

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. "X"

A. Sejarah singkat PT."X"

Pada awalnya PT."X" adalah nama layanan dari jasa sistem komunikasi bergerak seluler yang dikelola oleh PT. Telkom. Dengan nama ini, memulai proyek percontohan pada akhir tahun 1993 di Pulau Batam dan Pulau Bintan dengan menggunakan teknologi *GSM (Global System for Mobile Communication)* yang telah dikenal luas di dunia Internasional. Proyek yang pertama kali menggunakan teknologi *GSM* di Indonesia ini berhasil membangun jaringan komunikasi seluler hingga dapat melakukan pembicaraan pada sistem telekomunikasi bergerak hanya dua bulan sejak dimulainya proyek ini.

Proyek percontohan ini berkembang ke propinsi-propinsi lain di Indonesia mengantar pada pendirian PT."X" pada tanggal 26 Mei 1995 sebagai satu dari tiga pemegang izin nasional penyelenggaraan *GSM* di Indonesia. Pada saat pendirian, saham PT."X" dipegang oleh PT.Telkom (51%) dan PT. Indosat (49%), kemudian mengalami perubahan dimana komposisi pemegang saham PT."X" menjadi PT. Telkom 42.72%, lalu PT.Indosat 35%, PT. *Telecom Netherlands* 17,28% dan *Setro Megacell Asia* 5%. Namun sampai saat ini (sejak tahun 2001) komposisi pemegang saham 35% singtel, dan 65% PT.Telekomunikasi Indonesia. Jumlah karyawan sekitar 5000an. Lebih dari 68 juta pelanggan yang terdaftar di produk PT."X". PT."X" memiliki 13 cabang yang berada di Jabotabek

Kebijakan Mutu

Caroline berkomitmen untuk memberikan solusi yang tepat untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi, sesuai dengan implementasi budaya perusahaan dan visi serta misi PT"X" melalui peningkatan sumber daya yang berkesinambungan.

Company Profile

PT."X" adalah pemimpin di bidang operator pelayanan telekomunikasi selular di Indonesia oleh *market share*.

Pada akhir September 2008, Telkomsel memiliki 60.5 juta pelanggan dimana berdasarkan di industri statistika yang menunjukkan estimasi *market share* of sekitar 46%.

PT."X" menyediakan selular servis di Indonesia, melalui *own nationwide* dual-band GSM 900-1800 MHz, Jaringan 3G, dan secara internasional, melalui 323

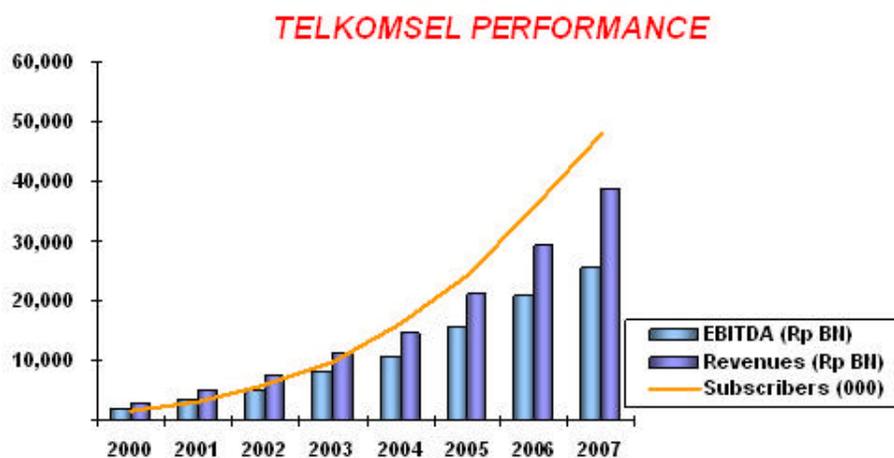
internasional *roaming partners* di 170 negara (akhir September 2008). Pada bulan September 2006, PT."X" menjadi operator pertama di Indonesia yang meluncurkan servis 3G.

