

STRATEGI PELATIHAN GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT TELKOM INDONESIA WILAYAH BANJARMASIN

Hikmayanti Huwaida ⁽¹⁾, Sri Imelda ⁽²⁾

^{(1),(2)} Staf Pengajar Jurusan Adm. Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

Penelitian ini bertujuan mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PT Telkom Indonesia, dan membuat strategi pelatihan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bersifat deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan PT Telkom Indonesia Wilayah Banjarmasin memiliki banyak komplain dari pelanggan. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Telkom dalam memenuhi keinginan pelanggan. Perusahaan perlu membuat strategi pelatihan guna meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Strategi Pelatihan, PT Telkom Indonesia, Pelanggan.*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini kebutuhan seseorang akan informasi dan komunikasi semakin meningkat. PT Telkom Indonesia Area Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak di sektor jasa telekomunikasi di Indonesia. Dengan tingginya jumlah pelanggan Telkom maka sangat diperlukan perhatian khusus dalam hal pelayanan terhadap pelanggan.

Pelayanan kepada pelanggan dapat menghasilkan sesuatu yang optimal apabila ada kerjasama yang baik antara karyawan dengan pelanggan. Sementara itu bagi pelanggan, kehadiran pelayanan merupakan hasil yang dapat dipenuhi dan mendapatkan kepuasan.

Untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan pada kenyataannya tidaklah mudah, keluhan dan komplain dari pelanggan atas pelayanan di PT Telkom masih sering dijumpai. Adapun penyebabnya yaitu pelayanan yang terkesan lambat dalam menanggapi komplain serta karyawan yang dianggap tidak mampu dalam memberi informasi yang diinginkan pelanggan. Dalam hal ini PT Telkom harus melakukan tindakan guna meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting demi mempertahankan eksistensi perusahaan dimasa yang akan datang, layanan yang diberikan kepada pelanggan akan memacu puas tidaknya pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini kinerja pelayanan karyawan sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan pelanggan maka akan terjadi ketidakpuasan demikian juga sebaliknya.

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Strategi Pelatihan Karyawan Guna Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada PT Telkom Indonesia Wilayah Banjarmasin".

1.1 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah peranan pelatihan karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian terdiri dari:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PT Telkom Indonesia
2. Membuat strategi pelatihan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah terdiri dari:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT Telkom Indonesia?
2. Bagaimana strategi pelatihan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan?

II. LANDASAN TEORI

2.1 Strategi

Menurut Philip Selznick (Anatan 2008), Kotler (2012) strategi dapat diartikan dimana perusahaan menggunakan strategi unggulannya untuk memenangkan persaingan yang memperebutkan pangsa pasar atau kepuasan bagi konsumennya.

2.2 Pelatihan

Menurut Flipppo, Sikula, Wexly dan Yulk, Desseler (Suwanto, 2011) pelatihan berarti suatu perubahan yang sistematis dan *knowledge, skill dan behaviour* yang terus mengalami peningkatan yang dimiliki oleh setiap karyawan dengan itu dapat mewujudkan sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam pemenuhan standar SDM yang diinginkan.

2.3 Manfaat Pelatihan

Andrew F. Sikula (Suwanto, 2011) menyatakan tujuan pelatihan dan pengembangan adalah:

1. *Produktivitas*
Dengan pelatihan akan dapat meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan dan perubahan tingkah laku. Hal ini dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.
2. *Quality*
Penyelenggaraan pelatihan tidak hanya dapat memperbaiki kualitas dari tenaga kerja namun diharapkan akan dapat memperkecil kemungkinan terjadinya kesalahan dalam bekerja. Dengan demikian kualitas dari output yang dihasilkan akan terjaga bahkan meningkat.
3. *Human Resource Planning*
Dengan adanya pelatihan akan memudahkan seseorang pekerja untuk mengisi kekosongan jabatan dalam suatu perusahaan, sehingga perencanaan tenaga kerja dapat dilakukan sebaik-baiknya. Dalam perencanaan sumber daya manusia salah satu diantaranya mengenai kualitas dan kuantitas dari tenaga kerja yang direncanakan, untuk memperoleh tenaga kerja dengan kualitas yang diarahkan.

