

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian serta analisis yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa terdapat proses komunikasi dalam melakukan penanganan keluhan pelanggan IndiHome Medan. Proses komunikasi ini diawali dengan adanya penyampaian keluhan oleh pelanggan sebagai komunikator yang akan disampaikan secara langsung ataupun melalui media yang dimiliki oleh IndiHome Medan sebagai pihak komunikan. Media tersebut seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp*, aplikasi *myIndiHome*, *call center* 147. Selain melalui beberapa media tersebut, IndiHome Medan juga memberikan layanan *walk-in*, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhannya secara langsung dengan datang ke Plasa Telkom. Setelah keluhan tersebut disampaikan, pihak IndiHome akan memberikan bentuk penanganan keluhan kepada setiap tim terkait berdasarkan jenis keluhan pelanggan pada saat itu. Terkait penanganan yang diberikan, pelanggan dapat memberikan efek terhadap perusahaan seperti berhenti berlangganan ataupun tetap menggunakan produk serta layanan dari IndiHome Medan.

Peneliti menemukan bahwa IndiHome Medan memiliki dua jenis pelanggan antarlain pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal merupakan pelanggan yang berasal dari internal perusahaan IndiHome Medan. Sementara pelanggan eksternal merupakan pelanggan yang berasal dari luar perusahaan yang tidak memiliki hubungan sama sekali dengan IndiHome Medan.

Oleh karena itu, keluhan yang disampaikan ke IndiHome Medan juga terbagi tiga yaitu, *low complaint*, *medium complaint*, dan *hard complaint*. *Low complaint* merupakan keadaan dimana ketika keluhan tersebut disampaikan oleh pelanggan tanpa disertai dengan perasaan emosi maupun marah-marah. *Medium complaint* merupakan keluhan yang disampaikan pelanggan disertai dengan sedikit perasaan marah namun tidak mendesak. Dan yang terakhir, *hard complaint* adalah pelanggan menyampaikan keluhan tersebut disertai dengan perasaan yang marah serta emosi dan sangat mendesak agar keluhan tersebut dapat diselesaikan segera mungkin. Keluhan pelanggan yang ada di IndiHome biasanya tentang jaringan dan layanan dari IndiHome Medan serta tagihan dari masing-masing pelanggan.

Dalam menangani keluhan pelanggan tersebut, IndiHome Medan memiliki *Standard Operational Procedure* (SOP), baik pelanggan yang mengeluh secara *walk-in* maupun melalui sosial media yang dimiliki oleh IndiHome Medan. Penanganan keluhan pelanggan secara *walk-in* akan ditangani langsung oleh *Customer Service Responsibility* (CSR) dan keluhan melalui media akan langsung diterima oleh tim media sosial IndiHome Medan. Selanjutnya, setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, akan dilakukan pengecekan melalui sistem yang dimiliki oleh IndiHome Medan. Setelah mengkonfirmasi jenis keluhan pelanggan tersebut, IndiHome langsung menghubungi beberapa tim terkait keluhan agar dilakukan penanganan keluhan. Jika keluhan pelanggan mengenai gangguan layanan, maka IndiHome memiliki tim yang disebut dengan *Telkom Access*, jika keluhannya mengenai tiket pelaporan maka akan berhubungan dengan teknisi *assurance*, dan jika berkaitan dengan sistem maka akan dihubungkan dengan tim

Regional Operational Central (ROC). Oleh karena itu, *Customer Service Responsibility (CSR)* yang sedang melayani pelanggan harus memahami keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tersebut

B. Saran

1. Saran Akademis

Penelitian berikutnya diharapkan mengambil topik yang sama agar dapat menambah konsep-konsep yang bertujuan untuk memperkaya penelitian dalam konsep proses komunikasi penanganan keluhan. Peneliti menyarankan mengambil dari perspektif konsumen, yaitu pelanggan IndiHome. Hal tersebut disebabkan pentingnya penanganan keluhan yang baik untuk tetap menjaga *customer experience* yang baik demi reputasi sebuah perusahaan. Dengan demikian, penelitian selanjutnya perlu mengkaji dari segi pelanggan terkait penanganan keluhan yang telah diberikan perusahaan tersebut, yakni IndiHome Medan.

Selain itu, pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari pihak IndiHome sebagai perusahaan yang memberikan penanganan atas keluhan pelanggannya. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti mengharapkan adanya penelitian kuantitatif deskriptif sehingga dapat memperkaya penelitian dan memuat data yang lebih kredibel terkait penanganan keluhan pelanggan dari kedua belah pihak yang terlibat.

Proses komunikasi penanganan keluhan pelanggan yang terdapat di IndiHome Medan sudah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan SOP yang terdapat di perusahaan. Penanganan keluhan tersebut dilakukan demi mencapai *customer experience* yang baik sehingga pelanggan tetap percaya dan menggunakan produk dan layanan IndiHome. Dalam melakukan penanganan, IndiHome Medan juga memberlakukan target dalam penanganan atas keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Namun, target tersebut belum dapat mengatasi seluruh keluhan yang telah disampaikan oleh pelanggan akan *sold* sesuai yang telah diatur sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar IndiHome Medan dapat memperhatikan keluhan dari sosial media yang paling sering tidak *sold*, seperti tidak membiarkan ataupun menunggu pelanggan tersebut harus datang ke plasa untuk *follow-up* mengenai keluhan yang telah disampaikan tersebut. Selain itu, masih terdapat pelanggan yang memberikan respon seperti berhenti berlangganan produk dan layanan dari IndiHome. Sehingga, disarankan pihak IndiHome agar dapat lebih memperhatikan segala aspek keluhan dan kebutuhan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut agar tidak banyak pelanggan yang memilih untuk berhenti berlangganan dan menggunakan produk serta layanan dari IndiHome.

2. Saran Praktis

Proses komunikasi penanganan keluhan pelanggan yang terdapat di IndiHome Medan sudah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan SOP yang terdapat di perusahaan. Penanganan keluhan tersebut dilakukan demi mencapai

customer experience yang baik sehingga pelanggan tetap percaya dan menggunakan produk dan layanan IndiHome. Dalam melakukan penanganan, IndiHome Medan juga memberlakukan target dalam penanganan atas keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Namun, target tersebut belum dapat mengatasi seluruh keluhan yang telah disampaikan oleh pelanggan akan *sold* sesuai yang telah diatur sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar IndiHome Medan dapat memperhatikan keluhan dari sosial media yang paling sering tidak *sold*, seperti tidak membiarkan ataupun menunggu pelanggan tersebut harus datang ke plasa untuk *follow-up* mengenai keluhan yang telah disampaikan tersebut. Selain itu, masih terdapat pelanggan yang memberikan respon seperti berhenti berlangganan produk dan layanan dari IndiHome. Sehingga, disarankan pihak IndiHome agar dapat lebih memperhatikan segala aspek keluhan dan kebutuhan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut agar tidak banyak pelanggan yang memilih untuk berhenti berlangganan dan menggunakan produk serta layanan dari IndiHome.

DAFTAR PUSTAKA

- Anestia, C. (2015). Raup 1 Juta Pengguna, Telkom Tingkatkan Kualitas Indihome. Diakses pada 15 November 2020 dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/2396212/raup-1-juta-pengguna-telkom-tingkatkan-kualitas-indihome>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th Edition*. New York: Oxford University Press Inc
- Budi, R. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar: Kretakupa Print
- Cai, R., & Chi, C.G. (2018). The Impacts of Complaint Efforts on Customer Satisfaction and Loyalty. *The Service Industries Journal*. Pullman: Routledge. 1-21.
- Conduit, J., Matanda, M.J., & Felix T.M. (2014). Balancing The Act: The Implications of Jointly Pursuing Internal Customer Orientation and External Customer Orientation. *Journal of Marketing Management*. Vol 30(13-14). Australia: Routledge. 1320-1352
- Datta, S. (2016). Customer vs Consumer – A Different Perspective. *International Journal in Management and Social Science*. Vol 4(09). India: Rawal Institute of Management. 109-114.
- Ellyawati, J. (2017). Customers' Response to Service Failure: An Empirical Study on Indonesian Customers. *ASEAN Marketing Journal*. Vol 9(01). Universitas Indonesia. 18-27.
- Hamdani, A. (2020). 11 Provider Internet Kabel di Indonesia dan Tip Memilih yang Tepat. Diakses pada 14 November 2020 dari

<https://id.techinasia.com/inilah-4-provider-internet-broadband-di-indonesia>

- Indriyani, S., & Mardiana, S. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Kepercayaan dan Komitmen Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. Vol 2(01). Lampung: STIE Mitra Lampung. 1-13.
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M.M. (2016). Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumberdaya Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Merekrut Karyawan Baru di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*. Vol 2(02). Semarang: Universitas Pandanaran.
- Lunenburg, F.C. (2010). *Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness*. Communication Schooling. Vol 1(01). Texas: Sam Houston State University. 1-11
- Majava, et al. (2013). Exploring Customer Definition and Representation in Market-Driven NPD in ICT Industry. *International Journal of Bussiness Development and Research*. Vol 1(2). Bangkok: ToKnow Press. 20-39.
- Megawati. (2018). Complaint Handling (Case Study Complaint Handling Strategy Hotel The Rinra Makassar 2018). *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol 7(2). Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar. 249-255.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Prameswari, A.A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Komunikasi Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya. 1-15.
- Pranenda, D.F. (2016). Strategi Penanganan Laporan Keluhan Masyarakat (Studi Deskriptif Tentang Strategi Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Jawa Timur dalam Menangani Laporan Keluhan Masyarakat di Kota Surabaya. *Kebijakan dan Manajemen Publik*. Vol 4(1). Surabaya: Universitas Airlangga. 1-7.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo
- Ramadhan, A. (2020). Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020. Diakses pada 15 November 2020 dari <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. Vol 17(33). Banjarmasin
- Riyanto, A. (2020). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020. Diakses pada 09 November 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Robbins, S.P., Judge, T.A., & Beward, K.E. (2016). *Essentials of Organizational Behaviour*. Canada: Pearson
- Shooshtari, H.N., Stan, S., & Clouse, F.S. (2018). Receiving, Recording, and Responding to Customer Complaints: The Effects of Formalizing Customer Complaint Handling Policies in Retail Firms. *Services Marketing Quarterly*. Montana: Routledge. 1-15

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Venmard, Y., Sutrisno, A., & Neyland, J. (2016). Analisis Keluhan Pelanggan Terhadap Distribusi Minyak Pelumas di Manado. *Jurnal Online Poros Teknik Mesin*. Vol 5(01). Manado: Universitas Sam Ratulangi. 13-21.
- Walter, B., Francis, I., & Stella, C. (2015). Customer Complaint Handling and Relationship Quality: Any Correlation?. *Ilorin Journal of Marketing*. Vol 2(2). Nigeria: University of Port Harcourt. 16-34.

TABEL 1.2

TABEL MATRIKS

Konsep	Sumber Data	Metode Pengambilan Data	Poin Pertanyaan
Pelanggan	Informan dari Indihome Medan, meliputi <i>Manager Customer Care</i> dan <i>Supervisor</i> Plasa Telkom	1. Wawancara mendalam 2. Dokumen atau data internal dari Indihome Medan	1. Apa itu definisi pelanggan menurut Indihome? 2. Siapa aja yang dapat dikatakan pelanggan oleh Indihome? 3. Ada berapa banyak total pelanggan yang mengeluh via sosial media, telepon, dll di Indihome Medan? 4. Berapa jumlah pelanggan internal maupun eksternal di Indihome Medan?