Perusahaan menyediakan *its subscribers* dengan pilihan antara dua kartu *prepaid-simPATI* and Kartu As, atau pascabayar *kartuHALO* servis, sebaik *variety* dari nilai tambahservis dan program.

PT."X" beroperasi di Indonesia memiliki pertumbuhan substansial sejak peluncuran komersial of its servis pasca bayar pada 26 May 1995. Pada bulan November 1997, Telkomsel menjadi operator telekomunikasi selular pertama di Asia yang memperkenalkan pengisian ulang GSM servis prabayar.

PT."X" gross pendapatan telah tumbuh dari Rp 3.59 triliun pada 2000 to Rp 44.38 triliun pada 2007. Pada periode yang sama, jumlah angka dari Telkomsel's sellular *subscribers* naik dari sekitar 1.7 milliun pada tanggal 31 Desember 2000 to 47.9 milliun pada tanggal 31 Desember 2007.

PT."X" memiliki network yang luas jangkauan dibanding pesaingnya operator selular di Indonesia, menyediakan jaringan jangkauan kira-kira 95% dari populasi Indonesia dan hanya satu-satunya operator di Indonesia yang menjangkau semua provinsi negara (900 & 1800), GPRS, Wi-Fi, EDGE, dan teknologi 3G. (www.telkomsel.com)



B. Visi dan Misi PT.”X”

Visi PT.”X”

Penyedia solusi telekomunikasi nirkabel terkemuka di Indonesia

Misi PT.”X”

Menjadi pilihan utama sebagai penyedia solusi telekomunikasi nirkabel di Indonesia yang bekerja sama dengan para pemegang saham dan mitra usaha lainnya untuk menghasilkan nilai tambah bagi investor, karyawan dan negara

C. Budaya PT.”X”

1. *Customer Intimacy*

Adalah mengutamakan keakraban dan kepedulian untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan.

2. *Professionalism*

Adalah mengutamakan keahlian, komitmen, dedikasi, objektivitas dan orientasi jangka panjang.

3. *Teamwork*

Adalah kemampuan bekerjasama secara sinergis untuk mencapai tujuan

4. *Integrity*

Adalah konsistensi antara nurani dan tindakan dengan aturan dan standar kebenaran yang berlaku.

Kedekatan dengan Pelanggan

Kepedulian Pelanggan didefinisikan sebagai sikap yang secara konsisten peduli, menghargai dan berupaya untuk memahami, serta memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal.

Karyawan Perusahaan harus memahami, peduli dan menghargai kebutuhan dan kepentingan pelanggan/pemegang saham dengan memberikan pemecahan masalah yang tepat.

Kedekatan dengan pelanggan, orientasinya kepada pelanggan, esensinya adalah memahami, peduli dan menghargai kebutuhan pelanggan dengan tujuan terpenuhinya kebutuhan pelanggan tersebut.

Kerjasama

Kerjasama Tim didefinisikan sebagai berupaya secara konsisten untuk membangun sinergi dalam hubungan kerja dan menghargai perbedaan dalam tim untuk mencapai tujuan bersama.

Karyawan Perusahaan harus berusaha untuk mencapai sinergi, transparansi dan efektivitas, baik dengan pihak internal maupun eksternal, untuk dapat menyampaikan pemecahan masalah yang terbaik.

Kerjasama, orientasi adalah orang lain yang beresensikan kepada sinergi & efektivitas dengan tujuan dapat saling menerima & memberikan nilai tambah bagi kepentingan bersama.

D. Profesionalisme

Profesionalisme didefinisikan sebagai upaya secara konsisten untuk memiliki tanggung jawab dan kompetensi dalam menyelesaikan pekerjaan dan memberikan pemecahan masalah yang terbaik.

Karyawan Perusahaan harus memiliki tanggung jawab dan kompetensi yang optimal untuk dapat memberikan pemecahan masalah yang lengkap dan terintegrasi.

Profesionalisme, orientasinya adalah pekerjaan dengan esensi tanggung jawab & kompetensi dengan keluaran/keluaran dapat saling memberikan solusi terbaik.

Integritas

Integritas adalah konsistensi antara moral dan tindakan yang sesuai dengan standar etika dan praktek yang benar.

