

**Analisis Pelayanan Online *Customer Service* Pada PT. VADS Indonesia
(Studi Kasus Project Dompot Digital DANA)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh:

Nissya Prascilia Indriani

17321123

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

SKRIPSI

**ANALISIS PELAYANAN ONLINE *CUSTOMER SERVICE* PADA PT. VADS
INDONESIA**

(Studi Kasus Project Dompot Digital DANA)



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 03 Mei 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,

R. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos.,M.A

NIDN: 0520058402

SKRIPSI

**ANALISIS PELAYANAN ONLINE *CUSTOMER SERVICE* PADA PT. VADS
INDONESIA**

(Studi Kasus Project Dompot Digital DANA)

Disusun oleh

Nissya Prascilia Indriani

17321123

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 3 Mei 2021

Dewan Penguji:

1. Ketua : Raden Narayana Mahendra, S.Sos.,M.A
NIDN 0520058402

(.....)

2. Anggota : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A
NIDN 0505068902

(.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S.Sos.,M.I.Kom

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nissya Prascilia Indriani

Nomor Mahasiswa : 17321123

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program, Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Bekasi, 03 Mei 2021

Yang menyatakan,

(.....
)

Nissya Prascilia Indriani

17321123

Tanggal : 26 Oktober 2020
Nomor : 303/Dek/70/DURT/X/2020
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Skripsi

Kepada :
Yth. Pimpinan PT. Vads Indonesia, Jakarta
Selatan Di Tempat.

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Nissya Prascilia Indriani
Nomor Induk Mahasiswa : 17321123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : R. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos.,M.A
Judul Skripsi :

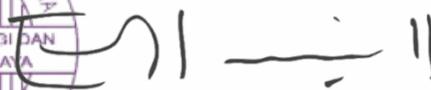
“Analisis Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada PT VADS Indonesia”

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial
Budaya Universitas Islam Indonesia


Dr. Fuad Nashori, S.Psi.,M.Si., M.Ag., Psikolog

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ridho O.M.

Jabatan : Client Account Management (CAM)

Alamat : PURI VADS, NARIBA Office, JL. Mampang Prapatan Raya No. 39,
RT.6/RW.1, Mampang Prapatan., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 12790.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nissya Prascilia Indriani

NIM : 17321123

No. Kontak : 081290700619

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Yang dilaksanakan terhitung dimulai dari tanggal 14 November 2020.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 03 Mei 2021



Muhammad Ridho O.M.
Client Account Management (CAM)

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febriana Prastiwi

Jabatan : Customer Service Social Media (CEC)

Alamat : PURI VADS, NARIBA Office, JL. Mampang Prapatan Raya No. 39,
RT.6/RW.1, Mampang Prapatan., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 12790.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nissya Prascilia Indriani

NIM : 17321123

No. Kontak : 081290700619

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Yang dilaksanakan terhitung dimulai dari tanggal 14 November 2020.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 03 Mei 2021



Febriana Prastiwi
Customer Service Social Media (CEC)

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alya Khusna Afifah

Jabatan : Mahasiswi

Alamat : Mranggen Kidul No. 38G RT/RW 27/05 Sinduadi, Mlati, Sleman

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nissya Prascilia Indriani

NIM : 17321123

No. Kontak : 081290700619

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian terhadap pengguna dompet digital DANA pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Yang dilaksanakan terhitung dimulai dari tanggal 28 Maret 2021.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 03 Mei 2021



Alya Khusna Afifah
Pengguna Aplikasi Dompet Digital Dana

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nindia Adissya

Jabatan : Mahasiswi

Alamat : Patran, RT 05 RW 14, Kutu Patran, Sinnduadi, Mlati, Sleman

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nissya Prascilia Indriani

NIM : 17321123

No. Kontak : 081290700619

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian terhadap pengguna dompet digital DANA pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Yang dilaksanakan terhitung dimulai dari tanggal 28 Maret 2021.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 03 Mei 2021



Nindia Adissya
Pengguna Aplikasi Dompet Digital Dana

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deity Agnescya

Jabatan : Mahasiswi

Alamat : Patran, RT 05 RW 14, Kutu Patran, Sinnduadi, Mlati, Sleman

Dengan ini menerangkan bahwa:

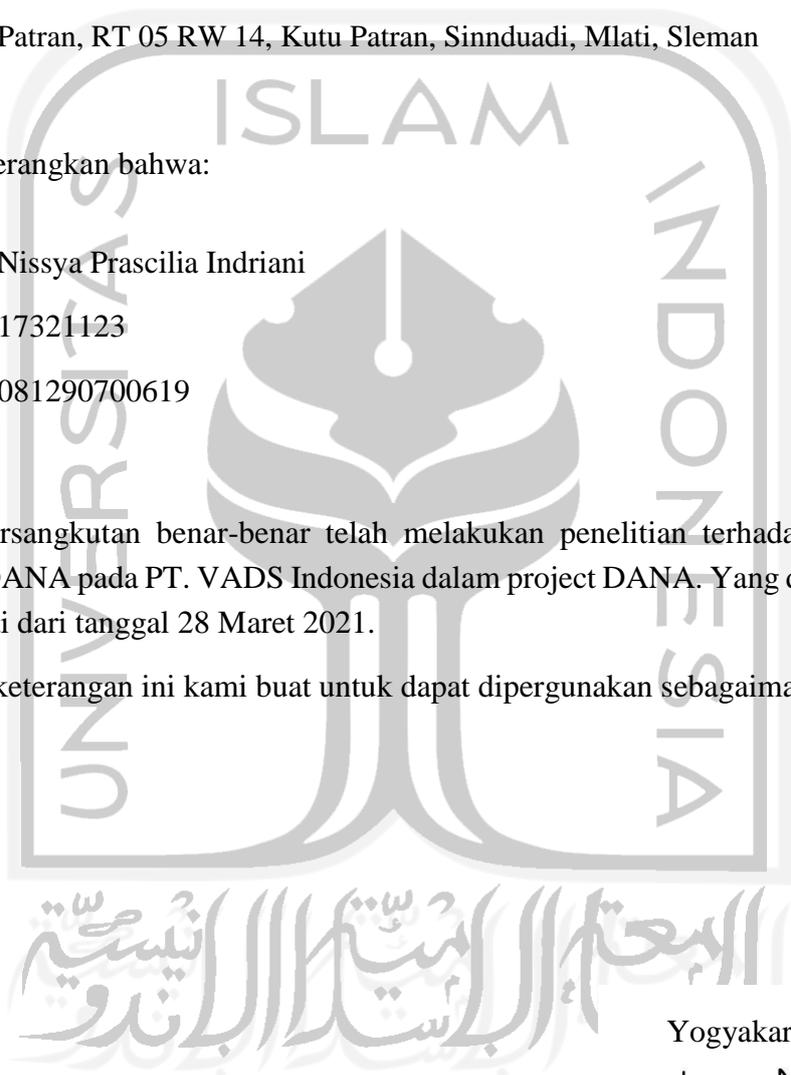
Nama : Nissya Prascilia Indriani

NIM : 17321123

No. Kontak : 081290700619

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian terhadap pengguna dompet digital DANA pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Yang dilaksanakan terhitung dimulai dari tanggal 28 Maret 2021.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 03 Mei 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, with two small stars above it.

Deity Agnescya
Pengguna Aplikasi Dompet Digital Dana

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

-QS. Al-Baqarah (2): 286-



PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada:

1. Keluarga saya tercinta yang selalu memberikan dukungan serta kasih sayang.
2. Dosen dan staff prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bimbingan selama ini.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun serta menyelesaikan skripsi ini dengan lancar yang berjudul “Analisis Pelayanan Online *Customer Service* Pada PT. VADS Indonesia (*Studi Kasus Project Dompot Digital DANA*)”. Tak lupa sholawat serta salam selalu di haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di hari kiamat kelak, Aamiin. Skripsi ini ditulis merupakan sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar sarjana Strata 1 (S1) dari Fakultas Psikologi dan Ilmu sosial Budaya pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak rintangan dan juga hambatan yang penulis hadapi. Namun penelitian ini pada akhirnya dapat terlaksana atas doa, bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis bermaksud ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang dapat memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua saya yang tercinta. Yang selama ini telah membantu saya dalam bentuk kasih sayang, perhatian, dukungan semangat, serta doa yang tidak ada hentinya mengalir demi kelancaran serta kesuksesan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Kemudian, terimakasih banyak teruntuk kedua kakak saya yang juga selalu memberikan kasih sayang, dukungan, serta doa untuk saya. Serta kepada keluarga besar saya yang turut mendukung dan mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Raden Narayana Mahendra Prastya, S.Sos.,MA, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing saya, juga memberikan arahan, dorongan serta telah meluangkan waktu, tenaga, dan juga pikiran, sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Segenap dosen dan juga staff akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan yang sangat bermanfaat untuk saya. Sehingga, dapat menunjang dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

5. Kepada PT. VADS Indonesia yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk dapat melakukan penelitian dan dapat memperoleh data sebagai informasi dalam melengkapi skripsi ini.
6. Kepada narasumber dari PT. VADS Indonesia yaitu, Muhammad Ridho O.M. dan Febriana Prastiwi. Serta narasumber lainnya yaitu, Alya Khusna Afifah, Nindia Adissya, dan Deity Agnescya yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi menjadi narasumber pada penelitian saya sehingga, dapat membantu saya dalam memperoleh banyak informasi.
7. Kepada sahabat-sahabat saya Alya, Mari, Bunga, Rhany, Widya, Fiqa, Alsha yang selalu memberikan semangat juga dukungan kepada saya. Dan tak lupa terimakasih kepada Aulia Nurfinarsanti yang telah menjadi sahabat terbaik untuk saya dan selalu memberikan semangat juga dukungan yang sangat berarti untuk saya. Serta terimakasih pula kepada Ridho Ilham Hidayatulloh yang juga selalu memberikan dukungan, semangat, serta masukan yang tiada hentinya untuk saya.
8. Serta terimakasih kepada semua pihak yang juga sangat berpengaruh dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak keterbatasan serta kemampuan yang penulis sadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan menerima segala kritik serta saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bekasi, 03 Mei 2021

Peneliti,

Nissya Prascilia Indriani

17321123

DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	1
ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
BAB I	7
A. Latar Belakang	7
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Tinjauan Pustaka	14
F. Metode Penelitian	22
BAB II	26
A. PT. VADS Indonesia	26
B. Dompot Digital DANA	34
BAB III	37
A. TEMUAN	37
a. Prosedur Customer Service	38
b. Fungsi Customer Service	40
c. Sistem Customer Service	42
d. Metode Customer Service	45
e. Keluhan Pelanggan Dompot Digital DANA	47
f. Indikator Kepuasan Pelanggan	49
g. Pelayanan Online Customer Service	51
h. Pengalaman Pelanggan DANA	Error! Bookmark not defined.
B. PEMBAHASAN	59
l. Analisis Customer Service	59
m. Analisis Pelayanan Online Customer Service	62
n. Analisis SWOT	63
BAB IV	70
A. Kesimpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 logo PT. VADS Indonesia.....	26
Gambar 2.2 PT. VADS Indonesia, Jakarta Selatan.....	27
Gambar 2.3 Product PT. VADS Indonesia.....	29
Gambar 2.4 Logo Dompot Digital DANA	34
Gambar 3.1 Tentang PT. VADS Indonesia	44
Gambar 3.2 Sertifikasi Sistem PT. VADS Indoensia.....	45



DAFTAR TABLE

Tabel 3.1 Tabel Penelitian38
Tabel 4.1 Analisis SWOT E-CRM PT. VADS Indonesia Pada Project DANA64



ABSTRAK

Nissya Prascilia Indriani 17321123. Analisis Pelayanan Online *Customer Service* Pada PT. VADS Indonesia (*Studi Kasus Project Dompot Digital DANA*). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, serta untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat didalamnya. *e-service* adalah suatu pelayanan dalam media elektronik yang dihubungkan dengan jaringan internet dan dapat dipergunakan dalam membantu penyelesaian permasalahan yang terjadi pada pelanggan. Hadirnya pelayanan online dilakukan untuk meningkatkan kegiatan dari *customer service* agar dapat meningkatkan *customer value* yang akan dapat mempertahankan loyalitas para *customer* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Penelitian ini menganalisis pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia yang melakukan project bersama dengan dompet digital DANA. Peneliti memilih project DANA dalam PT. VADS Indonesia karena, dompet digital DANA merupakan salah satu dompet digital terbesar yang ada di Indonesia dan telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti project DANA pada PT. VADS Indonesia dari sisi pelayanannya dalam kegiatan pelayanan online *customer service*. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara bersama *Customer Service Social Media (CEC)* dan *Client Account Management (CAM)* dari PT. VADS Indonesia pada project DANA, serta juga terdapat tiga narasumber pengguna aplikasi dompet digital DANA.

Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA, memiliki strategi pelayanan online sesuai dari SOP yang diberikan oleh klien DANA kepada PT. VADS Indonesia. Otomatisasi pelayanan online dalam perusahaan tersebut adalah dalam alat Zendesk. Alat tersebut digunakan oleh *customer service* untuk melakukan pelayanan sesuai dengan para pelanggannya. Adapun faktor pendukung dari pelayanan secara online yang dilakukan oleh *customer service* pada perusahaan tersebut adalah interaksi antara perusahaan dan *customer* menjadi lebih praktis karena dapat dilakukan secara online serta, dapat meningkatkan kemajuan untuk masyarakat dalam berinteraksi secara online. Adapun faktor penghambat dari pelayanan secara online yang dilakukan oleh *customer service* pada perusahaan tersebut adalah terdapat banyak akun penipuan yang mengatasnamakan perusahaan dompet digital DANA dan komunikasi yang dilakukan secara online tidak selalu berjalan dengan lancar dan tersampaikan dengan baik sesuai maksud dan tujuannya.

Kata kunci: Pelayanan *Customer service*, Dompot Digital.

ABSTRACT

Nissya Prascilia Indriani 17321123. Analysis of Online Customer Service Services at PT. VADS Indonesia (Case Study of DANA Digital Wallet Project). Undergraduate Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.

This study aims to determine the application of online customer service at PT. VADS Indonesia in the DANA project, as well as to determine the supporting and inhibiting factors in it. E-service is a service in electronic media that is connected to the internet network and can be used to help solve problems that occur to customers. The presence of online services is carried out to increase the activities of customer service *in order to increase customer value which will be able to maintain the loyalty of customers at PT. VADS Indonesia in the DANA project.* This study analyzes online customer service at PT. VADS Indonesia is conducting a joint project with the DANA digital wallet. Researchers chose the DANA project in PT. VADS Indonesia because the DANA digital wallet is one of the largest digital wallets in Indonesia and has been widely used by the people of Indonesia. Therefore, researchers are interested in researching the DANA project at PT. VADS Indonesia in terms of service in online customer service activities. This research method uses descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of interviews with Customer Service Social Media (CEC) and Client Account Management (CAM) from PT. VADS Indonesia on the DANA project, as well as three resource persons using the DANA digital wallet application.

The results of this study are online customer service services at PT. VADS Indonesia in the DANA project, has an online service strategy according to the SOP provided by DANA clients to PT. VADS Indonesia. The automation of online services within the company is in the Zendesk tool. This tool is used by customer service to provide services according to its customers. The supporting factor of online services carried out by customer service at the company is that the interaction between the company and the customer becomes more practical because it can be done online and can increase progress for the community in interacting online. The inhibiting factor from online services carried out by customer service at the company is that there are many fraudulent accounts on behalf of the DANA digital wallet company and communication done online does not always run smoothly and is conveyed properly according to the intent and purpose.

Keywords: Services Customer service, Digital Wallet.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, telekomunikasi sangat memegang peran penting dan strategis dalam memenuhi setiap kebutuhan manusia. Dengan adanya teknologi yang canggih, dapat memudahkan dan juga meringankan segala bentuk komunikasi antar manusia sebagai makhluk sosial. Pertukaran informasi yang dilakukan secara jarak jauh pun relatif lebih cepat, mudah, dan juga lebih efisien dengan kemajuan telekomunikasi seperti saat ini. Penggunaan internet di Indonesia semakin bertambah di setiap tahunnya. Hal tersebut berdasarkan dengan hasil survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode tahun 2019 sampai dengan kuartal II/2020, data yang didapatkan dalam penggunaan internet di Indonesia dicatat berjumlah 196,7 juta orang atau ada sebanyak 73,7% dari banyaknya populasi di Indonesia. Jumlah data tersebut dijelaskan pula bahwa, terjadi peningkatan sebanyak 23,5 juta atau sebanyak 8,9% jika dibandingkan dengan hasil di tahun 2018 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta> Diakses Pada 12 Februari 2021).

Pada 14 Agustus 2014, Bank Indonesia telah menegakkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam sistem pembayaran karena, dengan hal tersebut metode pembayaran akan terasa lebih praktis. Selain itu, gerakan tersebut bertujuan untuk dapat meminimalisasi segala sesuatu permasalahan atau kendala yang ada di dalam pembayaran dengan tunai seperti, uang yang rusak atau sebagainya. Dan juga dengan adanya gerakan tersebut dapat menambah tingkat efisiensi kepada masyarakat untuk tidak lagi membawa uang dengan jumlah nominal yang cukup besar dan banyak (<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx> Diakses pada 22 Februari 2021). Setelah diresmikannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), tren terhadap transaksi secara non tunai pun semakin meningkat tiap tahunnya di Indonesia. Berdasarkan dari data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, tahun 2018 terdapat kenaikan yang cukup drastis terhadap tren transaksi non tunai tersebut yaitu sebanyak 21,8% yang dimana hal tersebut sebagian besar dilakukan oleh para kaum milenial (<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2020/07/27/134138926/>

[berkomitmen-dukung-gnnt-bi-shopeepay-terus-tingkatkan-kualitas](#) Diakses pada 23 Februari 2021).

Sejak tahun 2016, telah hadir industri fintech (*financial technology*) yang hingga saat ini semakin berkembang di Indonesia. Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech), perkembangan industri tersebut cukup pesat di setiap tahunnya. Terlihat dari data yang didapatkan bahwa, di tahun 2016 perusahaan fintech di Indonesia hanya sebanyak 24 perusahaan dan meningkat pesat pada akhir tahun 2019 menjadi 275 perusahaan fintech di Indonesia. Lalu berdasarkan dari data menurut aftech bahwa, di akhir kuartal II pada tahun 2020 perusahaan fintech di Indonesia kembali meningkat yaitu menjadi 362 perusahaan yang semakin beragam dan bervariasi jenisnya. Salah satunya adalah metode pembayaran dengan menggunakan media digital atau berupa dompet digital (<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kontan.co.id/news/mulai-berkembang-tahun-2016-begini-kondisi-fintech-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020> Diakses pada 23 Februari 2021). Dengan berdasarkan data-data tersebut, dapat dilihat bahwa perkembangan dari industri fintech sangat meningkat pesat. Namun dapat diartikan pula, dengan semakin berkembangnya industri fintech dalam kategori pembayaran digital atau biasa disebut berupa dompet digital (*e-wallets*) tersebut cukup diterima oleh masyarakat karena dianggap lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan suatu transaksi. Di saat ini pula, telah banyak perusahaan-perusahaan berupa dompet digital yang telah berkembang di Indonesia, salah satunya adalah dompet digital Indonesia atau DANA.

DANA merupakan suatu *platform* atau aplikasi asal Indonesia yang berupa dompet digital (*e-wallet*) dan dirancang khusus untuk melakukan berbagai transaksi secara non tunai maupun non kartu yang dapat dilakukan baik secara online maupun offline. Aplikasi DANA dapat dipergunakan untuk setiap jenis pembayaran, mulai dari pembelian pulsa, pembayaran tagihan bulanan, pembelian kuota internet, hingga transaksi yang lainnya. Dengan adanya aplikasi DANA, segala transaksi akan terasa lebih mudah dan juga praktis. Aplikasi DANA tercipta untuk dimanfaatkan sebagai media pendukung dalam kegiatan perekonomian yang juga disesuaikan dengan gaya hidup masyarakat Indonesia di era digital seperti saat ini. Selain itu, dengan terciptanya DANA dapat membantu untuk memaksimalkan usaha pemerintah dalam meminimalisir produksi uang tunai. DANA juga merupakan suatu *platform* yang dapat membuktikan bahwa, Indonesia mampu menciptakan serta membangun perkembangan perekonomian dengan memanfaatkan

suatu media teknologi yang sangat terpercaya dan sangat mampu untuk diandalkan (<https://www.dana.id/about> Diakses pada tanggal 23 Februari 2021).

Dompot digital DANA telah diresmikan untuk dapat beroperasi di Indonesia sejak tahun 2018. DANA juga telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia yang artinya bahwa, DANA telah memenuhi dari seluruh persyaratan dan juga hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Kehadiran dari dompet digital DANA dapat menjadi pesaing dengan perusahaan dompet digital lainnya karena, DANA memiliki target untuk menjadi dompet digital nomor satu di Indonesia. Hal ini menjadikan DANA untuk selalu memberikan hal-hal menarik memanjakan para pelanggannya agar mampu mengungguli dari perusahaan kompetitor lainnya, terutama dalam sisi pelayanannya. Namun, dilansir dari website mediakonsumen.com, terlihat beberapa keluhan yang disampaikan oleh para pengguna dompet digital DANA. Sebagian besar keluhan dan permasalahan yang sering terjadi pada para pengguna aplikasi DANA tersebut adalah kasus penipuan yang mengatasnamakan perusahaan DANA. Kemudian, diikuti dengan kasus permasalahan pergantian nomor telepon para pengguna yang menjadikan saldo pada aplikasi tersebut akan hilang dan tidak dapat digunakan kembali. Hingga kendala pada saat bertransaksi untuk transfer uang dan transaksi pembayaran lainnya. Namun dapat dilihat pula dari situs tersebut bahwa, semua keluhan dan juga permasalahan yang dialami oleh para pengguna dompet digital DANA dapat diselesaikan dengan baik oleh pihak DANA. Hal ini berarti dalam website tersebut menjelaskan bahwa, DANA mampu bertanggungjawab dan mementingkan kenyamanan para pelanggannya dalam hal melayani segala permasalahan atau keluhan yang terjadi pada para pelanggan DANA tersebut. Selain dalam website mediakonsumen.com, DANA juga memiliki pelayanan online dalam Instagram, Twitter, Email, serta WhatsApp. Untuk itu mengenai hal tersebut, peneliti perlu mengetahui bagaimana pelayanan dalam media online lainnya yang digunakan oleh DANA.

Mengenai hal pelayanan, dompet digital DANA juga turut memanfaatkan perkembangan teknologi dengan mengembangkan kualitas pelayanannya menjadi pelayanan yang dapat dilakukan secara online yang dijalankan oleh para agent *customer service* dari PT. VADS Indonesia. *Customer service* adalah bagian terpenting di suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Karena, jika suatu perusahaan dapat meningkatkan *customer service* maka, dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan dapat menjadi *repeat buyers* bahkan loyal terhadap perusahaan (Rangkuti,

2013:3). Lalu menurut Alford dan Sherell (1996) dalam Hardi (2021) menjelaskan bahwa, kinerja layanan dapat menjadi prediksi yang baik untuk kepuasan dan juga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya *customer service* memiliki tantangan yaitu, perlu mengetahui tentang perbedaan kebutuhan layanan yang diperlukan oleh setiap pelanggan, *customer service* harus mengetahui keinginan pada setiap pelanggannya, *customer service* dapat menentukan yang mana dijadikan prioritas untuk investasi sumber daya manusia dan teknologi, *customer service* dapat menentukan pelanggannya yang mendapatkan pelayanan kelas dunia, serta mengintegrasikan *key performance indicator* (KPI) *customer service* ke sistem *balanced scorecard* secara efektif (Rangkuti, 2013:2). DANA telah bergabung dengan PT. VADS Indonesia sejak November tahun 2019. PT. VADS Indonesia merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa layanan Business Process Outsourcing (BPO) dan juga layanan ICT. Atau dapat dikatakan pula, PT. VADS Indonesia adalah suatu perusahaan outsourcing yang menyediakan sumber daya manusia telekomunikasi. PT. VADS Indonesia juga merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan *customer service* artinya, perusahaan tersebut dapat menyediakan tenaga kerja untuk dapat melayani pelanggan di suatu perusahaan dalam hal memenuhi kebutuhan para pelanggan.

