

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**  
**DIVISI CUSTOMER CARE**  
**PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA WITEL YOGYAKARTA**



**Disusun oleh:**

**Cristin**

**NIM. 1755301019**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA**  
**POLITEKNIK CALTEX RIAU**  
**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN I**  
**LAPORAN KERJA PRAKTIK DI PT . TELEKOMUNIKASI INDONESIA**  
**“DIVISI CUSTOMER CARE PLASA TELKOM WITEL YOGYAKARTA ”**



**Disusun Oleh:**

**Cristin**

**NIM. 1755301019**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan kelulusan Mata Kuliah Kerja Praktik di  
Politeknik Caltex Riau

Yogyakarta, 16 Juni 2020

**Disetujui oleh :**

**Pembimbing**

**Kepala Unit**

**Rizka Nurhasanah**

**NIP. 940196**

**Diah Ernawati Harimurni ,SE. MBA**

**NIP. 940196**

**LEMBAR PENGESAHAN II**  
**LAPORAN KERJA PRAKTIK DI PT . TELEKOMUNIKASI INDONESIA**  
**“DIVISI CUSTOMER CARE PLASA TELKOM WITEL YOGYAKARTA ”**

**Disusun Oleh:**  
**Cristin**  
**NIM. 1755301019**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan kelulusan Mata Kuliah Kerja Praktik di  
Politeknik Caltex Riau

Pekanbaru, 16 Juni 2020  
**Disetujui oleh:**

**Pembimbing**

**Reviewer**

**Rahmat Suhatmat.S.T..M.T**  
**NIP. 048110**

**Ibnu Surya .S.T..M.T**  
**NIP. 078303**

**Mengetahui,**  
Ketua Program Studi Teknik Informatika

**Dr. Juni Nurma Sari , S.Kom., M.MT**  
**NIP: 098202**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan kerja praktik ini tepat waktu di semester 6 (enam) Politeknik Caltex Riau.

Selama pelaksanaan kerja praktik dan penyelesaian laporan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Dengan selesainya laporan kerja praktik ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Bapak Eduar Juni Anto dan Ibu Rena yang selalu memberikan dorongan dan dukungan yang tidak terbalas baik secara moril maupun material yang tidak akan pernah terbalaskan.
2. Adik Sarah, Tasya, Giselle dan Sean yang telah banyak membantu penulis dari segi moril dan material dan juga seluruh keluarga dan semua yang telah mendukung penulis selama ini.
3. Chevron Pacific Indonesia dan Politeknik Caltex Riau yang memberikan saya kesempatan untuk mengambil ilmu dalam kegiatan kerja praktik ini.
4. Ibu Dr.Juni Nurma Sari,S.Kom.,M.MT selaku kaprodi Teknik Informatika.
5. Bapak Rahmat Suhatmat S.T.M.T selaku Koordinator Kerja Praktik.
6. Bapak Ade Hardiana Rahman Aziz Selaku Departement Head Information Communication Technology.
7. Ibu Fiana Amanda Sari selaku Team Leader IT Service Management.
8. Bapak Andhi KUSDRIANTO selaku mentor penulis di perusahaan yang telah mengenalkan cara kerja dan pengalaman kerja di chevron.
9. Rahmat Suhatman selaku pembimbing kampus penulis.
10. Kak Galuh, Pak Rio, Pak De Suratman, Pak Riza,Pak Surya,Ko Anthony,Pak Reza, Pak Arif, Pak Amriswal,Pak Hery, Bu Rine, Pak Triatmojo,Pak Fahrul,Pak Apriana,Pak Apri Hadi, Kak Iva,Kak Ida, Kak Suci, Kakak dan Ibu *Training Center* dan seluruh bapak ibu yang ada di Anggrek Office dan Main Office (khususnya basement) dan yang tidak disebutkan namanya satu persatu yang telah berbaik hati menerima dan membimbing penulis selama menjalankan kerja praktik.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 17 Teknik Informatika.
12. Teman-teman seperjuangan KP/TA Chevron 2020 khususnya Nicholas.
13. Seluruh pihak yang sangat berjasa yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga dibalas Tuhan dengan kebaikan. Aamiin.

Penulis menyadari di dalam penyelesaian laporan kerja praktik ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna, atas dasar itu penulis mengharapkan saran yang mengarah pada kesempurnaan. Semoga laporan ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapan di lapangan kerja.

Yogyakarta , 16 Juni 2020

Cristin

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN I .....	i
LEMBAR PENGESAHAN II .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	7
1.1 Latar Belakang .....	7
1.2 Tujuan Kerja Praktik.....	7
1.2.1 Tujuan Umum .....	7
1.2.2 Tujuan Khusus .....	8
1.3 Manfaat Kerja Praktik.....	8
1.3.1 Bagi Mahasiswa .....	8
1.3.2 Bagi Perguruan Tinggi .....	8
1.3.3 Bagi Perusahaan.....	8
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	8
1.5 Metode Penulisan.....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN .....	10
2.1 Latar Belakang PT. Telekomunikasi Indonesia .....	10
2.2 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia .....	10
2.3 PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta .....	11
2.4 Divisi CUSTOMER Care PT. Telekomunikasi Indonesia .....	12
2.5 Lokasi PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta .....	13
BAB III DASAR TEORI .....	14
3.1 Interegasi Sistem Dalam Divisi CUSTOMER Care PT. Telekomunikasi Indonesia .....	14
3.2 Strategi CUSTOMER Care <i>Telkom Dalam Melayani Pelanggan</i> .....	14
BAB IV PEMBAHASAN .....	16
4.1 <i>Caring CUSTOMER</i> Melalui Telepon.....	16
4.3 Offering Upgrade Pada Pelanggan Migrasi .....	20
4.4 Input Data Pelanggan Dalam Sistem Mycx .....	22
4.5 Jenis – Jenis Paket dan Penawaran Divisi CUSTOMER Care Telkom.....	23
4.6 Hasil Kerja Praktik .....	24
4.7 <i>Timeline</i> .....	25
BAB V PENUTUP.....	26
5.1 Kesimpulan .....	26
5.2 Saran .....	26
DAFTAR PUSTAKA .....	27

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Data Pelanggan Dalam <i>Google Sheets</i> .....	17
Gambar 4. 2 Data Pelanggan Dalam Sistem K-PRO .....	17
Gambar 4. 3 Data Kontak Pelanggan Dalam <i>Google Contacts</i> .....	19
Gambar 4. 4 <i>Caring</i> Pelanggan Melalui <i>Whatsapp</i> .....	20
Gambar 4. 5 <i>Offering Upgrade</i> Kepada Pelanggan Melalui SMS .....	21
Gambar 4. 6 <i>Offering Upgrade</i> Kepada Pelanggan Melalui <i>Whatsapp</i> .....	21
Gambar 4. 7 Data Kontak Pelanggan Dalam Sistem Mycx .....	23
Gambar 4. 8 Data Kontak Pelanggan Yang Akan Diinput Ke Sistem Mycx .....	23
Gambar 4. 9 Jenis – Jenis Paket Pada Layana <i>Add-On</i> .....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Kegiatan <i>Caring CUSTOMER</i> Melalui Telepon.....	18
Tabel 4. 2 Kegiatan <i>Caring CUSTOMER</i> Melalui <i>Whatsapp</i> .....	20
Tabel 4. 3 Kegiatan <i>Offering Upgrade</i> Melalui SMS dan <i>Whatsapp</i> .....	22
Tabel 4. 4 Kegiatan Input Data Ke Sistem Mycx.....	22
Tabel 4. 5 <i>Timeline</i> Kegiatan Selama Masa Kerja Praktek.....	25

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan teknologi komputerisasi saat ini, khususnya di bidang informatika, sistem informasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, sistem informasi digunakan sebagai alat bantu proses kerja. Dengan adanya sistem informasi, pekerjaan manusia akan menjadi lebih mudah, efektif dan efisien. Sistem – sistem informasi yang dibangun pada suatu perusahaan ataupun instansi pendidikan merupakan suatu kesatuan sistem yang saling berinteraksi satu sama lain, sehingga membentuk kumpulan – kumpulan informasi.

Divisi *CUSTOMER Care* merupakan salah satu bidang yang berada di bawah naungan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta. Divisi ini merupakan pintu keluar masuknya informasi terkait produk-produk dari Telkom kepada pelanggannya, tugas - tugas divisi ini banyak menggunakan system untuk mengelola data pelanggan.

*CUSTOMER Care* juga memproses pemasangan atau pengaktifan terkait produk – produk dari Telkom seperti Indihome, UseeTV, Indibox, pergantian dan pemasangan perangkat STB, Wifiextender, hingga migrasi kabel ke fiber optic. Sehingga, dalam hal ini diperlukan koordinasi langsung dengan pelanggan terutama mengenai informasi produk serta jadwal pemasangan produk agar pelanggan mendapatkan informasi dengan jelas. Selain itu, divisi *CUSTOMER Care* juga bertugas untuk menawarkan serta menginfokan terkait produk baru dari Telkom atau penawaran terkait paket internet maupun telepon rumah kepada pelanggan.