Karyawan Perusahaan harus bersikap konsisten dalam pemikiran dan perbuatan berdasarkan peraturan dan norma perusahaan.

Integritas, orientasinya adalah diri sendiri dan esensinya konsistensi dalam berpikir dan bertindak baik & benar dengan tujuan yang diharapkan perilaku baik & benar.

E. Produk PT. "X"

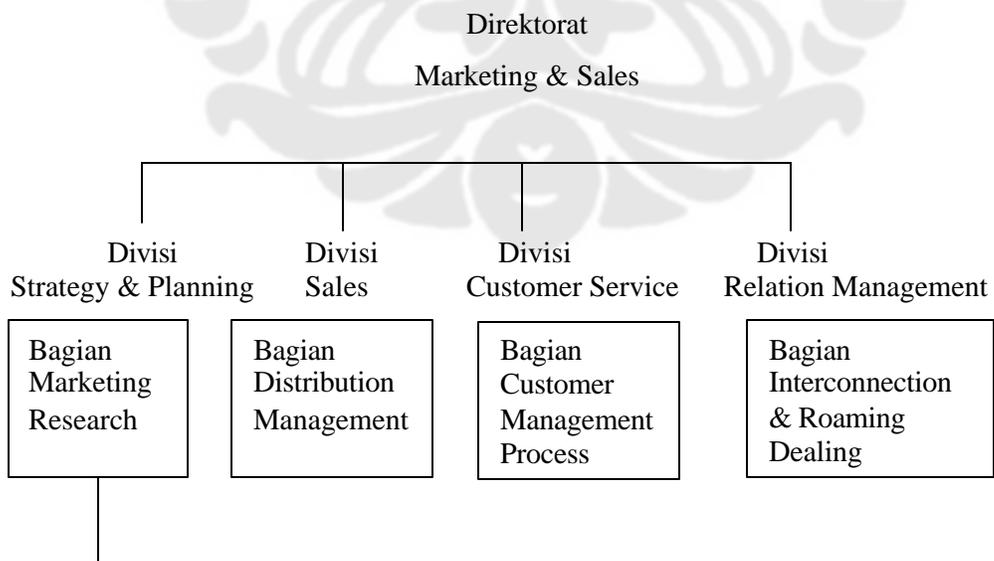
Produk yang ditawarkan oleh PT."X" meliputi kartu perdana pra bayar dan pasca bayar.

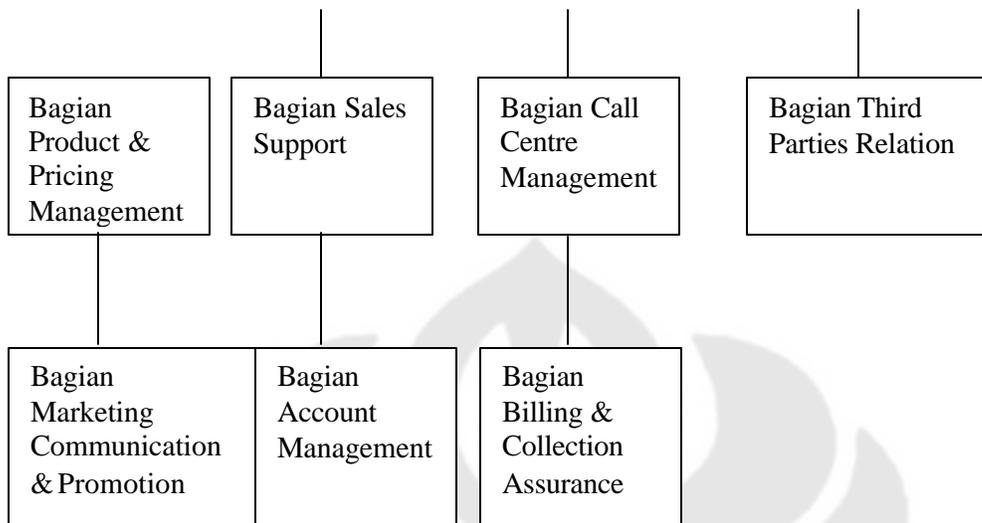
F. Struktur Organisasi PT."X"