Kedudukan PT. VADS Indonesia dengan salah satu kliennya yaitu DANA adalah sebagai penyedia jasa layanan untuk mengelola sistem pelayanan online dalam perusahaan DANA itu sendiri. Dalam hal ini, DANA menyerahkan sistem pelayanannya kepada PT. VADS Indonesia dengan ketentuan yang telah diatur dan kemudian harus dijalankan oleh para agent *customer service* dari PT. VADS Indonesia. PT. VADS Indonesia juga membuat *planning* hingga evaluasi dari pelayanan online yang dijalankan oleh *customer service* untuk project DANA. Selain dengan DANA, PT. VADS Indonesia saat ini telah memiliki beberapa project bersama dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya yang ada di Indonesia. Saat ini, diketahui telah ada sebanyak kurang lebih lebih dari 50 perusahaan yang melakukan kerjasama dengan PT. VADS Indonesia (*hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 16 Februari 2021*). Dalam pelayanan dengan secara online suatu perusahaan dapat memiliki keuntungan lainnya yaitu, dapat membangun hubungan dengan jangka waktu yang panjang antara perusahaan dengan para pelanggannya. Pelayanan online yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia dalam project DANA yaitu, terdapat dalam suatu alat yang disebut dengan Zendesk yang kemudian

perusahaan tersebut dapat melayani para pelanggannya untuk memberikan berbagai informasi, serta dapat mengetahui tentang keluhan, komplain, kritik maupun saran dari para pelanggannya

Alasan peneliti memilih dompet digital DANA dibandingkan project lainnya yang ada pada PT. VADS Indonesia karena, aplikasi dompet digital DANA adalah salah satu dompet digital yang terbesar di Indonesia dan telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dompet digital DANA juga telah memiliki tujuan untuk menjadi dompet digital nomor satu di Indonesia. Alasan yang lainnya peneliti mengambil penelitian ini karena, semakin berkembangnya teknologi, semakin berkembang pula perusahaan-perusahaan dompet digital saat ini yang semakin tajam pula persaingannya. Para perusahaan dompet digital tersebut juga harus mampu memperlihatkan perbedaan yang menjadi daya tarik untuk para pelanggannya. Salah satu daya tarik tersebut dapat diperlihatkan dari sisi pelayanannya. Karena, dengan pelayanan yang baik dan optimal akan membuat para pelanggan merasa nyaman dan percaya atas kualitas dari produk pada perusahaan tersebut dan dapat bertahan dengan menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Selain itu, *customer service* dapat menjadi solusi pada setiap pegaduan dan juga pertanyaan dari para pelanggan, kesempatan ini juga dapat dijadikan sebagai pengedukasian pelanggan mengenai produk perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik akan membuat pelanggan dalam perusahaan semakin meningkat yang juga akan memberikan keuntungan kepada perusahaan. Dengan demikian, hal tersebut menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian terhadap pelayanan online yang dilakukan oleh *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA.

Kualitas layanan yang terbaik berpusat pada usaha dalam hal memenuhi kebutuhan dan juga apa yang diinginkan oleh para pelanggan, serta ketepatan dalam hal melayani dan menyampaikan informasi juga harus diterima dengan baik oleh para pelanggan yang bersangkutan. Oleh sebab itu, para perusahaan dituntut untuk selalu mampu memberikan kualitas layanan yang optimal dan terbaik untuk para pelanggannya, agar loyalitas pelanggan tetap terjaga dan dapat memberikan keuntungan lainnya terhadap perusahaan. Selain itu, jika semua pelayanan dapat dilakukan dengan baik maka kegiatan dari para agent *customer service* pada suatu perusahaan akan terlaksana sesuai dengan tujuan dari tugasnya. Dengan berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana pelayanan online yang dilakukan oleh *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, sehingga dapat

terjalannya hubungan yang baik dengan para pelanggannya. Dan peneliti juga ingin mengetahui tentang faktor-faktor pendukung dan penghambat dari kegiatan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA selama ini. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pelayanan Online Customer Service Pada PT. VADS Indonesia (Studi Kasus Project DANA)**”.

B. Rumusan Masalah

Dengan adanya teknologi yang telah berkembang, perusahaan-perusahaan yang tersebar luas di Indonesia pun kini semakin berkembang pesat pula. Contohnya seperti perusahaan dompet digital DANA yang telah berkembang di Indonesia. Dalam pelayanannya, dompet digital DANA memberikan kepercayaan kepada PT. VADS Indonesia untuk dapat mengelola pelayanan online pada perusahaannya. Oleh karena itu, fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan dan juga faktor-faktor yang menjadi pendukung hingga penghambat terhadap kegiatan dari pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia (*Studi Kasus Project dompet digital DANA*).

Berdasarkan latar belakang yang tertera di atas, peneliti memilih PT. VADS Indonesia dalam menjalankan kegiatan pelayanan online *customer service* pada project DANA sebagai lokasi penelitian karena, perusahaan tersebut sangat berkembang di Indonesia dan telah memiliki keunggulan dari perusahaan-perusahaan kompetitor lainnya. Berdasarkan dari laman mediakonsumen.com perusahaan tersebut pun telah diketahui mampu memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya terhadap apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan tersebut. Selain itu, PT. VADS Indonesia juga telah berhasil dipercayai dan memiliki mitra kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang terkenal dan besar lainnya di Indonesia termasuk dompet digital Indonesia atau dikenal dengan aplikasi DANA. Dengan pernyataan tersebut, maka peneliti menentukan rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana pelayanan online *customer service* Pada PT. VADS Indonesia dalam project dompet digital DANA?

2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat yang terjadi dalam kegiatan yang dilakukan dari pelayanan online *customer service* Pada PT. VADS Indonesia dalam project dompet digital DANA?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project dompet digital DANA.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan juga faktor penghambat yang terjadi dalam kegiatan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project dompet digital DANA.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini, peneliti sangat berharap dapat memberikan banyak manfaat dari penelitian yang telah dilakukan. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Praktis

Manfaat secara praktis penelitian ini adalah untuk kebijakan pada PT. VADS Indonesia dalam setiap projectnya, terutama pada project DANA untuk mengetahui komplain, kritik, maupun kepuasan para *customer* yang dapat berpotensi untuk kedepannya berdasarkan pelayanan online *customer service* yang telah diterapkan oleh perusahaan tersebut.

2. Secara Akademisi

Manfaat secara akademisi adalah hasil dari penelitian ini dapat menjadi penambah bahan bacaan, dan juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk bahan kajian dalam pengembangan penelitian-penelitian dengan permasalahan yang sejenis.

3. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan tambahan pengetahuan yang lebih luas dan jelas tentang bagaimana kegiatan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Serta, dapat pula mengetahui faktor-faktor yang menjadi

pendorong dan juga penghambat dalam kegiatan pelayanan *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan riset terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ada beberapa penelitian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Beberapa penelitian terdahulu yang dimaksud yaitu:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Theodora Nongo mahasiswa Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta pada tahun 2019 dengan judul proposal *internship* yaitu “*Analisa Pelayanan Customer Service PT. VADS Indonesia Cabang Yogyakarta (Studi Kasus Projec XL Pascabayar)*”. Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah untuk mengetahui pelayanan *customer service* di PT. VADS Indonesia cabang Yogyakarta pada projec XL Pascabayar. Perbedaan antara penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian terdahulu ini tertuju untuk mengetahui pelayanan *customer service* dalam projec XL, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengetahui tentang bagaimana pelayanan online *customer service* pada project DANA. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dari pelayanan online *customer service* pada DANA yang dikelola oleh PT. VADS Indonesia. Lalu adapun perbedaan yang lainnya yaitu, pada penelitian terdahulu ini dilakukan dengan metode observasi langsung di lapangan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode wawancara. Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah keduanya memiliki persamaan tentang pelayanan pada project DANA dan juga pada projet XL Pascabayar yang dijalankan oleh agent *customer service* di PT. VADS Indonesia. Penelitian terdahulu ini dimuat dalam artikel <http://eprint.stieww.ac.id/900/1/163115570%20THEODORA%20NONGO%201-3.pdf>.
2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alisya Putri Rabbani, Andry Alamsyah, dan Sri Widiyanesty mahasiswa Universitas Telkom pada tahun 2020, dengan judul

jurnal ***“Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: GOPAY, OVO, Dan LinkAja)”***. Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah untuk mengidentifikasi *customer engagement* yang terbentuk dari hasil implementasi SCRM yang dilakukan oleh tiga fintech di Indonesia, yaitu GoPay, OVO, dan LinkAja. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini untuk menggambarkan *customer engagement* dengan melihat pola interaksi pengguna dalam jaringan berupa SNA. jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan gambaran yang komprehensif tentang suatu fenomena. Selain itu tujuannya lainnya adalah melakukan perhitungan properti jaringan yang membandingkan performa SCRM dari GoPay, OVO, Linkaja dalam membentuk *customer engagement*. Hasil dari penelitian terdahulu ini adalah bermanfaat untuk memberikan wawasan kepada perusahaan agar mengetahui performa SCRM dalam pembentukan *customer engagement*, mengetahui performa kompetitor SCRM, dan memahami lebih dalam tentang pelanggan, yang dapat mendukung perusahaan dalam mengambil keputusan terkait strategi CRM kedepannya. Dan perbedaan antara penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada penelitian terdahulu ini menganalisis interaksi user dalam media sosial dengan menggunakan metode SNA pada perusahaan dompet digital GoPay, OVO, dan LinkAja. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini lebih kepada untuk mengetahui pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project dompet digital DANA dalam melayani atau berkomunikasi dalam hal keluhan, komplain, kritik dan juga memberikan berbagai informasi dengan para pelanggan dengan media sosial yang digunakan oleh pelanggan tersebut. Lalu persamaan antara kedua penelitian ini adalah keduanya meneliti pelayanan online dari media sosial yang digunakan oleh masing-masing dari perusahaan tersebut. Penelitian terdahulu ini dimuat dalam artikel <http://www.e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/352>.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widya Sastika mahasiswa Universitas Telkom Bandung pada tahun 2018, dengan judul jurnal ***“Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus Pelangga Shopee Di Kota Bandung 2017)”***. Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah untuk melihat kepuasan masyarakat terhadap aplikasi Shopee dengan menggunakan metode e-service quality. Metode yang digunakan pada penelitian terdahulu ini adalah deskriptif

kuantitatif. Hasil dari penelitian terdahulu ini secara keseluruhan pengguna puas dengan adanya aplikasi Shopee. Akan tetapi, pelanggan memiliki tingkat harapan yang sangat tinggi, dan manajemen perlu meningkatkan untuk pengembangan aplikasi tersebut. Perbedaan antara penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dan menjelaskan tentang kualitas pelayanan dengan menggunakan *e-service quality* untuk mengetahui kepuasan para pelanggan Shopee. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengambilan data melalui wawancara serta pada penelitian yang dilakukan peneliti terfokus pada analisis pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia bersama project DANA dalam melayani. Dan juga peneliti ingin mengetahui tentang faktor-faktor pendukung dan penghambat dari pelayanan online yang diberikan *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project bersama DANA. Lalu, persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah membahas tentang pelayanan yang dilakukan dari kedua perusahaan tersebut. Penelitian terdahulu ini dimuat dalam artikel <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/127/56>.

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hani Murdiati, Nana Darna, dan Kasman mahasiswa Universitas Galuh Ciamis pada tahun 2019, dengan judul jurnal ***“Analisis Penggunaan Model E-CRM Pada Perusahaan Smartfren Kota Tasikmalaya (Suatu Studi Pada Distributor Smartfren Utama Jaya Cellular Tasikmalaya)”***. Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah untuk memperoleh informasi tentang penerapan E-CRM di perusahaan PT. Smartfren Telcom Tbk Kota Tasikmalaya, dan penelitian terdahulu ini juga untuk mengetahui respon, manfaat E-CRM bagi perusahaan PT. Smartfren Telcom Tbk Kota Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian terdahulu ini adalah aplikasi Mysmartfren yang telah dibuat oleh PT. Smartfren Telecom Tbk termasuk dalam kategori sangat baik. Pemberian pelayanan yang berkelanjutan untuk mengikat pelanggan-pelanggan baru untuk menjadi member MySmartfren, menangani keluhan para pelanggan baik yang bersifat membangun ataupun kurang puasnya serta mampu mengelola dan mempertahankan konsumen dengan memberikan feedback dari apa yang konsumen keluhkan dan inginkan.

Perbedaan antara penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian terdahulu ini fokus kepada analisis penggunaan E-CRM yang dilakukan di aplikasi Mysmartfren, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengetahui pelayanan online *customer service* di sosial media yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA yang memiliki pembeda berdasarkan prosedur, sistem, serta metode yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Penelitian terdahulu ini dimuat dalam artikel <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/download/2292/2249>.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Inas Thahirah mahasiswa Universitas Negeri Malang pada tahun 2019, dengan judul skripsi ***“Pengaruh Electronic Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Shopee)”***. Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah untuk melihat dan juga mengetahui pengaruh dari kinerja E-CRM pada aplikasi Shopee dalam menjaga loyalitas para Customer. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian deskriptif dan eksplanatori. Hasil dari penelitian terdahulu ini adalah diperoleh pengaruh yang positif dan juga sangat signifikan pada E-CRM Shopee terhadap kesetiaan maupun kepercayaan para customer Shopee. Perbedaan antara penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada penelitian terdahulu ini melihat bagaimana pengaruh yang dihasilkan dalam kinerja yang dilakukan oleh E-CRM Shopee, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti adalah peneliti akan melihat bagaimana pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Perbedaan lainnya antara kedua penelitian ini yaitu, pada penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun persamaan yang lainnya antara kedua penelitian ini adalah keduanya menggunakan metode deskriptif dalam penelitiannya. Penelitian terdahulu pada skripsi ini dimuat dalam artikel <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/78533>.

2. Kerangka Teori

1. *Customer Service*

Customer service dapat didefinisikan sebagai suatu pekerjaan yang dikerjakan oleh seseorang atau suatu tim yang dilandaskan dengan melalui suatu prosedur, sistem, serta metode tertentu yang telah menjadi aturan dari suatu perusahaan dalam rangka untuk memenuhi kepentingan para *customer* atau pelanggan mengenai hak-hak yang diinginkannya (Moenir, 2008:310). Pengertian lain dari *customer service* adalah suatu kegiatan pekerjaan yang ditujukan untuk memberi kepuasan kepada para pelanggan atau *customer* melalui suatu pelayanan yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan atau *customer* (Kasmir, 2005:310).