Laporan ini menjelaskan bagaimana kegiatan *CUSTOMER Care* PT. Telkom Witel Yogyakarta dalam bidang promosi produk, pemasangan produk, serta penawaran produk kepada pelanggan melalui media social maupun telepon sehingga calon pelanggan maupun pelanggan tetap bersedia untuk menggunakan jasa dari Telkom Indonesia. Laporan ini merupakan bagian dari penyelesaian mata kuliah kerja praktik sebagai pemenuhan syarat penyelesaian studi pada Program Studi Teknik Informatika Politeknik Caltex Riau.

Kegiatan magang ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk mengaplikasikan ilmu – ilmu yang didapat selama masa perkuliahan, serta melatih penulis untuk terbiasa dalam dunia kerja. Selain itu penulis juga mendapatkan pengalaman kerja langsung serta berinteraksi dengan rekan kerja lainnya sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam membangun relasi.

Maka dari itu, penulis berharap pelaksanaan magang ini dapat menjadi salah satu sumber pengalaman bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama menempuh studi di Prodi Teknik Informatika Politeknik Caltex Riau. Sehingga nantinya diharapkan dapat lebih siap dalam berinovasi dan menjalani dunia kerja.

## 1.2 Tujuan Kerja Praktik

### 1.2.1 Tujuan Umum

1. Memperkenalkan mahasiswa pada dunia kerja dan mempersiapkan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja.
2. Mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja dan mempelajari ilmu yang ada di industri dunia kerja.
3. Mengetahui secara langsung bagaimana dunia kerja berjalan dan diharapkan mahasiswa mendapatkan pengetahuan baik akademis dan non akademis seperti *leadership*, menghargai individu, membina kerja sama dan tanggung jawab yang sebenarnya di dunia kerja.



### 1.2.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui visi dan nilai-nilai yang diterapkan pada PT. Telekomunikasi Indonesia.
2. Memahami proses bisnis pada PT. Telekomunikasi Indonesia khususnya divisi *CUSTOMER Care* Telkom Witel Yogyakarta.

### 1.3 Manfaat Kerja Praktik

#### 1.3.1 Bagi Mahasiswa

1. Memperoleh pengetahuan nyata tentang kondisi terkini dari dunia kerja.
2. Mendapatkan ilmu yang tidak dipelajari selama di kelas perkuliahan.
3. Memahami konsep teknis maupun *non-akademis* di dunia kerja.
4. Mendapatkan pembelajaran untuk bersosialisasi dengan orang – orang yang lebih berpengalaman.

#### 1.3.2 Bagi Perguruan Tinggi

Terjalannya kerjasama yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan instansi.

1. Perguruan tinggi dapat meningkatkan kualitas lulusannya dengan adanya program kerja praktik.
2. Sebagai bahan evaluasi perguruan tinggi untuk meningkatkan dan mengembangkan mutu pendidikan.

#### 1.3.3 Bagi Perusahaan

1. Membantu meringankan tugas – tugas dalam bidang pemasangan dan penawaran produk melalui bidang ilmu yang dimiliki mahasiswa.
2. Dapat membantu divisi *CUSTOMER Care* Telkom Witel Yogyakarta dalam memberikan masukan atau ide-ide baru sebagai pertimbangan perbaikan sistem yang sudah ada.

### 1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

- Kerja Praktik dilaksanakan sejak tanggal 16 Maret 2020 sampai dengan 16 Juni 2020.
- Waktu kerja: Senin-Jumat pukul 08.00-17.00 WIB
- Tempat: PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta  
Jl. Yos Sudarso No.9, 001, Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Bidang: Divisi *CUSTOMER Care*

## **1.5 Metode Penulisan**

Metode penulisan kerja praktik ini digunakan beberapa metode guna mendapatkan data-data yang diperlukan sebagai pedoman dalam menulis laporan kerja praktik, diantaranya:

### **1) Wawancara**

Dengan cara menanyakan beberapa pertanyaan secara langsung dengan pembimbing dan pegawai PT. Telekomunikasi Indonesia.

### **2) Studi Lapangan**

Dilakukan dengan cara ikut melakukan dan melihat langsung atas aktivitas yang dilakukan pembimbing dalam melakukan tugas.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam sub bab ini terdapat sistematika penulisan laporan kerja praktik secara keseluruhan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang kerja praktik, tujuan kerja praktik, batasan masalah, manfaat kerja praktik, metode penulisan, dan sistematis penulisan.

### **BAB II. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia yang meliputi sejarah perkembangan, struktur organisasi serta visi misinya.

### **BAB III. DASAR TEORI**

Berisi tentang informasi dasar mengenai teori yang berhubungan dengan aplikasi yang digunakan.

### **BAB IV. PEMBAHASAN**

Berisi tentang implementasi autentikasi menggunakan active directory.

### **BAB V. PENUTUP**

Berisikan kesimpulan dan saran.

## BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

### 2.1 Latar Belakang PT. Telekomunikasi Indonesia

PT Telekomunikasi Indonesia atau Telkom Group merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang jasa layanan teknologi dan komunikasi serta jaringan telekomunikasi di Indonesia. Telkom Group sudah melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia. Telkom sendiri pertama muncul pada tahun 1822 menyaingi layanan pos ataupun telegraf yang terlebih dulu hadir di masyarakat Indonesia. Adanya jaringan telepon membuat masyarakat banyak yang memilih beralih untuk menggunakan teknologi baru pada saat itu. Lalu, pemerintah Indonesia mendirikan perusahaan negara pos dan telekomunikasi (PN Postel) pada tahun 1961. Seiring dengan perkembangan pesat layanan telepon dan telex, pemerintah Indonesia berinisiatif untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi. Pemisahan ini bertujuan agar tiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola bisnis. Terbentuknya PN telekomunikasi merupakan cikal bakal Telkom saat ini. Maka dari itu, sejak tahun 2016 sudah ditetapkan 6 Juli 1965 menjadi hari lahir bagi Telkom (<https://www.telkom.co.id/>).

PT. Telekomunikasi Indonesia memiliki tujuan *“Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dengan memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan”* dengan visi *“Menjadi digital telekomunikasi pilihan utama untuk memajukan masyarakat”* serta misi *“Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat, Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa, dan Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik”*.

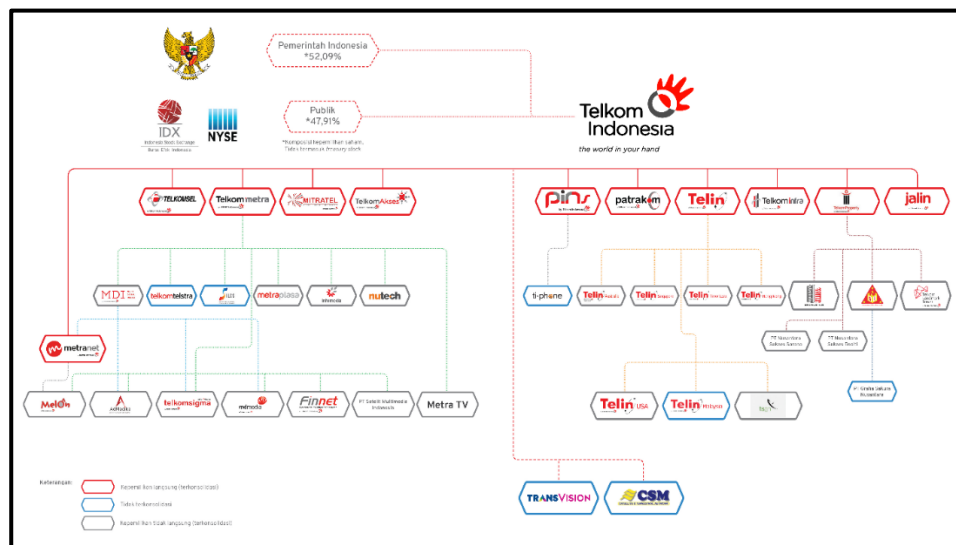
Saat ini Telkom membagi bisnisnya menjadi 3 *Digital Business Domain*: (1) *Digital Connectivity* yang merupakan layanan *Fiber to the x (FTTx)*, 5G, *Software Defined Networking/Network Function Virtualization* hingga satelit; (2) *Digital Platform* berupa *data center, cloud, Internet of Things, big data* dan *cybersecurity*; dan (3) *Digital service* berupa *enterprise* dan *CUSTOMER*.

### 2.2 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia

Struktur organisasi mempunyai peranan dan arti yang penting, baik dalam suatu perusahaan atau tempat instansi lainnya, karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis maka akan sulit bagi suatu perusahaan untuk menjalankan segala aktivitas kegiatannya secara terarah dan teratus dalam mencapai tujuan-tujuannya.

