

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan**

Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran Telkom, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital.

Pada tahun 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan pada tahun 1856. Hadirnya telepon membuat masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini. Waktu itu, banyak perusahaan swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pemain ini membuat industri telepon berkembang lebih cepat: pada tahun 1892 telepon sudah digunakan secara interlokal dan pada tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industry pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi.

Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal bakal Telkom saat ini. Sejak Tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli tahun 1965 sebagai hari lahir Telkom.

#### 4.1.2 *Purpose, Visi dan Misi Perusahaan*

Untuk menjawab tantangan industri digital, mendukung digitalisasi nasional dan untuk menginternalisasi agenda transformasi, maka Telkom telah menajamkan kembali *Purpose, Visi dan Misi*.

##### 1. *Purpose*

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

##### 2. *Visi*

Menjadi digital *telco* pilihan utama untuk memajukan masyarakat

##### 3. *Misi*

- a. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan *platform* digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- b. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- c. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

#### 4.1.3 *Core Values Perusahaan*

*Core Values* dari PT. Telkom Indonesia yaitu: AKHLAK.

##### 1. Amanah

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan

##### 2. Kompeten

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

##### 3. Harmonis

Saling peduli dan menghargai perbedaan

##### 4. Loyal

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan Negara

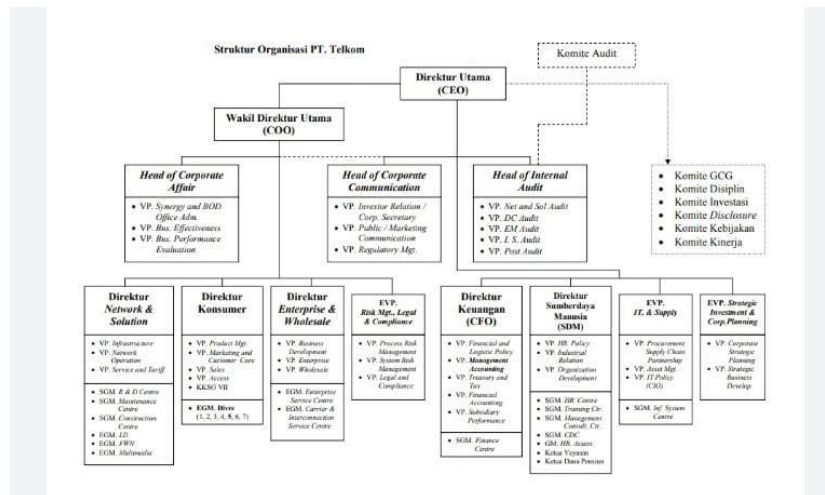
##### 5. Adaptif

Terus berinovasi dan antusias dan menggerakkan ataupun menghadapi menghadapi perubahan

## 6. Kolaboratif

Membangun kerja sama yang sinergis

### 4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia

Sumber : PT. Telkom Indonesia

Penjabaran tugas bagian masing-masing bagian :

#### 1. Direktur Utama

Tugas Direktur Utama yaitu: mengkoordinir direksi, mengendalikan langsung Direktur yang memimpin Direktorat pada *corporate office* dalam penyelenggaraan operasional fungsinya dan mengendalikan direktur yang memimpin Direktorat pada *operating business*.

#### 2. Wakil Direktur Utama

Tugas Wakil Direktur Utama yaitu : membantu Direktur Utama dalam mengintegrasikan penyelenggaraan operasi Direktorat-Direktorat yang berada dalam kelompok *Operating Business*, dan fungsi *Corporate Support* yang berkaitan dengan *risk, legal, & compliance*, dan *corporate affair*.

#### 3. Direktur Keuangan

Tugas Direktor Keuangan yaitu: mengelola dan mengendalikan keuangan perusahaan di Kantor Perusahaan dan seluruh unit bisnis, serta

melakukan pengendalian penyelenggaraan aktivitas keuangan secara terpusat.

4. VP. *Management Accounting*

Tugas VP. *Management Accounting* yaitu : mengarahkan penjabaran CSS dalam bentuk Proyeksi Keuangan Tahunan per unit bisnis ke dalam bentuk *Corporate Annual Message* dan *Annual Target Setting* serta mengkomunikasikannya kepada Unit Bisnis dan Anak Perusahaan dalam rangka penyusunan RKAP.

