

# ANALISIS PROSES BISNIS : STUDI KASUS BAGIAN CUSTOMER CARE PADA PT. TELKOM INDONESIA TBK – KANDATEL PONTIANAK

WINDY AGASIA<sup>1</sup>, SUSANTI MARGARETHA KUWAY<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Pontianak  
Program Studi Sistem Informasi

Jln. Merdeka No. 372 Pontianak, Kalimantan Barat

E-mail: <sup>1</sup>[windy.agasia@yahoo.com](mailto:windy.agasia@yahoo.com), <sup>2</sup>[Shanty\\_stmikptk@yahoo.com](mailto:Shanty_stmikptk@yahoo.com)

**Abstract:** *PT. Telkom Tbk – Kandatel Pontianak is one of biggest Government Owned Company (BUMN) which service is in telecommunication service for public in Indoeisa. Business process in Customer Care department is to know the quality of customer service, how much the dependence of Customer Care to the use of technology is, and what the respond of customers for the service given by Customer Care is. Research type used in this paper is descriptive methode according to facts taken from Customer Care department of PT. Telkom Tbk – Kandatel Pontianak. Data collecting methode used in this paper is primary data taken directly from respondent by using questioners and interviews. The methode used is business process analysis with data analysis strategy in form of business area analysis. The conclusion that can be taken from this research is that running business process for Customer Care department can be seen in the availability of interrelationship between business functions and business units. Each business functions have their own tasks and responsibilities. Every executive members in Customer Care department have their roles and relations with their business functions. Mapping of business functions vs organisational units matrix is used so that every activities in organisational functions become clear. Those activities are create, read, update and delete.*

**Keywords :** *Business Function Decomposition, Matrix Analysis, Critical Success Factor, Business Process Analysis, Entity Relationship Diagram*

## 1. PENDAHULUAN

Tujuan dari banyak perusahaan saat ini adalah untuk dapat memaksimalkan nilai pelanggan dan bisnis perusahaan. Salah satu cara yang dapat dipakai oleh tiap perusahaan adalah dengan menggunakan teknologi informasi untuk mendukung para pegawai perusahaan dalam mengimplementasikan proses bisnis yang bekerja sama dengan para pelanggan, pemasok dengan pihak lainnya. Saat ini perusahaan menekankan sistem informasi dan teknologi informasi yang harus dikelola untuk mendukung proses bisnis suatu perusahaan.

PT. Telkom Tbk – Kandatel Pontianak adalah salah satu perusahaan milik negara / Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum dalam negara yang terbesar di Indonesia. PT. Telkom Tbk-Kandatel Pontianak merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produk-produk yang memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda dengan perusahaan-perusahaan pesaing yang bekerja pada bidang yang sama. PT. Telkom (yang selanjutnya disebut juga Perseroan atau Perusahaan) menyediakan jasa telepon tidak bergerak kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tidak bergerak nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*cellular*), data & internet dan network & interkoneksi baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi. Seiring dengan perkembangan teknologi, PT. Telkom Tbk – Kandatel Pontianak juga memanfaatkan teknologi informasi dan sistem informasi yang berbasis komputer guna menunjang jalannya proses bisnis perusahaan seperti

menciptakan pelayanan jasa yang berkualitas, melakukan kontrol terhadap kualitas pelayanan, melayani permintaan pelanggan dengan cepat, menyimpan data pelanggan dalam sebuah database, memudahkan komunikasi melalui internet yang telah terintegrasi antar unit yang memudahkan tiap unit untuk mendapatkan dan memberikan informasi yang diinginkan dari kantor pusat, seluruh kantor divisi regional, maupun seluruh kantor daerah Telkom.

