

INTERVIEW GUIDE

Internal

A. Customer Relationship Management

1. Bagaimana manajemen hubungan pelanggan yang dilakukan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta
2. Bagaimana perencanaan program yang dilakukan PT XL Axiata dalam berhubungan dengan pelanggan?
3. Bagaimanakah penerapan sistem kerja *Customer Relationship Management* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?
4. Dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan, apa saja yang menjadi kegiatan *customer relations* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?
5. Apa saja yang menjadi tujuan kegiatan CRM di PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?
6. Apakah konsep manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan sudah berhasil dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada?
7. Apakah PT XL Axiata sentral region Yogyakarta mempunyai standar ukuran keberhasilan untuk setiap kegiatan hubungan pelanggan yang dilakukan?
8. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *Customer Relationship Management*?

B. Service of Excellence

1. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menjaga konsumen supaya merasa diperhatikan dan mengerti atas kebutuhannya?
2. Bagaimana upaya *customer care* XL dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?
3. Bagaimana standar pelayanan XL Center Yogyakarta dalam melayani pelanggan?
4. Bagaimana etika berpenampilan dan berbicara kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa senang?
5. Bagaimana *customer care* XL mengaplikasikan sikap cepat, tepat, ramah, nyaman serta tanggap terhadap pelanggan yang mengeluh tentang layanan XL?

C. Penanganan Komplain Secara Efektif

1. Bagaimana prosedur perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan?
2. Media apa saja yang digunakan PT XL Axiata sentral region Yogyakarta agar pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhannya?
3. Bagaimana upaya perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?
4. Apakah perusahaan melakukan identifikasi terhadap keluhan pelanggan?

5. Apakah perusahaan melakukan kegiatan untuk mengevaluasi program *customer service* serta penanganan keluhan pelanggan? Bagaimana bentuk kegiatan evaluasi tersebut?

D. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

1. Bagaimana upaya PT XL Axiata sentral region Yogyakarta untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?
2. Bagaimanakah upaya perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana cara PT XL Axiata central region Yogyakarta menjaga loyalitas pelanggan?
4. Bagaimanakah pelanggan yang loyal menurut anda?
5. Bagaimanakah upaya perusahaan memelihara kepercayaan pelanggan yang sudah ada?
6. Bagaimanakah strategi yang dilakukan perusahaan agar pelanggan tidak mudah pindah ke produk pesaing?

Eketernal

Wawancara ditujukan kepada pelanggan XL di Yogyakarta

1. Bagaimana menurut anda pelayanan kepada pelanggan yang diberikan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?
2. Melalui media apakah anda menyampaikan keluhan? Dan Bagaimana anda menyampaikan keluhan tersebut ?
3. Bagaimana tanggapan Customer Care XL ketika anda menyampaikan keluhan?
4. Bagaimana menurut anda hubungan yang dilakukan oleh Customer Care XL kepada pelanggan?
5. Apakah anda mendapatkan akses yang mudah dalam mendapatkan informasi layanan XL serta kebutuhan anda?
6. Apakah *contact customer service* XL memudahkan anda dalam menyampaikan keluhan anda?
7. Apakah anda merasa puas dengan manajemen hubungan pelanggan dalam penanganan keluhan pelanggan XL?
8. Bagaimanakah keinginan anda ketika menyampaikan keluhan anda tentang layanan XL?
9. Apakah bentuk solusi yang anda dapatkan dari Customer Care XL dalam menangani keluhan anda?
10. Bagaimana opini anda tentang Manajemen Hubungan Pelanggan yang baik?

HASIL WAWANCARA

Nama : Endang Astutiningsih

Jabatan : SR Officer Marketing

A. Customer Relationship Management

1. Bagaimana manajemen hubungan pelanggan yang dilakukan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta

Jawaban: Apa apa yang berhubungan dengan pelanggan itu banyak ya, ada promo produknya, ada program untuk *retention* pelanggan untuk pelanggan yang sudah lama menggunakan XL, *value addict service* atau memberikan nilai ke pelanggan dengan kartu XL yang udah mereka pakai, ada juga yang untuk pengguna baru, sampai yang menangani tentang masalah-masalah pelanggan, edukasi pelanggan juga tentang produk kita.

2. Bagaimana perencanaan program yang dilakukan PT XL Axiata dalam berhubungan dengan pelanggan?

Jawaban: untuk planning kita ada koordinasi tahunan dari divisi marketing sendiri dan juga dibantu dengan divisi sales dan divisi finance karna berkaitan dengan penjualan dan juga *budgeting*. Analisis pasar kita laksanakan karna tujuannya untuk menghadirkan program-program pelanggan yang akan dilaksanakan dalam waktu satu tahun, analisis situasi perusahaan dimata pelanggan dan kompetitor, rancangan strategi media publikasi juga kita susun akan bekerjasama

