

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA PROFESI

#### 3.1 Bidang Kerja

Telkomsel memiliki berbagai departement dan divisi, praktikan dapat kesempatan bekerja pada PT Telekomunikasi Selular di bagian *Customer Care and Retention Region Western Jabotabek*, saat pelaksanaan kerja profesi praktikan diberikan arahan dan kesempatan untuk mengenal divisi dan lingkungan yang ada dan bagaimana proses menangani pelanggan serta produk- produk apa saja yang dimiliki telkomsel, guna praktikan lebih memahami mendalam mengenai pelanggan, produk, dan sistem kerja yang dilakukan pada divisi customer care, mulai dari lingkungan kantor layanan Grapari, meliputi *Customer Service Representative, Back Office Room* dan *telkomsel smart office* ada tim *Nossa*, dan *Marketing communications*.

Arahan-arahan tersebut agar meminimalisir terjadinya kesalahan, Lalu berikut adalah tugas-tugas praktikan saat kerja profesi di telkomsel.

1. *Mystery shopper* gerai pelayanan provider di tangerang selatan.
2. Cek Kelengkapan Poster *Marketing & Flyer* Produk Telkomsel GraPARI.
3. Rekapitulasi *Complaint Handling Billing* Produk *IndiHome*.
4. Membuat Konten dengan tim *Marketing communications*.
5. Menangani Pelanggan *IndiHome*.

No	Pekerjaan Yang Dilakukan	Koordinasi	Keterangan
1.	<i>Mystery shopper</i> gerai pelayanan provider di tangerang.	Elza D. Siregar dan Yani Marliany Husein.	Hanya Beberapa kali
2.	Cek Kelengkapan Poster <i>Marketing &amp; Flyer</i> Produk Telkomsel GraPARI.	Yani Marliany Husein.	Hanya Beberapa kali

3.	Rekapitulasi Complaint Handling Billing Produk IndiHome.	Yani Marliany Husein.	Rutin
4.	Membuat Konten Video dengan tim <i>Marketing communications</i> .	Yani Marliany Husein dan Sakti Triyoga Kurnianto.	Rutin
5.	Menangani Pelanggan IndiHome.	Yani Marliany Husein dan Ani Herawati.	Rutin

**Tabel 3.1 Pekerjaan yang dilakukan**

**Sumber: Penulis**

Bidang kerja *customer care* memiliki peran krusial dalam pemasaran, khususnya bagi perusahaan telekomunikasi seperti Telkomsel. Pelayanan pelanggan yang efektif tidak hanya menjadi jembatan komunikasi antara perusahaan dan pelanggan, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam membangun citra positif dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, keterkaitan antara *customer care* dan pemasaran sangat erat.

Pelayanan *after sales* yang disediakan oleh *customer care* merupakan bagian integral dari strategi pemasaran. Saat pelanggan menghadapi masalah atau membutuhkan bantuan setelah pembelian produk atau layanan, *customer care* memiliki peran penting dalam memberikan solusi yang cepat dan memuaskan. Pelayanan *after sales* yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan tetapi juga menciptakan pengalaman positif, yang pada gilirannya dapat menjadi modal berharga untuk memperluas pangsa pasar melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Manfaat lainnya terletak pada pemahaman mendalam yang diperoleh *customer care* tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan. Melalui interaksi langsung, *customer care* dapat mengumpulkan data berharga mengenai umpan balik pelanggan, tantangan yang dihadapi, dan harapan mereka terhadap produk atau layanan. Informasi ini menjadi dasar yang sangat berharga bagi departemen pemasaran untuk mengembangkan strategi yang lebih tepat sasaran dan merancang kampanye yang lebih efektif.

Selain itu, pelayanan *customer care* yang baik juga berkontribusi pada retensi pelanggan. Dengan memberikan respon yang cepat dan solusi yang memuaskan, perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Pelanggan yang puas memiliki kemungkinan lebih besar untuk tetap menggunakan produk atau layanan Telkomsel dan bahkan dapat menjadi duta merek yang berharga.

Secara keseluruhan, *customer care* bukan hanya sekadar unit dukungan pelanggan, tetapi juga menjadi ujung tombak dalam strategi pemasaran. Dengan menyediakan pelayanan after sales yang unggul, mendengarkan kebutuhan pelanggan, dan membangun hubungan yang positif, *customer care* tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menjadi aset berharga bagi Telkomsel dalam mencapai keberhasilan pemasaran jangka panjang.

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

Selama menjalani tugas kerja profesi selama kurang lebih 3 bulan di PT Telekomunikasi Selular, praktikan menempati posisi di divisi *customer care* and retention western jabotabek dari tanggal 11 Juli 2023 hingga 19 September 2023. Pada hari pertama kerja, praktikan berkenalan dengan rekan kerja dan struktur organisasi, sambil melakukan pengamatan terhadap kondisi lingkungan *Telkomsel Smart Office* dan GraPARI BSD. Observasi terhadap lingkungan ini memotivasi praktikan untuk mengingat area dan suasana yang ada, serta menangkap inspirasi sebagai referensi untuk perencanaan kegiatan *customer care*.

Praktikan memiliki jadwal kerja yang telah ditentukan, dimulai dari jam 08.00 hingga 17.00 WIB. Pembimbing kerja telah memberikan arahan mengenai lingkungan kerja, memastikan pencapaian dalam tugas profesional sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya. Selain itu, praktikan konsisten menjunjung tinggi sopan santun, profesionalitas, dan disiplin dalam mengikuti aturan yang berlaku baik dari pimpinan maupun rekan kerja di lingkungan kantor.