Dalam menganalisis proses bisnis, langkah utama yang diperlukan adalah melakukan penganalisisan terhadap area bisnis. Tujuan dari analisis area bisnis adalah untuk mengetahui berapa besar tingkat ketergantungan perusahaan terhadap teknologi informasi, dukungan-dukungan apa saja yang diperlukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas dari pelayanan jasa agar dapat bersaing secara kompetitif dengan perusahaan pesaing. Proses bisnis yang terdapat dalam bagian *Customer Care* adalah mengetahui berapa besar kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, berapa besar tingkat ketergantungan bagian *Customer Care* terhadap penggunaan teknologi, dan bagaimana tanggapan para konsumen pengguna produk PT. Telkom terhadap layanan yang diberikan bagian *Customer Care*. Adanya analisis area bisnis, penulis dapat mengetahui kondisi pelayanan yang diberikan bagian *Customer Care* kepada para konsumennya yang meliputi *prime customer*, *corporate customer* dan komunitas-komunitas dalam masyarakat.

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan adalah mengetahui proses bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk – Kandatel Pontianak bagian *Customer Care* dan teknologi informasi serta sistem informasi yang mendukung proses bisnis tersebut dalam meningkatkan kinerja, efektivitas dan efisiensi sehingga dapat memiliki keunggulan kompetitif baik di tingkat nasional maupun internasional.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Analisis Proses Bisnis**

Edwards, Wards dan Bytheway (2001:92) mengemukakan “Analisis proses adalah teknik pertama melihat proses-proses bisnis dan cara yang mendetail di mana informasi dan barang dipindahkan, ini meliputi analisis input, langkah-langkah proses yang diterapkan untuk input tersebut dan hasil output”. Menurut Edwards, Wards dan Bytheway (2001:39), “Analisis kegiatan bisnis harus menggambarkan proses utama bisnis yang memungkinkan untuk menyediakan produk dan layanan bagi konsumen, sebaik apa yang perlu dilakukan untuk mengontrol dan mengembangkan bisnis”.

Menurut Martin (1990), ada dua tahap untuk menggambarkan model suatu perusahaan. Tahap pertama adalah mengidentifikasi unit organisasi, lokasi, fungsi dan tipe entitasnya. Hal tersebut mengidentifikasi di mana fungsi adalah untuk melihat bentuk kerja suatu perusahaan, tipe entitas apa yang digunakan, bagaimana mereka menghubungkan ke dalam diagram organisasi, apa saja unit organisasinya di dalam lokasi tertentu dan lain-lain. Tahap kedua adalah menciptakan sebuah diagram hubungan entitas, menciptakan matrik yang menggambarkan secara detail tipe entitas dan fungsinya, serta melakukan peng-*cluster*-an. Matrik-matrik yang dibuat harus di-*cluster* untuk membantu mendefinisikan bisnis area yang merupakan fokus utama dalam analisis area bisnis.

### **2.2 Analisis Sasaran dan Masalah**

Sasaran yang berbeda dapat memiliki perencanaan yang berbeda. Oleh karena itu sasaran dibagi menjadi 2 kategori (Martin, 1990:71) , yaitu:



### 3. METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian berupa studi kasus yang dilakukan menggunakan metode deskriptif dan eksplorasi yang berdasarkan fakta-fakta di lapangan yang tampak sebagaimana adanya dengan objek penelitian di Bagian *Customer Care* pada PT. Telkom Tbk – Kandatel Pontianak. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah data primer di mana data yang diperoleh langsung dari responden dengan melalui wawancara dan kuesioner.

### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Subjek Data

Subjek-subjek data pada Bagian *Customer Care* PT. Telkom Indonesia Tbk - Kandatel Pontianak, Yaitu :

**Tabel 1.** Subjek data pada Bagian *Customer Care*

Pelanggan Personal	Outlet	Visiting
Pelanggan Prime	Warkom	Outbond Call
Klaim	Plasa Telkom	Servis Level Garansi

#### 4.2 Analisis Matrik

##### 4.2.1 Matrik Fungsi Bisnis vs Eksekutif

**Tabel 2.** Matriks Fungsi Bisnis vs Eksekutif

Fungsi Bisnis	Eksekutif						
	Manager Customer Care	AsMan Personal Customer	AsMan Direct Channel	AsMan Prime Customer	AsMan Indirect Channel	AsMan Customer Data Management	
Menangani pelanggan personal	I	RIW	I				I
Menangani administrasi klaim	I	RIW	I				I
Menangani administrasi SLG (Servis Level Garansi)	I	RIW	I				I
Menangani Outbond Call	I	RIW					I
Menangani visiting	I	RIW					I
Menangani Plasa Telkom	I		RIW				I
Melayani walk-in customer	I		RIW				I
Menangani pelanggan prime	I		I	RIW			I
Menangani Warkom	I				RIW		I
Menangani outlet	I				RIW		I
Menangani data pelanggan			I				RIWE

4.2.2 Matrik Fungsi Bisnis vs Unit Organisasi

Tabel 3. Matriks Fungsi Bisnis vs Unit Organisasi

Fungsi Bisnis	Unit Bisnis				
	Personal Customer	Direct Channel	Prime Customer	Indirect Channel	Customer Data Management
Menangani pelanggan personal	X				
Menangani administrasi klaim	X				
Menangani administrasi SLG ( Servis Level Garansi)	X				
Menangani Outbond Call	X				
Menangani Visiting	X				
Menangani Plasa Telkom		X			
Melayani walk-in customer		X			
Menangani pelanggan prime			X		
Menangani Warkom				X	
Menangani outlet				X	
Menangani data pelanggan					X

4.2.3 Analisis Pemetaan Matrik Fungsi Bisnis vs Unit Organisasi

Tabel 4. Matriks Pemetaan Fungsi Bisnis vs Unit Organisasi

Fungsi Bisnis	Unit Bisnis				
	Personal Customer	Direct Channel	Prime Customer	Indirect Channel	Customer Data Management
Melayani pelanggan yang datang ke Plasa	C	R			
Menangani pelanggan yang memiliki level menengah ke bawah	CRU	R			
Melayani keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang ada	R	R	R		
Melayani Klaim para pelanggan terhadap produk	R	R	R		
Memberikan garansi terhadap produk	R	R			
Melayani pemberitahuan tagihan telepon	R				
Memberika salam perdana	R				
Mengucapkan 'greeting' pada hari besar tertentu	R				
Melayani pemasangan nomor telepon baru		CR			
Melayani mutasi nomor telepon		RU			
Melayani berlangganan Flexi		CR			
Melayani berlangganan speedy		CR			
Melayani pemberhentian berlangganan produk Telkom		RD			
Melayani Pelanggan yang langsung datang ke Plasa		CR			
Melayani pelanggan yang memiliki level menengah ke atas			CR		
Melayani pembayaran telepon kabel				R	
Melayani pemakaian telepon				CRU	
Melayani servis produk-produk Telkom di luar Plasa				RU	
Menjual produk Telkom di luar Plasa				RU	
Maintaining Data					CRD
Menangani seluruh data para pelanggan					CRUD

Keterangan :

C = Create ( Membuat satu entitas baru )

R = Read ( Membaca suatu entitas )

U = Update ( Mengedit suatu entitas )

D = Delete ( Menghapus suatu entitas )

### 4.2.3 Analisis Matrik Goal vs Problem

**Tabel 5.** Analisis Matrik *Goal vs Problem*

<i>Goal</i> \ <i>Problem</i>	Pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan	Adanya keluhan pelanggan terhadap produk PT. Telkom
Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan	X	X
Meningkatkan strategi pemasaran		X
Meningkatkan kualitas produk	X	X

Dari matrik di atas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang kurang handal dapat menjadi hambatan bagi Bagian *Customer Care* dalam mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, meningkatkan strategi pemasaran, dan meningkatkan kualitas produk.

### 4.3 Analisis Critical Success Factor

Bagian *Customer Care* pada PT. Telkom Indonesia Tbk – Kandatel Pontianak memiliki beberapa faktor kritis kesuksesan, yaitu : 1) Kepercayaan customer; 2) Stakeholder; 3) Teknologi (IT) yang dipakai; 4) Jasa pelayanan yang berkualitas; dan 5) Kebijakan yang telah ditetapkan.