			5. Bagaimana gambaran pelanggan ketika mengeluh melalui sosial media? 6. Bagaimana gambaran ketika pelanggan mengeluh melalui Plasa Telkom atau datang langsung ke Telkom? 7. Apakah selama menyampaikan keluhan pelanggan, ada yang diluar batas seperti marah2, sehingga terkadang keluhan tidak memiliki solusi? 8. Bisakah dijelaskan mengenai ada berapa jenis pelanggan yang terdapat di Indihome Medan? 9. Bagaimana Indihome menanggapi pelanggan yang ketika mengeluh melewati batas?
--	--	--	---

Proses Komunikasi	Informan dari Indihome Medan, meliputi <i>Manager Customer Care</i> dan <i>Supervisor</i> Plasa Telkom	1. Wawancara mendalam 2. Dokumen atau data internal dari Indihome Medan	1. Bagaimana proses komunikasi yang diterapkan oleh Indihome Medan dalam menangani keluhan pelanggan? 2. Media apa yang paling sering digunakan oleh pelanggan dalam menyampaikan keluhan? 3. Apa alasan menggunakan media tersebut? 4. Apakah pelanggan Indihome cukup dalam memanfaatkan media yang telah disediakan dalam menyampaikan keluhan? 5. Apakah Indihome akan selalu memberikan <i>feedback</i> atas keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?
-------------------	--	---	---

			6. Seberapa penting perusahaan memberikan <i>feedback</i> atas keluhan yang disampaikan? 7. Seperti apa contoh <i>feedback</i> yang diberikan Indihome terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan? 8. Apakah pernah Indihome tidak memberikan <i>feedback</i> terhadap keluhan pelanggan? Mengapa? 9. Apakah masih ada pelanggan yang mengeluh mengenai <i>feedback</i> yang diberikan oleh Indihome, seperti kurang memuaskan atau kurang dapat mengatasi keluhan yang disampaikan? 10. Adakah faktor penghambat/<i>noise</i> ketika
--	--	--	--

			pelanggan menyampaikan keluhan terhadap Indihome? Seperti apa? 11. Seperti apa bentuk pesan verbal maupun nonverbal yang diberikan oleh Indihome saat menghadapi keluhan pelanggan?
Keluhan Pelanggan	Informan dari Indihome Medan, meliputi <i>Manager Customer Care</i> dan <i>Supervisor</i> Plasa Telkom	1. Wawancara mendalam 2. Dokumen atau data internal dari Indihome Medan	1. Seberapa sering pihak Indihome Medan menerima keluhan dari pelanggan? 2. Jenis-jenis keluhan yang disampaikan oleh pelanggan terhadap pihak Indihome? 3. Apakah ada pelanggan yang menyampaikan keluhan secara berulang-ulang? 4. Bagaimana reaksi pelanggan setelah mengalami kendala terkait keluhan yang

			disampaikan? Apakah ada yang berhenti menggunakan Indihome? 5. Adakah bentuk keluhan dari pelanggan yang tidak bisa diatasi oleh Indihome? 6. Apakah keluhan pelanggan membawa dampak positif/negatif terhadap perusahaan? Apa itu? 7. Bagaimana dampak dari keluhan pelanggan terhadap perusahaan?
Penanganan Keluhan	Informan dari Indihome Medan, meliputi <i>Manager Customer Care</i> dan <i>Supervisor</i> Plasa Telkom	1. Wawancara mendalam 2. Dokumen atau data internal dari Indihome Medan	1. Bagaimana pihak Indihome Medan menangani keluhan pelanggan yang masuk? 2. Apakah sebelum diberikan penanganan atas keluhan, dilakukan diskusi atau

			langsung melakukan penanganan? 3. Apakah ada SOP dalam penanganan keluhan pelanggan? 4. Selain divisi Customer Care, adakah divisi lain yang biasanya ikut dalam penanganan keluhan pelanggan? 5. Apakah penanganan keluhan pelanggan biasanya dilakukan pada saat setelah keluhan masuk? Kalau iya, mengapa? Kalau tidak, mengapa? 6. Apakah penanganan keluhan pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan?
--	--	--	---

LAMPIRAN
TRANSKRIP WAWANCARA

Keterangan Narasumber 1

Nama : Sondang M Panjaitan
Jabatan : *Manager Customer Care*
Tanggal Wawancara : 17 Maret 2021
Tempat Wawancara : *Zoom Meeting*

Keterangan Transkrip Wawancara

P : Pewawancara

N1 : Narasumber Pertama

P : Selamat pagi Bu, sebelumnya terimakasih atas waktu dan kesempatan yang diberikan. Sebelumnya perkenalkan, Bu. Saya Clara Ariyanti mahasiswa Universitas Atmajaya yang mengambil topik skripsi mengenai keluhan pelanggan yang ada di Medan. Sebelum kita memulai wawancara, boleh perkenalan dulu Bu.

N1 : Selamat pagi Clara, saya Sondang Panjaitan selaku *Manager Customer Care*.

P : Jadi skripsi saya kan topiknya tentang keluhan pelanggan yang ada di IndiHome , nih, Bu.. Saya mau nanya Bu, ada berapa total pelanggan yang mengeluh via sosial media dan telepon di Indihome Medan?

N1 : Kalo dikita itu kan keluhan itu banyak sebabnya. Ada yang namanya *walk-in*. Jadi, *walk-in* itu dimana pelanggan itu datang ke plasa. Jadi, di Medan itu ada 5 plasa. Terus, ada yang namanya *phone-in*. Jadi, pelanggan itu telepon ke 147. Terus, ada yang namanya *web-in*, dimana pelanggan tersebut komplain di media massa maupun media sosial. Jadi, ya macam-macam ya sumber keluhan pelanggan. Tapi, kalau misalnya kaya yang di plasa itu memang sangat bervariasi, ya. Jadi rata-rata kunjungan di Plasa total yang di Medan itu ada sekitar hariannya itu lebih kurang mungkin 400 kunjungan. Tapi kan dia dari sekian banyak kunjungan memang kan tujuannya macam-macam tuh.. Ada yang memang komplain murni, ada yang hanya cari informasi, ada yang dia misalnya mau melakukan pasang baru. Tapi memang, biasanya kalau dilihat dari bobot itu lebih banyak yang komplain bisa sekitar 70% lah. Kalau pasang baru kan kebetulan kita punya tim *sales* ya seperti Pak Rusdi kemarin yah...

P : Nah itukan yang kunjungan langsung, Bu. Kalau seandainya pelanggan yang mengeluh melalui telepon, sosial media ada gak datanya kira-kira berapa yang mengeluh Bu?

N1 : Kalau jumlah aslinya kan bervariasi yah.. Cuma emang kalau di media sosial sekitar lebih kurang ada 100 tiket. Tapi kan tiket itu kan tidak seluruhnya masalahnya komplain ya. Jadi mungkin komplainnya itu berkisar antara 60-70%.

P : Kalau tiket itu berarti ngeluhnya melalui telepon ya bu?

N1 : Bisa telepon, bisa melalui media massa, media sosial..

P : Itu perhari nya ya Bu ya?

N1 : Betul, itu perhari nyaa...

P : Terus saya mau nanya nih Bu, gimana sih Bu gambaran pelanggan ketika mengeluh melalui sosial media?

N1 : Jadi gini kalau sebenarnya yah, jenis komplain pelanggan itu ada pelanggan yang masih belum berlangganan. Dia mau pasang baru nih.. Biasanya kan kalo di kita semua pelanggan yang mau pasang baru harus di input dulu di sistem biar kita bisa cek ada tidaknya alat produksi dan melihat bisa tidak permintaannya dilayani. Selama inikan, asumsi dari pelanggan bahwa "ya saya maunya kalau saya pasang baru ya harus bisa dilayani dong". Sementara, Telkom kan tidak seperti itu, ya. Kalau produk yang lainnya mungkin boleh lah ya. Tapi kan Telkom harus memang ada jaringan, ada *tools*, bisa dilayani, baru kita bisa pasang agar dia bisa berlangganan. Kadang, kalau kita sendiri belum bisa dilayani itu dikarenakan ada beberapa kriteria. Jadi, kalau di kita itu apakah dia masuk ke PT 1, PT 2, PT 3. Istilahnya pembangunan tambahan. Jadi, kalau dia PT 1 berarti mungkin di sekitar sana sudah ada, jadi tinggal tarik kabel, nambahnya itu gak perlu banyak. Tapi, kalau memang dia tidak ada apro berarti kan kita harus membangun nih. Kalau untuk membangun kan panjang nih ceritanya. Nah, biasanya pelanggan itu kadang tidak sabar. Karena itu, dia kadang suka mengeluh nih di medsos kaya "saya mau pasang baru tapi berbulan-bulan tidak dilayani". Padahal sebenarnya bukan tidak

dilayani, tapi karena memang alat produksi kita belum sampai disitu. Kalau memang ada pasti akan kita layani. Nah kalau hal seperti itu, kadang kita gatau penyebabnya apa, terdesak karena kebutuhankah atau kesalahan di *sales* nya yang kurang menjelaskan bahwa sebelum memasang harus di input dulu dan dicek dulu di sistem. Kalau bisa dilayani, dalam waktu 7 hari dia sudah akan terpasang, tetapi kalau tidak bisa dilayani mungkin butuh waktu. Mungkin kalau itu *clear* di awal, komplain tadi itu bisa tidak muncul. Kalau pelanggan yang sudah berlangganan tapi baru pasang barangkali teman-teman dari *sales* memberikan informasi yang kurang lengkap. Sehingga, ketika sudah dipasang biasanya muncul tuh *billing*-nya. Lalu, komplain lah dia masalah *billing*. Tapi, kalau diawal itu *clear* barangkali itu tidak akan jadi komplain. Secara sistem sebenarnya kita sudah terpolat dan lurus, hanya aja terkadang informasi tersebut yang tidak *clear* diawal mengakibatkan *missunderstanding*.

P : Nah tadikan Ibu itu lebih menjelaskan lebih ke pelanggan yang mungkin mau berlangganan dan yang baru berlangganan. Jadi, kalau seandainya pelanggan yang sudah berlangganan lama, misal yang mengeluhkan soal jaringan di sosial media, pasti ada aja kan bu ya....

N1 : Nah ada juga memang pelanggan yang "ini layanan saya mati, kok ga hidup- hidup"... Jadi, memang sih Telkom itu sekarang lagi membangun sistem yang kalau ada gangguan bisa seperti alarm di sistem kita, jadi petugas dari kita bisa langsung datang untuk melakukan perbaikan. Akan tetapi, sebelumnya ini belum ada. Yang jadi masalah adalah kadang kita

tidak tau nih dirumah pelanggan itu ada gangguan jaringan kalau seandainya pelanggan tidak melapor. Biasanya kalau sudah ada laporan, dari Indihome Medan juga pasti cepat dalam menangani karena ada namanya *Service Level Guarantee* (SLG) sehingga maksimal dalam 3 hari keluhan yang disampaikan oleh pelanggan harus sudah dapat diatasi. Malah sebenarnya kalau bisa 1 hari. Kecuali ada yang namanya gangguan massal, dimana gangguan yang sifatnya besar. Misalnya, ada kabel utama kita yang mungkin dipotong oleh orang tertentu dengan niat curi kabel, atau terbakar, atau penggalian parit kena keruk. Itukan perlu waktu biasanya untuk *case-case* gitu yang membuat lebih dari 3 hari. Nah, tapi kita tadi tetap pada prinsip SLG itu. Itu yang kita janjikan kepada pelanggan

P : Berarti kalau pelanggan yang mengeluh melalui sosial media masih bisa ditoleransi gaksih Bu? Anggapannya kaya pelanggan yang mengeluh habis-habisan gitu..

