

**LAPORAN
PRAKTEK KERJA NYATA**

**SISTEM PELAYANAN DAN PELAKSANAAN PEMASANGAN
SAMBUNGAN BARU (PSB) TELEPON FLEXICLASSY PADA
PT. TELKOM INDONESIA, TBK KANCATEL SITUBONDO**



Medan Pembelian Tertanggal : 200205		Klass 427 ERL S
No. Induk :		
Pengatalog :	fyg	

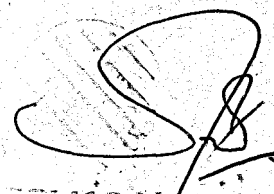
Oleh :

**YUNIERLITAWATI
NIM. 010103101072**

**PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS JEMBER
2004**

PENGESAHAN

Pengawas / Penanggung Jawab



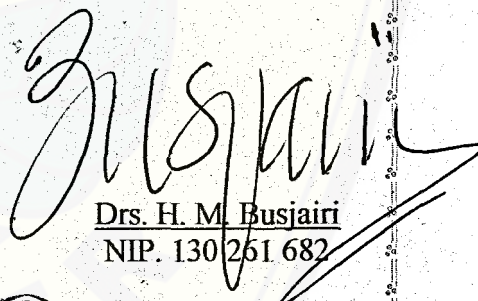
Gunawan Sumiantri
NIK. 630727

Dosen Pembimbing



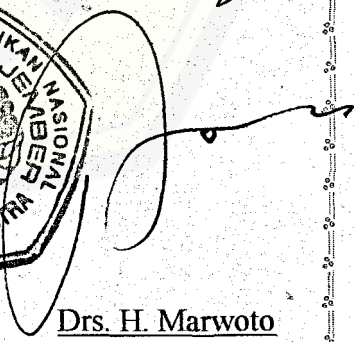
Drs. Imam Basuki, M.Hum
NIP. 131 832 317

Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris



Drs. H. M. Busjairi
NIP. 130 251 682

Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember



Drs. H. Marwoto
NIP. 130 368 790

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan sholat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah : 153)

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan” (An-Nasyrah : 5-6)

Kesabaran, kejujuran serta keberanian bertindak merupakan awal untuk mencapai keberhasilan, sedangkan keberhasilan tanpa diawali dengan doa akan sulit untuk mencapainya. (Al-Anfal : 46)

Dari Jabir bin Abdullah ra. Bahwasanya Rasulullah bersabda : Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli, dan ketika mengadakan penagihan. (HR Bukhari)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Laporanku buat:

Ayahanda Andi Achmad dan Ibunda Sri Sundari

Kakak dan Adik – adikku tercinta

“My Great Inspiration (Mas Sutikno, S.E.)” I Can’t Live without You

Almamaterku yang kubanggakan

Sahabat – sahabatku yang sangat kusayangi

Dosen – dosenku terhormat

9. Seluruh Karyawan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membantu penulis selama melaksanakan PKN;
10. Sahabat-sahabat penulis, yang telah memberikan bantuan dan motivasi serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu;
11. Dan tidak lupa pula buat sosok terpenting dalam hidupku, yang telah memberikan dorongan dalam penyelesaian Laporan PKN dan yang selalu memberikan kasih sayangnya.

Penulis menyadari bahwa Laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat konstruktif dari semua pihak demi kesempurnaan Laporan ini.

Akhirnya kepada semua pihak penulis mengucapkan terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis dan semoga mendapatkan keridhaan dan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Harapan penulis semoga Laporan ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jember, 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	2
I.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
I.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	3
I.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
I.4 Obyek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	4
I.4.1 Obyek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	4
I.4.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	4
I.5 Bidang Kegiatan Utama Praktek Kerja Nyata.....	4
I.6 Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Pengertian Pelayanan.....	6
2.2 Prinsip Pelayanan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.....	6
2.3 Ciri-Ciri Pelayanan.....	7
2.4 PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo Memiliki 10 (Sepuluh) Mutiara Pelayanan.....	7
2.5 Pemahaman Budaya Pelayanan.....	8

2.6 Budaya ARTI.....	8
2.7 Pengertian Jasa.....	9
2.8 Pengertian Pelanggan.....	10
2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	10
2.8.2 Mengenal Tipe - Tipe Pelanggan.....	12
2.9 Pengertian Telepon Flexi.....	12
2.9.1 Layanan Telepon Flexi.....	13
2.9.2 Produk Telepon FlexiClassy.....	14
2.10 Ruang Lingkup dan Tujuan Telepon Flexi.....	14
2.10.1 Ruang Lingkup.....	14
2.10.2 Tujuan Telepon Flexi.....	14
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	16
3.1 Nama Badan / Lembaga.....	16
3.2 Sejarah Singkat Perundang-Undangan	
PT. Telekomunikasi Indonesia.....	16
3.3 Struktur Organisasi dan Tugas Utama Masing-Masing Bidang	
dalam Struktur Organisasi pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk	
Kancatel Situbondo.....	18
3.4 Visi dan Misi PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.....	21
3.5 Tujuan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.....	21
3.6 Tugas Pokok PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.....	22
3.7 Kedudukan Lokasi Tempat Praktek Kerja Nyata.....	22
BAB IV KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....	23
4.1 Bidang Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	23
4.2 Hasil Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	24
4.3 Prosedur-Prosedur Pelayanan dan Pelaksanaan Pasang Baru	
(PSB) Telepon Flexi PASCA BAYAR (FlexiClassy).....	24
4.3.1 Prosedur Pelayanan Pasang Baru (PSB) Telepon Flexi	
Pasca Bayar.....	24
4.3.2 Prosedur Pelayanan dan Pelaksanaan PSB Telepon FlexiClassy....	26

4.4 Pelayanan yang Dilakukan Penulis dalam Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.....	28
A. Layanan pada Loker Pelayanan.....	28
B. Layanan Pra Jual.....	28
C. Layanan Penjualan.....	29
D. Layanan Purna Jual.....	30
E. Pelayanan Telepon Flexi.....	30
F. Pelayanan Fitur.....	30
G. Pelayanan Mutasi.....	32
4.5 Upaya-Upaya yang Ditempuh PT. TELKOM Indonesia, Tbk dalam Mensosialisasikan Pelayanan serta Pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy.....	33
4.6 Hak dan Kewajiban Pelanggan yang Terdapat pada Formulir Kontrak Berlangganan Telepon FlexiClassy.....	34
4.6.1 Hak Pelanggan.....	34
4.6.2 Kewajiban Pelanggan.....	34
4.7 Pengklasifikasian Tarif Jasa Telepon FlexiClassy.....	34
4.7.1 Tarif FlexiClassy (Pasca Bayar)	34
4.7.2 Pengklasifikasian Tarif Jasa Telepon FlexiClassy.....	35
4.8 Keunggulan Telepon FlexiClassy.....	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN	

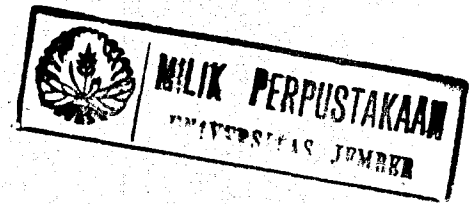
ABSTRAKSI

Pada era yang erat dengan persaingan, kebutuhan informasi merupakan faktor penting dalam dunia kompetisi. Dan ini Didiskripsikan dengan adanya industri telekomunikasi yang semakin pesat perkembangannya. Adanya globalisasi merupakan tuntutan bagi telekomunikasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Komunikasi tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan manusia yang membutuhkan komunikasi dan interaksi dengan manusia lainnya.

Sejalan dengan fenomena di atas, PT. TELKOM Indonesia, Tbk sebagai salah satu perusahaan negara yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi. PT. TELKOM Indonesia, Tbk dituntut untuk memberikan pelayanan yang benar-benar profesional karena pelayanan yang baik merupakan faktor penting dalam era kompetisi dan untuk menarik minat pelanggan. Oleh karena itu, PT. TELKOM Indonesia, Tbk berusaha memberikan layanan jasa telekomunikasi yang terbaik, profesional, dan dengan harga mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Sehingga kepercayaan masyarakat semakin bertambah dan jumlah pelanggan semakin banyak, secara otomatis keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin meningkat.

Sistem Pelayanan dan Pelaksanaan dalam Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy merupakan faktor penting bagi pengembangan telekomunikasi Indonesia, karena baik secara langsung maupun tidak langsung dapat bertatap muka dengan pelanggan (Customer). Dalam Pelayanan dan Pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy, kemampuan berbahasa khususnya Bahasa Inggris akan memberikan kesan yang baik bagi aktifitas pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik dalam laporan Praktek Kerja Nyata ini untuk mengambil judul **“SISTEM PELAYANAN DAN PELAKSANAAN PEMASANGAN SAMBUNGAN BARU (PSB) TELEPON FLEXICLASSY PADA PT. TELKOM INDONESIA, TBK KANCATEL SITUBONDO”**, sebagai hasil Praktek Kerja Nyata yang dilakukan penulis pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo selama 1,5 bulan.



BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia sedang memasuki era kompetisi, dan ini ditandai dengan munculnya beberapa perusahaan jasa telekomunikasi seperti Satelindo, Telkomsel, Indosat, dan lain-lain. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam suatu persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. (Philip Kotler, 1997 : 41). Dengan tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan khususnya jasa telekomunikasi harus berupaya memberikan pelayanan yang diinginkan pelanggan. Karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung seberapa besar pelanggan yang ada pada perusahaan tersebut.