dengan siapa dan penetapan medianya, penggunaan media itu hal yang sangat penting, dalam perencananya, kita bagikan sesuai dengan yang kita tergetkan yaitu: untuk di *retail outlet* ada poster, , *shopblind*, *berita dealer*, *print ad* dan *sleeve simcard* perdana, di RO ini harus jelas informasinya karena pelanggan kan pasti datang ke *outlet* untuk kebutuhan telekomunikasinya. Dan juga di XL Center kita sebar terus *flyer* dan kita perhatikan konten *videotron*-nya, pelanggan juga datang ke XL Center untuk informasi tentang *simcard* yang mereka gunakan. Kita juga fokus di *digital media*, *sms broadcast* dan *Twitter* harus memenuhi kebutuhan pelanggan tentang informasi seputar XL, merencanakan program juga dilihat dari *demand market* kita, kemudian dilihat dari kelompok pelanggannya dulu, dibedakan untuk program yang sudah loyal atau sudah lama sama yang pelanggan *new axisting*. Kalo di jogja ini kita lihat dari gimana pelanggannya, untuk membuat pelanggan itu loyal dan bukan cuma pakai sekali habis langsung buang tapi bisa dipakai untuk jangka waktu yang lama, programnya itu lebih seperti memberikan pelayanan lebih dari produk kita ke pelanggan. Untuk bikin program ke pelanggan juga kita lihat dari kebiasaan pelanggan sekarang kaya gimana, misalnya ada pelanggan yang sering make kartu XL untuk telp ya kita bikin variasi penawaran paket nelp dari mulai ke sesama operator ataupun ke lain operator itu banyak pilihannya jadi pelanggan bisa milih sesuai kebutuhannya, paket internet juga gitu sama.

3. Bagaimanakah penerapan sistem kerja *Customer Relationship Management* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: untuk di *region* ini tidak semua terpadu dari yang dipusat, cuma lebih terkontrol sendiri untuk nomor pelanggan POC Yogyakarta. Adanya XL *contact management* diharapkan dapat memudahkan perusahaan dalam berhubungan dengan pelanggan, media yang ada dalam pengaplikasian XL *contact management* yaitu dengan adanya *call center*, layanan mandiri berbasis *website*, dan juga layanan *walk-in* XL Center Yogyakarta. Selain adanya XL *Contact Management*, XL juga ada program bagi pelanggan seperti *know your customer*, program *retention*, dan menjalankan juga program dari pusat yaitu *value added services*

4. Dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan, apa saja yang menjadi kegiatan *customer relations* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: Ya penerapan konsep manajemen hubungan pelanggan di XL itu kalo untuk merebut hati pelanggan yang pasti pilihan yang bervariasi ya karena kebutuhan pelanggan kan berbeda-beda, program promo tarif produk seperti program JOSS itu promo paket kuota internet di hari senin dan kamis pelanggan bisa menikmati diskon hingga 50% harga kuota internet, dan juga lebih ke pemanfaatan kartu XL yang sudah di gunakan pelanggan, seperti program XL SoMe, pelanggan cukup menunjukkan logo XL di

merchant yang bekerjasama nanti akan mendapatkan benefit diskon harga, banyak yang sudah bekerjasama dengan XL itu ada 58 merchant meliputi *entertaint, fashion, food and beverage*, untuk info diskon dan tempat-tempatnya kita *share* di Twitter XL SoMe. Untuk otomatisasi paling bentuknya itu *mobile advertising* seperti penawaran kepelanggan lewat *sms blast* via LBA (*Location Based Advertising*), setiap pelanggan kita akan setting di BTS tertentu tergantung targetnya, jadi setiap pelanggan yang melewati BTS itu akan mendapatkan *blast sms* atau info promo XL atau merchant yang kerjasama dengan XL. Kita juga melihat dari data-data pelanggan, mereka pake kartu XL itu biasanya untuk apa, misal untuk pelanggan yang pake kartu untuk internet ya pasti akan banyak kita blast penawaran berbagai paket internet, jadi lebih mengetahui pelanggan aja sih kan “*know your customer*” itu program kita. Untuk program pusat itu *value added services* kita menjalankan program moodmusic, Tribe, dan XL Tunai ada juga mobile advertising.

5. Apa saja yang menjadi tujuan kegiatan CRM di PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: tujuan dari adanya kegiatan CRM yang pertama itu agar pelanggan dapat terpelihara oleh perusahaan, agar dapat menjadi media bagi perusahaan, dapat memberikan informasi yang lengkap bagi pelanggan, dan juga *cross selling* serta *upgrading* yaitu

menjual produk yang dibutuhkan pelanggan dan menawarkan nilai bagi pelanggan yang lebih tinggi.

6. Apakah konsep manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan sudah berhasil dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada?

Jawaban: Iya cukup berhasil di tahun 2015, karena tahun 2015 itu *traffic* pengguna data kita meningkat, terus program XL SoMe Jogja juga cukup berhasil ya kita bisa mendapatkan merchant XL sebanyak itu dibandingkan ditahun sebelumnya yang hanya 7 merchant saja. Keberhasilan program juga selalu kita monitoring makanya kita ada evaluasi *dayli*, *weekly*, dan *mothly*. Evaluasi tersebut salah satunya untuk *me-monitoring* para karyawan seperti customer service, staff, dan promotor.

7. Apakah PT XL Axiata sentral region Yogyakarta mempunyai standar ukuran keberhasilan untuk setiap kegiatan hubungan pelanggan yang dilakukan?

Jawaban: Keberhasilan program itu dilihat dari tergantung kegiatan yang dilaksanakan ya, pasti ada ukuran berhasil atau tidaknya, misalnya program XL SoMe dilihat dari bagaimana kerjasama kita dengan merchant dan juga dilihat dari transaksinya apakah meningkat atau tidak dari sisi merchant, karena tim kita juga membantu mempromosikan lewat *Twitter* XL SoMe. Kalau untuk program *Value Addict Service*, kita lihat bagaimana

pelanggan menggunakannya, kita pantau dari bulan kebulan. Dan untuk program seperti promo produk kita, dilihat dari meningkatnya penggunaan pelanggan seperti pada akhir tahun 2015 itu naik hingga 72%.

8. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *Customer Relationship Management*?

