

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di dunia tidak dapat dipungkiri semakin pesat dan sangat mempengaruhi kehidupan tiap manusia. Teknologi sendiri merupakan suatu sarana yang menyediakan hal-hal yang diperlukan bagi keberlangsungan dan kenyamanan hidup manusia[1]. Kata teknologi memiliki makna perkembangan dan penerapan berbagai sistem penyelesaian persoalan-persoalan yang dihadapi manusia dalam kehidupan sehari-hari[2]. Seiring berjalannya waktu, teknologi mulai bercabang menjadi Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Teknologi informasi dapat dimaknakan sebagai sebuah tata cara atau sistem yang sering digunakan manusia untuk menyampaikan pesan, berita, atau informasi tertentu[3]. Sedangkan Teknologi Komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari satu perangkat ke lainnya. Sehingga, Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, pemindahan informasi antar media[4].

Pada era revolusi saat ini, manusia telah berada dalam sebuah era yang sarat dengan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan adanya kemajuan teknologi, hal ini memberikan sebuah sumber informasi dan komunikasi yang sangat luas dari apa yang telah dimiliki manusia saat ini[5]. Melalui hal tersebut manusia semakin memanfaatkan penggunaan teknologi komunikasi dalam menyampaikan informasi secara efektif dan efisien.

Penggunaan Teknologi Komunikasi dan Informasi saat ini mulai dimanfaatkan juga dalam bidang *customer service*. Menurut Kasmir, *customer service* adalah sebuah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk meningkatkan kepuasan kepada pelanggan[6]. Kualitas kepuasan pelanggan dapat dibidang bergantung pada sosok *customer service*, menurut Wijaya, terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan dalam memenuhi kepuasan pelanggan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *tangible*, *assurance*, dan juga *empathy*[6]. Bidang ini sudah menjadi sebuah hal yang lumrah pada perusahaan-perusahaan yang menyediakan pelayanan pelanggan misalnya bank, elektronik, *provider*, *e-commerce*, dan masih banyak lagi.

Bidang *customer service* merupakan salah satu pendekatan kepada pelanggan melalui peningkatan pelayanan pelanggan, hal ini secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap eksistensi dari perusahaan itu sendiri. Dengan pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan yang menjadi fokus, sebuah perusahaan dapat menjaga hubungan yang baik dengan pelanggannya, hal ini dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan dengan tetap memiliki pelanggan setia bahkan bisa menarik pelanggan baru juga. Berdasarkan sebuah penelitian 68% pelanggan/konsumen rela membayar lebih untuk mendapatkan pengalaman layanan pelanggan yang baik[7]. Hal ini membuat banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanan konsumen mereka.

Semakin banyak sebuah perusahaan memiliki pelanggan, maka semakin banyak juga diperlukannya jasa yang mengatur dalam hal *customer service*. Melihat dari UMP (Upah Minimum Provinsi) di Indonesia secara spesifik pada daerah Jakarta sebesar 5,07 juta rupiah[8], dimisalkan sebuah perusahaan memiliki pelanggan dalam skala menengah keatas yaitu kisaran 500-1000 pelanggan, diperlukannya sosok jasa pelayanan pelanggan kurang lebih 20 orang, dimana pengeluaran perusahaan tersebut dapat mencapai 100 juta rupiah hanya untuk membayar jasa pelayanan pelanggan saja. Ditambah dengan ketidakmerataan penyampaian informasi yang akan terjadi selama informasi dibagikan kepada pelanggan.

Melalui hal ini, terlahir sebuah inovasi pada bidang teknologi informasi dan komunikasi untuk mengatasi masalah diatas. Dikembangkannya sebuah sistem penyampaian informasi melalui komunikasi yang dinamakan *IVR (Interactive Voice Response)*. *Interactive Voice Response* merupakan teknologi layanan berbasis suara yang dapat mengatur interaksi komputer melalui suara terhadap input yang diberikan pengguna[9]. *IVR* sendiri memanfaatkan sebuah rekaman suara yang telah diinput dalam sebuah sistem dan akan memberikan informasi pada konsumen, *IVR* merupakan sistem yang hanya bersifat satu arah, sistem akan memberikan informasi lalu akan mengakhiri panggilan[9]. Dengan adanya sistem ini, seluruh informasi akan tersampaikan secara merata kepada seluruh konsumen, dengan efektif dan efisien.

Salah satu penggunaan sistem ini sering ditemukan pada perusahaan *E-commerce* yang memang saat ini merajalela di dunia. *E-commerce* atau *Electric Commerce* adalah sebuah proses transaksi jual beli secara daring dengan menggunakan alat bantu elektronik seperti internet dan gawai[10]. Pengimplementasian sistem *IVR* ini dinamakan juga sebagai *Talk-bot* atau sebuah

robot yang dapat melakukan komunikasi dan menjadi perantara antara satu orang dan lainnya.