N1 : Oh, itusih tergantung orangnya ya karena memang ada beberapa pelanggan yang memang mengeluh terlalu berlebihan, gatau itu ekspektasinya yang terlalu tinggi apa gimana yakan.. Selama yang kami alami ada pelanggan yang seperti itu 1 atau 2. Tapi secara umum, pelanggan kita itu masih dalam koridor-koridor yang wajar. Mungkin kalau *case* nya seperti ini bisa jadi pelanggan masih kurang paham betul. Jadi biasanya kalau seperti ini, biasanya kita bakalan datangin terus jelaskan biar dia paham betul supaya jangan terulang kembali. Kadang sampai marah-marah yang ntah apa pun keluar ya Clara...

- P : Betul, Bu.. Apalagi kadang di sosial media orang kan lebih bisa mengumpat gitu loh Bu, bebas berkata-kata kan Bu..
- N1 : Ya selalu ada lah pelanggan yang kaya gitu. Nanti sudah kita tangani komplain lagi, komplain terus. Biasanya kalau sudah seperti itu sudah dalam status *warning* ya lakuin kunjungan... Dijelaskan, mudah-mudahan paham. Terus kalau masih sama aja, dijelaskan lagi karena sebenarnya kan kita ada kontrak berlangganan. Jadi, kalau dia komplain harus bisa kita buktikan fakta mengenai keluhannya, benar apa tidak keluhan tersebut. Biasanya kita juga punya data, jadi kita bisa buktikan, seperti "komplain Anda itu salah Bapak, posisinya itu seperti ini" yaaa mudah-mudahan dia sadar sih...
- P : Nah tadi kan kita lebih mengarah ke pelanggan yang mengeluh melalui sosial media ya, Bu... Jadi kalau pelanggan yang mengeluh langsung dengan datang ke Plasa Telkom itu gimana, Bu? Udah pasti beda ya Bu dengan yang di sosial media dimana lebih bebas ngumpat, dll?
- N1 : Sebenarnya karena ada pandemik kunjungan di plasa sudah lebih sedikit lah dari biasanya. Di kita ada juga namanya *Virtual Plasa (VIRSA)*, dimana kita selalu menawarkan kepada pelanggan untuk tidak langsung bertemu dengan *customer service*. Nanti akan ditelepon oleh pihak Indihome. Tapi, ada juga yang emang udah kunjungan sambil ngomong "saya udah disini ngapain lagi saya ditelepon"... Yaudah gak apa-apa, kalau kaya gitu biasanya langsung kita layani. Nah, *case* nya macam-macam. Ada memang beberapa pelanggan yang *hard complaint*, tipikal orang yang suka marah-marah. Kadang kita kasian liat csrnya, ya tapi puji Tuhan csr

kita juga orang-orang yang sabar, berpengalaman ya.. Jadi mereka sudah kita edukasi biar mereka dengar dulu terus biasanya kalau ada yang *hard complaint* gitu, kita menyediakan ruang *solution*. Jadi biar gak mengganggu ke pelanggan yang lainnya. Nanti di ruang *solution* akan kita tangani secara personal dan biasanya langsung di *handle* oleh *supervisor* yang ada di plasa. Nanti bakal ketemu solusinya apa karena kita bicara berdasarkan data dan fakta yang ada. Kaya yang Clara bilang tadi misal internetnya mati dan tidak bisa digunakan sudah beberapa hari, nah disana kita jelaskan. Kalau sudah ada laporan, ada jaminan kalau misalnya keluhannya sudah 3 hari tidak *solved* ada kompensasinya. Kita juga bisa liat langsung di sistem bener ga kalau ternyata dia udah beberapa hari gak aktif. Kita akan lakukan negoisasi kepada pelanggan. Pokoknya, kita usahakan pelanggan itu tetap *happy*-lah sama layanan kita. Apalagi sekarang kan, kebutuhan akan internet banyak nih.. Misal kan setiap internet itu menawarkan perbedaan kecepatan, dengan kecepatan 10Mega maksimal 3 *user*, bisa dipakai 3 *user* yaa mungkin membuat kecepatan menjadi turun. Hal seperti itu terkadang pelanggan kita tidak paham. Kalau misal seperti ini kita berikan solusi "ayo naikan kecepatannya".

P : Berarti itu ya Bu kalau ngeluh melalui Plasa Telkom berarti ada yang marah- marah gitu ya, Bu?

N1 : Heemm bener bener

P : Tapi gak semua pelanggan kan, Bu yang mengeluh ke Plasa Telkom marah-marah?

N1 : Nggak, nah itu tadi orang yang komplain ke Plasa itu kan berkisar antara 60-70%. Sisanya apa? Sisanya ada orang yang mau pengen menaikkan kecepatan, ada yang menambah layanan, ada yang cabut layanan, pasang baru, dan sekedar cari informasi. Nah kalau misal ada yang cabut layanan kita pasti edukasi lagi, nanya-in kenapa harus dicabut, gituloh..

P : Berarti perbandingan pelanggan yang mengeluh melalui sosial media dan langsung lebih parah mana, Bu?

N1 : Jadi kalau disosial media sebenarnya kita enggak terlalu banyak.. Adasiah mungkin paling sebulan 1-2, kalau yang langsung malah lebih banyak..

P : Selama menyampaikan keluhan ya Bu, ada gaksih Bu pelanggan yang keluhannya sampai gak punya solusi gitu, Bu? Sampai Indihome itu bener-bener nyerah gitu bu, hehe

N1 : Itu pernah saya alami. Jadi gini, ada memang *case* dimana pelanggan itu yang komplain aja setiap bulan. Kita bedah dulu, bener ga komplainnya, baru kita solusikan, kasi penjelasan, oke yakan.. Kalau satu kali dua kali masih oke lah yakan... Tapi dia begitu-begitu terus, padahal kita sudah edukasi dan dalam kategori sudah tidak layak diberikan kompensasi. Kita kan dalam berlangganan punya kontrak. Nah dalam kontrak berlangganan itu, sebenarnya ada yang menyatakan dalam pasal tertentu kalau misalnya si pelanggan itu tidak bisa menerima apa yang sudah kita janjikan dan kita jelaskan, yaudah.. Itu disamakan dengan wanprestasi. Kita berhak untuk

mencabut kontrak berlangganan kita dengan dia.. Kita sampaikan, seperti yang saya bilang tadi yang *hard complaint* kita kunjungi sekali, duakali, tigakali.. Nah itu ada berita acara, ada tanda tangan pelanggan. Kalau dia tidak bisa terima, berarti kita gabisa paksa, dan terpaksa mengundurkan diri sebagai *provider*nya. Kalau itu kita sampaikan kepada pelanggan, pelanggan itu biasanya mundur secara teratur, dalam arti kata ga akan komplain lagi. Dan ini bukan hanya sekali saya alami. Karena dia butuh sebenarnya, tapi mungkin karena dia orangnya vokal, terus komplain di medsos, mungkin dia punya asumsi "wah saya kalo di medsos kan banyak yang baca dan komen" jadi seolah-olah dia merasa diatas angin gitu kan.. Nah kadang pelanggan yang komplain secara terus-terusan itu punya akal-akalan, bisa jadi agar tagihannya tiap bulan dikurangi atau biar dia tidak perlu bayar. Secara sistem kita cek itu gak layak.. Jadi, kami bilang aja "oke silahkan, Bapak pake aja provider lainnya..

P : Dia gak komplain tetap menggunakan gak Bu?

N1 : Iyaa, tetap menggunakan, malah jadi berlangganan, jadi diam sendiri gitu..

P : Mungkin dia ngira nya kalo IndiHome itu kan butuh pelanggan, jadi bersikap semena-mene kali ya, Bu?

N1 : Betull sekali... Dia ngira IndiHome butuh pelanggan terus harus mempertahankan pelanggan, jadi mungkin dia "yaudahlah aku ngotot ajalah". Kan karena kita masih negoisasi tuh di awal yakan, mungkin karena gak paham yaudah kita ngalah ni ceritanya, dikasi kompensasi. Tapi kan ya ga terus-terusan juga, kita juga kan capek. Pelanggan Indihome Medan kan

anggapannya ga cuma dia doang kan yaa... Kita juga berhak mencabut layanan dia kalau kita sudah wanprestasi sama dia.. Akhirnya diam, tapi ya gitu tetap berlangganan malah gak ada masalah.

P : Tapi ada gak Bu pelanggan IndiHome dengan kasus yang sama, ngomong mau putus kontrak tapi pada akhirnya beneran berhenti, Bu?

N1 : Kalo yang komplain di media sosial, sejauh ini belum ada, mudah-mudahan aja enggak ada ya.. Tapi kalau memang pelanggan yang putus kontrak ya pasti ada mungkin dia gabutuh atau apa, yaudah kami iyaan.. Tapi paling tidak dia tidak komplain lagi. Apalagi kalau di media sosial itukan kemana-mana, Clara.... Soalnya kalau ada yang ngeluh dari media sosial malah kita dipantau dari pusat langsung karena keliatan kan.. Beda dengan ketika pelanggan komplain ke plasa, yang taukan saya dan tim saya saja. Biasanya malah sampe direksi karena bisa tau... Jadi, *case-case* kaya gitu yang harus kita tangani secara khusus..

P : Berarti kalau di IndiHome sendiri pelanggan ada berapa jenis sih Bu?

N1 : Jadi kalau pelanggan di Indihome Medan itu ada namanya pelanggan personal atau residensial. Itu tuh untuk rumah-rumah pribadi lah gitu ya.. Ada juga namanya pelanggan bisnis, ada juga pelanggan *government*, ada juga pelanggan *enterprise*.

P : Boleh tolong dijelaskan ga Bu satu-satunya itu pelanggan apa aja?

N1 : Nah kalau yang saya kelola disini sebagai *Manager Customer Care* itu adalah pelanggan residensial. yaitu pelanggan umum, pelanggan rumahan. Nah kalau pelanggan bisnis, *government*, dan *enterprise* ada unit tertentu

yang kelola. Atau istilahnya DGS. Itu bisnis sama enterprise misalnya perusahaan-perusahaan. Kemudian ada sekolah-sekolah, toko-toko. Tapi kalau *government* itu kantor-kantor pemerintahan, misalnya kan POLDA, KODIM, Bank Sumut, Tempo. Nah itu pemerintahan.. DGS ini sendiri nanti menawarkan yang namanya PASTI NET, yaitu produk internet Indihome yang memiliki kecepatan tinggi dan stabil. Ada juga yang namanya wifi.id, itu ada unit lain, biasanya produk internet khusus untuk tempat-tempat umum kaya *cafe*, bandara.

P : Berarti di IndiHome sendiri ada 4 jenis pelanggan ya, Bu?

N1 : Yaa betull sekali, ada 4 tipe pelanggan..

P : Sebenarnya media apasi Bu yang paling sering digunakan pelanggan dalam menyampaikan keluhan?

N1 : Kita ada namanya media sosial, yaa.. Dari media sosial bisa. Kalau dulu orang suka komplain di koran, ya. Kalau sekarang kayanya udah ga ada lagi, udah jarang yah.. Paling medsos. Biasanya pelanggan juga banyak nelfon ke 147 *call center*-nya kita. Kita juga ada buat grup khusus untuk pelanggan. Jadi, pelanggan bisa menyampaikan keluhannya disana. Grup WA kita buatnya.

