

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan-perusahaan dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang ingin bertahan harus memiliki nilai plus bagi perusahaan tersebut di mata perusahaan lain. Perusahaan juga harus cermat dan tanggap dalam mengamati kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhi keinginan tersebut. Dan salah satu keinginan masyarakat itu adalah jasa komunikasi.

Salah satu perusahaan yang identik dengan produk komunikasi adalah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, perusahaan ini adalah perusahaan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk menyediakan layanan telepon tidak bergerak kabel (fixed wireline), telpon tidak bergerak nirkabel (fixed wireless), layanan telepon seluler data dan internet, serta data interkoneksi baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk ini tidak hanya memperkenalkan telpon rumah, dan internet saja, tetapi mereka telah memperkenalkan produk terbaru yaitu Indihome, banyak masyarakat belum mengetahui tentang Indihome, Indihome merupakan bundling dari produk-produk PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang menyediakan layanan telepon rumah, akses internet berkecepatan tinggi, layanan tv interaktif sekaligus dengan berbagai konten seperti layanan portal musik digital dan home automation.



Dasar tujuan dari industri barang dan jasa adalah memberikan kepuasan kepada para konsumen melalui pelayanan yang terbaik sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia barang/jasa dan konsumen. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif di mata para konsumen

Pelayanan merupakan kegiatan yang diselenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan, sehingga dilayani dalam keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal nilai image atau citra dan biaya total pelanggan.

Apabila konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan *Consumer Service*, maka mereka akan meninggalkan perusahaan, dan menjadi pelanggan pihak pesaing. Makin banyak konsumen yang meninggalkan perusahaan, maka penjualan akan menurun. Sebab laba berasal dari penjualan, oleh karenanya perusahaan harus memuaskan konsumen dengan memperhatikan atau merespon dengan cepat setiap keluhan dari konsumen tersebut.

*Consumer Service* merupakan sub bagian dari direktorat *Consumer* (bagian pelayanan pelanggan), *Consumer Service* atau *Customer Service* yaitu bagian unit *Consumer Service* bertanggung jawab menangani masalah tagihan *Indihome* baik yang berhubungan langsung dengan pelanggan maupun yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berhubungan dengan Bank yang melayani pembayaran *Indihome* serta pengumpulan dan bertanggung jawab terhadap pendapatan setoran tagihan pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan, perusahaan tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik, namun dalam penelitian ini penulis mencoba meneliti tentang sistem pelayanan *Consumer Service* di kantor telkom. Selain itu, *Consumer Service* lebih banyak berinteraksi terhadap para pelanggan terutama mengenai produk internet. Pelayanan tersebut dapat berupa pelayanan langsung atau tidak langsung. Pelayanan langsung adalah pelayanan dimana antara konsumen dan *Consumer Service* bertemu secara langsung dan bertatap muka, sedangkan pelayanan tidak langsung adalah pelayanan dimana interaksi pelayanan melalui alat telekomunikasi dapat berupa telepon atau handphone.

Jumlah *Consumer Service* di PT. Telkom Indonesia Pekanbaru juga berpengaruh terhadap peningkatan pelanggan. Berikut adalah jumlah *Consumer Service* (CS) Di Kantor Telkom Indonesia Pekanbaru adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1 : Jumlah *Consumer Service* (CS) Di Kantor Telkom Indonesia Pekanbaru**

NO	Tahun	Jumlah <i>Consumer Service</i> (CS)
1	2013	9
2	2014	9
3	2015	9
4	2016	9
5	2017	9

Sumber : PT. Telkom Indonesia tahun 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat di lihat bahwa jumlah *Consumer Service* di kantor Telkom Indonesia Pekanbaru dari tahun 2013-2017 jumlah *Consumer Service* berjumlah sembilan *Consumer Service*.

Pelanggan merupakan sosok yang harus kita perlakukan dan kita layani semaksimal mungkin agar harapannya terpenuhi hingga mencapai tingkat kepuasan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan harus adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan menggunakan standar pelayanan perusahaan.

Berikut ini adalah data-data jumlah pelanggan yang penulis dapatkan dari PT Telkom Indonesia Pekanbaru atas pengamatan yang dilakukan maka diperoleh data yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.2 : Perkembangan jumlah pelanggan Indihome di Pekanbaru tahun 2017.**

No	Bulan	Jumlah pelanggan	Kenaikan jumlah pelanggan
1	Januari	656	26
2	Februari	689	33
3	Maret	724	35
4	April	764	40
5	Mei	805	41
6	Juni	849	44
7	Juli	896	47
8	Agustus	931	37
9	September	995	64

Sumber : PT. Telkom Indonesia Witel Ridar, Pekanbaru tahun 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat di lihat bahwa jumlah pelanggan pada kantor Telkom Indonesia Pekanbaru mengalami peningkatan setiap bulannya. Peningkatan jumlah pelanggan tersebut di karenakan pelayanan di berikan oleh kantor Telkom Indonesia Pekanbaru yang baik dan berkualitas.



