

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam melaksanakan praktek kerja lapangan ini objek yang telah ditinjau ialah bagian pemasaran pada PT. Telkom Kandatel Bandung, khususnya dalam mengenai Customer Service.

##### **3.1.1. Sejarah PT Telkom**

PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pelaksanaan jasa telekomunikasi untuk umum dalam negeri. Keberadaan PT. Telkom. Tbk tidak terlepas dari sejarah panjang pertelekomunikasian Indonesia yang dimulai dari Post entelegraadiens yang didirikan pada tahun 1884 dengan staatblan No. 52, kemudian pada tahun 1906 diubah menjadi Post Telefoondienst (P. T. T) dengan staatblad No. 395 dan semenjak itu disebut P. T. T. Dient tahun 1931 ditetapkan sebagai perusahaan Negara berdasarkan Indienshe Berdijuen Wet (I.B.W).

Selanjutnya pada tahun 1960 pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang No. 19 tahun 1960 tentang persyaratan sebuah Perusahaan Negara (P. N) dan dengan Perpu No. 240 tahun 1961 berubah menjadi P. N Pos dan Giro dan P. N Telekomunikasi. Lapangan usaha P. N Pos dan Giro dan Telekomunikasi ternyata berkembang dengan pesat maka berdasarkan peraturan pemerintah (PP) No. 29 dan No. 30 tahun 1965 terjadi pemecahan P. N Pos dan Giro dan P. N Telekomunikasi.

Berdasarkan SK Menteri Perhubungan No. 129/U/1970 pada tanggal 28 April 1970 P. N Telekomunikasi disingkat menjadi PERUMTEL (Perusahaan Umum Telekomunikasi) dikukuhkan dengan peraturan pemerintah No. 22 tahun 1974 yang menetapkan sebagai pengelola telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan luar negeri.

Dengan ditetapkan Undang-Undang No. 3 tahun 1989 tentang telekomunikasi maka usaha penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia mendapat angin segar dalam pengembangan dan pembangunan usahanya.

Kemudian dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha jasa telekomunikasi dengan peraturan pemerintah No. 25 tahun 1991 perusahaan umum telekomunikasi berubah menjadi PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), yang selanjutnya disebut PT. TELKOM dengan akta No. 128 tanggal 24 september 1991 yang ditandatangani oleh Menteri Pos dan Telekomunikasi Soesilo Soedarman.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Yang selanjutnya disebut TELKOM atau perseroan, merupakan perusahaan informasi dan komunikasi (INFOCUM) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (Full Service and Network Provider) yang terbesar di Indonesia

Telkom menyediakan jasa telepon tetap kabel (Fixed wire line) jasa telepon tetap nirkabel (Fixed Wireless), jasa telepon bergerak (mobile service), data dan internet serta, jasa multimedia lainnya dan Network dan Interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

Pada akhir September 2005, perseroan menjadi pemegang saham mayoritas di 9 (sembilan) anak perusahaan, termasuk PT. Telekomunikasi selular (Telkomsel) yang memiliki pangsa pasar terbesar dalam industri selular di Indonesia dengan EBITDA margin sebesar 72% merupakan salah satu yang tertinggi didunia.

Kepemilikan saham Telkom saat ini dimiliki oleh pemerintah RI (Republik Indonesia) sebesar 51, 9% dan oleh public. Sebagian dimiliki oleh Investor asing sebesar 45, 48% dan sisanya oleh Investor local sebesar 3, 23% dengan kapitalisasi pasar untuk saham TELKOM saat ini berkisar 15% dari total kapitalisasi pasar di BEJ.

Telkom mencatatkan sahamnya di bursa efek dalam dan luar negeri yaitu Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Newyork Stock Exchange (NYSE), London Stock Exchange (LSE) dan Tokyo Stock Exchange (TSE) (Publik Offering Without Listing (POWL).

Pada tahun 2005 TELKOM baru saja memperingati 10 tahun sebagai perusahaan public di BEJ dan closing bell ceremony di New York Stock Exchange dan sekaligus sebagai wujud komitmen perseroan untuk tetap listing di NYSE pada akhir September 2005, TELKOM memiliki jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 12,4 juta, sementara pelanggan selular Telkomsel berjumlah 23,5 juta.

Sampai dengan 31 Desember 2006 jumlah pelanggan TELKOM sebanyak 48,5 juta pelanggan yang terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,7 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 4,2 juta pelanggan dan 35,6 juta pelanggan jasa telepon bergerak. Pertumbuhan jumlah pelanggan TELKOM di tahun 2006 sebanyak 30,73% telah mendorong kenaikan Pendapatan Usaha TELKOM dalam tahun 2006 sebesar 23% disbanding tahun 2005.

Sejalan dengan visi TELKOM untuk menjadi perusahaan InfoComm terkemuka di kawasan regional serta mewujudkan TELKOM Goal 3010 maka berbagai upaya telah dilakukan TELKOM untuk tetap unggul dan leading pada seluruh produk dan layanan.

Hasil upaya tersebut tercermin dari market share produk dan layanan yang unggul di antara para pemain telekomunikasi. Selama tahun 2006 TELKOM telah menerima beberapa penghargaan baik dari dalam maupun luar negeri, di antaranya The Best Value Creator, The Best of Performance Excellence Achievement, Asia's Best Companies 2006 Award dari Majalah Finance Asia.

Saham TELKOM per 31 Desember 2006 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (51,19%) dan pemegang saham publik (48,81%), yang terdiri dari investor asing (45,54%) dan investor lokal (3,27%). Sementara itu harga saham TELKOM di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2006 telah meningkat sebesar 71,2% dari Rp 5.900,- menjadi Rp 10.100,-. Kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir 2006 sebesar USD 22,6 miliar.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh TELKOM, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, saat ini TELKOM menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

Ruang lingkup wilayah PT. TELKOM terlebih dahulu dibagi menjadi ke dalam tujuh Divisi Regional (DIVRE) yang kantor perwakilannya ditempatkan di kota-kota besar. Ketujuh Divisi Regional itu adalah : Sumatera (Medan), D.K.I (Jakarta), Jabar dan Banten (Bandung), Jateng dan Yogyakarta (Semarang), Jatim (Surabaya), Kalimantan (Balik Papan), Sulawesi, Maluku, Bali, Nusa Tenggara dan Irian (Ujung Pandang). Kemudian, setiap Divisi Regional itu dibagi kembali menjadi Kantor Daerah Telekomunikasi (KANDATEL) yang kantor perwakilannya di tunjuk berdasarkan ukuran luas daerah dan pengungsinya.

### **3. 1. 2. Sejarah PT Telkom Kandatel**

Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi (KANDATEL) Bandung berdiri pada tahun 1991 berdasarkan keputusan Direksi Perusahaan Umum Telekomunikasi No. KD 8087/KP. 082/Peg-34/1991 tanggal 31 Juli 1991 tentang pembentukan KANDATEL Bandung yang merupakan bagian dari Divisi Regional III (DIVRE III) Jawa Barat yang membawahi area usaha daerah Bandung, dan sekitarnya meliputi: Majalaya, Rancaekek, Cicalengka, Lembaang, Tanjung Sari, Sumedang, Batujajar, Cililin, Padalarang, Cikalong Wetan, Banjaran, Soreang, Ciwidey, dan pangalengan. Dipimpin oleh Kepala Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi (KAKANDATEL) yang bertanggung jawab kepada DIVRE III Jawa Barat dan di bantu oleh seorang wakil kandatel.

