dan anggaran perusahaannya. Peralatan Telekomunikasi termasuk mesin yang digunakan untuk transmisi suara, video, dan data. Sebuah konsultan Telekomunikasi bekerja untuk menciptakan sebuah sistem Telekomunikasi yang baru atau memperbarui teknologi yang sudah ada dengan tujuan meningkatkan performanya.<sup>3</sup>



**Gambar 1. 1 Jasa Telekomunikasi PDB dibandingkan Informasi dan Komunikasi PDB**

Berdasarkan pada data diatas, bahwa sektor jasa telekomunikasi memberikan *share* paling besar terhadap PDB sektor Informasi dan komunikasi dibandingkan sektor lain, dengan nilai kontribusi yang meningkat dalam jumlah rupiah.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Adila. 2022. *Apa yang dilakukan Konsultan Telekomunikasi?*. Diakses pada 18 Desember 2022. < <https://bl.usaha321.net/apa-yang-dilakukan-konsultan-telekomunikasi/index.html> >

<sup>4</sup> Yuniarti D, 2018. *Studi Analisis Industri Telekomunikasi Indonesia Untuk Mendukung Efisiensi*. Puslitbang Sumber Daya, Perangkat, dan Penyelenggaraan Pos dan Informatika Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi dan Informatika <https://balitbangsdm.kominfo.go.id>

Sebuah perusahaan konsultan IT dan Telekomunikasi PT Cahaya Arif Abadi beralamat di Jl. Tebet Barat X No 33, RT 8 RW 5, Tebet Barat, Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia, 12810. PT Cahaya Arif Abadi didirikan pada tahun 2000 dan awalnya berdiri untuk layanan pelaksanaan proyek seluler yang sedang berkembang. Dalam melanjutkan perkembangan pertumbuhan Telekomunikasi dan dalam mengoptimalkan pemanfaatan tenaga kerja terampil, PT Cahaya Arif Abadi bertujuan untuk menyediakan layanan teknik dan manajemen strategis berkualitas tinggi di bidang Telekomunikasi, mulai dari konsultasi, *survey*, perancangan jaringan dan optimasi pelaksanaan proyek, manajemen proyek dan pengawasan, pemeliharaan jaringan serta layanan konsultasi strategis. Namun, sejak tahun 2008 PT Cahaya Arif Abadi telah mengubah fokus bisnisnya menjadi Perusahaan Sistem Integrator pada bidang Telekomunikasi dan IT.<sup>5</sup>

Alasan peneliti memilih PT Cahaya Arif Abadi adalah dilihat dari *Customers* yang bekerja sama dengan perusahaan dalam jangka waktu yang cukup lama. Karena sebuah perusahaan yang sukses ialah perusahaan yang dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan *Customers*-nya. Dengan adanya kerja sama jangka panjang tersebut, tentunya PT Cahaya Arif Abadi dengan *Customers* mempunyai keuntungan satu sama lain karena hubungan jangka panjang berarti *Customers* yang loyal di mana kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dan terpuaskan.

---

<sup>5</sup> XLoker, 2022, *Overview PT Cahaya Arif Abadi*. Diakses pada tanggal 17 November 2022. <<http://xloker.com/id/company/detail/13734>>

## PENYEDIA LAYANAN TELEKOMUNIKASI KAWASAN TEBET DKI JAKARTA

Nama Perusahaan	Tahun Berdiri	Keterangan	Status
PT Nextwave	2004	Subkontraktor Telekomunikasi	Aktif
PT Cahaya Arif Abadi	2000	Konsultan IT & Telekomunikasi	Aktif
PT Jasa Telekomunikasi Utama	2007	Jasa Telekomunikasi	Aktif
PT Dayamitra Telekomunikasi	2008	Infrastruktur Telekomunikasi	Aktif

**Gambar 1. 2 Penyedia Layanan Telekomunikasi Kawasan Tebet DKI Jakarta<sup>6</sup>**

Selain itu peneliti melihat keunikan yang menarik dari PT Cahaya Arif Abadi yaitu perusahaan ini tidak hanya terpaku pada bidang Telekomunikasi, namun juga merambah pada dunia bisnis pada bidang IT. Mendirikan PT dengan beberapa bidang usaha tentu tidak mudah, namun PT Cahaya Arif Abadi bisa mempertahankan dua bidang bisnisnya sampai saat ini.