P : Tadikan Ibu bilang dulu ada pelanggan yang mengeluh dari koran. Itu gimana Bu ngeluhnya dari koran?

N1 : Kalau dulu kan ada pemberitaan suara-suara pembaca gituloh.. Ya seperti di media sosial. Cuma sekarang udah jarang, orang malah beralih ke medsos. Sedikit-sedikit mungkin pakai *hashtag*

P : Jadi, dari semua media, yang paling sering digunakan itu WA atau media sosial lainnya apa gitu Bu? Yang paling sering ya Bu..

N1 : WA paling, grupnya yang tadi..

P : Ada ga sih Bu alasan tertentu kenapa pelanggan lebih menggunakan WA sebagai media untuk mengeluh?

N1 : Sebenarnya kita udah edukasi pelanggan, kalau ada gangguan telepon ke 147 atau install aplikasi *MyIndiHome* di gadget. Kalau dia komplain dari aplikasi sebenarnya malah lebih cepat. Nah tapikan kadang pelanggan ini ada yang gak sabaran. Nah kalau dari WA dia malah sering curhat disana, dia malah bilang kalau internetnya mati misalnya atau lambat. Padahal sebenarnya perlakuan terhadap WA beda dengan kalau pake aplikasi. Kalau aplikasi langsung ada orang yang *handle*, bisa langsung *sold* masalahnya. Tapi kalau di WA kadang kalau dia ngeluh tengah malam, ya ga ada yang nanggepi. Biasanya walaupun gitu, kita tetap suruh pelanggan buat menggunakan aplikasi *MyIndiHome* karena kalau mengeluh disana nanti bisa di cek tiket laporan terus di *follow up*, jadi, bisa cepat selesai..

P : Berarti mereka ngeluh di WA emang karena lebih mudah ya, Bu?

N1 : Betul sekali..

P : Sebenarnya media sosial yang digunakan *IndiHome Medan* itu apa ajasih, Bu?

N1 : Ada *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*..

P : Apakah pelanggan dapat dikatakan cukup dalam penggunaan media dalam menyampaikan keluhan yang disampaikan, Bu?

- N1 : Saya pikir cukup karena dari kita juga responnya cepat.
- P : Berarti benar-benar memanfaatkan ya, Bu?
- N1 : Iya. Tapi sebenarnya kita lagi berharap kalau pelanggan itu langsung ke *call center* karena kan langsung muncul tiket jadi bisa cepat di *handle*. Biasanya kalau pelanggan yang mengeluh masalah non teknis ke *call center* atau dia datang langsung ke Plasa Telkom, bisa jadi pada saat itu dia langsung *sold*. Karena kita punya tim yang langsung mengelola aplikasi. Kalau keluhannya bersifat teknis, kita menjajikan dibawah 24 jam harus sudah *sold*. Target kita sebenarnya malah 3 jam.
- P : Kalau pelanggan mengeluh ada beberapa jenis keluhan, mulai dari yang *hard*, dll. Ketika keluhan itu semua masuk ke IndiHome, pada saat itu juga apakah IndiHome langsung memberikan *feedback* atau gimana, Bu?
- N1 : Ketika ada keluhan kita langsung kasi *feedback*. Misal kalau pelanggan yang ke Plasa Telkom, ya langsung kita cek berdasarkan nomor internetnya yang buat kita bisa cek di sistem apakah gangguannya teknis ataupun non teknis. Sehingga bisa koordinasi dengan tim yang bersangkutan. Makanya kita sangat menyarankan mengajukan keluhan melalui *call center* ataupun langsung datang ke Plasa Telkom dibandingkan dengan mengeluh di sosial media karena kadang di sosial media ada yang tidak terbaca.
- P : Anggapannya ya balik lagi, ya, Bu.. Kan pelanggan yang mengeluh juga gak hanya dia ajaa.
- N1 : Nah iyaa betul.. Dan juga kadang saking banyaknya keluhan yang masuk kadang juga bisa kelewat gitu aja. Seandainya pun dia bisa kasi *hashtag*,

kadang kan ada yang emang ga masuk, atau tenggelam, jadi kita ga bisa tangani..

P : Jadi kalau ngomong proses komunikasi, nih, Bu. Kalau dari Indihome sendiri gimana sih Bu nerapin proses komunikasinya kepada pelanggan dalam menangani keluhan pelanggan?

N1 : Kalau datang ke plasa, kan langsung dilayani sama *Customer Service*. Langsung keliatan kok *feedback* atas keluhan yang disampaikan ya antara keluhan teknis dan non-teknis itu sendiri. Antara kita langsung datengin sama kita kasi *feedback*, misalnya "Bapak coba tolong wifi nya di *restart* dahulu, kita tunggu 3 menit".

P : Kalaupun seandainya keluhan pelanggan yang sudah tidak punya solusi gitu, atau pelanggan yang mengeluh secara berulang-ulang, apakah IndiHome masih tetap mau memberikan *feedback*?

N1 : Iya, begitu pelanggan datang langsung kita kasi *feedback*, tapi sebelumnya kita cek di sistem dulu terkait keluhan yang disampaikan. Kalau semisal memang beneran di sistem menunjukkan ada masalah, tim langsung turun lapangan. Balik lagi, ternyata di sistem menunjukkan tidak terjadi masalah, kita langsung suruh *back room* untuk bantu *restart* sehingga bisa aktif dan digunakan lagi.

P : Menurut Ibu sendiri sebagai *Manager Customer Care* IndiHome Medan, seberapa penting sih Bu memberikan *feedback* atas keluhan yang disampaikan?

N1 : Sangat penting, dong.. Kalau bisa begitu komplain datang langsung ada solusinya. Saya juga sering bilang kepada teman-teman kalau masalah tiket itu maksimal 3 jam harus sudah *close*. Kalau perlu kunjungan teknisi, harus dipastikan bahwa janji kunjungan itu dengan waktu pelanggan. Jadi, pelanggan juga diusahakan ga usah nunggu-nunggu....

P : Jadi kan, Bu, kalau yang saya liat seperti di *Official Twitter* nya IndiHome, kalau ada yang mengeluh, ada teks yang otomatis gitu, Bu responnya. Apakah kalau IndiHome Medan juga begitu, Bu?

N1 : Kalau di kita mungkin lebih ke ada juga beberapa pelanggan Medan yang mengeluh ke OA *Twitter* IndiHome. Nah biasanya itu langsung di konfirmasi sama kita, baru kita selesaikan disini. Dalam proses penyelesaian keluhan pelanggan, kita juga biasanya foto terus catat detailnya, seperti jam berapa kita telepon pelanggan untuk konfirmasi pelanggan, jam berapa kita turun atau datang langsung untuk mengatasi keluhan tersebut. Kita pake ada yang namanya berita acara. Nah, ketika keluhannya selesai, baru kita lapor ke PIC sosial media dari pusat. Kemudian PIC tersebut lah yang mengolah respon ataupun *feedback* pelanggan yang mengeluh tersebut. Jadi, kita juga asal *close* setiap keluhan pelanggan.. Tunggu benar-benar terselesaikan baru kita berani *close*...

P : Boleh gaksi Bu saya lihat seperti dokumentasi *feedback* yang diberikan oleh IndiHome kepada pelanggan?

N1 : Oke nanti saya kasi ya..

P : IndiHome itu pernah gaksi Bu ga ngasi *feedback* sama pelanggan?

- N1 : Pokoknya setiap ada komplain harus kita kasi *feedback*, dong..
- P : Masih ada gak sih Bu pelanggan yang mengeluh tentang *feedback* yang diberikan oleh Indihome? Misalnya mereka kurang puas atas *feedback* Indihome atau kurang dapat mengatasi keluhan kayak di OA *Twitter* IndiHome, Bu.. Soalnya disana bener-bener banyak banget yang emang mempermasalahkan soal *feedback* yang diberikan oleh IndiHome di sosial media, Bu..
- N1 : Gak ada sih perasaan... Tapi semoga kedepannya gak ada juga ya..
- P : Ada ga bu faktor penghambat ketika pelanggan menyampaikan keluhan kepada IndiHome Medan?
- N1 : Gada sih ya sekarang kan udah mudah banget kalau pelanggan mau mengeluh sama kita..
- P : Emang komunikasinya lancar aja ya bu, ga ada faktor penghambat?
- N1 : Kita bisa cek mati apa enggak, kapan terakhir digunakan.. Jadi, pelanggan gabisa mengada-ada.
- P : Berarti faktor penghambatnya gada ya, Bu?
- N1 : Iya bener, engga ada...
- P : Saya pikir tadi karena pasti ada beberapa pelanggan yang kurang paham jadi keras kepala yang buat komunikasi dari IndiHome ke pelanggan yang nabrak berujung *missunderstanding* atau *misscom*..
- N1 : Kalau masalah komunikasi sih engga ada. Paling pelanggan yang udah tua, biasanya ga banyak masalah blabla terus ini kekmana.

P : Seberapa sering sih Bu pihak IndiHome Medan nerima keluhan dari pelanggan?

N1 : Ya hampir tiap hari lah kita.... Iya apalagi di layanan plasa, kayanya semua pelanggan pada ngeluh aja itu. Biasanya orang sudah ga puas pasti langsung datang ke plasa. Makanya kan saya selalu tekankan ke tim "tolong layani pelanggan-pelanggan yang datang ke plasa dengan baik", karena saya yakin kalau komplainnya masih bisa ditangani sendiri mungkin dia gak akan datang ke plasa. Tapi, mungkin komplain yang emang uda gak bisa ditangani, makanya dia datang kan... Jadi, setiap ada yang di plasa ktia usahakan tangani secara cepat.

P : Jenis-jenis keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap IndiHome itu tuh selalu tentang jaringan gak, Bu?

N1 : Ada masalah tagihan juga, ada yang ngomong "tagihan saya kok naik-naik terus" misalnya. Nah kita bisa cek.. Terus masalah cabut layanan. Ada yang pernah bilang "akukan udah cabut layanan tapi kenapa tagihanku masih tinggi".. Nanti kita jelaskan tuh.. Kadang dia juga gak paham yang dia pakai walaupun setengah bulan yang lalu itupun harus tetap dibayar.

P : Dari semua keluhan yang pelanggan sering ngeluhkan itu soal jaringan ya, Bu? Kadang ya. memang namanya jaringan kadang gak stabil padahal pelanggan kan butuh internet ya, Bu..

N1 : Iya ya itu yang paling sering karena jaringan. Apalagi sekarang itu banyak case kabel kita dipotong, dibakar, ada pembangunan jalan, sama penggalian jalan.

P : Kaya yang Ibu bilang tadi, pasti ada pelanggan yang menyampaikan keluhan yang secara berulang-ulang?

N1 : Iyaa bener ada ada...

P : Kaya gimana sih Bu reaksi pelanggan setelah mengalami kendala terkait keluhan yang disampaikan? Mungkin ada yang berhenti atau malah terus melanjutkan pemakaian, atau misal dia berhenti tapi dalam beberapa bulan kemudian dia balik lagi untuk berlangganan..

N1 : Ada pasti pelanggan yang seperti itu. Makanya kita tekankan kepada pelanggan kalau sekarang mau pasang baru harus ada deposit. Kalau dulu memang gak ada deposit, dll. Dan dia kontraknya minimal setahun. Dalam waktu kurang dari setahun dia minta cabut layanan, dia kena pinalti. Pinaltinya itu ada 2 pilihan, yaitu yang Rp 1.000.000 dan Rp 1.500.000. Jadi kalau yang satu juta itu kalau dia misal pas pasang baru dia bayar depositnya satu bulan, tapi kalau lebih dari satu bulan, maka depositnya satu setengah juta.