5. Direktur Sumber Daya Manusia

Tugas Direktur Sumber Daya Manusia yaitu: memperdayakan secara optimal seluruh SDM perusahaan guna merealisasikan strategi perusahaan dalam mewujudkan tujuan perusahaan, serta mengendalikan penyelenggaraan operasional manajemen SDM secara terpusat.

6. EVP. *IT & Supply*

Tugas EVP. *IT & Supply* yaitu: memastikan terkendalinya pengelolaan logistik perusahaan, khususnya pengelolaan logistik yang mempersyaratkan pengelolaan secara terpusat dalam rangka pengendalian efisiensi dan menjaga tercapainya standar kualitas serta ketepatan *supply management* bagi proses pengelolaan bisnis.

7. EVP. *Strategic Investment & Corporate Planning*

Tugas EVP. *Strategic Investment & Corporate Planning* yaitu : memastikan tersusunnya *strategic & business planning* untuk memberikan *guideline* yang memadai bagi upaya pencapaian tujuan korporasi, serta memastikan terealisasinya strategi perusahaan dalam mempertahankan/meningkatkan pertumbuhan dengan upaya mendayagunakan sumber daya perusahaan melalui pengembangan portofolio bisnis.

8. Direktur *Network & Solution*

Tugas Direktur *Network & Solution* yaitu: mengintegrasikan penyelenggaraan pengelolaan infrastruktur dan jasa, yang dikelola dalam satu manajemen secara fokus dan terintegrasi.

9. Direktur Konsumer

Tugas Direktur Konsumer yaitu: mengintegrasikan penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer* pada segmen *retail/consumer*, yang dikelola dalam satu manajemen secara fokus dan terintegrasi.

10. EGM. *Divre V*

EGM. *Divre V* bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi Divisi Regional di wilayah geografisnya.

11. Direktur *Enterprise & Wholesale*

Tugas Direktur *Enterprise & Wholesale* yaitu: mengintegrasikan penyelenggaraan pengelolaan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer* pada segmen *enterprise & wholesale*, yang dikelola dalam satu manajemen secara fokus dan terintegrasi.

12. EVP. *Risk Management, Legal & Compliance*

Tugas EVP. *Risk Management, Legal & Compliance* yaitu: memimpin unit organisasi *corporate office* yang berperan sebagai unit pendukung bagi penyelenggaraan fungsi *corporate office* dalam mengelola upaya pengendalian potensi resiko dari seluruh *business unit & support unit* yang meliputi *regulatory risk, strategic risk, financial risk, operational risk*, dan *other risk (supplies failure, legal, technology, reputational risk)*, serta gangguan yang dapat menghambat kelangsungan kegiatan bisnis dan eksistensi perusahaan, sehingga memungkinkan bagi manajemen untuk lebih efektif dalam mengantisipasi ketidakpastian dan resiko serta *opportunity* yang menyertainya, dengan fokus pada hal-hal sebagai berikut: *business continuity management, insurance management, fraud management, security & safety management, compliance* dan *legal management*.

13. *Head of Corporate Affair*

*Head of Corporate Affair* bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan aktivitas pengendalian sinergi operasi, *regulatory*

*management, proses management & support, enterprise management quality, program/project management.*

14. *Head of Corporate Communication*

*Head of Corporate Communication* bertanggung jawab atas terkondisinya kepercayaan *shareholder* dan komunitas pasar modal atas informasi yang diberikan perusahaan berkaitan dengan *corporate action* dan *corporate performance*, serta terjaganya ketaatan dengan berbagai regulasi sekuritas dan terpenuhinya berbagai tuntutan terhadap kecukupan pemenuhan *disclosure*.

15. *Head of Audit Internal*

*Head of Audit Internal* bertanggung jawab atas ketepatan rekomendasi yang diperlukan CEO dan CFO dalam memberikan sertifikasi bahwa laporan keuangan telah disajikan dengan benar.

## **4.2 Hasil Penelitian**

Yang menjadi bahan kajian dalam penelitian ini berkaitan dengan Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan yang diperoleh melalui teknik wawancara dengan informan *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Maumere.

1. Hasil wawancara dengan *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah sebagai berikut:

a. Bagaimana strategi *Customer Service* dalam melayani pelanggan?