*Customer* yang bekerja sama dengan PT Cahaya Arif Abadi dengan jangka waktu terlama adalah Telkomsel. PT Cahaya Arif Abadi menjalin kerja sama dengan Telkomsel sejak tahun 2007 hingga saat ini. Berikut ini adalah data *Customers* dengan jangka waktu yang ditetapkan oleh PT Cahaya Arif Abadi:<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Adm. 2010. *Daftar Perusahaan Layanan Telekomunikasi*. Diakses pada 19 Desember 2022. <<https://daftarperusahaanindonesia.com/>>

<sup>7</sup> PT Cahaya Arif Abadi. 2022. *Company Profile PT CAA*. Diakses pada 16 November 2022. <<https://www.caa-telco.com/customer>>

No	Clients	Years	Category	Project
1	Telkomsel	2007 - Present	Telco Software	Radio Network Planning Tool Planet and Local Support
2	Smartfren	2007 - 2018	Telco Software	Radio Network Planning Tool Planet
3	Sinar Mas Group	2007	Telco Software	Billing System, VAS & OSS - CBOSS
4	Lintasarta XL Axiata	2007	Telco Software	IT Security Technologies - SIMCommander, QualysGuard, PatchLink, Vernier, Ingrian, Voltage,
5	Icon +	2014-2017	Telco Software	Fiber Optic Inventory Management System
6	Lintasrta	2015	Telco Software	Planet, Ellipse and Fusion Planning Tools
7	Fiberstar	2016- Present	Telco Software	Application FTTH Planning & Design Tools, Inventory and Management
8	XL Axiata	2017 – Present	Telco Software	Radio Network Planning Tool Planet and Local Support Transport Network Planning Tools (Ellipse) & Local Support
9	Eka Mas Republik	2019 - Present	Telco Software	Fiber Management System (FMS) - FTTx
10	Bank BRI	2018	IT Enterprise Software	SDWAN Live Trial Project
11	Bank BJB	2020 - Present	IT Enterprise Software	Ipanema Application Performance Monitoring Live Trial Project
12	Pupuk Jujang	2020 - Present	IT Enterprise IOT	CEMS Gateway solution and Monitoring
13	Cirebon Elektrik	2020 – Present	IT Enterprise IOT	CEMS Gateway solution and Monitoring
14	XL Axiata	2020 – Present	Telco Software	UGIS (Unified Geographic Information System) - FTTx Software

**Gambar 1.3 Daftar Referensi *Project* – Penyedia & Vendor Layanan Telekomunikasi PT Cahaya Arif Abadi**

Selain itu, PT Cahaya Arif Abadi juga memiliki prestasi yang dapat membuat *Customers* yakin untuk bekerja sama dengan perusahaan ini. Dengan adanya sebuah prestasi, tentunya akan mendorong *Customers* tertarik dalam membeli sebuah barang atau jasa. Hal tersebut dilihat dari pencapaian-pencapaian PT Cahaya Arif Abadi. Berikut ini adalah penghargaan PT Cahaya Arif Abadi:



Gambar 1. 4 Penghargaan PT Cahaya Arif Abadi

Berikut ini adalah data *Customers* pemerintahan dan *Customers* swasta PT Cahaya Arif Abadi.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Ibid.

## Leading Government & Enterprise Client



**Gambar 1. 5 Customers Pemerintah & Perusahaan Terkemuka**

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti kepada divisi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abdi, bahwa komunikasi dan hubungan yang terjalin kepada *Customer* PT Cahaya Arif Abadi tidak berjalan dengan baik. Sehingga pada tahun 2020 menyebabkan PT Cahaya Arif Abadi kehilangan salah satu *Customer*-nya.

Melihat permasalahan tersebut, tentu menjadi perhatian khusus bagi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi. Dimana perlu adanya upaya strategi untuk menjalin hubungan yang baik dengan tujuan menarik kembali simpati *Customer* kepada perusahaan ini. Maka disinilah *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi harus menjalankan kewajibannya sebagai *Public Relations* dengan sebaik-baiknya.