### **3. 1. 3. Sejarah TELKOMFLEXI**

Perkembangan di segala bidang saat ini sangat cepat dengan perubahan-perubahan yang kadang tidak kita perkirakan. Orang yang bijak dalam menyikapi setiap perubahan dituntut untuk bisa selalu flexible, memperoleh informasi dengan mudah dan cepat, serta penghematan pengeluaran yang dapat diperkirakan. Jika anda termasuk orang yang bijak dalam menyikapi setiap perubahan, maka Telkom memberikan yang terbaik untuk Anda.

TELKOMFLEXI produk idola masyarakat dari Telkom yang mampu menjawab kebutuhan Anda. TELKOMFLEXI hadir dengan teknologi CDMA yang memiliki keunggulan dibanding teknologi sebelumnya. Untuk menjadi

pelanggan TELKOMFLEXI sudah tersedia layanan Pra Bayar yang ngetrend disebut FLEXITrendy dan Pasca Bayar yang berkelas disebut juga dengan FLEXIClassy. Pelanggan FLEXIClassy dapat menggunakan terminal yang beroperasi dengan kartu (RUIM) dan nomor yang diinjeksikan ke dalam terminal. Anda dapat dengan mudah memperoleh kartu untuk menikmati layanan TELKOMFLEXI di plasa Telkom atau FLEXI Center terdekat.

Untuk mempermudah calon pelanggan TELKOMFLEXI, pada saat ini sudah banyak tersedia terminal dengan merk dan tipe handset untuk berlangganan TELKOMFLEXI dengan harga yang terjangkau. TELKOM juga menyediakan paket-paket hemat dalam memperoleh terminal dambaan Anda. Dengan terminal yang terjangkau serta layanan FLEXITrendy dan FLEXIClassy Anda akan dapat berkomunikasi secara flexible dengan mobilitas tinggi dan pulsa yang hemat.

Dengan tujuan meraih kepuasan pelanggan, TELKOMFLEXI terus mengembangkan produk dan layanan dalam memperoleh informasi dengan mudah dan cepat. Pada saat ini, tersedia layanan Short Message Service (SMS) dan Wireless Application Protocol (WAP). Anda bisa berkomunikasi hemat dan informasi dapat tersimpan dengan menggunakan SMS, selanjutnya untuk memperoleh informasi terkini dapat mengakses WAP TELKOMFLEXI. Selain itu juga terdapat feature-feature lain yang sudah kami berikan ataupun sedang dalam perkembangan.

TELKOMFLEXI juga menyediakan layanan-layanan content berbasis SMS dan WAP dengan banyak kategori layanan, seperti astrologi, info, fun, games, sport news, general news, polling, quiz, religi, misteri dan lain sebagainya. Layanan content disediakan oleh TELKOMFLEXI bekerjasama dengan Content Provicer dengan menggunakan tarif premium yang telah diberitahukan. TELKOMFLEXI memberikan peluang sebesar-besarnya kepada Anda untuk bekerjasama menjadi Content Provider.

Keuntungan utama yang anda peroleh bila menjadi pelanggan TELKOMFLEXI adalah biaya yang hemat. Pelanggan akan dibebani dengan tarif pulsa telepon rumah dengan kemampuan terminal telepon yang dapat dibawa-bawa. Selain itu, pelanggan TELKOMFLEXI juga tidak membebani pelanggan

telepon rumah yang memanggilnya. Selanjutnya, TELKOMFLEXI juga menyediakan komunikasi data dan akses internet dengan lebih cepat hingga 153 Kbps. Keuntungan berikutnya dari TELKOMFLEXI adalah kualitas suara lebih jernih, layanan kring lebih cepat, radiasi terminal rendah sehingga memberikan keamanan bagi otak, serta aman dari penggandaan nomor.

#### **3. 1. 4. Produk TelkomFlexi**

- FLEXIClassy merupakan kartu Paska Bayar dari TELKOMFlexi yang menawarkan kenyamanan dan kecepatan akses komunikasi. Produk ini memberikan berbagai fasilitas dan kemudahan bagi para pengguna layanan TELKOMFlexi yang tidak ingin direpotkan oleh rutinitas isi ulang.
- FLEXITrendy merupakan kartu Pra Bayar Isi Ulang dari TELKOMFlexi yang menawarkan kenyamanan dan kecepatan akses komunikasi. Produk ini memberikan berbagai fasilitas serta pilihan nominal pulsa sesuai yang diinginkan
- Flexi Home merupakan produk terbaru dari TELKOMFlexi yang menggunakan Fixed Wireless Terminal (FWT) berbasis ESN (Non Sim Card ) sebagai terminal dirumah.

#### **3. 1. 5. Contact Customer TelkomFlexi**

- Hubungi layanan **Call Center TELKOM** melalui nomor telepon **147** dari TELKOMFlexi Anda untuk mendapatkan informasi produk dan layanan kami. Layanan Call Center 147 ini tersedia 7 hari x 24 jam di seluruh Indonesia.
- **PlasaTELKOM** adalah outlet/tempat pelayanan milik TELKOM, yang sepenuhnya dikelola oleh TELKOM dan atau dikerjasamakan dengan mitra disediakan untuk melayani pelanggan/calon pelanggan/pengguna jasa TELKOM yang ingin dilayani secara langsung (face to face) dengan berbagai kemungkinan latar belakang/penyebab, baik mengenai kebutuhan akan segala informasi

yang berkaitan dengan produk layanan TELKOM maupun untuk pemenuhan kebutuhan produk itu sendiri.

➤ **Flexi Center** adalah salah satu bentuk atau brand name untuk Outlet milik TELKOM yang dikerjasamakan dengan MITRA, disediakan untuk melayani Pelanggan/Calon Pelanggan/Pengguna jasa TELKOM Flexi yang ingin secara langsung (face to face) dengan berbagai kemungkinan latar belakang/penyebab, baik mengenai kebutuhan akan segala informasi yang berkaitan dengan produk dan layanan TELKOM FLEXI, maupun untuk pemenuhan kebutuhan produk itu sendiri.

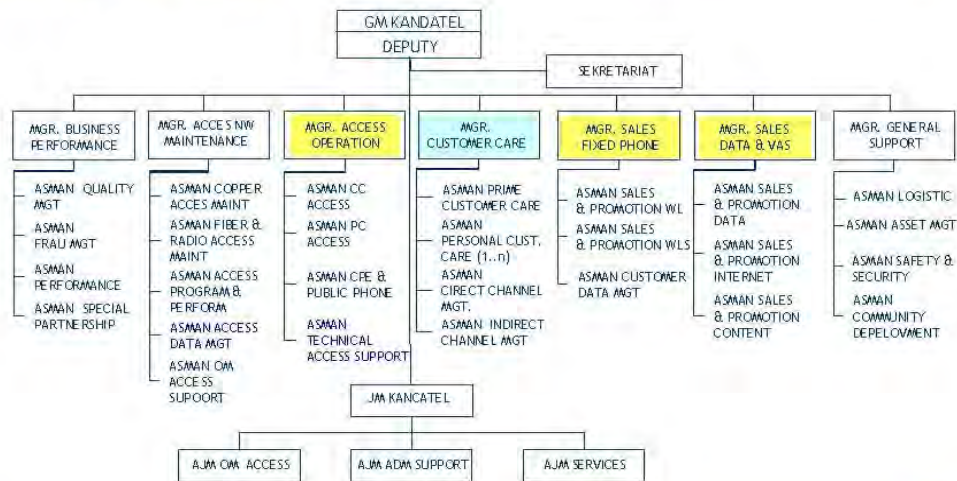
➤ **Info Billing**

Saat ini pelanggan TelkomFlexi dapat memperoleh informasi Tagihan TelkomFlexi dengan beberapa cara yaitu :

- Dapat melalui informasi tagihan di PlasaCom
- Memperoleh invoice billing yang dikirimkan tiap bulan ke alamat pelanggan
- Melalui sms ke nomor 109 (sedang tahap pengembangan)  
Bila anda ingin memperoleh detail informasi tagihan TelkomFlexi, anda dapat memperoleh di PlasaTelkom terdekat.

