

## **BAB III**

### **KOMUNIKASI PELAYANAN *CUSTOMER CARE***

#### **3.1 Hasil Penelitian**

Dalam industri telekomunikasi Indonesia, peranan teknologi sangat berpengaruh karena perkembangan telekomunikasi selalu mengikuti perkembangan teknologi sehingga dikenal istilah teknologi telekomunikasi. Setiap teknologi baru yang muncul maka akan segera diterapkan dalam layanan telekomunikasi kita, begitu seterusnya sehingga kita bisa melihat prospek yang sangat besar dalam perkembangan dunia teknologi telekomunikasi. Meskipun di Indonesia sendiri banyak provider dan perusahaan telekomunikasi, namun pada dasarnya layanan dan fitur yang mereka tawarkan rata-rata sama dalam memberikan kemudahan bagi semua pengguna. WiMAX Mobile sebagai alternatif lain komunikasi data menawarkan kecepatan data yang cukup menjanjikan.

Hal tersebut sebagaimana yang dikemukakan Bapak Boga Djatikusumah sebagai *Manager Operation and Maintenance* (Informan Kunci) tentang gambaran umum Bisnis telekomunikasi di Indonesia yang didapatkan dari hasil wawancara yaitu:

“Menurut pendapat saya, perkembangan teknologi sudah lebih berkembang, terutama di sisi produk wimax saat ini berkebang pesat, dari GSM mobile telekomunikasi percepatan data yang lebih cepat, perkembangan wimax sendiri sudah ada di versi D dan sekarang sudah ada di tahapan versi E, namun secara regulasi untuk grade E belum boleh di indonesia. Diperusahaan starcom sendiri akan memiliki perangkat yang mengarah ke versi E namun saat ini pemerintah indonesia belum mengeluarkan regulasi untuk versi E.”

Kemajuan industri telekomunikasi Indonesia tidak terlepas dari peran vendor telekomunikasi. Berbicara industri telekomunikasi tidak bisa terlepas dari peranan vendor telekomunikasi yang mengisi kebutuhan perangkat bagi operator telekomunikasi. Vendor telekomunikasi umumnya menyediakan solusi bagi operator dalam hal infrastruktur baik untuk komunikasi tetap maupun bergerak. Teknologi telekomunikasi selalu mengalami perkembangan yang semakin canggih dari tahun ke tahun. Perkembangan ini menciptakan adanya tren yang ikut berubah pada industri telekomunikasi global. Tren yang ada tidak hanya berkaitan dengan pengadopsian infrastruktur telekomunikasi terbaru tetapi juga berkaitan dengan gaya pemakaian perangkatnya di masyarakat.

Hasil wawancara yang dikemukakan Bapak Boga Djatikusumah sebagai *Manager Operation and Maintenance* (Informan Kunci) tentang gambaran umum Bisnis vendor telekomunikasi di Indonesia yang didapatkan dari hasil wawancara yaitu:

“Menurut pendapat saya, perkembangan bisnis vendor di Indonesia saat ini masih bagus, untuk pengamananan telekomunikasi kedepannya. Karena semua teknologi telekomunikasi akan terus berkembang, untuk tiga tahun kedepan bisnis vendor akan terus berkembang, masih ada peluang pengembangan vendor dan masih ada prospek dalam bisnis vendor di Indonesia. Kemajuan industri telekomunikasi tidak terlepas dari peran vendor telekomunikasi, Beberapa vendor penyedia perangkat telekomunikasi diantaranya Ericsson, Nokia, Siemens Network, Huawei, Samsung dan Alcatel.”

Setiap tahun, persaingan usaha selalu terus bertambah. Khususnya dalam bidang internet. Selain perusahaan dituntut memberikan produk yang bagus dan berkualitas, perusahaan juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang *excellent*. Setiap layanan dan perlakuan terhadap pelanggan haruslah memiliki standar baku.