Adapun tugas-tugas yang diemban oleh praktikan selama menjalankan tugas profesional melibatkan:

### **3.2.1 *Mystery shopper* Gerai Pelayanan *Provider* Tangerang.**

*Mystery shopping*, atau penilaian rahasia, adalah suatu metode penilaian kinerja perusahaan yang melibatkan pihak yang tidak diketahui identitasnya untuk melakukan evaluasi terhadap layanan atau produk perusahaan. Sebagai seorang *mystery shopper*, tugas Praktikan menjadi kunci dalam mengumpulkan informasi tentang kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan di berbagai gerai kantor pelayanan provider di Tangerang dan Tangerang Selatan. Ini merupakan suatu peran strategis dalam memahami sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggan dan menjaga standar kualitas layanan.

Pentingnya peran *mystery shopper* tak dapat diabaikan, terutama dalam industri layanan seperti penyedia jasa. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang pengalaman pelanggan, menilai sejauh mana proses layanan berjalan sesuai dengan standar perusahaan, dan mendeteksi potensi area perbaikan. Sebagai mata-mata yang tidak terdeteksi, Praktikan memiliki kemampuan untuk melihat perusahaan dari sudut pandang pelanggan tanpa adanya kecenderungan atau pengaruh yang dapat mempengaruhi hasil penilaian.

Dalam konteks ini, tujuan *mystery shopping* bukan hanya sebatas mengidentifikasi kelemahan, tetapi juga untuk memberikan umpan balik konstruktif yang dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas layanan mereka. Informasi yang dikumpulkan dapat digunakan sebagai landasan untuk perbaikan proses, pelatihan karyawan, atau bahkan pengembangan produk baru. Perusahaan dapat mengambil tindakan proaktif berdasarkan temuan Praktikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra merek mereka di mata konsumen.

Manfaat dari kegiatan *mystery shopping* tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga oleh pelanggan. Dengan memberikan umpan balik yang akurat dan jujur, Praktikan membantu menciptakan lingkungan bisnis

yang lebih transparan dan akuntabel. Pelanggan menjadi lebih percaya dan merasa dihargai karena perusahaan berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan mereka. Dengan kata lain, Praktikan berperan dalam membangun hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan.

Selain itu, pengertian dan pelaksanaan *mystery shopping* juga menciptakan persaingan sehat di antara perusahaan. Saat perusahaan menyadari bahwa mereka secara teratur dinilai oleh mata-mata tak terlihat, mereka cenderung lebih fokus untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Hal ini dapat mendorong inovasi dan peningkatan berkelanjutan dalam upaya memenuhi harapan pelanggan.

Sebagai seorang *mystery shopper*, peran Praktikan bukan hanya sebagai pengamat pasif, tetapi sebagai agen perubahan yang mampu membawa dampak positif bagi perusahaan dan pelanggan. Dengan memahami betapa pentingnya evaluasi layanan bagi pertumbuhan bisnis, Praktikan dapat menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan menjadikan perusahaan sebagai pilihan utama di mata konsumen.

Selama periode kerja profesi praktikan sebagai *mystery shopper* di berbagai gerai Grapari dan provider di Tangerang dan Tangerang Selatan, praktikan telah melibatkan diri dalam evaluasi menyeluruh terhadap layanan pelanggan. Pengalaman praktikan dimulai di Grapari BSD City, di mana praktikan secara cermat menganalisis interaksi antara petugas layanan dan pelanggan. Praktikan mencatat aspek-aspek seperti keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan petugas dalam menyampaikan informasi dengan jelas. Hasil evaluasi ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana Grapari BSD City mengelola layanan pelanggan mereka.

Selanjutnya, perjalanan tugas *mystery shopping* praktikan membawa praktikan ke Grapari *TangCity Mall*, Grapari Bintaro, Plaza Pasar Baru, Plaza Ciputat dan Grapari Ciputat. Praktikan memberikan perhatian pada keterjangkauan informasi dan kenyamanan fasilitas pelanggan, evaluasi praktikan fokus pada efisiensi sistem antrian dan

kejelasan petunjuk yang diberikan kepada pelanggan, praktikan juga memperhatikan bagaimana tim manajemen mengatasi keluhan pelanggan dan memberikan solusi yang memuaskan.

Tidak hanya itu, praktikan juga melibatkan diri dalam penilaian terhadap provider seluler seperti XL, Smartfren, Tri, dan Indosat. Dalam hal ini, fokus utama praktikan adalah kelengkapan informasi paket layanan, dan responsivitas layanan pelanggan dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan pelanggan. Pengalaman ini memberi praktikan wawasan mendalam tentang bagaimana setiap provider berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan mereka di tengah persaingan yang ketat dalam industri telekomunikasi.

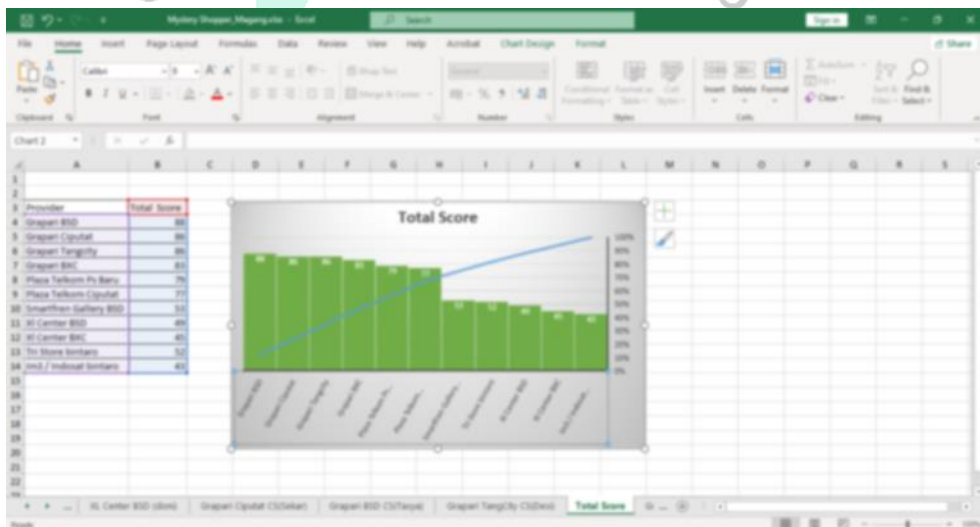
Selama melakukan *mystery shopping*, praktikan menyadari bahwa tujuan utama dari kegiatan ini bukan hanya untuk menemukan kelemahan, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi perusahaan. Setiap gerai dan provider memiliki kekuatan dan area perbaikan masing-masing, dan laporan ini dirancang untuk memberikan pandangan holistik terhadap performa mereka. Melalui pengamatan praktikan, praktikan berharap bahwa laporan ini dapat menjadi sumber inspirasi untuk perbaikan dan pengembangan yang berkelanjutan.

Keberhasilan *mystery shopping* terletak pada kemampuan untuk memberikan umpan balik yang jujur dan berharga. Dalam rangka meningkatkan layanan pelanggan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, perusahaan perlu mengambil langkah-langkah berdasarkan temuan-temuan konstruktif yang dihasilkan dari kegiatan ini. Praktikan percaya bahwa laporan ini tidak hanya menjadi catatan evaluasi, tetapi juga merupakan kontribusi positif bagi perusahaan dalam mencapai tujuan mereka untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Dengan demikian, praktikan berharap bahwa laporan ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perusahaan serta menjadi bukti nyata dari dedikasi praktikan sebagai seorang *mystery shopper* selama masa kerja profesi.

ID	Parameter	Sub Parameter	Indikator	Score	catatan	Catatan lain	Total Score
53	SOP Compliance	Menggunakan seragam sesuai ketentuan	1 = Greeter tidak mengenakan seragam 2 = Greeter mengenakan seragam 3 = Greeter tidak diidentifikasi	2	Menggunakan seragam dan celana yang sama seperti karyawan lainnya	Cs memahami product knowledge orbit, halo & welcome	88

**Gambar 3.1** Penginputan Hasil Penilaian Mystery shopper

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 3.2** Penginputan Hasil Penilaian Mystery shopper

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selama periode kerja profesi praktikan sebagai *mystery shopper*, praktikan tidak hanya berfokus pada pengumpulan data kualitatif, tetapi juga melakukan penilaian kuantitatif dengan menyimpan hasil penilaian ke dalam Microsoft Excel. Proses ini melibatkan penginputan detail setiap pengamatan, mulai dari interaksi dengan petugas layanan hingga evaluasi

kinerja provider seluler, ke dalam spreadsheet yang terstruktur. Praktikan membuat kolom-kolom khusus untuk mencatat aspek-aspek tertentu yang dinilai, seperti keramahan petugas, kejelasan informasi yang disampaikan, dan responsivitas layanan pelanggan dan penilaian sesuai dengan *sop compliance* lainnya.

Dengan menggunakan Microsoft Excel, praktikan dapat menyusun data dengan rapi dan membuat grafik yang memberikan gambaran visual tentang performa setiap gerai Grapari dan provider seluler yang dinilai. Ini memberikan kejelasan lebih dalam tentang keunggulan dan potensi perbaikan di berbagai area. Selain itu, Excel memungkinkan praktikan untuk dengan mudah menghitung nilai rata-rata, dan jumlah serta membuat tren dari hasil penilaian. Penggunaan Excel secara efektif membantu praktikan menyajikan informasi dengan cara yang sistematis dan mudah dimengerti.

Setelah data dikumpulkan dan diorganisir, praktikan menyusun laporan yang mencakup temuan-temuan utama, rekomendasi perbaikan, dan analisis mendalam dari hasil penilaian. Laporan ini, yang mencakup aspek kuantitatif yang diolah melalui Excel, kemudian dipresentasikan kepada pembimbing di kantor. Sesi ini menjadi kesempatan bagi praktikan untuk menjelaskan metode penilaian yang praktikan terapkan, strategi yang praktikan gunakan dalam pengumpulan data, dan memberikan konteks lebih lanjut terkait setiap hasil yang dicapai.

Penggunaan Microsoft Excel dalam mengolah data mystery shopping tidak hanya memudahkan penyusunan laporan, tetapi juga memberikan kesan profesional dan akurat. Proses ini menciptakan transparansi dan kredibilitas dalam pelaporan hasil penilaian kepada pihak terkait. Melalui presentasi kepada pembimbing, praktikan dapat menyampaikan temuan dengan lebih persuasif, memastikan bahwa setiap rekomendasi yang diusulkan didukung oleh data yang kuat dan terperinci. Dengan demikian, penggunaan Microsoft Excel bukan hanya sebagai alat pengolahan data, tetapi juga sebagai elemen kunci dalam memastikan



bahwa laporan mystery shopping praktikan memiliki dampak yang maksimal dalam upaya perbaikan layanan pelanggan.

### 3.2.2 Cek Kelengkapan Poster *Marketing* dan *Flyer* Produk Telkomsel GraPARI.



**Gambar 3.3** Ceklis Poster Marketing dan Flyer

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dalam menjalankan kerja profesi praktikan juga bertanggung jawab untuk mengecek kelengkapan poster *marketing* dan *flyer* di berbagai Grapari atau kantor pelayanan Telkomsel, praktikan mendapati bahwa poster *marketing* dan *flyer* memiliki peran penting dalam strategi pemasaran sebuah perusahaan, khususnya di industri telekomunikasi.

Poster *marketing* adalah alat promosi visual yang dirancang untuk menarik perhatian pelanggan. Biasanya ditempatkan di area strategis, poster ini berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi produk atau layanan kepada pelanggan potensial. Desain yang menarik, pesan yang jelas, dan pemilihan lokasi yang tepat adalah elemen-elemen kunci yang membuat poster *marketing* efektif. Poster ini menjadi representasi visual dari merek perusahaan dan dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

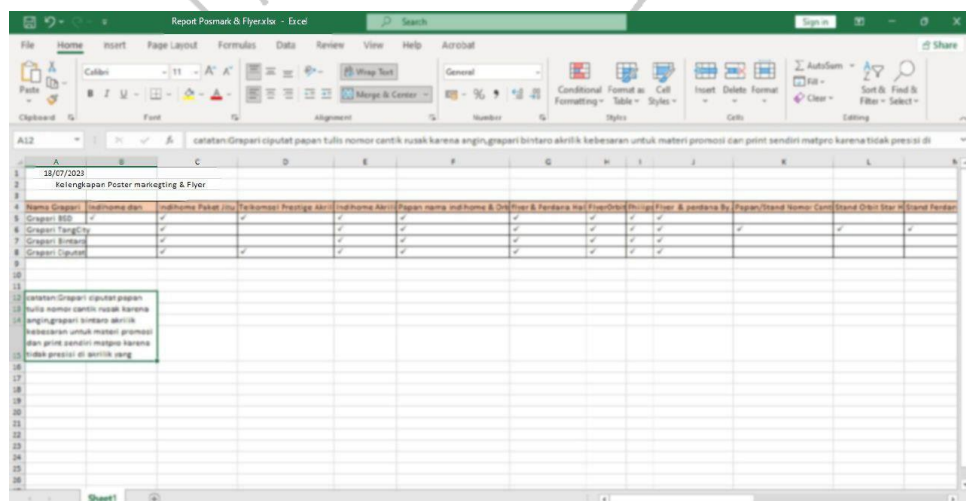
Sementara itu, *flyer*, atau sering disebut juga pamflet, adalah salinan cetak yang lebih kecil yang berisi informasi rinci mengenai produk atau layanan. *Flyer* biasanya dibagikan kepada pelanggan secara langsung atau ditempatkan di area umum. Kelebihan dari *flyer* adalah kemampuannya untuk memberikan informasi lebih rinci dan detail tentang penawaran, promosi, atau program yang sedang berlangsung. Dengan desain yang menarik dan isian yang informatif, *flyer* dapat menjadi alat pemasaran yang efektif untuk mendukung kampanye promosi perusahaan.

Pengecekan kelengkapan poster *marketing* dan *flyer* di Grapari atau kantor pelayanan Telkomsel memiliki tujuan utama untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan terdistribusi dengan baik dan sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Keberhasilan kampanye pemasaran tidak hanya tergantung pada kreativitas desain, tetapi juga pada distribusi yang efektif dan konsisten. Oleh karena itu, tugas pengecekan ini menjadi langkah penting dalam memonitor efektivitas kampanye pemasaran dan menjaga konsistensi merek.

Manfaat dari pengecekan kelengkapan poster *marketing* dan *flyer* tidak hanya terbatas pada aspek internal perusahaan, tetapi juga mencakup dampak terhadap persepsi pelanggan. Dengan memastikan bahwa semua materi pemasaran hadir dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan kredibilitasnya di mata pelanggan dan mendorong partisipasi aktif dalam program promosi. Selain itu, pengecekan ini juga

membantu perusahaan untuk mengevaluasi kinerja kampanye pemasaran sebelumnya, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran yang akan datang.

Dengan demikian, tugas pengecekan kelengkapan poster *marketing* dan flyer di Grapari atau kantor pelayanan Telkomsel bukan hanya sekadar rutinitas, tetapi merupakan kontribusi yang signifikan dalam menjaga integritas dan efektivitas upaya pemasaran perusahaan. Melalui kegiatan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa pesan-pesan penting mereka disampaikan secara optimal kepada pelanggan, memberikan manfaat jangka pendek dan jangka panjang dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.



**Gambar 3.4 Ceklis Poster Marketing dan Flyer**

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dalam menjalankan tugas pengecekan kelengkapan poster *marketing* dan flyer di Grapari atau kantor pelayanan Telkomsel, praktikan mengimplementasikan sistem pelaporan yang terorganisir dan efisien melalui penggunaan Microsoft Excel sesuai dengan gambar di atas. Setiap detail pengecekan, baik terkait dengan keberadaan poster *marketing* maupun kelengkapan flyer, dicatat secara sistematis di dalam *spreadsheet*. Praktikan menggunakan kolom-kolom khusus untuk mencatat lokasi, tanggal pengecekan, dan keberhasilan atau kegagalan dalam menemukan

poster dan flyer yang sesuai. Tidak hanya itu, praktikan juga memanfaatkan tanda ceklis untuk menunjukkan kelengkapan atau ketidaklengkapan dari setiap item yang diperiksa.

Setiap poster *marketing* dan flyer yang berhasil ditemukan mendapatkan tanda ceklis yang menunjukkan bahwa materi promosi tersebut sudah tersedia di lokasi pengecekan. Sebaliknya, jika ada kekurangan atau ketidaksesuaian, praktikan membuat catatan khusus dalam kolom yang disediakan. Penggunaan tanda ceklis dan catatan ini memberikan kesan visual yang jelas dan memberikan gambaran segera tentang hasil pengecekan tanpa perlu membaca setiap detail secara menyeluruh.

Keuntungan utama dari penggunaan Excel untuk pelaporan adalah kemampuannya untuk memberikan gambaran menyeluruh secara cepat dan efektif. Dengan menggunakan warna dan format yang mudah dipahami, praktikan dapat dengan cepat menilai keberhasilan atau ketidaklengkapan di berbagai lokasi Grapari atau kantor pelayanan Telkomsel. Fleksibilitas Excel juga memungkinkan praktikan untuk menyusun grafik dan diagram yang memberikan pandangan visual terhadap distribusi materi pemasaran di berbagai lokasi.

Hasil dari pengecekan ini kemudian diolah menjadi laporan yang komprehensif. Laporan tersebut mencakup ringkasan hasil pengecekan, temuan khusus, dan rekomendasi untuk perbaikan atau peningkatan ke depannya. Dengan cara ini, pelaporan tidak hanya menjadi dokumentasi formal tetapi juga alat analisis yang berguna bagi perusahaan.