Secara singkat, *customer service* adalah suatu usaha pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Pelayanan yang diberikan tersebut adalah dalam hal keluhan maupun masalah yang dihadapi oleh pelanggan mengenai perusahaan yang bersangkutan. *Customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang *fast response*, akurat, baik, dan juga ramah. Dengan melakukan hal demikian, dapat memberi pengaruh yang baik dari para pelanggan mengenai terjaganya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Seorang *customer service* yang baik tidak hanya terlihat dari fisiknya, melainkan dari non-fisiknya mengenai kemampuan dan juga etika dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan.

Customer service difokuskan dalam hal proses, dimana setiap segala hal yang terjadi dalam proses tersebut sangat diperhatikan dan dijaga kualitasnya dengan baik. *Customer service* juga bertujuan untuk memberikan suatu hal yang lebih baik dari pada apa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya. Adapun beberapa fungsi dan tugas dari *customer service* menurut Kasmir (2005), yaitu:

a. Sebagai Resepsionis

Sebagai resepsionis, seorang *customer service* memiliki fungsi sebagai penerima tamu atau pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan tersebut. Dalam hal ini, *customer service* harus memiliki sikap yang lembut, ramah dan juga menyenangkan agar tamu tersebut merasa nyaman dengan pelayanan dari perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini pula, *customer service* dituntut untuk selalu memberikan salam dan juga

senyum ramah kepada para pelanggan yang datang dan juga memiliki tata bicara yang baik.

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman, *customer service* memiliki fungsi sebagai seseorang yang dapat melayani berbagai permohonan yang diberikan oleh para pelanggan atau calon pelanggan yang ada di perusahaan tersebut. Dalam hal ini, *customer service* bertindak sebagai seseorang yang memberikan berbagai informasi mengenai produk-produk dalam perusahaan. Tugas *customer service* dalam fungsi ini adalah membantu para pelanggan dalam menjawab pertanyaan tentang produk perusahaan serta juga dapat membantu para pelanggan dalam mengisi formulir perusahaan.

c. Sebagai Salesman

Sebagai salesman, *customer service* memiliki fungsi sebagai seseorang yang bertugas untuk menjual dan juga menawarkan produk kepada para pelanggan atau *customer*. Dalam fungsi ini, seorang *customer service* harus dapat menjelaskan secara rinci mengenai produk yang ditawarkannya dan bertujuan agar para pelanggan atau calon pelanggan tersebut dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan tersebut. Dan selain itu pada fungsi ini, *customer service* juga berperan sebagai *cross selling*. Tugas *customer service* dalam fungsi ini adalah mencari pelanggan serta melakukan pendekatan dengan para pelanggan baru dan juga pelanggan yang lama.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Sebagai *customer relation officer*, *customer service* memiliki berfungsi untuk dapat merayu, membina dan juga memiliki fungsi untuk mempertahankan para pelanggan agar tetap terjaga loyalitasnya dengan perusahaan yang bersangkutan. Tugas *customer service* dalam fungsi ini adalah dapat menjaga citra perusahaan agar tetap terjaga dengan baik dihadapan para pelanggan.

e. Sebagai Komunikator

Sebagai komunikator, *customer service* memiliki fungsi untuk menjadi jembatan atau penghubung antara perusahaan dengan pelanggan atau

pihak lain yang akan bersangkutan dengan perusahaan tersebut. Dalam fungsi ini, *customer service* memberikan berbagai informasi yang lengkap mengenai segala hal yang ada hubungannya antara perusahaan dan pelanggan tersebut. Tugas *customer service* dalam fungsi ini adalah sebagai seseorang yang menampung berbagai macam masalah para pelanggan mengenai keluhan, komplain, ataupun konsultasi dalam berbagai hal yang menyangkut perusahaan.

2. Online Customer Service

Dengan adanya perkembangan teknologi, pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* pun dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan media sosial dan juga teknologi komunikasi digital yang ada saat ini. Menurut Hoffman et al. (2006:69) dalam Hardi (2021) menjelaskan bahwa, *e-service* adalah suatu pelayanan dalam media elektronik yang dihubungkan dengan jaringan internet dan dapat dipergunakan dalam membantu penyelesaian permasalahan yang terjadi pada pelanggan. Menurut Hoffman dan Bateson (2006) *e-service* dapat didefinisikan sebagai suatu layanan, proses bisnis, aplikasi, dan juga sebagai sumber informasi teknologi yang terdapat dalam internet untuk melakukan suatu transaksi, menyelesaikan kegiatan, atau menyelesaikan masalah. Lalu dikatakan pula oleh Voss dan Davidson (2003) mendefinisikan *e-service* bahwa, suatu layanan dalam lingkungan elektronik sebagai “*the delivery as service using new media such as the web*” yang dapat diartikan sebagai penyampaian layanan menggunakan media baru contohnya seperti web. Menurut Francis Buttle (2004), suatu pelayanan terdapat tataran operasional untuk otomatisasi dalam melayani para pelanggannya.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu awal pengenalan dalam berbagai macam aspek-aspek yang secara teratur dapat merumuskan semua strategi yang ada dalam perusahaan (Rangkuti, 2006:18). Analisis SWOT merangkul semua usaha dalam mengetahui tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman yang akan menentukan masa depan perusahaan (Nisak, 2013). Komponen-komponen yang terdapat dalam SWOT yaitu, Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang

(*Opportunity*), dan juga Ancaman (*Threats*). Analisis SWOT juga merupakan suatu cara yang digunakan untuk merumuskan hal-hal strategis dalam perusahaan.

Analisis ini juga dapat menunjukkan secara mendalam tentang bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dirasakan oleh perusahaan dan dapat disinkronkan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Ramadhan, Ahmad & Fivi Rahmatus Sofiyah, 2013). Analisis SWOT dapat didefinisikan pula sebagai suatu teknik historis sangat dikenal dimana para manajer perusahaan atau organisasi menghasilkan suatu gambaran umum secara cepat terhadap suatu kondisi atau situasi penting dalam perusahaan. Analisis SWOT juga dirancang berdasarkan anggapan bahwa suatu strategi yang efektif dihasilkan dari “kesesuaian” yang baik antara faktor dari sumber daya internalnya perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahannya dengan keadaan eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman.

Oleh karena itu, suatu kesesuaian dikatakan baik jika mengoptimalkan atau memaksimalkan kekuatan dan peluang dalam perusahaan, lalu meminimalkan atau mengurangi kelemahan dan ancamannya. Jika hal tersebut dilakukan dengan baik dan tepat, maka anggapan ini akan berkaitan dengan baik pula bagi gambaran strategi yang berhasil (Pearce & Richard B. Robinson, Jr., 2008:200). Dan dijelaskan pula lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang terdapat dalam analisis SWOT untuk mengetahui tentang analisis SWOT yang lebih mendalam dan terperinci, maka harus dapat melihat dari faktor internal dan juga faktor eksternal yang menjadi bagian penting dalam analisis SWOT (Purwanto, Dalam Dj. Rusmawati 2017:919), yaitu:

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam analisis SWOT ini sangat memberikan pengaruh terhadap peluang (*opportunity*) dan juga sangat mempengaruhi terhadap ancaman (*threats*) yang menjadikan faktor ini sangat berkaitan dengan situasi-situasi yang terjadi diluar perusahaan dan dapat mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan perusahaan.

b. Faktor Internal

Faktor internal dalam analisis SWOT sangat memberikan pengaruh terhadap terbentuknya kekuatan (*strength*) dan juga mempengaruhi

terbentuknya kelemahan (*weakness*). Dan pada faktor ini berkaitan dengan situasi yang terjadi didalam sebuah perusahaan, dan mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor internal mencakup semua aspek dalam manajemen fungsional.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, dengan judul “Analisis Pelayanan Online *Customer Service* Pada PT. VADS Indonesia (*Studi Kasus Project Dompot Digital DANA*)” menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif, yang artinya pada penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana aktivitas yang dilakukan dan apa pengaruhnya dari tindakan tersebut. Dan pada penelitian ini, juga berusaha untuk memberitahukan secara naratif tentang makna dari fenomena yang terjadi (Erickson, 1968, Dalam Anggito, Albi & John Setiawan, 2018:7). Dengan arti lain, penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang lebih memfokuskan pada aspek pemahaman secara mendalam (*in-depth analysis*) kepada suatu masalah atau kasus dibandingkan melihat suatu masalah tersebut untuk penelitian generalisasi. Maka tujuan dari penelitian kualitatif adalah mendalami suatu kasus atau masalah (Gati, Rindri Andewi, 2011). Untuk itu, peneliti menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis dari kegiatan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu metode yang mencari fakta secara akurat kemudian diinterpretasikan oleh peneliti secara tepat terhadap objek yang ditelitinya (Santosa, Puji, 2015). Oleh karena itu, peneliti memilih metode deskriptif karena merupakan metode yang paling tepat dalam menganalisis pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA.

Pada penelitian ini pula, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme merupakan suatu struktur sosial dimana para individu melakukan suatu tindakan dan interaksi yang dilakukan dengan berkala agar struktur sosial dapat dibentuk. Karena, suatu kebenaran atau realita dibentuk jika para individu secara bersamaan untuk mengoptimalkan terbentuknya hal tersebut (Yerby, Dalam West & Turner, 2008:55). Teori konstruktivisme secara singkat adalah suatu paradigma yang melihat kebenaran atas suatu realitas sosial berdasarkan hasil

konstruksi sosial, dan sifatnya relatif (Umanailo, M Chairul Basrun, 2019). Maka dari itu, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme agar dapat mengetahui pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu

Pada penelitian ini dibutuhkan waktu yang cukup agar hasil dari penelitian ini didapatkan secara maksimal. Maka dari itu, peneliti membutuhkan waktu untuk meneliti kurang lebih sekitar tujuh hingga delapan bulan.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di kantor PT. VADS Indonesia, yaitu PURI VADS, NARIBA Office, JL. Mampang Prapatan Raya No.39, RT.6/RW.1, Mampang Prapatan., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12790.

3. Narasumber Penelitian

Narasumber yang diperlukan dan menjadi subjek dalam penelitian ini adalah bagian *Customer Service Social Media* (CEC) dan juga bagian *Client Account Management* (CAM) di perusahaan PT. VADS Indonesia yang bekerja dalam project DANA Indonesia. Peneliti memilih divisi tersebut untuk dijadikan narasumber karena, peneliti membutuhkan informasi yang akurat dan jelas mengenai pelayanan online *customer service* pada perusahaan PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Karena, pada dasarnya narasumber-narasumber tersebut yang menjalankan tugas dan mengetahui tentang segala aturan dari pelayanan secara online dan paham secara detail atas pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam salah satu projectnya yaitu dompet digital Indonesia atau DANA. Serta, narasumber pada penelitian ini juga terdapat tiga para pengguna dari dompet digital DANA.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini digunakan dua jenis pengumpulan data untuk memperjelas dan juga melengkapi semua hal yang ada dalam penelitian ini. Data yang digunakan yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihasilkan dari pengambilan data menggunakan wawancara (*interview*). Wawancara tersebut dilakukan secara mendalam antara peneliti dan pihak-pihak yang bersangkutan. Wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk keperluan penelitian, agar mengetahui bagaimana pelayanan online pada PT. VADS Indonesia di project DANA. Dalam pengambilan data pada penelitian ini, narasumber yang dituju adalah divisi *Customer Service Social Media* (CEC) dan bagian *Client Account Management* (CAM) dari PT. VADS Indonesia yang bertugas dalam project dompet digital Indonesia atau DANA, serta tiga narasumber para pengguna dompet digital DANA.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dihasilkan dari pemanfaatan sumber-sumber terpercaya atau sumber yang relevan untuk lebih memperjelas dan melengkapi data dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari bahan bacaan atau studi dokumentasi dengan mengumpulkan data-data informasi dalam buku-buku, jurnal, skripsi, maupun data dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, maka peneliti melakukan analisis data. Dalam hal ini, peneliti akan menyusun semua data yang telah didapatkan baik data melalui wawancara, maupun data dari sumber-sumber terpercaya lainnya agar hasil dari penelitian ini nantinya akan mudah dimengerti dan dipahami oleh khalayak umum. Pada penelitian ini, terdapat tiga langkah-langkah dalam menganalisa data menurut Miles & Huberman (Dalam Anggito, Albi & Johan Setiawan, 2018:243-250), diantaranya yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah langkah dalam menganalisis data, dimana data yang telah dianalisis agar digolongkan atau diarahkan untuk diverifikasi sebelum menjadi keputusan final. Atau dengan kata lain, reduksi data merupakan suatu tindakan dalam hal merangkum atau memilih bagian-bagian yang dianggap pokok dalam data tersebut dan hanya menekankan pada hal-hal yang penting dalam penelitian tersebut. Jika terdapat data-data yang kurang penting untuk ditampilkan atau digunakan peneliti dapat memisahkan data tersebut. Maka dari itu, dengan mereduksi data peneliti dapat dengan mudah meninjau data-data yang tepat dan akurat untuk ditampilkan. Dan dalam reduksi data, bermula dari catatan yang didapatkan dari pengumpulan data dilapangan yang kemudian dirangkum untuk diambil kesimpulannya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data yang artinya bahwa langkah ini sangat penting guna dapat melihat gambaran keseluruhan dalam penelitian yang dilakukan. Penyajian data juga difokuskan agar mengetahui pola-pola yang sangat berarti dalam penelitian yang juga nantinya akan menghasilkan suatu tindakan. Dan langkah yang dilakukan dalam penyajian data adalah data-data yang telah didapatkan diubah menjadi suatu susunan informasi dan dapat berbentuk dalam sebuah teks, sehingga dalam hal ini membuat peneliti dapat dengan mudah dalam menentukan kesimpulan.