### **3. 1. 6. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas KANDATEL Bandung**

Untuk mencapai sasaran kerja yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien, diperlukan suatu struktur organisasi yang baik dan teratur. Struktur organisasi pada PT TELKOM KANDATEL Bandung dapat dilihat pada gambar.



Committed 2U



**Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi**

Sumber : Kandatel

Dalam suatu perusahaan atau instansi struktur organisasi merupakan bagian yang sangat diperlukan untuk memperlancar arus pekerjaan dimana para karyawan sudah ditempatkan menurut bagiannya masing-masing. Tanpa adanya struktur organisasi, suatu perusahaan tidak akan berjalan dengan baik malah sebaiknya, oleh karena itu dalam perusahaan harus membentuk suatu struktur organisasi, agar terkoordinasinya tugas dari setiap pekerjaan.

Struktur organisasi di PT. Telkom Kandatel Bandung mempunyai komponen-komponen antara lain :

1. General Manager Daerah Telekomunikasi (GM DATEL)
2. SEKRETARIAT
3. Manager Business Performance
4. Manager Acces NetWork Manintenance
5. Manager Acces Nerwork Operation
6. Manager Customer Care
7. Manager Sales Fixed Phone

8. Manager Sales Data dan VAS
9. Manager General Support
10. JM KANCATEL

Struktur organisasi yang saat ini digunakan oleh PT. Telkom Kandatel Bandung berdasarkan atas hasil keputusan direksi No. KD. 12/PS150/CTG-10/2006 mengenai penjabaran struktur organisasi dan uraian tugas di PT. Telkom Kandatel Bandung ialah :

**1. GMDATEL (General Manager Daerah Telekomunikasi)**

➤ **Tugasnya ialah**

1. Bertanggung jawab membuat laporan dan melapor pada GM Divre III
2. Mengkoordinir kegiatan analisa pasar/demand dan analisa kapabilitas internal
3. Menyusun rencana kerja aktivitas KANDATEL.
4. Melakukan konsultasi dengan GM Divre III atas strategi, kebijakan praktek penjualan dan Customer Service.
5. Membuat laporan penjualan, pendapatan dan pelayanan.
6. Mengendalikan kegiatan penjualan dan customer service untuk tetap berada dalam kerangka target yang telah ditetapkan.
7. Menetapkan program operasi dan pemeliharaan JARKAB dan SENTRADAYA yang efektif dan efisien.
8. Mengendalikan kualitas pemeliharaan JARKAB dan SENTRADAYA agar dapat memenuhi standar yang ditetapkan.
9. Mengendalikan penyelesaian gangguan JARKAB dan SENTRADAYA.
10. Membuat laporan performansi dalam laporan manajemen.

➤ **Wewenang**

1. Mengembangkan visi, tujuan, strategi, dan rencana pemasaran, penjualan, dan pelayanan KANDATEL.
2. Mengelola dan mensupervisi mitra kerja pelayanan pelanggan jasa telekomunikasi masyarakat.

3. Menetapkan target pendapatan jasa telekomunikasi di area KANCATEL.
4. Menetapkan sasaran dan metode proses pelayanan yang optimal kepada pelanggan.
5. Mengembangkan Sumber Daya Manusia diunit kerjanya.

## **2. SEKRETARIAT**

### **➤ Tugasnya ialah**

1. Bertanggung jawab kepada General Manager Daerah Telekomunikasi (GM DATEL).
2. Menyelenggarakan dan memonitor kegiatan yang berkaitan dengan kesekretariatan, Tata Usaha Perkantoran, serta berkaitan dengan hukum dan perikatan.
3. Menyelenggarakan dan memonitor penjadwalan kegiatan yang berkaitan dengan anggaran bagian PM.
4. Meneriama dan menganalisa disposisi atasan untuk tindak lanjut.
5. Menyusul jadwal kegiatan upacara
6. Menyelenggarakan customer education
7. Menyelenggarakan kegiatan perpustakaan
8. Menyusun dan mengumpulkan anggaran.

### **➤ Wewenang**

1. Menyelenggarakan release dengan pihak luar jperusahaan dalam kebijakan perusahaan yang perlu diinformasikan.
2. Penomoran surat masuk dan keluar baik yang bersifat rahasia maupun tidak.
3. Menjawab complain pihak luar
4. Membuat surat edaran dalam penyelenggaraan acara seremonial, kegiatan upacara serta mendistribusikannya ke seluruh bagian atau dinas.

### **3. BAGIAN MANAGER BUSINESS PERFORMANCE**

#### **➤ Tujuannya ialah**

Memastikan tercapainya sasaran pengelolaan kegiatan Business Performance, Fraud Management, Quality Management dan Special Partnership berjalan dengan baik dalam mendukung strategi DATEL guna mempertahankan dan meningkatkan sustainable growth dan keunggulan kompetitif perusahaan dengan mendayagunakan sumberdaya perusahaan melalui implementasi pengelolaan dan pencapaian kinerja bisnis yang excellence.

#### **➤ Tanggung Jawab**

1. Memastikan tersedianya strategi pengelolaan Business Performance Datel yang sejalan dengan strategi operasional Datel.
2. Memastikan tersedianya rumusan/ penjabaran sistem dan kebijakan pengelolaan Business Performance Datel sesuai dengan pedoman serta kebijakan sub bisnis unitnya serta kebijakan fungsional perusahaan.
3. Memastikan terkelonya Sistem Manajemen Mutu di datel.
4. Memastikan terciptanya kerjasama yang kondusif dan sinergis dengan pihak-pihak terkait.

#### **➤ Wewenang**

1. Merumuskan dan mengusulkan strategi pengelolaan Business Performance Datel yang sejalan dengan strategi operasional Datel.
2. Mengendalikan proses & system agar terhindar dari Fraud Mengidentifikasi adanya Fraud untuk dilaporkan dan dianalisa.
3. Melaksanakan pengendalian terhadap sistem mutu yang berlaku diDatel dan melakukan evaluasinya

### **4. BAGIAN MANAGER ACCESS NETWORK MAINTENANCE**

#### **➤ Tujuannya ialah**

Memastikan tersedianya jaringan akses pada kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan (*Access Network Maintenance*) untuk mendukung

strategi unit bisnis melalui pengembangan, pemeliharaan, perbaikan, dan peningkatan kualitas jaringan akses, pengelolaan validitas data jaringan akses, dan penyediaan alat kerja dan alat ukur jaringan akses sesuai standard yang ditetapkan.