Jawaban: Faktor pendukungnya itu *network* kita sudah stabil kita menjual kualitas yang pasti, penambahan BTS yang sebelumnya hanya 22 BTS di Yogyakarta sekarang sudah ditambah 215 BTS 4G dan itu sudah mencakup daerah-daerah yang jauh dari pusat kota seperti di gunung kidul. Dan juga komunikasi yang tepat sasaran ke pelanggan. Untuk faktor penghambatnya ya kita perlu mengedukasi lagi pelanggan, karena dulu BTS XL Cuma 22 sekarang sudah ditambah, sudah lebih bagus, dulu pelanggan kan sudah kecewa tentang jaringan 4G XL, sekarang kita harus membangun lagi kepercayaan pelanggan tentang 4G XL, kita perlu membuktikan kualitas yang bagus bukan dengan iklan saja.

B. Service of Excellence

1. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menjaga konsumen supaya merasa diperhatikan dan mengerti atas kebutuhannya?

Jawaban: dengan SDM yang terlatih, yaitu adanya aplikasi-aplikasi bagi *customer service* yg bertugas, *training* bagi *customer service*, dan juga penempatan SPG Express yang kita sebut promotor itu di

berbagai pusat perbelanjaan elektronik di Yogyakarta, tugasnya tidak hanya menjual produk saja, tapi harus bisa mngedukasi pelanggan dan menjadi fasilitator para distributor *handphone*, menguasai informasi *ter-update* dari XL sehingga pelanggan merasa informasi yang diberikan lengkap.

2. Bagaimana upaya *customer care* XL dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?

Jawaban: ditanyakan informasi pribadi pelanggan terlebih dahulu, kemudian permasalahan yang dialaminya

3. Bagaimana standar pelayanan XL Center Yogyakarta dalam melayani pelanggan?

Jawaban: untuk pelayanan pelanggan itu banyak, misal investigasi jaringan karna bisa saja pelanggan memiliki masalah pada jaringan, *e-mail* informasi juga *customer service* harus memberikannya atau bisa lewat sms panduan, itu untuk solusi bagi pelanggan, keahlian *customer service* juga sangat penting tentang *gadged* ya karna *gadged* yang digunakan pelanggan pasti berbeda beda.

4. Bagaimana etika berpenampilan dan berbicara kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa senang?

Jawaban: ada SOP sendiri bagi penerapan cara berpakaian bagi *customer service*, yang terpenting itu sopan dalam berbicara, ramah kepada pengunjung dengan lebih akrab lagi kalau ada pengunjung yang datang ke XL Center

5. Bagaimana *customer care* XL mengaplikasikan sikap cepat, tepat, ramah, nyaman serta tanggap terhadap pelanggan yang mengeluh tentang layanan XL?

Jawaban: pelayanan prima kepada pelanggan yang datang ke XL Center benar-benar kita perhatikan, yang pertama kenyamanan yaitu bagaimana membuat pelanggan merasa dihargai, menyediakan fasilitas bagi pelanggan yang menunggu, kedua yaitu kesopanan serta keramahan dalam melayani pelanggan, penampilan *customer service* kita ada peraturan juga harus bagaimana berpakaian, selanjutnya sikap tanggungjawab kepada pelanggan artinya tidak hanya kita terima saja keluhannya tetapi juga kita kasih solusinya harus sampai *close* permasalahannya, dan yang terpenting itu kecepatan waktu pelayanan, jadi setiap *customer service* yang meng-*handle* pelanggan itu dikasih waktu karena dalam sehari yang datang di XL Center Yogyakarta kan bisa ratusan pelanggan jadi berapa pelanggan yang di *handle* dari permasing-masing *customer service*-nya dan berapa menit mereka *handling customer* tersebut, semakin lama mereka meng-*handle* pelanggan maka akan semakin jelek nilainya, hal tersebut nanti akan dipertanyakan sehingga *customer service* selalu akan berusaha sebaik dan secepat mungkin meng-*handle* masing-masing pelanggan

C. Penanganan Komplain Secara Efektif

1. Bagaimana prosedur perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan?

Jawaban: pertama yang menangani adalah *customer service* kita dan juga *customer care* yang untuk di *social media*, yang pasti harus memudahkan pelanggan menyampaikan keluhannya

2. Media apa saja yang digunakan PT XL Axiata sentral region Yogyakarta agar pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhannya?

Jawaban: pertama itu ada *XL contact management* ya, bisa lewat *call center* XL telp ke 817, info layanan kontak juga ada lengkap di *website*, bisa melalui *email*, *Twitter*, atau langsung ke XL Center

3. Bagaimana upaya perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?

Jawaban: harus cepat, sopan, mengerti apa permasalahannya, jika masalah dapat langsung selesai ya lebih baik langsung diselesaikan, tetapi jika permasalahan tidak bisa selesai hari itu juga maka ada prosedur sendiri yang nanti akan bekerjasama dengan divisi lain ataupun dikoordinasikan ke pusat

4. Apakah perusahaan melakukan identifikasi terhadap keluhan pelanggan?

Jawaban: ya, identifikasi pertama ditanyakan informasi pelanggan dulu seperti nama, jenis *handphone*-nya, tempat atau lokasi terjadi

permasalahan, alamat pelanggan, nomor XL yang digunakan, dan juga waktunya kapan. Jadi dari situ kita bisa cek.

5. Apakah perusahaan melakukan kegiatan untuk mengevaluasi program *customer service* serta penanganan keluhan pelanggan? Bagaimana bentuk kegiatan evaluasi tersebut?