“Saya harus mencari tahu dengan baik setiap keluhan pelanggan, membantu memberikan solusi yang terbaik untuk setiap permasalahan pelanggan agar pelanggan merasa puas, kemudian memberikan pelayanan yang lebih supaya bisa membangun kepercayaan dengan pelanggan”

Dari penjelasan yang diberikan oleh Ibu *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere. Seorang *Customer Service* harus memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Pelayanan baik dari *Customer Service* tersebut

memberikan dampak positif terhadap PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere, karena mampu membuat pelanggan merasa puas dan loyal.

- b. Bagaimana cara *Customer Service* memberikan pelayanan prima kepada pelanggan?

“Sikap dalam melayani pelanggan , bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai, mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang baik”

Dari penjelasan Ibu *Customer Service*, pelayanan yang prima yaitu memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Pelayanan prima harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan dari waktu ke waktu agar pelanggan selalu merasa puas.

- c. Seberapa penting kejujuran bagi seorang *Customer Service*?

“Sudah pasti sangat penting, karena kalau kita tidak jujur otomatis kepercayaan yang telah dibangun dengan pelanggan menjadi sia-sia”

Dari penjelasan Ibu *Customer Service*, kejujuran merupakan hal yang sangat penting. Perilaku ini harus dimiliki agar pelanggan menjadi lebih percaya terhadap *Customer Service* dan kepada perusahaan. Kejujuran juga dilakukan untuk menumbuhkembangkan kredibilitas dalam lingkungan kerja dan menjadikan diri sebagai seseorang yang baik dan bertanggung jawab.

- d. Bagaimana *Customer Service* menghadapi pelanggan yang tidak sabar?

“Kunci utamanya yaitu, kita sebagai *Customer Service* harus lebih sabar. Harus mendahulukan pelanggan yang tidak sabar dari pelanggan lainnya ”

Dari penjelasan ibu *Customer Service*, cara untuk menghadapi pelanggan yang tidak sabar yaitu kita harus lebih sabar. *Customer Service* harus memiliki sikap sabar dan pengertian terhadap para pelanggan agar tidak terjadi masalah lain yang merugikan kedua pihak.

- e. Bagaimana cara *Customer Service* mempertahankan kepercayaan pelanggan?

“Dengan cara bertanggung jawab dengan pelanggan secara sepenuhnya”

Dari penjelasan ibu *Customer Service*, salah satu cara agar dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan yaitu dengan bertanggung jawab. *Customer Service* harus mempunyai sikap melayani dengan baik dan selalu siap membantu pelanggan ketika dibutuhkan. Hak itu karena tanggung jawab pelanggan ada di tangan *Customer Service*, dan tidak bisa lepas tangan jika ada masalah terjadi. Sehingga tingkat kepercayaan pelanggan akan meningkat. Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan.

- f. Apakah *Customer Service* sudah melayani pelanggan sampai tuntas saat pelanggan sedang mengalami masalah?

“Sudah pasti sering dilakukan sampai tuntas, kecuali laporan mengenai gangguan kabel putus karena itu tidak bisa diperbaiki oleh *Customer Service* melainkan harus dilakukan oleh bagian teknisi”

Dari penjelasan Ibu, sudah menjadi tugas seorang *Customer Service* untuk selalu melayani pelanggan sampai tuntas agar pelanggan tidak merasa kecewa. *Customer Service* harus selalu berusaha mengerti dan memahami cara menghadapi pelanggan yang mempunyai masalah dan diselesaikan hingga akhir.

- g. Apa saja masalah yang sering *Customer Service* alami saat melayani pelanggan dan bagaimana solusinya?

“Masalah yang sering saya hadapi yaitu melayani pelanggan yang tidak sabaran, pelanggan yang komplain karena tagihan yang tiba-tiba naik, pelanggan yang *hard complain* karena gangguannya sudah melebihi batas estimasi. Solusinya yaitu harus segera gerak cepat untuk mengetahui sebab permasalahan pelanggan, kemudian menyusun kalimat dan bahasa yang tepat untuk menjelaskan kepada pelanggan agar pelanggan tidak semakin marah dan komplain, cepat *openkan* tiket gangguan agar gangguan segera diperbaiki oleh para teknisi ”



Berdasarkan penjelasan ibu, *Customer Service* harus mampu melayani pelanggan dengan baik dan cepat apapun masalah yang sedang dihadapi pelanggan. Jangan membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan agar pelanggan merasa dihargai dan didengar.