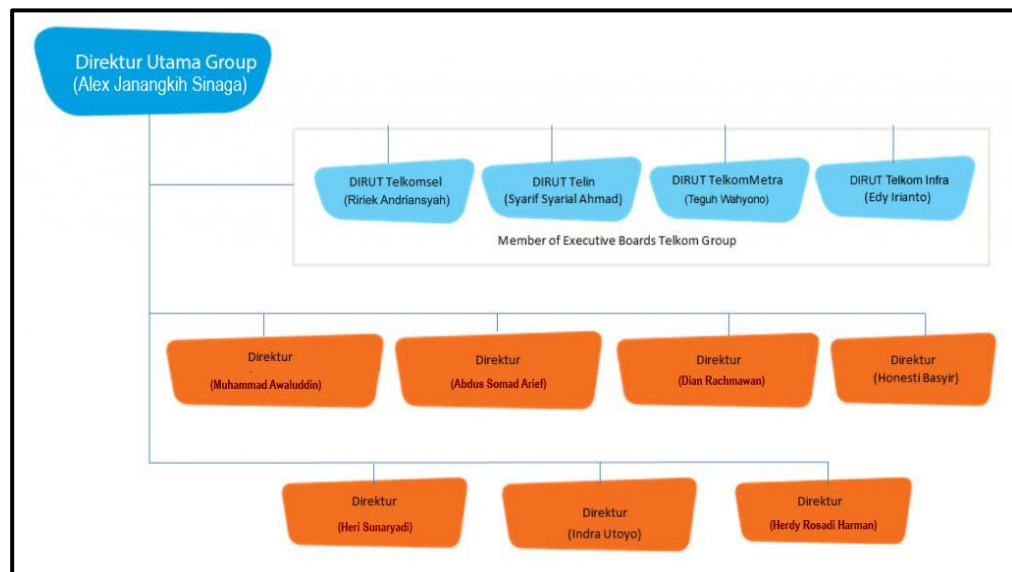
Untuk mempelancar kegiatan kerja para pegawai Telkom, diperlukan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab dalam perusahaan. Maka diperlukan suatu bagan atau struktur organisasi agar para pegawai mengetahui kedudukannya dan dengan kesadaran diri sendiri mampu melaksanakan tugas masing masing dengan baik.

Struktur Group Perusahaan Telkom Indonesia dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah.



**Gambar 2. 1 Struktur Grup Perusahaan Telkom Indonesia**

Sumber: <https://www.telkom.co.id/>



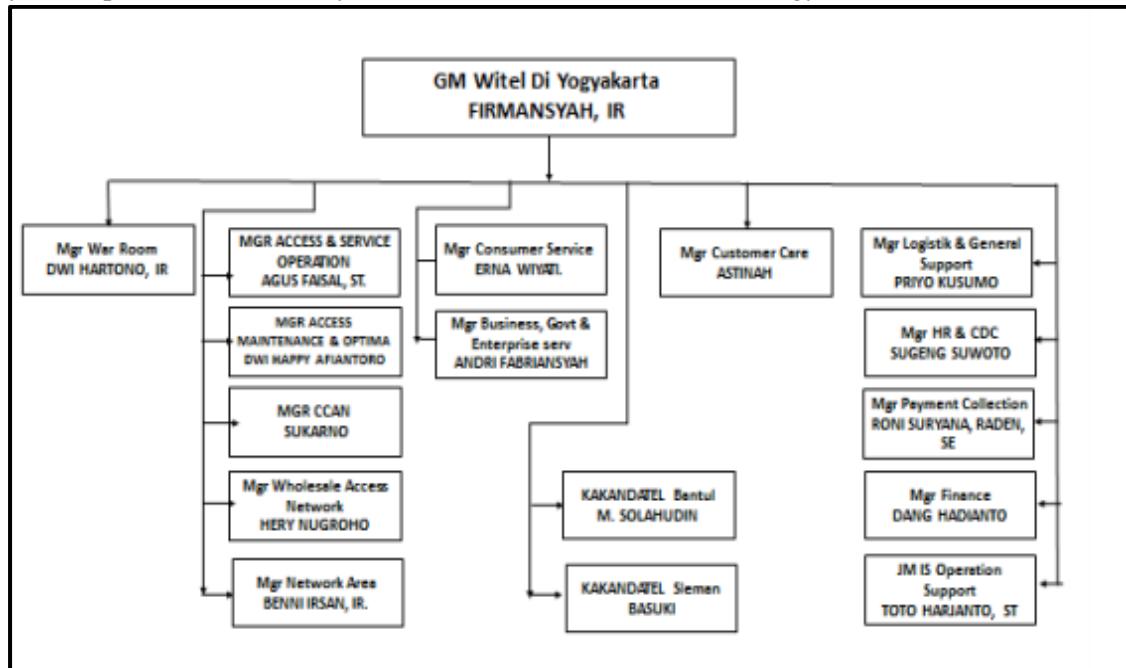
**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Telkom Indonesia**

Sumber: <https://www.telkom.co.id/>

### 2.3 PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta

Dalam upaya meningkatkan kinerjanya. PT. Telekomunikasi Indonesia membangun cabang dan perwakilan di beberapa daerah regional yang terdiri dari 7 DIVRE (Divisi Regional), yaitu Divre I di pulau Sumatera, DIVRE II Jakarta, DIVRE III Jawa Barat, Divre IV Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta, Divre V Jawa Timur, Divre VI Kalimantan serta Divre VII yang berada di kawasan timur Indonesia. Kantor Telkom Divre IV Jawa Tengah berada di Kota Semarang. Dahulu sebelum menjadi Divre, kantor Telkom di Yogyakarta merupakan Kandatel (Kantor Daerah Telkom) yang berada dibawah kantor Divre IV tersebut. Namun pada tahun 2010, Telkom Divre IV mengalami proses transformasi yaitu terjadinya pemisahan unit.

Telkom Divre IV yang pada walnya terdiri dari 5 kandatel berubah menjadi 8 area manager yang salah satunya merupakan Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi (Witel) Yogyakarta.



**Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Telkom Witel Yogyakarta**

*Sumber: Dokumen PT. Telkom Witel Yogyakarta, 2020*

## 2.4 Divisi CUSTOMER Care PT. Telekomunikasi Indonesia

Divisi *CUSTOMER Care* merupakan divisi yang bertugas untuk berhubungan secara langsung dengan pelanggan. *CUSTOMER Care* atau juga bisa disebut layanan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Maka dari itu, agar bisnis dapat berkembang diperlukanlah peningkatan jumlah pelanggan yang bersedia untuk menggunakan jasa serta layanan dari Telkom Indonesia. Hal inilah yang menjadi tugas utama dari divisi *CUSTOMER Care*. Divisi ini bertugas untuk memelihara serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan serta mendapatkan pelanggan baru. Karena salah satu aspek utama dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah dengan layanan dengan kualitas yang prima.

Berikut merupakan deskripsi dari pembagian kerja *CUSTOMER Care*, yaitu:

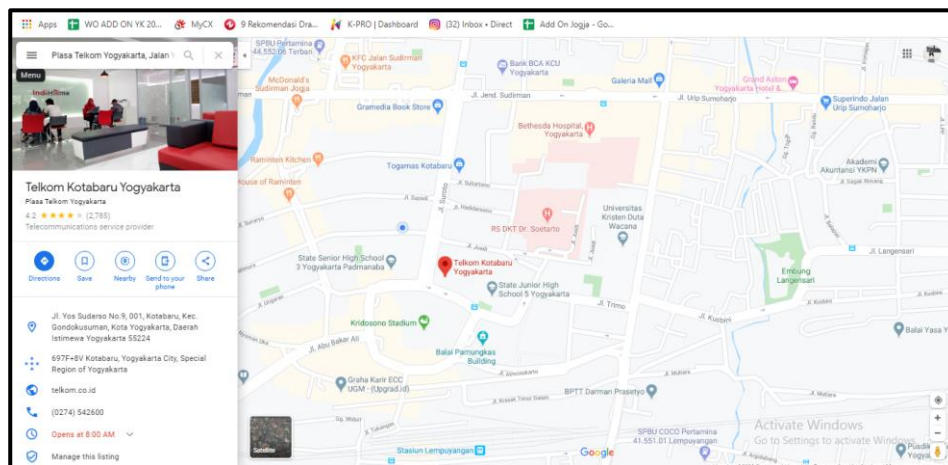
1. *Manager CUSTOMER Care*, bertugas untuk memastikan bahwa semua layanan baik itu pertanyaan, pemasangan maupun keluhan pelanggan dapat ditangani dengan baik. Manajer juga bertugas atas target pencapaian dari penggunaan produk Telkom.
2. *Assistant Manager Service Assurance*, bertugas untuk memberikan pengarahan kepada *CUSTOMER service* terkait sikap ataupun perilaku dalam caring atau melayani pelanggan serta menawarkan alternatif produk untuk pelanggan.
3. *Supervisor Plasa*, bertanggung jawab terhadap pelayanan kepada pelanggan mengenai pemasangan awal indihome ataupun telepon kabel.
4. *CUSTOMER Service Representative (CSR)*, bertugas untuk memberikan informasi dan memperkenalkan kepada pelanggan tentang layanan serta produk dari Telkom. Selain itu, mengidentifikasi dan mencatat permasalahan pelanggan, menangani keluhan pelanggan, mengatur jadwal pemasangan produk dengan pelanggan, lalu mempertahankan pelanggan agar tetap mau menggunakan produk/jasa dari Telkom Indonesia.