#### 4.3.1 Analisis Matrik Goal vs Critical Success Factor

**Tabel 6.** Matrik *Goal vs Critical Success Factor*

<i>Goal</i> \ CSF	Customer	Stakeholder	Teknologi yang Dipakai	Jasa Pelayanan Berkualitas	Kebijakan yang Ditetapkan
Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan	X	X	X	X	X
Meningkatkan strategi pemasaran	X	X	X	X	X
Meningkatkan kualitas produk	X	X	X	X	X

Dari matrik di atas, dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, meningkatkan strategi pemasaran, dan meningkatkan kualitas

produk diperlukan 5 faktor kritis, yaitu customer, stakeholder, teknologi yang dipakai, jasa pelayanan yang berkualitas, dan kebijakan yang diterapkan.

#### 4.3.2 Analisis Matrik Problem vs Critical Success Factor

**Tabel 7.** Matrik *Problem vs Critical Success Factor*

CSF Problem	Customer	Stakeholder	Teknologi yang Dipakai	Jasa Pelayanan Berkualitas	Kebijakan yang Ditetapkan
Pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan	X	X		X	
Adanya keluhan pelanggan terhadap produk PT. Telkom	X			X	

Dari matrik di atas dapat diketahui bahwa faktor customer, stakeholder, dan jasa pelayanan yang kurang baik akan menyebabkan pelanggan atau customer menjadi tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Faktor customer dan jasa pelayanan yang kurang baik juga dapat menimbulkan keluhan-keluhan dari para customer.

#### 4.4 Analisis dan Evaluasi Sistem yang Berjalan

Aplikasi sistem yang digunakan oleh Bagian *Customer Care* cukup memadai sehingga dapat digunakan untuk menunjang aktivitas perusahaan. Aplikasi yang dirancang dan digunakan oleh Bagian *Customer Care* menggunakan platform windows xp adalah sebagai berikut :

**Tabel 8.** Evaluasi Sistem yang Berjalan

Sistem Informasi	Aplikasi
Sistem Informasi Kastamer (SISKA)	Pusat data, pelayanan pelanggan telepon dan Speedy
Integrated Payment Communicator (IPC)	Pembayaran tagihan telepon, Flexy dan Speedy
Manajemen Kartu Flexi (MakXi) Customer Care FlexiCCF	Pengelolaan Kartu Perdana Flexi Pusat data dan pelayanan Flexi

Penilaian terhadap sistem informasi dilakukan dengan cara pendekatan audit grid. Pendekatan ini dibentuk berdasarkan hasil kuesioner terhadap semua aplikasi yang sedang digunakan baik dari nilai bisnis maupun nilai kualitas teknis. Skala yang digunakan untuk audit grid adalah sebagai berikut :

- Skala 1 = rendah (tidak)
- Skala 2 = sedang (ragu-ragu)
- Skala 3 = tinggi (ya)

Kuesioner yang dipakai untuk menentukan audit grid dapat dilihat pada table berikut ini :

**Tabel 9.** Hasil Kuesioner

Nilai Bisnis	3	2	1	Jumlah Responden	Nilai
	Ya	Ragu-Ragu	Tidak		
1. Kepuasan terhadap sistem yang berjalan	5	2	2	9	21
2. Perubahan prosedur kerja	7	2	0	9	25
3. Penambahan fasilitas pada sistem	6	2	1	9	23
4. Sistem yang diterapkan mudah digunakan oleh pengguna	8	1	0	9	26
5. Penerapan sistem untuk jangka panjang	6	1	2	9	22
			Total	45	117
			Rata-rata	2.6	

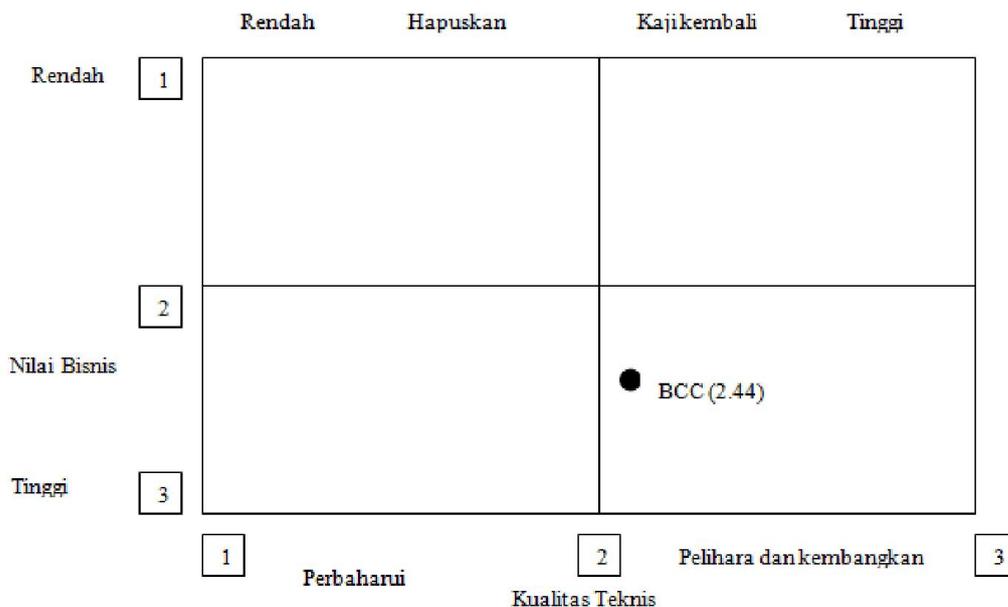
Nilai Kualitas	3	2	1	Jumlah Responden	Nilai
	Ya	Ragu-Ragu	Tidak		
6. Kecepatan proses sistem yang berjalan	6	1	2	9	22
7. Pelatihan computer	7	1	1	9	24
8. Komputer untuk peningkatan kinerja	9	0	0	9	27
9. Sering terjadi gangguan pada sistem	5	1	3	9	20
10. Terhentinya pekerjaan jika sistem mengalami gangguan	6	2	1	9	23
11. Ada perbaikan jika sistem mengalami kerusakan	9	0	0	9	27
			Total	63	143
			Rata-rata	2.27	

Ringkasan dari hasil kuesioner adalah sebagai berikut :

**Tabel 10.** Ringkasan Hasil Kuesioner

Aplikasi	Rata-rata		Rata-rata	Kesimpulan
	Nilai Bisnis	Nilai Kualitas		
Bagian Customer Care	2.6	2.27	2.44	Pelihara dan kembangkan

Berdasarkan dari hasil kuesioner di atas, maka pendekatan audit grid yang diperoleh akan tampak dalam gambar 2 berikut ini :

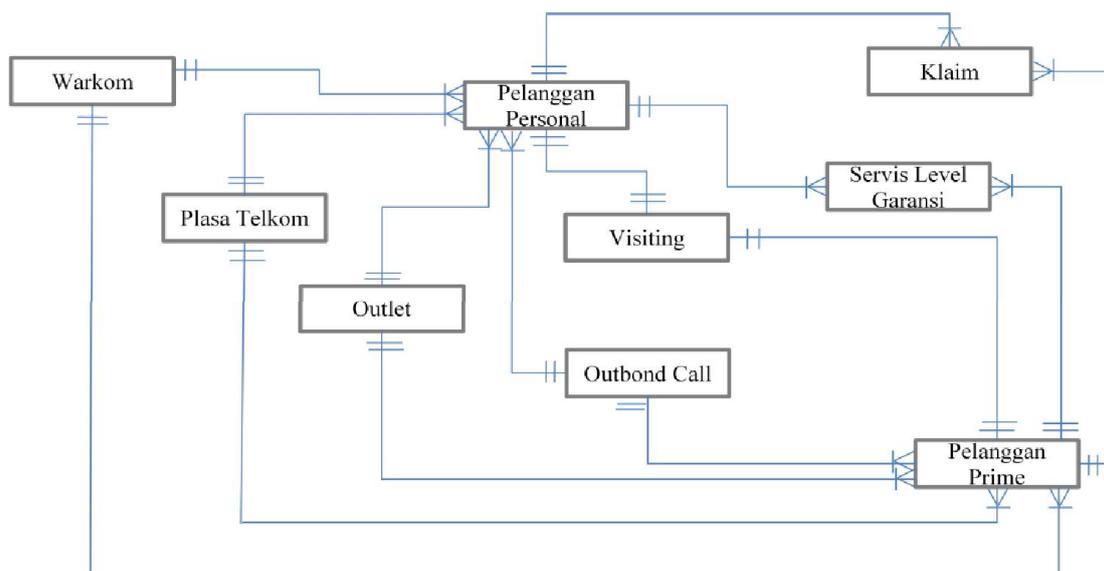


**Gambar 2.** Audit Grid

Hasil dari audit grid menyatakan bahwa nilai bisnis dan kualitas teknis pada Bagian *Customer Care* adalah perlu dipelihara dan dikembangkan. Dipelihara dengan maksud bahwa kualitas teknis yang dimiliki Bagian *Customer Care* saat ini cukup mendukung jalannya nilai bisnis, dan untuk ke depannya, kualitas teknisnya perlu dikembangkan agar dapat meningkatkan nilai bisnis sehingga PT. Telkom Indonesia Tbk – Kandatel Pontianak dapat mengikuti tingkat persaingan global dalam bidang jasa dan komunikasi.

**4.5 Diagram Hubungan Entitas ( DHE )**

Hubungan antar subjek data dapat digambarkan dalam bentuk diagram hubungan entitas yang terlihat seperti gambar di bawah ini :



**Gambar 3.** Diagram Hubungan Entitas

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut : Dalam menjalankan proses bisnis pada Bagian *Customer Care* dapat dilihat dari adanya keterkaitan antar fungsi bisnis dan unit bisnisnya. Setiap fungsi bisnis memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Setiap eksekutif dalam Bagian *Customer Care* memiliki peran, keterlibatan masing-masing sesuai dengan fungsi bisnisnya. Pemetaan matrik fungsi bisnis vs unit organisasi ditujukan agar aktivitas-aktivitas yang terdapat dalam fungsi organisasi jelas. Adapun aktivitas-aktivitas tersebut ialah *create, read, update* dan *delete*. Bagian *Customer Care* memiliki *goal, problem*, dan *Critical Success Factor* yang saling mempengaruhi satu sama lainnya. Hubungan-hubungan antar subjek data dalam Bagian *Customer Care* sangat jelas digambarkan dalam Diagram Hubungan Entitas. Pada evaluasi sistem yang berjalan, Bagian *Customer Care* memiliki nilai bisnis dan kualitas teknis yang memasuki kuadran pelihara dan kembangkan. Dipelihara dengan maksud bahwa kualitas teknis yang dimiliki Bagian *Customer Care* saat ini cukup mendukung jalannya nilai bisnis, dan untuk ke depannya, kualitas teknisnya perlu dikembangkan agar dapat meningkatkan nilai bisnis sehingga PT. Telkom Indonesia Tbk – Kandatel Pontianak dapat mengikuti tingkat persaingan global dalam bidang jasa dan komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Earl, Micheal J. (1989). *Strategic Management for Information Technology*. Prentice. Hall, New Jersey
- Hasibuan, Zainal A. 2007. *Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indonesia.
- Jogiyanto. 2005. *Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Laudon, Kenneth C. dan Jane P. Laudon. 2005. *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital* (Edisi ke-8). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Martin, James. 1990. *Information Engineering Book II Planning and Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.