Terkait hal di atas, PT.TELKOM Indonesia Tbk, sebagai sebuah perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia yang menyediakan layanan baru dengan teknologi terkini, yaitu CDMA (Code Division Multiple Access). CDMA adalah teknologi akses voice dan data, dimana setiap user menggunakan code tersendiri yang unik dalam mengakses kanal frekuensi yang sama dalam sebuah sistem. Layanan baru CDMA diberi brand "Telepon Flexi". Telepon Flexi mendapat sambutan positif masyarakat mengingat tarifnya jauh berada di bawah GSM (Global Seluler MobileCom). Karena biaya investasinya sangat murah. Tentu saja, kehadiran "Telepon Flexi" membuat lega calon pelanggan telepon yang sudah lama mendambakan telepon hemat maupun pelanggan ponsel yang mendambakan telepon seluler alternatif.

Dengan semboyan "*Committed 2U*", PT. TELKOM Indonesia, Tbk mengemban tanggung jawab yang cukup besar dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini berarti, PT. TELKOM Indonesia, Tbk selalu mengutamakan mutu pelayanannya untuk meraih kepuasan pelanggan. Karena mutu pelayanan ini menjadi salah satu alasan pelanggan untuk tetap loyal terhadap penggunaan jasa telekomunikasi yang ditawarkan PT. TELKOM Indonesia, Tbk.

Mengingat kebutuhan akan alat telekomunikasi yang cepat dan canggih menjadi salah satu tuntutan pada perkembangan jaman teknologi terkini. Dan dalam pemenuhan kebutuhan akan jasa telekomunikasi khususnya telepon diperlukan pelayanan yang terbaik, efisien, cepat, dan hemat, sehingga semakin hari jumlah pelanggan yang menggunakan jasa PT. TELKOM Indonesia Tbk, semakin banyak dan diharapkan pula keuntungan yang diperoleh juga semakin meningkat.

Dalam laporan ini, penulis sengaja memilih di bagian Locket Pelayanan pada PT. TELKOM Indonesia Kancatel Situbondo khususnya pada Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy untuk menyusun laporan hasil akhir. Dan penulis membahas tentang sistem pelayanan yang merupakan sorotan utama kepuasan pelanggan, yang menyangkut nilai keprofesionalan perusahaan serta pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) telepon FlexiClassy sebagai wujud pelayanan permintaan pasang baru telepon FlexiClassy bagi para pelanggan, mulai dari formulir-formulir permintaan pasang baru yang harus diisi sampai pada pelaksanaan pasang baru telepon FlexiClassy, sehingga jasa telekomunikasi ini benar-benar dapat dinikmati oleh pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Kebutuhan akan jasa telekomunikasi khususnya telepon FlexiClassy semakin berkembang pesat, permintaan masyarakat akan pelayanan pasang baru telepon FlexiClassy pun terus bertambah. PT. TELKOM Indonesia, Tbk sebagai satu-satunya pengelola jasa telekomunikasi dalam negeri harus dapat mengantisipasi hal tersebut. Untuk itu, sistem pelayanan yang akurat dan pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) telepon FlexiClassy yang cepat sangatlah diperlukan, sehingga target pasang baru dalam jumlah besar dapat terealisasi. Upaya peningkatan mutu pelayanan serta pelaksanaan PSB telepon FlexiClassy menjadi langkah selanjutnya yang harus diperhatikan dalam mewujudkan misi perusahaan yaitu memberikan layanan *"One Stop InfoCom"* dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, serta mengelola usaha melalui cara yang terbaik, dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, teknologi yang

kompetitif dan *Business Partner* yang sinergi. Bertitik tolak dari uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan:

1. “Bagaimana Sistem Pelayanan dan Pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo?”
2. “Upaya apa saja yang ditempuh PT. TELKOM Indonesia, Tbk dalam mensosialisasikan pelayanan serta pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy dalam memenuhi targetnya dan mewujudkan misi perusahaan?”

I.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

I.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Adapun tujuan dilaksanakannya Praktek Kerja Nyata pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, antara lain:

1. Mengetahui, memahami, dan mempelajari secara langsung kegiatan rutinitas pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.
2. Ikut serta melaksanakan kegiatan-kegiatan di bagian Loker Pelayanan pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.
3. Untuk menerapkan teori-teori Ilmu Pengetahuan yang penulis peroleh selama masa kuliah dengan melaksanakan Praktek Kerja Nyata.
4. Untuk memperoleh pengalaman dan wawasan tentang dunia kerja khususnya bidang pelayanan dalam menghadapi pelanggan / kastamer (customer) secara langsung sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

I.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Dengan melaksanakan Praktek Kerja Nyata pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo manfaat yang diperoleh penulis, antara lain:

1. Penulis dapat mengetahui dan memahami tentang Sistem Pelayanan dan Pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.

2. Memiliki pengalaman kerja khususnya bidang pelayanan dalam menghadapi pelanggan / kastamer (Customer) untuk terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya baik dalam instansi Pemerintah atau Swasta.
3. Memperoleh sumber data dan informasi untuk menyusun laporan hasil akhir / laporan Praktek Kerja Nyata.
4. Untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.

I.4 Obyek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

I.4.1 Obyek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo yang berlokasi di Jalan A. Yani No. 131 Situbondo.

I.4.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek kerja Nyata

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang penulis laksanakan pada kantor PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo sesuai dengan ketentuan dari Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember. Dimulai tanggal 1 Februari 2004 sampai dengan 15 Maret 2004, berlangsung selama minimal 240 jam kerja dengan ketentuan hari kerja : Senin sampai Kamis mulai jam 07.30-16.30 WIB dan hari jumat mulai jam 07.30-17.30 WIB dengan 1 jam istirahat mulai jam 11.30-12.30 WIB. JAdi, penulis melaksanakan 8 jam kerja setiap harinya, kecuali hari Sabtu, Minggu dan hari besar (LIBUR).

I.5 Bidang Kegiatan Utama Praktek Kerja Nyata

Pada Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, penulis memilih bagian Loker Pelayanan yang meliputi kegiatan pelayanan awal Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy yang dimulai dari pengisian formulir permintaan sampai dengan pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy. Dalam Praktek Kerja Nyata ini penulis juga ikut serta secara langsung melaksanakan

kegiatan-kegiatan pada bidang tersebut. Penulis juga membantu petugas Loker Pelayanan dalam melayani permintaan print-out telepon FlexiClassy, menangani keluhan / complaint pelanggan, misalnya tentang telepon yang mati total, yang diteruskan pada telepon 147, layanan informasi untuk pelanggan yang khusus menangani gangguan. Pada Loker Pelayanan ini, penulis bisa melihat dengan nyata karakter manusia yang berbeda-beda dengan masalah seputar jasa telekomunikasi dan penanganannya.

I.6 Prosedur Praktek Kerja Nyata

Sebelum melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Nyata ada beberapa prosedur yang harus dipenuhi oleh mahasiswa Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember. Adapun prosedur pelaksanaan Praktek Kerja Nyata adalah sebagai berikut:

1. Memilih perusahaan sebagai tempat Praktek Kerja Nyata.
2. Mengisi transkrip nilai sebagai persyaratan permohonan ke Fakultas dengan nilai SKS minimal 80 SKS.
3. Mengisi formulir praktek kerja nyata sebagai persyaratan permohonan ke fakultas
4. Menyerahkan surat permohonan ijin Praktek Kerja Nyata dan Proposal pada PT. TELKOM Indonesia kancatel Situbondo.
5. Menerima surat balasan dari PT. TELKOM Indonesia Kancatel situbondo.
6. Melaksanakan Praktek Kerja Nyata pada perusahaan yang dimaksud.
7. Perkenalan dengan seluruh karyawan PT. TELKOM Indonesia Kancatel Situbondo.
8. Pengenalan obyek Praktek kerja Nyata dengan mengadakan orientasi ke seluruh ruangan di PT. TELKOM Indonesia Kancatel Situbondo.
9. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan.
10. Menghimpun data untuk menyusun laporan hasil akhir.
11. Mengadakan konsultasi dengan pembimbing lapangan.
12. Mengadakan konasultasi dengan dosen pembimbing.
13. Menyusun laporan hasil Praktek kerja Nyata.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pelayanan

Persaingan yang sangat ketat tidak hanya kualitas produk yang dipersepsikan tapi juga dalam pelayanan yang bermutu merupakan faktor penting dalam memenangkan persaingan. Philip Kotler (1997 : 36), berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Secara umum pengertian pelayanan adalah suatu aktifitas atau penampilan yang ditawarkan kepada pelanggan yang sifatnya tidak nyata.

Pelayanan bisa dilihat dan dapat memuaskan pelanggan. Menurut Kotler (1994 : 561) ada 5 (lima) prinsip dasar yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan:

1. Prinsip pertama adalah bukti langsung (tangible) meliputi fasilitas yang tampak atau perlengkapan dan lain-lain.
2. Kehandalan (realibility), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang disajikan dengan segera dan memuaskan.
3. Tanggapan (responsivess), yaitu keinginan menolong dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Kepastian adalah pengetahuan dan kesepakatan pegawai serta membawa diri secara meyakinkan.
5. Empati memberikan perhatian pribadi kepada para pelanggan.

2.2 Prinsip Pelayanan PT. Telkom Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo

Memuaskan kebutuhan pelanggan tidak cukup dengan jabat tangan dan senyum tetapi dibutuhkan keahlian komunikasi. Prinsip pelayanan sebagai tipe dalam memberikan pelayanan yang baik yakni "SENYUM":

S : Salami dengan tulus, sopan dan pelihara harga diri pelanggan.

E : Empati terhadap perasaan dan masalah pelanggan.

N : Nalar dan menyatakan respon positif terhadap masalah pelanggan dan jadilah pendengar aktif yang baik.

Y : Yakinkan bahwa anda memahami, mengerti masalah pelanggan dan siap membantu.