Divisi *CUSTOMER Care* sendiri melayani pelanggan melalui layanan Plasa Telkom yaitu merupakan outlet pelayanan milik PT. Telekomunikasi Indonesia yang sepenuhnya di kelola oleh Telkom atau menjalin kerjasama dengan mitra tertentu. Plasa Telkom disediakan untuk melayani pelanggan ataupun calon pelanggan secara langsung, baik itu mengenai kebutuhan informasi produk, aktivasi atau bahkan keluhan. Dalam Plasa Telkom, fungsi pelayanan divisi *CUSTOMER Care* mencakup:

1. Pelayanan terkait informasi, edukasi dan promosi
2. Pelayanan pasang baru/mutasi (registrasi berlangganan, registrasi Ebs, migrasi produk/paket, aktivasi)
3. Pelayanan dan penanganan complain atau keluhan (gangguan, klaim tagihan, buka isolir, berhenti berlangganan)
4. Fungsi pembayaran (tagihan, denda/tunggakan, dan T-Money)
5. Fungsi penyeimbang harga produk terhadap adanya kenaikan harga yang disebabkan oleh adanya saluran distribusi dari mitra.

Dalam kegiatan magang ini, penulis ditempatkan pada bagian *CUSTOMER Service Representative* (CSR) yaitu dengan tugas melakukan caring serta manajemen janji untuk jadwal pemasangan produk kepada pelanggan. Selain itu penulis juga bertugas untuk melakukan *offering* atau penawaran produk kepada pelanggan dan melakukan manajemen data pelanggan pada sistem *database* milik Telkom Indonesia.

## 2.5 Lokasi PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta



Gambar 2. 4 Lokasi Perusahaan

Jl. Yos Sudarso No.9, 001, Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

## BAB III DASAR TEORI

### 3.1 Interegasi Sistem Dalam Divisi CUSTOMER Care PT. Telekomunikasi Indonesia

Pengintegrasian sistem informasi merupakan salah satu konsep kunci dari sistem Informasi Manajemen. Berbagai sistem dapat saling berhubungan satu dengan yang lain dengan berbagai cara yang sesuai dengan keperluannya. Aliran informasi diantara sistem sangat bermanfaat bila data dalam file suatu sistem diperlukan juga oleh sistem yang lainnya, atau output suatu sistem menjadi input bagi sistem lainnya. Secara manual juga dapat dicapai suatu integrasi tertentu, misalnya data dari satu bagian dibawa kebagian lain, dan oleh petugas administrasi data tersebut digabung dengan data dari sistem yang lain. Jadi kalau secara manual maka derajat integrasinya menjadi tinggi.

Konsep Integrasi sistem adalah yaitu suatu konsep sistem yang dapat saling berhubungan satu dengan yang lain dengan berbagai cara yang sesuai dengan keperluan. Hal ini sangat bermanfaat bila suatu data dalam file suatu sistem diperlukan juga oleh sistem yang lainnya atau output suatu sistem menjadi Input sistem lainnya.

Keuntungan dari integrasi sistem ini adalah membaiknya suatu arus informasi dalam sebuah organisasi. Suatu pelaporan biasanya memang memerlukan waktu, namun demikian akan semakin banyak informasi yang relevan dalam kegiatan manajerial yang dapat diperoleh bila diperlukan. Keuntungan ini merupakan alasan yang kuat untuk mengutamakan (mengunggulkan) sistem informasi terintegrasi karena tujuan utama dari sistem informasi adalah memberikan informasi yang benar pada saat yang tepat. Keuntungan lain dari pengintegrasian sistem adalah sifatnya yang mendorong manajer untuk membagikan (mengkomunikasikan) informasi yang dihasilkan oleh departemen (bagian) nya agar secara rutin mengalir ke system lain yang memerlukannya.

Suatu pelaporan biasanya memang memerlukan waktu, namun demikian akan semakin banyak informasi yang relevan dalam kegiatan manajerial yang dapat diperoleh bila diperlukan. Keuntungan ini merupakan alasan yang kuat untuk mengutamakan (mengunggulkan) sistem informasi terintegrasi karena tujuan utama dari sistem informasi adalah memberikan informasi yang benar pada saat yang tepat.

Integrasi informasi dari sebuah sistem diperlukan karena :

1. Adanya kebutuhan konstituen untuk bekerja sama antar bagian dalam suatu korporasi.
2. Terjadinya pengolahan data antar sistem informasi tiap bagian yang saling terkait , sehingga untuk melengkapi suatu informasi dibutuhkan proses pertukaran data dengan sistem informasi yang lain.
3. Dapat memungkinkan penyediaan realtime pengaksesan data.
4. Mengubah data untuk analisis bisnis dan pertukaran data, mengatur penempatan data untuk kinerja, mata uang dan ketersediaan.

### 3.2 Strategi CUSTOMER Care Telkom Dalam Melayani Pelanggan

Divisi *CUSTOMER care* tentu saja mengalami banyak kendala serta hambatan dalam melakukan caring kepada pelanggan. Pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam kegiatan caring yang dilakukan oleh CUSTOMER care, tetapi pelanggan sendiri bisa menjadi faktor yang menghambat jalannya kegiatan *caring*. Contohnya adalah ketika pelanggan tidak bisa dihubungi secara terus menerus, ataupun pelanggan tidak memberikan kepastian terkait keputusan untuk menggunakan produk layanan/jasa dari Telkom. Dalam menyikapi hal ini, *CUSTOMER care* yang akan mengambil keputusan *Cancel Order* terkait permintaan atau penawaran kepada pelanggan. Terdapat juga pelanggan yang terus menerus melakukan keluhan/ *complaint* terkait jasa/pelayanan Telkom. Adanya keluhan yang dimiliki oleh pelanggan akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan tersebut terhadap sebuah perusahaan. Karena kepercayaan pelanggan berasal dari kepuasan pelanggan yang diterima atas terpenuhinya suatu kebutuhan terhadap barang ataupun jasa (Umami,2011). Maka dari itu, kepercayaan pelanggan akan tetap terjaga apabila



perusahaan dapat mempertanggungjawabkan janji mereka kepada pelanggan.

Menurut Kotler (1994), terdapat keluhan yang disampaikan secara lisan atau telepon maupun komunikasi secara langsung, serta keluhan yang dilakukan secara tertulis melalui *guest complaint form*. Pelanggan Telkom menyampaikan keluhannya secara lisan melalui telepon ataupun komunikasi melalui *whatsapp* kepada *CUSTOMER care*. Kebanyakan pelanggan baru menyampaikan keluhan ketika pihak *CUSTOMER care* melakukan penawaran pemasangan produk. Keluhan yang diterima oleh divisi *CUSTOMER care* biasanya terkait dengan kualitas layanan internet dari Telkom yang menurun, perangkat yang tidak bisa tersambung, teknisi yang tidak kunjung datang ke lokasi sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan, kecepatan internet yang semakin menurun, dan adanya lonjakan biaya tagihan tanpa sepengetahuan pelanggan. Menurut Lovelock (2004) yang dikutip oleh Umami (2011), secara umum pelanggan menyatakan keluhannya dengan tujuan untuk memperoleh kompensasi, mengungkapkan kemarahan, dan untuk memberikan *feedback* solusi demi peningkatan pelayanan. Dalam mengatasi hal ini, *CUSTOMER care* akan mendengarkan secara seksama keluhan pelanggan mengenai layanan perusahaan serta akan bertanggung jawab untuk menindaklanjuti keluhan pelanggan tersebut agar segera diproses dengan menjelaskan bagaimana proses atau langkah yang akan diambil dalam memecahkan masalah tersebut dan kapan keluhan tersebut akan diselesaikan. Langkah ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Smith (1999), langkah perusahaan dalam mengatasi keluhan adalah dengan mendengarkan keluhan, mengerti permasalahan dan melakukan kroscek dengan pihak yang bersangkutan, meminta maaf dan berterimakasih atas keluhan yang diberikan, menjelaskan proses yang akan diambil untuk memecahkan permasalahan tersebut, dan memberikan informasi secara rinci kapan keluhan tersebut dapat diselesaikan.

Terdapat juga kendala yang dialami oleh *CUSTOMER care* dalam menangani keluhan dari pelanggan. Banyaknya jumlah pelanggan yang dimiliki oleh Telkom membuat proses pemberian tanggapan kepada keluhan pelanggan juga menjadi lambat. Padahal kecepatan dalam menanggapi pelanggan merupakan salah satu aspek utama dalam penanganan keluhan, menurut Tjiptono (2002) yang dikutip oleh Umami (2011), kecepatan memberikan tanggapan merupakan hal krusial dalam penanganan keluhan konsumen karena jika ketika konsumen mengajukan keluhan dan tidak mendapatkan penanganan yang tepat, maka besar kemungkinan konsumen tidak puas dan tidak dapat diubah lagi menjadi puas dengan layanan sebuah perusahaan.

Adanya keluhan dari pelanggan tentunya akan dijadikan sebagai bahan evaluasi oleh pihak Telkom dalam meningkatkan pelayanan. Telkom selalu melakukan evaluasi secara berkala berdasarkan dengan data yang didapatkan dari banyaknya keluhan pelanggan yang diterima oleh divisi *CUSTOMER care* guna meningkatkan mutu dari layanan, jasa maupun produk. Hal ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab dari pihak Telkom kepada pelanggan sehingga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan tetap terjalin dengan baik.