➤ **Tanggung Jawab**

1. Memastikan terkendalinya kesiapan operasi jaringan akses melalui implementasi program pengembangan, pemeliharaan rutin, perbaikan, dan peningkatan kualitas (QE) jaringan akses tembaga dan jaringan akses radio serta FO.
2. Memastikan tersedianya strategi pengelolaan access network maintenance yang sejalan dengan strategi operasional bagian access network maintenance

➤ **Wewenang**

1. Menetapkan program kerja pemeliharaan jaringan akses tembaga, radio, dan FO yang mencakup aktivitas pemeriksaan fisik, pengukuran dan perbaikan jaringan akses.
2. Menetapkan daftar usulan proyek pengembangan, perbaikan, dan peningkatan kualitas jaringan akses tembaga, radio, dan FO di area yang dikelolanya.
3. Menetapkan usulan pendayagunaan sumber daya dalam rangka pencapaian target atau standard kualitas yang ditetapkan.

**5. BAGIAN MANAGER ACCESS NETWORK OPERATION**

➤ **Tujuannya ialah**

Memastikan pendayagunaan seluruh potensi jaringan pelanggan melalui penyelenggaraan pasang baru/ mutasi, perbaikan gangguan serta pengelolaan teknik access support, anggaran dan material secara optimal sehingga target kepuasan pelanggan serta target indikator performansi dan kehandalan jaringan dapat dicapai.

➤ **Tanggung Jawab**

1. Memastikan rumusan sistem akses network untuk pengelolaan Pasang Baru & Penyelesaian Gangguan pelanggan Corporate Customer & OLO, Personal & Public Phone.
2. Memastikan efektivitas implementasi program kerja MDF & Multimedia Access serta Testing, Dispatching dan Clearance maupun elemen pendukung teknis lainnya sesuai dengan kebijakan fungsi akses network operation berjalan dengan baik.

➤ **Wewenang**

1. Menetapkan program kerja Corporate Customer & OLO, Personal & Public Phone
2. Merumuskan dan mengusulkan strategi Access Network Operation
3. Mereview (memonitor, mengevaluasi, reporting) implementasi strategi dan mengusulkan tindakan korektif yang diperlukan.

**6. BAGIAN MANAGER CUSTOMER CARE**

➤ **Tujuannya ialah**

Memastikan tercapainya pemeliharaan kepuasan dan loyalitas pelanggan konsumen / retail di Datel melalui pengelolaan fungsi Customer Care yang excellence baik yang berbasis Fixed Line, Fixed Wireline, Data maupun Value Added Service guna mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif perusahaan melalui pendayagunaan sumberdaya perusahaan.

➤ **Tanggung Jawab**

1. Memastikan terselenggaranya pelayanan pelanggan (personal & prime customer) berjalan secara excellence dan retensi pelanggan baik melalui Direct Channel (plasa) maupun Indirect Channel (wartel, warnet)

2. Memastikan implementasi pembinaan bisnis penyelenggaraan Wartel, Warnet, Flexi Center memenuhi tolok ukur kelayakan bisnis

➤ **Wewenang**

1. Mengajukan pemenuhan / pengembangan standard fasilitas pelayanan.
2. Menetapkan persetujuan / kelanjutan kerjasama dengan pihak ketiga yang secara signifikan terkait dengan kualitas pelayanan pelanggan untuk ditetapkan GM Datel
3. Menetapkan persetujuan permohonan penyelenggaraan Indirect Channel dari calon mitra dan menandatangani Kontrak Kerjasamanya

**7. BAGIAN MANAGER SALES FIXED PHONE**

➤ **Tujuannya ialah**

Memastikan efektifitas penjualan (sales) dan promosi penjualan untuk meningkatkan jumlah pelanggan produk Fixed Phone ( Wireline & Wireless).

➤ **Tanggung Jawab**

1. Memastikan efektifitas program penjualan produk Fixed Phone
2. Memastikan efektifitas pembinaan sales forces.
3. Memastikan pengelolaan demand waiting list dan pemanfaatan hasil survey pasar
4. Memastikan pemanfaatan informasi kompetitor secara efektif.
5. Memastikan efektifitas program promosi untuk mendukung penjualan produk.

➤ **Wewenang**

1. Menetapkan teknis / cara penjualan yang sesuai produk dan karakteristik pasar Kandatel.
2. Menetapkan bentuk promosi penjualan yang sesuai dengan target pasar.

3. Menentukan demand potensial untuk target pasar
4. Menetapkan informasi kompetitor yang akan dijadikan acuan / referensi dari hasil riset yang sesuai karakteristik pasar Kandatel.

## **8. BAGIAN MANAGER SALES DATA DAN VAS**

### **➤ Tujuannya ialah**

Memastikan efektifitas penjualan (sales) dan promosi penjualan untuk meningkatkan jumlah pelanggan produk Data, Internet dan Content VAS.

### **➤ Tanggung Jawab**

1. Memastikan efektifitas program penjualan produk Data & Internet & VAS.
2. Memastikan tersusunnya demand potensial dan waiting list.
3. Memastikan efektifitas program promosi untuk mendukung penjualan produk.
4. Memastikan efektifitas pemanfaatan informasi kompetitor dan customer profiling untuk mendukung penjualan dan promosi.
5. Memastikan efektifitas pembinaan sales forces dan outlets (saluran distribusi).

### **➤ Wewenang**

1. Menetapkan teknis penjualan yang sesuai produk dan karakteristik pasar Kandatel.
2. Menetapkan bentuk promosi penjualan yang sesuai dengan target pasar .
3. Menetapkan informasi kompetitor dan customer yang akan dijadikan acuan / referensi dari hasil riset yang sesuai karakteristik pasar Kandatel.

## **9. BAGIAN GENERAL SUPPORT**

### **➤ Tujuannya ialah**

Memastikan pengelolaan fungsi General Support Kandatel sebagai pendukung operasional Kandatel yang efektif dan efisien melalui penyediaan kebutuhan material (logistik), akurasi database assets, pengamanan assets, kesekretariatan, dan meningkatkan citra perusahaan dengan program kemitraan dan bina lingkungan, semuanya sejalan dengan strategi Kandatel yang sesuai dengan kaidah etika bisnis dan Good Corporate Governance.

### **➤ Tanggung Jawab**

1. Memastikan tersedianya kebutuhan material / jasa untuk mendukung operasional pengguna melalui proses pengadaan secara efektif, efisien, transparan, dan comply terhadap perundangan / etika bisnis.
2. Memastikan ketersediaan database seluruh asset perusahaan yang berada di lingkup operasional sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal.
3. Memastikan bahwa setiap program kemitraan dan bina lingkungan yang ditetapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan citra perusahaan.
4. Memastikan pengamanan asset dan keselamatan kerja di dalam dan di luar lingkungan kerja (kantor) dalam rangka memelihara produktivitas perangkat dan karyawan.

### **➤ Wewenang**

1. Memutuskan pengadaan barang / jasa dalam batas harga tertentu.
2. Menyatakan keabsahan atas dokumen-dokumen pengadaan untuk batas harga yang menjadi otoritas atasan.
3. Mengevaluasi dan merekomendasi sistem pengadaan.
4. Mengusulkan dilakukannya penghapusan asset.
5. Mengusulkan dilakukannya penurunan nilai asset.
6. Mengusulkan dilakukannya mutasi / relokasi asset

## **10. JM KANCATEL**

### **➤ Tugas Dan Rincian Aktivitas**

1. Bertanggung jawab kepada GM DATEL.
2. Mengelola penyusunan program penjualan dan delivery control.
3. Menyelenggarakan pelayanan pelanggan segmen bisnis dengan berkordinasi dengan Account Manager.
4. Menyelenggarakan pelayanan pelanggan residential, dengan menyelenggarakan pelayanan service point.
5. Mengelola adminitrasi dan validasi data pelanggan.
6. Mengelola Pelaksanaan Sambungan Baru (PSB).
7. Mengelola pengendalian dan pengoperasian jaringan pelanggan di area KANCATEL.
8. Mengelola operasi dan manajemen keuangan di tingkat KANCATEL.
9. Mengelola manajemen keuangan di tingkat KANCATEL.
10. Mengelola manajemen SDM di tingkat KANCATEL.
11. Mengelola manajemen Logistik di tingkat KANCATEL.
12. Mengelola penyelenggaraan kesekretariatan dan RT kantor.