4. *Morale*

Diharapkan dengan adanya pelatihan akan dapat meningkatkan prestasi kerja karyawan sehingga akan dapat menimpulkan peningkatan upah karyawan. Hal tersebut akan dapat meningkatkan moral kerja karyawan untuk lebih bertanggung jawab terhadap tugasnya.

5. *Indirect Compensation*

Pemberian kesempatan pada karyawan untuk mengikuti pelatihan dapat diartikan sebagai pemberian balas jasa atau prestasi yang telah dicapai pada waktu yang lalu, dimana dengan mengikuti program tersebut tenaga kerja yang bersangkutan mempunyai kesempatan untuk lebih dapat mengembangkan diri.

6. *Health and Safety*

Merupakan langkah terbaik dalam rangka mencegah atau mengurangi terjadinya kecelakaan kerja dalam suatu perusahaan sehingga akan menciptakan suasana kerja yang tenang, aman dan adanya stabilitas pada sikap mental mereka.

7. *Obsolescence Prevention*

Pelatihan akan mendorong inisiatif atau kreativitas tenaga kerja, langkah ini diharapkan akan dapat mencegah tenaga kerja dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi.

8. *Personal Growth*

Memberikan kesempatan bagi seseorang tenaga kerja untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh tenaga kerja termasuk meningkatkan perkembangan pribadinya.

2.4 Proses Pelatihan

Menurut Hasibuan (2013) proses atau langkah-langkah pelatihan hendaknya dilakukan sebagai berikut:

1. Sasaran

Setiap pelatihan harus terlebih dahulu ditetapkan secara jelas sasaran yang ingin dicapai. Apakah sasaran pengembangan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan teknis mengerjakan pekerjaan (*technical skills*) untuk meningkatkan kecakapan memimpin

(*managerial skills*) dan *conceptual skills*. Penetapan sasaran harus didasarkan kepada kebutuhan jabatan atau pekerjaan dari karyawan yang bersangkutan.

2. Kurikulum
Kurikulum atau mata pelajaran yang akan diberikan harus mendukung tercapainya sasaran dari pelatihan itu. Kurikulum harus ditetapkan secara sistematis, jumlah jam pertemuan, metode pengajaran, dan sistem evaluasinya harus jelas agar sasaran dari pelatihan itu optimal
3. Sarana
Mempersiapkan tempat dan alat-alat yang akan digunakan dalam pelaksanaan pelatihan. Penyediaan tempat dan alat-alat harus didasarkan pada ekonomi serta berpedoman pada sasaran pelatihan yang ingin dicapai.
4. Peserta
Menetapkan syarat-syarat dan jumlah peserta yang dapat mengikuti pelatihan. Misalnya usia, jenis kelamin, pengalaman kerja dan latar belakang pendidikannya. Peserta pelatihan sebaiknya mempunyai latar belakang yang relatif homogen dan jumlahnya ideal, supaya kelancaran pelatihan terjamin.
5. Pelatih
Menunjuk pelatih atau instruktur yang memenuhi persyaratan untuk mengajarkan setiap mata pelajaran sehingga sasaran pelatihan tercapai. Pengangkatan pelatih atau instruktur harus berdasarkan kemampuan objektif bukan didasarkan kepada kawan atau saudara. Dengan pelatih yang berkualitas akan menghasilkan anak didik yang baik.
6. Pelaksanaan
Melaksanakan proses belajar mengajar artinya setiap pelatih mengajarkan materi pelajaran kepada peserta pelatihan. Proses belajar mengajar harus diakhiri dengan ujian atau evaluasi untuk mengetahui sasaran pelatihan tercapai atau tidak.

2.5 Kualitas Pelayanan

Penekanan terhadap definisi pelayanan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2010).

