

**PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
DAN SISTEM INFORMASI DALAM MENDUKUNG LAYANAN
HELPDESK DI PT TELKOM AKSES YOGYAKARTA**



Disusun Oleh :

Arum Mulia Sari

2121 31602

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

15

TUGAS AKHIR
LAPORAN MAGANG
PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
DAN SISTEM INFORMASI DALAM MENDUKUNG LAYANAN
HELPDESK DI PT TELKOM AKSES YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARUM MULIA SARI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131602

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 30 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Olivia Barcelona Nasution, S.E., M.Sc.

Penguji

Rudy Badrudin, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 8 Juli 2025

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan ini menguraikan hasil dari kegiatan magang selama tiga bulan yang dilakukan oleh penulis di PT Telkom Akses Yogyakarta, sebuah anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia yang bergerak di bidang layanan jaringan telekomunikasi. Penulis ditempatkan di Divisi *Helpdesk* dan terlibat dalam berbagai kegiatan operasional seperti pengecekan data, pemetaan jaringan, unggah order layanan, serta layanan pelanggan melalui media digital. Selama masa magang, penulis menghadapi beberapa permasalahan yang memengaruhi kelancaran pekerjaan, seperti koneksi internet yang tidak stabil, perbedaan sistem operasi antar perangkat, kesalahan akibat kelalaian (*human error*), komunikasi internal yang kurang efektif, dan tingkat kepuasan pelanggan yang rendah. Masalah-masalah tersebut dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi akar penyebab serta merumuskan solusi seperti peningkatan infrastruktur, standarisasi sistem operasional, pelatihan teknis, dan peningkatan strategi *Customer Relationship Management* (CRM). Laporan ini juga memberikan rekomendasi bagi institusi akademik berupa penguatan kurikulum berbasis praktik industri dan pengembangan keterampilan komunikasi profesional. Diharapkan laporan ini memberikan kontribusi yang konstruktif bagi kedua belah pihak, baik perusahaan maupun institusi pendidikan, serta mencerminkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang kompleks dan dinamis.

Kata Kunci: *Helpdesk*, Telekomunikasi, Manajemen Operasional, Komunikasi Internal, CRM

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This report outlines the results of a three-month internship conducted by the author at PT Telkom Akses Yogyakarta, a subsidiary of PT Telkom Indonesia that operates in the field of telecommunications network services. The author was assigned to the Helpdesk Division and was involved in various operational activities such as data checking, network mapping, uploading service orders, and customer service through digital media. During the internship period, the author encountered several issues that impacted the smoothness of operations, including unstable internet connections, differences in operating systems across devices, errors due to human error, ineffective internal communication, and low customer satisfaction levels. These issues were systematically analyzed to identify root causes and formulate solutions such as infrastructure improvements, operational system standardization, technical training, and enhanced Customer Relationship Management (CRM) strategies. This report also provides recommendations for academic institutions, including strengthening industry-based curricula and developing professional communication skills. It is hoped that this report will contribute constructively to both parties—the company and the educational institution—and reflect students' readiness to face the complex and dynamic world of work.

Keywords: *Helpdesk, Telecommunications, Operational Management, Internal Communication, CRM*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

PT Telkom Akses Yogyakarta adalah salah satu unit usaha dari PT Telkom Indonesia yang berfokus pada penyediaan layanan jaringan telekomunikasi. Perusahaan ini berperan penting dalam pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur jaringan internet serta berbagai layanan digital lainnya. Dengan karakter operasional yang sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi, efektivitas sistem internal menjadi kunci kelancaran kinerja perusahaan. Kegiatan magang di PT Telkom Akses Yogyakarta memberikan pengalaman langsung bagi peserta untuk memahami dinamika operasional di sektor jaringan dan teknologi komunikasi.

Selama menjalani magang, penulis menjumpai sejumlah hambatan yang mengganggu proses kerja. Salah satu kendala utama adalah ketidakstabilan koneksi internet. Gangguan jaringan tersebut sangat mempengaruhi kelancaran akses data dan penyelesaian tugas-tugas harian, terutama karena mayoritas pekerjaan dilakukan secara *online*. Kondisi ini menekankan urgensi keberadaan infrastruktur jaringan yang stabil dan andal, khususnya di lingkungan kerja yang berperan sebagai penyedia layanan jaringan.