P : Ada ga sih Bu bentuk keluhan yang benar-benar gak bisa diatasi sama IndiHome?

N1 : Gakada sih.. Semua bisa diatasi. Yang tadi saya bilang, bahkan *hard complaint* yang diberikan oleh pelanggan, ya kita wanprestasi deh.. Habis dari situ malah dia gak pernah ngeluh lagi...

P : Tapi dia tetap menggunakan ya, Bu?

N1 : Tetap.. Malah tetap berlangganan..

P : Sebenarnya dengan adanya keluhan pelanggan ini tuh ngebawa dampak negatif atau positif sih Bu untuk perusahaan? Dan gimana bentuk dampak positif dan negatifnya?

N1 : Sebenarnya kan dengan keluhan inikan pasti dampak positif lah ya. Inikan jadi alat pemicu bagi kita bahwa ada hal-hal yang masih belum *clear* di pelanggan. Jadi untuk *improvent* di perusahaan kita ya.. Jadi supaya kedepannya itu *case-case* seperti ini itu tidak terulang kembali dan kita bisaantisipasi untuk kedepannya. Karna ya gak ada yang sempurna yakan.. Karna apapun yang sudah kita usahakan yang terbaik juga pasti ada saja yang komplain.

P : Terus kalau menurut Ibu, gimana sih Bu dampak keluhan pelanggan terhadap perusahaan?

N1 : CSI sama *Net Promotor Score* nya diukur setiap bulannya, alat ukur yang menjamin bahwa harusnya itu semakin meningkat dan tidak ada pelanggan yang komplain. Kalau ada pelanggan yang komplain berarti kan kualitas layanan kita jelek. jadi kalau kita tidak bisa memberikan garansi layanan yang sudah kita janjikan ke pelanggan kita harus memberikan kompensasi kepada pelanggann. Misal pelanggan mengalami gangguan jaringan, ya kita harus memberikan kompensasi *billing*, jadinya dia tagihannya bisa jadi di bayar tidak penuh karena layanan tidak sesuai ekspektasi. Itu kan jadi mempengaruhi pendapatan dan kinerja perusahaan. ujung-ujungnya kan brand corporate jadi semakin jelek, gitu.

P : Perusahaan lebih dikenal ga Bu karena ada nya keluhan?

N1 : Nah iya itu bisa jadi..

P : IndiHome nih sering banget kan ya, Bu dapat keluhan bahkan sampai trending #1. Walaupun ada keluhan, ada gaksih Bu penambahan pelanggan?

N1 : Benar, selalu ada peningkatan jumlah pelanggan karena adanya target sales juga, kan..

P : Sebelum ngasi solusi sama keluhan pelanggan yang masuk itu dilakukan diskusi atau gimana bu?

N1 : Kalau seandainya dilakukan diskusi kan itu tuh panjang kan ya ceritanya.. Kalau masing-masing tim sudah punya tugas dan tanggungjawab. Kalau dia komplain di plasa, ada unit saya, teman-teman *Customer Service Responsibility* yang handle. Kalau ada komplain 147 atau media sosial lainnya, yang handle itu loker CC. Tapi kalau dia komplain ke media konsumen biasanya saya *handle*. Langsung saya koordinasi.. Kalau masalah teknis saya langsung koordinasi dengan manager koordinator terkait. Nanti mereka kirim tim baru sudah *close* kita buat berita acaranya.

P : Kalau misal ada yang mengeluh melalui sosial media berarti langsung ngubungin tim yang berkaitan ya, Bu?

N1 : Iya benar langsung begitu..

P : Selain divisi *Customer Care* ada divisi lain gak Bu yang ikut berpartisipasi dalam menangani keluhan pelanggan?

N1 : Kalau masalah teknis saya kasi ke teman-teman *Telkom Access*. Kalau yang berkaitan dengan sistem saya kasi ke teman-teman *Regional Operation Central (ROC)* yang langsung ngecek.

P : Berarti kalau *Customer Care* lebih ngarah ke komunikasinya, Bu?

N1 : Tidak juga.. Masalah cabut layanan atau berhenti berlangganan, dan komplain tagihan ya kita.. Pokoknya yang sifatnya non teknis itu kita yang *handle*..

P : Kaya yang Ibu tadi bilang, sesaat keluhan mmasuk itu kayak "oke kita hubungin divisi yang bersangkutan dan langsung turun ke lapangan untuk menyelesaikan". Ada gak sih Bu alasan IndiHome sendiri kenapa secepat itu melakukan penanganan keluhan?

N1 : Kita kan tau kebutuhan pelanggan akan internet itu sangat penting kan yaa.. Kadang keluhan yang disampaikan dia kan yaa bisa jadi bukan baru terjadi aja, bisa jadi itu dari kemarin atau gimana. Dia berani mengeluhkan juga karena dia udah merasa kecewa. Makanya kita harus cepat dong *handle* nya.

P : Berarti penanganan sebisa mungkin dilakukan sesaat ketika keluhan masuk ya, Bu?

N1 : Nah iya betul sekali..

P : Okedeh Bu, mungkin ini bisa jadi yang terakhir ya, Bu.. Apakah menurut Bu Sondang sendiri sebagai *Manager Customer Care* Indihome Medan penanganan keluhan pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan?

N1 : Berpengaruh dong.. Kita kan sebelum pemasangan layanan ada kontrak layanan. Nah dalam kontrak layanan ini kita kan menjanjikan layanan sesuai dengan apa yang ada dalam kontrak kita kepada pelanggan. Makanya itu ada namanya, *Service Level Guarantee* (SLG) dengan pelanggan. Kita sangat berharap pelanggan itu supaya jangan mengeluh. Tetapi kalau seandainya pelanggan itu sudah mengeluh, berarti ada layanan kita yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Nah, itu yang harus segera kita cari solusinya. Jadi, dengan sistem yang sekarang udah cukup baik karena sekarang itu kita ada *High Value Customer* (HVC) pelanggan beda perlakuannya, yang *gold* sama *platinum*. Penanganannya lebih khusus atau lebih gerak cepat. Jadi, apapun yang berkaitan dengan pelanggan tersebut harus digerakkan secara *priority* dengan harapan loyalitas pelanggan akan jauh lebih baik lagi. Sehingga, *image* kita di mata pelanggan lebih bagus lagi dan juga setidaknya *brand* kita juga dikenal baik. Jadi, pelanggan kita itu bisa merekomendasikan layanan IndiHome ke pelanggan lainnya.

P : Okedeh Bu.. Sekian untuk wawancara kali ini.. Makasih banyak atas waktu dan perhatian Bu Sondang ya Bu.. Cuma kira-kira seandainya masih ada data yang kurang, boleh ya Bu nanti saya menghubungi Bu Sondang lagi...

N1 : Oh siap-siap, pasti boleh dong, nanti kabari saya saja..

P : Makasih banyak yaa buuu..

N1 : Samasama Clara.. Nanti kalau perlu apa lagi tinggal ngomong dan hubungi ya.

Keterangan Narasumber 2

Nama : Triansari Prahara

Jabatan : *Supervisor Plasa Telkom*

Tanggal Wawancara : 09 April 2021

Tempat Wawancara : *Zoom Meeting*

Keterangan Transkrip Wawancara

P : Pewawancara

N2 : Narasumber Kedua

P : Halo Kak, perkenalkan saya Clara Ariyanti mahasiswa Universitas Atma Jaya yang sebelumnya kebetulan ngambil magang di Telkom Medan dan ngambil topik tentang IndiHome Medan. Jadi, ngambil Kak Tri sebagai narasumber skripsiku karena Kak Tri bersangkutan dengan judul yang aku ambil. Sebelumnya, makasih ya Kak Tri udah mau diwawancara dan nyempetin waktunya. Jadi kita mulai aja ya, Kak, wawancaranya.. Aku mau nanya, Kakak itu kan *Supervisor Plasa Telkom*, jadi Kakak itu handle keluhan yang langsung datang ke Plasa Telkom atau keluhan yang masuk dari sosial media juga?

N2 : Secara operasional, kita hanya menangani keluhan yang *walk-in* atau *visit* ke plasa, dimana secara fisik ke plasa, dia komplain. Komplainnya ada banyak, keluhan tentang layanan, keluhan tentang tagihan. Nah, di kita itu tetap diitung dengan *Net Promotor Score*, itu ada 7, mulai dia dari aktivasi

sampai nanti dia di ujung pembayaran. Nah itu keluhan pelanggan beda-beda ya. Ada yang mau berhenti layanan, mau tukar layanan. Biasanya kita bedakan ada 2, biasanya ada lapor gangguan sama ada lapor untuk *update* atau pemasangan baru atau untuk modifikasi layanan. Kalau 147 itu kan yang mengelola itu langsung dari pusat di Jakarta. Kalau Plasa murni untuk pelanggan yang mengeluh secara walk in. Tapi sebenarnya, secara online kita udah ada, namanya *Virtual Plasa* (VIRSA). Jadi, selama melalui VIRSA tersebut, nanti pake QR Code terus diarahkan ke webnya.

P : Tadikan Kak Tri bilang kalau yang keluhan walk-in ini itu keluhannya ada berbagai macam. Nah, yang paling sering dikeluhkan sama pelanggan itu apasih, Kak?

N2 : Kalau *walk-in* itu paling sering ya pasti antara layanan dan tagihan. Hmm pindah alamat juga.. Kita itukan *fixed broadband* ya. Jadi, internet yang ada di rumah tidak sama layanan dengan mobile. Kalau mobile seperti Telkomsel bisa kita bawa kemana-mana layanan internetnya kan, kalau IndiHome gak bisa. Jadi, kalau untuk layanan pindah alamat, tapi yang kita layani memang daerah Medan saja, cuma memang beda kelurahan atau beda kecamatan.. Nah itu, tetap konfirmasinya ke kita, ke plasa. Gak cuma untuk itu, sebenarnya secara list banyak. Jadi, saya harus tetap lihat data dulu.. Tagihan, layanan, dan tentang alat produksi. Kalau soal alat produksi bisa diliat sarana dan prasarana kita itu seperti tiang telepon atau di kita biasanya disebut *Optical Distribution Point (ODP)*. Itu sering kaya salah posisi atau

mungkin pas awal dulu awal di bangun belum ada rumah nih, sekarang ada rumah, mungkin menghalangi rumah pelanggan tersebut, gitu, jadi harus dipindah..

P : Itukan tadi Kak Tri bilang soal layanan, termasuk ga sih Kak misal dengan jaringan yang lumpuh yang mungkin sama sekali gak bisa digunakan, jaringan lambat gitu, Kak?

N2 : Iyaa, betul...

P : Oiya, Kak Tri bisa gaksih sedikit cerita tentang gambaran pelanggan yang mengeluh langsung datang ke plasa?