## BAB IV PEMBAHASAN

Kegiatan magang berlangsung dari tanggal 16 Maret 2020 hingga 16 Juni 2020. Jadwal kerja yaitu dari Senin-Jum'at, mulai pukul 08.00-17.00 WIB. Terkadang jika deadline masih banyak pekerjaan juga diselesaikan pada hari sabtu dengan waktu kerja yang menyesuaikan. Namun, karena adanya pandemi virus corona dan kebijakan dari pemerintah untuk tetap dirumah, maka kegiatan magang selama 1 bulan, yaitu terhitung sejak tanggal 31 Maret 2020 dilakukan di kediaman penulis dengan sistem WFH (*Work from Home*) atau bekerja dari rumah, sehingga koordinasi juga dilakukan secara daring.

Kegiatan selama menjadi CUSTOMER Care di Telkom Witel Yogyakarta dibagi menjadi dua, yaitu kegiatan umum dan kegiatan khusus. Kegiatan umum merupakan kegiatan yang dilakukan sehari-hari oleh divisi CCUSTOMER Care Telkom Witel Yogyakarta. Sedangkan kegiatan khusus merupakan kegiatan yang dilakukan pada saat-saat tertentu saja.

### 4.1 *Caring CUSTOMER Melalui Telepon*

Selama kegiatan magang ini berlangsung, penulis ditugaskan untuk menghubungi pelanggan lewat telepon atau yang biasa disebut dengan *caring*. Kegiatan ini merupakan kegiatan umum divisi CUSTOMER Care, di mana dalam kegiatan ini penulis ditugaskan untuk mengkonfirmasi terkait penawaran atau permintaan terkait pemasangan produk yang sudah dilakukan sebelumnya. Selain itu juga melakukan penjadwalan pemasangan serta konfirmasi terkait lokasi pemasangan dengan pelanggan agar nanti dapat dikoordinasikan dengan teknisi. Berikut merupakan layanan yang dihubungi via telepon, yaitu:

1. UseeTV, yaitu merupakan layanan TV Kabel dari Indihome dengan tambahan 94 *channel* dalam dan luar negeri serta layanan *streaming Youtube* melalui televisi
2. Change STB, di mana pelanggan melakukan pergantian paket internet yang mengharuskan adanya pergantian perangkat untuk televisi agar dapat menyesuaikan paket baru yang diambil oleh pelanggan
3. 2<sup>nd</sup> STB, yaitu pelanggan ingin memasang perangkat TV tambahan pada TV lainnya yang berada dalam satu lokasi.
4. Pengaktifan Internet dan Upgrade/Downgrade, di mana pelanggan baru menggunakan layanan internet dari Telkom dan mau untuk diaktifkan. Selain itu pelanggan juga dapat meminta untuk dinaikkan atau diturunkan kecepatan internetnya.

Data terkait pelanggan yang harus dihubungi tersusun dalam *Excel Google Drive* dan tersimpan dalam sistem K-PRO (Kawal Provisioning). Sistem K-PRO juga membantu mengkoordinasikan data pelanggan serta penjadwalan pemasangan kepada tim teknisi di lapangan. Operator dapat mengubah status order dalam pendataan baik melalui Excel maupun sistem K-PRO. Jenis status order adalah sebagai berikut:

1. MANJA (Manajemen Janji), yaitu ketika pelanggan bersedia atau jadi untuk melakukan pemasangan produk Telkom. Dalam hal ini penulis akan meminta alamat serta *ancer-ancer* lokasi dari pelanggan serta nomor telepon yang bisa dihubungi agar dapat dikoordinasikan dengan teknisi lapangan.
2. *Pending*, di mana pelanggan menunda untuk melakukan pemasangan karena suatu halangan. Nantinya status ini akan dihubungi lagi oleh operator untuk dikonfirmasi ulang terkait pemasangan.
3. RNA, di mana pelanggan sudah dihubungi tetapi tidak merespon. Sehingga nanti akan dihubungi ulang lagi oleh operator dihari berikutnya terkait konfirmasi pemasangan. Jika masih tidak ada respon maka akan dialihkan melalui *Whatsapp*.
4. CEK WA, di mana pelanggan sudah dapat dihubungi via *whatsapp*.
5. *Cancel Order*, di mana pelanggan batal melakukan pemasangan karena alasan-alasan tertentu atau sudah dihubungi sebanyak 4 kali tapi tetap tidak merespon. Maka dari itu, penawaran atau permintaan juga akan dibatalkan melalui sistem.

Selain itu terdapat tata cara atau etika dalam menghubungi pelanggan yang harus diterapkan oleh operator selama melakukan *caring*. Divisi *CUSTOMER Care* memiliki Message Template khusus dalam menghubungi pelanggan melalui telepon, yaitu:

1. Pemasangan Internet/UseTv (TV Kabel)/ChangeSTB/2<sup>nd</sup> STB

*“Pelanggan Telkom Yth, kami ingin melakukan konfirmasi terkait pemasangan (jenis layanan) yang akan dilakukan di (nomor telepon pelanggan). Apakah benar pelanggan membutuhkan layanan tersebut? jika benar mohon bantuan informasi lokasi detail pemasangan serta hari dan waktu pemasangan yang dikehendaki pelanggan. Terimakasih”*

2. Upgrade/Downgrade Internet

*“Pelanggan Telkom Yth, kami ingin melakukan konfirmasi terkait kebutuhan pelanggan untuk downgrade/upgrade internet menjadi \_\_ mbps di (nomor telepon pelanggan). Apakah benar pelanggan membutuhkan layanan tersebut? Terimakasih”*

WO ADD ON YK 2018-2020

File Edit View Insert Format Stars Tools Add-ons Help All changes saved in Drive

100% \$ % .00 123- Calibri 9 B I A

MANJA H+ 11 JUNI

	AB	CD	EF	GH	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
165			9/6	31934090	274291	146135109237	pi44154:happy;087738692007;up 10-20 mbps 3p	505040404	Change STB & UP	MANIA H+ 10 JUNI	MANJA, RABU 10 JUNI PAGI (09.00) ANCER : RUANG NARKOBA, GEDUNG UTAMA TIMUR POLRES GUNUNG KIDUL CP / WA 087738692007 #CRISTIN					
166			9/6	22485159	274433	141131102269	OBCR4;OLIKN94;2744331233;RFRAN;10M;USEETV E	505040831	2P_3P & Up	CEK WA 10/6	RNA 9/6 CP SUDAH TIDAK BEKERJA DI TEMPAT TERSEBUT DAN TELP TAPI TIDAK DIANGKAT #CRISTIN					
167			9/6	35177407	274860	146133100331	PL5CSR;PL110998;SMN;TIVA;MC STREAMIX 10MBPS	505040835	Change STB	Completed (PS)						
168			9/6	22151131	274645	141136100421	PL5CSR;PL188531;APS SANDINI ; 081381434363; N	505041028	2P_3P & Up	MANIA H+ 10 JUNI	MANIA, RABU 10 JUNI PAGI (10.00) ANCER : PERUMAHAN GRIYA PALEM HIJAU H1, GODEAN KM 7, RUMAH YANG SEDANG DIRENOVASI DI POJOK CP / WA 081381434363 #CRISTIN					
169			9/6	51670775		146113111630	PL5CSR;PL111778;APS ANDINI; 085747465309; PEI	505049157	2P_3P	Completed (PS)	MANIA, KAMIS 11 JUNI PAGI (09.00) ANCER : MASUK KE GANG DI SAMPING INDOMARET KM 12, RUMAH CAT WARNA CREAM MENGHADAP KE TIMUR. CP / WA 085747465309 #CRISTIN					
170			9/6	21964101	274372	141114108356	PL5CSR;PL85962;APS RATNA U/ BASUKI;0815780855	505053275	2P_3P & DG	CEK WA 10/6	#CRISTIN					
171			09/06	32920797	274872	143130100812	PL5CSR;PL85962;APS MAX U/ SLAMET P.081863680	505059974	2P_3P	MANIA H+ 11 JUNI	MANIA, KAMIS 11 JUNI PAGI (10.00) ANCER : JALAN NUSA INDAH NO. 225 SELATAN SWALAYAN PAMELA E CP / WA 0818636809 #CRISTIN					
172			10/	43154812	274530	142136106476	PL5CSR;PL89953;APS RISQI ; 085729799262; CA US	505066629	CA Usee	Completed (PS)	STB DI PLASA					

Gambar 4. 1 Data Pelanggan Dalam Google Sheets

Sumber: Dokumen Pribadi

**SEARCH** (Last update : WIB (Source: starclick.telkom.co.id))

Keyword: SCID 504032091 Submit

**PENCARIAN STATUS ORDER** (1 Of Array Records)

**DETAIL ORDER**

No/Tgl/Durasi Order : **50404032091** / 01-05-2020 13:38:29 / 2.85 Hari

ND POTS / INET : 02745018597 / 1438312786

NCU : 50239833

Jenis Transaksi : MODIFICATION / P / MO

Witel / STO : YOGYAKARTA / KBU / OCP-KBU-FDS/59 FDS/D04/0103.59

Nama Customer : **HANIM SALSABILA WARDANI**

Alamat Customer : SLEMAN, SINDUJADI MLATI, Dusun SENDOWO, G-48

Location : Long=110.3700104 lat=-7.7729829

**DETAIL PROGRESS**

Paket : - C18205 : CSB - Sewa Perangkat Wifi Extender[0]  
- 36402:C18205@Abodamen 0[0]  
- C18205\_SWWIFEXT-SWWIFEXT - Sewa Perangkat Wifi Extender - C18205[35000]  
Total (Sebelum PPN) : 35000