Selain itu, perbedaan sistem operasi pada perangkat kerja juga menjadi tantangan yang cukup signifikan. Ketidaksesuaian antara perangkat lunak dan sistem operasi menyebabkan keterlambatan dalam penyelesaian tugas dan menuntut penyesuaian cepat dari peserta magang. Situasi ini mencerminkan pentingnya standarisasi teknologi serta perlunya pelatihan teknis yang merata bagi seluruh pegawai, termasuk peserta magang.

Masalah lain yang turut berpengaruh terhadap produktivitas adalah kesalahan manusia (*human error*), yang umumnya disebabkan oleh kelelahan, kurangnya pemahaman terhadap tanggung jawab yang diemban, serta lemahnya pengawasan terhadap hasil kerja. Kesalahan dalam penginputan data, seperti salah memasukkan informasi penting, berpotensi menurunkan kualitas pelayanan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan sistem kerja yang lebih tertata dan mekanisme komunikasi yang lebih efektif untuk meminimalkan risiko tersebut.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tak hanya itu, hambatan komunikasi internal antara penulis dan pembimbing juga sering terjadi. Kesalahpahaman dalam menyampaikan arahan serta kurangnya *feedback* yang memadai menyebabkan terjadinya interpretasi yang tidak selaras terhadap tugas yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi di tempat kerja harus dibangun dengan prinsip keterbukaan, kejelasan dalam penyampaian informasi, serta pemilihan media komunikasi yang tepat.

Melalui laporan ini, penulis bertujuan untuk mengkaji berbagai permasalahan yang terjadi di PT Telkom Akses Yogyakarta. Dengan mengidentifikasi penyebab serta merumuskan solusi atas permasalahan yang ada, laporan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja di lingkungan perusahaan.

Profil PT Telkom Akses Yogyakarta

PT Telkom Akses adalah anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia Tbk. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 12 Desember 2012 dan memiliki keahlian menyeluruh (*end-to-end*) dalam berbagai tahapan, mulai dari perencanaan, pembangunan, hingga operasi dan pemeliharaan jaringan. Area layanan PT Telkom Akses mencakup seluruh Indonesia, dengan tujuan mendukung percepatan perluasan jaringan *broadband* di Tanah Air.

Sebagai bagian dari PT Telkom Indonesia Tbk, PT Telkom Akses berperan penting dalam mengembangkan infrastruktur telekomunikasi yang andal dan berkualitas, sehingga masyarakat Indonesia dapat menikmati akses internet yang lebih cepat dan merata.

Aktivitas Magang

1. *Close Tiket Pra SQM (Service Quality Management)*

Close Tiket Pra SQM merupakan kegiatan yang dilakukan penulis saat menjalani magang di PT Telkom Akses. *Close Tiket Pra SQM* digunakan untuk memastikan bahwa semua tiket sudah tertutup. Kegiatan yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dilakukan adalah dengan menyalin kode INC ke dalam *website* INSERA untuk di proses lebih lanjut.

2. **Upload Order dari BIMA**

Upload Order dari BIMA merupakan kegiatan yang dilakukan penulis saat menjalani magang di PT Telkom Akses. **Upload Order** dari BIMA adalah aktivitas yang digunakan untuk mengetahui SC ID. Kegiatan yang dilakukan saat *upload order* dari BIMA adalah memasukkan tanggal dan kota ke dalam *website* BIMA untuk nantinya SC ID yang muncul dapat dimasukkan ke dalam *Tactical*.

3. **Tactical Lensa**

Tactical Lensa merupakan kegiatan yang dilakukan penulis saat menjalani magang di PT. Telkom Akses. *Tactical Lensa* adalah *website* yang digunakan untuk menyesuaikan jadwal yang harus di buat untuk setiap karyawan. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan menginput SC ID ke dalam *website* *Tactical* agar dapat diketahui slot yang tersedia.