N2 : Sebenarnya rata-rata pelanggan yang sudah *walk-in* ke plasa, itu sudah di tingkat yang sabarnya paling ujung. Karena sebenarnya kalau mereka sabar mereka tuh bisa nunggu dari telepon atau mereka tuh sebenarnya sudah kita edukasi dengan aplikasi My IndiHome. Jadi, mereka gak perlu datang ke plasa untuk mengeluh. Bisaloh melaporkan gangguan yang mereka alami di rumah lewat aplikasi My IndiHome. Jadi mereka bisa input sendiri keluhannya apa dengan bahasa mereka sendiri. Nah, nanti secara sistem kita akan tampung keluhan mereka dan akan di eskalasi dengan tim yang bersangkutan. Biasanya kalau pelanggan datang ke plasa, dia minta informasi yang banyak, yang jelas, dan pengen selesai hari itu juga. Kita itu menyebutnya dengan *hard complaint*. Kalau sudah *hard complaint* itu biasanya memang pelanggannya harus pada saat itu juga kita selesaikan. Nah, biasanya sih rata-rata pelanggan yang ke plasa itu sudah telepon ke 147 tapi tetap aja gak close juga masalahnya. Sistem yang ada di 147 dia

hanya menerima dan menuliskan laporan tapi tidak bisa mensolusikan, karena yang mensolusikan itu tetap tim *back crew*. Kalau di plasa kan enak ya, dia ketemu sama CSR, terus langsung di eskalasikan dengan unit-unit yang berkaitan.

P : Kan Kak Tri tadi bilang, kalau pelanggan yang *walk in* itu pasti tingkat sabar nya udah paling ujung gitu. Berarti gak jarang dong, ya, Kak Tri ada pelanggan yang marah-marah gitu?

N2 : Adaa pasti ada.. Pernah ada yang marah disini, dia itu salah bayar. Jadi, dia pas bayar mungkin buru-buru, nih.. Salah angka diujungnya. Jadi, pas dia datang lagi ke plasa, dia mau bayar ternyata tercatat tunggakan dia 2 bulan terus dia ngomong "oh saya sudah bayar" sambil marah-marah ngasi tunjuk bukti bayarnya. Dan ternyata dia membayarkan ke nomor kita menelantarkan pelanggan. Kita tetap kasi solusi, jadi kita ajak ngobrol. Ada bahkan yang sampe nangis-nangis, memohon-mohon agar dibayarkan.. Ada.. Beragam- ragam lah kalau pelanggan ngeluh di plasa. Yang paling baik juga ada, yang berlangganan lama yang terbiasa datang ke plasa.

P : Kalau misal nih kak, kadang kan IndiHome jaringannya lambat. Kan ada tuh Kak pelanggan yang ga sabar nih "pokoknya saya mau diperbaikin ya "?

N2 : Ada . Jadi kita udah coba jelasin. Dia bilang lemot, kita cek dulu nih kecepatan yang dipakai berapa, yang makai berapa perangkat. Kita sekarang ini udah gak jual 10 Mbps, sekarang itu minimal 20 Mbps dimana

yang menggunakan itu bisa sekitar 4-5 orag. Sekarang itu, mungkin memang tidak akan bisa dipakai untuk koneksi yang stabil. Kita udah cek dia masih marah2. Kadang ada yang bilang Telkom itu penipu. Ya pasti ada lah pelanggan yang gitu. Tapi, tetap pada prinsipnya, kita bekerja sesuai SOP. Kita dengar dulu keluhan pelanggan apa, setelah itu baru kita solusikan.

P : Tadi Kak Tri bilang bekerjanya tetap sesuai SOP, berarti SOP dalam menangani keluhan pelanggan ada dong, ya, Kak?

N2 : Ada.. Harus ada. Jadi, semua CSR itu harus ada hmm, kalau disini namanya *Code of Coundact*. Jadi, *Code of Coundact* ini ibarat kalau kamu anak *Public Relations* kan pasti ada namanya *table manner*. Nah gitu, sama ajaa.. Jadi, semua CSR seharusnya sudah paham tentang *Code of Coundact* ini. Misal ketika pelanggan datang mereka harus senyum yang ramah, berdiri, mengucapkan salam, mempersilahkan pelanggan duduk, seperti itu..

P : CSR ini tuh *Customer Service*, ya, Kak?

N2 : *Customer Service Responsibility...*

P : Oiyaa ya kak.. Tadikan Kak Tri bilang nih ada SOP, ada gaksih kak dokumennya tentang SOP tersebut?

N2 : Kalau dokumen ada, tapi itu sifatnya konfidensial. Kecuali ada surat permintaan resmi, dia bisa dikeluarkan, kalau enggak ada, ya kita gak bisa karena emang dalam buku nya udah emang tertulis dia itu rahasia.. Itu kalau untuk SOP menyambut pelanggan. Tapi kalau untuk SOP penanganan

keluhan, itu banyak sekali karena kita kalau di plasa kita bisa menerima keluhan. Jadi nanti di input dalam satu aplikasi yang namanya *My Costumer Experience*, nanti kita input nomor internetnya kemudian setelah di input keluar data pelanggan kemudian kita input keluhanannya apa fisik atau non-fisik. Kalau fisik memang perlu ada pengecekan dari teknisi dan setelah itu ada namanya manajemen janji (manja) antara pelanggan dan teknisi, kapan pelanggan bersedia dikunjungi ke rumah. Nanti nomor order dari pengaduan dia akan mengalir ke tim teknisi. Tim teknisi nanti yang akan mengambil nomor order pelanggan kemudian menghubungi pelanggan kapan bisa dikunjungi, karena teknisi yang menghubungi pelanggan dalam menyelesaikan masalah. Setelah itu *close* ditangani kemudian di *check* dan kemudian di *close*.

P : Nah kan tadi Kak Tri bilang pasti ada pelanggan yang ngeluh marah, sebagai *Supervisor* Plasa Telkom bagaimana sih Kak Tri menangani pelanggan yang seperti itu?

N2 : Sebenarnya dalam prinsip bekerja kita paham dulu apa yang kita hadapi. Nah, karena kita berada di plasa, itukan kan mungkin *customer experience* kan, apalagi sebenarnya sekarang udah digital kan, pelanggan bisa mendapatkan solusi yang lebih cepat. Tapi, karena dia datangnya ke plasa, kita langsung ini, ya tetap melakukan yang terbaik. Kalau pelanggan marah-marah bukan berarti kita harus marah-marah. Kita jelaskan juga dengan kepala dingin, kita jelaskan kerincian dan *history* semuanya yang menurut dia menjadi kendala. Kita jelaskan seperti ini, seperti ini.. Nanti kalau dia

masih marah-marah juga, ada sebenarnya kita masih sediain *snack*, minuman. Jadi, secara psikologis mereka lebih tenang gitu..

P : Intinya tuh kalau misal pelanggannya yang emosian, berarti dari pihak Kak Tri yang menenangkan, ya gabisa sama-sama keras gitu ya...

N2 : Iya... Jadi, disini ada tahapannya, mereka masuk ngambil tiket antrian kemudian duduk sama salah satu CSR. Kalau dia sudah bisa tersolusikan, disini ada *supervisor* yang akan membantu menanggapi keluhan tersebut. Nah, tapi kalau semisal pelanggannya sudah marah-marah bahkan ngamuk gitu seolah-olah harus diselesaikan hari itu juga, kita punya *solution room*, gitu.. Nanti disana akan kita selesaikan, kita dinginkan disana.

P : Oiya, Kak Tri, tadikan Kak Tri juga bilang ada *hard, medium, low*. Itu tuh bisa dijelasin gaksih gimana sama contohnya, Kak?

N2 : Yang bisa membedakan tipe keluhan pelanggan itu ya agen CSR yang berhadapan langsung dengan pelanggan. Ini misalnya masalah tagihan, ternyata dia membayar tagihan lebih tapi dia gak marah-marah nih datangnya kayak "yaudah gapapa" tapi tetap harus disolusikan, itu di kategorikan *low complaint*. Kalau *medium* artinya desakannya naik sedikit daripada *low* yang tadi, misalkan pelanggan bilang "yaudah tolong diselesaikan ya". Kalau sudah *hard* dia pasti sudah terburu-buru dan itu biasanya penekanan yang diberikan jauh lebih keras, ya daripada yang *medium*.

P : Kalau di IndiHome Medan, ada gaksih Kak pelanggan internal dan eksternal gitu?

N2 : Ada.. Nah, jadi kami itu punya pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan internal itu adalah karyawan karena kita ada paket karyawan kan, jadi mereka tetap dikategorikan sebagai pelanggan kita namun secara internal. Kalau eksternal itu yang tidak ada hubungannya sama sekali dengan Telkom.

P : Ada gaksi Kak data tentang berapa jumlah pelanggan eksternal dan internalnya IndiHome Medan?

N2 : Ada, ada... Kalau untuk internal ada 117 paling kalau di Medan, kalau gak salah yaa.. Ada sih yang gak pakai IndiHome karena masih pegawai baru dan ngekos. Nanti kalau untuk *manager* dan semua karyawan yang level karirnya dari *officer 2* keatas pasti sudah berlangganan IndiHome. Nah, DINAS (paket organik Telkom dari *Supervisor* sampe *Executive Vice President*) dimana dia *free*. Nanti bisa jadi billingnya keluar padahal kan dia emang *free*. Itu juga harus tetap kita selesaikan dan *channel* penyelesaiannya bebas gitu, mereka boleh ke plasa atau boleh *personal message*, jadi gak perlu lagi via plasa.

P : Itukan internal yaa, Kak, kalau eksternal kira-kira berapa ya, Kak, jumlah pelanggannya gitu?

N2 : Banyak banget.. Nanti aku lihat data dulu yaaa terus aku kirim ke kamu..

P : Ada gaksih Kak Tri pelanggan yang *walk-in* gitu datang marah-marah dan keluhannya itu sampai gak punya solusi?

N2 : Sebenarnya gak ada yang gak punya solusi. Semua itu bisa disolusikan tapi belum tentu ketika *case* itu datang ditangani orang yang tepat. Rata-rata yang tidak tersolusikan terkadang itu tagihan pelanggan yang gak mau bayar, siapa juga yang mau bayar kan.. Padahal dari penggunaan kan bisa dibaca dari sistem kita, dia dipakai apa enggak.. Kan gitu, ya..

P : Tapi kalau seandainya pelanggan yang salah bayar ke rekening pelanggan yang lain itu solusi gimana sih, Kak?

N2 : Oh bisa.. Jadi, gini, sebenarnya secara SOP, itu aku harus minta berita acara pengembalian.. Tapi, kalau kita ngikutin SOP, itu lama banget, bisa setahun kadang gak selesai-selesai, karena unit *incharge*, artinya orang yang bertanggung jawab di unit itu kadang orang baru, gak ngerti nih sama peraturan yang sekarang. Jadi lama gitu eskalasinya... Kalau di sisi aku sih aku lebih mengedepankan gimana caranya solusinya itu lebih cepat.. Jadi, kalau misalnya kaya tadi nih, kita cek ke nomor yang dia salah kirim pembayaran tadi, kita cek kontaknya terus kita hubungi nih dari Telkom secara resmi bahwasannya tagihan beliau terbayarkan. Tapi, kadang ada pelanggan yang numpang dari tagihan orang lain, ya kalau sudah salah bayar, yaudah gitu.. Nah dari kita akan ngelakuin isolir, yaitu menangguhkan layanan internet. Jadi, dia gak bisa pakai dulu karena internetnya kita matikan sementara *by system* sampai dia mau membayarkan tagihan pelanggan yang sudah membayarkan tagihan dia tadi. Nah, jumlahnya itu kadang beda-beda yaa.. Kalau misalnya kelebihan, pelanggan yang salah bayar ini harus memulangkan juga. Nah

disitu kita terlibatnya hanya sebagai mediator. Dan itu tidak ada di SOP sebenarnya, tapi kita membutuhkan pelayanan cepat supaya *customer experience* itu tetap terjaga, karena kita di monitor sama Nielson, lembaga untuk *Net Promotor Score* (NPS) untuk *customer experience*.