Melalui metode ini, praktikan memastikan bahwa pengecekan kelengkapan poster *marketing* dan *flyer* tidak hanya mencakup identifikasi keberadaan atau ketiadaan materi pemasaran, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang kondisi dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan adanya tanda ceklis dan catatan yang terorganisir, perusahaan dapat mengakses informasi yang relevan secara cepat dan merinci, memfasilitasi pengambilan keputusan strategis yang berdasarkan data yang akurat dan terperinci.

### 3.2.3 Rekapitulasi *Complaint Handling Billing* Produk IndiHome.

No	Nama Pelanggan	Tanggal	Status	Kategori	Permasalahan	No. Pelanggan	Nama Pelanggan	No. Tagihan	Billing Cycle	Tanggal Berakhir
1	SA Keroncong	08 Agustus 2023	Open	Klaim		011217412381123210	SA Keroncong	8138	Indihome	
2	SA Keroncong	09 Agustus 2023	Open	Klaim		0115488475	USALIA & SRAIT		Indihome	
3	SA Keroncong	09 Agustus 2023	Open	Klaim		1234567890	PT BAKARISULAT		Indihome	
4	SA Keroncong	09 Agustus 2023	Open	Penghapusan		1234567890			Indihome	

**Gambar 3.5 Rekapitulasi *Complaint Handling Billing***

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selama menjalani kerja profesi di Telkomsel, praktikan juga bertanggung jawab atas tugas rekapitulasi *Complaint Handling Billing Report* di Grapari Tangerang, dengan fokus pada kantor layanan di BSD, Bintaro, Ciputat, dan *TangCity Mall* dan dari divisi-divisi lain yang ada di dalam bidang kerja *customer care*. Tugas utama praktikan adalah menerima dan mengimput data dari berita acara harian yang berisi keluhan-keluhan pelanggan terkait produk Internet *Fiber*, khususnya Indihome dan telepon rumah.

Proses ini melibatkan analisis berita acara yang mencakup berbagai jenis keluhan, mulai dari klaim, penghapusan denda, lonjakan tagihan, hingga koreksi tagihan. Sebagai orang yang menangani rekapitulasi *Complaint Handling Billing Report*, praktikan memastikan bahwa setiap keluhan dicatat dengan akurat dalam Google Spreadsheet. Pengelolaan data ini menjadi penting untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang tren keluhan dan memahami area-area yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

Penting untuk dicatat bahwa keluhan-keluhan yang praktikan tangani terutama terkait dengan produk Internet *Fiber*, yang mencakup

Indihome dan layanan telepon. Sebagai seorang kerja profesi, praktikan belajar bagaimana melibatkan diri dalam proses pengumpulan data dengan teliti dan akurat. Tidak hanya sekedar mengimput data, tetapi juga memahami esensi setiap keluhan yang masuk untuk memastikan bahwa penanganannya sesuai dengan standar perusahaan dan kebutuhan pelanggan.

Berhubungan dengan berbagai kantor layanan atau gerai di berbagai lokasi, seperti BSD, Bintaro, Ciputat, dan *TangCity Mall*, memungkinkan praktikan untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang dinamika layanan pelanggan di berbagai wilayah. Setiap kantor layanan memiliki tantangan dan karakteristiknya sendiri, dan hal ini memperkaya pengalaman kerja profesi praktikan dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang keragaman kebutuhan pelanggan.

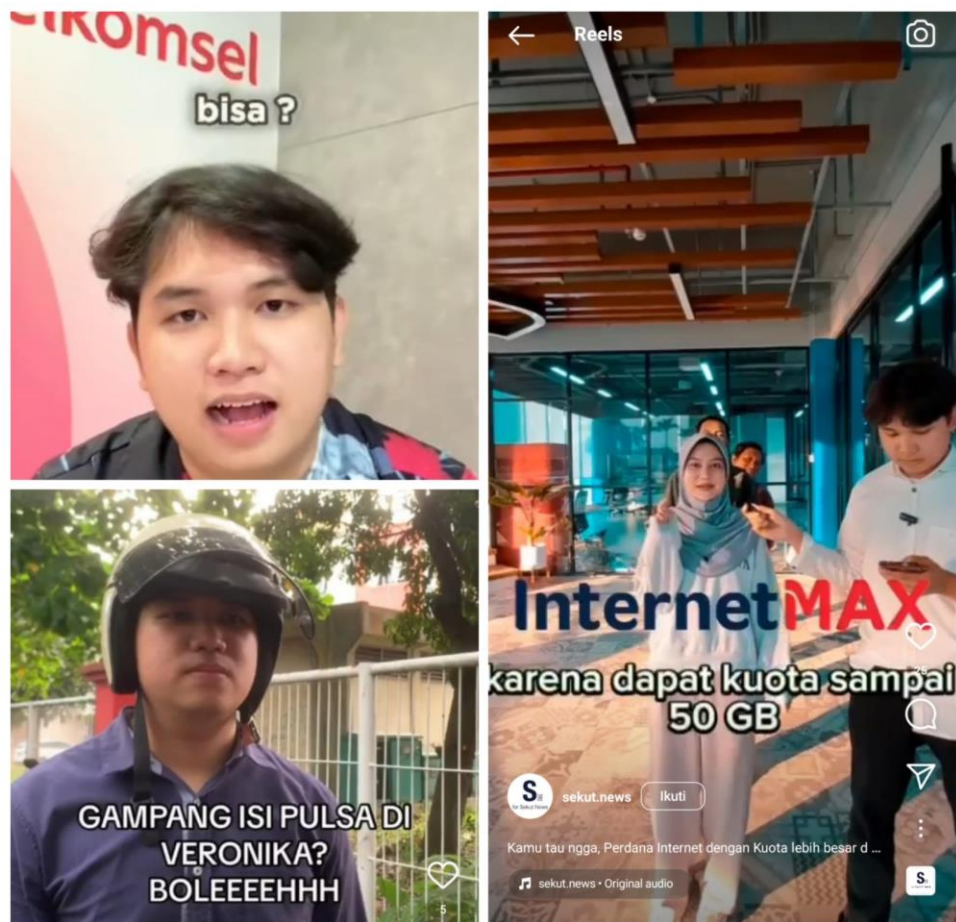
Selama menjalankan tugas ini, praktikan juga belajar tentang pentingnya komunikasi antara berbagai departemen, terutama bagian customer care. Kerjasama tim menjadi kunci untuk memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan baik dan solusi yang efektif dapat diberikan kepada pelanggan. Proses ini tidak hanya tentang menanggapi keluhan, tetapi juga tentang meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