U : Utamakan gagasan pelanggan

M : Mengucapkan terima kasih dan minta maaf yang tulus bila diperlukan.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa PT. Telkom Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo sangat memperhatikan pelayanan. Ini sesuai dengan semboyan PT. Telkom Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo yang berbunyi "*Setia Melayani Anda (Committed 2U)*", dengan semboyan tersebut PT. Telkom Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo menaruh perhatian yang lebih terhadap pelayanan.

2.3 Ciri-ciri pelayanan:

- a. Tidak dapat dirasakan sebelum dibeli oleh pelanggan.
- b. Proses operasi produksinya harus bersamaan waktunya dengan pemakaian atau kebutuhan pelanggan.
- c. Kemampuan pelayanan sangat bervariasi.
- d. Pelayanan tidak bisa disimpan atau ditunda.

2.4 PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo memiliki 10 (sepuluh) mutiara pelayanan, yaitu:

1. Salam atau sambut pelanggan dengan segera.
2. Jangan memberikan perhatian yang terpecah atau terbagi dengan para pelanggan.
3. Buat kesan terbaik pada 30 detik pertama.
4. Berlakulah secara alami, jangan dibuat-buat atau robotik.
5. Berbicaralah dengan sigap dan energik.
6. Berlakulah sebagai agen pelanggan.
7. Berpikirlah dan gunakan akal sehat.
8. Berikan toleransi, sekali-kali, jangan terlalu berpegang pada aturan.
9. Berikanlah kesan baik pada 30 detik terakhir.

10. Jagalah diri anda janganlah larutkan emosi anda kepada pekerjaan.

2.5 Pemahaman Budaya Pelayanan

Sesuai dengan Visi PT. TELKOM Indonesia, Tbk di tahun 2003 yang merupakan target menjadi *“Dominan Infocom Player di kawasan Regional”*, maka untuk mewujudkan PT.TELKOM Indonesia, Tbk memberikan layanan *“One Stop Infocom”* dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif serta mengelola usaha melalui cara yang terbaik, dengan megoptimalkan SDM yang unggul, teknologi kompetitif, dan business partner yang sinergi (Misi Perusahaan).

Untuk itu, PT. TELKOM Indonesia, Tbk tetap konsisten untuk melaksanakan kebijakan perusahaan yaitu senantiasa berorientasi kepada upaya untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada semua pihak yang berkepentingan yaitu Pemerintah atau Negara selaku pemegang saham PT. TELKOM Indonesia, Tbk dan karyawan serta yang paling penting adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat selaku pengguna jasa PT.TELKOM Indonesia, Tbk. Guna mewujudkan pelayanan terbaik itu, maka sesuai dengan Motto PT. TELKOM Indonesia, Tbk, yaitu :

“NO DAYS WITHOUT QUALITY”

(Tiada hari tanpa Kualitas /Mutu)

Karena dengan adanya kualitas terbaik dari PT. TELKOM Indonesia, Tbk dapat membuat pelanggan tetap loyal kepada PT. TELKOM Indonesia, Tbk. Pemahaman budaya pelayanan yang tepat dan terimplikasi serta keterpaduan gerak langkah dan saling menunjang satu sama lain perlu diyakini sebagai kunci sukses dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. (Kiskenda Suriahardja : 2003).

2.6 Budaya ARTI

Kepedulian kepada pelanggan yang dicerminkan oleh PT.TELKOM Indonesia, Tbk dalam budaya ARTI (Akurat, Responsif, dan simpaTI) dalam memenuhi berbagai macam bentuk keinginan dan permintaan pelanggan. Setiap

insan PT. TELKOM Indonesia, Tbk diharapkan akan dapat menanamkan budaya ARTI pada diri mereka, yaitu:

a. AKURAT (Accurate)

Dalam setiap pelaksanaan tugas apapun dan ditingkat manapun setiap karyawan PT. TELKOM Indonesia, Tbk tidak boleh berbuat "Asal Jadi".

b. Responsif (Responsive)

Setiap karyawan harus bersikap tanggap dan tidak membiarkan pemakai jasa (intern/ekstern) menunggu dalam suasana ketidakpastian.

c. Simpatik (Frindly)

Setiap karyawan harus membangun hubungan vertikal dengan pencipta, horisontal dengan pemasok, pelanggan, mitra usaha, pembina dan instansi terkait lainnya. (Santoso : 1992).

Dengan memahami budaya ARTI (Akurat, Responsif, dan simpaTI) didukung Sumber Daya Manusia (SDM) yang menjadi salah satu pusat keunggulan (center of excellence), diharapkan dapat menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan sehingga memiliki pelayanan yang memuaskan (Excellence Service). (Moenir : 1992).

2.7 Pengertian Jasa

Menurut Kotler (1997 : 84) jasa adalah setiap tindakan atau kegunaan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Stanton (1990 : 220) jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakekatnya tidak taraba (Intangible) yang merupakan pemenuhan kebutuhan jasa.

Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan, yang dimaksud dengan jasa adalah sesuatu yang bersifat tidak berwujud yang dapat digunakan sebagai pemuas kebutuhan seseorang atau organisasi. Jika diterapkan pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, maka jasa-jasa tersebut bisa berupa dasar atau pelayanan yang berupa keunggulan dari bagian Loket Pelayanan.

Pasuraman dkk, dalam Philip Kotler (1997 : 93) dalam penelitiannya menemukan bahwa ada 5 (lima) penentu kualitas jasa, yaitu kehandalan, tanggapan, kepastian, empati, dan bukti langsung.

Tiga karakteristik Jasa menurut (Leonard L. Berry-Philip Kotler / Keith Cox, 1984 : 302), yaitu:

1. Lebih bersifat tidak berujud daripada berujud.
2. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu.
3. Kurang memiliki standard dan keseragaman.

2.8 Pengertian Pelanggan

Pelanggan merupakan target setiap perusahaan, maka setiap perusahaan untuk bisa mempertahankan pelanggan harus meningkatkan mutu pelayanan, karena pelanggan mempunyai motivasi yang kuat untuk mengembangkan suatu perusahaan. Pengertian pelanggan adalah orang-orang yang datang kepada para penyedia barang atau jasa dengan maksud, tujuan, dan harapan tertentu serta ingin memperoleh apa yang diinginkan dengan cara yang menyenangkan. (Sugiarto, 1999 : 33).

Sedangkan Pelanggan menurut PT. Telkom Indonesia, Tbk adalah Badan hukum atau perorangan yang telah menandatangani kontrak dengan telkom untuk berlangganan sambungan telekomunikasi yang bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul dari padanya. (Munandir, 1999 : 1).

Sumber lain menyatakan pelanggan adalah setiap orang yang berinteraksi dengan kita, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan akan barang atau jasa. (Dr. A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, 2002 : 3).

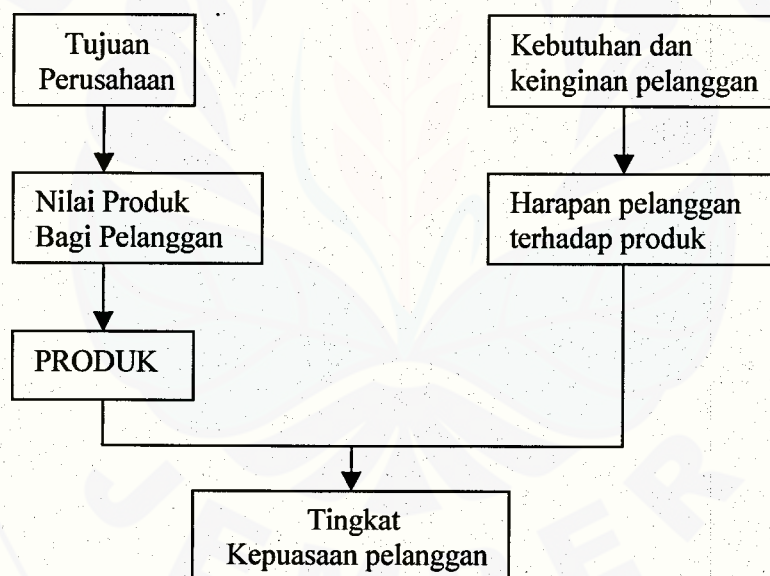
2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan, menurut:

- a. Pasuraman dkk, (2001 : 22) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang diberikannya.

- b. Day dalam Tjiptono (2002 : 24) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan sama dengan perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara harapan-harapan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah ia membeli dan menggunakan suatu produk. Sedangkan konsep kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar
KONSEP KEPUASAN PELANGGAN



Sumber : Tjiptono (2002 : 25)

2.8.2 Mengenal Tipe -Tipe Pelanggan

Pelanggan yang datang ke PT. TELKOM Indonesia, Tbk terdiri dari berbagai macam lapisan dan karakter yang ingin mendapatkan pelayanan sebaik-baiknya dari PT. TELKOM Indonesia, Tbk. Satu hal yang perlu diingatkan bahwa para pelanggan adalah salah satu individu yang unik dan oleh sebab itu, harus dilayani secara spesifik. (Faisal Affif, 1981 : 39). Tipe-tipe pelanggan adalah sebagai berikut:

- Puas
- Tidak puas
- Tertutup
- Terbuka
- Pendiam (PATRON)
- Pemuji (PRAISERS)
- Pengloyor (WALKER)
- Pengomel (TALKER)

2.9 Pengertian Telepon Flexi

Telepon Flexi adalah layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses tanpa kabel (Wireless) dengan teknologi CDMA (Code Division Multiple Access). (Kiskenda Suriahardja, 2003 : 24). Telepon Flexi sendiri ditawarkan memiliki mobilitas hingga satu kode area dengan tarif seperti yang dikenakan terhadap telepon tetap berbasis kabel. Selain itu, Telepon Flexi adalah layanan komunikasi terbaru dari PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo. Telepon Flexi memberikan dua jenis layanan, yaitu Pra Bayar disebut FlexiTrendy dan Pasca Bayar yang disebut FlexiClassy.