4. **Ukur Massal SQM (Service Quality Management)**

Ukur Masal SQM merupakan kegiatan yang dilakukan penulis saat menjalani magang di PT Telkom Akses. Ukur Masal SQM digunakan untuk mendorong *close* tiket. Kegiatan ini dilakukan dengan cara menyalin kode IBOOSTER ke dalam *website* *dbaces* *ibooster* untuk diambil INC kemudian dikirim ke grup telegram untuk di dorong *close*.

5. **Mencetak Dokumen**

Penulis diberi tugas oleh mentor untuk mencetak dokumen. Dokumen tersebut dipakai untuk keperluan kunjungan ke departemen atau perusahaan yang bersangkutan. Penulis mencetak dokumen dengan memanfaatkan printer yang telah disediakan oleh PT Telkom Indonesia wilayah Yogyakarta. Dokumen yang umumnya dicetak adalah Dokumen Berita Acara Siap Operasi, Dokumen Berita Acara Uji Terima, Surat Penawaran Harga, Surat Undangan, Surat Perintah Kerja, serta dokumen lainnya.

6. **Membuat Dokumen Perjanjian Kerahasiaan**

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dokumen Perjanjian Kerahasiaan (*Non-Disclosure Agreement/NDA*) di Telkom Akses bertujuan untuk melindungi informasi rahasia dan sensitif yang dimiliki oleh perusahaan dari penyalahgunaan atau pengungkapan oleh pihak yang tidak berwenang.

7. Membuat Jadwal

Pembuatan jadwal di PT Telkom Akses Yogyakarta bertujuan untuk mengatur dan mengoptimalkan pekerjaan operasional seperti instalasi, perbaikan, dan pemeliharaan jaringan telekomunikasi secara efisien. Prosesnya melibatkan perencanaan berdasarkan prioritas SLA, ketersediaan tim, dan faktor geografis, kemudian diimplementasikan menggunakan *tools* seperti *Gantt Chart* atau sistem internal untuk pembagian tugas. Jadwal ini juga dimonitor secara dinamis untuk menyesuaikan perubahan di lapangan.

8. Melayani Pelanggan (*WhatsApp*)

Pelanggan dapat menyampaikan aduan non-teknis (seperti tagihan, aktivasi layanan, perubahan alamat, atau kebijakan) melalui aplikasi *WhatsApp*. Penulis akan menerima tiket, menindaklanjuti, dan memberikan solusi via chat. Mereka memastikan adanya interaksi dua arah, mendengarkan keluhan pelanggan, lalu memberikan balasan dan konfirmasi melalui *WhatsApp*.

Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan ilmu memilih pasar serta sasaran untuk memperoleh, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Keller, 2016). Tugas dalam menangani keluhan pelanggan terkait hal-hal non-teknis seperti tagihan atau permintaan perubahan layanan merupakan bentuk nyata dari CRM operasional, di mana perusahaan terlibat langsung dalam memberikan respons dan solusi kepada pelanggan. Di sisi lain, respons cepat dan komunikasi yang baik dari pihak Telkom terhadap kebutuhan konsumen juga menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan prinsip dalam manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016), yakni

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

upaya mempertahankan dan memperluas basis pelanggan melalui penyampaian nilai yang relevan dan komunikasi yang efektif.

2. *Customer Relationship Management (CRM)*

CRM adalah sebuah fungsi yang terorganisir yang diterapkan sebagai strategi untuk penjualan, pemasaran, dan layanan yang bertujuan untuk meningkatkan profit dan kepuasan pelanggan. Sistem CRM akan sangat mendukung perusahaan dalam upaya memperbaiki mutu pelayanan kepada pelanggan. Hal ini terjadi saat pelanggan mengungkapkan keluhan dan masalah yang dihadapi saat menggunakan produk atau layanan dari Telkom. Dengan adanya CRM, perusahaan akan lebih mudah dalam mengatasi keluhan pelanggan berdasarkan karakteristik yang telah didapat (Sumiah, et al 2021). Sedangkan menurut Buttle (2009) *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan pendekatan strategis yang digunakan perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan secara efektif, dengan tujuan meningkatkan loyalitas, kepuasan, dan nilai pelanggan jangka panjang. Selama menjalani masa magang, penulis berperan aktif dalam beberapa kegiatan utama seperti memberikan layanan kepada pelanggan melalui *platform WhatsApp*, menangani tiket aduan, dan menjadwalkan teknisi untuk proses instalasi maupun perbaikan jaringan. Kegiatan-kegiatan tersebut mencerminkan penerapan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*, yakni sebuah pendekatan strategis yang diterapkan perusahaan untuk membangun dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan demi meningkatkan tingkat kepuasan serta loyalitas mereka (Sumiah et al., 2021).