Dengan begitu, setiap pelaku *customer care* wajib melakukan standar pelayanan yang telah dibuat dan disetujui oleh perusahaan. Ini bertujuan untuk memberikan pelayanan yang sempurna untuk pelanggan. Selain standar yang baku, konsistensi adalah hal yang sangat penting, dan itu harus dijalankan secara konsisten. Dengan demikian perusahaan memiliki citra entitas yang profesional dan *service oriented*.

Bapak Boga Djatikusumah sebagai *Manager Operation and Maintenance* (Informan Kunci) memaparkan tentang gambaran umum Pelayanan *Customer care* di PT Starcom Solusindo Bandung yang didapatkan dari hasil wawancara yaitu:

“Menurut pendapat saya, pelayanan *customer care* berdasarkan penilaian saya belum bisa dikatakan sangat baik karena kita masih ada kekurangan dari peraturan dan perangkat. Peraturan pelayanan saat ini masih belum jelas, seperti jadi *customer care* semestinya itu seperti apa, mulai dari peraturannya seperti apa. Secara *customer care* sudah berjalan baik, *customer care* bisa berinteraksi dengan pelanggan, kebutuhan pelanggan untuk kebutuhan internet sudah bisa terlayani meskipun masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Kredibilitas dari pelayanan *customer care* dalam pelayanan sudah cukup baik dalam berinteraksi dengan pelanggan ataupun rekanan perusahaan.”

Keluhan pelanggan adalah ungkapan ketidakpuasan terhadap suatu produk baik berupa barang atau jasa. Tidak semua keluhan pelanggan terungkap dengan jelas. Ada juga yang berdampak langsung terhadap kinerja perusahaan tetapi biasanya dampaknya tidak langsung dirasakan. kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki oleh perusahaan.

Hasil wawancara yang dikemukakan Bapak Boga Djatikusumah sebagai *Manager Operation and Maintenance* (Informan Kunci) tentang gambaran umum keluhan pelanggan di PT Starcom Solusindo Bandung yang didapatkan dari hasil wawancara yaitu:

“Menurut pendapat saya, keluhan biasanya disampaikan oleh pelanggan ketika link internet tidak bisa digunakan. Keluhan bisa terjadi karena link radio down, intermitten ataupun not connected. Pelanggan akan menyampaikan keluhan kepada *customer care* melalui email atau melalui telepon, *customer care* harus cepat dan tepat dalam menangani keluhan agar pelanggan merasa puas. Keluhan yang disampaikan pelanggan berbeda-beda, *customer care* harus bisa meredam awal keluhan pelanggan. *Customer care* mempunyai data untuk pelanggan yang melaporkan keluhan yang terjadi tiap harinya, jadi *customer care* mengetahui siapa pelanggan dan keluhan apa yang dilaporkan para pelanggan. namun saat ini harus lebih di perbaiki lagi dari report atau data tentang keluhan pelanggannya.“

Pelaksanaan Penanganan keluhan pelanggan dilakukan oleh *customer care*, pelanggan kadang kala kecewa dengan produk dan layanan yang diberikan. Tentunya, hal ini harus disikapi dengan bijak. *Customer care* harus dapat memberikan solusi yang terbaik agar pelanggan tidak kecewa bahkan menjadi pelanggan loyal perusahaan. penanganan keluhan yang cepat dapat menyeret orang menjadi loyal terhadap produk maupun layanan yang disediakan.

Hal tersebut sebagaimana yang dikemukakan Bapak Boga Djatikusumah sebagai *Manager Operation and Maintenance* (Informan Kunci) tentang gambaran umum Penanganan keluhan pelanggan di PT Starcom Solusindo Bandung yang didapatkan dari hasil wawancara yaitu:

“Menurut pendapat saya, seharusnya *customer care* lebih menambah pengetahuannya tentang sistem, *troubleshoot*, akan lebih baik. Saat ini, untuk ke arah tersebut dibutuhkan training khusus di sisi teknis, kredibilitas atau attitude *customer care* namun saat ini belum ada training untuk hal tersebut dan perusahaan masih ada kekurangan di pengembangan SDMnya. kedepannya pihak perusahaan ada rencana melakukan training untuk *customer care*, karena banyak produk baru yang dikeluarkan perusahaan dan *customer care* harus mengetahui cara menggunakan produk baru untuk memberikan pelayanan lebih baik lagi. *Customer care* harus mengetahui penanganan awal terhadap keluhan pelanggan, bagaimana cara meredam keluhan pelanggan. *Customer care* harus melakukan penanganan keluhan maksimal selama lima belas menit, sudah termasuk *1st troubleshoot. standard operating procedure* Panduan untuk *1st*