### **➤ Wewenang**

1. Menjabarkan visi, tujuan, strategi dan rencana pemasaran, penjualan, dan pelayanan KANDATEL di area KANCATEL.
2. Menetapkan sasaran dan metoda proses pelayanan yang optimal kepada pelanggan.
3. Mengelola dan mengembangkan sumber daya di KANCATEL untuk memberikan pelayanan yang andal kepada pelanggan.
4. Mengelola dan mengendalikan operasi dan pemeliharaan jaringan pelanggan.
5. Mengembangkan SDM (Pelatihan, pendidikan, reward, promosi, mutasi dan sebagainya) dilingkungna unit kerja
6. Mengelola sumber daya (keuangan, informasi, dan sumber daya lainnya) untuk keperluan pelaksanaan operasi unit kerjanya.

### **3. 1. 7. Visi dan Misi TELKOMFlexi**

#### **Visi**

“To become a leading Infocom Player in the region telkom” berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan Infocom terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

#### **Misi**

1. Telkom mempunyai misi memberikan layanan “one” stop Infocom dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan produk dan jaringan berkualitas dengan harga kompetitif.
2. Telkom akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergi.

### **3. 2. Metode Penelitian**

Metode yang dilakukan penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini yaitu metode deskriptif. Metode deskriptif yaitu metode yang bertujuan memberikan gambaran mengenai keadaan yang terjadi, mengambil data yang kemudian dianalisis dan akhirnya ditarik suatu kesimpulan yang berhubungan dengan kegiatan *Customer Service* TELKOMFlexi pada PT Telkom Kandatel Bandung.

#### **3. 2. 1. Sumber Data**

- 1.) Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan pada perusahaan yang menjadi objek penelitian yang di dapat dari hasil observasi dan wawancara dengan pihak perusahaan.
- 2.) Data Sekunder adalah data objek penelitian, sejarah perusahaan, struktur organisasi,serta aktivitas perusahaan PT Telkom Kandatel yang diperoleh dari data literatur.

### **3. 2 .2. Teknik Pengumpulan Data**

Penulis memperoleh data-data yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir tersebut dengan 2 (dua) teknik pengumpulan data, yaitu :

#### **1. Library Research (Study Kepustakaan)**

Yaitu riset yang dilakukan dalam mengumpulkan data dengan menganalisis serta mempelajari bahan-bahan yang ada kaitannya dengan proses penyusunan laporan dan masalah yang akan diteliti.

#### **2. Field Research (Study Lapangan)**

Yaitu mengadakan penelitian atau praktik kerja secara langsung ke objek peneliti dengan cara :

##### **1.) Teknik Wawancara**

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan percakapan atau tanya jawab dengan departemen perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang diteliti.

##### **2.) Teknik Observasi**

Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan perusahaan dan melihat kesesuaian hasil wawancara dengan informasi yang diperoleh dengan realita perusahaan.

##### **3.) Kuesioner**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara langsung untuk memperoleh data melalui alat perantara, berupa sejumlah pertanyaan yang diajukan dalam lembar pertanyaan dan harus dijawab oleh responden.

### **3. 2. 3. Metode Pengolahan Data**

Di dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyusun kembali data-data dan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian yang sesuai dengan kebutuhan yang baik dan sistematis.

Data diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis memakai metode kualitatif yaitu analisa yang mengangkat masalah secara essai berdasarkan pada informasi-informasi yang penulis dapatkan yaitu mengenai Pelaksanaan Kegiatan *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Jasa Terhadap *Customer* TELKOMFlexi Pada PT Telkom Kandatel Bandung.

## **BAB IV**

### **ANALISA**

#### **4.1. Pelaksanaan *Customer Service* TELKOMFlexi**

Dalam proses pelayanan yang diberikan *Customer Service* dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap *Customer* TELKOMFlexi, ada beberapa prosedur pelayanan atau aliran operasional jasa yang diberikan oleh *Customer Service* kepada pelanggannya yang harus dilalui sebelum memperoleh layanan atau jasa yang diharapkannya. Pelanggan harus mengikuti serangkaian proses pelayanan agar pelayanan yang diharapkannya sempurna, seperti :

1) Pelanggan memasuki ruangan pelayanan

Pelanggan yang ingin melakukan layanan jasa atau komplain dengan *Customer Service*, memasuki ruangan bagian *Customer Care*, seperti Plasa TELKOM atau Flexi Center.

2) Pelanggan mengambil nomor antrian

Sebelum dilayani oleh *Customer Service* pelanggan harus mengambil nomor antrian yang berada di dekat pintu masuk, agar proses pelayanan berjalan lancar.

3) Pelanggan menunggu giliran dipanggil

Biasanya pelanggan yang belum dipanggil, mencari informasi tentang produk atau layanan baru dengan melihat brosur-brosur yang telah tersedia di ruangan layanan.

4) Pelanggan dipanggil menurut nomor antrian

Setelah pelanggan dipanggil, *Customer Service* melakukan proses pelayanan yang harus dilakukan oleh *Customer Service* sebelum identifikasi keinginan pelanggan, seperti :

- Berdiri, memberi salam dan penerimaan yang baik.
- Meminta maaf jika harus meminta pelanggan untuk menunggu.

5) *Customer Service* melakukan identifikasi keinginan pelanggan.

*Customer Service* menyimak kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan penuh perhatian, seperti :

- Melakukan kontak mata dengan pelanggan
- Posisi tubuh terbuka
- Bahu mengarah ke pelanggan
- Condongkan badan agak ke depan
- Menganggukkan kepala
- Sesuaikan ekspresi wajah dengan situasi dan kondisi pelanggan

6) *Customer Service* mencatat setiap kebutuhan pelanggan

*Customer Service* memproses keinginan pelanggan dengan memasukkan data ke komputer (input SISKAs) atau dengan aplikasi lain, sehingga meyakinkan pelanggan bahwa kebutuhannya dicatat oleh petugas.

7) *Customer Service* menangani keluhan pelanggan

Jika pelanggan komplain dengan layanan jasa TELKOMFlexi, *Customer Service* memberikan penjelasan yang menenangkan pelanggan atas keluhan yang mereka berikan.

Contoh: “Baiklah Pak/ Bu permasalahan ini akan kami telusuri terlebih dahulu, semoga ada jalan keluar yang terbaik.”

Selanjutnya *Customer Service* memberikan jalan keluar terhadap permasalahan pelanggan dengan menawarkan produk TELKOMFlexi yang relevan.

8) Pelanggan bertransaksi dengan *Customer Service*

Pelanggan membayar semua aktivitas layanan jasa yang diinginkan pelanggan sesuai prosedur yang ditetapkan perusahaan

9) Menutup interaksi

*Customer Service* menutup interaksi dengan pelanggan setelah semua proses pelayanan yang diinginkan pelanggan selesai dengan mengucapkan salam dan terimakasih serta meminta feedback.

Contoh: “Terimakasih atas kepercayaan Bapak/ Ibu terhadap layanan kami, mohon maaf apabila ada hal yang kurang berkenan, untuk perbaikan

layanan kami mohon perkenan Bapak/ Ibu memberikan feedback di tempat tersedia.”