3. *Sistem Informasi Manajemen (SIM)*

Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah sistem yang dirancang untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kinerja organisasi (Laudon & Laudon, 2016). SIM mengintegrasikan data dari berbagai fungsi bisnis seperti pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia untuk menghasilkan laporan dan informasi yang mendukung kegiatan manajerial di berbagai tingkat. SIM bertujuan untuk membantu perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan dalam kegiatan operasional. Aktivitas seperti

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penutupan tiket Pra SQM, pemrosesan order melalui sistem BIMA, serta penjadwalan teknisi menggunakan Tactical Lensa menunjukkan bahwa PT Telkom Akses telah menerapkan sistem informasi digital secara aktif dalam operasionalnya. Penerapan ini sejalan dengan konsep Sistem Informasi Manajemen (SIM) menurut Laudon & Laudon (2020), yang menyebutkan bahwa SIM membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis dan meningkatkan efisiensi kerja secara menyeluruh. Turban et al. (2018) menambahkan bahwa SIM bukan hanya alat bantu teknis, melainkan juga kerangka kerja manajerial yang mendukung efisiensi dan efektivitas organisasi. Dengan demikian, keberadaan SIM yang handal akan membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks.

4. Software

Software merupakan sekumpulan instruksi atau program yang dirancang untuk mengendalikan perangkat keras komputer dan melaksanakan berbagai tugas atau operasi. Perangkat lunak dibagi menjadi beberapa jenis seperti perangkat lunak sistem, perangkat lunak aplikasi, dan perangkat lunak pemrograman. Selain itu, penggunaan *platform* internal seperti INSERA, BIMA, dan IBOOSTER memperlihatkan bahwa Telkom Akses sangat mengandalkan perangkat lunak dalam pengelolaan informasi pelanggan, penjadwalan tugas teknis, serta percepatan layanan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sommerville (2016), yang menyatakan bahwa perangkat lunak merupakan kumpulan instruksi sistematis yang digunakan untuk mengoperasikan perangkat keras dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu.

5. Database

Database adalah sekumpulan data yang dimiliki oleh perusahaan, berisi informasi yang saling berkaitan dan disajikan dalam bentuk huruf, angka, dan symbol (Wahono, et al., 2021). Dalam pelaksanaan magang, penulis turut terlibat dalam pengolahan berbagai jenis data seperti SC ID, kode INC, serta informasi yang berkaitan dengan pelanggan. Kegiatan ini merefleksikan implementasi konsep *database*, yakni sekumpulan data yang saling terhubung dan dimanfaatkan sebagai dasar dalam proses

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengambilan keputusan. Dengan pengelolaan data yang rapi dan terstruktur, perusahaan dapat lebih mudah dalam melakukan pencarian informasi, memantau aktivitas layanan, serta menindaklanjuti kebutuhan pelanggan secara tepat.

6. Komunikasi

Komunikasi adalah proses ide dari pengirim pesan kepada penerima dengan maksud untuk menghasilkan perubahan perilaku yang terjadi. Komunikasi terdiri dari beberapa elemen penting, yaitu komunikator, komunikan, pesan yang ingin disampaikan, dan tujuan dari pesan tersebut. Disamping itu, komunikasi juga mempunyai dua elemen tambahan, yaitu *feedback* dan *channel* (Suminar, et al 2014). Selama menjalani magang, penulis juga menjalin komunikasi dengan pelanggan maupun rekan kerja internal, baik secara tatap muka maupun melalui media digital seperti *WhatsApp* dan Telegram. Situasi ini memperlihatkan bahwa komunikasi yang efektif memiliki peran penting dalam dunia usaha. Sebagaimana dijelaskan oleh Suminar et al. (2014), komunikasi mencakup unsur-unsur seperti sumber pesan, isi pesan, saluran komunikasi, serta tanggapan dari penerima yang bertujuan menciptakan perubahan perilaku.