Parasuraman (Anatan, 2008) menyebutkan dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan, bila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman yang dikutip oleh Lovelock (Tjiptono, 2010) yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri atau lebih (*Independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiono, 2012).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan PT Telkom Indonesia yang berlokasi di Jalan Pangeran Samudra No 42/11 Kode post 70111 Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

3.6 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis non statistik. Analisis data yang ada tidak menggunakan perhitungan rumus-rumus statistik, melainkan dengan penjelasan secara rinci dan jelas dengan teori-teori yang ada hubungannya dengan masalah dalam penelitian ini untuk diambil kesimpulannya.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Visi dan Misi

Visi

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication*, *Information*, *Media*, *Edutainment* dan *Services* ("TIMES") di kawasan regional.

Misi

- (1) Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- (2) Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Visi dan Misi ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012.

4.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian

1. Permasalahan

Memberikan pelayanan kepada pelanggan pada kenyataannya tidaklah mudah. Karyawan terkesan lambat melayani dan menanggapi masalah pelanggan dalam memberi informasi, hal itu berpengaruh pada banyaknya komplain yang diterima oleh PT Telkom Indonesia.

Dari hasil wawancara bahwa tidak semua karyawan mendapat pelatihan. Terutama karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan (sumber: bapak Akhmad Amin selaku Asman *Communication & Secretariate* PT Telkom Indonesia). Beliau mengatakan memang PT Telkom Indonesia sudah melakukan pelatihan dengan prioritas kepada karyawan tetap dalam ikatan dinas sedangkan untuk karyawan kontrak biasanya hanya mendapatkan pelatihan secara informal yaitu *supervisor* menunjuk karyawan senior untuk melakukan pekerjaan tersebut dan selanjutnya karyawan baru tersebut melakukan pekerjaan itu sesuai dengan cara yang dilakukan karyawan senior. Cara tersebut dirasa kurang efektif karena pelatihan yang baik adalah pelatihan yang melibatkan pelatih khusus dari luar dan pelatih dari dalam perusahaan, maka dari itu pelatihan yang baik dan yang efektif sangat penting bagi PT Telkom Indonesia guna meningkatkan kualitas pelayanan karyawan.

2. Bukti Masalah

Bukti masalahnya adalah banyaknya jumlah komplain yang diterima PT Telkom Indonesia seperti yang bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.
Jumlah Komplain Datel Banjarmasin 2015

Bulan	Target (Org)	Komplain (Org)	Target (%)
Januari	4500	4592	102
Februari	4447	4051	91.09
Maret	4394	4785	108.8

April	4341	4603	106.3
Mei	4288	3980	92.81
Juni	4235	2460	58.08
Juli	4182	3706	88.61
Agustus	4129	4315	104.5
September	4076	3825	93.84
Oktober	4023	4465	110.9
November	3970	4863	122.4
Desember	3917	4669	119.1

Sumber: PT Telkom Indonesia Banjarmasin 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat banyaknya jumlah komplain yang diterima PT Telkom Indonesia tahun 2015. Diperlukan *training* atau pelatihan agar kualitas pelayanan karyawan meningkat sehingga jumlah komplain akan berkurang.

3. Akibat Masalah

Akibat dari kurang optimalnya pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan sehingga banyaknya jumlah komplain yang diterima bahkan melebihi dari target yang ditentukan oleh perusahaan, apabila hal ini dibiarkan berlarut-larut maka perusahaan akan mengalami banyak kerugian, diantaranya:

- a. *Image* yang buruk terhadap nama dan kinerja perusahaan di masyarakat.
- b. Kehilangan pelanggan sehingga omset pendapatan perusahaan menurun, dalam hal ini disebabkan pelanggan yang kecewa sehingga memilih menggunakan jasa operator perusahaan lain yang dianggap lebih baik dalam hal kinerja dan pelayanan.
- c. Kesejahteraan karyawan perusahaan menjadi buruk, seperti yang dijelaskan sebelumnya kehilangan pelanggan berdampak buruk terhadap pendapatan perusahaan yang otomatis langsung berkaitan dengan karyawan dalam hal kesejahteraannya, disitu dapat dilihat apabila perusahaan pendapatannya terus menurun maka perusahaan mungkin tidak dapat memenuhi kebutuhan dalam hal kesejahteraan karyawannya.
- d. Akibat lain yang mungkin akan terjadi yaitu apabila pendapatan perusahaan kian menurun maka juga akan berdampak pada kinerja karyawan yang juga akan memburuk.