Telepon FlexiTrendy yaitu merupakan kartu Pra Bayar Isi Ulang dari Telepon Flexi yang menawarkan kenyamanan kecepatan akses komunikasi. Produk ini memberikan berbagai fasilitas serta pilihan nominal pulsa sesuai yang diinginkan. Untuk daerah Situbondo sendiri sementara ini, hanya melayani FlexiClassy yaitu layanan Pasca Bayar. Karena FlexiClassy menggunakan sistem pembayaran dibelakang atau menggunakan lembar penagihan. Penagihan diterbitkan sesuai dengan penggunaan pada bulan sebelumnya. Perbedaan Telepon FlexiClassy dan Telepon FlexiTrendy dengan Telepon Flexi, yaitu Telepon Flexi adalah layanan jasa telekomunikasi tanpa kabel (nirkabel) yang diselenggarakan oleh PT. TELKOM Indonesia, Tbk berbasis teknologi CDMA

3. Fitur mutasi otomatis secara terbatas (limited mobility) dalam satu area code.
4. Layanan Prabayar dan Pascabayar.

2.9.2 Produk Telepon FlexiClassy:

1. Kualitas komunikasi suara sekelas telepon kabel (Wireline Phone), bebas interferensi dan kloning.
2. Skenario Call dan Penomoran mengacu kepada ketentuan PSTN (Pulse Subscriber Terminal Network).
3. Fleksibilitas / Limited Mobility dalam satu cakupan area kode dengan fitur auto mutasi.
4. Tarif usage / pulsa yang murah (mengacu tarif PSTN).
5. Dapat digunakan untuk komunikasi data (internet access, fax, dan lain-lain) dengan kecepatan sampai dengan 153 Kbps.
6. Fitur / layanan tambahan dengan standart fitur mobile phone (SMS, Voice Mail, CLI, dan lain-lain).
7. Pilihan terminal pelanggan / CPE berupa fix phone (cordless phone) atau terminal mobile phone (handphone) untuk yang menghendaki telepon yang lebih personalized.
8. Pilihan sistem pembayaran yaitu sistem prepaid dan sistem postpaid.
9. Ketersediaan dan kecepatan installasi (service delivery).

2.10 RUANG LINGKUP dan TUJUAN Telepon Flexi

2.10.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup Prosedur Pasang Baru (PSB) Telepon Flexi Pasca Bayar dimulai dari permintaan calon pelanggan untuk menjadi pelanggan Telepon Flexi Pasca Bayar sampai dengan pelanggan dinyatakan aktif (Kring / PS).

2.10.2 Tujuan Telepon Flexi

a. Tujuan Telepon Flexi

Mengendalikan proses layanan Pasang Baru Telepon Flexi Pasca Bayar.

b. Tolok Ukur

Waktu dari input sampai PS (Put into Service) = 5 menit (Jika ada pesawat).

Waktu dari input sampai VA (Valid) = 5 menit (Jika tidak ada pesawat).





BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Nama Badan / Lembaga

Badan atau lembaga tempat pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang penulis laksanakan ialah PT. TELKOM INDONESIA, TBK KANCATEL SITUBONDO yang berlokasi di Jalan A Yani 131 Situbondo.

3.2 Sejarah Singkat Perundang-Undangan PT. Telekomunikasi Indonesia

Awal mulanya PT. Telkom bernama Perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL) yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa Telekomunikasi untuk umum dalam negeri. Pada awal berdirinya bernama "POST EN TELEGRAAFDIENST" yang didirikan pada tahun 1884 dengan Staatsblad no.52, kemudian pada tahun 1906 dirubah menjadi "POST, TELEGRAAF EN TELEFOONDIENST" (PTT) dengan Staatsblad no.395 dan semenjak itu disebut PTT-Dients. Tahun 1931 ditetapkan sebagai Perusahaan Negara berdasarkan I.B.W. Selanjutnya pada tahun 1960 Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang no.19 tahun 1960, tentang persyaratan sebuah Perusahaan Negara (PN) dengan PERPU no.240 tahun 1961 berubah menjadi PN POS dan TELEKOMUNIKASI.

Lapangan usaha PN POS dan TELEKOMUNIKASI ternyata berkembang dengan pesat, maka pada tahun 1965 Pemerintah mengadakan peninjauan kembali. Hasilnya berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) no.29 dan 30 tahun 1965 terjadi pemecahan menjadi : P.N.POS DAN TELEKOMUNIKASI. Selanjutnya mulai tanggal 28 April 1970 berdasarkan S.K. Menteri Perhubungan no.129 / U / 1970 PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi yang disingkat dengan PERUMTEL. Keberadaan PERUMTEL dikukuhkan dengan Peraturan Pemerintah no.36 tahun 1974 yang menetapkan sebagai pengelola telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan luar negeri.

Pada akhir tahun 1980, Pemerintah mengambil kebijaksanaan dengan membeli seluruh saham PT. INDOSAT (Indonesian Satellite Corporation) sebuah

perusahaan swasta yang didirikan dalam rangka Penanaman Modal Asing yang kemudian diubah statusnya menjadi BUMN berbentuk PERSERO. Pernyataan modal negara Republik Indonesia dalam saham PT. INDOSAT tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah no.52 tahun 1980. Selanjutnya untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum, maka dengan Peraturan Pemerintah no.53 tahun 1980 diadakan perubahan atas Peraturan Pemerintah no.22 tahun 1974, yakni dengan menetapkan PERUMTEL sebagai badan usaha yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi dalam negeri dan PT. INDOSAT sebagai badan usaha yang diberi wewenang menyelenggarakan telekomunikasi untuk umum internasional. Peraturan Pemerintah no.39 tahun 1974 tentang PERUMTEL juga diubah yang dituangkan dalam Peraturan Pemerintah no.54 tahun 1980.

Sehubungan dengan diundangkannya Peraturan Pemerintah no.3 tahun 1983 tentang Tata Cara Pembinaan dan Pengawasan PERJAN, PERUM, dan PERSERO, diterbitkan Peraturan Pemerintah no.21 tahun 1984 tentang PERUMTEL sebagai pengganti dari Peraturan Pemerintah no.36 tahun 1970 dan Peraturan Pemerintah no.54 tahun 1980. Satu hal yang sangat menggembirakan dalam Sejarah Perundang-Undangan ini adalah ditetapkannya Undang-Undang no.3 tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang memberikan angin segar dalam pengembangan dan pembangunan pertelekomunikasian di Indonesia.

Mengingat perkembangan demikian pesat ditambah dengan pola manajemen yang lebih terbuka, Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah no.25 tahun 1991 tanggal 1 Mei 1991 menetapkan pengalihan bentuk Perusahaan Umum (PERUM) Telekomunikasi menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO). Sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang no.9 tahun 1969 sejak saat itu, berdirilah Perusahaan Perseroan (PERSERO) TELEKOMUNIKASI INDONESIA atau TELKOM. Peralihan bentuk perusahaan tersebut ditandai dengan penandatanganan Akte Pendirian Perusahaan Perseroan (PERSERO) PT. Telekomunikasi Indonesia oleh Notaris Imas Fatimah, S.H. bersama-sama dengan Menparpostel Soesilo Sudarman yang bertindak sebagai kuasa dari Menteri

Keuangan sebagai pemegang saham, hari Selasa tanggal 24 September 1991 jam 09.30 WIB di Depparpostel, Jalan Kebon Sirih 36 Jakarta Pusat.

3.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran secara skematis tentang hubungan kerjasama dari ruang-ruang usaha dalam mencapai tujuan. (Munandir : 2003). Fungsi struktur organisasi dalam suatu perusahaan yaitu meliputi penentuan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan, pengelompokan kegiatan-kegiatan dan pembagian wewenang serta tugas untuk melaksanakan dan mempertanggungjawabkan aktivitas tersebut dengan baik.

Struktur organisasi ini sangat penting artinya bagi perusahaan, terutama dalam mencapai efisiensi dan efektifitas organisasi maupun usaha. Oleh karena itu, perlu adanya pembagian tugas, demikian halnya dengan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo. (Struktur Organisasi Terlampir).

Tugas Utama Masing-Masing Bidang dalam Struktur Organisasi pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo:

MANAGER CATEL

TUGAS UTAMA :

Memberikan kepuasan kepada customer dengan meningkatkan kinerja KANCATEL melalui penyediaan layanan jasa POTS, peningkatan usage / produksi, pengoperasian dan pemeliharaan jaringan akses pelanggan serta pemberdayaan sumber daya yang menjadi kewenangannya.

SS. MARKETING

TUGAS UTAMA :

- Meningkatkan kinerja KANCATEL dan mencapai target pemasaran POTS, melalui pengelolaan promosi dan penjualan, pengelolaan customer data base, pengelolaan usage dan quality improvement.
- Mengelola sumber daya yang menjadi kewenangannya.

PUBLIC PHONE

TUGAS UTAMA :

Meningkatkan performansi layanan Public Phone baik kualitas dan kuantitas, meningkatkan pendapatan Telepon Umum, serta mengelola sumber daya yang menjadi kewenangan unitnya untuk mendukung kinerja dan target KANCATEL.

SALES PLAN

TUGAS UTAMA :

Merencanakan, Mengorganisasi, dan mengimplementasikan strategi Promosi dan Penjualan POTS, serta mengelola sumber daya yang menjadi kewenangan unit untuk mendukung kinerja dan pencapaian target pemasaran.

ANALISA PRODUK

TUGAS UTAMA :

Menyusun strategi Implentasi dan program-program peningkatan produksi / usage untuk menunjang pencapaian kinerja KANCATEL.

SS. JARAKSES

TUGAS UTAMA :

- Melaksanakan Maintenance Jaringan Akses baik yang bersifat Preventif maupun Korektif, untuk meningkatkan performansi jaringan (reability dan availability).
- Melaksanakan operasi dan layanan Jaringan Akses (PSB, Mutasi, dll).
- Mengelola Sumber daya yang menjadi kewenangan unitnya.

JARAKSES AREA

TUGAS UTAMA :

- Melaksanakan Maintenance Jaringan Akses baik yang bersifat Preventif maupun Korektif, untuk meningkatkan performansi jaringan (reability dan availability)
- Melaksanakan operasi dan layanan Jaringan Akses (PSB, Mutasi, dll).

INFRATEL

TUGAS UTAMA :

- Melaksanakan Maintenance Jaringan Akses baik yang bersifat Preventif maupun Korektif, untuk meningkatkan performansi jaringan (reability dan availability).
- Melaksanakan operasi dan layanan Jaringan Akses (PSB, Mutasi, dll).

SUPERVISSOR NON METAL

TUGAS UTAMA :

- Melaksanakan Maintenance Jaringan Akses baik yang bersifat Preventif maupun Korektif, untuk meningkatkan performansi jaringan (reability dan availability)
- Melaksanakan operasi dan layanan Jaringan Akses (PSB, Mutasi, dll).

DATA JARAKSES

TUGAS UTAMA :

Memberikan dukungan operasional pengelolaan jaringan akses dan meningkatkan performansi data base jaringan akses melalui pengelolaan administrasi data base dan peningkatan validitas database jaringan akses.

SS. SUPORT

TUGAS UTAMA :

- Memberikan support / dukungan kepada manajemen KANCATEL agar organisasi dapat berjalan dengan baik melalui pengelolaan Sumber Daya Manusia, pengelolaan logistik dan Asset, serta pengelolaan mutu sehingga tujuan dan sasaran KANCATEL dapat tercapai.
- Mengelola sumber daya yang menjadi kewenangan unitnya.

3.4 Visi dan Misi PT. TELKOM Indonesia, Tbk kancatel Situbondo

Visi PT. TELKOM Indonesia, Tbk kancatel Situbondo :

“Menjadi *Dominan InfoCom* Player di Kawasan Regional”

Sesuai dengan fungsi organisasinya, Misi PT. TELKOM Indonesia, Tbk kancatel Situbondo :

- ❖ Memberikan layanan “*One Stop InfoCom*” dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif.
- ❖ Mengelola usaha melalui cara yang terbaik, dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, teknologi yang kompetitif serta *Business Partner* yang sinergi. (Kiskenda Suriahardja : 2003).

3.5 Tujuan PT. TELKOM Indonesia, Tbk kancatel Situbondo

Tujuan utama PT. TELKOM Indonesia, Tbk kancatel Situbondo adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang dapat dikelola secara profesional dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Sedangkan tujuan yang lebih spesifik adalah sebagai berikut:

- Mempercepat pembangunan fasilitas telekomunikasi dan pemasarannya guna memenuhi kebutuhan masyarakat terutama di kawasan industri, perdagangan, dan pemerintah.
- Meningkatkan mutu dan memperluas jangkauan serta jenis pelayanan jasa telekomunikasi.

- Meningkatkan efisiensi dan produktifitas perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang dengan sehat serta meningkatkan profesionalisme karyawan melalui pengembangan dan peningkatan kesejahteraan, iklim kerja yang sehat, dan juga etos kerja yang tinggi. (Fandy Tjiptono : 2002).

3.6 Tugas Pokok PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo

Kantor Cabang Telekomunikasi (disingkat KANCATEL) Situbondo, adalah Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) dari Kantor Daerah Pelayanan Telekomunikasi (disingkat KANDATEL) Jember, kantor Divisi Regional V (Jawa Timur) Kancatel Situbondo mempunyai tugas pokok, yaitu mengelola pelayanan jasa telekomunikasi dan jasa nilai tambah lainnya di daerah kerja pelayanannya sesuai dengan system, prosedur, dan metode yang berlaku untuk menyelenggarakan tugas pokoknya. Kancatel Situbondo mempunyai fungsi:

- Pelaksanaan Pelayanan jasa telekomunikasi dan jasa nilai tambah lainnya, pengoperasian persambungan telepon melalui operator.
- Pemasangan, pengoperasian, pemeliharaan, perubahan, perbaikan, dan rehabilitas sarana telekomunikasi.
- Pelayanan jasa telekomunikasi untuk daerah kerja pelayanan di unit-unit pelayanan.
- Pengelolaan tata usaha kepegawaian, keuangan, dan perlengkapan. (Menurut direktur pertama PT. TELKOM Indonesia, Tbk yang bernama Munandir : 1998).

3.7 Kedudukan Lokasi Tempat Praktek Kerja Nyata

PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo merupakan Kantor Cabang Daerah Telekomunikasi situbondo yang berlokasi di Jalan A Yani 131 Situbondo.

BAB IV

KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA

4.1 Bidang Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata yang dilaksanakan penulis pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, yaitu pada Loker Pelayanan untuk Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy. Pada pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini penulis dapat ikut serta secara langsung mengerjakan tugas-tugas ataupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada Loker Pelayanan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy, penulis juga dapat berhubungan secara langsung dengan pelanggan guna memberikan pelayanan yang mereka inginkan. Penulis dapat melihat secara langsung keanekaragaman karakter manusia yang berbeda dan mengetahui bagaimana cara menghadapi dan melayani kebutuhan pelanggan.

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh penulis pada Loker Pelayanan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy tersebut, antara lain:

1. Memberikan pelayanan terhadap kebutuhan pelanggan, khususnya untuk Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy, dan dalam pengisian formulir PSB Telepon FlexiClassy.
2. Memberikan informasi yang diperlukan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui telepon) tentang jasa telekomunikasi khususnya telepon FlexiClassy.
3. Menampung keluhan-keluhan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap jasa telekomunikasi yang mereka gunakan dan diteruskan pada pihak yang terkait misalnya ke 147 untuk keluhan gangguan.
4. Memasukkan (entry) data pasang baru (PSB) telepon FlexiClassy.
5. Melayani permintaan print-out (perincian pemakaian telepon FlexiClassy).
6. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepada penulis.

4.2 Hasil Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan yang dilakukan penulis selama Praktek Kerja Nyata pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo khususnya pada Loker Pelayanan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy, sangat membantu penulis untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan khususnya tentang pelayanan untuk mengetahui bagaimana menjadi Sumber Daya Manusia (SDM) yang melayani bukan SDM yang dilayani dalam menghadapi atau melayani segala macam bentuk permintaan pelanggan yang memiliki karakter berbeda-beda, guna memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Dan penulis juga dapat ikut serta secara langsung dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada Loker Pelayanan, khususnya pelayanan pelaksanaan PSB Telepon FlexiClassy.

4.3 Prosedur-Prosedur Pelayanan Pasang Baru (PSB) Telepon Flexi PASCA BAYAR (FlexiClassy)

4.3.1 Prosedur Pelayanan dan Pelaksanaan PSB Telepon FlexiClassy

Pelayanan awal untuk pelanggan dimulai dari Loker Pelayanan, dimana pelanggan diharuskan mengisi formulir permintaan pemasangan baru. Prosedur pengisian formulir di Loker Pelayanan dan Pelaksanaan PSB telepon FlexiClassy tersebut, terinci sebagai berikut :

Unit Kerja Loker pelayanan :

➤ Pengisian TEL. 2 (Formulir Permohonan Berlangganan Telepon FlexiClassy)

Pelanggan datang untuk mendaftar pemasangan baru dengan mengisi TEL. 2 yang merupakan formulir permintaan pemasangan atau mutasi sambungan telekomunikasi. TEL. 2 berisi : biodata pelanggan (nama, alamat, dan pekerjaan), tanda sah diri / ID (KTP, Passport, SIUP (Surat Ijin Usaha Perorangan), dan Akte Notaris), no. telepon / no. HP, lokasi satu area tempat mengaktifkan Telepon FlexiClassy, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), nama Ibu kandung sebelum menikah, alamat informasi tagihan (di rumah / kantor), fasilitas / fitur telepon FlexiClassy (SLI, FAX, DATA, dan lain-lain), nomor Telepon FlexiClassy, merk terminal Flexi, pencatuman pada BPT

(Buku Petunjuk Telepon) / Informasi 108 (ya / tidak), dan cara pembayaran. Formulir Permohonan Berlangganan Telepon FlexiClassy ini dibuat rangkap dua, satu untuk PT. TELKOM Indonesia, Tbk (Arsip) dan satu untuk pelanggan. Formulir ini masing-masing dibubuhi materai Rp. 6.000,00 dan ditandatangani pelanggan di atas materai serta tanda tangan petugas Loker Pelayanan (Penulis). Di belakang formulir ini juga berisi ketentuan-ketentuan untuk berlangganan sambungan Telekomunikasi FlexiClassy. (Formulir Terlampir).

➤ **Pengisian TEL. 69**

Penulis mengisi TEL. 69 yang berisi rincian biaya-biaya pasang baru telepon FlexiClassy, No. Telepon FlexiClassy pelanggan, nama pelanggan, tarif biaya pasang baru Telepon FlexiClassy, biaya PPN(Pajak Pertambahan Nilai), jumlah biaya semua yang harus pelanggan bayar kepada PT. TELKOM Indonesia, Tbk, tanggal transaksi dan tanda tangan petugas Loker Pelayanan (Penulis). Setelah pelanggan membayar semua rincian biaya tersebut, maka penulis memberikan formulir TEL. 69 asli sebagai bukti bahwa pelanggan sudah membayar rincian biaya tersebut dan Telepon FlexiClassy langsung kring pada saat itu juga. (Formulir Terlampir).

➤ **Pengentrian ke SISKAS**

Penulis memasukkan data pasang baru pelanggan (entry) ke SISKAS (Sistem Informasi Kustomer), jika data dinyatakan valid, secara otomatis work order terkirim ke jaringan, sentral, dan MDF (Main Distribution Frame). Berdasarkan work order itu maka dilaksanakan pasang baru.

4.3.2 Prosedur Pelayanan dan Pelaksanaan Permintaan Pasang Baru (PSB)

Telepon FlexiClassy

Proses penerimaan permintaan Pasang Baru Telepon Flexi Pasca Bayar yang dilakukan penulis pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk, yaitu:

- a. Penulis menerima calon pelanggan Telepon Flexi Pasca Bayar yang akan mengajukan permintaan Pasang Baru (PSB).
- b. Calon pelanggan mengisi form permintaan yang telah disediakan untuk pengajuan PSB Telepon Flexi Pasca Bayar (FlexiClassy) dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:

Atas nama : Perorangan

- Identitas Diri (KTP/SIM/PASSPORT).
- Kartu Susunan Keluarga (KSK).
- Surat keterangan apabila salah satu syarat yang telah ditetapkan tidak dapat terpenuhi. Persyaratan minimal adalah Identitas Diri (KTP/SIM/PASSPORT).

Atas nama : Perusahaan

- Identitas Diri (KTP/SIM/PASSPORT) dari Pejabat yang berwenang.
- NPWP (Nomor Pajak Wajib Perorangan) / SIUP (Surat Ijin Usaha Perorangan).
- Akta pendirian perusahaan (untuk Kantor Cabang Perusahaan). Persyaratan minimal adalah Identitas Diri (KTP/SIM/PASSPORT) Surat keterangan dari pejabat yang berwenang, NPWP / SIUP.

Atas nama : Mahasiswa / Pelajar

- Identitas Diri (KTP/SIM, Kartu Mahasiswa/Pelajar).
 - Kartu Susunan Keluarga (KSK).
 - Surat Pernyataan kesediaan dari orang tua untuk bertanggung jawab.
- c. Penulis juga memberikan informasi kepada calon pelanggan Telepon Flexi Pasca Bayar tentang Hak dan Kewajibannya seperti yang tertera pada formulir pelanggan serta menjelaskan alamat yang dijaminan kepada pelanggan, persyaratan PSB, dan Coverage Area Catuan.

- d. Setelah setuju untuk transaksi PSB dan melengkapi persyaratan di atas (point b) maka pelanggan mengisi formulir berlangganan Telepon Flexi Pasca Bayar, menandatangani di atas materai Rp. 6000,- dan termasuk memilih nomor yang dikehendaki berupa nomor reguler ataupun cantik (model terlampir).
- e. Penulis menerima pembayaran biaya pasang baru (PSB) Telepon Flexi Pasca bayar dari pelanggan sesuai dengan tarif yang telah ditentukan oleh PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.
- f. Jika persyaratan di atas telah dipenuhi dan calon pelanggan sudah membawa terminal pesawat, maka penulis akan melakukan input proses pasang baru (PSB) Telepon Flexi Pasca Bayar melalui petugas CSR (Customer Service Representative) sesuai dengan pasang baru Telepon Flexi Pasca Bayar di SISKAs (sampai dengan status Put into Service).
- g. Penulis membantu pelanggan untuk menginput nomor telepon ke terminal pesawat pelanggan dan apabila tidak dapat dilakukan oleh penulis maupun pihak PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, maka pelanggan diminta untuk menghubungi Distributor terminal pesawat yang bersangkutan. Guna pengisian data nomor telepon ke terminal pesawat pelanggan.
- h. Apabila calon pelanggan yang datang ke Loker Pelayanan PSB Telepon FlexiClassy belum membawa terminal pesawat, maka penulis melakukan input proses pasang baru Telepon Flexi Pasca Bayar sesuai dengan pasang baru (PSB) Telepon Flexi Pasca Bayar di SISKAs (sampai dengan status valid), input permintaan di SISKAs akan dilanjutkan sampai dengan status PS (Put into Service). Setelah pelanggan menyerahkan data Serial Number (ESN) dari terminal pesawat yang akan digunakan.
- i. Setelah itu, penulis menyerahkan bukti pembayaran PSB berupa Tel. 69 dan kontrak berlangganan Tel. 2 Telepon Flexi Pasca Bayar kepada pelanggan yang bersangkutan.
- j. Melalui system Aplikasi Program Customer Service Excellent (CSE) secara periodik data PS di SISKAs akan diambil untuk proses Aktifasi di Sentral. (Kiskenda Suriahardja, tanggal 30 Juni 2003 tentang "Mekanisme Pelayanan Produk Telepon Flexi di DIVRE V" Jawa Timur).

4.4 Pelayanan yang Dilakukan Penulis dalam Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon Flexi Classy pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, yaitu :

A. Layanan pada Locket pelayanan

Pelayanan awal Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy dimulai dari Locket Pelayanan yang merupakan sorotan utama kepuasan pelanggan. Pada Locket Pelayanan, penulis hanya melayani permintaan dan pembayaran biaya pasang baru (PSB) Telepon FlexiClassy, permintaan Print-Out (Perincian pemakaian Telepon FlexiClassy), Pengaduan Gangguan, Klaim Pulsa, Mutasi, dan permintaan informasi yang berkaitan dengan administrasi pelayanan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo sendiri, layanan pada Locket Pelayanan masih perlu ditingkatkan lagi mutu pelayanannya. Pemahaman budaya pelayanan dan penerapan yang tepat dilapangan merupakan kunci keberhasilan pelayanan. Layanan yang akurat, responsif, dan cepat sangat diperlukan oleh pelanggan, sehingga kepercayaan pelanggan kepada perusahaan tidak akan pudar dan perusahaan akan dinilai sebagai perusahaan yang profesional. Karena pelayanan yang berkualitas adalah harapan pelanggan. (Kiskenda Suriahardja, 2003 : 3-11).

B. Layanan Pra Jual

Memberikan informasi pada pelanggan mengenai produk jasa Telekomunikasi yang disediakan PT. TELKOM Indonesia, Tbk khususnya Telepon FlexiClassy :

a. Personal Selling

- Pemasaran dan pemberian informasi jasa yang dilakukan oleh Customer Service dan petugas pemasaran keliling.
- Pelayanan sambungan telepon khususnya Telepon FlexiClassy dengan nomor spesial.

b. Telemarketing

Pemasaran dan pemberian informasi jasa melalui telepon 162, secara aktif dilakukan oleh tim Telemarketing.

c. Corporate Customer Selling

Pemasaran dan pemberian informasi jasa khusus pada pelanggan bisnis, baik dengan personal Selling (Persentase dan demo produk) maupun dengan telemarketing (melalui direct mail atau telepon 169).

C. Layanan Penjualan

Dapat dilayani oleh seluruh petugas yang ada pada Loker Pelayanan Telepon FlexiClassy:

a. Pemasangan Fasilitas Telekomunikasi, meliputi :

- . Penyelesaian Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy.
- . Fasilitas tambahan atau Features.
- . JASNITA (Jasa Nilai Tambah)

b. Mutasi Sambungan Telekomunikasi khususnya Telepon FlexiClassy.

Pelanggan Telepon FlexiClassy berhak mengajukan permintaan mutasi atau perubahan Teleponnya, sepanjang teknis memungkinkan dan memenuhi ketentuan yang berlaku.

Jenis-Jenis mutasi sambungan Telepon FlexiClassy, adalah :

- a. Ganti terminal (ganti pesawat Telepon Flexi).
- b. Berhenti berlangganan.
- c. Balik Nama (BN), yaitu pengalihan berlangganan sambungan telekomunikasi dari pelanggan lama ke pelanggan baru, disertai pengalihan tanggung jawab atas segala akibat yang timbul dari penggunaan sambungan Telepon FlexiClassy tersebut.
- d. Pindah alamat (PDA), yaitu berpindahnya sambungan Telepon FlexiClassy pelanggan dari suatu alamat ke alamat lain.
- e. Aktivasi atau Deaktivasi Fitur.
- f. Blokir APS (atas permintaan sendiri) karena terminal hilang.
- g. Buka Isolir atas permintaan sendiri (APS).
- h. Ganti Nomor (GNO), yaitu penggantian nomor sambungan Telekomunikasi untuk kepentingan dinas atau permintaan pelanggan.

D. Layanan Purna jual

Layanan yang diberikan penulis dalam Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo adalah untuk memberikan informasi kepada pelanggan, menampung keluhan dan keinginan pelanggan, perbaikan gangguan serta layanan konsultasi berbagai jasa Telekomunikasi khususnya telepon FlexiClassy yang disediakan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo. (Munandir : 1997).

E. Pelayanan Telepon Flexi

Telepon Flexi adalah layanan bagi masyarakat yang aktif dan dinamis, dengan teknologi CDMA 2000 IX suara akan terjamin kualitasnya agar tetap jernih dan radiasi yang rendah di manapun anda berada. Selain kualitas suara yang prima, Telepon FLExi yang menawarkan fitur-fitur yang bisa langsung dinikmati oleh pelanggan, yaitu SMS, MMS, Caller ID (CLIP), Call Waiting, Voice Mailbox, Call Forwarding, dan koneksi internet sampai dengan 153 kbps.

Telepon Flexi sangat mengerti kebutuhan masyarakat dewasa ini, yaitu pulsa murah dan mobilitas yang tinggi. Jadi jika anda dominan mobilitas didalam kota, maka Telepon Flexi adalah pilihan yang tepat untuk mendukung komunikasi anda secara mobile di wilayah kota anda. (Kiskenda Suriahardja, 2003 : 24).

F. Pelayanan Fitur

Fitur merupakan fasilitas khusus yang terdapat di sentral telepon digital yang disediakan bagi pelanggan, sehingga diharapkan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi. Adapun jenis fitur yang disajikan, antara lain:

1. Lacak / Call Forwarding, yaitu fasilitas yang dapat mengalihkan tujuan panggilan ke nomor telepon yang diinginkan.
2. Nadasela / Call Waiting, yaitu suatu fasilitas telepon yang dapat mengetahui setiap panggilan yang masuk (saat telepon sedang digunakan) tanpa harus memutus pembicaraan terlebih dahulu.

3. Three Way Calling, yaitu fasilitas yang dapat melakukan pembicaraan bertiga baik secara bergantian atau bersama-sama.
4. Calling Line Identification Presentation (CLIP), yaitu fasilitas yang memungkinkan pelanggan mengetahui nomor pemanggil pada terminal / pesawat telepon khusus.
5. Do Not Disturb, yaitu fasilitas yang memungkinkan nomor teleponnya tidak dapat dihubungi untuk sementara waktu.
6. Call Barring / Ring Back, yaitu fasilitas yang mempunyai kemampuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan jaringannya / Network.
7. Call Hold, yaitu suatu fitur tambahan yang memberikan kemampuan Nounce Mance.
8. Cancel Call Waiting, yaitu fasilitas yang memberikan kemudahan setiap panggilan yang masuk tanpa harus memutus pembicaraan terlebih dahulu.
9. Calling Line Identification Restriction (CLIR), yaitu fasilitas yang memberikan satu layanan kemudahan Identifikasi saat menerima.
10. Voice Mail, yaitu fasilitas atau media yang dapat melakukan penyimpanan pesan suara.
11. Message Waiting Indicator, yaitu fasilitas yang memberikan kemudahan melalui display (tanda khusus pada pesawat) / Nounce Mance.
12. Calling Name Presentation, yaitu fasilitas yang memberikan kemampuan untuk menampilkan nama yang telah sesuai dengan entry di terminal (pesawat telepon).
13. Call Control, yaitu fasilitas getar atau ring tones.
14. Activation Schedule Profile, yaitu fasilitas tambahan untuk menampilkan schedule / jadwal (tanggal, waktu, dan lain-lain).
15. Priority Access, yaitu fasilitas yang memiliki kemampuan tingkatan akses sesuai dengan prioritas yang dikehendaki.

Maka dari itu ada beberapa persyaratan untuk pemasangan fitur, antara lain:

- a. Mengisi formulir permintaan fitur.
- b. Rekening bulan terakhir.
- c. Satu lembar foto copy KTP yang masih berlaku.

G. Pelayanan Mutasi

Bagi pelanggan yang menginginkan mutasi (Formulir terlampir) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Pindah Alamat:
 1. Mengajukan permohonan PDA.
 2. Satu lembar foto copy KTP, SIM, PASSPORT yang masih berlaku.
 3. Rekening tagihan bulan terakhir.
 4. Surat perjanjian kontrak rumah bagi pengontrak.
 5. Membayar biaya administrasi Pindah Alamat.
- b. Balik Nama:
 1. Mengisi surat pernyataan Balik Nama sambungan telepon.
 2. Satu lembar foto copy KTP, SIM, PASSPORT yang masih berlaku.
 3. Rekening tagihan bulan terakhir.
 4. Surat perjanjian kontrak rumah (bagi pengontrak) materai Rp. 6.000,00 satu lembar.
 5. Membayar biaya administrasi Balik Nama.
- c. Ganti Nomor:
 1. Mengajukan permohonan GNO.
 2. Satu lembar foto copy KTP, SIM, PASSPORT yang masih berlaku.
 3. Rekening tagihan bulan terakhir.
 4. Surat perjanjian kontrak rumah (bagi pengontrak).
 5. Membayar biaya administrasi Ganti Nomor.

4.5 Upaya-Upaya yang Ditempuh PT. TELKOM Indonesia, Tbk dalam Mensosialisasikan Pelayanan serta Pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy

Dalam Pemasangan awal Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy, PT. TELKOM Indonesia, Tbk penulis melakukan sosialisasi. Dalam mensosialisasikan, ada beberapa cara, yaitu:

1. Melakukan survey pasar melalui program penetrasi pasar.
2. Melakukan kegiatan analisa tingkat kemampuan Akses (Accessibility).
3. Melakukan tingkat penyediaan terminal / pesawat telepon (Capability):
 - Menjalinkan kerja sama dengan Vendor (Distribusi) terminal FlexiClassy yang kemampuan kegiatannya 4 tahun, setelah itu milik PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo sepenuhnya.
 - Penetapan spesifikasi pesawat (T1200-bisa internet dan voice).
4. Membangun Jaringan Flexi / CDMA dengan Vendor Eksternal.
 - Menjalinkan kerja sama dengan Vendor Eksternal pembangunan jaringan.
5. Menyediakan Out Lat (Tempat pelayanan / Customer Service) sampai di tingkat Catel (Penyediaan Brosur, petunjuk operasional, dan bisnis memproses PSB telepon FlexiClassy).
 - Menjalinkan kerja sama dengan agen seluler dalam rangka penyediaan terminal / telepon FlexiClassy.
6. Melaksanakan sosialisasi Internal.
7. Melaksanakan sosialisasi Eksternal.
 - Melalui presentasi ke Instansi layanan umum dan masyarakat tentang masalah Telepon Flexi khususnya FlexiClassy.
8. Melakukan Bandling Pricing PSB telepon FlexiClassy dengan terminal Flexi (Dalam satu paket terdapat diskon).
9. Ucapan “Selamat Bergabung” bagi pelanggan baru sekaligus dengan petunjuk cara membayar PSB telepon FlexiClassy, klaim pulsa, dan lain-lain.

10. Menginformasikan tentang Coverage Area (7 km dari Pemancar / Antena Telepon Flexi yang ada di PT. TELKOM Indonesia, Tbk). (Kiskenda Suriahardja, 2004 : 1-6).

4.6 Hak dan Kewajiban Pelanggan yang Terdapat pada Formulir Kontrak Berlangganan Telepon FlexiClassy

4.6.1 Hak Pelanggan:

Pelanggan yang telah melakukan transaksi pasang baru (PSB) Telepon FlexiClassy mempunyai hak untuk dikringkan teleponnya sesuai tolok ukur yang telah ditentukan dan memperoleh informasi dari pihak PT. TELKOM Indonesia, Tbk pada saat teleponnya sudah berfungsi / kring.

4.6.2 Kewajiban Pelanggan:

kewajiban pelanggan adalah menyediakan pesawat teleponnya (Telepon Flexi yang berupa telepon genggam untuk pasca bayar / Classy). Pelanggan diberi kebebasan untuk menentukan sendiri jenis pesawat telepon yang diinginkannya.

4.7 Pengklasifikasian Tarif Jasa Telepon FlexiClassy

Adapun biaya layanan Telepon FlexiClassy untuk Pasang Baru (PSB) atau Abonemen:

4.7.1 Tarif FlexiClassy (Pasca Bayar):

- a. Pasang Baru : Rp. 25.000,00 (Belum termasuk PPN (Pajak Pertambahan Nilai) 10%).
- b. Abonemen : Rp. 30.000,00 (Belum termasuk PPN 10%).
- c. Tarif Pemakaian : Sama dengan tarif pulsa telepon rumah.
- d. Tarif Panggilan ke Telepon FlexiClassy : Sama dengan tarif panggilan ke telepon rumah (tanpa airtime).
- e. Tarif SMS : Rp. 250,00 per SMS (maksimal 160 karakter).

4.7.2 Pengklasifikasian Tarif Jasa Telepon FlexiClassy

Pentaripan terhadap hubungan komunikasi yang dilakukan tergantung dari tiga komponen, yaitu:

a. Hubungan Lokal

Adalah hubungan komunikasi antara dua pelanggan dengan kode area yang sama.

b. Hubungan Jarak Jauh

Adalah hubungan komunikasi antara dua pelanggan dengan kode area yang berbeda:

- Hubungan jarak jauh secara langsung (SLJJ).
- Hubungan jarak jauh melalui operator lewat telepon 100/105.

c. Hubungan Internasional

Adalah hubungan komunikasi antar negara.

- Hubungan Internasional secara langsung (SLI).
- Hubungan Internasional melalui operator (101).

4.8 Keunggulan Telepon FlexiClassy:

- a. Sangat Flexible, seperti halnya telepon genggam, Anda dapat membawa telepon FlexiClassy berjalan-jalan selama masih dalam satu kode area, misal : Banyuwangi, Situbondo. Anda bebas berkeliling di wilayah tersebut sambil tetap bisa menelepon atau ditelepon. Semuanya dengan pulsa telepon rumah.
- b. Biaya Murah, biaya komunikasi menggunakan Telepon FlexiClassy sangat HEMAT karena biaya pemakaiannya sama dengan tarif pulsa telepon rumah. Hemat pula bagi yang menghubungi Telepon FlexiClassy, karena layaknya memanggil telepon rumah tanpa biaya airtime.
- c. Bisa SMS, dengan Telepon FlexiClassy Anda tetap dapat mengirim dan menerima pesan SMS (Short Messages Service).
- d. Komunikasi Data Cepat, Telepon FlexiClassy mampu memberikan layanan komunikasi data dan akses internet dengan kecepatan tinggi hingga 153 Kbps (Kilo Bit Persecond).
- e. Kualitas suara lebih jernih.

