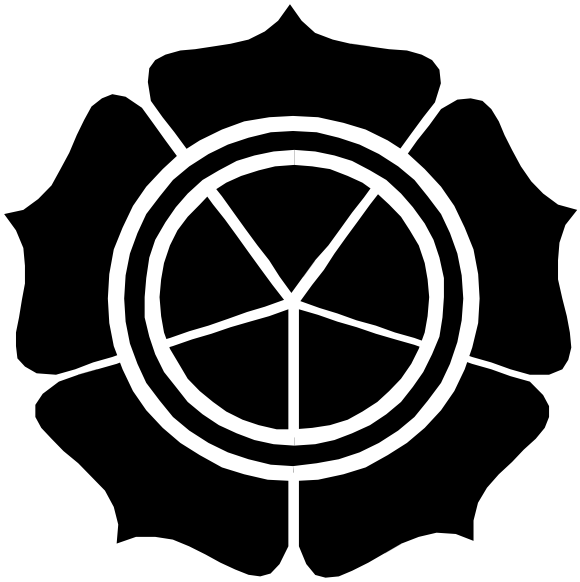
SERVICE
PADA PT TELKOM INDONESIA



Disusun oleh:

Septi Rianto **08.11.2219**

SI-TI-6E

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
"STMIK AMIKOM" YOGYAKARTA

2010/2011

ABSTRACT

Perkembangan dunia usaha di bidang jasa komunikasi semakin meningkat. Hal ini juga didukung dengan lahirnya alat komunikasi seluler yang mampu melayani proses komunikasi yang secara teknis lebih fleksibel serta mampu menjangkau semua lapisan masyarakat, sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi yang ada. PT Telkom Indonesia megeluarkan layanan khusus berbasis CDMA (code division multiple acces) yaitu Telkom Flexi.

Salah satu bentuk layanan pada konsumen dalam rangkaian mempertahankan konsumen Telkom Flexi adalah dengan membentuk Divisi Customer Service.

Aktivitas customer service menjadi sangat penting demi meningkatkan kepuasan dan mempertahankan jumlah pelanggan. Berdasarkan dari latar belakang di atas permasalahan yang kemudian timbul adalah :

"Apa saja aktifitas pelayanan yang dilakukan customer service dalam rangka mempertahankan konsumen telkom flexi?"

PEMBAHASAN

Customer Relationship Management, sangatlah penting dalam suatu perusahaan. Customer relationship management berhubungan dengan merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pascapenjualan dalam sebuah organisasI. Karena melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk di dalamnya adalah pusat panggilan (call center), tenaga penjualan (sales force), pemasaran, dukungan teknis (technical support) dan layanan (service).

Tentu dalam setiap perusahan memiliki strategi sendiri-sendiri untuk dapat mempertahankan usaha tersebut serta memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Begitulah yang dilakukan PT Telkom Indonesia, untuk mempertahankan pelanggannya, ia mengedepankan service. Sehingga PT Telkom Indonesia membentuk Divisi Customer Service. Dalam divisi ini, aktivitas pelayanan customer service dalam mempertahankan konsumen Telkom Flexi seperti bertanggung jawab penuh atas penyediaan pelayanan kepada konsumen, melaksanakan sosialisasi produk telkom flexi.

Dalam menghadapi persaingan pihak customer service berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan sumber daya manusia yang berkaitan di dalamnya, seperti melalui pelatihan, training serta diklat tentang pelayanan. Sehingga pelayanan pihak customer service dalam mempertahankan pelanggan bersifat inovatif, senantiasa baru dalam pelaksanaannya dilapangan, seperti memberikan kejutan di hari-hari tertentu, yang diharapkan dengan cara tersebut para konsumen menjadi simpatik dan terkesan akan bentuk pelayanan PT Telkom. Bentuk pelayanan diharapkan juga selalu mengikuti perkembangan dan kebutuhan para pelanggan yang selalu berubah sesuai dengan perkembangan dunia telekomunikasi.

Dengan adanya bentuk pelayanan yang semakin baik bagi masyarakat luas, maka kontribusi dari pihak customer service sendiri semakin nyata dalam berperan membantu mempertahankan sekaligus menambah jumlah pelanggan Telkom Flexi.

Disamping prodak Telkom Flexi, PT Telkom Indonesia juga mengeluarkan beberapa produk lain diantaranya:

- TELKOM PSTN

  Layanan sambungan fasilitas telepon yang dapat digunakan untuk fungsi telepon, faksimile atau data/internet dengan penambahan modem oleh pelanggan.

- TELKOM SMS

  Layanan jasa pengiriman pesan dengan menggunakan media data dimana pelanggan dapat mengirim dan menerima pesan secara tertulis.

- TELKOM DID

  Layanan fasilitas untuk PBX agar pelanggan di luar PBX dapat menghubungi sambungan cabang PBX tersebut secara langsung tanpa melalui operator.
- TELKOM UNICALL

  Layanan yang memberikan kemudahan bagi suatu perusahaan yang mempunyai banyak kantor cabang untuk dihubungi pelanggannya dengan hanya menghubungi satu nomor unik.
- TELKOM PREMIUM CALL

  Layanan yang dapat digunakan oleh suatu badan usaha maupun perorangan untuk menyediakan jasa informasi konsultasi kepada masyarakat dengan tarif premium per menit (flat per menit) yang akan dibebankan kepada pemanggil (user).
- TELKOM FREE PERSONAL

  Layanan yang memberikan fasilitas telepon bebas biaya kepada pelanggan tertentu (yang telah diberikan PIN) untuk menghubungi nomor telepon TELKOMFreePersonal.
- TELKOM VISION

  Layanan program TV multi channel yang mencapai hampir 40 channel TV dengan kualitas tinggi yang dapat dipilih mulai dari berita, film, hiburan, olahraga, musik, dan pendidikan.
- TELKOM ASTINET

  Layanan akses internet dan multimedia TELKOMNet untuk Akses Internet menuju Global Internet. Yang sangat Mudah dan Cepat.
- TELKOM SPEEDY

  Layanan Internet (Internet Service) berkecepatan tinggi dari PT. TELKOM, berbasis teknologi akses Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL), yang memungkinkan terjadinya komunikasi data, voice dan video secara bersamaan.
- TELKOM VIRTUAL NET

  Layanan yang memberikan fasilitas Closed User Group (CUG) kepada pelanggan korporasi melalui jaringan telekomunikasi umum (PSTN).

Jadi, peran layanan (service) dalam suatu bisnis itu sangatlah penting. Bahkan bisa menjadi ujung tombak bagi perusahaan. Karena dengan pelayanan (service) yang bagus, maka akan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

http://www.google.com/

http://www.telkom.co.id/

http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_hubungan_pelanggan

http://student-research.umm.ac.id/index.php/dept_of_communication_science/article/view/6749

http://skripsi.umm.ac.id/files/disk1/189/jiptummpp-gdl-s1-2007-miahermini-9447-PENDAHUL-N.pdf