#### **4. 1. 1. Jenis-Jenis Pelayanan TELKOMFlexi**

Untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memberikan kualitas jasa yang terbaik bagi pelanggannya, TELKOMFlexi memberikan pelayanan secara langsung maupun lewat line telepon.

Jenis-jenis kegiatan pelayanan yang diberikan yaitu :

##### **A. *Walk In Service***

##### **1) Pelayanan Pasang Baru dan Mutasi**

Pelayanan pasang baru dan mutasi adalah kelompok layanan yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin dan atau sudah berlangganan fasilitas telekomunikasi. Layanan tersebut diantaranya :

- Permintaan pemasangan telepon baru POTS ( telepon kabel) dan Non POTS (telepon tanpa kabel)
- Permintaan berhenti berlangganan atau pencabutan sambungan layanan telepon POTS (telepon kabel) atau Non POTS (telepon tanpa kabel)
- Permintaan pemasangan atau pencabutan fitur telepon
- Migrasi ESN – RUIM, yaitu nomor inject yang dikartukan
- Migrasi RUIM – ESN, yaitu inject nomor dari kartu
- Migrasi Pra / Pasca, yaitu perpindahan dari jenis produk yang satu ke jenis produk yang lain. Contohnya dari produk trendy ke classy
- *Change terminal* (Ganti Pesawat)
- Balik nama, yaitu nomor telepon yang ada diganti nama pemiliknya untuk sementara atau hanya untuk proses billing (pembayaran)
- Ganti paket, yaitu permintaan perubahan pemasangan telepon dari POTS ke Non POTS
- Ganti nama, yaitu nomor telepon yang ada diganti nama pemiliknya untuk seterusnya
- Ganti nomor

- Combo, yaitu layanan yang dimiliki TELKOMFlexi untuk penggunaan di luar kota
- Buka blokir / blokir, yaitu menonaktifkan telepon agar tidak bisa digunakan kembali, yang dilakukan oleh perusahaan karena tunggakan pembayaran dan mengaktifkan kembali jika pembayaran sudah dilakukan
- Isolir dan non isolir, yaitu menonaktifkan telepon agar tidak bisa digunakan kembali berdasarkan permintaan pelanggan dan mengaktifkan kembali atas permintaan pelanggan yang bersangkutan
- Penjualan (produk dan voucher)

## 2) Pelayanan Informasi

Pelayanan Informasi merupakan layanan pemenuhan kebutuhan pelanggan akan informasi yang terkait dengan produk dan layanan TELKOMFlexi, termasuk di dalamnya seperti :

- Informasi tagihan telepon (billing)
- Informasi tarif
- Manfaat produk dan layanan (teknis dan non teknis)
- Coverage area layanan
- Informasi lainnya

## 3) Pelayanan Pembayaran atau Transaksi Tunai

Pelayanan Pembayaran atau Transaksi Tunai merupakan layanan pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk melakukan pembayaran atau transaksi tunai diantaranya :

- Pembayaran tagihan rekening telepon
- Pembayaran biaya transaksi pemasangan telepon (PSB)
- Pembayaran pemasangan fitur
- Kelunasan tunggakan
- Pembayaran lainnya

## 4) Pelayanan Penanganan Keluhan atau Komplain

Pelayanan Penanganan Keluhan atau Komplain merupakan layanan penyelesaian keluhan atau komplain pelanggan terkait dengan produk dan

layanan yang diberikan TELKOMFlexi, termasuk didalamnya penyelesaian mengenai :

- Keluhan atau komplain terhadap penyelesaian Pasang Baru (PSB) atau Mutasi
- Klaim tagihan
- Keluhan atau komplain lainnya

### **B. Phone Service**

*Phone Service* merupakan informasi sistem selama 7 hari x 24 jam yang disediakan oleh PT TELKOMFlexi di seluruh Indonesia. *Call center* TELKOMFlexi ini dapat diakses melalui nomor telepon 147. Dengan adanya *On Line Information System* ini diharapkan dapat terciptanya kenyamanan bagi pelanggan dalam menyampaikan keluhan serta untuk memperoleh semua informasi yang dibutuhkan pelanggan baik produk maupun layanan yang dapat disampaikan kepada pelanggan secara lengkap, cepat dan akurat.

#### **4. 1. 2. Tujuan Pelaksanaan Customer Service TELKOMFlexi**

Di dalam pelaksanaannya *Customer Service* TELKOMFlexi memiliki tujuan pelaksanaan yang mendasar, di antaranya :

##### 1) Membentuk Citra Perusahaan

Bahwa pada saat ini TELKOMFlexi telah mempunyai jaringan yang cukup baik dan luas dibandingkan dengan pesaingnya. Kemudahan dan layanan yang beragam, harga yang bersaing, serta fasilitas yang lengkap telah diberikan TELKOMFlexi.

Apabila sebuah perusahaan ingin mempunyai citra yang baik dimata konsumen maka perusahaan harus memberikan pelayanan terbaiknya dan secepatnya menyelesaikan masalah yang sekiranya berdampak pada citra perusahaan.

##### 2) Memberikan Pelayanan Terbaik

*Customer Service* akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang tepat, cepat, dan

akurat. Hal ini akan menjamin pelanggan tetap bertahan menjadi pelanggan TELKOMFlexi sehingga perusahaan juga dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan memberikan pelayanan terbaik sehingga pelanggan bisa merasakan kualitas jasa yang diberikan *Customer Service* akan terbentuk loyalitas dan kepuasan pelanggan.

### 3) Mempertahankan Pelanggan dan Merekrut Pelanggan Baru

Untuk memperoleh pelanggan baru memang mudah tetapi mempertahankan pelanggan yang sudah ada sangatlah sulit. Ini karena pelanggan selalu ingin memperoleh sesuatu yang lebih.

Pelanggan yang sudah membeli atau menggunakan produk TELKOMFlexi adalah pelanggan yang sudah melewati beberapa tahapan dalam mengambil keputusan pembelian sehingga akhirnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk perusahaan.

Tahap-tahap yang dilewati oleh calon pelanggan bukanlah tahap yang mudah sebelum memutuskan pembelian. Pelanggan mencari informasi dan membandingkan produk TELKOM dengan produk pesaing. Untuk merekrut pelanggan yang baru biasanya TELKOMFlexi melakukan pemasangan iklan melalui media cetak dan elektronik.

### 4) Menjalinkan Hubungan Baik Dengan Pelanggan

*Customer Service* selalu memberikan informasi yang tepat dan akurat agar pelanggan benar-benar merasa diperhatikan oleh perusahaan. Hubungan yang baik juga dapat dibentuk dengan cara memberikan pelayanan yang optimal kepada semua pelanggan.

### 5) Menyediakan Kebutuhan Pelanggan

*Customer Service* selalu siap menangani kebutuhan pelanggan dalam segala hal. Perusahaan juga melakukan riset tentang keinginan-keinginan pelanggan serta fasilitas-fasilitas yang memang belum tersedia di PT TELKOM. TELKOMFlexi menganggap bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan pelayanan yang terbaik, dimana motto prinsip TELKOMFlexi adalah anda puas kamipun puas.