Ada juga permasalahan *Consumer Service* yang terjadi dalam Telkom Indonesia Pekanbaru. Di antaranya yaitu adalah sebagai berikut:

1. Tidak memenuhi target PT. Telkom Indonesia Pekanbaru

Perusahaan menargetkan kepada *Consumer Service* untuk mendapatkan pelanggan baru 60 orang perbulan , namun *Consumer Service* hanya bisa mendapatkan 30-50 orang perbulannya. Hal ini yang membuat tidak tercapainya target yang telah ditetapkan, dan mengakibatkan kurangnya bonus atau fee yang di berikan oleh manager terhadap karyawan yang bersangkutan di perusahaan tersebut. .

2. Tanggung jawab dan wewenang

Tidak tercapai target merupakan kuranya kontrol atau pengawasan dari *Consumer Service* terhadap sales yang mempromosikan produk dari perusahaan tersebut selain itu *Consumer Service* juga kurang memberikan cara untuk bagaimana mempromosikan barang dengan baik.

3. Konflik dengan Rekan Kerja

Terkadang juga sering terjadi konflik antara karyawan dengan karyawan lainnya karena kurangnya kerjasama antara karyawan yang menyebabkan timbulnya rasa iri dalam lingkungan perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan judul sebuah tugas akhir dengan judul **Sistem Pelayanan *Consumer Service* (CS) Di Kantor Telkom Indonesia Pekanbaru.**



## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana sistem pelayanan *Consumer Service* di kantor Telkom Indonesia Witel Ridar, Pekanbaru?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui sistem pelayanan *Consumer Service* di kantor Telkom Indonesia Witel Ridar, Pekanbaru

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan sarana pengembangan wawasan serta pengalaman yang dapat membantu penulis dalam merealisasikan antara teori yang didapat di bangku perkuliahan dengan teori maupun praktek yang ada dilapangan kerja, khususnya dibidang Manajemen Perusahaan.

### 2. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, disamping itu juga sebagai bahan bacaan dan rujukan bagi pembaca tentang sistem pelayanan *Consumer Service* pada kantor Telkom Indonesia Pekanbaru.

### 3. Bagi perusahaan

Penelitian ini sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam merancang strategi untuk meningkatkan sistem pelayanan *Consumer Service* dimasa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kantor Telkom Indonesia, Jln Sudirman No. 199, Pekanbaru. Mulai dari 01 April 2017 sampai dengan selesai.

### 2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan penulis dalam penulisan proposal ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer yaitu data mentah yang diperoleh dari hasil penelitian langsung dan harus diolah kembali menjadi informasi yang dapat dimengerti oleh pengguna informasi. Dalam hal ini penulis memperoleh informasi dari wawancara dengan staff bagian *Consumer Service* (CS) dan sejumlah.

#### b. Data Sekunder.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan yaitu penelaahan buku-buku, arsip-arsip dan catatan-catatan tertulis yang berkenaan dengan masalah yang diteliti dari perpustakaan dan dokumen yang diperoleh dari tempat penelitian. Dalam hal ini penulis memperoleh data dari perusahaan yang meliputi struktur organisasi, sejarah singkat perusahaan dan lain-lain.



### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi.

Yaitu dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan pada kantor Telkom Indonesia Jln Sudirman No 199, Pekanbaru.

#### b. Wawancara.

Adalah tanya jawab langsung kepada narasumber PT. Telkom Indonesia Witel Ridar yang berhubungan dengan masalah penelitian ini

#### c. Questionnaire survey kepuasan pelanggan;

Adalah survey tertulis maupun interview langsung kepada pelanggan terkait kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Consumer Service (CS)* PT Telkom

### 4. Analisis Data.

Dalam melakukan analisis data, penulis menggunakan analisis deskriptif yaitu data yang terkumpul dianalisis dengan memberikan gambaran secara rinci berdasarkan pernyataan di lapangan serta mengaitkan dengan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Kemudian akan memberikan interpretasi terhadap hasil yang relevan dan kemudian diambil kesimpulan dan saran.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam membahas permasalahan yang berkaitan dengan judul diatas maka sistematika penulisan bagi penulis ada empat bab, yaitu sebagai berikut :





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang apa yang menjadi pokok permasalahan secara umum yang meliputi : Latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

## **BAB II : GAMBARARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini akan di bahas gambaran umum perusahaan yang merupakan objek penelitian yaitu, sejarah singkat perusahaan, visi misi, struktur organisasi perusahaan pada PT. Telkom Indonesia Witel Ridar, Pekanbaru.

## **BAB III: LANDASAN TEORI DAN PRAKTEK**

Dalam bab ini akan akan di bahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan kualitas produk dan pemasaran, serta konsep-konsep baru dalam menyelesaikan masalah.

## **BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan dan saran yang akan diajukan untuk pengembangan proses pengolahan data di PT. Telkom Indonesia cabang Pekanbaru