Jawaban: Ya evaluasi itu ada *dayli*, *weekly*, dan *monthly*

D. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

1. Bagaimana upaya PT XL Axiata Central Region Yogyakarta untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

Jawaban: dengan manajemen hubungan pelanggan yang baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

2. Bagaimanakah upaya perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan?

Jawaban: untuk di *region* sih kaya survey kepuasan pelanggan sendiri itu tidak diutamakan, tapi ya melihat dari *traffic* pengguna aja sih sama penjualan

3. Bagaimana cara PT XL Axiata Central Region Yogyakarta menjaga loyalitas pelanggan?

Jawaban: dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar pelanggan menggunakan *simcard* XL itu tidak sekali pake langsung buang tapi bisa dimanfaatkan untuk mengakses layanan, dan kita menyediakan layanan-layanan seperti program *value added servicess*.

4. Bagaimanakah pelanggan yang loyal menurut anda?

Jawaban: pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang tidak hanya menggunakan simcard XL dalam waktu yang lama saja tetapi dapat merekomendasikan kepada teman atau kerabatnya

5. Bagaimanakah upaya perusahaan memelihara kepercayaan pelanggan yang sudah ada?

Jawaban: dengan menerapkan pelayanan pelanggan yang baik, dan menangani pelayanan keluhan pelanggan secara cepat, dan juga mempermudah pelanggan jika mengakses informasi pelanggan

6. Bagaimanakah strategi yang dilakukan perusahaan agar pelanggan tidak mudah pindah ke produk pesaing?

Jawaban: dengan menghadirkan program-program promosi kepada pelanggan, seperti menyediakan berbagai pilihan paket internet itu termasuk program *retention*, untuk tahun 2015 kemarin memang hadir kembali paket unlimited XL itu, karna kalau pelanggan sudah terpenuhi kebutuhannya mereka akan berfikir ulang untuk pindah produk

HASIL WAWANCARA

Nama : Muhammad Fitrayadi

Jabatan : Staff Marketing Promotions

A. Customer Relationship Management

1. Bagaimana manajemen hubungan pelanggan yang dilakukan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta

Jawaban: CRM direncanakan dengan cukup matang sehingga program-program yang akan dijalankan nantinya dapat tepat kepada pelanggan, menjalin hubungan dengan pelanggan memang kewajiban bagi perusahaan karena itu perusahaan berupaya untuk memaksimalkan dalam implementasinya

2. Bagaimana perencanaan program yang dilakukan PT XL Axiata dalam berhubungan dengan pelanggan?

Jawaban: untuk perencanaan ya di kategorikan pelanggannya, itu dilakukannya setahun sekali diakhir tahun untuk tahun berikutnya. Untuk pelanggan yang sudah loyal ataupun pelanggan baru *new axisting* itu dikategorikan, perencanaan program juga dipertimbangkan dari cara melihat pelanggan menggunakan simcardnya sehingga dapat menciptakan inovasi program yang bisa memberikan nilai lebih ke pelanggan agar pelanggan bisa pake produk kita dalam jangka waktu yang lama

3. Bagaimanakah penerapan sistem kerja *Customer Relationship Management* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: untuk di Yogyakarta ini kita termasuk *region central*, beberapa program kita ikut dari pusat aja, tapi kaya program *region* itu ya kita plan disini

4. Dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan, apa saja yang menjadi kegiatan *customer relations* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: yang pertama itu *XL Contact Management* itu memang kita maksimalkan sekali dari mulai *call center*, *website*, *XL Center* dan juga sosmed,. Program *customer relations* juga ada seperti adanya sistem *know your customer* itu meneliti kecenderungan pelanggan dalam menggunakan *simcard*-nya seperti *activity* pelanggan kalau pake kartu XL tu buat apa, misalnya untuk pelanggan yang menggunakannya untuk internet, pasti akan banyak penawaran berbagai paket internet, tujuannya agar lebih mengetahui pelanggan, dan untuk sistem ini operator lain belum punya. Yang programnya *region* itu ada *retention* itu banyak seperti bentuk layanan diskon kepada pelanggan ada paket internet sms dan nelp dan juga ada yang bekerjasama dengan perusahaan lain seperti program *XL SoMeJogja*. Program dari pusat juga dijalankan yaitu program *VAS*, nah ini bentuknya inovasi layanan *digital* buat pelanggan sebagai bentuk memberikan nilai kepada pelanggan dari kartu XL yang mereka gunakan bisa dipakai untuk hiburan dan lainnya, untuk di Jogja kita

jalankan itu ada Moodmusic, XL Tunai dan Tribe dan juga mobile advertising.

5. Apa saja yang menjadi tujuan kegiatan CRM di PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: tujuannya agar lebih mengetahui pelanggan, memberikan nilai lebih kepada pelanggan.

6. Apakah konsep manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan sudah berhasil dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada?

Jawaban: sejauh ini sih sudah, kita lihat dari *traffic* pengguna layanan saja

7. Apakah PT XL Axiata sentral region Yogyakarta mempunyai standar ukuran keberhasilan untuk setiap kegiatan hubungan pelanggan yang dilakukan?

Jawaban: untuk keberhasilan program itu dilihat dari masing-masing programnya, misal program retention ya terlihat dari jumlah penjualan, dan program *value added service* apakah sudah banyak yang menggunakannya

8. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *Customer Relationship Management*?

Jawaban: faktor pendukung itu yang pertama sih kualitas *network* kita, penambahan BTS itu juga menjadi pendukung, dan penghambatnya ya mungkin keluhan pelanggan aja sih

B. Service of Excellence

1. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menjaga konsumen supaya merasa diperhatikan dan mengerti atas kebutuhannya?