Teori ini menjelaskan bahwa selama menjalani magang, penulis berkomunikasi dengan berbagai jenis pelanggan. Tujuannya adalah untuk menanyakan keluhan yang dialami pelanggan saat menggunakan produk Telkom, serta agar penulis memahami cara merespon pelanggan yang memiliki karakteristik yang beragam.

7. Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah interaksi yang terjadi antara dua orang atau lebih. Komunikasi bisnis sangat penting dalam dunia usaha, karena itulah yang menjadi dasar terjadinya suatu bisnis. Komunikasi bisnis dilakukan oleh para pedagang yang bertujuan untuk menjual atau memasarkan barang dagangannya, dimulai dengan menarik perhatian pembeli. Setelah pembeli menunjukkan minat terhadap produk yang ditawarkan, pedagang akan memulai memperkenalkan barang dagangannya kepada pembeli hingga tercapai kesepakatan pembelian. Cakupan komunikasi bisnis mencakup komunikasi organisasi, komunikasi politik,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan lain-lain (Adin, 2023). Dalam praktik komunikasi bisnis, penulis juga memiliki tanggung jawab dalam memperkenalkan produk serta layanan Telkom kepada calon pelanggan, termasuk menjelaskan alur penggunaan dan manfaatnya. Hal ini mencerminkan konsep yang disampaikan oleh Adin (2023), bahwa komunikasi bisnis merupakan proses pertukaran informasi antara pihak-pihak yang bertujuan menjual suatu produk hingga tercapai kesepakatan, diawali dengan menarik minat pelanggan.

Analisis Perusahaan

1. Koneksi Internet yang Kurang Lancar

Selama menjalani magang, penulis mengalami beberapa masalah dengan koneksi internet yang tidak stabil. Penulis mengalami masalah koneksi internet yang tidak stabil disebabkan oleh banyaknya pengguna internet di area kerja, sehingga *server* dalam keadaan perawatan (*maintenance*). Jika masalah ini tidak segera di tangani maka akan mengakibatkan pada operasional perusahaan dan keterlambatan dalam menyelesaikan pekerjaan.

2. Perbedaan Sistem Operasi

Selama menjalani kegiatan magang, penulis kerap mengalami kendala teknis yang bersumber dari ketidaksesuaian platform sistem operasi. Tantangan ini muncul akibat variasi *software* yang digunakan untuk menyelesaikan berbagai tugas. Tanpa solusi yang tepat, hambatan ini berpotensi memperlambat proses penyelesaian pekerjaan.

3. Human Error

Permasalahan berikutnya adalah adanya human error yang disebabkan oleh kurangnya ketelitian saat mengerjakan pekerjaan yang diberikan. Hal ini sering terjadi karena kelelahan dan kurangnya fokus akibat beban kerja yang tinggi. Akibatnya, sering terjadi kesalahan dalam penginputan data atau kelengkapan dokumen yang berdampak pada keterlambatan proses penagihan dokumen.

4. Masalah Internal Communication

Masalah yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan kurangnya komunikasi internal antara pimpinan dan staf, terutama hal penyampaian instruksi pekerjaan. Situasi ini tercermin dari adanya miskomunikasi antara mentor dan penulis dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memahami tugas yang diberikan. Faktor utama penyebabnya adalah metode penyampaian pesan yang tidak cukup jelas dan kurang menyesuaikan dengan latar belakang pemahaman penulis dan staf sehingga memicu interpretasi yang berbeda dan berdampak pada ketidaktepatan dalam melaksanakan tugas.

5. Tingkat Kepuasan Pelanggan yang Rendah

Selama melaksanakan magang, penulis menghadapi kendala terkait rendahnya tingkat kepuasan pelanggan, yang disebabkan oleh lambatnya respons dari PT Telkom Akses Yogyakarta kepada konsumen yang memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkannya. Jika masalah itu tidak segera ditangani dengan baik, maka akan berakibat menurunnya kesetiaan pelanggan.

Pembahasan dan Solusi

1. Koneksi Internet yang Kurang Lancar

Menurut penulis, masalah tersebut dapat diatasi dengan cara meningkatkan kapasitas kecepatan internet yang dimiliki oleh PT Telkom Akses Yogyakarta, sehingga apabila hal tersebut telah dilaksanakan, maka aktivitas operasional perusahaan tidak akan terhambat. Masalah ini berkaitan dengan kesalahan manusia, di mana perusahaan menjadi salah satu faktornya karena tidak bisa menciptakan lingkungan kerja yang efektif untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan.

2. Perbedaan Sistem Operasi

Sistem operasi yang berbeda di PT Telkom Akses Yogyakarta mengakibatkan terhambatnya dalam melakukan pekerjaan. Menurut penulis, hal ini berkaitan dengan teori sistem informasi manajemen, dikarenakan adanya perbedaan sistem operasi dan menyebabkan pekerjaan tidak dapat diselesaikan tepat waktu. Untuk mengatasi masalah ini, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan diversifikasi sistem operasi, sehingga proses penginputan data tidak akan terhambat.

3. *Human Error*

Human error merupakan salah satu permasalahan yang terjadi akibat kelalaian manusia dan lingkungan perusahaan yang kurang efektif. Penyebab *human error* dibagi menjadi dua, yaitu:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

a. Faktor Primer

Faktor utama penyebab bersumber dari diri individu itu sendiri, terutama akibat bebas kerja yang berlebihan, kondisi fisik yang Lelah, serta tingkat stres yang tinggi. Kondisi ini berdampak pada menurunnya tingkat akurasi dalam bekerja, misalnya terlihat dari beberapa kesalahan teknis yang dilakukan penulis dalam proses entri data seperti kesalahan pencatatan tanggal, penulisan nomor perjanjian, maupun kesalahan dalam pendistribusian dokumen.

b. Faktor Manajerial

Faktor manajerial muncul akibat perusahaan tidak dapat menciptakan suasana kerja yang efisien guna mengurangi terjadinya kesalahan manusia. Contoh dari hal ini adalah saat koneksi perusahaan mengalami masalah, yang mengakibatkan pekerjaan yang akan dilakukan terhambat. Menurut penulis, hal ini dapat diatasi dengan cara para mentor selalumemantau dan memeriksa dokumen pekerjaan penulis sebelum dokumen itu sampai ke tangan konsumen, agar kesalahan dapat diminimalkan. Mengoptimalkan kecepatan internet untuk mendukung kegiatan operasional yang dijalankan oleh perusahaan.

4. Masalah Komunikasi Internal

Merupakan masalah yang terjadi di dalam suatu organisasi. Berdasarkan teori komunikasi, komunikasi diartikan sebagai proses tukar-menukar ide atau gagasan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, tetapi dalam situasi ini, penulis mengalami masalah komunikasi dengan mentor. Berdasarkan teori komunikasi, terdapat dua elemen komunikasi, yaitu:

a. *Feedback*

Feedback atau umpan balik merupakan respons yang diterima oleh komunikan dari komunikator mengenai pesan yang di sampaikan. Dalam situasi ini, kadang terjadi kesalah pahaman antara penulis dan mentor mengenai pesan yang ingin di sanpaikan. Menurut penulis, solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut bisa dilakukan dengan cara berkomunikasi secara efektif dan memakai bahasa yang mudah dipahami.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

b. Channel

Channel atau saluran adalah perantara yang digunakan untuk berkomunikasi antara penulis dan mentor. Selama proses komunikasi, penulis dan mentor memanfaatkan aplikasi Telegram. Dalam komunikasi ini terkadang masih sering muncul kesalahpahaman, sehingga untuk mengurangi hal itu, penulis langsung menemui meja mentor untuk menanyakan mengenai tugas yang diberikan supaya lebih jelas dan paham.

5. Tingkatan Kepuasan Pelanggan yang Rendah

Masalah ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh ketidakpuasan terhadap produk dan layanan yang diberikan serta lambatnya respons yang diterima. Jika masalah ini tidak cepat ditangani dengan baik, maka akan berpengaruh pada menurunnya loyalitas pelanggan. Sesuai dengan *Customer Relationship Management* (CRM), bila masalah tidak ditangani dengan efektif, hal itu akan berdampak pada citra perusahaan. *Customer Relationship Management* (CRM) dibagi menjadi tiga fase, yaitu:

a. Mendapatkan Pelanggan

Pada tahap ini, perusahaan bertugas untuk mempromosikan produk dan layanan yang ada, selanjutnya produk tersebut diulas oleh pelanggan yang menjadi masukan bagi perusahaan setelah pelanggan memanfaatkan produk yang diterima.

b. Menganalisis Pelanggan

Proses analisis pelanggan dilaksanakan dengan menggunakan referensi umpan balik yang diterima dari pelanggan sebagai langkah untuk menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

c. Mempertahankan Pelanggan

Proses mempertahankan pelanggan yang dijalankan dengan efisien dan cepat dapat memperkuat ikatan antara pelanggan dan perusahaan. Melalui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

cara tersebut, perusahaan masih dapat menjaga citra merek yang dimiliki.

Kesimpulan

Selama melaksanakan kegiatan magang di PT Telkom Akses Yogyakarta, penulis menemui sejumlah kendala yang berkaitan erat dengan proses operasional dan komunikasi di tempat kerja. Beberapa persoalan yang muncul antara lain adalah gangguan kestabilan koneksi internet, ketidaksesuaian sistem operasi, kesalahan manusia (*human error*), kurang efektifnya komunikasi antarpegawai, serta rendahnya tingkat kepuasan pelanggan. Koneksi internet yang tidak stabil memengaruhi kelancaran aktivitas kerja dan menandakan perlunya pembaruan terhadap infrastruktur jaringan. Sementara perbedaan sistem operasi kerap menghambat pelaksanaan tugas karena kompatibilitas perangkat yang berbeda, yang idealnya diatasi dengan standarisasi atau penggunaan *platform* yang seragam. *Human error* terjadi akibat berbagai faktor, baik dari individu maupun manajemen, seperti kelelahan fisik atau kurangnya kontrol dari pembimbing. Permasalahan ini dapat ditekan melalui pengawasan yang lebih baik dan penciptaan suasana kerja yang nyaman dan suportif.

Masalah komunikasi internal muncul dari kurangnya pemahaman terhadap pesan yang dikomunikasikan. Solusi yang dapat diterapkan adalah menyampaikan informasi dengan bahasa yang sederhana, serta melakukan komunikasi secara langsung untuk menghindari miskomunikasi. Di sisi lain, rendahnya kepuasan pelanggan menunjukkan pentingnya optimalisasi strategi *Customer Relationship Management* (CRM) guna membangun loyalitas konsumen dan menjaga citra perusahaan secara berkelanjutan.

Secara umum, pengalaman magang ini memberikan wawasan yang komprehensif mengenai tantangan-tantangan di dunia kerja, serta menekankan pentingnya penerapan teori-teori dalam bidang manajemen, teknologi informasi, dan komunikasi untuk menyelesaikan persoalan secara tepat dan profesional.

Rekomendasi

1. Penguatan Koneksi Internet dan Kapasitas Jaringan

Disarankan agar PT Telkom Akses meningkatkan kapasitas *bandwidth* serta memperkuat sistem jaringan internal untuk memastikan koneksi internet tetap

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

stabil, khususnya saat jam sibuk. Langkah ini akan menunjang kelancaran pekerjaan dan mencegah penundaan dalam penyelesaian tugas.

2. Penyeragaman atau Penyesuaian Sistem Operasi

Mengingat kendala teknis yang timbul akibat perbedaan sistem operasi, perusahaan sebaiknya mempertimbangkan untuk menyeragamkan *platform* kerja atau menyediakan panduan teknis lintas sistem. Sebagai solusi alternatif, penyediaan perangkat cadangan dengan sistem operasi yang sesuai standar juga dapat diterapkan.

3. Mengurangi *Human Error* melalui Bimbingan dan Pelatihan

Untuk meminimalkan kesalahan dari individu, perlu dilakukan pengawasan secara berkala, misalnya melalui pengecekan tugas oleh pembimbing sebelum dikirim ke pelanggan. Selain itu, pelatihan rutin dalam hal teknis maupun pengelolaan waktu dapat meningkatkan pemahaman peserta magang terhadap tugas yang diberikan.

4. Perbaiki Komunikasi *Internal* Antar Pegawai

PT Telkom Akses perlu meningkatkan kualitas komunikasi di lingkungan kerja, baik antara staf maupun dengan peserta magang. Penggunaan bahasa yang lugas dan pemilihan metode komunikasi tatap muka saat dibutuhkan akan membantu memperjelas informasi dan mencegah kesalahpahaman.

5. Penerapan CRM secara Komprehensif

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penting bagi perusahaan untuk menerapkan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)* secara terpadu, mulai dari tahap promosi hingga penanganan keluhan. Tanggapan cepat dan layanan yang lebih personal akan membantu menjaga loyalitas pelanggan serta membangun citra perusahaan yang positif.

6. Mewujudkan Lingkungan Kerja yang Nyaman dan Mendukung

perusahaan disarankan menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman. Hal ini dapat dilakukan melalui pengaturan waktu kerja yang fleksibel dan budaya kerja yang saling mendukung.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Refleksi Diri

1. Penulis mendapatkan pemahaman mengenai metode komunikasi yang efektif dan tepat

Selama masa magang, penulis kerap berkomunikasi dengan mentor, sesama peserta magang, serta pelanggan melalui aplikasi *WhatsApp*. Dari pengalaman tersebut, penulis menyadari bahwa komunikasi memegang peranan yang sangat krusial dalam dunia kerja. Dengan komunikasi yang baik, proses penyelesaian tugas menjadi lebih efisien dan terarah. Selain itu, penulis juga memahami pentingnya menggunakan bahasa yang lugas dan mudah dipahami agar tidak menimbulkan kesalahpahaman antara pihak yang menyampaikan pesan dan pihak yang menerima informasi.

2. Penulis mendapatkan keterampilan untuk memecahkan masalah dan keterampilan

Selama menjalani program magang, penulis dihadapkan pada berbagai tantangan dan permasalahan yang merupakan bagian tak terpisahkan dari dunia kerja. Melalui pengalaman tersebut, penulis belajar untuk mengasah kreativitas dalam berpikir serta berusaha menemukan solusi-solusi yang inovatif. Situasi tersebut juga mendorong penulis untuk terus meningkatkan keterampilan sebagai bekal menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

3. Mempelajari etika profesional dan kepekaan

Melalui kegiatan magang, penulis memperoleh wawasan tentang cara menjalin interaksi dengan rekan kerja yang memiliki latar belakang beragam. Selain itu, penulis juga mempelajari pentingnya menjaga etika serta sikap profesional, khususnya dalam hal berkomunikasi di lingkungan kerja yang formal seperti di perusahaan.

4. Meningkatkan kemampuan manajemen waktu dan organisasi

Selama masa magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas yang cukup padat. Pengalaman ini memberikan pelajaran berharga tentang bagaimana mengatur dan menyelesaikan berbagai tanggung jawab dalam waktu yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terbatas, sekaligus menekankan pentingnya memenuhi tenggat waktu yang menjadi hal krusial di lingkungan kerja profesional.

Dari hasil refleksi yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa kegiatan magang memberikan manfaat yang besar. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh pemahaman dan gambaran langsung mengenai dunia kerja serta dinamika yang ada di dalamnya.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, F. 2009. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Elsevier.
- Greenberg, P. (2010). *CRM at the Speed of Light: Social CRM Strategies, Tools, and Techniques* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. 2020. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. 16th Edition. Pearson.
- Payne, A. 2005. *Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management*. Butterworth-Heinemann.
- Sommerville, I. (2016). *Software engineering* (10th ed.).
- Sumiah, A., & Hidayat, M. A. 2021. Bangun E-Commerce pada Pemasaran Berbasis CRM pada Model B2B: Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika
- Suminar, J. R., Soemirat, S., & Ardianto, E. 2014. Dasar-dasar Komunikasi Organisasional: Pengertian, Ruang Lingkup, dan Peranan Komunikasi. Komunikasi Organisasi.
- Turban, E., Volonino, L., & Wood, G. 2018. *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability* (11th ed.). Wiley.
- Wahono, S., & Ali, H. 2021. Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem For Business). Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi.
- Zein Adin. 2023. Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi.