4. Pemecahan Masalah

a. Pentingnya Pelatihan

Pelatihan sering dipakai sebagai solusi atau persoalan kinerja organisasi. Pelatihan pada dasarnya merupakan proses memberikan bantuan bagi para karyawan untuk memperbaiki dan meningkatkan keterampilan, sikap serta pengetahuan yang diperlukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Karyawan yang berstatus kontrak yaitu *customer care* dan *marketing* tidak pernah diberikan kegiatan pelatihan.

Pelatihan mempunyai andil besar dalam menentukan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Beberapa manfaat nyata yang didapatkan dari kegiatan pelatihan adalah:

- a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produktivitas.
- b. Mengurangi waktu belajar yang diperlukan karyawan agar mencapai standar-standar kinerja yang dapat diterima.
- c. Menciptakan sikap loyalitas, dan kerjasama yang lebih menguntungkan.
- d. Memenuhi kebutuhan-kebutuhan perencanaan sumber daya manusia.
- e. Mengurangi jumlah dan biaya kecelakaan kerja.
- f. Membantu karyawan dalam peningkatan dan pengembangan pribadi mereka.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa sikap karyawan terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

b. Strategi Tahapan Kegiatan Pelatihan

Tahapan pelatihan bagi karyawan yang harus dilakukan oleh manajemen adalah:

1) Penentuan Sasaran

Penentuan sasaran dalam pelatihan ini adalah para karyawan baru dan karyawan yang dianggap kurang mampu dalam melaksanakan tugasnya dalam hal memberikan pelayanan yang baik misalnya dalam hal menangani komplain, memberikan informasi yang cepat dan akurat yang dibutuhkan oleh pelanggan dan perilaku yang dapat menyenangkan konsumen

Diharapkan dengan adanya keinginan pelatihan untuk karyawan ini dapat membantu pihak perusahaan dalam

mengatasi masalah kinerja karyawan yang sedang dihadapi.

Dengan demikian hasil yang didapatkan dengan adanya pelatihan ini yaitu:

- a) Terampil dalam mengkomunikasi informasi tentang produk dan *service* perusahaan yang bersangkutan kepada pelanggan.
- b) Memiliki pengetahuan yang sempurna tentang bidang pekerjaannya.
- c) Memiliki sifat dan perilaku kerja yang professional.

Dari hasil penelitian sebagian karyawan PT Telkom Indonesia masih kurang terampil dalam hal pengetahuan (*Knowledge*) dan kepribadian (*Attitude*) dengan demikian kurikulum yang dibuat dapat dijelaskan sebagai berikut.

2) Membuat Kurikulum / Mata Pelajaran

Dalam pelatihan, kurikulum adalah sangat penting karena kurikulum merupakan pedoman bagi kegiatan belajar mengajar dalam rangka mengembangkan kemampuan sumber daya manusia atau sasaran pelatihan.

Kurikulum atau mata pelajaran yang ditetapkan dalam kegiatan pelatihan karyawan ini haruslah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mereka, berdasarkan masalah yang terjadi maka materi-materi yang diajarkan adalah sebagai berikut:

- a) Informasi tentang produk, *service* pelanggan dan termasuk bagaimana menjalankan aplikasi.

Para peserta pelatihan diberikan informasi tentang produk telkom serta *service* pelanggan dan diajarkan bagaimana menjalankan atau aplikasi yang ada pada komputer untuk menginput atau memproses data pelanggan sehingga karyawan nantinya dapat memberikan informasi mengenai data pelanggan dengan cepat sesuai dengan keinginan pelanggan.