- h. Apakah keterampilan seorang *Customer Service* berpengaruh terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan?

“Sudah pasti berpengaruh dan sangat penting.”

Dari penjelasan ibu *Customer Service*, dikatakan bahwa keterampilan sangat berpengaruh dan penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kemampuan dalam melakukan pekerjaan akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Demikian pula dengan ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga akan terjamin sehingga para pelanggan akan merasa dilayani dengan baik dan cepat serta tepat.

- i. Bagaimana cara *Customer Service* memberikan kepuasan kepada pelanggan?

“Tepati janji, membantu tagihan pelanggan yang semula naik menjadi normal kembali, mencarikan solusi terbaik, tutur kata dalam melayani, sikap kita, tanggung jawab dalam melayani, keterampilan dalam melayani pelanggan”

Berdasarkan penjelasan ibu *Customer Service*, kepuasan pelanggan merupakan elemen utama dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Sebab pelanggan yang puas akan layanan yang diberikan kemungkinan besar akan membeli produk atau layanan dikemudian hari dan merekomendasikan kepada kenalannya. Hal itu merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan.

- j. Apakah selama ini *Customer Service* sudah memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan?

“Menurut penilaian saya, masih belum terlalu baik sekali. Tetapi sudah pasti seiring berjalannya waktu, itu menjadi tanggung jawab saya untuk selalu terus berusaha untuk memperbaiki cara pelayanan saya. Karena

setiap pelanggan kan memiliki penilaian masing-masing terhadap saya, nah jadi saya harus berusaha lagi agar setiap pelanggan yang memiliki penilaian yang berbeda-beda tersebut dapat selalu merasa puas dengan pelayanan yang saya berikan”

Berdasarkan penjelasan ibu *Customer Service*, memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan merupakan suatu tolak ukur kesuksesan dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, maka *Customer Service* harus lebih paham bagaimana memperlakukan pelanggan dengan baik.

2. Hasil wawancara dengan pelanggan PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah sebagai berikut:

a. Bagaimana pelayanan yang dirasakan di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere? Apakah menurut Bapak/Ibu pelayanannya sudah baik atau belum?

“Pelayanannya sudah sangat baik. *Customer service* selalu melayani dengan ramah dan sabar”

Dari penjelasan yang telah disampaikan oleh seorang pelanggan yang bernama Ibu Marni yang selama ini menjadi pelanggan tetap PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere selama kurang lebih tahun, beliau merasa pelayanannya sudah sangat baik. *Customer Service* melayani dengan ramah dan sabar. Hal tersebut telah mencerminkan pelayanan yang baik yang diberikan oleh PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere terhadap para pelanggannya.

b. Apakah Bapak/Ibu puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere?

“Saya puas. Karena pelayanannya sangat baik dan pelayanannya cepat tergantung permasalahan yang dihadapi”

Dari penjelasan yang telah disampaikan Ibu Marni, beliau merasa puas. Seorang *Customer Service* harus mampu melayani dengan cepat,

berkomunikasi dengan sopan dan ramah serta bertanggung jawab penuh terhadap masalah yang dihadapi.

- c. Bagaimana cara *Customer Service* menyampaikan informasi kepada Bapak/Ibu?

“Penyampaian informasi yang saya rasakan sangatlah baik. *Customer Service* menyampaikan informasi secara ringkas dan jelas”

Ibu Marni merasakan bahwa penyampaian informasi yang diberikan oleh *Customer Service* sangat baik. Informasi disampaikan dengan tutur kata yang sopan dan jelas dan mudah dipahami.

- d. Apakah yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk menggunakan layanan di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere?

“Karena pelayanannya baik dan koneksi jaringannya sangat cepat”

Menurut ibu Marni, beliau tertarik dengan pelayanan PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere karena pelayanannya baik dan produk layanannya baik. Layanan pelanggan yang baik merupakan suatu keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta dapat memberikan citra baik kepada pelanggan.

- e. Adakah pelayanan yang kurang memuaskan yang diberikan oleh *Customer Service*?

“Sejauh ini belum ada.”

Ibu Marni menjelaskan bahwa dia tidak pernah merasa ada pelayanan yang kurang memuaskan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere telah memberikan pelayanan yang begitu baik, sehingga pelanggan tidak merasa kecewa.