K-Contact : 847: 70949: ADOON: add on wifi extender; SEPA: 02745018597: 0812398004: 01 mei 2020, 1:02

Status / Tgl Status : 71 OSS - PROVISIONING ISSUED / 01-05-2020 13:38:52 / 08.30 Jam

Status Message : Provisioning Issued

Tindak Lanjut : **Management Janji**  
01-MAY-20  
By FCC / 01-05-2020 13:50:48

**AKTIVITAS TEKNISI**

WFID ID :

- Tgl Instalasi :
- Status :
- CREW ID : **KOSORNO**
- Nama Teknisi : **KOSORNO**

**DURASI PROSES INSTALASI**

**HASIL UKUR**

INET: ONU:

RX Level: OLT: ONU:

Gambar 4. 2 Data Pelanggan Dalam Sistem K-PRO

Sumber: Dokumen Pribadi

**Tabel 4. 1 Kegiatan *Caring CUSTOMER* Melalui Telepon**

Tanggal	Kegiatan Harian	Lokasi
16 Maret 2020	Mempelajari tentang tata cara caring <i>CUSTOMER</i> melalui telepon dan mengenai jenis – jenis layanan, cara input data ke sistem	Plasa Telkom Kota Baru
16 Maret – 16 Juni 2020	Melakukan caring kepada <i>CUSTOMER</i> lewat telepon untuk mengkonfirmasi pemasangan produk.	Rumah penulis

#### 4.2 Caring *CUSTOMER* Melalui Whatsapp

Kegiatan ini adalah di mana pelanggan dihubungi melalui pesan singkat aplikasi *whatsapp*. Kegiatan ini juga merupakan kegiatan umum divisi *CUSTOMER Care*. Secara garis besar kegiatan ini tidak jauh berbeda dengan data-data pelanggan juga terdapat dan nantinya diinput dalam *Excel Google Drive* dan sistem K-PRO. Tetapi kegiatan ini memiliki format dan tata cara yang berbeda dibandingkan dengan *caring* melalui telepon, di mana kegiatan ini dilakukan untuk layanan-layanan tertentu saja dan dengan *Message Template* khusus, yaitu:

1. Pengiriman Perangkat Indibox. Indibox merupakan perangkat untuk TV bagi pengguna layanan internet maupun tv kabel dari Telkom sehingga pelanggan dapat menikmati fitur SmartTV pada televisi masing-masing.

*(“Pelanggan telkom yth. Kami dari telkom untuk konfrimasi pemasangan indibox, dengan itu kami mohon untuk melengkapi data-data di bawah ini;*

*1. Shareloc lokasi yang bersangkutan mau di kirim INDIBOX nya.*

*2. Alamat yang hendak di kirimkan*

*3. Nama penerima indibox*

*4. Nomor hp yang bisa di hub/bisa di Whats app*

*5. Jam yang di kehendaki pas pengirim berada di lokasi terserbut.*

*Setelah melengkapi data-data di atas Mohon untuk merespon jika ada yang menghubungi terkait pengiriman perangkat INDIBOX nya dan untuk tutorial setingnya bisa lihat di Youtube.Terimakasih. Telkom Yogyakarta”)*

2. Pengaktifan Internet. Aktivasi internet pelanggan melalui sistem, di mana pelanggan diminta untuk mengirimkan foto belakang modem internet dan menentukan password serta username internet.

*(“Pelanggan Telkom Yth. Kami dari Telkom Yogyakarta ingin mengkonfirmasi terkait Pengaktifan layanan internet, jika bener mau di aktifkan Mohon untuk melengkapi data di bawah ini*

*1. Foto bagian belakang modem (Nomor SSID dan Nomor SN ONT)*

*2.Username dan Password*

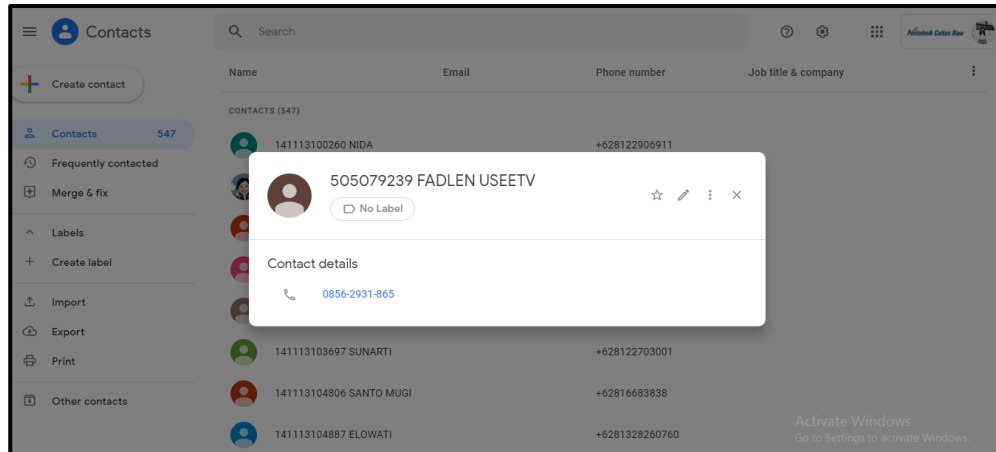
*(untuk passwordnya wajib terdiri 8 karakter, dan bisa berupa abjad dan angka) ini dari Telkom memang sudah memberikan waktu penawaran, namun kalo mau diganti bisa sekarang sekalian kita bantu setting. Kami mohon untuk bisa bekerjasama dalam pengaktifan layanan internet kami untuk melengkapi data di atas agar Rekan bisa menikmati layanan internet kami. Terimakasih Telkom*

Yogya”).

3. Pemasangan Wifi Extender. Pemasangan perangkat wifi tambahan guna untuk memperluas sinyal internet dalam satu lokasi.

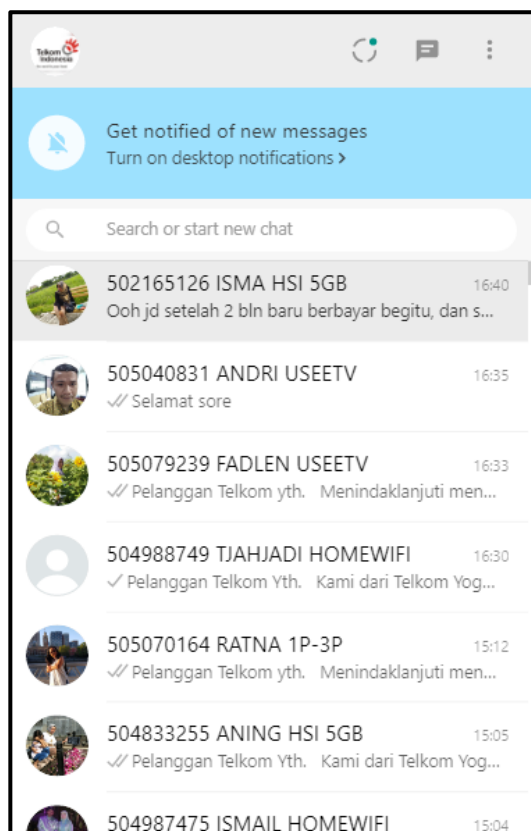
(“Pelanggan Telkom YTH, Menindaklanjuti untuk pemasangan wifiextender (router untuk memperluas jangkauan sinyal wifi modem) dengan biaya sewa perangkat 35 rb per bulan, mohon konfirmasi kapan teknisi kami dapat ke lokasi Bapak/Ibu dan mohon dibantu untuk ancer-ancer menuju lokasi Terimakasih. Telkom Yogyakarta”).

Kegiatan caring via whatsapp juga dapat dilakukan jika pelanggan dalam status RNA ketika sudah dilakukan caring via telepon sebelumnya. Maka jika terdapat kontak pelanggan dalam whatsapp operator akan menghubungi via nomor whatsapp kepada pelanggan dengan menyimpan data nomor pelanggan pada sistem *Google Contacts* terlebih dahulu.



**Gambar 4. 3 Data Kontak Pelanggan Dalam *Google Contacts***

*Sumber: Dokumen Pribadi*



**Gambar 4. 4 Caring Pelanggan Melalui Whatsapp**

*Sumber: Dokumen Pribadi*

**Tabel 4. 2 Kegiatan Caring CUSTOMER Melalui Whatsapp**

Tanggal	Kegiatan Harian	Lokasi
1 Mei – 16 Juni 2020	Melakukan caring kepada CUSTOMER lewat WA untuk mengkonfirmasi pemasangan produk.	Rumah Penulis

### 4.3 Offering Upgrade Pada Pelanggan Migrasi

Terdapat pelanggan yang wilayah atau lokasinya baru saja diganti atau biasa disebut migrasi ke fiber optik. Ketika pelanggan sudah menggunakan fiber optik di lokasinya, maka pelanggan tersebut bisa menikmati kecepatan internet dengan kapasitas yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Maka divisi *CUSTOMER Care* melakukan kegiatan penawaran ataupun offering kepada pelanggan jika berkenan untuk di upgrade/ ditambah kecepatan internetnya dengan adanya tambahan biaya di dalam tagihan akhir bulanan. Kegiatan ini merupakan kegiatan khusus dari divisi *CUSTOMER Care*.