P : Tadikan Kak Tri bilang biasanya gak ada keluhan pelanggan yang gak punya solusi, tapi pasti ada gak sih Kak pelanggan yang kaya emang tiap saat tuh dia ngeluh, mungkin memang dari IndiHome nya sendiri udah ngasi solusi, eh tau-tau dia ngeluh lagi, Kak..

N2 : Ada ada pasti ada.. Jadi, *case* terakhir itu adalah namanya. Pelanggan tersebut dulu didaftarkan atas nama orang tua-nya. Kemudian orang tua nya meninggal dan dia komplain karena waktu itu layanannya 3 hari gak nyala. Kita udah coba nih perbaiki secara gangguan. Ternyata itu emang lagi ada gangguan massal. Gangguan massal itu tuh kan ga cuma dia sendiri tuh yang gangguan. Bahkan bisa sampe ribuan kalau gangguan massal. Dia mengeluh supaya tagihannya di-*claim* karena dia gak pakai layanan secara *full* "masa aku harus bayar *full*" gitu.. Yaudah kita cek, bulan pertama kita visit nih, tagihannya sudah kita claim, sudah ke semuanya. Tapi, berikutnya dia seperti itu lagi. Ternyata dia ngambil kesempatan nih karena mungkin kita sudah pernah claim kan.. Kita kan gak bisa kaya gitu yaa karena kita harus baca by system penggunaan internet. Kalau sudah kekeh kaya gitu, yaa kita arahkan "gimana, Pak selanjutnya? maunya seperti apa". Kalau dia langsung bilang "aku bakal cabut layanan, terus cari provider lain" ya kita sudah gak menjaga hati yakan, udah gak

menjaga hati pelanggan yang sudah tidak mau berlangganan sama kita. Tapi, kita bisa mempertimbangkan pelanggan mana yang loyal terhadap kita daripada pelanggan yang begitu.. Ya pasti ada lah kaya gitu kan, tapi tetap kita prioritaskan dulu melakukan kunjungan, kita sudah kasi *claim* tagihan, kita sudah kasi aksesoris kaya *goodie bag*.. Yaa kayak untuk ini menenangkan hatinya, bahwasannya Telkom peduli, gitu.. Tapi, kalau masih ngeyel juga, ya keputusan ada di pelanggan.. Intinya, yang paling penting pasti kita cari solusinya dulu, sih....

P : Jadi, sebagai Supervisor Plasa Telkom, nih, Kak, gimana sih Kak proses komunikasi yang diterapkan IndiHome Medan dalam menangani keluhan pelanggan?

N2 : Jadi, gini, kita komunikasinya itu tetap *two step flow*, ada *feedback* ya gak satu arah. Plasa kan sejak pandemi buka dari jam 9, nah dari jam 8 ke setengah 9 kita selalu pasti ada *briefing* nih sama tim. Di *briefing* itu disampaikan apa keluhan pelanggan yang tidak tersolusikan kemarin, kita obrolin disitu. Setelah selesai, kita obrolin apa rencana nya pada hari itu. Kalau aku sih menekankan selalu tetap berintegritas dalam bekerja terus untuk menerapkan *code of coundact* ke pelanggan. Aku jelaskan *step by step* apa aja sih sebenarnya prioritas yang harus mereka lakukan pada hari itu. Nah, setelah itu, mereka menyampaikan *feedback* kaya "Kak yang ini ada *case* yang belum selesai, misal tagihan, atau refund deposit, masalah gangguan, pindah tiang, alamat". Kita sih jarang ya ada *case* yang gabisa terselesaikan dari kemarin, jarang, kecuali untuk order. Order itu

maksudnya target penjualan untuk beberapa produk dari IndiHome sendiri, misalnya kaya penambahan kecepatan internet, gitu-gitu.. Nah kadang gak *close* dalam waktu satu hari, tapi biasa kita *notice* banget kalau umur gangguannya udah lebih dari 3 hari pasti itu udah jadi prioritas. Cara komunikasinya ya seperti itu..

P : Sekarang itu masih tergolong banyak gaksih Kak pelanggan yang mengeluh *walk-in*, gitu?

N2 : Gak terlalu banyak sih sejak pandemik soalnya kita juga batasin nih. Di dalam ruangan kan ada *social distancing* kan, diluar juga harus ada *physical distancing*. Nah, disitu kalau sudah terlihat penuh biasanya kami arahkan pindah plaza atau kami arahkan ke *Graphary Telkom Group*.

P : Ada gaksih Kak alasan tertentu kenapa sih Kak pelanggan itu masih memilih buat mengeluh *walk-in*?

N2 : Kaya yang aku bilang tadi.. Rata-rata tidak *close* saat mereka mengeluh melalui 147 maupun sosial media. Kedua, ada yang memang dia *habit*-nya pelanggan, jadi memang pelanggan kan ada aja yang sudah modern sama memang dia ya hobi aja datang ke plaza, jalan, duduk, ngantri, yakan.. Misalnya, tiap bulan itu ada aja pelanggan yang mau bayar tagihan itu gak mau melalui *mobile banking* atau *cashless*, seringnya datang ke plaza, gitu.. Nah untuk plaza juga bisa penutupan layanan, karena untuk penutupan layanan pelanggan harus datang karena ada perangkat yang harus dikeluarkan.

P : Sebagai *Supervisor* plasa nih, Kak, menurut Kakak seberapa penting sih perusahaan memberikan *feedback* atas keluhan pelanggan yang masuk?

N2 : Ya penting banget.. Jadi, kalau bisa saat itu dikasih *feedback* ya harus saat itu juga.. Misal, kalau via channel sosmed, mereka langsung sampaikan ke aku, tapi dalam waktu yang bersamaan walaupun belum bisa disolusikan, mereka tetap harus memberikan respon gitu. Sama dengan mereka kalau lapor di *Twitter*, *Facebook Telkom Care*, secara operasional kan mereka gak tau gimana keluhan yang dialami pelanggan, tapi tetap mereka harus menjawab, termasuk keluhan-keluhan pelanggan yang ada di koran, media-media online. Kalau di Medan itu seringnya masuk di Analisa, ada surat pembaca, itu kalau masuk pasti tim yang pertama kali menampung itu Tim Sekretariat dan *Public Relations* kantor kita. Setelah mereka menerima, mereka akan mengerucutkan permasalahannya apa ke unit terkait. PIC, Manager, ataupun pejabat yang bertanggung jawab wajib membalas kurang 1x24 jam. Kemudian setelah dijawab secara teknis, bahasa nya akan diumumkan dengan baik.

P : Berarti penting banget, ya, Kak...

N2 : Sangat penting, karena pelanggan itu ya nadi nya kita, yakan, karena *customer experience* itu yang paling penting, yakan..

P : Gimanasih Kak Tri contoh *feedback* kepada pelanggan yang ngeluh langsung ke Plasa Telkom, Kak?

N2 : Jadi, kalau berdasarkan Code of Coundact, hmm aku jelasin aja yaa karena kan ini gabisa di share gitu.. Yang pertama itu ada *greetings*, jadi itu sikap

dalam menyambut pelanggan. Itu detailnya seperti berdiri ketika menyambut pelanggan terus kedua tangan di depan dada, kepala harus menunduk, tersenyum, perhatikan kontak mata. Terus abis *greetings*, posisi CSR udah dalam posisi yang siap melayani secara bahasa tubuh. Bahasa tubuh yang paling penting karena kita pengen pelanggan yang datang bisa meredam emosi misalnya karena kita layani dengan lembut, gitu... Terus habis siap melayani baru ada menggali keputusan. Ini dia ada di situasi sulit, menerima pelanggan yang komplain ada bersikap tenang, tidak terbawa emosi, mendengarkan dan mencatat keluhan, berempati, kemudian meyakinkan pelanggan bahwa keluhan yang sudah diterima itu dipahami, terus CSR mengkonfirmasi ulang permasalahan, melakukan validitas, minta izin untuk melakukan pengecekan, karena kan kita ga bisa langsung jawab. Kan ga sopan ya kita ga konfirmasi atau minta izin dulu. Secara sopannya "Silahkan duduk, Pak/Bu ; ada yang bisa saya bantu? ; ada masalah apa Pak/Bu?". Nanti misalnya dia ngeluh sambil marah-marah kayak "aku udah bayar tagihan, udah cabut layanan, tapi sekarang kok masih tetap ditagih" sambil marah-marah kan dia. Terus kita bilang aja "Baik Bapak, boleh tau nomor internetnya berapa. mohon izin saya cek di aplikasi, mohon tunggu sebentar" gitukan.. Habis itu petugas kita bakalan ngecek, kemudian kita udah tau nih kita data yang real kaya apa baru kita bilang ke pelanggan. Nah habis itu kita kasi informasi ke pelanggan terus hak dan kewajiban pelanggan.

- P : Yang *feedback* nya kalau lagi menangani keluhan gitu, Kak?
- N2 : Ya kaya tadi, pertama *listening* lah dulu ya karena komunikator yang baik sudah pasti mau mendengarkan kan ya..Pokoknya dalam komunikasi nya harus ada konfirmasi secara bolak-balik, jadi kita nanya dulu misal "Bagaimana Bapak sudah jelas?". Kalau sudah jelas dan misalnya pelanggan minta "ini kapan selesai?" yaudah kita tetap jelasin "baik Bapak kami usahakan dalam 1x24 jam". Nah sebenarnya balik lagi ke CSR nya karena dia yang sudah tahu kira-kira komplainnya bisa diselesaikan dalam berapa lama. Baru kita pastikan jaminan penyelesaian keluhannya berapa lama, gitu..
- P : Tadikan Kak Tri bilang kalau IndiHome itu gak pernah gak kasi *feedback* terhadap keluhan pelanggan? Wajib gitu?
- N2 : Wajib, wajib secara SOP itu wajib....
- P : Walaupun keluhannya itu tipe keluhan yang tidak bisa di selesaikan pada hari itu juga, ya, Kak?
- N2 : Iya tetap kita berikan *feedback*..
- P : Masih ada gaksi Kak pelanggan yang mengeluh soal *feedback* yang diberikan oleh IndiHome kepada pelanggan, misal "ah *feedbacknya* kurang memuaskan"?
- N2 : Adaa. Misal gini, ada layanan teknisi kita yang memakai APD kurang lengkap, tidak mengucapkan *greetings*, tidak menjelaskan *product* dengan baik, dia marah. Tapi yaudah dia marahnya kesitu aja ga langsung datang ke plasa. Sebenarnya itu yang pasti teknisi juga sudah di edukasi semuanya,

cuman kalau masih kurang puas harusnya dia sampaikan datang ke plasa, jadi biar jelas yang dimaksud ini yang mana, yakan..

P : Kalau pelanggan menyampaikan keluhannya secara langsung dengan datang ke plasa, ada faktor penghambat nya gaksih Kak?

N2 : Gak ada sih.. Kalau penghambatnya gak ada karena kan secara langsung ya. CSR juga bukan dewa kan ya. Anggapannya ketika pelanggan menyampaikan keluhannya, CSR juga perlu konfirmasi dengan *room* baru bisa tegas ngasi jaminan layanan yang baik ke pelanggan. Saya kasi contoh *case* aja ya, misal tagihan. Pelanggan IndiHome itu kalau mau pasang baru mereka itu harus membayar deposit. Deposit itu akan dikembalikan di tagihan bulan ke-13 dia berlangganan. Kalau dia mau cabut, baru deposit itu dikembalikan, Sebelum 13 bulan berlangganan dia mau cabut, dia punya uang di Telkom. Dia nanya tuh kalau mau cabut gimana kabar uangnya yang ada di Telkom, terus kita jawab "baik untuk *refund* deposit ditunggu H+31 setelah layanan tercabut marah-marah. Tetap sebenarnya karena kita ada *Code of Coundact* ini sebenarnya yang menjadi *playing role* kita. Jadi pedoman kita menangani keluhan ya itu, kita jawab sesuai kebutuhan pelanggan. Gak ada penghambat ya karena komunikasi yang dilakukan juga secara langsung.