- f. Apakah *Customer Service* melayani sampai tuntas jika Bapak/Ibu mengalami kesulitan?

“*Customer Service* selalu bertanggung jawab menyelesaikan tugasnya hingga tuntas.”

Ibu marni menjelaskan bahwa *Customer Servicenya* selalu bertanggung jawab. Artinya dalam menjalankan tugas pelayanan *Customer Service* harus mampu melayani dari awal hingga tuntas. Pelanggan akan merasa

puas jika *Customer Service* selalu melayani dengan penuh tanggung jawab.

#### **4.3 Strategi Pelayanan *Customer Service* di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere**

Semua instansi bisnis atau organisasi selalu berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pelayanan terbaik diberikan kepada pelanggan demi meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan yang merasa puas dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Pelayanan terbaik dimulai dari sikap dan perilaku para karyawan, khususnya yang langsung berkomunikasi dengan pelanggan seperti *Customer Service*.

Tugas utama seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan para pelanggan. *Customer Service* juga harus dapat menjaga kesetiaan atau loyalitas para pelanggan. Dalam menjalankan tugasnya seorang *Customer Service*, harus mempunyai strategi-strategi dalam menghadapi berbagai macam pelanggan. Seperti di PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere, dalam meningkatkan pelayanan seorang *customer service* menggunakan strategi dasar dengan bersikap ramah, komunikatif, serta penampilan juga harus diperhatikan. Selain strategi dasar tersebut *customer service* juga menggunakan strategi utama, yaitu:

##### **1. Memberikan Pelayanan Prima**

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas sesuatu yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat. Dengan menjaga kualitas akan mempertahankan kepuasan pelanggan. Selain itu, diperlukan pelayanan yang cepat, tepat dan efisien agar pelanggan merasa dilayani dengan baik sehingga segala permasalahan dapat ditangani.

Berikut adalah bentuk dari pelayanan prima yang diberikan oleh *customer service*.

Bentuk pelayanan prima yang diberikan oleh *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah bertanggung jawab, melayani pelanggan dengan sikap yang baik, cepat serta tepat dalam menghadapi masalah yang

dialami oleh pelanggan. Berpenampilan menarik dan disiplin dalam menjalankan tugas merupakan salah satu bentuk keberhasilan pelayanan.

## 2. Cepat Tanggap

Cepat tanggap yaitu kesediaan karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat serta mendengarkan dan mengatasi keluhan dari pelanggan. Tanggap merupakan langkah tepat dalam memberikan informasi yang semakin jelas dan baru kepada pelanggan sehingga pelanggan akan terhindar dari berita negatif dan tidak benar mengenai perusahaan yang sewaktu-waktu dapat merusak citra perusahaan di mata publik.

Bentuk cepat tanggap yang diberikan oleh *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah menyelesaikan dengan cepat setiap permasalahan pelanggan namun tidak terburu-buru dalam mengambil sebuah keputusan, mendengar keluhan, memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan pelanggan, serta memberikan pelayanan dengan mengutamakan sikap sopan dan lemah lembut dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

## 3. Kompetensi

Kompetensi merupakan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugas atau pekerjaan yang dilandasi dengan pengetahuan, keterampilan serta etos kerja yang baik.

Masing-masing orang akan mempunyai tingkat kompetensi yang berbeda berdasarkan pengalaman belajar yang mereka lewati dan pengalaman lapangan yang mereka temukan.

Bentuk kompetensi yang diberikan oleh *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah kemampuan dalam melakukan pekerjaan, seperti keterampilan berkomunikasi, keterampilan mengendalikan diri dengan baik saat menghadapi pelanggan, keterampilan dalam menemukan solusi kepada pelanggan harus mampu memberikan perhatian kepada para pelanggan.

## 4. Dapat Dipercaya

Menyampaikan pesan kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami dan jelas akan membangun kredibilitas *customer service* dalam memberikan

pelayanan kepada nasabah. Informasi yang disampaikan harus *credibility* dan sesuai pada kondisi terkini perusahaan. Kredibilitas dari *customer service* akan menambah minat layanan bagi para pelanggan karena kredibilitas yang baik akan menambah kepercayaan pelanggan dan kepercayaan diri *customer service* dalam melayani.