#### **3.2.4 Membuat Video Konten dengan tim *Marketing Communications*.**

Pulizzi & Barrett (2009) menjelaskan bahwa *content marketing* merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk membuat serta menyebarkan konten yang memiliki nilai dan relevansi guna menarik, mendapatkan, dan melibatkan audiens target yang jelas dan dipahami. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk mendorong tindakan yang menguntungkan dari pihak pelanggan.

Genelius (2011) menyatakan bahwa *content marketing* dapat didefinisikan sebagai strategi untuk mempromosikan bisnis atau merek secara tidak langsung dan langsung melalui penyediaan konten berupa teks, video, atau audio yang memberikan nilai tambah, baik dalam konteks *online* maupun *offline*.





**Gambar 3.6 Hasil Konten Video**

**Sumber : Penulis**

Selama menjalani kerja profesi di bagian *customer care* di Telkomsel, praktikan telah diberikan tanggung jawab yang sangat menarik, yaitu bekerja sama dengan bagian tim *marketing communications*. Tugas utama praktikan adalah terlibat dalam pembuatan konten video pemasaran yang beragam untuk kampanye di platform media sosial, khususnya Instagram, dengan akun @sekut.news dan @tseljabotabekjabar.

Dalam menjalankan tugas ini, praktikan bekerja sama dengan tim *marketing communications* untuk mengembangkan ide konten yang menarik dan relevan dengan target audiens telkomsel. Proses dimulai dari menghasilkan gagasan-gagasan kreatif, menuliskan skrip dan alur yang efektif, hingga menjadi talent dalam pembuatan video bersama tim. Jenis

konten yang kami hasilkan sangat bervariasi, mulai dari ulasan tentang Grapari, gimmick-gimmick lucu dan menarik, hingga promosi produk Telkomsel yang beragam, seperti Ai Chat Veronika di aplikasi My Telkomsel, Simcard by.U, paket Internet MAX, Telkomsel One (paket internet untuk rumah dan handphone), pasang baru kartu HALO, modem WI-FI Orbit, dan berbagai pakatnya.

Melalui pengalaman ini, praktikan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana menghasilkan konten yang dapat menarik perhatian dan keterlibatan *audiens*, terutama di era digital ini. Praktikan belajar untuk memahami kebutuhan dan preferensi audiens, sehingga konten yang kami hasilkan dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran Telkomsel.

Selain itu, proses kolaborasi dengan tim *marketing communications* juga memberikan wawasan tentang kerja tim yang harmonis dan koordinasi yang efektif dalam mencapai tujuan pemasaran. Kreativitas dan sinergi antaranggota tim memainkan peran kunci dalam menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur.

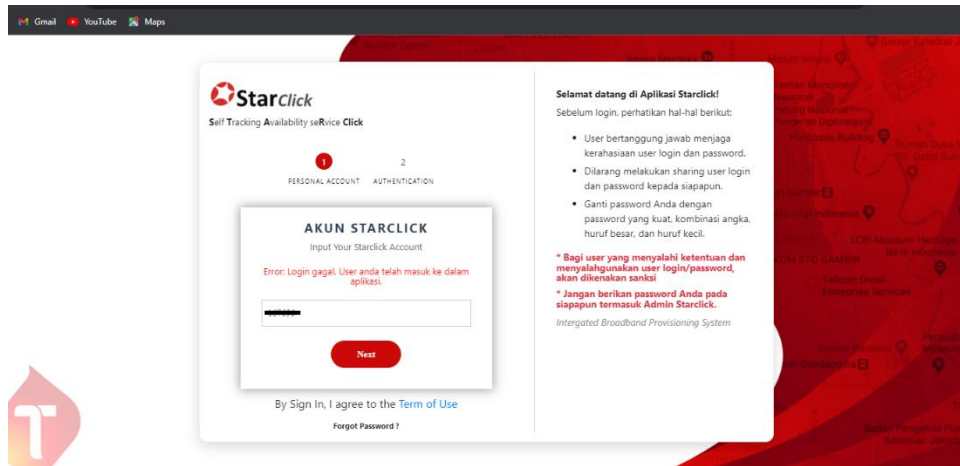
Konten-konten yang dihasilkan secara khusus ditujukan untuk memperkuat kehadiran Telkomsel di dunia digital, khususnya di *platform* Instagram. Dengan memanfaatkan akun @sekut.news dan @tseljabotabekjabar, adapun tujuannya adalah berusaha menciptakan dampak positif dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Kami ingin menjadi sumber informasi yang menarik dan menghibur sekaligus mempromosikan produk dan layanan Telkomsel dengan cara yang lebih personal dan mendekatkan diri kepada audiens kami.

