BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Penulis melaksanakan kerja praktek PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada unit Divisi Customer Service area Bandung Barat dan terfokus pada Promo Speedy.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Teknis pelaksanaan kerja praktek yang telah dilakukan oleh penulis pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada Divisi Customer Service area Bandung Barat sejak tanggal 1 Juli 2011 sampai dengan tanggal 30 Juli 2011. Dalam pelaksanaannya, penulis secara langsung mempelajari dan mengamati tentang Speedy, serta mempraktekkannya secara langsung pada bagian Divisi Customer Service. Sebelum pelaksanaan kerja praktek, penulis terlebih dahulu diberikan pengarahan dan penjelasan mengenai tugas-tugas yang harus dikerjakan

Adapun teknis kegiatan yang penulis lakukan selama melakukan kerja praktek adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan lingkungan kerja di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada Divisi Customer Service area Bandung Barat
2. Perkenalan dengan staff dan karyawan yang ada di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada unit Divisi Customer Service area Bandung Barat.

3. Pengarahan dan penjelasan dari pembimbing kerja praktek mengenai dan pengenalan struktur organisasi bagian unit penjualan di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada Divisi Customer Service area Bandung Barat
4. Pemahaman teori dasar mengenai pedoman pelaksanaan promo speedy pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada unit Divisi Customer Service area Bandung Barat.
5. Melakukan ADO,Door To Door,Open Table,dll pada area Bandung Barat.
6. Melakukan pencatatan / laporan hasil ADO pada area Bandung Barat

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

Pembimbing perusahaan memberikan data pelanggan area Cimahi kepada penulis dimana data tersebut adalah data pelanggan yang telah memasang jaringan telepon di rumah atau di tempat bisnis konsumen, baik pengguna lama maupun yang masih baru pasang. Data yang diberikan merupakan tugas dari pembimbing perusahaan untuk menelepon pelanggan dengan tujuan konfirmasi jaringan telepon dan menawarkan pemasangan speedy.

1. **Menelepon Pelanggan dan Promosi Internet Speedy (*Outbound Call*)**

   Outbound Call merupakan salah satu strategi dalam memasarkan speedy dengan cara menelepon pelanggan untuk konfirmasi jaringan telepon dan tujuan utamanya adalah menawarkan pemasangan speedy. Di sini penulis harus menghubungi satu persatu pelanggan TELKOM area Cimahi via telepon. Selama melaksanakan magang, penulis melakukan *Outbound* Call sebanyak 14 kali dan 5 kali mendapatkan pelanggan yang ingin melakukan pemasangan speedy, tetapi hanya 3 konsumen yang benar-benar pasang speedy dan mendapat persetujuan dari pihak perusahaan setelah melakukan survei lokasi, untuk 2 konsumen lainnya masih ragu. Ada banyak pelajaran yang diambil oleh penulis ketika menghubungi pelanggan kita harus benar-benar berhati-hati baik itu saat mengucapkan salam maupun waktu yang tepat untuk menghubungi. Strategi pemasaran *Outbound Call* ini merupakan strategi yang cukup efektif, tetapi dibatasi oleh waktu dari konsumen itu sendiri dan banyaknya pertanyaan dari para konsumen dimana untuk melakukan penjelasannya butuh tatap muka dengan konsumen.

2. **Penginputan Data Pelanggan PSB**

   Penulis diminta untuk memasukkan data pelanggan yang ingin melakukan pemasangan sambungan telekomunikasi (PSB) baik telepon rumah ataupun Speedy ke dalam sistem I-SISKA. I-Siska (Sistem Informasi Kastamer) suatu aplikasi yang berfungsi untuk mengelola data-data yang ada mulai dari

jaringan, data pelanggan, data *service level guaranty for customer* (Segmentasi layanan), dan data abonemen pelanggan. SISKA adalah sebuah aplikasi internal telkom yang mengelola data pelanggan dengan sekuritas dan akurasi data yang tinggi, sementara mereka yang berhak untuk mengakses data-data SISKA hanya dikhususkan untuk Karyawan TELKOM. Biasanya tiap karyawan mempunyai password untuk mengakses sistem I-SISKA.

Dalam penginputan speedy pelanggan yang ingin berlangganan speedy di rumah atau pasang baru diperlukan beberapa data yang harus ada, yaitu apabila mendaftarkan pelanggan dengan menawarkan speedy melalui telepon maka data yang diperlukan adalah Nomor telepon, Nama pelanggan, Contact person, dan Tele/oso, sedangkan apabila pelanggan langsung datang ke plasa maka pelanggan harus mengisi formulir, memberikan foto copy KTP atau identitas lainnya, dan menandatangani perjanjian untuk pemasangan speedy selama 3 bulan tersebut.

3. Keadaan Sales Speedy Area Cimahi

Pembimbing perusahaan menceritakan bahwa keadaan *sales* speedy area Cimahi mengalami penurunan selama pertengahan tahun 2011. Target *sales* yang tidak terpenuhi tiap bulannya membuat keadaan *sales* jatuh dan pendapatan perusahaan menjadi turun. Ini disebabkan karena menjamurnya persaingan di dunia teknologi internet yang memiliki kelebihan tersendiri. Kebanyakan orang saat ini lebih suka yang *simple* seperti bisa mengakses

internet dimana-mana dengan menggunakan laptop. Selain itu banyaknya komplain dari pelanggan tentang speedy bahwa jaringannya lambat dan sering gangguan. Speedy tentunya memikirkan cara untuk merebut kembali pelanggan dengan membuat strategi baru. Kita ketahui bahwa speedy merupakan internet yang menggunakan modem kabel atau wireless, tetapi kini speedy mengeluarkan produk baru yang bekerjasama dengan Telkomsel dalam inovasi baru dunia internet, yang diberi nama Speedy Flash. Dengan cara ini memungkinkan sales meningkat dan target terpenuhi.

- **Data Target Sales Periode Januari 2011-September 2011**

AREA	**SALES SPEEDY 2011**									
	TOTAL	**JAN**	**FEB**	**MAR**	**APR**	**MEI**	**JUN**	**JUL**	**AUG**	**SEPT**
CMI	**3436**	**393**	**295**	**393**	**393**	**491**	**442**	**442**	**295**	**295**
CMI	2796	320	240	320	319	399	359	359	240	240
NJG	640	73	55	73	73	92	82	82	55	55

(Sumber: Dokumentasi Plasa Telkom Cimahi)

Dari data di atas, dapat dijelaskan bahwa sales speedy tahun 2011 periode bulan Januari-September mengalami kenaikan dan penurunan. Pada saat bulan Mei, penjualan naik drastis dari bulan sebelumnya dan kemudian bulan Juni-Juli mengalami penurunan yang tidak seberapa. Akan tetapi, ternyata pada bulan Agustus-September mengalami penurunan yang drastis sekitar 60% dari bulan-bulan

sebelumnya. Dari informasi yang ada di perusahaan, bahwa kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun selalu mengalami perubahan.

4. **Kompetitor Telkom Speedy**

   Semakin maraknya persaingan teknologi internet dan semakin canggihnya perkembangan teknologi dewasa ini, perusahaan jaringan internet mengalami persaingan yang sangat ketat. Akan tetapi, setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran sendiri dan teknologi jaringan yang digunakan setiap perusahaan itu berbeda, baik cara akses maupun perangkat yang digunakan. Kompetitor Telkom Speedy terdiri dari NusaNet, XL, Smart, StarOne, 3, Flexi Net, Telkomsel Flash, Indosatm2, Axis, dan AHA.

5. **Ikut Serta Dalam *Door to Door* Area Cimahi**

   Strategi pemasaran speedy lainnya adalah *Door to Door*, dimana penulis berkunjung dari rumah ke rumah untuk menawarkan speedy dengan menyebarkan brosur, baik bertemu langsung dengan yang punya rumah maupun hanya menaruh di depan rumah masyarakat sekitar. Pada saat magang, penulis telah dua kali ikut serta dalam *Door to Door* dimana yang pertama di daerah Marga Asih dan yang kedua di daerah Gado Bangkong Cimahi (Sekitar PT. Ultra Jaya). *Door to Door* ini memberikan pengalaman tersendiri dimana kita harus percaya diri dalam berucap dan bersikap untuk menarik masyarakat sekitar agar mau membeli produk yang ditwarkan.

Stretegi pemasaran ini merupakan strategi yang efektif dan efisien karena bertemu langsung dengan konsumen dan lebih leluasa dalam melakukan tanya-jawab. Akan tetapi, strategi ini tidak selamanya efektif disebabkan tidak bisanya mempraktekkan produk yang ditawarkan karena dalam strategi ini tujuannya hanyalah menyebarkan brosur dan mensurvei lokasi target penjualan speedy.

6. Ikut Serta dalam *Open Table* Area Cimahi

Open Table juga merupakan strategi pemasaran speedy, dimana penulis bersama rekan-rekan speedy lainnya yang bertugas membuka *stand* di daerah terbuka dan strategis yang banyak penduduknya dan rame. Misalnya saja saat itu melakukan *open table* di depan Masjid Agung Cimahi pada hari Jum'at. Dimana penulis menyebarkan brosur pada saat kaum laki-laki selesai melaksanakan sholat Jum'at dan tidak hanya itu, di dekat Masjid tersebut terdapat sekolah SD dimana para orang tua murid menunggu anaknya pulang sekolah dan saat itulah kesempatannya untuk menawarkan speedy. *Open Table* memberikan pengalaman atau kesan yang tidak jauh berbeda dengan *Door to Door*. Stretegi pemasaran ini merupakan strategi yang efektif dan efisien karena bertemu langsung dengan konsumen dan lebih leluasa dalam melakukan tanya-jawab, serta mempraktekkan langsung produk yang ditawarkan.