Jawaban: dengan memberikan pelayanan terbaik, dalam pelayanan pelanggan, kita mengutamakan keahlian *customer service* karena *customer service* lah yang akan bergadapan langsung dengan pelanggan di XL Center, *call center*, maupun di *social media*, dan juga kita menempatkan promotor di setiap pusat perbelanjaan elektronik di Yogyakarta. Promotor tersebut berkewajiban menghafal seluruh produk dari XL dan juga layanan karena tugasnya tidak hanya berjualan saja tapi juga mengedukasi, promotor juga diwajibkan memiliki alternatif dalam penawaran kepada pelanggan agar pelanggan merasa dicukupi kebutuhan informasinya.

2. Bagaimana upaya *customer care* XL dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?

Jawaban: ditanggapi dengan cepat dan ramah, *customer service* telah dilatih untuk menyapa pelanggan terlebih dahulu kemudian berinteraksi dengan cara yang lebih akrab untuk menanyakan informasi pribadi pelanggan maupun permasalahan pelanggan

3. Bagaimana standar pelayanan XL Center Yogyakarta dalam melayani pelanggan?

Jawaban: standar pelayanan sih sudah ada SOP perusahaan sendiri ya, dari cara berpakaian sampai sikap dalam pelayanan, dan juga berbagai keahlian harus dimiliki *customer service* itu juga ada *training* nya. Fasilitas pelanggan juga diutamakan memang karena pelanggan yang datang itu banyak dan harus menunggu jadi bagaimana pelanggan tidak bosan ketika menunggu antrian itu juga penting jadi disediakan berbagai fasilitas pelanggan

4. Bagaimana etika berpenampilan dan berbicara kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa senang?

Jawaban: penampilan harus rapih dan bersih dan *customer service* harus selalu tersenyum kepada pelanggan, dari awal pelanggan datang di XL Center itu ya sudah disapa dan ditanyakan keperluannya, biar lebih akrab dan pelanggan senang karena merasa diperhatikan

5. Bagaimana *customer care* XL mengaplikasikan sikap cepat, tepat, ramah, nyaman serta tanggap terhadap pelanggan yang mengeluh tentang layanan XL?

Jawaban: cepat dalam menanggapi pelanggan, tepat dalam menganalisis masalahnya, ramah dalam pelayanannya, dan nyaman itu dalam memudahkan pelanggan menyampaikan keluhan, yang paling penting itu ya mudah, kalau pelanggan merasa sulit itu saja sudah tidak nyaman

C. Penanganan Komplain Secara Efektif

1. Bagaimana prosedur perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan?

Jawaban: ditanya informasi *detile* dulu seperti nama, alamat, waktu, *handphone* yang dipakai, nomor XL yang digunakan, baru permasalahannya akan dicari dengan tepat dan juga setelah itu dicari solusinya

2. Media apa saja yang digunakan PT XL Axiata sentral region Yogyakarta agar pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhannya?

Jawaban: pelanggan bisa sampaikan keluhan lewat XL *Contact Center*, bisa datang ke XL Center, fungsinya XL *Contact management* kan memang sebagai media pelanggan menyampaikan keluhannya agar bisa ditangani, nanti ada *customer service* yang bertugas, bisa juga lewat sosmed ada *customer care-nya* yg menanggapi

3. Bagaimana upaya perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?

Jawaban: pelanggan yang datang mengeluh itu bermacam-macam, ada yang menyampaikan dengan baik tapi ada juga yang tiba-tiba marah di sosmed, jadi ya lebih melatih staf *customer service* saja dalam menanggapi pertama kali, yang jelas cara

berbicara yang diutamakan agar pelanggan merasa diperhatikan juga

4. Apakah perusahaan melakukan identifikasi terhadap keluhan pelanggan?

Jawaban: ya identifikasi harus ada agar tepat dalam menemukan solusinya

5. Apakah perusahaan melakukan kegiatan untuk mengevaluasi program *customer service* serta penanganan keluhan pelanggan?

Bagaimana bentuk kegiatan evaluasi tersebut?

Jawaban: yaa ada evaluasi itu DMB *Dayli Morning Breefing*

6. Kendala apa saja yang didapatkan saat menangani keluhan pelanggan?

Jawaban: ya mungkin beberapa keluhan yang tidak bisa selesai hari itu juga apalagi keluhan yang harus eskalasi ke pusat itu juga kan butuh waktu penanganan

D. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

1. Bagaimana upaya PT XL Axiata Central Region Yogyakarta untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

Jawaban: dengan meningkatkan kinerja para staf sehingga ketika melayani pelanggan itu pelanggan bisa puas dengan pelayanan dari XL

2. Bagaimanakah upaya perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan?

Jawaban: mengukur kepuasan pelanggan itu kita ga ada metode khusus tapi melihat kenaikan *traffic* pengguna aja sih, jumlah penjualan juga

3. Bagaimana cara PT XL Axiata Central Region Yogyakarta menjaga loyalitas pelanggan?

Jawaban: dengan menghadirkan program-program *retention*, promosi paket dan lainnya yang dapat menarik minat pelanggan

4. Bagaimanakah pelanggan yang loyal menurut anda?

Jawaban: pelanggan loyal itu pelanggan yang setia, dia tidak mudah pindah ke produk lainnya apalagi kalau bisa ikut menjual produk dan merekomendasikan kepada temannya

5. Bagaimanakah upaya perusahaan memelihara kepercayaan pelanggan yang sudah ada?

Jawaban: dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik, menghadirkan inovasi layanan yang terbaru seperti program VAS sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti sistem *know your customer* itu kan upaya memelihara pelanggan agar pelanggan merasa dicukupi kebutuhan komunikasinya