Topik yang dibahas dalam tugas akhir ini berada dalam lingkup & tanggung jawab Direktur Pemasaran & Penjualan (*Marketing & Sales Director*). Dalam

operasionalnya sehari-hari Direktorat Pemasaran & Penjualan terdiri dari empat divisi yaitu:

1. Divisi *Marketing Strategy & Planning*, yang terdiri dari tiga bagian :
 - a. Bagian *Marketing Research*
 - b. Bagian *Product & Pricing Management*
 - c. Bagian *Marketing Communication & Promotion*
2. Divisi *Sales*, yang terdiri dari tiga bagian :
 - a. Bagian *Distribution Management*
 - b. Bagian *Sales Support*
 - c. Bagian *Account Management*
3. Divisi *Customer Service*, yang terdiri dari tiga bagian :
 - a. Bagian *Customer Management Process*
 - b. Bagian *Call Centre Management*
 - c. Bagian *Billing & Collection Assurance*
4. Divisi *Relation Management*, yang terdiri dari dua bagian :
 - a. Bagian *Interconnection & Roaming Dealing*
 - b. Bagian *Third Parties Relation*





Gambar 3.2

Struktur Organisasi Direktorat Marketing & Sales PT."X"

Struktur organisasi merupakan suatu alat untuk melakukan pengendalian internal, dengan adanya struktur organisasi yang dibentuk dengan benar dan adanya pemisahan wewenang serta fungsi dan perbedaan tanggung jawab dapat mendorong tercapainya tujuan perusahaan.

PT"X" memberikan wewenang kepada kantor-kantor pelayanan untuk bertanggung jawab penuh atas pencapaian sasaran operasional penyelenggaraan jasa telekomunikasi selular serta pengelolaan administrasinya dalam wilayah kerja tertentu sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab yang dilimpahkan oleh *General Manager*.

Dalam struktur organisasi PT. "X" masing-masing wilayah ini dipimpin oleh seorang manajer yang secara struktural bertanggung jawab kepada *General Manager*. Manajer kantor unit pelayanan ini membawahi masing-masing sub unit dengan sebutan supervisor, diantaranya :

1. Unit Pelayanan
 - a. Sub unit pelayanan pelanggan
 - Menerima keluhan pelanggan mengenai permasalahan yang terjadi pada kartuHALO dan simpatinya baik kartu hilang, rusak atau

penambahan memory maupun pengajuan persyaratan sebagai pelanggan baru.

- Memberi penjelasan mengenai kartuHALO dan Simpati berikut tarif yang diberlakukan pada kedua produk tersebut.

b. Sub unit penjualan

- Menjual produk-produk PT."X" berupa pasang baru kartuHALO, migrasi (pertukaran status dari prabayar ke pasca bayar), voucher simpati serta kartu simpati.
- Menjaga tingkat ketersediaan produk kartu yang telah didistribusi oleh bagian inventory.

2. Unit Keuangan

a. Sub unit keuangan

- Melaksanakan kegiatan verifikasi penerimaan dan pengeluaran keuangan
- Melaksanakan kegiatan distribusi dan monitoring kwitansi penagihan dan administrasi pendapatan
- Menyusun rencana anggaran pendapatan dan biaya serta melakukan kegiatan akuntansi
- Memberikan laporan secara berkala maupun insidentil kepada Manajer pelayanan

b. Sub unit Administrasi

- Melaksanakan kegiatan administrasi perkantoran, sumber daya manusia serta kesekretariatan.
- Merencanakan dan melaksanakan kegiatan pengelolaan sarana kantor, keamanan dan kendaraan bermotor.
- Memberikan laporan secara berkala maupun insidentil kepada manajer pelayanan

c. Sub unit Inventory

Merencanakan dan melaksanakan kegiatan logistik berupa :

- Membuat *Replesment Order* (pengajuan permintaan barang)
- Melakukan *Receiving* (penerimaan barang)
- Melakukan stok transfer ke gudang *Customer Service*
- Menjaga stok kartu, agar tidak terjadi stokout di gudang

- Membuat laporan harian dan bulanan secara berkala maupun insidental kepada manajer
- Laporan stok opname perakhir tahun

Manajemen PT “X” berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, menawarkan yang terbaik dalam aspek kualitas jaringan dan pelayanan. Dewan Komisaris dan dewan direktur terpisah dan tidak bisa satu individu menjadi kedua anggota dewan tersebut.

Anggota dari dewan komisaris dan dewan direktur dipilih oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). PT.”X” berhak memberikan empat calon komisaris, dan tiga direktur dimana *Singtel Mobile* berhak memberikan dua calon komisaris dan dua direktur.

Dewan Direktur bertugas memimpin dan mengatur organisasi dan mengatur asset PT.”X”, dewan direktur yang terdiri dari empat direktur dan presiden direktur, bertanggung jawab terhadap manajemen PT.”X” dibawah pengawasan Dewan Komisaris.

Setelah mengalami beberapa kali melakukan perubahan struktur organisasi, maka sesuai dengan keputusan direktur PT.”X”, pada Januari 2001 dilakukan pengelompokkan aktivitas di dalam proses dan subproses bisnis yang dilakukan berdasarkan kesamaan kompetensi dan lingkup pekerjaan membentuk bagan organisasi kantor pusat yang terdiri atas : Dewan Direksi (*Board of Directors*) dengan anggota dewan yaitu Direktur Utama (*President Director*), Direktur perencanaan dan pengembangan (*Planning & Development Director*), Direktur keuangan & SDM (*Financial & HRD Director*) dan Direktur pemasaran & penjualan (*Marketing & Sales Director*).Dapat dilihat pada lembar **Lampiran**.

Management Struktur Organisasi PT “X”, dalam penelitian ini adalah Departemen *Customer Service* yang ada di PT “X” yang dapat dilihat pada lembar **Lampiran**.

Kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh divisi dimonitor sepenuhnya oleh PT “X” melalui penyampaian laporan-laporan, sehingga dapat dilakukan pengidentifikasian dan pendataan semua masalah yang mungkin dihadapi. Untuk selanjutnya dapat diajukan suatu cara pemecahan atau perbaikan terhadap masalah tersebut dengan cara yang tepat.

Kegiatan sosialisasi mengenai sistem manajemen perusahaan kepada seluruh karyawan, termasuk di dalamnya sasaran mutu, prosedur operasional, instruksi kerja, format standar, prestasi kerja, dan semua hal yang berhubungan dengan sistem manajemen juga dilakukan secara periodik melalui acara *training* dua kali dalam sebulan. Secara umum *training* yang diadakan diantaranya *english clash*, *Flash*, dll dengan durasi 1 jam. Secara khusus AMT adalah *training* sebelum terjun langsung ke pekerjaan di dalam kelas 25 orang. Jumlah Batch 16. Aktifitas dari Jam 09.00 sd 17.00 wib.

G. PT. "X" Peduli

Sebagai bentuk kepedulian kami kepada masyarakat, PT."X" melakukan berbagai kegiatan sosial diantaranya donor darah, program anak asuh, sumbangan ke panti asuhan, panti wreda dan korban bencana alam seperti gempa bumi, banjir dan tsunami.

H. Penghargaan yang diperoleh PT."X"

Tahun 1997 : Sertifikat ISO 9002 untuk *Customer Service Online* (dari TUV rheinland)

Tahun 1999 : *The Best Achieving Customer Satisfaction Toward Service Quality* (dari ICSA Frontier dan majalah SWA)

Tahun 1999 : *The First Indonesian Company to receive the Y2K ISO certification* (dari Sucofindo)

Tahun 2000 : Peringkat ke-9 *The Big 10 leading company in Indonesia* (dalam majalah *Far Eastern Economic Review*).