#### 6) Memberikan Informasi Kepada Pelanggan

*Customer Service* juga berfungsi bagi pelanggan untuk memperoleh informasi mengenai produk dan layanan yang dibutuhkan pelanggan. Informasi yang diberikan petugas tidak mungkin salah karena sudah sesuai dengan prosedur dan ketentuan perusahaan. *Customer Service* selalu berusaha memberikan kualitas jasa kepada pelanggannya agar pelanggan tidak kecewa dan beralih ke produk lain.

#### **4.1.3. Faktor-Faktor yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan *Customer Service* TELKOMFlexi**

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan *Customer Service* dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap pelanggan TELKOMFlexi, diantaranya :

##### 1) Ketepatan Waktu Pelayanan

Yaitu hal-hal yang perlu diperhatikan disini berkaitan dengan waktu tunggu dan proses pelayanan. Petugas loket selalu datang tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan untuk setiap program pelaksanaan pelayanannya dan efisiensi waktu pengerjaan sangat diperhatikan oleh setiap petugas loket.

##### 2) Akurasi Pelayanan

Yaitu hal-hal yang berkaitan dengan proses pelaksanaan pelayanan yang disampaikan kepada pelanggan dengan tepat dan cepat berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan. PT TELKOM menuntut agar para petugas *Customer Service* TELKOMFlexi bekerja dengan teliti sehingga memberikan hasil yang optimal kepada pelanggan.

##### 3) Kesopanan dan Keramahan

Dalam setiap pelayanannya para petugas *Customer Service* selalu menjaga komunikasi yang baik, sopan, dan ramah kepada semua pelanggan dan selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggannya.

4) Tanggung jawab

*Customer Service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dan juga bertanggung jawab dalam penyelesaian keluhan persoalan dalam pelaksanaan pelayanan kepada pelanggan.

5) Kelengkapan

*Customer Service* menyiapkan kelengkapan peralatan untuk mendukung pelayanannya, seperti alat deteksi uang palsu, kalkulator, materai, *personal computer*, printer, aplikasi SISKKA, alat pembayaran kredit dari bank yang bersangkutan, dan alat tulis kantor lainnya.

6) Kenyamanan

Para petugas *Customer Service* selalu memberikan kenyamanan kepada pelanggan baik dalam pelayanannya maupun dalam lingkungannya, seperti lingkungan pelayanan yang tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

#### **4.1.4. Prinsip-prinsip *Customer Service* TELKOMFlexi**

PT TELKOM memberikan pelayanan yang bermacam-macam kepada pelanggannya. Secara garis besar prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam pelayanan tersebut adalah sama yaitu “ dapat memberikan kualitas jasa kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya”. Terdapat prinsip-prinsip utama yang harus diperhatikan oleh *Customer Service* karena dibagian ini kualitas jasa pelayanan dapat terlihat langsung oleh para pelanggan.

Dengan demikian TELKOMFlexi berusaha meningkatkan kualitas jasa, dimana pelaksanaannya terdapat prinsip-prinsip yang harus dilakukan *Customer Service*, diantaranya :

1) Menetapkan sasaran yang konsisten

Perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya selalu konsisten terhadap sasarannya. Kemudian diwujudkan melalui perumusan visi dan misi yang telah ditetapkan perusahaan.

2) *Attentiveness*

Memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dengan tetap mempertahankan kepentingan perusahaan.

3) Kejujuran

Para petugas *Customer Service* memiliki sifat jujur dalam pelaksanaannya, dimana para petugas *Customer Service* melaksanakan tugas sesuai dengan amanah perusahaan dan tidak melakukan kegiatan di luar prosedur perusahaan. Dengan sikap jujur inilah akan timbul rasa tanggung jawab atas semua yang diperbuatnya.

4) Transparan

Para petugas *Customer Service* dalam pelaksanaan tugas dan kegiatannya bersifat transparan dan terbuka kepada semua pelanggan yang membutuhkan informasi, sehingga pelanggan merasa puas dan mengerti dengan penjelasan yang diberikan oleh *Customer Service*.

5) Komitmen

Para petugas *Customer Service* memiliki komitmen terhadap tugasnya yaitu selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Itu terlihat dari motto prinsip *Customer Service* TELKOMFlexi yaitu “Anda Puas Kamipun Puas”.

6) Kerjasama

Para petugas *Customer Service* saling bekerjasama demi mewujudkan visi dan misi perusahaan. Para petugas saling mendukung satu sama lainnya demi komitmen mereka.

7) Disiplin

Para petugas *Customer Service* selalu datang tepat waktu di kantor pelayanan pada pukul: 08.00 dan selesai pada pukul: 16.00. pada saat istirahatpun *Customer Service* saling bergantian untuk istirahat agar counter pelayanan tidak kosong.

8) Peduli

Para petugas *Customer Service* dalam pelaksanaannya selalu peduli, perhatian, simpati, dan sabar dalam menangani segala masalah pelanggan.

9) Tanggung jawab

Para petugas *Customer Service* selalu tanggung jawab dalam menyelesaikan keluhan atau masalah dalam pelaksanaan pelayanan pelanggan. Jika tidak bisa diatasi oleh *Customer Service*, pimpinan atau supervisor pelayanan yang akan menyelesaikannya.

#### 4. 2. Kualitas Jasa Yang Dihasilkan Customer Service TELKOMFlexi

*Customer Service* merupakan salah satu bagian yang dimiliki oleh perusahaan jasa yang mempunyai peranan penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menghasilkan layanan jasa yang berkualitas.

Melalui *Customer Service*, TELKOMFlexi memberikan pelayanan yang bermacam-macam kepada pelanggannya serta memberikan pelayanan yang terbaik. Pada bagian *Customer Service* ini kualitas jasa pelayanan dapat terlihat langsung oleh pelanggan.

Dari kuesioner yang disebarkan kepada 35 *customer* TELKOMFlexi, maka dapat diketahui tanggapan pelanggan atas kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* TELKOMFlexi. Untuk memudahkan penelitian setelah data terkumpul, penulis menghitung rata-rata dari setiap jawaban responden dan menyajikan analisis secara keseluruhan dan penilaian dari rata-rata tersebut dibuat interval. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyak kelas interval sebesar 5. rumus yang digunakan menurut Sudjana (2002:47) adalah sebagai berikut :

Panjang Kelas Interval = Rentang / Banyak Kelas

Dimana : Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Banyak Kelas = 5

Berdasarkan rumus di atas, maka Panjang Kelas Interval adalah :

$$\frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berikut Nilai Interval Kriteria Penelitian :

**Tabel 4.1**

**Interval Kriteria Penelitian**

Nilai	Keterangan
1,00-1,79	Sangat Tidak Baik
1,80-2,59	Tidak Baik
2,60-3,39	Cukup Baik
3,40-4,19	Baik
4,20-5,00	Sangat Baik

Untuk melihat keberhasilan *Customer Service* TELKOMFlexi dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap *customer* TELKOMFlexi, dapat dilihat pada tabel-tabel penilaian kualitas jasa yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi berdasarkan dimensi kualitas jasa, seperti *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (produk-produk fisik) sebagai berikut :

**Tabel 4.2**

**Penilaian *customer* TELKOMFlexi menyangkut *Reliability* (kehandalan) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi**

No	Pernyataan	Tanggapan Pelanggan					Jumlah	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	<i>Customer Service</i> mampu menjelaskan mengenai produk dan layanan	-	-	6	64	85	155	4,42	Sangat baik
2.	<i>Customer Service</i> memberikan layanan yang akurat dan tepat waktu	-	-	27	72	40	139	3,37	Baik
Jumlah rata-rata								7,79	
Total tanggapan pelanggan								3,89	Baik

Dari tanggapan para *customer* TELKOMFlexi mengenai penilaian variabel dimensi kualitas jasa menyangkut *Reliability* (kehandalan) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi, *customer* menilai bahwa *Customer Service* TELKOMFlexi mampu menjelaskan produk dan layanan serta tepat waktu pada saat memberikan informasi kepada pelanggannya. Ini terlihat dari jumlah rata-rata penilaian sebesar 3,89.