Bentuk dapat dipercaya yang diberikan oleh *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah dengan melayani pelanggan sepenuhnya, sikap dan perkataan yang diberikan *Customer Service* juga harus diperhatikan agar mendapat kepercayaan pelanggan.

#### 5. Kejujuran

Kejujuran dalam suatu perusahaan yang berhadapan langsung dengan masyarakat sangatlah penting; karena hal ini akan menentukan pelanggan atau calon pelanggan percaya atau tidak terhadap perusahaan.

Jujur dalam berkata maupun dalam bertindak menjadi kebutuhan dalam suatu perusahaan untuk menghindari berbagai macam kecurangan dalam berbuat.

Bentuk kejujuran yang diberikan oleh *Customer Service* PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere adalah jujur dalam bersikap, dan dalam menyampaikan informasi pada pelanggan. Setiap kejujuran yang diberikan *Customer Service* adalah untuk kepuasan pelanggan agar pelayanan yang diberikan dapat maksimal dan nasabah merasa puas.

#### 4.4 Pembahasan

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dianggap memiliki kaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Nova Aprilah (2021), “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Bank BRI Kantor Cabang Panakukang Makassar”.

Persamaan penelitian ini dengan Nova Aprilah adalah peneliti Nova Aprilah membahas mengenai strategi *Customer Service* dengan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti Nova Aprilah berfokus dalam meningkatkan pelayanan secara umum sedangkan peneliti ini berfokus pada

pelayanan *Customer Service* dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

2. Gadis Anggraini (2018), “Strategi Pelayanan *Customer Service* Pada Bank BRI Syariah KC Medan S. Parman”.

Persamaan penelitian ini dengan Gadis Anggraini adalah peneliti Gadis Anggraini membahas mengenai strategi *Customer Service* dengan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah hasil dari peneliti Gadis Anggraini menunjukkan bahwa strategi pelayanan dari *Customer Service* dilakukan dengan beberapa cara yaitu bersikap ramah, komunikatif dan *name tag* yang selalu diperlihatkan sedangkan peneliti ini menggunakan strategi pelayanan prima, cepat tanggap, kompetensi, dapat dipercaya dan juga kejujuran.

3. Reni Yulistian Arianti (2022), “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar KC Jember”.

Persamaan penelitian ini dengan Reni Yulistian Arianti adalah peneliti Reni Yulistian Arianti membahas mengenai strategi *Customer Service* dengan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti Reni Yulistian Arianti berfokus pada peningkatan jumlah nasabah sedangkan peneliti ini berfokus pada pada pelayanan *Customer Service* dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

4. Rina Feni Yolanda (2020), “Strategi Pelayanan Prima *Customer Service* Perspektif Bisnis Islam pada BPRS Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning”.

Persamaan penelitian ini dengan Rina Feni Yolanda adalah peneliti Rina Feni Yolanda membahas mengenai strategi *Customer Service* dengan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti Rina Feni Yolanda berfokus pada pelayanan prima perspektif bisnis Islam sedangkan peneliti ini berfokus pada pada pelayanan *Customer Service* dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

#### **4.5 Peran Dan Hambatan Menjadi Customer Service PT. Telkom Indonesia**

Adapun Peran yang diberikan oleh Customer Service dalam melayani pelanggannya adalah :

1. Memberikan Pelayanan yang terbaik bagi pelanggan

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik, Customer Service PT. Telkom Indonesia dapat melayani dengan baik pelanggannya dengan melalui tata bicara yang sopan dan baik sehingga membuat pelanggan nyaman

2. Memberikan informasi yang se jelasnya kepada pelanggan terkait masalah dan solusi yang dialami pelanggan

Sebagai Customer Service haruslah memberikan informasi yang se jelas-jelasnya tanpa mengurangi dan menambahi suatu informasi terkait penanganan masalah yang dihadapi pelanggan PT Telkom Indonesia

3. Memberikan solusi yang terbaik dalam menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan PT. Telkom Indonesia

Customer Service harus dapat memberikan solusi yang terbaik dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi pelanggan sehingga pelanggan tidak perlu khawatir terkait masalah yang dihadapinya

Selain peran yang dilakukan juga terdapat hambatan yang dihadapi diantaranya :

1. Menghadapi pelanggan yang tidak sabaran

2. Permintaan pelanggan terkait permasalahan yang dihadapi banyak dan juga pelanggan meminta masalahnya harus diselesaikan dengan cepat