Total Customer Satisfaction for Simpati pre paid card(dari ICSA Frontier dan majalah SWA)

PT."X" naik 2 peringkat menjadi no.7 *The Big 10 leading company in Indonesia* (dalam majalah *Far Eastern Economic Review*)

Tahun 2001 : *EXEM Champion Award* untuk program *Customer Loyalty* dari komite EXEM Indonesia – *Experiental Marketing and Emotional Branding*)

Tahun 2002 : *Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA Frontier & SWA Magazine)*

The Best Product untuk *SIM card* untuk kartu Halo dan Simpati

Indonesia Best Brand award for kartu pasca bayar kartu Halo dan kartu prabayar Simpati

Tahun 2003 : Sertifikat ISO 9001 : 2000 dari lembaga sertifikasi Internasional RWTU

I. Pelaksanaan pelatihan di PT."X"

Pelaksanaan pelatihan secara keseluruhan di PT."X" terdiri dari *soft skill* (*Achievement Motivation Training*) dan *hard skill* seperti English Class dan ISO. AMT sudah satu tahun dilalui di PT."X". Materi AMT diantaranya pelemparan gelang, siapa saya (ss) dan saya ingin menjadi apa?, permainan bisnis, khasanah reaksi sosial. Metode yang digunakan di AMT yaitu *lecture* atau belajar di kelas seperti kuliah. Instruktur *soft skill* dua orang yaitu konsultan dari Sartono Mukadis, psikolog lulusan S1 psikologi yang bekerja di pemda DKI.

Jadwal pelatihan AMT yaitu dua minggu sebelum bekerja di PT."X" *soft skill* seminggu dan *hard skill* yang diadakan dua minggu sekali. Peserta yaitu calon pegawai yang telah lulus *interview* awal di *telephone*, psikotest, wawancara dengan *user*, test kesehatan *Batch* 4 tujuh belas (17) orang, *Batch* 5 enam belas (16) orang, *Batch* 6 empat belas (14) orang, dan *Batch* 7 tiga belas (13) orang.

Pelatihan AMT pada PT."X" dalam tulisan ini merupakan pelatihan bagi karyawan di divisi *Customer Service* bagian *Call Centre*. PT."X" menganggap bahwa salah satu kunci terpenting bagi keberhasilan bisnis yang di bangun adalah *Customer Service* (layanan pelanggan). Secara logika, pelanggan ingin dilayani dengan baik dan lebih senang berbisnis dengan orang yang mereka sukai. Karena itu jika ingin sukses dalam berbisnis, senangkanlah pelanggan.

Berikanlah senyuman. Senyum kelihatannya sederhana, tetapi sangat penting. Sungguh tidak menyenangkan misalnya seorang masuk ke toko atau kantor, hanya untuk menerima pandangan kosong, bukannya senyuman dari *Customer Service*.

Customer Service sudah enggan memberikan senyuman kepadanya karena sudah tersenyum kepada puluhan pelanggan lain sebelumnya. Tetapi pertimbangkanlah, bagaimana jika calon pembeli atau pelanggan tersebut justru baru pertama kali masuk ke toko atau kantor?

Anggaplah pelanggan yang akan dilayani adalah diri sendiri. Ketika pelanggan membutuhkan pertolongan, anggap saja ada yang membutuhkannya. Bagaimana cara

pelanggan mau dilayani? Apa yang membuat senang? Tempatkan selalu diri di posisi pelanggan supaya lebih peduli.

Ulangi permintaan pelanggan. *Customer Service* dapat mengatakan "Apakah benar Bapak/Ibu membutuhkan....." atau " Saya ulangi, Bapak/Ibu me mesan...?" Tindakan sederhana ini menunjukkan bahwa *Customer Service* mau meyakinkan tidak ada kesalahan, melayani sebaik-baiknya, dan sudah mengerti permintaannya.

Mengenai pembicaraan telepon dengan pelanggan, jangan sampai membaca hal-hal yang tidak ada hubungannya dengan permasalahan yang sedang dibicarakan. Berikanlah kesan positif buat pelanggan dengan mengecek sekali lagi. Hal itu akan menyenangkan pelanggan karena berusaha untuk mengecek ulang. Pelanggan hanya ingin diyakinkan bahwa benar-benar menc oba yang terbaik untuk melayaninya.