3. Kesimpulan Dan Verifikasi

Setelah penyajian data, langkah selanjutnya adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi dari data-data yang telah didapatkan secara keseluruhan. Langkah ini merupakan langkah yang penting dalam sebuah penelitian, karena dengan menarik kesimpulan dan verifikasi pada data maka dapat melihat hal-hal baru yang terdapat dalam sebuah penelitian. Dan langkah ini juga ditujukan untuk memperjelas atau menekankan suatu data yang telah didapatkan oleh peneliti agar khalayak dapat memahami dengan jelas isi dari penelitian tersebut.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. PT. VADS Indonesia

PT. VADS Indonesia adalah suatu anak perusahaan dari perusahaan TM ONE, yang dimana merupakan suatu perusahaan dan badan solusi bisnis sektor publik dan merupakan bagian dari Telekom Malaysia Berhad (TM) Group. PT. VADS Indonesia merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa layanan Business Process Outsourcing (BPO) dan juga layanan *Information and Communication Technology* (ICT). PT. VADS Indonesia juga merupakan suatu perusahaan *outsourcing* yang menyediakan sumber daya manusia telekomunikasi, yang dapat disebut sebagai perusahaan *call center*. Selain itu, PT. VADS Indonesia juga merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang *customer service*, yang dimana dalam perusahaan tersebut dapat melayani para pelanggannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan para pelanggan. PT. VADS Indonesia adalah suatu perusahaan dengan model bisnis B2B atau *business to business*, yang artinya perusahaan ini berorientasi dalam mendukung perusahaan lain melalui produk dan juga jasa layanan yang dimilikinya. Pada saat ini, PT. VADS Indonesia sudah bekerja sama dan memiliki beberapa project bersama dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya di Indonesia. Salah satu project yang ada di dalam PT. VADS Indonesia saat ini adalah dompet digital DANA yang telah melakukan kerjasama sejak bulan November tahun 2019. Selain itu terdapat perusahaan besar lainnya yang menjalani project bersama dengan PT. VADS Indonesia yaitu, Elevenia, Tokopedia, Shopee, OYO, Traveloka, Indosat, dan XL Axiata, dan lain sebagainya.



Gambar 2. 1 logo PT. VADS Indonesia

Sumber: Google

PT VADS Indonesia sudah didirikan pada tahun 1991 dan sejak 01 Desember 2008, PT. VADS Indonesia juga telah mendapatkan izin untuk dapat beroperasi di Indonesia. PT. VADS Indonesia dalam menjalankan aktivitasnya, selalu mengupayakan dalam mengembangkan kinerja dan juga fokus kepada kemajuan project kerjasamanya dengan perusahaan lainya melalui performa yang terjaga dengan baik dan juga mengutamakan kepuasan dari para kliennya. PT. VADS Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang ikut berkembang dalam layanan media teknologi komunikasi. Hal ini dilakukan agar loyalitas dari pelanggan dan juga beberapa mitra kerjasama yang telah mempercayai PT. VADS indonesia untuk membantu menyediakan sumber daya manusia dalam hal jasa layanan tetap terjaga dengan baik.



Gambar 2. 2 PT. VADS Indonesia, Jakarta Selatan
Sumber: Google

Pada setiap perusahaan di dalamnya terdapat visi dan misi yang menjadi pedoman dalam perusahaan tersebut. Pada PT. VADS Indonesia, memiliki visi yaitu suatu perusahaan yang menjadi perusahaan BPO dengan taraf internasional dan mampu memberikan berbagai macam solusi dengan pelayanan terbaik untuk para pelanggan, bekerjasama dengan mitra dan berbagi keuntungan bersama dengan mitra, dan juga memberikan kenyamanan untuk para karyawannya dalam bekerja di PT. VADS Indonesia. Sedangkan misi dari PT. VADS Indonesia yaitu memberikan pelayanan prima yang sesuai dengan standar dari perusahaan, efektif sehingga klien, mitra, karyawan dan pelanggannya diberikan kepuasan. PT. VADS Indonesia juga selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan menjaga bisnis dari para mitra tetap pada performa yang terbaik. Keunggulan PT. VADS Indonesia antara lain:

1. *Smart* (Pintar)

PT. VADS Indonesia selalu memberikan berbagai macam solusi yang tepat dengan cara memberikan sumber daya dan juga metode yang tepat.

2. *Trustworthy* (Dapat Dipercaya)

PT. VADS Indonesia dapat dipercaya dan dapat berkomitmen hingga akan bertanggung jawab atas semua solusi yang sudah diberikan.

3. *Efficient* (Efisien)

PT. VADS Indonesia dalam aktivitas pekerjaannya dilakukan dengan efisien dan melakukan berbagai hal secara akurat, tepat waktu, dan juga optimal.

4. *Proactive* (Proaktif)

PT. VADS Indonesia mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh rekan bisnisnya dan secara proaktif. PT. VADS Indonesia akan menyediakan berbagai macam solusi yang terbaik.

5. *Service Excellence* (Keunggulan Layanan)

PT. VADS Indonesia memberikan pelayanan yang paling terbaik dan juga menawarkan berbagai solusi yang paling tepat untuk seluruh kliennya. PT. VADS Indonesia tersebar pada tiga kota di Indonesia, yaitu Semarang, Yogyakarta, dan Jakarta Selatan yang menjadi kantor pusat dari PT. VADS Indonesia. Pengalaman yang terdapat pada PT. VADS Indonesia yaitu pengalaman dalam pelayanan suara dan layanan digital.



Gambar 2. 3 *Product* PT. VADS Indonesia

Sumber: Instagram @ptvadsindonesia

PT. VADS Indonesia dapat mencapai 50 Juta interaksi dengan para pelanggan di setiap tahunnya. Dan pada PT. VADS Indonesia sudah terdapat lebih dari 50 klien perusahaan dari seluruh perindustrian. PT. VADS Indonesia juga sudah memiliki lebih dari 20 penghargaan dari tahun 2009 hingga tahun 2019 dalam berbagai macam kategori. PT. VADS Indonesia merupakan solusi BPO dan ICT yang ujung ke ujung menyediakan semua kebutuhan, dimulai dari kebutuhan sumber daya, teknologi, dan hingga fasilitas.

Dan PT. VADS Indonesia juga merupakan perusahaan kelas dunia yang berinovatif, berpusat kepada pelanggan, fokus terhadap kualitas, memberikan operasi yang terbaik, dan merupakan suatu vendor yang menyenangkan. PT. VADS Indonesia juga dipercaya oleh pemimpin pasar yang sudah dapat melayani lebih dari 500 bisnis menengah hingga bisnis yang besar. PT. VADS Indonesia memiliki beberapa jasa pelayanan dan juga solusi inti, yaitu antara lain:

1. Saluran Omni / *Omni Channel*

Saluran omni atau *omnichannel* adalah suatu strategi konten yang dipergunakan oleh perusahaan dalam memberikan peningkatan pengalaman pengguna mereka. *Omnichannel* ini juga merupakan suatu cara berpikir tentang hubungan seorang individu dengan suatu organisasi. Perusahaan-

perusahaan yang menggunakan *omnichannel* memiliki anggapan bahwa, para pelanggan sangat menghargai kemampuan untuk dapat berhubungan dengan perusahaan melalui berbagai cara dalam satu waktu karena, *omnichannel* ini dapat menggantikan *multi channel* seperti lokasi fisik, media sosial, aplikasi seluler, komunikasi dengan saluran telepon perusahaan, halaman web FAQ dan obrolan web secara langsung.

2. Manajemen Pengalaman Pelanggan

PT. VADS Indonesia membuka kontak dengan pelanggan agar menjadi peluang dalam membangun hubungan dengan para pelanggan tersebut. PT. VADS Indonesia selalu meningkatkan hubungan dengan para pelanggannya agar terciptanya kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan dan terjaganya loyalitas pelanggan. PT. VADS Indonesia memberikan berbagai macam solusi dengan menyediakan beberapa pelayanan yang terdapat didalamnya agar tetap berhubungan dengan para kliennya dan dapat mendorong kepada penjualan. Beberapa pelayanan yang disediakan oleh PT. VADS Indonesia yaitu antara lain:

a. Pelayanan *Call Center*

Layanan *call center* pada PT. VADS Indonesia terdiri dari *Customer Service* atau Pelayanan Pelanggan, *Service Desk*, dan juga *Walk In Center*.

b. Pelayanan Panggilan Keluar

Layanan panggilan keluar pada PT. VADS Indonesia terdiri dari *Telemarketing* atau *Sales*, *Tele Reminder*, *Tele Save a Customer (Retention)* dan juga *Tele Collection*.

3. *Customer Service Learning Center*

PT. VADS Indonesia merupakan pusat untuk pembelajaran yang didalamnya menyediakan berbagai macam program untuk pengembangan seorang individu dan juga pengembangan suatu tim. PT. VADS Indonesia juga telah menyediakan pelatihan yang dilakukan oleh pelatih lokal dan lokasi pelatihan dapat dilakukan secara fleksibel dan dapat diatur sesuai

dengan tempat klien atau pusat pembelajaran yang sudah tersedia dalam PT. VADS Indonesia.

4. Analisis Media Sosial

Analisis media sosial pada PT. VADS Indonesia ini adalah suatu kegiatan dalam pengumpulan data-data dari situs blog dan juga situs website di dalam media sosial yang kemudian dianalisis data-data tersebut untuk dapat membuat keputusan dalam bisnis. Dengan adanya media sosial pula, bertujuan untuk memberikan peningkatan pada pendapatan perusahaan, mengurangi anggaran biaya perusahaan dalam layanan pelanggan, dan memberikan peningkatan terhadap pendapat dari publik mengenai produk dan juga mengenai divisi di dalam bisnis tertentu.

5. Manajemen Perawatan Digital

Manajemen perawatan digital pada PT. VADS Indonesia sangat terlibat dalam pengelolaan interaksi yang terdapat dari berbagai macam platform media sosial yang tersedia. Kegiatan dari manajemen perawatan digital ini juga dapat meningkatkan pendapatan dalam perusahaan, mengurangi biaya pengeluaran perusahaan dalam melayani pelanggan, dan juga mendapatkan umpan balik pada produk dan layanan yang disampaikan, hingga memberikan opini publik terhadap produk dan layanan yang diberikan. PT. VADS Indonesia *Social Media Center* selalu mengembangkan ide-ide yang kreatif, menciptakan ikatan yang baik kepada para mitra dengan pendekatan yang modern dan sesuai dengan identitas dari klien yang bersangkutan. PT. VADS Indonesia juga dapat membantu mengelola pelanggan sosial media klien dengan kinerja yang tinggi.

Perkembangan perusahaan-perusahaan di Indonesia semakin meningkat, seperti perkembangan perusahaan penyedia jasa layanan. Yang dimana pada saat ini, juga telah banyak perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan yang serupa dengan PT. VADS Indonesia. Hal ini menjadikan tantangan kepada PT. VADS Indonesia untuk tetap dipercaya oleh para kliennya salah satunya yaitu dompet digital DANA dalam menjalankan pelayanan online *customer service* pada perusahaannya. Pemanfaatan media online untuk pelayanan tersebut juga dilakukan untuk memberitahukan berbagai informasi penting dan terbaru kepada para

pelanggannya. Karena, dengan memanfaatkan dari penggunaan media online tersebut informasi akan lebih mudah dan cepat tersampaikan secara menyeluruh kepada para pelanggan pengguna aplikasi DANA. Dalam hal ini, PT. VADS Indonesia juga telah memiliki kelebihan dalam memfasilitasi dan melayani para pelanggannya sesuai dengan prosedur, sistem, serta metode yang telah ditetapkan di dalam perusahaannya guna mempertahankan para pelanggan dan juga bertahan dalam hal bersaing dengan para kompetitor lainnya. Keunggulan tersebut juga dimanfaatkan untuk menjaga kepercayaan dari dompet digital DANA agar bertahan dan selalu mempercayai PT. VADS Indonesia dalam menjalankan pelayanan online *customer service* pada perusahaannya tersebut. Adapun Planning hingga Evaluasi yang dilakukan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam menjalankan pelayanan online yang dilakukan oleh *customer service*, yaitu:

Planning and Proses pelayanan online:

- Memberi kenyamanan kepada pelanggan ketika mereka menanyakan (*inquiry*), komplain dan permintaan bantuan (*service request*) sebagai pelanggan DANA, dengan *planning*: Memberikan respon cepat (dengan target *service level achievement*) dan informatif sesuai keinginan pelanggan. Dan memberikan kesan awal yang baik bagi pelanggan.
- Memberikan nilai tambah kepada pelanggan DANA, dengan *planning*: Mendengarkan setiap keluhan dan juga selalu memberikan pelayanan yang semakin baik dengan memberikan *additional information*.
- Mendengarkan setiap kebutuhan keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, dengan *planning*: Mencatat setiap *customer insight*, mendengarkan, dan kemudian melayani ketidakpuasan pelanggan perihal produk yang kita miliki.