Dengan demikian hasil penilaian menyangkut *Reliability* (kehandalan) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dikategorikan baik.

**Tabel 4.3**  
**Penilaian *customer* TELKOMFlexi menyangkut**  
***Responsiveness* (daya tanggap) yang diberikan**  
***Customer Service* TELKOMFlexi**

No	Pernyataan	Tanggapan Pelanggan					Jumlah	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Jika ada masalah <i>Customer Service</i> bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan	-	4	6	84	50	144	4,11	Sangat baik
2.	<i>Customer Service</i> bersedia membantu menyelesaikan masalah pelanggan	-	-	-	88	65	153	4,37	Sangat baik
3.	<i>Customer Service</i> menangani permintaan pelanggan dengan cepat	-	-	12	80	55	147	4,2	Sangat baik
Jumlah rata-rata								12,68	
Total tanggapan pelanggan								4,22	Sangat baik

Dari tanggapan para *customer* TELKOMFlexi mengenai penilaian variabel dimensi kualitas jasa menyangkut *Responsiveness* (daya tanggap) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi, *customer* menilai bahwa *Customer Service*

TELKOMFlexi bersikap simpatik, bersedia membantu kebutuhan pelanggan dan menangani permintaan pelanggan dengan cepat. Ini terlihat dari jumlah rata-rata penilaian sebesar 4,22.

Dengan demikian hasil penilaian menyangkut *Responsiveness* (daya tanggap) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dikategorikan sangat baik.

**Tabel 4.4**  
**Penilai *customer* TELKOMFlexi menyangkut**  
***Assurance* (jaminan) yang diberikan oleh**  
***Customer Service* TELKOMFlexi**

No	Pernyataan	Tanggapan Pelanggan					Jumlah	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	<i>Customer Service</i> selalu bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan	-	-	6	84	60	150	4,28	Sangat baik
2.	<i>Customer Service</i> mampu memberikan rasa aman kepada Pelanggan selama bertransaksi	-	-	12	84	50	146	4,17	Sangat baik
Jumlah rata-rata								8,45	
Total tanggapan pelanggan								4,22	Sangat baik

Dari tanggapan para *customer* TELKOMFlexi mengenai penilaian variabel dimensi kualitas jasa menyangkut *Assurance* (jaminan) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi, *customer* menilai bahwa *Customer Service* TELKOMFlexi bersikap sopan dan ramah serta pelanggan merasa aman selama bertransaksi. Ini terlihat dari jumlah rata-rata penilaian sebesar 4,22.

Dengan demikian hasil penilaian menyangkut *Assurance* (jaminan) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dikategorikan sangat baik.

**Tabel 4.5**  
**Penilaian *customer* TELKOMFlexi menyangkut**  
***Emphaty* (empati) yang diberikan oleh**  
***Customer Service* TELKOMFlexi**

No	Pernyataan	Tanggapan Pelanggan					Jumlah	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	<i>Customer Service</i> Memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan dimengerti pelanggan	-	-	12	72	65	149	4,25	Sangat baik
2.	<i>Customer Service</i> selalu memahami kebutuhan anda	-	4	12	96	20	132	3,77	Baik
Jumlah rata-rata								8,02	
Total tanggapan pelanggan								4,01	Baik

Dari tanggapan para *customer* TELKOMFlexi mengenai penilaian variabel dimensi kualitas jasa menyangkut *Emphaty* (empati) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi, *customer* menilai bahwa *Customer Service* TELKOMFlexi memiliki komunikasi yang baik dan dapat dimengerti serta memahami kebutuhan pelanggan. Ini terlihat dari jumlah rata-rata penilaian sebesar 4,01.

Dengan demikian hasil penilaian menyangkut *Emphaty* (empati) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dikategorikan baik.

**Tabel 4.6**  
**Penilaian *customer* TELKOMFlexi menyangkut**  
***Tangibles* (produk-produk fisik) yang diberikan oleh**  
***Customer Service* TELKOMFlexi**

No	Pernyataan	Tanggapan Pelanggan					Jumlah	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Sistem yang ada di PT TELKOM sudah menggunakan komputerisasi	-	-	15	44	105	162	4,68	Sangat baik
2.	Saya merasa nyaman dengan kondisi dan fasilitas di PT TELKOM	-	-	27	64	50	141	4,02	Sangat baik
3.	<i>Customer Service</i> selalu berpakaian serta berpenampilan bersih dan rapi	-	-	12	72	65	149	4,25	Sangat baik
Jumlah rata-rata								12,95	
Total tanggapan pelanggan								4,32	Sangat baik

Dari tanggapan para *customer* TELKOMFlexi mengenai penilaian variabel dimensi kualitas jasa menyangkut *Tangibles* (produk-produk fisik) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi, *customer* menilai bahwa *Customer Service* TELKOMFlexi berpakaian dan berpenampilan bersih serta rapi, PT TELKOM sudah menggunakan komputerisasi, dan fasilitas yang ada di PT TELKOM membuat pelanggan merasa nyaman. Ini terlihat dari jumlah rata-rata penilaian sebesar 4,32.

Dengan demikian hasil penilaian menyangkut *Tangibles* (produk-produk fisik) yang diberikan *Customer Service* TELKOMFlexi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dikategorikan sangat baik.

#### **4.3. Masalah-masalah yang dihadapi *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Jasa Terhadap *Customer* TELKOMFlexi**

Dalam melakukan suatu aktivitas pasti selalu ada masalah-masalah atau kendala yang dihadapi baik dari pelanggannya ataupun dari layanannya. Masalah-masalah yang dihadapi *Customer Service* TELKOMFlexi diantaranya :

1) Kesalahpahaman

Banyak pelanggan yang kadang menginginkan pelayanan di luar prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan. Mereka menginginkan pelayanan yang lebih dari *Customer Service* untuk menyelesaikan masalahnya, sedangkan *Customer Service* hanya bisa melayani sesuai prosedur perusahaan.

2) Terlambatnya Informasi

Terkadang banyak pelanggan yang lebih tahu tentang informasi program atau layanan baru yang diberikan TELKOMFlexi dibandingkan *Customer Servicenya*. Ini dikarenakan perusahaan terlambat dalam pemberian informasi kepada karyawannya terutama bagian *Customer Servicenya*.

3) Adanya Komplain

Konsumen kadang mengadukan masalahnya pada *Customer Service* tentang kesalahan yang terjadi akibat kesalahan konsumen itu sendiri. Misalnya pada proses aktivasi kartu yang disebabkan karena syarat-syarat yang diminta tidak lengkap sehingga aktivasi tidak dapat dilakukan.

4) Gangguan Sistem

Sistem otomatis yang menghubungkan semua kantor TELKOM yang ada sangat penting dalam proses pelayanan karena semua transaksi *Customer Service* langsung diproses melalui SISKAS. Apabila terjadi kerusakan atau gangguan sistem, akan menyebabkan masalah karena dengan begitu proses pelayanan yang berhubungan dengan pelanggan tidak dapat dilakukan. Apabila gangguan sistem ini terjadi pada saat antrian banyak akan berefek negatif terhadap citra perusahaan.