7. Pengarahan Analisis Daerah Operasi (ADO) dan Pembagian Tugas

Pembimbing perusahaan memberikan tugas lain, yaitu Analisis Daerah Operasi (ADO). Sebelum memberikan tugas kepada penulis, pembimbing perusahaan menjelaskan tentang ADO. Analisis Daerah Operasi (ADO) adalah meneliti daerah operasi TELKOM yang menjadi potensi pemasangan speedy dengan melakukan survei langsung ke lapangan. Survei ini bertujuan mengecek potensi RK (Rumah Kabel) untuk memastikan jaringan ada atau tidak. Sehingga dapat diketahui apakah daerah tersebut dapat dilakukan pemasangan speedy atau tidak.

RK (Rumah Kabel) adalah sebuah unit terminal kabel atau kotak persegiempat yang berinisial TELKOM yang merupakan titik terminal kabel primer bagian ekor dan kabel sekunder bagian kepala dari titik terminasi *Distribution Point* (DP) yang disatunya. *Distribution Point* (DP) adalah titik pembagian jaringan telekomunikasi ke rumah-rumah pelanggan, dimana pada terminal masuk diterminasikan kabel satu (dari kabel sekunder atau kabel primer), sedangkan pada terminal keluar dihubungkan saluran penanggal atau saluran distribusi ke rumah pelanggan. DP ini berpusat pada PCP (*Primary Cross Point*) dimana PCP merupakan terminal dari DP yang dihubungkan dari STO (Sentral Telepon Otomat) yaitu pusat jaringan telekomunikasi.

Setelah pembimbing perusahaan menjelaskan tentang ADO, kemudian penulis diberi data potensi dan alamat DP area Cimahi, peta daerah uang akan disurvei, pembekalan GPS untuk menentukan titik koordinat. Penulis

ditugaskan untuk membuat laporan analisis daerah operasi yang telah disurvei apa saja yang menjadi potensi-potensi untuk kelayakan pemasangan speedy sehingga dapat menjadi target penjualan.

8. Tugas Survei Lokasi ADO

Tugas ini dimana penulis terjun langsung ke lapangan untuk mencari PCP terlebih dahulu dan kemudian PCP tersebut dicek, difoto, dan tentukan titik koordinat letak PCP. Setelah itu, mencari DP dari tiap-tiap alamat yang ada di data dan kemudian DP tersebut dicek, difoto, dan tentukan titik koordinat letak DP tersebut. Tidak hanya itu, penulis juga harus melihat potensi-potensi daerah dimana letak DP tersebut apakah strategis atau tidak. Misalnya, ketersediaan sarana pendidikan atau lingkungan yang mayoritas tempat bisnis.

9. Menyusun Data Hasil Survei dan Menyelesaikan Tugas ADO

Setelah melakukan survei, penulis harus membuat laporan hasil survei dengan mendeskripsikan letak PCP, potensi target pemasangan, usulan produk yang ditawarkan, serta mencantumkan hasil-hasil foto saat survei. Tidak hanya itu, penulis juga harus membuat sebuah peta dari hasil survei tersebut yang telah diketahui titik koordinatnya dan diinput di program *Google Earth* yang telah tersambung dengan data-data hasil survei lainnya yang dikerjakan oleh rekan-rekan lain. Sebelum diinput, kita perlu menghitung titik koordinat agar tidak terjadi kesalahan titik koordinat (data akurat). Biasanya, perhitungan titik

koordinat menggunakan GPS tidak akan tepat bila diinput ke *Google Earth*. Oleh karena itu, perlu dihitung dengan rumus (60/1000)x(3 Digit garis belakang). Misal, garis lintang S 06º.52.689’ di GPS maka perhitungannya adalah (60/1000)x689 = 56,16 sehingga di *Google Earth* 06º.52’56.16”.

10. Pelaporan, Pemeriksaan, Persetujuan, dan Presentasi Tugas ADO

Setelah penulis menyelesaikan tugas dan melakukan pengecekan kembali penulis menyerahkan hasil tugas ADO kepada pembimbing perusahaan untuk dilakukan pemeriksaan dan kemudian dilakukan persetujuan hasil tugas ADO oleh pembimbing perusahaan. Tidak hanya itu, setelah adanya persetujuan hasil tugas ADO kemudian dipresentasikan ke pembimbing perusahaan guna menguji kemampuan yang dimiliki oleh penulis selama menjalankan dan menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pembimbing perusahaan.