*troubleshoot* seharusnya dikeluarkan oleh perusahaan. *standard operating procedure* secara garis besar ada namun untuk yang detail saat ini belum ada dari perusahaan. Penanganan yang dilakukan *customer care* berdasarkan dari analisa beberapa kejadian yang terjadi pada pelanggan, seperti pandu customer untuk pengecekan perangkat. Penanganan di sisi BS dan radio *customer care* sudah cukup mengetahui, karena posisi tempat *customer care* berdampingan dengan *NOC* jadi aktivitas *NOC* bisa dilihat oleh *customer care* dan *customer care* bisa belajar dari *NOC* mengenai fungsi sistem yang lebih dalam.”

### **3.2 Pembahasan**

Telekomunikasi saat ini menjadi komoditas yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, mulai dari lapisan masyarakat menengah ke bawah sampai ke jenjang menengah atas, telekomunikasi menjadi sebuah kebutuhan yang tidak bisa ditawar lagi dan hampir menjadi kebutuhan utama masyarakat. Seiring perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat tiap detiknya dan tak pernah tidur, dan semakin besarnya kebutuhan informasi manusia, maka bisnis telekomunikasi juga semakin kompetitif dan menggairahkan. WiMAX Mobile sebagai alternatif komunikasi data menawarkan kecepatan data yang cukup menjanjikan. Di Indonesia sendiri, pemerintah telah mengeluarkan peraturan mengenai regulasi WiMAX dan juga menyediakan dana untuk penelitian dan pengembangan teknologi.

Perkembangan teknologi di Indonesia tidak lepas dari peran vendor telekomunikasi. Prospek bisnis vendor telekomunikasi akan terus di Indonesia akan terus berkembang seiring dengan banyaknya produk baru di bidang telekomunikasi. Vendor bekerja sama dengan tiga besar operator seluler Indonesia seperti Telkomsel, XL Axiata dan Indosat. Vendor tersebut mensuplai perangkat kepada operator dengan pembagian area tertentu. Semakin kompetitifnya bisnis

telekomunikasi tentu berimbas pada bisnis vendor-vendor telekomunikasi. Mereka bersaing untuk menawarkan jasa, kompetensi dan kecepatan agar dapat bersaing dengan harga yang kompetitif pula.

Pelayanan *customer care* untuk mencapai pelayanan prima harus didukung dengan perangkat yang mempermudah *customer care* dalam memenuhi keinginan pelanggan. Aturan perusahaan tentang pekerjaan *customer care* harus jelas, agar kredibilitas *customer care* dapat tetap mendapat kepercayaan dari para pelanggan.

Keluhan merupakan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan internet atau produk yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Keluhan di era teknologi saat ini tidak hanya melalui telepon saja tapi juga melalui email. *customer care* harus cepat dan tepat dalam menangani keluhan agar pelanggan merasa puas. Keluhan yang disampaikan pelanggan berbeda-beda, *customer care* harus bisa meredam awal keluhan pelanggan. *customer care* harus memiliki daftar laporan mengenai keluhan pelanggan setiap harinya.

Pelaksanaan Penanganan keluhan pelanggan dilakukan oleh *customer care*. Di PT Starcom *customer care* harus melakukan penanganan keluhan maksimal selama lima belas menit. Dalam penanganan keluhan seorang *customer care* harus memiliki pengetahuan tentang sistem yang digunakan di perusahaan. Hal tersebut harus di dukung dengan training untuk menambah pengetahuan *customer care*. *standard operating procedure* dalam suatu perusahaan harus jelas agar semua karyawan bekerja sesuai dengan aturan di perusahaan tersebut.