*Offering* dilakukan melalui sms dan juga *whatsapp*. Dalam melakukan offering kepada pelanggan, divisi *CUSTOMER Care* juga memiliki *Message Template* khusus, yaitu:

#### 1. Message Template Untuk SMS

*“Sobat Indihome, nikmati internet (kecepatan) mbps dgn + (Harga tambahan). Mohon lengkapi data: Nama/No Layanan/Paket yg dipilih/CP & Email. Terima kasih. Telkom Jogja”*

#### 2. Message Template Untuk Whatsapp

*“Sobat Indihome, saat ini jaringan Anda sudah fiber optic. Dengan menambah (harga paket) saja nikmati speed internet (\_\_\_) mbps. Mohon lengkapi data berikut:*

*Nama:*

*No Layanan:*

*Paket yg dipilih:*

*CP dan Email:*

*Terima kasih Tim CC Telkom Jogja*

*(Nikmati Useetv, tv kabel bisa rewind 7 hari ke belakang dgn 60rb saja)”*

Ketika pelanggan bersedia untuk melakukan upgrade kecepatan internet maka data pelanggan tersebut akan diinput kedalam Excel Google Drive untuk dilakukan proses lebih lanjut.



**Gambar 4. 5 Offering Upgrade Kepada Pelanggan Melalui SMS**

*Sumber: Dokumen Milik Pribadi*



**Gambar 4. 6 Offering Upgrade Kepada Pelanggan Melalui Whatsapp**

*Sumber: Dokumen Milik Pribadi*

Kegiatan *offering* atau penawaran ini dilakukan di sela-sela pekerjaan *caring*. Sebenarnya tugas ini adalah tugas tambahan bagi penulis. Sebelumnya kegiatan ini tidak dilakukan secara rutin oleh divisi *CUSTOMER Care*, tetapi karena banyaknya jumlah pelanggan Telkom yang lokasinya baru saja dilakukan migrasi ke fiber optik mulai bulan April, maka kegiatan ini menjadi kegiatan yang dilakukan secara rutin dan berkala oleh divisi *CUSTOMER Care*.

**Tabel 4. 3 Kegiatan *Offering Upgrade* Melalui SMS dan Whatsapp**

Tanggal	Kegiatan Harian	Lokasi
20 April – 16 Juni 2020	Melakukan <i>Offering Upgrade</i> kecepatan internet kepada CUSTOMER lewat WA dan SMS disela-sela kegiatan <i>Caring</i> .	Rumah Penulis

#### 4.4 Input Data Pelanggan Dalam Sistem Mycx

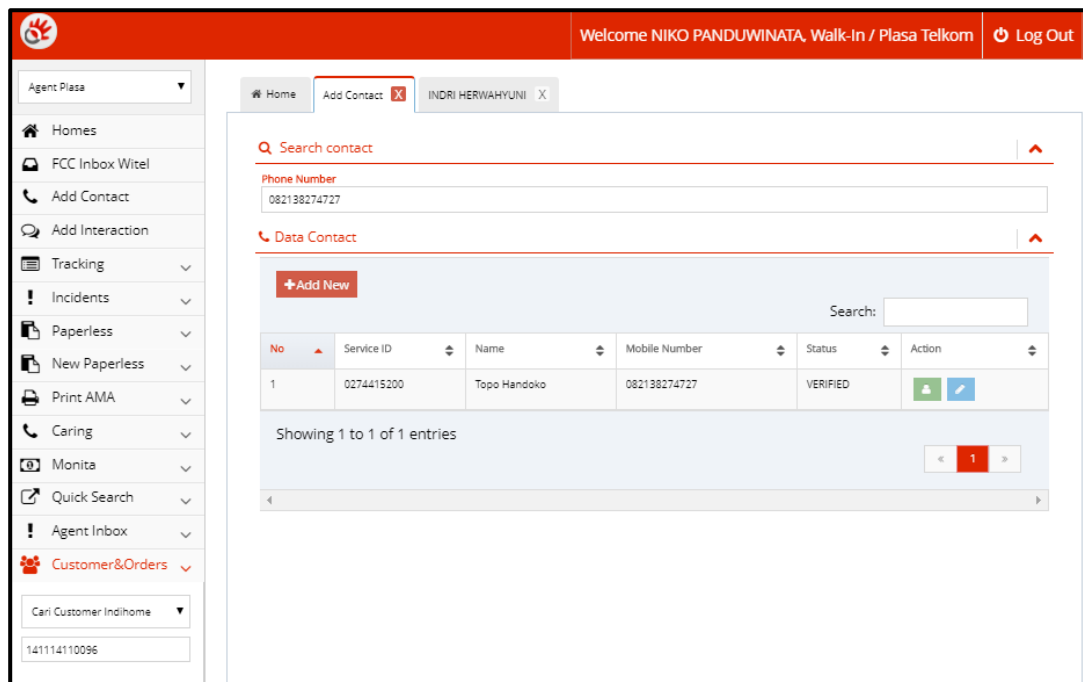
Sistem Mycx adalah sistem *database* kontak pelanggan dari Telkom group, baik itu pelanggan Indihome (Internet) ataupun pelanggan Telkomsel (provider). Maka dari itu, harus selalu dilakukan update pada sistem ini terkait dengan kontak pelanggan yang aktif dan bisa dihubungi oleh divisi *CUSTOMER Care* ketika nantinya akan dilakukan *caring* ataupun penawaran produk dari Telkom.

Penulis melakukan input update data kontak dengan jumlah 300 hingga 400 pelanggan. Dalam proses ini, data awal terkait kontak pelanggan yang dapat dihubungi atau aktif disusun pada Excel Google Drive yang nantinya akan diinput secara manual oleh penulis dalam sistem Mycx. Kegiatan ini dilakukan secara berkala oleh divisi *CUSTOMER Care*. Maka dari itu, kegiatan ini merupakan kegiatan khusus.

**Tabel 4. 4 Kegiatan Input Data Ke Sistem Mycx**

Tanggal	Kegiatan Harian	Lokasi
28 April-30 April 2020	Melakukan input data kontak pelanggan ke sistem Mycx disela-sela kegiatan <i>caring</i> .	Rumah Penulis





**Gambar 4. 7 Data Kontak Pelanggan Dalam Sistem Mycx**

*Sumber: Dokumen Milik Pribadi*

Happy CC WOC YK										
File Edit Lihat Sisipkan Format Data Alat Pengaya Bantuan Semua perubahan disimpan di Drive										
Rana										
	A	E	F	Q	R	S	T	U	V	W
	NCLI	ND_SPEEDY	JENIS	CP	Address	Nama	Update	PIC		
1	21618296	143113112939	2p	0811267435	55284 DI Yogyakarta SLEMAI	ARDIYANTO WUAYAKUSUMA BATH	Ok	Ema		
3	34370328	143132100531	3p	0819862263	55196 DI Yogyakarta BANTU	FITRI MARIATUN	Ok	Ema		
4	38102627	146133102870	3p	0811250768	55285 DI Yogyakarta SLEMAI	YOHANES ROBERT PRAYOKO	gagal menambahkan k	Ema		
5	41682942	141114184613	3p	0817765666	55182 SONOPAKIS KIDUL SO	RIENGE BIANCA ARIMBI	Ok	Ema		
6	41650711	146133110881	2p	0817464519	Desa JUMENENG Desa JUMI	MURTI YULIWANTO	ok	Nurul		
7	22218996	141131113648	2p	0816569381	55282 DI Yogyakarta SLEMAI	HARYAMTO	ok	Nurul		
8	22514848	1411311105082	2p	0811283362	55281 DI Yogyakarta SLEMAI	Tn FEN SAPARITA	ok	Nurul		
9	36031315	143145102085	3p	0817291994	55571 DI Yogyakarta SLEMAI	HERI SASANGKA	ok	Nurul		
10	41720485	141131116626	3p	0811414147	GATAK 25A BANTUL 55198 C	SUDRIMAN DAHLAN SE MM	ok	Nurul		
11	21581538	141114122512	2p	0816893175	55121 DI Yogyakarta KOTA YI	Tn SUYATNO	ok			
12	30365953	141114112007	2p	0816683770	DANUNEGARAN MJ III 1011	SAUT MANGAPUL SITUMORANG	ok	nurul		
13	21648879	141133101202	2p	0817410980	MARGOREJO ASRI BLOK H-1	UMANTO HARYANTO BSC	ok	Nurul		
14	21617917	141114118040	2p	0811257897	55198 DI Yogyakarta BANTU	REPLIKA PRODUK FIBREGLASS	ok			
15	38869397	141114178581	2p	0818468373	55251 DI Yogyakarta KOTA YI	RUMSIYATUN TRI YUNIATI	ok	Nurul		
16	21574223	141114101141	2p	0816681995	WATES 37 WIROBRAJAN KOT	DJOKO SANTOSA	ok	nurul		
17	22348602	141129116629	2p	0811582077	55183 DI Yogyakarta BANTU	amelia dwi juliani	ok	Nurul		
18	22280872	143145104020	2p	0818460165	55572 DI Yogyakarta SLEMAI	Tn HERY KRISTYANTO	ok	Nurul		
19	21973410	141113127043	2p	0811266427	55225 DI Yogyakarta KOTA YI	TRISNAWATI F	ok	Nurul		

**Gambar 4. 8 Data Kontak Pelanggan Yang Akan Diinput Ke Sistem Mycx**

*Sumber: Dokumen Milik Pribadi*

#### 4.5 Jenis – Jenis Paket dan Penawaran Divisi CUSTOMER Care Telkom

Jenis paket yang ditawarkan kepada pelanggan sangat beragam. Jenis-jenis paket ini disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan maupun calon pelanggan. Paket-paket yang ditawarkan oleh Telkom juga menyesuaikan kapasitas lokasi dari pelanggan, yaitu dengan melihat apakah lokasi tersebut sudah menggunakan kabel jenis fiber optik atau belum. Jenis paket tersebut dibagi menjadi dua, paket pada layanan *Add-on* dan paket pada layanan *upgrade* kecepatan.