Bekerja sama dengan tim lain atau berkolaborasi, membuat praktikan merasa terhormat telah berkontribusi dalam tim *marketing communications* bersama ini. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan praktikan dalam pembuatan konten pemasaran, tetapi juga memberikan wawasan berharga tentang pentingnya kolaborasi tim dan kreativitas dalam industri pemasaran digital. Praktikan yakin bahwa pembelajaran ini akan menjadi landasan yang kuat



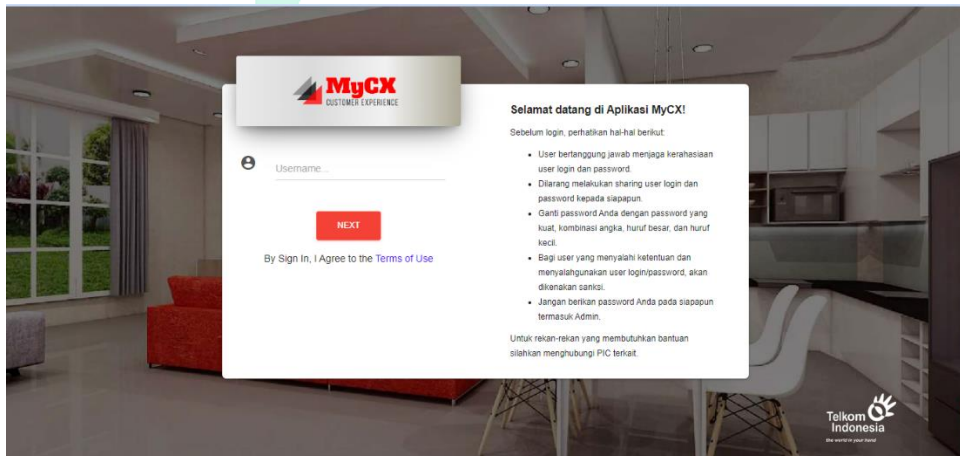


untuk memahami riwayat permintaan, memastikan ketepatan informasi, dan menyajikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.



Gambar 3.8 Startclick IndiHome

Sumber : Penulis



Gambar 3.9 MyCX IndiHome

Sumber : Penulis

Selain itu, untuk mendukung efisiensi dan transparansi dalam penanganan pelanggan, tim Nossa menggunakan aplikasi Startclick dan MyCX. Aplikasi ini memberikan fasilitas untuk melakukan tracking terhadap order ID dan nomor pelanggan. Melalui penggunaan aplikasi ini, praktikan dapat dengan mudah memantau status dan progres setiap permintaan pelanggan. Ini memungkinkan kami untuk memberikan update yang akurat kepada pelanggan mengenai tahapan pengolahan permintaan mereka dan

memberikan kejelasan mengenai waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proses tersebut.

Selama berinteraksi dengan pelanggan, keterampilan komunikasi menjadi kunci. Praktikan belajar untuk mendengarkan dengan cermat terhadap kebutuhan dan pertanyaan pelanggan, memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta menanggapi setiap pertanyaan dengan sikap yang ramah dan profesional. Ini tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap layanan Indihome.

Pentingnya integritas data juga menjadi sorotan dalam tugas ini. Dengan menggunakan berbagai *platform* dan aplikasi, seperti Google *Spreadsheet*, Startclick, dan MyCX, praktikan belajar untuk mengelola informasi dengan akurat dan menjaga keamanan data pelanggan. Keakuratan dan keamanan data menjadi prioritas untuk memastikan bahwa setiap detail pelanggan diolah dengan benar dan terjamin kerahasiaannya.

Secara keseluruhan, pengalaman dalam penanganan pelanggan Indihome *by phone* di tim Nossa memberikan wawasan yang mendalam tentang pentingnya pelayanan pelanggan yang efisien, transparan, dan terpercaya. Melalui penggunaan teknologi dan pendekatan yang lebih aktif, praktikan dapat berkontribusi dalam menjaga kepuasan pelanggan dan membantu memastikan bahwa setiap permintaan mereka dihandle dengan optimal.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

Dalam menjalankan semua aktivitas kerja profesi di PT. Telekomunikasi Selular selama kurang lebih tiga bulan praktikan mengamali beberapa kendala, kendala yang hadir mampu menjadikan praktikan lebih baik lagi dalam mengerjakan tugas mencari ide-ide atau solusi dalam menyelesaikan masalah, adapun kendala yang di hadapi praktikan dalam melaksanakan kegiatan kerja profesi, diantaranya :

### **3.3.1 Kendala *Mystery Shopper* dan Riset Tempat**

Saat menjadi *mystery shopper*, praktikan menemui kesulitan karena riset tempat hanya berlangsung sebentar untuk mempetakan gerai mana saja yang harus dikunjungi terlebih dahulu. Hal ini membuat praktikan tidak dapat bersamaan menuju ke arah yang sama. Praktikan juga tidak tahu jalan di area tangerang, jadi bagi praktikan ini adalah saat pertama kali naik motor mengunjungi gerai Grapari yang ada di daerah Tangerang.

### **3.3.2 Kendala Ceklis Posmark & Flyer**

Praktikan tidak memiliki daftar lengkap *poster marketing* dan *flyer* di setiap GraPARI, ada banyak sekali poster. Hal ini membuat sulit untuk mengetahui semua informasi yang tersedia.

### **3.3.3 Kendala Complaint Handling Billing**

Praktikan menghadapi kesulitan dalam mengklasifikasikan billing karena kurang pemahaman terhadap transaksi yang seharusnya dibayarkan atau dikembalikan. Jadi saat melakukan penginputan praktikan melakukan analisa yang lumayan lama saat merekap berita acara yang ada.

### **3.3.4 Kendala Membuat Konten Video**

Praktikan mengalami kendala dalam mengatur jadwal dengan talent untuk melakukan take video, terutama *Customer Service* GraPARI BSD yang menjadi talent, yang memiliki waktu terbatas tidak dapat take video saat itu juga. Proses pengambilan ulang video sering diperlukan karena revisi hingga sesuai. Selain itu, proses pengambilan video juga mengalami kendala saat kondisi sedang tidak kondusif atau suara mic yang bocor, hal ini menjadikan praktikan harus take ulang, namun hal tersebut tergantung tempat yang menjadi lokasi take video.

### **3.3.5 Kendala Menangani Pelanggan IndiHome**

Praktikan kesulitan menghubungi pelanggan indihome yang sedang ada permintaan perubahan paket, pindah alamat dan permintaan lainnya. Karena beberapa tidak mengangkat telepon, ada yang tidak

*kooperatif* saat diedukasi, dan ada yang mematikan telepon begitu saja. Selain itu, beberapa nomor tidak dapat dihubungi, dengan begitu praktikan harus berusaha menghubungi kembali di lain waktu sampai proses permintaan *paperless* itu selesai.

### **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

#### **3.4.1 Kendala *Mistery Shopper* dan Riset Tempat**

Cara praktikan mengatasi kendala riset tempat yang ingin dikunjungi adalah, setelah hari pertama praktikan lebih lama menganalisis tempat mana saja yang harus dikunjungi, adapun hal ini membantu praktikan mengerjakannya lebih efisien. Praktikan juga menggunakan aplikasi google *maps* saat mengunjungi Grapari agar praktikan tidak tersesat di jalan terutama jalana tangerang yang praktikan kurang hafal, dan untuk yang di daerah Tangerang Selatan seperti bintaro, Ciputat praktikan lumayan mampu menguasai area jalan di daerah tersebut.

#### **3.4.2 Kendala Ceklis Posmark & Flyer**

Cara praktikan mengatasi kendala saat membuat laporan ceklis Poster *Marketing* dan *Fyler* adalah dengan mengidentifikasi dan menganalisa bukti-bukti foto yang praktikan miliki ketika sedang menjalankan tugas tersebut, adapun hal ini membantu praktikan mengetahui dalam setiap grapari ada poster dan *flyer* yang lebih sesuai dan akurat.

#### **3.4.3 Kendala Rekapitulasi Complaint Handling Billing**

Cara Praktikan mengatasi kendala ini adalah praktikan menanyakan langsung ke pembimbing saat praktikan melakukann kerja profesi, hal ini menjadikan data yang diinput lebih akurat dan sesuai.

#### **3.4.4 Kendala membuat Konten Video**

Kendala saat membuat konten memang cukup tergantung dengan situasi, namun praktikan tetap melakukan langkah-langkah agar lebih terstruktur, dalam melakukan perjanjian dengan talent bisa diatasi dengan

mengobrol melalui *chat* atau aplikasi whatsapp hal ini dapat mengatasi masalah harus datang menemui lagi dan bisa terjadwal dengan terstruktur. Untuk kondisi saat suara atau mic bocor praktikan memindahkan jadwal *take video* di jam jam yang sepi tidak terlalu ramai pengunjung.

#### **3.4.5 Kendala Menangani Pelanggan IndiHome**

Kendala saat menghubungi pelanggan ini juga bergantung dengan keadaan yang ada, pelanggan-pelanggan yang tidak dapat dihubungi biasanya memiliki alasan tersendiri, bisa jadi sedang tidak ada di rumah, sedang sibuk dan lain-lain. Cara praktikan mengatasi kendala ini adalah memperbaiki komunikasi yang dilakukan ke pelanggan, meyakinkan pelanggan, namun jika sudah tidak bisa dihubungi melalui telepon maka akan dilakukan melalui obrolan online atau chat whatsapp.

### **3.5 Pembelajaran yang diperoleh dari Kerja Profesi**

#### **3.5.1 Peningkatan Keterampilan Komunikasi dan Interpersonal**

Saat kerja profesi, salah satu pembelajaran kunci yang praktikan peroleh adalah peningkatan keterampilan komunikasi dan interpersonal. Interaksi sehari-hari dengan rekan kerja, atasan, dan pelanggan memerlukan kemampuan untuk menyampaikan ide dengan jelas, mendengarkan dengan baik, dan berkomunikasi secara efektif. Praktikan belajar untuk menyesuaikan gaya komunikasi praktikan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap individu, memahami kepentingan bersama, dan membangun hubungan yang positif. Peningkatan keterampilan ini tidak hanya memengaruhi interaksi profesional tetapi juga membantu dalam mengatasi konflik, memfasilitasi kerjasama tim, dan memperkuat konektivitas dengan pelanggan. Kesadaran akan pentingnya komunikasi efektif dalam dunia profesional telah membentuk praktikan menjadi seorang yang lebih adaptif dan terampil dalam berinteraksi dengan berbagai pihak.

#### **3.5.2 Pemahaman Mendalam tentang Industri dan Bidang Kerja**

Melalui pengalaman kerja profesi, praktikan memperoleh pemahaman mendalam tentang industri dan bidang kerja yang praktikan

geluti. Praktikan belajar mengenai tren, dinamika, dan tantangan yang ada dalam lingkup pekerjaan praktikan. Pemahaman ini mencakup pengetahuan tentang pelanggan, pesaing, dan berbagai faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan atau organisasi. Praktikan menjadi lebih terampil dalam membaca situasi, menganalisis data, dan mengambil keputusan yang berbasis pada informasi yang akurat. Pembelajaran ini tidak hanya memperkaya pengetahuan praktikan tentang industri secara umum tetapi juga membantu praktikan dalam mengidentifikasi peluang untuk inovasi dan pengembangan.

### **3.5.3 Pengelolaan Waktu dan Prioritas yang Efektif**

Salah satu aspek penting yang praktikan pelajari selama kerja profesi adalah pengelolaan waktu dan prioritas yang efektif. Tuntutan pekerjaan yang tinggi seringkali mengharuskan praktikan untuk mengelola berbagai tugas dan tanggung jawab sekaligus. Melalui pengalaman ini, praktikan mengembangkan keterampilan untuk menentukan prioritas, merencanakan jangka waktu, dan memastikan penyelesaian tugas sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan. Praktikan juga belajar untuk mengidentifikasi tugas yang memerlukan perhatian lebih mendalam dan memberikan fokus yang tepat pada setiap pekerjaan. Pemahaman yang lebih baik tentang manajemen waktu ini tidak hanya meningkatkan produktivitas pribadi tetapi juga menghasilkan hasil yang lebih baik dalam kinerja tim secara keseluruhan.