Dan dari ketiga *planning* tersebut, pihak dari PT. VADS Indonesia telah diberikan target KPI (*key performance indicator*) dari pihak klien yaitu dompet digital DANA dengan bertujuan salah satunya adalah untuk proses pelayanan online *customer service* yang telah dijelaskan diatas. Adapun target-target KPI yang diberikan pihak DANA yaitu sebagai berikut:

Channel	Key Performance	Target
Email	Response Time	95% Within 1 Hours
	Resolution Time	95% Within 5 Days
Social Media	Response Time	95% Within 7 Minute
	Resolution Time	95% Within 48 Hours
Others	CSAT	80%

**response time adalah target waktu untuk membalas tiket kepada customer*

**resolution time adalah target waktu menyelesaikan kendala pada tiket dari tiket masuk hingga solved*

**CSAT adalah customer satisfaction atau tingkat kepuasan yang diberikan oleh customer berupa BAD atau GOOD*

Penjelasan diatas adalah target diberikan pihak dari DANA kepada PT. VADS Indonesia sebagai planning untuk mencapai pelayanan online oleh *customer service* yang baik. Adapun tahapan evaluasi sebagai berikut:

1. Melakukan Tarik data dari Zendesk (sebagai alat pelayanan online yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia)
Seorang CDA (*customer data analyst*) dari pihak PT. VADS Indonesia melakukan tarik data untuk dapat melakukan pengelolaan data.
2. Melakukan *Cleaning* data
CDA melakukan *cleaning* data untuk memilih data-data yg digunakan untuk kebutuhan KPI.
3. Melakukan *Review*
CDA Bersama SPV melakukan *review* dari data-data tersebut untuk melakukan *action plan* yang dapat meningkatkan atau mempertahankan performa *based on* KPI
4. *Send to Client*
SPV mengirimkan hasil data kepada klien yaitu dompet digital DANA dengan memberikan *insight* dari pelanggan yang telah di *compile* baik *weekly* atau *monthly*.

Dari evaluasi tersebut, pihak klient yaitu DANA akan mengetahui dari proses-proses pelayanan online *customer service* berjalan dengan baik atau tidak dari pencapaian KPI yang dilakukan pihak oleh pihak PT. VADS Indonesia. Terutama pada *customer insight* yang diberikan oleh para pelanggan, seperti: “*permintaan fitur tambahan pada aplikasi dana, permintaan kerjasama dengan platform lain agar DANA bisa digunakan sebagai metode pembayaran yang mudah, dan juga perbanyak promo*”.

B. Dompot Digital DANA



Gambar 2.4 Logo Dompot Digital DANA

Sumber: Google

DANA merupakan suatu aplikasi dompet digital Indonesia yang telah didesain untuk dapat melakukan transaksi nontunai dan juga nonkartu secara digital. Bertransaksi dengan DANA juga dapat dilakukan secara online maupun offline. Dengan menggunakan aplikasi dompet digital DANA, transaksi akan lebih praktis, cepat, dan tetap terjamin keamanannya. Aplikasi DANA ini diciptakan juga untuk dapat mengoptimalkan dalam mendukung komitmen pemerintah dalam penghematan biaya produksi dan distribusi uang tunai atau uang fisik. Serta dengan adanya DANA juga dapat meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Dompot digital DANA dapat menjadi suatu pembuktian bahwa Indonesia mampu membangun dan juga mengembangkan teknologi serta infrastruktur ekonomi digital. Dompot digital DANA telah mendapatkan izin untuk dapat beroperasi sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri teknologi finansial di Indonesia pada tahun 2018. Sejak diresmikannya tersebut, DANA dapat memulai untuk beroperasi di seluruh bagian Indonesia.

DANA dihadirkan dengan konsepsi sebagai suatu *platform* terbuka, yang dimana DANA dapat digunakan dengan berbagai *platform* lainnya yang melibatkan berbagai bentuk metode pembayaran misalnya seperti, dalam bentuk saldo online, *voucher*, kartu

debit maupun kartu kredit. DANA juga dapat dipergunakan dalam berbagai transaksi untuk sektor layanan sosial, layanan publik, pendidikan, bahkan transaksi dengan para pedagang lainnya. Selain itu, dompet digital DANA juga dapat digunakan untuk melakukan berbagai pembayaran bulanan mengenai kebutuhan rumah tangga misalnya seperti, pembayaran listrik, pembayaran air, hingga pembayaran untuk pulsa telepon. Dompet digital DANA juga dapat dipergunakan untuk melakukan pembayaran pada saat berbelanja online, karena DANA telah terdapat di beberapa *platform* seperti Bukalapak, Lazada, TIX ID, dan beberapa *platform* yang lainnya.

Dompet digital DANA juga telah memiliki kerjasama dengan beberapa Bank nasional yang ada di Indonesia, seperti Bank BCA, Bank BNI, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank Permata, Bank Sinarmas, Panin Bank, dan juga CIMB Niaga. Selain itu pula, dompet digital DANA juga telah melakukan kerjasama dengan beberapa *merchant* untuk memudahkan dan membuat lebih praktis terhadap para masyarakat pada saat melakukan suatu transaksi. Beberapa *merchant* yang telah bekerjasama dengan DANA adalah transaksi pada Cinema XXI, BPJS Kesehatan, Alfamart, Ramayana, KFC, dan masih banyak lagi *merchant* yang lainnya. Bahkan, dompet digital DANA juga dapat digunakan untuk pembayaran pada beberapa usaha mikro dari mulai usaha mikro kecil, hingga usaha mikro yang menengah (UMKM). Dompet digital DANA memiliki visi untuk dapat menjadikan seluruh pelaku kegiatan ekonomi di Indonesia semakin produktif dan juga berdaya saing yang tinggi sehingga, ekonomi di Indonesia dapat berkembang secara signifikan. Serta, terdapat misi pada dompet digital DANA yaitu sebagai suatu platform yang dapat menjadi solusi untuk semua jenis transaksi secara digital atau non tunai, baik secara online maupun offline.

Saat ini, DANA telah menyediakan fasilitas untuk fitur QRIS atau QR code yang dimana para pelanggan hanya perlu membuka aplikasi DANA, lalu memilih pilihan “*pay*” yang juga terdapat logo kode QR tersebut. Dan setelah itu, para pelanggan hanya perlu memperlihatkan kode QR yang ada pada ponsel pribadinya untuk di *scan* dengan mesin POS milik DANA. Kemudian, aplikasi akan meminta verifikasi melalui PIN pada ponsel pelanggan, dan di tahap ini pembayaran telah selesai dilakukan. Dengan metode pembayaran seperti pada DANA ini, membuat transaksi yang dilakukan oleh para pelanggan lebih praktis dan cepat karena, dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik saja. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat perusahaan lebih mudah untuk menjangkau para pelanggannya. Seperti pada perusahaan dompet digital

DANA yang telah mengikuti perkembangan teknologi dengan memberikan kemudahan kepada para pelanggan pada saat melakukan suatu transaksi yaitu dengan menggunakan uang non tunai atau *cashless*.

Selain dengan hal itu, DANA juga berusaha memberikan pelayanan yang paling terbaik kepada para pelanggannya agar terus meningkatkan loyalitas pelanggan dan dapat meningkatkan citra dari perusahaan DANA tersebut. Dengan pemanfaatan pelayanan secara online yang dilakukan oleh *customer service* PT. VADS Indonesia dalam project DANA, peran dari pelayanan online dalam sebuah perusahaan untuk menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggannya akan selalu terjaga karena, kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para konsumen atau pelanggan tersebut yang akan selalu terjalin dan dapat mempertahankan loyalitas dari konsumen atau pelanggan tersebut. Pelayanan online *customer service* pada dompet digital DANA diserahkan kepada PT. VADS Indonesia untuk dapat dikelola. Dalam hal ini, DANA hanya memberikan SOP untuk pelayanan online *customer service* lalu, menyerahkan secara keseluruhan kegiatan pelayanan online tersebut kepada PT. VADS Indonesia. Perusahaan PT. VADS Indonesia itu sendiri, telah dipercaya oleh banyak perusahaan untuk melakukan kerjasama dalam hal menyediakan jasa layanan kepada suatu perusahaan, salah satunya adalah menyediakan jasa layanan terhadap kegiatan pelayanan online pada dompet digital DANA yang terjalin dengan baik hingga saat ini.

BAB III

TEMUAN Dan PEMBAHASAN

A. TEMUAN

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan dan juga mendeskripsikan mengenai data-data yang telah didapatkan dari narasumber dalam penelitian ini yang berjudul “*Analisis Pelayanan Online Customer Service Pada PT. VADS Indonesia (Studi Kasus Project Dompot Digital DANA)*”. Hasil dari data tersebut didapatkan melalui teknik wawancara secara daring atau online dengan narasumber yang bersangkutan. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dengan demikian data-data yang telah diperoleh dapat disederhanakan hingga mudah untuk dipahami dengan melihat fakta dan juga realita yang ada di lapangan.

Narasumber pada penelitian ini adalah divisi CEC Social Media atau *Customer Service* yang bekerja dalam pelayanan social media pada project DANA, divisi tersebut bekerja dalam hal melayani pelanggan dan hingga memberikan informasi kepada para pelanggan DANA. Dan juga narasumber selanjutnya adalah divisi CAM atau *Client Account Management*, yang dimana pada divisi tersebut memiliki ikatan antara klien dan juga *customer service*. Karena, dalam divisi tersebut dituntut untuk membina relasi dengan para klien dan juga harus dapat bekerjasama dengan tim lainnya untuk menyiapkan strategi, presentasi serta promosi untuk penjualan. Selain itu, divisi ini juga dituntut untuk dapat menangani komunikasi dengan para klien, menyusun laporan klien, serta mampu untuk mengkomunikasikan agenda yang ditetapkan oleh klien ke tim yang bersangkutan. Divisi CAM merupakan sebagai jembatan antara klien dengan PT. VADS Indonesia. Maka dari itu, kedua narasumber dari PT. VADS Indonesia dalam project DANA tersebut memiliki hubungan yang dapat memberikan informasi secara jelas dan detail mengenai pelayanan online *customer service* dalam perusahaan tersebut. Lalu, terdapat juga tiga narasumber pengguna aplikasi dompet digital DANA untuk menjadi data pembanding dari hasil wawancara dengan pihak DANA itu sendiri. Dan setelah melakukan wawancara secara daring, peneliti menemukan hasil penelitian yang uraikan secara jelas dan juga detail pada bab ini.

Tabel 3.1 Tabel Penelitian

NO.	NAMA	JABATAN	TANGGAL WAWANCARA
1.	Febriana Prastiwi	CEC Sosial Media (<i>Customer Service Social Media</i>) pada PT. VADS Indonesia dalam Project DANA	14 November 2020, 09 Januari 2021, dan 30 Januari 2021
2.	Muhammad Ridho O.M.	<i>Client Account Management</i> (CAM) pada PT. VADS Indonesia	25 November 2020, 11 Januari 2021, dan 30 Januari 2021
3.	Deity Agnescya	Pengguna Aplikasi DANA	28 Maret 2021
4.	Nindia Adissya	Pengguna Aplikasi DANA	28 Maret 2021
5.	Alya Khusna Afifah	Pengguna Aplikasi DANA	28 Maret 2021 dan 03 April 2021

a. Prosedur Customer Service

Customer service adalah suatu bidang pekerjaan yang dapat dikerjakan oleh seseorang maupun tim yang berlandaskan dengan suatu prosedur, sistem, serta metode tertentu yang telah menjadi aturan atau pedoman dalam suatu perusahaan yang dilakukan oleh *customer service*. Selain itu, *customer service* juga harus mampu memberikan pelayanan terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para pelanggan maupun konsumennya. Dijelaskan pula secara singkat bahwa pengertian dari *customer service* adalah suatu usaha pelayanan untuk dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen dan juga para pelanggan. Seorang *customer service* juga dituntut untuk mampu melayani komplain dan juga keluhan-keluhan yang dialami oleh para pelanggan maupun konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan prosedur, sistem, dan metode yang telah diatur oleh perusahaan. Seperti pada PT. VADS Indonesia di salah satu projectnya dengan dompet digital Indonesia atau DANA yang telah menetapkan tentang prosedur, sistem, dan metode tertentu yang menjadi aturan dalam perusahaannya untuk dilakukan oleh seorang *customer service* dalam menjalankan pekerjaannya.