Peneliti juga mengasumsikan bahwa PT Cahaya Arif Abadi kehilangan *Customer*-nya karena beberapa faktor seperti pelayanan PT Cahaya Arif Abadi



yang tidak sesuai harapan *Customer* dan juga komunikasi yang terjalin tidak cukup bagus sehingga menyebabkan kekecewaan dimata *Customer*. Hal tersebut terjadi karena strategi *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik kepada *Customer* yang kurang optimal.

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah dibangun. Tujuan tidak mudah dicapai tanpa adanya strategi, karena segala tindakan atau perbuatan tidak lepas dari sebuah strategi. Strategi sebagai keputusan tentang tindakan yang dilakukan dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan.<sup>9</sup> Untuk itu *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi harus mendongkrak mengenai strateginya supaya lebih baik, agar PT Cahaya Arif Abadi bisa menjalin hubungan baik pada *Customers* dengan maksud untuk saling mendapati keuntungan satu sama lain.

Keberadaan *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi adalah sebuah indikasi yang memiliki peran penting dalam perusahaan. Seharusnya divisi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi mempunyai peran kunci untuk membangun ketertarikan publik dengan cara menarik simpati melalui strategi *Public Relations* secara aktif dengan tujuan untuk menciptakan sikap simpati publik kepada perusahaan. Oleh sebab itu bentuk eksternal publik yaitu orang yang berada diluar perusahaan yang mempunyai kaitan kepentingan dalam rangka menjalin hubungan baik guna mencapai tujuan yang saling menguntungkan satu sama lain.

---

<sup>9</sup> Arifin A. 1982. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico  
<https://onsearch.id/Record/IOS2902.YOGYA000000000002714>

Berdasarkan penjelasan tersebut, diharapkan penelitian ini mendapatkan jawaban yang spesifik serta jelas atas apakah strategi *Public Relations* yang digunakan oleh PT Cahaya Arif Abadi telah dilakukan dengan benar dan apakah strategi tersebut efektif atau tidak untuk tujuan menjalin hubungan baik dan mendapatkan *goodwill* dimata *Customers*-nya. Hal itu dilihat dari hasil kerja sama yang dilakukan PT Cahaya Arif Abadi dengan *Customers* dengan rentang waktu yang cukup lama, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

**“STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT CAHAYA ARIF ABADI DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN *CUSTOMERS*”**

**1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*?”

**1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan dan menambah referensi dari sumber bacaan di lingkungan Universitas Nasional. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik pada *Customers* khususnya di lingkungan Mahasiswa.
2. Secara praktis sebagai bahan masukan dan evaluasi kepada PT Cahaya Arif Abadi serta referensi bagi pihak-pihak terkait untuk membuat program perencanaan strategi *Public Relations* kedepannya.
3. Secara metodologi hasil penelitian ini diharapkan bisa dikembangkan dari sisi metodologi. Diharapkan *output* penelitian ini bisa menjadikan acuan dalam pengembangan riset lanjutan dengan metodologi yang berbeda.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

### **1.5.1 BAB 1**

Merupakan pendahuluan. Bab ini berisi gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi keseluruhan penelitian yang meliputi latar belakang masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **1.5.2 BAB II**

Dalam bab ini membahas tentang kajian teoritik, yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian teoritik serta penelitian terdahulu yang relevan, yang berkaitan dan berhubungan dengan strategi *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*. Dalam kajian teoritik peneliti menentukan teori yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Customer Relations Management*.

### **1.5.3 BAB III**

Pada bab ini merupakan metodologi penelitian mengenai paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan teknik pengumpulan data, narasumber, teknik keabsahan data, teknik pengolahan dan analisis data serta jadwal dan perencanaan penelitian.

### **1.5.4 BAB IV**

Merupakan temuan penelitian. Bab ini mendeskripsikan mengenai profil PT Cahaya Arif Abadi, visi dan misi PT Cahaya Arif Abadi, struktur organisasi PT Cahaya Arif Abadi, profil divisi/departemen *Public Relations* mengenai strategi PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*. Selanjutnya analisis dari data yang berisi strategi *Public Relations* PT Cahaya Arif Abadi dalam menjalin hubungan baik pada *Customers*.

### 1.5.5 BAB V

Pada bab lima merupakan bab yang membahas mengenai suatu kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil pembahasan penelitian skripsi serta lampiran-lampiran yang mendukung dari keabsahan data pada halaman sebelumnya.

