

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Magang

Dunia kerja saat ini tidak hanya terpaku dalam kualitas produknya baik barang ataupun jasa, tetapi keberadaan konsumen juga berpengaruh penting dalam membuat citra baik bagi perusahaan. Apalagi melihat perkembangan media yang semakin pesat dapat memudahkan penyampaian suatu pesan antara konsumen dengan perusahaan. Hal ini mengubah gaya hidup serta pola pikir masyarakatnya yang semakin maju. Perkembangan jaman sekarang mengenai aspek pendidikan meningkat sehingga menjadi lebih kritis dalam memilih suatu produk baik barang ataupun jasa. Di era perkembangan teknologi yang sangat cepat ini, perusahaan gencar dengan strateginya masing-masing untuk meningkatkan penjualan. Baik dengan meningkatkan kualitas produk ataupun penetapan harga yang menarik. Namun cara-cara tersebut telah banyak ditiru dan sudah dapat dikatakan tidak efektif lagi untuk kemajuan perusahaan. Karena tidak adanya perubahan hasil penjualan yang dihasilkan dari strategi tersebut.

*Customer Care* merupakan strategi yang digunakan perusahaan-perusahaan besar seperti yang dijelaskan oleh strategi marketing *after sales*. Dimana *Customer Care* ini melakukan fungsi sebagai tempat pengaduan keluhan, *service*, dan juga pemberi informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Tujuan dari adanya *Customer Care* ini sendiri agar perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Untuk mengetahui hal tersebut terdapat kriteria yang memberikan kepuasan kepada para pelanggan seperti yang ditemukan oleh Lovelock berikut ini :

1. Reliability (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan.

2. Responsiveness (Cepat tanggap)  
Kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
3. Assurance (Jaminan)  
Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.
4. Emphaty (Empati)  
Karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.
5. Tangible (Kasat mata)  
Penampilan fisik, peralatan, personel, dan alat-alat komunikasi.  
(Lovelock, 1994:100)

Dengan begitu perusahaan haruslah dapat memenuhi kriteria diatas dalam pelayanannya karena bergerak dibidang jasa. Pelayanan yang baik berpengaruh besar bagi keberlangsungan perusahaan kedepannya. Hal itu juga menyangkut pada loyalitas pelanggan pada citra perusahaan. Menjadi hal penting untuk saat ini menjaga serta memelihara kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu PT.Telkom memiliki sebuah wadah untuk memenuhi pelayanan kepada pelanggannya di Plasa Telkom. Khususnya untuk wilayah Bandung Timur terletak pada kantor cabang Lembong. Plasa ini merupakan bentuk *Customer Care* yang dihadirkan oleh PT.Telkom. Dengan tujuan kegiatan menangani keluhan pelanggan, service, dan pembayaran penggunaan produk Telkom. dan

Pembahasan yang akan diuraikan dalam laporan ini yaitu bagaimana kegiatan *Customer Care* yang dilakukan oleh perusahaan dapat mencapai pelayanan yang baik bagi pelanggan sehingga tercipta loyalitas yang tinggi dari pelanggan.

## **1.2. Tujuan Magang**

1. Mempelajari pemecahan masalah serta penerapan pemecahan masalah tersebut.

2. Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta memperoleh pengalaman kerja praktis selama mengikuti kegiatan magang di Telkom Lembong, Bandung.
3. Mengembangkan kepribadian, rasa percaya diri dan kedewasaan mahasiswa.
4. Mengetahui situasi dan kondisi, profil lembaga, tugas dan fungsi PT.Telkom Indonesia.
5. Meningkatkan profesionalisme dalam bekerja, kedisiplinan dan keakraban dengan pegawai PT.Telkom Indonesia.

### **1.3. Manfaat Magang**

Dalam proses kegiatan magang yang penulis lakukan, penulis sudah mulai dapat mengamati serta mengetahui sedikit banyak mengenai dunia kerja di PT.Telkom khususnya pada divisi *Customer Care* wilayah Bandung Timur, akan tetapi untuk sebuah proses tentunya perlu pembelajaran lebih lanjut, oleh karena itu, tujuan, manfaat yang kami peroleh adalah sebagai berikut:

Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa mampu mengaplikasikan ilmu dari hasil perkuliahan dalam dunia kerja.
2. Menambah pengetahuan serta wawasan mengenai dunia kerja.
3. Meningkatkan kemampuan individu dalam pemecahan masalah.
4. Menambah rekanan atau link untuk kedepannya.

Bagi Universitas :

1. Mempersiapkan materi yang berkaitan dengan kegiatan magang.
2. Sebagai standar untuk meningkatkan kualitas mahasiswanya.

3. Sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas akademik.
4. Menjalin kerjasama dengan perusahaan serta lebih dikenal di dunia industri.

Bagi Perusahaan :

1. Perusahaan mendapatkan tenaga bantuan dari mahasiswa yang melakukan magang.
2. Adanya bantuan dari hasil penelitian mahasiswa magang terhadap perusahaan yang dapat dijadikan sebagai evaluasi.
3. Mempermudah pencarian Sumber Daya Manusia (SDM) karna telah terjalin kerjasama dengan universitas-universitas.
4. Menjalin kerjasama antara perusahaan dengan universitas, serta lebih dikenalnya di dunia akademis.