- b) Pembelajaran mengenai sikap dan kepribadian yang baik

Di sini akan dibahas dan dibicarakan semua tentang bagaimana sikap dan kepribadian yang baik bagi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Topik-topik yang akan dibahas dalam kegiatan pelatihan adalah sebagai berikut:

- a) Teknik pelayanan pelanggan

- b) Etika, Penampilan diri serta leadership
- c) Pengetahuan tentang pelayanan pada pelanggan
- 3) Sarana/Prasarana
Untuk mengetahui kegiatan pelatihan perlu mempersiapkan tempat dan alat-alat yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Penyediaan tempat dan alat-alat harus didasarkan pada prinsip ekonomi, serta berpedoman pada sasaran yang ingin dicapai perusahaan.
Hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih sarana dan prasarana adalah sebagai berikut:
 - a) Lokasi dan tempat pelatihan
 - b) Suhu dalam ruangan sejuk (Menggunakan AC)
 - c) Listrik yang mencukupi
 - d) Peralatan audio visual
 - e) Fasilitas komputerisasi
 - f) Jumlah peserta yang akan mengikuti pelatihan
 - g) Tersedia fasilitas umum (Mushola, ruang makan, toilet dll)
Berdasarkan kriteria tempat pelaksanaan seperti yang dijelaskan di atas peneliti menyarankan kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di dalam maupun di luar perusahaan.
- 4) Penentuan Peserta Pelatihan
Dalam menentukan peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan haruslah terlebih dahulu menetapkan syarat-syarat dan jumlah peserta. Hal ini sangat penting untuk perusahaan yang ingin mencapai hasil yang diinginkan. Peserta pelatihan sebaiknya mempunyai latar belakang yang relatif sama dan jumlahnya ideal, supaya kelancaran kegiatan pelatihan terjamin, selain itu sebaiknya peserta yang diikutsertakan haruslah mempunyai keinginan untuk memperbaiki kualitas kinerjanya.
Pemilihan peserta Di sini ditujukan untuk karyawan yang menangani pelanggan langsung, jumlah peserta di PT Telkom Indonesia yang perlu dilatih adalah 38 orang.
- 5) Memilih Pelatih/Instruktur
Salah satu variabel yang sangat menentukan efektivitas suatu pelatihan adalah pelatih atau instruktur. Pelatih memberikan peranan penting terhadap kemajuan kemampuan para karyawan yang dilatih. Oleh karena itu, dalam memilih pelatih haruslah yang memenuhi

persyaratan untuk mengajarkan setiap mata pelajaran sehingga sasaran yang diinginkan tercapai.

Ada enam syarat yang harus dipenuhi oleh setiap pelatih atau instruktur yang baik, yaitu:

- a) *Teaching Skills*
Seorang pelatih harus mempunyai kecakapan untuk mendidik atau mengajarkan, membimbing, memberikan petunjuk dan mentrasfer pengetahuannya kepada para peserta pelatihan.
- b) *Communication Skills*
Setiap pelatih harus mempunyai kecakapan berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan secara efektif.
- c) *Personality Authority*
Seorang pelatih harus memiliki kewibawaan terhadap proses pelatihan. Ia harus berperilaku baik, sifat dan kepribadiannya disenangi serta kemampuan kecakapannya diakui.
- d) *Social Skills*
Seorang pelatih harus mempunyai kemahiran dalam bidang sosial agar terjamin kepercayaan dan kesetiaan dari para peserta pelatihan.
- e) *Technical Competent*
Seorang pelatih harus berkemampuan teknis, kecakapan teoritis, dan tangkas dalam mengambil suatu keputusan.
- f) *Stabilitas Emosi*
Seorang pelatih tidak boleh berprasangka jelek terhadap para peserta latihan, tidak boleh cepat marah, mempunyai sifat dewasa, keterbukaan serta dapat memberikan nilai secara objektif.

Pelatih atau instruktur yang ahli dan cakap mentrasfer pengetahuannya kepada para peserta latihan sulit didapat, akibatnya sasaran yang diinginkan perusahaan tidak tercapai. Oleh karena itu, setiap pelatih atau instruktur harus memiliki syarat yang disebutkan di atas agar sasaran yang diinginkan dapat tercapai.

Pelatih yang akan melaksanakan kegiatan pelatihan hendaknya pelatih gabungan internal dan eksternal, yaitu suatu tim gabungan pelatih internal dan eksternal yang memberikan pelatihan kepada para peserta latihan. Cara ini paling bagus karena dasar teoritis dan

praktisnya untuk melakukan pekerjaan akan lebih mantap. Pelatihan yang ditangani tim internal dan eksternal akan lebih baik karena pelatih akan saling isi mengisi dalam memberikan pelatihan kepada karyawan peserta pelatihan.