Pada PT. VADS Indonesia di dalam project DANA, seorang *customer service* juga memiliki prosedur dalam melaksanakan pekerjaannya, agar pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen dapat tersampaikan dengan baik. Sehingga, tujuan dari perusahaan dapat tercapai dan pelanggan pun akan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh *customer service* pada para pelanggan di perusahaan tersebut. Memberikan pelayanan dengan baik, memberikan solusi dari setiap permasalahan pelanggan, tidak mengabaikan apa yang dikeluhkan oleh pelanggan, dan juga tidak memberikan janji yang tidak pasti adalah prosedur utama yang harus dijalankan oleh seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Prosedur customer service dalam melayani pelanggan adalah menjawab dan memberikan solusi dengan mendengarkan dan memperhatikan setiap detail baik keluhan dan kebutuhan mereka, tidak mengabaikan pertanyaan dan membuat janji yang tidak pasti” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 14 November 2020)

Hal tersebut pun selaras dengan penjelasan narasumber lainnya yang juga mengungkapkan bahwa prosedur dari seorang *customer service* harus memiliki pelayanan yang prima dan optimal untuk dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat, karena sejatinya pelanggan adalah suatu hal yang sangat penting dalam dunia *customer service* atau biasa disebut dengan *customer service oriented* sehingga hal tersebut yang menjadikan kepuasan seorang pelanggan adalah tujuan utama dari kegiatan *customer service*. Dijelaskan pula di dalam PT. VADS Indonesia di dalam project DANA, seorang *customer service* ditetapkan prosedur dan juga beberapa target yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan dari perusahaan. PT. VADS Indonesia pada project DANA, telah memiliki beberapa channel seperti, Facebook, Instagram, Twitter, Email, WhatsApp, dan juga Inbound untuk memberikan pelayanan kepada para pelanggannya. Prosedur *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, terjadi dalam channel-channel tersebut yang dimana para pelanggan akan menghubungi agent *customer service* dalam bentuk tiket dan akan masuk ke sebuah sistem dalam perusahaan melalui Zendesk yang merupakan suatu alat untuk pelayanan secara online kepada para pelanggan DANA dan kemudian setelah itu, para agent-agent *customer service* dapat melakukan pelayanan kepada para pelanggan sesuai kebutuhan pelanggan tersebut. Untuk prosedur pelayanan dalam inbound akan dilakukan secara live. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Adapun PT. VADS Indonesia mempunyai beberapa channel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Seperti proyek yang saya pegang, kita mempunyai beberapa channel seperti, social media (FB, IG, twitter dan Playstore), Email, WhatsApp dan Inbound. Seperti yg diketahui, pelanggan merupakan sesuatu yg penting bagi dunia customer service atau bisa dibilang customer service oriented. Pelayanan yg prima dibutuhkan setiap agent-agent CS untuk bisa menangani dan memberikan informasi yang cepat dan akurat. Prosedur itu sendiri, di proyek saya terjadi melalui channel-channel tersebut. Jadi, customer menghubungi kami via channel diatas dalam berbentuk tiket dan masuk ke sistem kami melalui Zendesk ini adalah sebutan alat E-CRM untuk DANA yang akan dibagikan ke agent-agent kecuali inbound. Untuk inbound sendiri, customer akan diterima langsung dan ditangani secara live. Agent-agent akan melakukan handling/penanganan sesuai case yg masuk dengan target respon time 6 menit untuk social media, 1 jam untuk email dan 3 menit untuk Whatsapp. Adapun waktu penanganan yg ditargetkan untuk inbound adalah selama 4 menit dan whatsapp selama 15 menit” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 25 November 2020).

b. Fungsi Customer Service

Customer service perlu selalu memperhatikan dan menjaga kualitas kegiatannya dengan baik, karena *customer service* segala sesuatunya difokuskan terhadap suatu proses. Selain itu, *customer service* juga harus mampu memberikan segala sesuatu yang terbaik dari apa yang menjadi kebutuhan para pelanggannya agar tujuan dari *customer service* itu sendiri dapat terlaksana dengan semestinya. Pada dasarnya terdapat sebanyak lima fungsi dari *customer service*. Namun peneliti menemukan beberapa fungsi yang hanya dijalankan oleh PT. VADS Indonesia pada salah satu projectnya yaitu bersama DANA. Setelah melakukan wawancara dengan narasumber dari perusahaan tersebut, peneliti melihat dengan detail tentang bagaimana fungsi yang dijalankan oleh *customer service* dalam menjalankan project dengan DANA. Pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, *customer service* menjalankan fungsi-fungsinya yaitu sebagai resepsionis, sebagai salesman, sebagai *customer relation officer* (CRO), dan sebagai komunikator.

Kegiatan pelayanan *customer service* di setiap perusahaan tentunya memiliki fungsi yang berbeda-beda antara perusahaan satu dengan yang lainnya sesuai dengan standar yang diberlakukan dalam perusahaan masing-masing. Pada PT. VADS Indonesia di dalam menjalankan project DANA, *customer service* berfungsi sebagai **resepsionis** yang dimana pada hal ini *customer service* berfungsi untuk menerima pelanggan DANA dengan baik untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Pada fungsi sebagai resepsionis, *customer service* yang menjalankan project DANA pada PT. VADS Indonesia dituntut untuk dapat

memberikan salam hangat yang baik kepada para pelanggannya melalui media sosial yang digunakan.

Selain itu pula, pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA, *customer service* juga berfungsi sebagai **salesman** yang dimana pada fungsi ini *customer service* yang bertugas pada project DANA tersebut, dituntut untuk dapat menjual dan juga memasarkan produk-produk melalui media sosial maupun website untuk menarik para pelanggannya agar berkeinginan untuk menggunakan produk tersebut. Pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, *customer service* juga berfungsi sebagai **customer relation officer** yang dimana *customer service* harus dapat mempertahankan para pelanggan DANA yang sudah ada, serta harus mampu menjaga loyalitas para pelanggan tersebut terhadap perusahaan DANA. Dan pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA, *customer service* juga berfungsi sebagai **komunikator** yang dimana dapat menampung berbagai macam permasalahan yang dialami oleh para pelanggan DANA. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

*“Sebagai **Receptionist**, customer service dikatakan sama dengan receptionist yang dituntut untuk memberikan salam kepada pelanggan melalui sosial media. Customer service juga memiliki peran sebagai **salesman**, yaitu menjual produk dan memasarkan melalui aplikasi, sosial media atau bahkan website agar menarik pelanggan. Customer Service juga bisa dikatakan sebagai **CRO (Customer Relation Officer)** agar bisa mempertahankan pelanggan serta menjaga loyalitas pelanggan dengan perusahaan. Customer service juga bisa dikatakan **komunikator** yang bisa menampung berbagai keluhan masalah pelanggan terhadap produk perusahaan yang kurang menarik di mata pelanggan. Dan dapat menjawab dengan baik pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan. Selain itu, seorang CS juga harus mampu terus membangun komunikasi yang aktif dengan pelanggan. Dan juga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan citra perusahaan di mata pelanggan”* (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 09 Januari 2021).

Penjelasan yang disampaikan oleh narasumber tersebut pun selaras dengan pernyataan yang dijelaskan oleh narasumber lainnya, yaitu *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA berfungsi sebagai **salesman** atau media penjualan, yang dimana dalam fungsi ini seorang *customer service* di dalam project DANA harus mampu melakukan penjualan produk-produk yang tersedia kepada para *customer*. Selain itu dijelaskan pula bahwa *customer service* dalam menjalankan project DANA pada PT. VADS Indonesia sebagian besar berfungsi sebagai **komunikator** yang dimana pada fungsi ini bertugas menjadi media untuk membangun dan juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan pihak-pihak eksternal lainnya. *Customer service* pada PT. VADS Indonesia

dalam menjalankan project DANA juga berfungsi sebagai *Customer Relation Officer (CRO)*, yang bertugas dalam hal menjaga kepercayaan pelanggan maupun klien untuk tetap loyal kepada perusahaan. Hingga fungsi lainnya *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA adalah sebagai data entry, yang dimana *customer service* dalam menjalankan project DANA tersebut bertugas untuk memasukkan data-data informasi dari para pelanggan ke dalam sistem komputer lalu mengirimkan email untuk konfirmasi pada pelanggan. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Ada 4 peranan serta fungsi-fungsinya, yaitu: Sebagai komunikator: Customer Service DANA di PT. VADS Indonesia sebagian besar berperan sebagai media untuk membangun dan memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak eksternal. Dapat dikatakan mewakili perusahaan sebagai jalur kontak utama dari pihak eksternal. Sebagai media penjualan atau salesman: Di PT VADS Indonesia dalam projectnya, Customer Service juga bertugas untuk melakukan penjualan kepada pelanggan terhadap produk yang tersedia dalam perusahaan. Sebagai Customer Relation Officer (CRO): Customer Service di PT. VADS Indonesia pada DANA terkait langsung dengan peran penjaga kepercayaan pelanggan maupun klien dan menjaga citra dari perusahaan. Sebagai data entry: Customer Service DANA di PT. VADS Indonesia juga bertugas memasukan data ke dalam komputer. Ketika pelanggan membuat pesanan, Customer Service memasukkan informasi ke dalam sistem komputer dan mengirimkan email konfirmasi pada pelanggan. Jika pelanggan menelepon karena sebuah masalah, Customer Service adalah memasukkan informasi-informasi gangguan yang diterima dan mencatat situasinya ke dalam file agar lebih mudah untuk menanganinya” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 30 Januari 2021).

c. Sistem Customer Service

Dalam suatu bidang pekerjaan tentunya telah memiliki sistem-sistem tertentu yang dijadikan sebagai landasan dalam menjalankan pekerjaannya tersebut. Suatu sistem dalam perusahaan perlu dilakukan agar meningkatkan efektivitas dan juga efisiensi data-data yang akan didapatkan secara lebih akurat dan jelas. Suatu sistem diperlukan juga untuk menghemat atau meminimalisir biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan oleh PT. VADS Indonesia pada salah satu projectnya yaitu DANA, di dalam bidang *customer service* pada perusahaan tersebut terdapat beberapa sistem-sistem tertentu yang telah diatur dan dibuatkan oleh perusahaan untuk dijalankan oleh para karyawannya dan juga guna mencapai tujuan dari perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar tujuan utama dari perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan berjalan dengan baik dan optimal. Sistem-sistem yang diterapkan pada *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah dengan membangun strategi yang multichannel. Hal ini perlu

dilakukan dalam kegiatan *customer service* karena, dengan adanya strategi yang multi channel tersebut dapat memfokuskan konsistensi dan juga dapat mencapai tujuan dari pelayanan *customer service* yang mengharuskan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan serta memberikan informasi-informasi penting dalam perusahaan yang dapat diakses secara online. Sehingga pelayanan yang dilakukan akan lebih terkoordinasi dan sistematis. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Menurut saya, sistem yang diterapkan oleh customer service pada VADS di project DANA yaitu membuat strategi multi channel karena dengan membangun strategi multi channel harus memahami pelanggan yang biasanya paling banyak interaksi melalui live chat, dan sosial media untuk memfokuskan konsistensi dari layanan customer service, serta memberikan informasi penting yang dapat diakses secara online” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 09 Januari 2021).

Dijelaskan pula oleh narasumber lainnya, bahwa sistem yang terdapat pada PT. VADS Indonesia khususnya di dalam project DANA berdasarkan oleh sistem ISO 27001 *information security* yang dimana dalam hal ini PT. VADS Indonesia juga menerapkan sistem manajemen keamanan informasi (ISMS), yang berfungsi untuk melindungi para klien dan juga melindungi informasi-informasi yang diberikan oleh *customer service*. Selain itu, dengan adanya sistem tersebut juga dapat berfungsi untuk mengelola risiko keamanan informasi secara lebih efektif, lalu berfungsi untuk mencapai kepatuhan perusahaan, dan juga memiliki fungsi untuk mengelola risiko keamanan dan melindungi atau menjaga citra dari perusahaan tersebut. Selain itu, PT. VADS Indonesia telah memiliki sertifikat dari sistem yang digunakannya tersebut. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Sistem yang ada di VADS tentunya berdasarkan dengan ISO 27001 Information Security dimana VADS menerapkan sistem manajemen keamanan informasi (ISMS). Jadi, fungsi dari ISO 27001 yang diterapkan adalah melindungi klien dan informasi karyawan, mengelola risiko keamanan informasi secara efektif, mencapai kepatuhan, melindungi citra merek perusahaan. Tentunya, VADS sudah memperoleh sertifikat ISO 27001 tersebut” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 11 Januari 2021).