P : Walaupun secara langsung, emang gak pernah ya Kak terjadi kesalahpahaman antara pelanggan dengan pihak IndiHome karena kan pelanggan ngerasa yaudah ngeluh aja itu kan haknya gitu?

N2 : Ada sih yang kaya gitu tapi ya CSR harus menanggapi dengan kepala dingin. Kalau menurut aku, CSR harus sudah dibekali dengan cara berbicara dan bersikap yang baik walaupun pelanggannya ngeluh-ngeluh terus, capekan sebenarnya berulang kali. Tapi jarang sih ya ada pelanggan yang ngeyel gitu. Biasanya pelanggan yang ngeyel gitu, dia tuh sebenarnya udah mau cabut layanan tapi dia mau menyusahkan gituloh.

P : Jadi kalau bicara soal faktor penghambat nih, Kak, berarti kurang ada lah ya Kak?

N2 : Sebenarnya bisa dibilang jarang karena misal ada keluhan pelanggan yang masuk terus kita solusikan. Tetapi, setelah disolusikan dia masih ngeyel kadang tuh bisa jadi dia itu cuma mau cari gara-gara aja, bisa jadi juga dia dari produk kompetitor lain, misal provider lain. Kita tuh ada program *mystery shopper* namanya. *Mystery shopper* itu namanya pengunjung bayangan. Jadi dia seolah-olah pengunjung padahal dia tuh bayaran dari tim Telkom juga untuk menguji dan menilai tim CSR yang bertugas saat itu. Misal dalam menanggapi pelanggan mereka senyum gak, sapa gak, berdiri gak. Nah itu semua dinilai dan nilainya akan keluar sebulan sekali dan dijadikan rankingnya per regional dan nasional. Siapa nih yang paling bagus.

P : Faktor penghambat yang jarang terjadi itu maksudnya kaya gimana tuh Kak Tri?

N2 : Oh jadi kan kita punya pelanggan bermacam-macam ya. Bahkan ada yang sudah tua, yang ngomong aja susah. Mungkin ini bisa jadi salah satu faktor

penghambat kita menyelesaikan masalah. Misal kaya Bapak yang sudah umur 80 tahun, dia gak punya HP, dia gak hafal nomor keluarga nya, dia datang sendiri. Dia mengeluhkan tiang telepon yang ada di depan rumahnya itu sudah miring. Dia minta diperbaiki agar tidak mengganggu kalau misalnya ada tamu yang datang ke rumahnya. Tapi karena dia ngomongnya susah ya yaudah kita dengarkan dengan seksama kebutuhannya apa. Kalau bisasih kalau yang seperti itu jangan dipersulit, gitu. Ya semua sih orang yang masih energik juga kalau bisa kita solusikan ya ngapain dipersulit yakan..

P : Seperti apasih bentuk pesan verbal dan non verbal yang diberikan oleh IndiHome saat menghadapi keluhan pelanggan?

N2 : Kalau untuk nonverbalnya yang tadi ya seperti mimik wajah yang senyum dalam menghadapi pelanggan terus gestur tubuh yang sedikit menunduk dalam melayani pelanggan, dll. Kalau pesan verbalnya itu yang pasti ketika *greetings* itu mengucapkan "selamat pagi/siang/sore", CSR memperkenalkan diri dia dulu "saya dengan Trian disini, silahkan duduk Pak, ada yang bisa dibantu?", nanti dia kan ngeluh "internet saya sudah mati 2 hari". Yaudah kita jawab "boleh dibantu nomor internetnya, Pak. Biar saya bantu cek di sistemnya". Nanti dia kasi terus kita bilang "mohon tunggu sebentar ya, Pak". Setelah nanti dia mendapatkan jawabannya pengaduan Bapak sudah kami input di aplikasi dan akan di eskalasikan langsung oleh unit teknis". Jadi, kita konfirmasi lagi ke pelanggannya "nah untuk komplainnya akan bisa selesai dalam waktu kurang lebih 3x24 jam

ya, Pak. Mohon ditunggu". Setelah itu bisa bertanya lagi seperti "ada lagi yang bisa saya bantu?". Kalau semisal dia bilang sudah oke, "Baik Pak, terimakasih, selamat pagi/siang/sore".

P : Nah kalau sekarang nih Kak pandemik gini seberapa sering sih pihak IndiHome ini menerima keluhan pelanggan?

N2 : Nanti coba aku cek di sistem untuk data pastinya ya..

P : Tapi itu pasti setiap hari ada aja ya Kak yang ngeluh *walk-in*?

N2 : Ada pasti adaaa.

P : Dari pengalaman Kak Tri sebagai *Supervisor* Plasa nih, gimana sih kak reaksi pelanggan setelah mengalami kendala terkait keluhan yang disampaikan, mungkin seperti berhenti berlangganan, dsab?

N2 : Responnya bermacam-macam. Kalau yang paling akut sih jangan sampai dia berhenti berlangganan atau cabut layanan. Itu ada, itu seperti yang aku bilang tadi pelanggan yang mengeluh *claim* tagihan keenakan nih dia minta di klaim terus tagihannya terus ngancem buat berhenti menggunakan IndiHome dan beralih ke provider lain, yasudah kan.. Daripada kita rugi juga. Kemudian responnya ada yang mau berlangganan kembali, misalnya dia ini sudah pernah berlangganan nih, tapi ntah mungkin dia ada keluhan layanan tapi tidak disampaikan kemana-mana jadi dia biarkan aja internetnya mati sampai berbulan-bulan, biasanya kalau sudah 2 bulan bakalan otomatis layanan akan ditutup, gitu, bukan dicabut secara sistem tapi secara layanan ditutup. Di isolirlah istilahnya, kita isolir. Nah, di kita itu ada tim *Change Tarif to 0*

(CTO). Nah, itu pelanggan-pelanggan yang tarifnya sudah di nol-kan, seharusnya kita bisa *win back* artinya dia mau berlangganan kembali. Nah setelah kaya gitu ada yang responnya beda lagi seperti "yaudah lah saya mau bayar tapi satu bulan saja". Bisa gapapa dia ada tunggakan 2 bulan, dia cuma mau bayar 1 bulan kita *claim* karena sisa 1 bulan lainnya tidak ada penggunaan, maka di bulan selanjutnya dia akan berlangganan kembali, gitu. Ada yang dia mau cabut "ah udah lambat mahal lagi" gitu, nah nanti CSR yang menganalisa kenapa dia cabut layanan. Kalau semisal karena mahal kita cek di sistem kita hubungi "Oh, Pak dengan layanan dan harga yang sama Bapak bisa dapat layanan ini loh tambahan". Sampai akhirnya dia gak jadi cabut. Dia mau paket yang lebih murah, oke kita tawarkan paket yang mungkin lebih murah dari paket dia yang sebelumnya. Ada yang gagal cabut, ada yang responnya sampai cabut juga sih, sampai mencak-mencak ke lembaga konsumen juga ada. Lembaga konsumen itu kan nasional kan ya.

P : Sebelum menangani keluhan biasanya Kak Tri dan tim biasanya diskusi dulu apa gimana, Kak?

N2 : Seharusnya diskusi dulu, koordinasi dulu. Saat pelanggan memberi keluhan, kita kan minta nomor internet tuh. Setelah di cek, saat itu juga ketemu masalahnya apa, CSR akan koordinasi ke saya di *back room*. Kalau misalnya dia gak bisa solusikan biasanya dia eskalasikan ke saya. Kalau pelanggan bersedia menunggu lebih lama kita selesaikan saat itu juga. Tapi kalau ternyata memang gak bisa selesai saat itu juga, ya jangan

mengulur waktu pelanggan karena dia takutnya lebih marah. Kita konfirmasi kalau keluhannya bisa diselesaikan 3x24 jam atau 2x24 jam. Kita tanya lagi kira-kira masih ada tidak keluhan lain yang ingin disampaikan baru kita *close*. Kita tetap harus ada koordinasi tidak bisa menyelesaikan sendiri CSR nya.

P : Soalnya kan Kak, kemarin aku juga sempat nanya Bu Sondang kalau diskusi pasti lebih lama, jadi langsung cek sistem ini itu, jadi lebih menekankan gak ada diskusi..

N2 : Kalau diskusi secara langsung gak ada memang karena CSR gak bisa meninggalkan pelanggan. Jadi kita diskusi dari chat atau teleponan gitu. Karena saat CSR meninggalkan pelanggan, jadi dia minta izin melakukan pengecekan, saat pengecekan itulah dia koordinasi dengan saya, tim teknisi, ataupun tim terkait dengan keluhan yang disampaikan. Nah pelanggan itu paling lama dilayani bisa setengah jam dan paling cepat bisa 5 menit.

P : Selain divisi Kak Tri, divisi apa sih Kak yang ikut bertanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan?

N2 : Jadi, kita pakai anak perusahaan namanya *Telkom Access* kalau masalah gangguan layanan ya. Kalau misal ada gangguan kita keluarkan tiket pelaporannya ke tim *leader* teknisi *assurance*. Mereka nanti menugaskan teknisi untuk melakukan pengecekan ke nomor tersebut.

P : Menurut Kak Tri sebenarnya apasih arti dari pelanggan itu, Kak?

N2 : Menurut aku pelanggan itu ya nyawa nya sebuah perusahaan. Kalau dibilang pelanggan adalah raja ya benar yakan apalagi efek di zaman sekarang seperti *word of mouth* sangat rentan. Apalagi sekarang kita punya *influencer* kan, sedikit aja dia gak suka, punya *experience* jelek terhadap produk kita, wah kacau. Nah di Telkom sendiri kita punya prioritas nih namanya *High Valuable Customer*, jadi pelanggan loyalnya kita itu kita prioritaskan. Loyal itu seperti apa? Misalnya dia berlangganan dengan tagihan yang lebih mahal dan sudah lama.

P : Anggapannya itu karena ada pelanggan ya makanya perusahaan bisa berjalan ya, Kak.

N2 : Nah iya betul. Jadi yang membuat *sustain* sebuah bisnis itu ya dari pelanggan, *customer experience* bagus gak. Kalau gak bagus jangan harap pelanggan bisa selalu ada, kan gitu.

P : Nah itu makanya setiap keluhan yang masuk harus segera di selesaikan karena berpengaruh ya Kak terhadap kepercayaan pelanggan....

N2 : Nah betul sekali. Itu yang harus diluruskan. Jadi kita tidak akan bosan mengedukasi pelanggan terus-menerus melalui sosial media maupun ketika di plasa. Jadi meminimalisir keluhan-keluhan yang sebenarnya mereka bisa selesaikan sendiri, gitu.

P : Ya tapi ketika mereka memilih mengeluh ke IndiHome secara langsung juga apa boleh buat ya, Kak Tri..

N2 : Iyaa betul karena itu kan hak mereka. Pelanggan juga punya hak dan kewajiban, dimana kewajiban mereka ya bayar, gitu. Hak mereka ya harus

kita kasi seperti mendapatkan layanan yang bagus maupun dilayani dengan baik juga.

P : Okedeh.. Segitu dulu wawancaranya. Terimakasih banyak ya Kak Tri sudah meluangkan waktunya.

N2 : Oke Clara sama-sama, semangat ya.