##### 1. Paket Layanan *Add-on*



- a. Paket Indihome Prestige. Yaitu paket yang sudah mencakup layanan internet dengan kecepatan 10-300 mbps, telepon rumah, Useetv, OTT, Movin, Digital Service, Minipack dan sewa perangkat modem per-bulannya.
  - b. Paket Indihome Fit. Yaitu paket yang mencakup layanan internet dengan kecepatan 10-50 mbps, telepon rumah, Useetv, OTT, dan extra channel atau benefit.
  - c. Paket Indihome Streamix. Yaitu paket yang mencakup layanan internet dengan kecepatan 10-100 mbps, Useetv dan OTT.
  - d. Paket Indihome Phoenix. Paket yang mencakup layanan internet dengan kecepatan 10-100 mpbs, telepon rumah dan digital service.
2. Paket Layanan *Upgrade* Kecepatan Internet
- a. Layanan *upgrade* ke kecepatan 10 mbps dengan tambahan biaya Rp. 2000- Rp. 40.000 untuk pelanggan yang lokasinya sudah menggunakan kabel *fiber optic*. Biaya menyesuaikan dengan jenis paket yang sudah diambil oleh pelanggan sebelumnya.
  - b. Layanan *upgrade* ke kecepatan 20 mpbs dengan tambahan biaya Rp. 20.000-Rp. 30.000 untuk pelanggan yang lokasinya sudah menggunakan kabel *fiber optic*. Biaya menyesuaikan dengan jenis paket yang sudah diambil oleh pelanggan sebelumnya.

PRESTIGE

PAKET INDIHOME PRESTIGE	10 Mbps 320 /Bulan	20 Mbps 515 /Bulan	50 Mbps 825 /Bulan	100 Mbps 1.250 /Bulan	200 Mbps 1.990 /Bulan	300 Mbps 2.990 /Bulan
Phone	1000 menit	1000 menit	1000 menit	1000 menit	1000 menit	1000 menit
UseTv	Essential	Essential	Essential	Essential	Essential	Essential
OTT	HOOQ, iflix, Catchplay					
Movin	Movin Phone 1 gadget					
Digital Service	N/A	N/A	wifi.id seamless (1 gadget) + Cloud Storage 8 GB			
Minipack	IndiKids Lite IndiMovie 2	IndiKids Lite IndiMovie 2	IndiKids Lite IndiSport 2 IndiTainment Lite	IndiKids Lite IndiMovie 2 IndiSport 2 IndiTainment Lite IndiMovie 1	IndiKids Lite IndiMovie 2 IndiSport 2 IndiTainment 1 IndiMovie 1 IndiKorea	IndiKids Lite IndiMovie 2 IndiSport 2 IndiTainment 1 IndiMovie 1 IndiKorea IndiNews

FIT

PAKET INDIHOME FIT	10 Mbps 390 /Bulan	20 Mbps 425 /Bulan	30 Mbps 510 /Bulan	40 Mbps 590 /Bulan	50 Mbps 655 /Bulan
Harga Promo	360 /Bulan	395 /Bulan	480 /Bulan	560 /Bulan	625 /Bulan
Phone	100 menit	100 menit	100 menit	100 menit	100 menit
UseTv	Entry	Entry	Entry	Entry	Entry
OTT	Movin Phone, HOOQ, iflix, Catchplay				
Extra/Benefit	Extra Channel Movies/Sport atau Extra Digital Service Various Movies: For Action Movies, Drama, Disney Jr Various Sports: Ustream Sports, Disney, Disney Jr (Various Digital: wifi.id, Indihome Music - Silver, Indihome Study, Cloud Storage 8 GB)				

STREAMIX

PAKET INDIHOME STREAMIX	10 Mbps 320 /Bulan	20 Mbps 385 /Bulan	50 Mbps 615 /Bulan	100 Mbps 975 /Bulan
UseTv	Entry	Entry	Entry	Entry
OTT	HOOQ, iflix, Catchplay			

PHOENIX

PAKET INDIHOME PHOENIX	10 Mbps 280 /Bulan	20 Mbps 345 /Bulan	50 Mbps 575 /Bulan	100 Mbps 935 /Bulan
Phone	300 menit	300 menit	300 menit	300 menit
Digital Service	Movin + Indihome Music Silver + Indihome Study + Cloud Storage 8 GB			

Gambar 4. 9 Jenis – Jenis Paket Pada Layana *Add-On*

Sumber: Dokumen Perusahaan

#### 4.6 Hasil Kerja Praktik

Selain melakukan beberapa kegiatan, hasil yang didapat pada kerja praktik selama 3 bulan di PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta adalah:

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam dunia kerja dan teknologi yang digunakan.
- b. Mengetahui cara kerja IT terutama dalam bidang *CUSTOMER Care* di perusahaan nasional.

- c. Disiplin waktu dalam mengerjakan suatu pekerjaan.
- d. Mempelajari system pengelola data pelanggan seperti K-Pro, NCX dan I-Payment.
- e. Mengetahui menantang dunia kerja secara langsung dan semakin menghargai orangtua.

#### 4.7 Timeline

**Tabel 4. 5 Timeline Kegiatan Selama Masa Kerja Praktik**

NO	KEGIATAN	BULAN KE		
		1	2	3
1	Pengarahan dari mentor			
2	Perkenalan karyawan di kantor			
3	<i>Caring CUSTOMER</i> melalui telepon			
4	<i>Caring CUSTOMER</i> melalui <i>Whatsapp</i>			
5	Input data pelanggan ke system Mycx			
6	<i>Offering Upgrade</i> Kecepatan			
7	Membuat Laporan			

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Setelah penulis menjalani kegiatan magang di PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penulis dibagi menjadi dua yaitu kegiatan umum dan kegiatan khusus. Kegiatan umum yang dilakukan oleh penulis adalah *Caring CUSTOMER* melalui telepon maupun aplikasi *whatsapp*. Pada kegiatan ini penulis melakukan penawaran maupun konfirmasi pemasangan pada produk maupun layanan milik Telkom kepada pelanggan dan juga melakukan penjadwalan pemasangan produk/layanan kepada pelanggan sehingga dapat dikoordinasikan dengan teknisi lapangan. Sedangkan kegiatan khusus yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan offering upgrade kecepatan internet dengan pelanggan yang melakukan migrasi ke kabel fiber optic dan melakukan input data kontak aktif pelanggan pada sistem Mycx.

Banyak pelajaran yang penulis dapatkan dari kegiatan magang yang dilakukan pada divisi *CUSTOMER Care* Telkom Witel Yogyakarta ini, contohnya seperti bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, bagaimana cara melakukan penawaran produk yang dapat mempersuasi dan mempengaruhi minat pelanggan untuk akhirnya bersedia menggunakan produk/layanan Telkom, serta bagaimana etika yang baik dan benar saat berhubungan dengan pelanggan. Selain itu, penulis juga belajar bagaimana cara operasional manajemen data pelanggan, baik itu secara manual maupun melalui sistem. Kegiatan kerja yang ada di divisi *CUSTOMER Care* ini mengharuskan penulis untuk lebih jeli dan teliti dalam bekerja. Para *staff* maupun *supervisor* juga banyak memberikan wejangan pada saat kegiatan magang berjalan. Pada kegiatan magang ini, penulis mendapatkan gambaran yang sesungguhnya bagaimana kegiatan dalam dunia kerja berlangsung. Banyak juga nilai moril dan pengalaman bekerjasama yang didapatkan dalam kegiatan magang ini. Dalam prosesnya, kegiatan magang ini memberikan penulis banyak pelajaran serta pengalaman baru.

### 5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan kepada PT. Telekomunikasi Indonesia adalah penulis berharap program kerja praktik tetap berlanjut untuk kedepannya agar mahasiswa dapat belajar dan mengetahui bisnis proses serta teknologi yang digunakan perusahaan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

*Telkom Indonesia*. (2020, Mei 8). Retrieved from Telkom Indonesia Website: [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)