6. Bagaimanakah strategi yang dilakukan perusahaan agar pelanggan tidak mudah pindah ke produk pesaing?

Jawaban: dengan memberikan nilai lebih bagi pelanggan

HASIL WAWANCARA

Nama : Adit

Jabatan : Duty Leader CRR

A. Customer Relationship Management

1. Bagaimana manajemen hubungan pelanggan yang dilakukan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta

Jawaban: sejauh ini sih hubungan pelanggan itu selalu menjadi yang diutamakan ya, XL memiliki banyak activity dalam menjalin hubungan pelanggan seperti berbagai penawaran untuk kebutuhan pelanggan, pelayanan pelanggan selama 24 jam itu juga

2. Bagaimana perencanaan program yang dilakukan PT XL Axiata dalam berhubungan dengan pelanggan?

Jawaban: *planning* itu kalau secara keseluruhan sih tahunan diakhir tahun tiap divisi itu pasti ada rapat bagian finance tapi tiap bulannya ada monitoring-nya

3. Bagaimanakah penerapan sistem kerja Customer Relationship Management di XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: yang pertama sih pelatihan-pelatihan dulu ya buat staff-nya terutama bagi *customer service* itu ada banyak *training* untuk melayani pelanggan, dari mulai menyapa, berbicara menanggapi pelanggan dan menangani permasalahan pelanggan itu sudah ada prosedurnya

4. Dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan, apa saja yang menjadi kegiatan *customer relations* di XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: pelayanan pelanggan di XL Center, kemudian *activity* di sosmed, sama *activity* tim promo itu banyak, ada banyak program yang dibuat untuk promo ke pelanggan dan layanan terbaru dari pusat juga kaya XL Tunai Moodmusic dan lainnya

5. Apa saja yang menjadi tujuan kegiatan CRM di PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: tujuan agar pelanggan merasa nyaman, agar pelanggan bisa loyal sama perusahaan dan memiliki kesan yang baik ketika menggunakan XL

6. Apakah konsep manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan sudah berhasil dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada?

Jawaban: Iya sih, apalagi ada promotor juga di *mall* dan *counter* Hp mereka juga bisa dibilang *customer service* yang di lapangan harus bisa melayani pelanggan dengan baik.

7. Apakah PT XL Axiata sentral region Yogyakarta mempunyai standar ukuran keberhasilan untuk setiap kegiatan hubungan pelanggan yang dilakukan?

Jawaban: berhasil atau tidaknya dalam hubungan pelanggan itu akan dibahas waktu evaluasi

8. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *Customer Relationship Management*?

Jawaban: Faktor pendukungnya ya kualitas jaringan internet kita sudah bagus, pelayanan pelanggan kita juga sudah baik, kalau faktor penghambatnya ya mungkin keluhan-keluhan pelanggan yang banyak terjadi ya

B. Service of Excellence

1. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menjaga konsumen supaya merasa diperhatikan dan mengerti atas kebutuhannya?

Jawaban: ketika melayani pelanggan, perusahaan sudah punya standar operasional untuk layanan pelanggan. dari mulai pelanggan masuk ke XL Center itu sudah ada aturannya bagi petugas sudah dibukain pintu dan ditanya keperluannya apa, setelah itu diberikan nomor antrian sesuai keperluannya pelanggan untuk dilayani oleh *customer service*. Kita juga ada promotor itu di mall-mall di Jogja itu juga tugasnya untuk edukasi pelanggan ya untuk memudahkan pelanggan juga.

2. Bagaimana upaya *customer care* XL dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?

Jawaban: dengan menyapa pelanggan terlebih dahulu dan *customer service* memperkenalkan namanya kepada pelanggan kemudian menanyakan nama pelanggan dan informasi lainnya, kalau untuk di sosmed itu kan kita ada sosmed juga jadi ya dengan bahasa *Twitter* interaksi yang dekat dengan pelanggan agar tidak membosankan. Yang

jelas interaksi antara *customer service* dan pelanggan itu harus akrab terlebih dahulu

3. Bagaimana standar pelayanan XL Center Yogyakarta dalam melayani pelanggan?

Jawaban: ya dengan membuat pelanggan nyaman, itu sih berkaitan dengan fasilitas pelanggan dan juga *customer service*

4. Bagaimana etika berpenampilan dan berbicara kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa senang?

Jawaban: penampilan harus rapih dan bersih biar enak dilihat pelanggan, berbicara harus dengan sopan menanyakan nama pelanggan agar mencoba lebih akrab, kalo pelanggan sudah merasa nyaman dengan kesan pertama *customer service* nanti akan lebih santai juga menyampaikan keluhannya.

5. Bagaimana *customer care* XL mengaplikasikan sikap cepat, tepat, ramah, nyaman serta tanggap terhadap pelanggan yang mengeluh tentang layanan XL?

Jawaban: kecepatan dalam pelayanan itu berkaitan waktu pada saat *customer service* melayani pelanggan diberikan waktu, jadi *customer service* harus bisa menangani pelanggan dengan waktu yang sudah diberikan, tidak membiarkan pelanggan menunggu lama untuk ditangani karena itu *customer service* dikasih batas waktu misal satu pelanggan berapa menit. Kemudian tepat, ya harus mengerti secara tepat apa yang menjadi permasalahan, masalah ada dikartunya atau

malah ternyata dari *handphone* yang pelanggan gunakan, makanya *customer service* itu dibekali keahlian gadget juga. Ramah ya sudah pasti berbicara dengan ramah kepada pelanggan, dan nyaman itu lebih ke fasilitas pelanggan di XL Center sih.