- f. Kring lebih cepat.
- g. Jenis handset sangat beragam.
- h. Radiasi rendah sehingga aman bagi otak.
- i. Aman dari penggandaan (anti kloning).
- j. Tersedia layanan Pasca Bayar dan Pra Bayar.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN



5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil praktek kerja nyata di PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo selama 1,5 bulan penulis dapat menarik kesimpulan bahwa PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo sangat memperhatikan pelayanan dengan semboyan "*Committed 2U*" dan juga bisa dilihat salah satu produknya. Telepon Flexi yang menghadirkan kenyamanan berkomunikasi bagi anda yang memiliki mobilitas tinggi dengan biaya murah. Dengan ini, menunjukkan bahwa PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan. Karena pelanggan menginginkan selain produk berkualitas tapi juga harga murah. Dan ini sesuai dengan apa yang dikatakan Philip Kotler tentang kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas pelayanannya. Maka tidak menutup kemungkinan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo akan semakin pesat perkembangannya. Dan dalam Praktek Kerja Nyata penulis dapat pengalaman yang sangat berguna khususnya dalam hal pelayanan, maka secara keseluruhan dapat disimpulkan:

1. Pelayanan merupakan faktor penting dalam menarik minat konsumen, dan untuk perkembangan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.
2. Pelayanan PT. TELKOM Indonesia, Tbk meliputi: layanan pada Loker Pelayanan, pelayanan pra jual, pelayanan penjualan, pelayanan purna jual, pelayanan Telepon Flexi, pelayanan Fitur, dan pelayanan Mutasi.
3. Peluncuran Telepon FlexiClassy merupakan upaya Telkom untuk memuaskan pelanggan.
4. Prosedur pelayanan dan pelaksanaan pasang baru Telepon Flexi mulai dari Loker Pelayanan dengan pengisian formulir: Pengisian TEL. 2 (Formulir Permohonan Berlangganan Telepon FlexiClassy). Pengisian TEL. 69, sampai dimasukkan ke SISKAS (Sistem Informasi Kastamer). Dan prosedur

penerimaan permintaan Pasang Baru Telepon Flexi yang dilakukan penulis pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, yang kemudian penulis dibantu petugas Loker Pelayanan menerima berkas permohonan dan melakukan pengecekan kelengkapan berkas dan pemenuhan persyaratan, sampai Customer Service Excellent (CSE) dan kemudian diaktifkan di sentral.

5. Loker Pelayanan merupakan sorotan utama kepuasan pelanggan yang menyangkut nilai keprofesionalan perusahaan. Pelayanan pada PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo masih harus terus ditingkatkan agar dapat memenuhi segala macam bentuk permintaan pelanggan.
6. Upaya-upaya yang ditempuh PT. TELKOM Indonesia, Tbk dalam mensosialisasikan Pelayanan serta pelaksanaan Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy yang dilakukan penulis, yaitu melakukan survey pasar melalui program penetrasi pasar, melakukan kegiatan analisa tingkat kemampuan akses, melakukan tingkat penyediaan terminal, membangun jaringan Flexi, menyediakan Out Lat, melaksanakan sosialisasi internal dan eksternal, melakukan Bandling Pricing PSB Telepon FlexiClassy dengan terminal Flexi, mengucapkan "*selamat bergabung*" bagi pelanggan baru, dan menginformasikan tentang Coverage Area.
7. Pelayanan mutasi yaitu Pindah Alamat (PDA), Balik Nama (BN), Ganti Nomor (GNO), dan lain-lain.
8. Pelayanan fitur merupakan fasilitas khusus yang terdapat disentral telepon digital bagi pelanggan, sehingga memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi.
9. Pelanggan dalam melakukan interaksi layanan dengan Telkom dilakukan pengelolaan layanan secara "*One Stop Service*", yaitu semua jenis layanan ditangani oleh Customer Service Representatif (CSR) / petugas yang berkemampuan multi pelayanan.
10. Penulis juga menginformasikan "*Apa Hak dan Kewajiban Pelanggan untuk Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy*" yang harus pelanggan patuhi, yang mana Hak dan kewajiban pelanggan ini tertera di balik Formulir Kontrak Berlangganan Telepon Flexi.

11. Pengklasifikasian Tarif Jasa Telepon FlexiClassy sangat diperlukan bagi pelanggan yang menggunakan FlexiClassy, karena pelanggan dapat mengetahui betapa SoFlexible Telepon Flexi yang tidak sekedar bicara.
12. Keunggulan Telepon FlexiClassy sangat diperlukan untuk menarik perhatian pelanggan agar menggunakan Telepon FlexiClassy.

5.2 SARAN

Dengan harapan semoga dapat bermanfaat bagi perusahaan PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo, maka dalam kesempatan kali ini akan dikemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat menunjang pencapaian Visi dan Misi PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo. Adapun saran yang bisa penulis kemukakan, yaitu sebagai berikut:

1. Pada Loker Pelayanan masih perlu ditingkatkan lagi mutu pelayanannya. Pemahaman budaya pelayanan dan penerapan yang tepat di lapangan merupakan kunci keberhasilan pelayanan. Layanan yang akurat, responsive, dan cepat sangat diperlukan oleh pelanggan, sehingga kepercayaan pelanggan kepada perusahaan tidak akan pudar dan perusahaan akan dinilai sebagai perusahaan yang profesional. Karena pelayanan yang berkualitas adalah harapan pelanggan.
2. PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo perlu melakukan pelatihan dan pembinaan terhadap karyawannya secara berkesinambungan agar mereka menjadi karyawan yang profesional dibidangnya.
3. Para karyawan di Loker Pelayanan perlu meningkatkan loyalitasnya terhadap perusahaan dan berusaha semaksimal mungkin untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan (Customer) Telepon FlexiClassy.
4. Demi mencapai kepuasan pelanggan hendaknya PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo (khususnya di bagian Loker Pelayanan dalam menangani Pemasangan Sambungan Baru (PSB) Telepon FlexiClassy) perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dan bertanggung jawab terhadap tugas-tugasnya.

5. Perlu ditingkatkan Sarana dan Prasarana Telekomunikasi sehingga tidak menghambat proses kerja karyawan pada Loker Pelayanan dalam menangani Pasang Baru (PSB) Telepon FlexiClassy.
6. Pemahaman budaya pelayanan harus benar-benar dimiliki oleh setiap insan PT. TELKOM Indonesia, Tbk khususnya Kancatel Situbondo terutama petugas Loker Pelayanan, guna memberikan pelayanan terbaik dalam PSB Telepon FlexiClassy kepada pelanggan. Penerapan budaya pelayanan dan budaya ARTI yang tepat di lapangan harus diyakini karena merupakan kunci sukses keberhasilan pelayanan Pasang Baru (PSB) Telepon FlexiClassy.
7. Permasalahan-permasalahan yang timbul dalam pengembangan pelayanan jasa Telekomunikasi perlu diantisipasi oleh PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo.
8. Dalam upaya untuk meningkatkan performance pelayanan jasa Telekomunikasi, misalnya dengan sistem Aksesibilitas yang lebih canggih sehingga dapat lebih cepat melayani pelanggan terhadap segala macam bentuk permintaan.
9. Koordinasi dan kerjasama yang baik antar karyawan dan Pimpinan harus terus dibina dan dikembangkan sehingga misi perusahaan dapat terealisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Affif, Faisal. (1981 : 39). *Psikologi Penjualan*. Bandung : Angkasa.
- Berry, L, Leonard, Philip Kotler / Keith Cox. (1984 : 302). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Bandung : Alfabeta.
- Kotler, Philip. (1994 : 561). *Lima Prinsip Dasar yang Digunakan Pelanggan / Konsumen Menilai Kualitas Pelayanan*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (1997 : 36 : 41 : 84 : 93). *Manajemen Pemasaran "Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol", Jilid 1*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Mangkunegara, Prabu, Anwar, A.A.Dr. (2003 : 3). *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*. Bandung : Refika Aditama.
- Moenir, H.A.S.Drs. 1992. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Munandir. 1997. *Layanan Jasa Telekomunikasi*. Surabaya : PT. TELKOM Indonesia, Tbk.
- Munandir. 1998. *Tuntunan Sikap dan Perilaku Insan PT. TELKOM Indonesia, Tbk*. Surabaya : PT. TELKOM Indonesia, Tbk.
- Munandir. (1999 : 1). *Pengertian Pelanggan*. Surabaya : PT. TELKOM Indonesia, Tbk.
- Munandir. 2003. *Struktur Organisasi PT. TELKOM Indonesia, Tbk Kancatel Situbondo*. Surabaya : PT. TELKOM Indonesia, Tbk.
- Pasuraman, Dkk. (2001 : 22). *Pengertian Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Santoso. 1992. *Kebijakan Perusahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Stanton. (1990 : 220). *Prinsip Pemasaran, Edisi Ke Tujuh, Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiarto, Endar. (1999 : 33). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Suriahardja, Kiskenda. 30 Juni 2003. *Mekanisme Pelayanan Produk Telepon Flexi*. Surabaya : DIVRE V.
- Suriahardja, Kiskenda. 2003. *Pemahaman Budaya Pelayanan, Visi, dan Misi PT. TELKOM Indonesia, Tbk*. Surabaya : PT. TELKOM Indonesia, Tbk.

- Suriahardja, Kiskenda. (2003 : 3-11 : 24). *Panduan Layanan PT. TELKOM Indonesia, Tbk*. Surabaya : PT (Persero). Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
- Suriahardja, Kiskenda. (2004 : 1-6). *Brosur Telepon Flexi*. Surabaya : DIVRE V.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2002 : 24 : 25). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andy Offset.