Berdasarkan penjelasan di atas, pelatih atau instruktur kegiatan pelatihan yang dipilih adalah:

- a) Dari dalam perusahaan yaitu *supervisor* CS PT Telkom Indonesia. Seorang *supervisor* sangat tepat untuk ditunjuk sebagai pelatih dalam kegiatan pelatihan karena *supervisor* memiliki pengetahuan yang luas tentang seluk beluk perusahaan dan semua informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan pada konsumen sehingga pelatihan yang diberikan oleh *supervisor* tidak akan meleset dari keinginan perusahaan.
 - b) Dari luar perusahaan yaitu para pakar dibidang psikologi dan mengerti tentang ilmu pelayanan pelanggan.
Selain pelatih dari dalam perusahaan diperlukan juga pelatih dari luar perusahaan karena pelatih akan saling isi mengisi dalam memberikan pelatihan. Pelatih yang akan ditunjuk dari luar haruslah berdasarkan dengan kurikulum yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, pelatih yang tepat untuk memberikan pelatihan adalah para pakar psikologi dan seorang pelatih yang mengerti tentang pelayanan pelanggan, misalkan dosen sebuah perguruan tinggi yang mengajarkan mata kuliah pelayanan pelanggan. Para pakar psikologi tentunya sudah mengetahui seluk beluk ilmu psikologi sedangkan seorang yang mengerti tentang pelayanan pelanggan tentunya juga sudah mengetahui betul mengenai ilmu pengetahuan pelanggan, sehingga pelatihan yang diberikan tidak meleset dari permasalahan yang dihadapi karena penentuan pelatih tersebut berdasarkan kurikulum yang sudah ditentukan.
- 6) Pelaksanaan

Mengenai waktu pelaksanaan pelatihan yang baik dilakukan selama 3 hari @7 jam. Adapun susunan acara kegiatan pelatihan adalah sebagai berikut:
Untuk menjadikan pelaksanaan kegiatan pelatihan menjadi efektif, maka

harus membuat peserta latihan merasa senang serta suasana yang nyaman untuk mereka.

Di bawah ini ada lima langkah yang akan membuat peserta tertarik dengan pelatihan, yaitu:

- a. Memahami peserta latihan.
- b. Menunjukkan cara melakukan pekerjaan.
- c. Mempraktikan langkah-langkah melakukan pekerjaan tersebut.
- d. Mengawasi serta melakukan perbaikan kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh peserta latihan.
- e. Evaluasi pelatihan.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. PT Telkom Indonesia Wilayah Banjarmasin memiliki masalah dalam hal banyaknya komplain yang masuk dari pelanggan. Hal ini terjadi disebabkan oleh kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan telkom dalam memenuhi keinginan pelanggan, apabila ini tidak diperbaiki maka PT Telkom akan mengalami berbagai kerugian salah satunya kehilangan pelanggan.
2. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka perusahaan perlu melakukan kegiatan pelatihan guna meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan.

5.2 Saran

Saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan strategi pelatihan yang tepat akan lebih meningkatkan kualitas pelayanan karyawan, jadi diharapkan persiapan pelaksanaan pelatihan harus benar-benar direncanakan dengan baik agar keberhasilan pelatihan yang diinginkan tercapai.
2. Setiap pelatihan dilaksanakan pasti ada kendala yang didapat, beberapa faktor kendala yang mungkin terjadi yaitu biaya dan media. Faktor kendala ini bisa dijadikan sebagai masukan bagi PT Telkom Indonesia agar penyelenggara bisa menghindari faktor kendala tersebut.
3. Dengan dilaksanakan pelatihan, para peserta bisa mendapatkan manfaat/timbal balik agar sewaktu di

lapangan kerja bisa menerapkan apa yang telah dipelajari selama kegiatan pelatihan dan bisa melayani pelanggan dengan baik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara

Kadarisman. 2012. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada.

Kotler, Phillips dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Int, Inc.

Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.