C. Penanganan Komplain Secara Efektif

1. Bagaimana prosedur perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan?

Jawaban: yang paling utama itu pelanggan harus mudah menyampaikan, upaya perusahaan dengan menyediakan berbagai media yang dapat membantu pelanggan dalam berhubungan dengan XL, jangan sampai pelanggan merasa sulit untuk menyampaikan permasalahannya, karena itu XL sudah menyediakan XL contact center

2. Media apa saja yang digunakan PT XL Axiata sentral region Yogyakarta agar pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhannya?

Jawaban: ada XL *call center* itu nomor 817 bisa bicara langsung dengan *customer care* XL, bisa lewat sosmed itu di *Twitter* ada @Xlcare dan @XLSoMeJogja untuk yang *region* Jogja itu di sosmed juga ada *customer care*-nya yang siap melayani, bisa juga datang langsung ke XL Center Yogyakarta untuk pelayanan langsung, di *website* XL juga ada informasi kontak secara lengkap

3. Bagaimana upaya perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan?

Jawaban: yang paling utama dengan meresponnya dengan baik, ga penting mau dengan cara dan bahasa seperti apa pelanggan menyampaikan, kita harus tetap merespon dengan baik dan sopan

4. Apakah perusahaan melakukan identifikasi terhadap keluhan pelanggan?

Jawaban: ya, *handling komplain* itu ada dua kategori dan *customer service* itu harus tau *problem solving*-nya bagaimana. Ada masalah yang bisa selesai dalam waktu satu hari tapi ada juga masalah yang *solve day to* artinya ga bisa selesai hari itu juga karena harus dikonfirmasi ke pusat di Jakarta. Identifikasi permasalahan juga dengan *customer service* dilakukan yaitu perlu mencatat beberapa informasi yaitu nama pelanggan, jenis *handphone* yang pelanggan pakai, area rumah pelanggan, alamat *detail*-nya, waktu keluhannya kapan dijam berapa, dan apa yang dikeluhkan, informasi tersebut yang akan digunakan untuk identifikasi permasalahan. Ga sampe situ aja sih, setelahnya tugas *customer service* itu masih ada, mereka harus konfirmasi lagi ke pelanggan karena yang menanggapi keluhan pertama itu *customer service*, jadi untuk *case* yang perlu di eskalasi dipusat itu *customer service* akan konfirmasi dihari yang sama atau bisa dihari berikutnya *via telp* ataupun *email* panduan, dan juga bisa *sms* panduan kalo pelanggan yang proaktif bahwa masalah yang dialami sudah ada solusinya

5. Apakah perusahaan melakukan kegiatan untuk mengevaluasi program *customer service* serta penanganan keluhan pelanggan? Bagaimana bentuk kegiatan evaluasi tersebut?

Jawaban: iya ada evaluasi harian, mingguan, bulanan. Tapi kalau khusus *customer service* itu *monitoring* pelayanan dan keluhan pelanggan di evaluasi harian itu ada DMB *Dayli Morning Breefing* yaitu setiap *customer service* diwajibkan meng-*compile* keluhan pelanggan disetiap harinya dan juga saran pelanggan, kemudian dipresentasikan untuk dibahas bersama jika ada permasalahan yang sulit, divisi sales dan marketing yang mengikuti DMB setiap hari juga dapat mengetahui perkembangan *customer service* dan informasi pelanggan.

D. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

1. Bagaimana upaya PT XL Axiata sentral region Yogyakarta untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

Jawaban: dengan menerapkan pelayanan pelanggan yang baik, dan dengan membuat kesan yang baik bagi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan fasilitas dari XL

2. Bagaimanakah upaya perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan?

Jawaban: dengan meningkatnya jumlah pengguna XL di Jogja

3. Bagaimana cara PT XL Axiata central region Yogyakarta menjaga loyalitas pelanggan?

Jawaban: ya dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan terus meningkatkan kualitas *network*

4. Bagaimanakah pelanggan yang loyal menurut anda?

Jawaban: pelanggan yang loyal adalah pelanggan menggunakan *simcard XL* dalam jangka waktu cukup lama

5. Bagaimanakah upaya perusahaan memelihara kepercayaan pelanggan yang sudah ada?

Jawaban: dengan memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan yang dialami pelanggan

6. Bagaimanakah strategi yang dilakukan perusahaan agar pelanggan tidak mudah pindah ke produk pesaing?

Jawaban: oh kalau kemarin itu lagi promo jaringan 4G jadi ya kita mudahkan pelanggan agar bisa menikmati jaringan 4G jadi kita menyediakan *upgrade simcard* secara gratis buat pelanggan, dan juga kualitas layanan *customer service* juga tetap ditingkatkan dengan aplikasi-aplikasi investigasi *problem* jaringan ataupun *training* bagi *customer service* sendiri.

HASIL WAWANCARA

Nama : Lipi Saputri

Usia : 25 Tahun

Pekerjaan : Bidan

Wawancara ditujukan kepada pelanggan XL di Yogyakarta tentang pelayanan pelanggan dan penanganan keluhan.

1. Bagaimana menurut anda pelayanan kepada pelanggan yang diberikan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: Menurut saya pelayanan di XL jogja ramah dan cepat tanggap

2. Melalui media apakah anda menyampaikan keluhan? Dan Bagaimana anda menyampaikan keluhan tersebut ?

Jawaban: awalnya saya menyampaikan keluhan lewat twitter, kemudian diberitahukan agar langsung mendatangi XL center saja karena masalah yang saya alami itu di simcard XL saya

3. Bagaimana tanggapan Customer Service XL ketika anda menyampaikan keluhan?

Jawaban: tanggapan customer service XI center cukup ramah dalam menerima keluhan-keluhan yang saya alami

4. Bagaimana menurut anda hubungan yang dilakukan oleh Customer service XL kepada pelanggan?

Jawaban: hubungan yang XL lakukan kepada pelanggan cukup bagus dan komunikatif

5. Apakah anda mendapatkan akses yang mudah dalam mendapatkan informasi layanan XL serta kebutuhan anda?

Jawaban: iya saya mendapatkan akses yang mudah, info banyak update di social medinya

6. Apakah *contact customer service* XL memudahkan anda dalam menyampaikan keluhan anda?

Jawaban: ya jelas sekali dengan adanya *contact customer service* XL memudahkan saya dalam menyampaikan keluhan, bukan keluhan saja sih, tapi kalau ada yang saya tanyakan seputar layanan itu saya langsung telp ke 817 itu untuk bicara langsung sama customer service nya

7. Apakah anda merasa puas dengan manajemen hubungan pelanggan dalam penanganan keluhan pelanggan XL?

Jawaban: Saya merasa puas dengan manajemen hubungan pelanggan yang di lakukan oleh XL, karna ya memang pelayanan ke pelanggan itu cepat

8. Bagaimanakah keinginan anda ketika menyampaikan keluhan anda tentang layanan XL?

Jawaban: ya saya inginnya XL memang langsung menanggapi dan membantu saya sampai masalah yang saya alami selesai

9. Apakah bentuk solusi yang anda dapatkan dari Customer Care XL dalam menangani keluhan anda?

Jawaban: ya XL langsung menanggapi saya ketika saya menyampaikan permasalahan, jadi langsung di cari masalahnya ada dimana, pertama sih

ditanya dulu tentang data pribadi alamat saya sampe tipe handphone yang saya pakai

10. Bagaimana opini anda tentang Manajemen Hubungan Pelanggan yang baik?

Jawaban: menurut saya manajemen hubungan pelanggan yang baik itu adalah ketika pelanggan mengalami kesulitan atau keluhan tentang produk yang digunakan, maka dari pihak perusahaan membantu secara detile hingga keluhannya teratasi semua, jadi kita sebagai pelanggan juga puas nggak mau pindah ke produk lain, karna sudah tau kalau pelayanannya bagus.

HASIL WAWANCARA

Nama : Yoga Ananda

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Wawancara ditujukan kepada pelanggan XL di Yogyakarta tentang pelayanan pelanggan dan penanganan keluhan

1. Bagaimana menurut anda pelayanan kepada pelanggan yang diberikan oleh PT XL Axiata Central Region Yogyakarta?

Jawaban: pelayanannya cukup baik dan memuaskan, Saya menggunakan XL memang sudah lama, karena memang banyak pilihan paketnya, harganya murah. Biasanya saya pakai untuk paket internet itu paket Unlimited, tapi sekarang sudah coba paket 4G nya dari XL

2. Melalui media apakah anda menyampaikan keluhan? Dan Bagaimana anda menyampaikan keluhan tersebut ?

Jawaban: saya menyampaikan keluhan saya lewat Twitter

3. Bagaimana tanggapan Customer Service XL ketika anda menyampaikan keluhan?

Jawaban: tanggapannya cukup ramah ya

4. Bagaimana menurut anda hubungan yang dilakukan oleh Customer Service XL kepada pelanggan?

Jawaban: hubungan yang dilakukan kepada pelanggan sudah sangat baik

5. Apakah anda mendapatkan akses yang mudah dalam mendapatkan informasi layanan XL serta kebutuhan anda?

Jawaban : saya sangat mudah mendapatkan informasi, bisa update di Twitter nya ataupun tanya langsung dengan telp ke 817.

6. Apakah *contact customer service* XL memudahkan anda dalam menyampaikan keluhan anda?

Jawaban: ya saya merasa dimudahkan

7. Apakah anda merasa puas dengan manajemen hubungan pelanggan dalam penanganan keluhan pelanggan XL?

Jawaban: saya sangat puas, karena pelayanan XL cukup baik dan *detile* dan juga saya menggunakan XL memang sudah lama, karena memang banyak pilihan paketnya, harganya murah. Biasanya saya pakai untuk paket internet itu paket Unlimited, tapi sekarang sudah coba paket 4G nya dari XL.

8. Bagaimanakah keinginan anda ketika menyampaikan keluhan anda tentang layanan XL?

Jawaban: ya saya inginnya XL memang langsung menanggapi dan membantu saya sampai masalah yang saya alami selesai

9. Apakah bentuk solusi yang anda dapatkan dari Customer Care XL dalam menangani keluhan anda?

Jawaban: begini, waktu itu saya sampaikan keluhan saya lewat sosmed, 3 hari kemudian dapet DM di twitter terus ditanya kontak pribadinya dari mulai nama, alamat, permasalahannya, kemudian

saya di arahkan untuk ke XL Center, tapi karna saya berhalangan akhirnya minta untuk dikirimkan ke email saya saja penanganannya, setelah itu customer service mengirimkan saya email menjelaskan bahwa nomor saya sudah di cek dan menyarankan memang harus melakukan penggantian jadi memang harus ke XL Center, informasi yang di berikan sudah rinci termasuk biaya jika saya mengganti simcard saya.

10. Bagaimana opini anda tentang Manajemen Hubungan Pelanggan yang baik?

Jawaban: menurut saya manajemen hubungan pelanggan yang baik adalah melayani pelanggan dengan baik dan cepat, dan memberikan solusi permasalahan dengan tepat