Kali ini akan dilakukannya pengembangan sistem *IVR* terhadap salah satu *e-commerce* di Indonesia yang merupakan salah satu klien dari perusahaan WIZ AI, dengan pemanfaatan beberapa *hardware* dan juga *software*. Sebelumnya *E-Commerce* ini telah memiliki *Talk-Bot* yang sudah berjalan tetapi terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan saat dijalankannya, menurut klien, pada bagian suara *Bot* masih kurang maksimal sehingga terdengar sangat kaku seperti robot. Selain itu terdapat gangguan dalam beberapa panggilan yang telah dijalankan. Berdasarkan *feedback* klien, banyak suara *noise* yang sering muncul dalam panggilan kepada pelanggan sehingga *E-Commerce* ini ingin melakukan penyesuaian serta peningkatan pada *dialogue* dari *bot*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Adapun maksud dari dilakukannya praktek kerja magang adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pengembangan serta rancang bangun terhadap sistem komunikasi *IVR (Interactive Voice Response)* terhadap *e-commerce*.
2. Sebagai wadah dalam mengimplementasikan secara langsung ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam dunia profesional.
3. Mendapatkan ilmu serta pengalaman berharga dalam pengembangan diri yang dapat diimplementasikan kedepannya.
4. Mengembangkan kualitas diri baik dari segi *softskills* maupun *hardskills*.
5. Memperluas relasi dalam dunia profesional

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari dilaksanakannya praktek kerja magang sebagai seorang *CX Intern* adalah melakukan pengembangan *talkbot* di bidang *customer service* pada PT WIZ.AI menggunakan sistem *IVR(Interactive Voice Response) retention*.

Sehingga diharapkan dari dilaksanakannya praktek kerja magang ini dapat memberikan pengalaman konkret dalam meningkatkan kemampuan dan kinerja seorang *CX intern* di perusahaan WIZ.AI.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktek kerja magang pada posisi *CX Design Intern* di perusahaan WIZ AI dilaksanakan selama 6 bulan kerja dengan rentang waktu dimulai pada 15 Januari 2024 - 15 Juli 2024. WIZ AI sendiri merupakan sebuah perusahaan yang menerapkan sistem kerja selama 8 jam perharinya dengan jam masuk kerja yang fleksibel, dan pulang sesuai dengan waktu masuk di pagi hari, dengan jam masuk kerja maksimal pada pukul 10.00 WIB. Durasi istirahat selama 1 jam yaitu pada pukul 11.30-12.30 WIB.

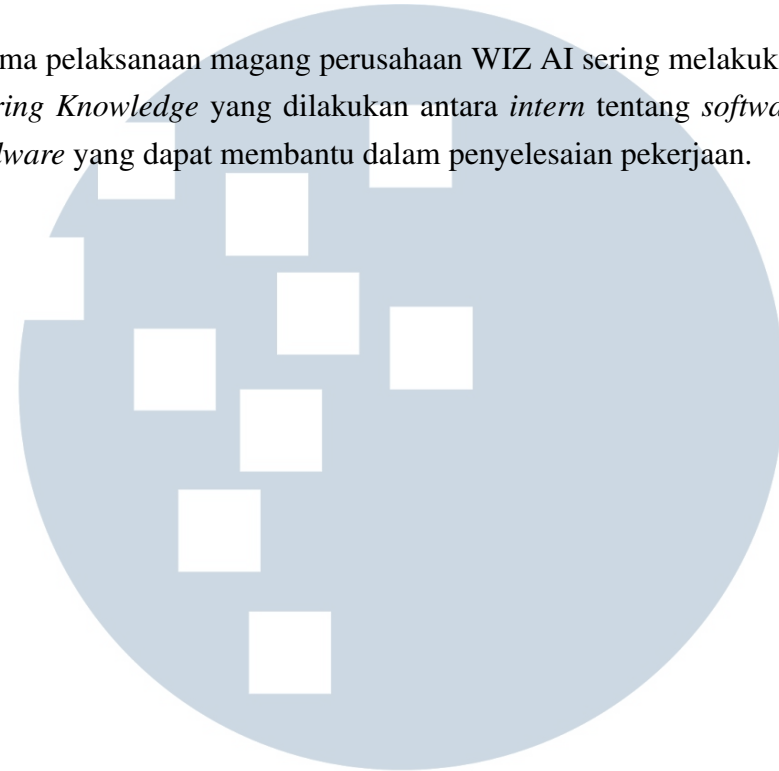
Dengan waktu kerja yang fleksibel, waktu pulang kerja juga dapat berubah sesuai dengan pekerjaan yang sedang dikerjakan serta *deadline* dari pekerjaan tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun prosedur yang perlu dijalankan selama pelaksanaan praktek kerja magang adalah sebagai berikut.

1. Pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan sistem *full WFO (Work From Office)* selama 5 hari kerja.
2. Lokasi kerja magang bertempat di Gedung Office 88 Lt. 16, Jl. Raya Casablanca, RT.14/RW.5, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
3. Melakukan *clock in* dan *clock out* setiap harinya menggunakan aplikasi *Lark* sebagai bentuk absensi.
4. Mengisi *individual tracker* yang berisikan kegiatan serta pekerjaan yang dilakukan pada hari itu.
5. Perizinan melakukan *WFH (Work From Home)* diperbolehkan dengan alasan yang konkret.

6. Hari libur saat hari raya mengikuti hari libur nasional tidak termasuk cuti bersama.
7. Selama pelaksanaan magang perusahaan WIZ AI sering melakukan kegiatan *Sharing Knowledge* yang dilakukan antara *intern* tentang *software* maupun *hardware* yang dapat membantu dalam penyelesaian pekerjaan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA