

ABSTRAK

Pelaksanaan Peranan *Customer Service Representative* (CSR) dalam Pelayanan dan Dampaknya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Di Plasa Telkom *Consumer Service Area* (CSA) Sumatera Barat

Oleh : Fadila Tirta Utari

Plasa Telkom merupakan outlet atau tempat pelayanan milik Telkom yang sepenuhnya dikelola oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Di Plasa Telkom terdapat CSR yang mempunyai peranan untuk memberikan layanan kepada pelanggan. Secara umum, pelayanan yang diberikan oleh CSR kepada pelanggan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan, tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat kelemahan yaitu lamanya antrian untuk mendapatkan pelayanan di Plasa Telkom membuat pelanggan bosan untuk menunggunya serta adanya penetapan tagihan telepon tidak tetap tanpa persetujuan dari pelanggan membuat pelanggan kecewa. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pelaksanaan peranan SCR dalam pelayanan serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Plasa Telkom CSA Sumatera Barat.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Jenis datanya adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Uji keabsahan data dilakukan melalui meningkatkan ketekunan, teknik triangulasi, dan mengadakan *membercheck*. Kemudian data dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh selama penelitian.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan peranan CSR dalam pelayanan kepada pelanggan berpedoman kepada standar pelayanan Plasa Telkom yang telah ditetapkan. Dalam persiapan pelaksanaan tugasnya CSR berpedoman pada 5 kategori yaitu : *reliability* (kehandalan), *assurance* (kepercayaan), *tangible* (Tampilan), *emphaty* (Perhatian) dan *responsiveness* (kesanggupan). 5 kategori tersebut telah berjalan dengan baik di Plasa Telkom dan berdampak terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterimanya dari CSR dan juga berdampak terhadap loyalitas pelanggan untuk tetap bertahan dalam menggunakan produk layanan Telkom.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan peranan CSR dalam pelayanan kepada pelanggan di Plasa Telkom jika dilihat dari 5 kategori yang ada telah berjalan dengan baik, karena CSR dalam memberikan layanan menyesuaikan dengan standar layanan yang ada. CSR juga harus bisa memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan yang ada di Plasa Telkom.