BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Service Point (SERPO)

SERPO adalah tempat pelayanan bagi calon pelanggan / pelanggan jasa telekomunikasi yang datang, untuk pelayanan pasang baru dan mutasi, pengaduan tagihan jasa telekomunikasi, pengaduan gangguang, infomasi umum dan penyelesaian tunggakan, sedemikian rupa sehingga pelayanan yang dimaksud terlaksana dengan cepat, informative, professional, ramah dan nyaman.

Melihat dari definisinya bisa dikatakan bahwa SERPO adalah tempat pelayanan langsung terhadap para calon pelanggan atau pelanggan.sehingga SERPO merupakan etalase dan cerminan citra perusahaan. Dengan peningkatan pelayanan yang berhubungan langsung dengan pelanggan/pemakai yang dilaksanakan secara efektif akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan pada giliranya dapat menjadikan corporate profit serta meningkatnya citra perusahaan.

2.2 Fungsi dan tugas

1. Memberikan berbagai informasi yang diperlukan oleh masyarakat tentang telekomunikasi dan sistem pengolaanya.
2. Melayani permintaan / pendaftaran jasa telekomunikasi.
3. Melayani pembayaran berbagai penjualan / pelayanan jasa telekomunikasi.
4. Melayani klaim dari konsumen baik tentang kerusakan, tarif dll.
5. Melayani permintaan pemutusan ikatan dengan pelanggan karena berbagai alasan.

2.3 PROSEDUR PELAYANAN DI SERPO

1. Pelayanan klaim pulsa

Pelanggan suka merasa tidak memakai pulsa sampai sebesar yang dibayarkan pada saat pembayaran rekening telepon. Hal ini menyebabkan perbedaan pendapat antara pihak pelanggan dengan pihak perusahaan. sehingga pelanggan mengajukan klaim tarif. Penyebab dari perbedaan ini bisa disebabkan dari kesalahan pelanggan ataupun dari pihak perusahaan sendiri. Dari pihak pelanggan biasanya banyak terjadi karena pelangan merasa tidak memakai sampai sebanyak itu hal itu disebabkan biasanya anaknya atau saudaranya yang menggunakan telepon tanpa pengetahuannya. Kalau kesalahan yang dibuat oleh perusahaan biasanya terjadi pada saat adanya galian kabel, pada saat menyambung kembali kabel ada yang salah menyambung. Hal itu dapat menyebabkan kesalahan.

Untuk menangani hal-hal diatas maka SERPO memberikan pelayanan kepada pelanggan yang mengajukan klaim pulsa. Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

a. Pelanggan yang mengajukan klaim mengisi fomulir surat Pengaduan Tagihan Jasa Telekomunikasi.
b. Setelah mengisi surat Pengaduan Tagihan Jasa Telekomunikasi SERPO lalu memberikan surat balasan. Surat balasan ini ada dua macam: surat balasan bagi yang sudah membayar dan surat balasan bagi yang belum membayar. Bagi yang belum membayar maka diharuskan dulu melunasi tagihan sementara selambat-lambatnya sesudah tiga hari surat ini diterima.

c. Servo mengirimkan surat kebagian Sentral untuk melakukan pemeriksaan teknisi / non teknisi terhadap klaim yang diajukan oleh pelanggan.

d. Di sentral dilakukan pemeriksaan diantaranya:

1) Pemeriksaaan bidang jarlokat.

2) Pemerikasaan bidang jarlokar.

3) Pemeriksaan bidang sentral.

4) Pelacakan / inverstigasi pembicaraan.

e. Setelah proses pemeriksaan selesai maka akan menyimpulkan hasil pemeriksaannya.

f. Apabila dari hasil pemeriksaan sesuai maka klaim ditolak dan akan mengirimkan sutat penolakan klaim, apabila sesudah diperiksa ternyata terjadi kesalahan maka akan mengirimkan surat klaim diterima dan mengembalikan uang lebih yang sudah dibayar.

2. Prosedur Penanganan Permintaan Pemasangan/Mutasi Sambungan Telekomunikasi:

a. Konsumen mengisi fomulir surat Pemasangan/Mutasi Sambungan Telekomunikas dan menyerahkan Foto kopi KTP sebanyak Untuk pemasangan baru isi kolom pemasangan baru, untuk mutasi isi kolom mutasi.

b. Dari SERPO diberikan ke Bagian Sentral. Di Bagain Sentral akan ditangani, untuk pemasangan baru kalau tidak ada jaringan akan memberitahukan ke SERPO.

2.4 Pengertian Jasa

Jasa adalah kegiatan atau manfaat (benefit) yang dapat ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lainnya, bentuknya tidak berwujud, tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu. Produksinya bisa berkaitan dengan suatu fisik (barang) tertentu atau terlepas sama sekali.

1 Karakteristik produk jasa

Produk jasa memiliki kerakteristik yang berbeda dengan barang, diantaranya adalah:

a Tidak berwujud (intangibility)

Jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Aspek kebutuhan yang dipenuhi oleh konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.

b Tidak dapat disimpan (unstorability)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan.

2 Serentak dalam produksi dan konsumsi (inseparability)

Jasa biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika barang diproduksi dulu baru dijual, maka jasa umumya diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan.

a.Tidak standar (non standardized atau variability)

Kualitas jasa sulit utnuk distandarisasikan karena sangat dipengaruhi oleh pemberi dan pengguna jasanya.

b.Costumization

Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan. Misalnya pada jasa asuransi, kesehatan, perbankan dll.

3 Empat katagori penawaran produk jasa

a. Barang murni berwujud, seperti : sabun, pasta gigi, garam dll. Tidak ada jasa yang menyertai produk.

b. Barang berwujud dengan jasa yang menyertainya untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Contoh: TV dengan garansi.

c. Jasa utama yang disertai barang dan pelayana yang minor (sedikit). Seperti: jasa penerbangan kelas satu.

d. Jasa murni seperi : jasa telekomunikasi, pengacara, dokter dll.

4 Tingkatan produk jasa

a. Suatu produk jasa yang ditawarkan dapat terdiri dari elemen-elemen:

b.Produk inti (core product) terdiri dari jasa dasar, seperti tempat tidur pada jasa kamar hotel.

c.Produk yang diharapkan (expected prosuct) terdiri dari produk inti bersama pertimbangan keputusan pembelian minimal yang harus dipenuhi, contoh: kamar tidur yang dilengkapi dengan kamar mandi didalam.

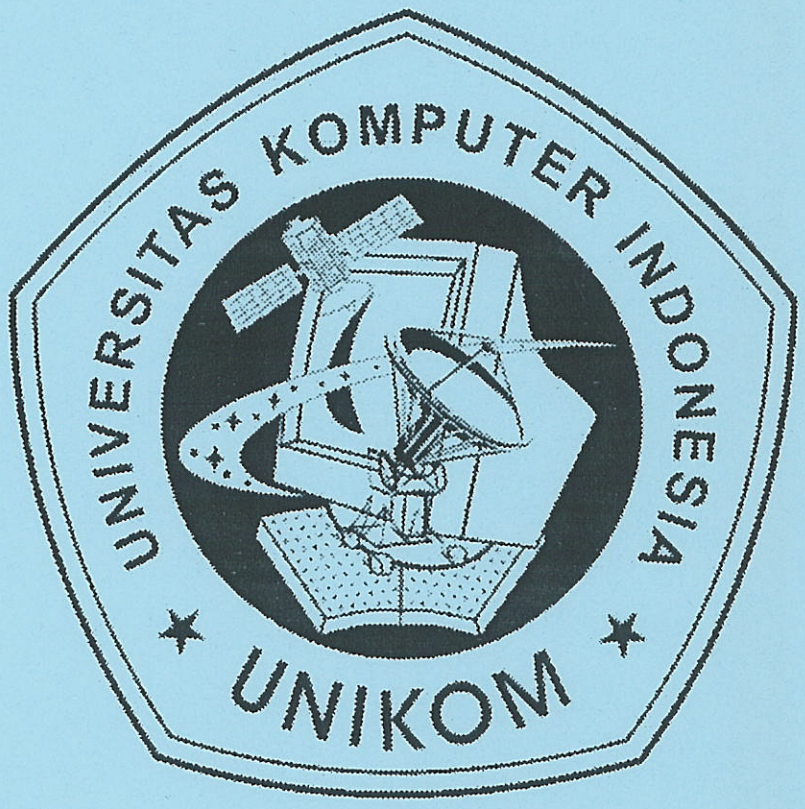
d.Produk tambahan (augmented product). Merupakan jasa atau pelayanan tambahan yang menyertai pembelian dan penggunaan produk. Contoh: pemberian fasilitas air hangat dan makan pagi bagi tamu hotel.

e.Produk potensial (potential product). Tampilan atau manfaat tambahan yang berguna bagi konsumen atau mungkin menambah kepuasan

konsumen. Contoh: kemudahan-kemudahan atau layanan khusus bagi konsumen yang telah menjadi anggota.

2.5 Proses operasi dalam pemasaran jasa

Salah satu karakteristik jasa adalah terdapatnya proses yang bersamaan antara konsumsi dan produksi (inseparable) maka para penyedia jasa harus bisa melayani para konsumen dengan baik sehingga para konsumen merasa puas dengan pelayanan kita. Adapun tujuan dari proses adalah menyediakan fasilitas dan kenyamanan yang akan didapat konsumen setelah membeli produk jasa. Sebagai contoh, konsumen dapat menikmati fasilitas trinada apabila sudah daftar.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM