BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya kemajuan IPTEK di era globalisasi seperti sekarang ini, apalagi menghadapi pasar bebas, banyak competitor yang bergerak dibidang telekomunkasi, kualitas jasa pelayanan terhadap harus ditata dengan matang dan serius pada setiap perusaahaan. Dalam bidang pemasaran pengembangan produkjasa pada dasarnya bersifat intangible (yang tidak tertangkap oleh panca indera) dan membuat jasa menjadi tangible. Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar menarik pelanggan (Harry A.P Sitaniapessy, 2009:1), (Porter, 1994) sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa adanya pelanggaran. Agar dapat bersaing kita harus mengetahui akan kebutuhan konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat bertahan dan bersaing didunia bisnisnya. Salah satu bentuk usaha yang dapat dilakukan agar mampu bersaing adalah dengan menerapkan suatu penempatan antara produk yang paling penting dari pelayanan suatu perusahaan dengan perusahaan lain. Dengan melakukan penempatan kualitas pelayanan yang bersifat jasa, suatu pelayanan yang baik akan memebentuk citra perusahaan dibenak konsumen.

Masalah kualitas dalam era globalisasi tidak terlepas dari kepuasan konsumen itu sendiri. Kualitas mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti itu memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan konsumennya kepuasan konsumen. Pengalaman menyenangkan dari pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan akan selalu diiingat oleh konsumen, sehingga diharapkan dapat menumbuhkan loyalitas kepada konsumen. Dalam pelayanan, dengan adanya persaingan antar perusahaan telekomunikasi, diperlukan berbagai macam strategi untuk tetap bertahan dalam pasar dan menjaring minat konsumen.

Sebaliknya sebelum menempuh untuk melayani konsumen adanya produk itu sendiri.

Strategi yang dikeluarkan perusahaan telekomunikasi dalam rangka menjaring konsumen berdampak pada kenyamanan yang akan dirasakan masyarakat dari berbagai kalangan untuk menikmati teknologi WireLine (Telepon Kabel) dan Internet (Speedy). Kenyamanan tersebut antara lain murahnya pembayaran Wire Line (Telepon Kabel) dibandingkan dengan produk pascabayar lainnya dan terjangkau dari berbagai kalangan masyarakat dan penambahan fasilitas yang mengutamakan Wire Line (telepon kabel) seperti Speedy (Jaringan internet yang menggunakan jaringan Wire Line) yang menjadi satu alasan bahwa Wire Line (telepon kabel) masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan menjadi nilai tambah untuk bersaing dengan produk Non Wire Line (Handphone) dan berbagai produk yang sangat mobile pada masa sekarang ini, bila produk kita tidak dikenal dan menjadi kuno oleh masyarakat kemungkinan pula tak ada pelanggan (Harry A.P Sitaniapessy, 2009:1), (Porter, 1994).

Memperhatikan dalam menambah layanan / fitur-fitur untuk membuat konsumen puas, saling memberikan layanan dan bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen agar produknya laku. Dengan semakin produk dirasakan, kemungkinan untuk konsumen medapatkan pelayanan sangat diperlukan pula, dengan begitu pelayanan yang harus diperhatikan juga.

PT. TELKOM adalah salah satu perusahaan nasional yang sudah terjun ke masyarakat luas dan bernaung di bawah departemen perhubungan. PT. TELKOM sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi, yang mempunyai misi " Berorientasi pada kepuasan pelanggan, karyawan, dan lingkungan perusahaan". Serta mempunyai misi visi " *To Brcome a Dominant InfoCom Player in The Region*" yaitu perusahaan bertarap internasional dalam telekomunikasi informasi serta menjadi *leader* di Indonesia dengan layanan berskala global. Hal ini ditujukan agar para pengguna jasa

mendapatkan kelancaran dalam melakukan hubungna komunikasi dengan menggunakan teknologi modern.

Dalam memberikan pelayanan PT. TELKOM mengusung *Accessibility, Process, People & Complaint Handling.* Sehingga untuk memudahkan para pelanggan untuk menikmati pelayanan di seluruh pelosok khususnya Bandung. PT. TELKOM membuka kantor pelayanan yang disebut Plasa Telkom dengan bertujuan bahwa semua konsumen memudahkan untuk mengakses pelayanan dimanapun yang diberika PT.TELKOM.

Plasa Telkom adalah outlet / tempat pelayanan milik TELKOM yang sepenuhnya dikelola oleh TELKOM dan atau bekerjasama dengan MITRA, disediakan untuk melayani pelanggan / calong pelanggan / pengguna jasa TELKOM dan atau TELKOM group yang ingin dilayani secara langsung (*face to face*) dengan berbagai kemungkinan latar belakang / penyebab, baik mengenai kebutuhan akan segala informasi yang berkaitan dengan produk dan layanan TELKOM, maupun untuk pemenuhan produk itu sendiri dan di dalamnya terdapat perluasan layanan diversifikasi dengan MITRA (vendor terminal, memfasilitasi komunitas dll). Plasa Telkom memberikan pelayanan yang dijanjikan berupa penyelesaian / perbaikan gangguan telepon (GGN), Penyelesaian Pasa Baru Telepon (PSB), Penyelesaian Pasang Kembali (PSK), Penyelesaian Pidah Area (PDA), Penyelesaian Buka Isolir, Penyediaan Komplain Biling. Sedangkan produk yang ditangani oleh Plasa Telkom adalah Telkom Flexi, Speedy, dan *Wire Line*.

Dengan melihat sekarang banyaknya competitor yang bergelut dalam bidang telekomunikasi di Indonesia, bila Telkom *Wire Line* tidak mengetahui atas kebutuhan khalayak ramai, bila perusahaan besar khususnya TELKOM tidak mempunyai strategi komunikasi untuk mendapatkan kepuasan konsumen, bisa-bisa perusahaan ini kalah perang dengan dalam persaingan yang ada di Indonesia, maka dari itu harus dibutuhkan strategi untuk menjadikan pelanggan setia ataupun untuk

mendapatkan pelanggan baru. Sebenarnya dalam hal ini, TELKOM untuk meyakinkan konsumen sangatlah mudah, atas Citra TELKOM yang menjadi leader di Indonesia, akan memberikan produk yang berkualitas dan ditunjang dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas pula. Dari sini saya tertarik untuk mengetahui apa yang dilakukan oleh PT. TELKOM. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui kualitas pelayanan jasa telekomunikasi atau kualitas pelayanan atau *service quality*.

Berdasarkan latar belakang tersebut kami tertarik untuk mengangkat judul tentang :

"**MANAJEMEN DATA PENGARSIPAN PELANGGAN PASANG BARU WIRE LINE & SPEEDY BAGIAN CUSTOMER SERVICE DI PT TELKOM INDONESIA UNIT DATA MANAGEMENT WILAYAH BANDUNG BARAT".**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Seiring dengan kemajuan IPTEK di bidang informasi pelayanan yang begitu pesat sehingga menutup setiap individu dan organisasi untuk terus menggalu lagi keahlian yang lebih maksimal , sehingga bisa terus bersaing pada dunia yang global .

Berdasarkan Latar belakang yang telah diuraikan, dan pengamatan dan analisa mengenai system yang sedang berjalan di DI PT TELKOM INDONESIA UNIT DATA MANAGEMENT WILAYAH BANDUNG BARAT maka kami dapat merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum tertatanya pembukuan / arsip data pelanggan *wire line* dan speedy dengan baik.
2. Sistem pencarian data yang masih tergolong lambat dalam pencariannya.
3. Validasi data yang tergolong lama untuk validnya.

1.2.2. Rumusan Masalah

Ada beberapa permasalahan yang ada, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pembukuan / arsip dapat tertata dengan baik.
2. Bagaimana pencarian dapat dilakukan secara cepat dan tepat.
3. Bagaimana mempercepat waktu dalam validasi data pelanggan *wire line* dan *speedy*.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud yang dicapai dalam pembuatan laporan ini adalah untuk memberikan laporan kepada universitas atas yang telah dilakukan Mahasiswa selama melaksanakan tugas Kerja Praktek dan untuk membuat sistem informasi pengarsipan data pelanggan ditempat Kerja Praktek jauh lebih baik. Adapun tujuannya, yaitu :

1. Dengan Perancangan Sistem Informasi Pengarsipan Data Pelanggan pada bagian Data Management di PT . Telkom Wilayah Bandung Barat diharapkan penelusuran dan pencarian data bisa dilakukan secara cepat dan tepat .
2. Untuk mempercepat waktu dalam validasi data pelanggan *Wire Line* dan Speedy .
3. Mengatasi permasalahan perusahaan seperti dalam hal pencocokan data sehingga jumlah data yang ada pada sebuah database dan Billing Kabinet tidak terjadi duplikasi.

1.4. Batasan Masalah

Untuk mengkaji suatu permasalahan yang di hadapi, dalam hal ini kami membatasi permasalahan yang akan di bahas. Agar pembahasan dan penyusunan dapat di lakukan secara terarah dan tercapai dengan tujuan yang di hadapkan serta untuk menghindari luasnya permasalahan yang terjadi. Maka kami membatasi masalah yang dibahas hanya pada pengarsipan data

pelanggan pasang baru *wire line* dan speedy yang meliputi semua kalangan pemasang baik pribadi maupun bisnis dan mencakup wilayah Buah Batu dan Ciwaruga.

1.5. Lokasi dan Jadwal Kerja Praktek

Kerja praktek dilaksanakan dalam waktu ± 1 bulan, terhitung tanggal 5 Juli sampai dengan 5 Agustus 2010. Dan kerja praktek kami bertempat di PT. TELKOM cabang Buah Batu Unit Management Data jalan Terusan Buah Batu No 33 Bandung.

Table 1. Jadwal Kegiatan Kerja Praktek

No	Aktivitas	Tahun 2010							
		Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengenalan kondisi kerja	■							
2	Pengenalan sistem	■							
3	Pengumpulan data		■	■					
4	Analisis sistem		■	■	■				
5	Penyusunan Laporan			■	■	■			