Pernyataan yang disampaikan tersebut diatas sesuai dengan keterangan yang terdapat pada web resmi dari PT. VADS Indonesia (www.vads.co.id) yang menjelaskan bahwa, dalam PT. VADS Indonesia akan menyatukan suatu proses, teknologi, dan juga orang-orang untuk dapat mencapai tujuan akhir yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan juga klien. PT. VADS Indonesia juga akan melindungi dan juga menjaga dengan baik suatu kerahasiaan

hingga ketersediaan informasi, serta dapat juga mengendalikan risiko keamanan informasi bagi perusahaan.



VADS adalah solusi satu langkah Anda. Kami menyatukan proses, teknologi, dan orang-orang untuk mencapai tujuan akhir Anda. Kami dapat melindungi dan menjaga kerahasiaan dan ketersediaan informasi serta mengendalikan risiko keamanan informasi bagi perusahaan.

Gambar 3. 1 Tentang PT. VADS Indonesia

Sumber: www.vads.co.id

Pernyataan mengenai sertifikasi keamanan yang telah dicapai oleh PT. VADS Indonesia juga sesuai dengan keterangan yang terdapat pada web resmi dari PT. VADS Indonesia (www.vads.co.id) yang menerangkan bahwa, pada tanggal 22 April 2020 PT. VADS Indonesia telah tersertifikasi pada sistem yang digunakannya yaitu ISO 27001:2013, yang dimana dalam hal tersebut menyatakan bahwa PT. VADS Indonesia telah memenuhi ketentuan-ketentuan dan juga standar untuk dapat mengoperasikan kegiatan pelayanan di dalam bisnisnya terutama dalam hal fasilitas dan juga Operasi Data Center terhadap *Contact Center Service*. Dengan adanya sertifikat pada sistem yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia ini, dapat menjadikan suatu keunggulan yang dimiliki oleh PT. VADS Indonesia. Sehingga dengan demikian, para perusahaan lain pun akan semakin tertarik untuk melakukan kerjasama dengan PT. VADS Indonesia. Seperti pada dompet digital Indonesia atau DANA, yang sejak tahun 2019 telah mempercayai PT. VADS Indonesia untuk dapat mengelola sistem E-CRM pada perusahaannya. Dan hingga kerjasama antara kedua perusahaan tersebut tetap terjalin dengan baik hingga saat ini. Hal ini membuktikan bahwa, PT. VADS Indonesia mampu menerapkannya dan bertanggungjawab atas kegiatan dari E-CRM pada perusahaan tersebut sehingga dapat dijalankan dengan baik.



VADS Indonesia berhasil mendapatkan sertifikasi ISO 27001:2013. Sertifikasi tersebut menunjukkan VADS Indonesia telah memenuhi keseluruhan standar terkait dengan Sistem Manajemen Keamanan Informasi dalam mengoperasikan bisnis terutama dari sisi Fasilitas dan Operasi *Data Center* untuk *Contact Center Services*.

Gambar 3. 2 Sertifikasi Sistem PT. VADS Indoensia

Sumber: www.vads.co.id

d. Metode Customer Service

Selain berlandaskan dengan prosedur dan sistem, kegiatan dari bidang pekerjaan seorang *customer service* juga harus berlandaskan dengan metode-metode tertentu yang telah menjadi aturan juga di suatu perusahaan dalam rangka untuk melayani dengan baik dan juga untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan dalam perusahaan tersebut. Seperti dalam halnya pada PT. VADS Indonesia saat menjalankan project DANA, metode yang diterapkan untuk seorang *customer service* adalah selalu menganalisis apa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya, dengan demikian agent-agent *customer service* yang bekerja pada project DANA tersebut dapat dengan mudah melayani untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya. Selain itu pula, metode dalam mendesain sistem yang ada hingga tahapan dalam penyusunan proses untuk mengetahui informasi-informasi tentang kebutuhan para pelanggan pada perusahaan tersebut. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Metode yang diterapkan dalam VADS untuk DANA, yang pertama seperti analisis kebutuhan pelanggan dengan adanya hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam perusahaan DANA, yang kedua metode dengan desain sistem, tahap penyusunan proses dan memenuhi kebutuhan pelanggan akan produk yang dipasarkan pada perusahaan” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 09 Januari 2021).

Dijelaskan pula oleh narasumber lainnya, bahwa terdapat beberapa metode yang harus dijalankan oleh seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia saat menjalankan project DANA. Metode tersebut seperti dalam merespon panggilan telepon dari para pelanggan, metode yang harus dilakukan adalah tidak menghiraukannya dan merespon secepat mungkin untuk menerima panggilan tersebut karena, dalam hal pelayanan via telepon dilakukan dengan pelayanan secara live. Selain itu, seorang *customer service* yang menjalankan project DANA pada PT. VADS Indonesia juga harus mampu menjadi pendengar yang baik agar dapat menyelesaikan atau mendapatkan solusi dari suatu permasalahan dengan cepat dan tepat, PT. VADS Indonesia di dalam project DANA juga melakukan metode lainnya seperti, melayani pelanggan dengan memberikan ketulusan, melayani pelanggan dengan melakukan penanganan yang sangat ekstra kepada para pelanggan agar pelanggan tersebut merasa puas, hingga tidak memberikan harapan yang palsu pada saat melayani pelanggan yang menjadi metode juga dalam menjalankan pekerjaan seorang *customer service* dalam menjalankan project DANA di perusahaan tersebut. Dengan hal demikian maka hubungan perusahaan dan pelanggan akan berjalan dengan baik, hingga metode lainnya adalah memberikan hal yang lebih kepada para pelanggan agar pelanggan tersebut merasa nyaman dalam pelayanan di perusahaan tersebut. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Banyak metode yang diterapkan di PT VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA, Ada 8 metode yang diterapkan pada PT VADS Indonesia di saat melayani pelanggan DANA, yaitu:

- 1. Respon Panggilan Telepon dari Pelanggan dengan Secepat Mungkin: Ketika kita mendapatkan telepon dari pelanggan, pastikan bahwa kita tidak menghiraukan telepon tersebut atau bermalas-malasan untuk mengangkatnya.*
- 2. Menjadi Pendengar yang Baik untuk Pelanggan Kita: Para pendengar yang baik cenderung mengerti suatu permasalahan lebih akurat dibandingkan mereka yang mendengarkan hanya untuk menjawab.*
- 3. Pastikan Kita Menangani Pengaduan Pelanggan dengan Solusi yang Cepat dan Tepat: Kita perlu merespon panggilan telepon pelanggan dengan secepat mungkin, mendengarkan keluhan mereka dengan baik dan seksama dan menangani segala pengaduan yang mereka berikan dengan solusi yang cepat dan tepat.*
- 4. Jangan Memberi Harapan Palsu kepada Pelanggan: Salah satu masalah besar yang dimiliki customer service adalah suka menjanjikan banyak hal kepada pelanggan, namun sebenarnya mereka tidak bisa menepatinya.*

5. *Harus Layani Pelanggan dengan Bermurah Hati dan Bersikap Tulus.*
6. *Perlakukan Staf Kita dengan Sebaik Mungkin.*
7. *Lakukan Penanganan Ekstra untuk Para Pelanggan.*
8. *Berikan Sesuatu Hal yang lebih kepada Pelanggan” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 11 Januari 2021).*

e. Keluhan Pelanggan Dompot Digital DANA

Tugas dari seorang *customer service* ialah melayani dengan sepenuh hati apapun yang diperlukan juga dibutuhkan oleh para pelanggannya. Pelayanan tersebut dapat berupa pertanyaan, kritik, maupun keluhan bahkan komplain yang disampaikan oleh para pelanggan. Seorang *customer service* harus mampu menangani hal tersebut dari para pelanggannya dengan sangat baik sesuai dengan aturan yang ditetapkan dari perusahaannya. Pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA, terdapat beberapa keluhan atau komplain yang sering diberikan oleh para pelanggannya seperti, banyaknya penipuan yang mengatasnamakan perusahaan sehingga banyak dari para pelanggan yang tertipu akan hal tersebut. Selain itu, keluhan yang sering terjadi di PT. VADS Indonesia pada project DANA adalah menumpuknya pertanyaan-pertanyaan dari para pelanggan DANA itu sendiri, sehingga mengakibatkan para pelanggan harus menunggu sedikit lama terhadap *feedback* yang akan didapatkannya. Selain itu, terdapat pula keluhan mengenai para pelanggan yang mengalami kesulitan pada saat bertransaksi melalui Bank pada aplikasi DANA. Keluhan selanjutnya yang sering terjadi adalah komplain dari para pelanggan DANA yang tidak mendapatkan *cashback* menarik setelah melakukan suatu transaksi. Adapun keluhan mengenai jaringan terhadap sistem aplikasi yang lambat. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Complaint maupun keluhan yang sering terjadi oleh customer yang paling banyak hingga saat ini, yaitu penipuan yang menggunakan nama perusahaan, transaksi yang sulit pada aplikasi DANA melalui Bank, tidak dapat cashback yang menarik. Ada juga permasalahan tentang pertanyaan yang menumpuk sehingga pelanggan menunggu lama untuk mendapatkan feedback, serta jaringan terhadap aplikasi yang lemot” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 14 November 2020).

Pernyataan tersebut pun selaras dengan penjelasan yang diberikan oleh narasumber lainnya mengenai komplain atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggan dan sering terjadi pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah banyaknya komplain atau keluhan mengenai perubahan nomor telepon para pelanggan akibat sudah tidak aktifnya nomor telepon tersebut yang dapat menghilangkan saldo milik pelanggan DANA. Selain itu

pula, keluhan yang sering terjadi pada pelanggan DANA yaitu FRAUD atau penipuan yang mengatasnamakan perusahaan DANA yang telah melakukan kerjasama dengan PT. VADS Indonesia. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Komplain atau keluhan tertinggi setiap bulannya berkaitan dengan ubah nomor telepon karena nomor telepon customer sudah tidak aktif dan hilang. Juga terkait FRAUD atau penipuan yg mengatasnamakan perusahaan DANA yang bekerjasama dengan kami” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 25 November 2020).

Dari pernyataan yang disampaikan oleh pihak DANA tersebut memang benar terdapat beberapa keluhan yang dialami oleh para pengguna DANA. Dikatakan oleh salah satu narasumber pengguna aplikasi dompet digital DANA yang menerangkan bahwa, terdapat sedikit keluhan yang dirasakan oleh narasumber mengenai jaringan terhadap aplikasi DANA. Narasumber pengguna DANA tersebut juga mengatakan bahwa, ketika membuka aplikasi DANA terkadang memerlukan waktu sekitar 10 detik untuk membuka beranda pada aplikasi tersebut. Hal ini menurut narasumber merupakan waktu yang cukup lama untuk membuka suatu aplikasi. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Kalo keluhan yang gimana-gimana sih gak pernah, masih oke aja sampe sekarang. Paling ini sih, kayak waktu mau buka aplikasi agak lemot sedikit gitu. Jadi ketika mengklik aplikasi DANA untuk mencapai beranda memerlukan waktu yang lama sekitar 10 detik yang mana itu termasuk sedikit agak lama” (hasil wawancara dengan Deity Agnescya, 28 Maret 2021).

Selanjutnya dijelaskan pula oleh narasumber pengguna DANA lainnya bahwa, terjadi keluhan yang dialami oleh narasumber pada saat ingin melakukan transfer. Pada saat bertransaksi terdapat kendala yaitu tidak dapat terkirimnya transaksi tersebut. Selain itu, narasumber juga sempat mendapatkan pesan yang mengatasnamakan perusahaan DANA. Namun, narasumber langsung mengkonfirmasi mengenai pesan tersebut ke pihak DANA yang kemudian juga direspon dengan cepat oleh pihak DANA dan mengatakan bahwa pesan tersebut adalah penipuan. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Kendala atau keluhan itu waktu saya mau transfer, dimana sempat tersendat dan tidak terkirim untuk beberapa jam. Namun hal tersebut dapat teratasi dengan baik kok oleh pihak DANA nya. Pernah juga saya mendapatkan pesan yang mengatasnamakan perusahaan DANA, untungnya aja waktu itu saya konfirmasi dulu ke pihak DANA. Kebetulan juga direspon sangat cepat dan dikasih tau kalo itu ternyata penipuan” (hasil wawancara dengan Nindia Adissya, 28 Maret 2021).

Lalu dikatakan oleh pengguna aplikasi DANA selanjutnya yang juga sempat mengalami keluhan pada saat melakukan transaksi dengan aplikasi DANA. Keluhan yang terjadi pada narasumber yaitu, pada saat narasumber melakukan suatu pembayaran dan telah terlihat bahwa saldo yang dimiliki oleh narasumber tersebut telah terpotong namun, narasumber mendapatkan notifikasi bahwa pembayaran yang dilakukannya itu tidak berhasil. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Untuk keluhan sih saya biasanya kan kalo saya isi pulsa atau isi paket data itu kan melalui aplikasi di telkomsel, nah biasanya saya juga top up itu melalui DANA. Pada saat itu ada kendala waktu saya udah bayar melalui DANA dan saldo saya sudah kepotong tapi ternyata di aplikasi telkomsel tersebut ada notifikasi pembayaran belum berhasil tapi saldo saya udah kepotong” (hasil wawancara dengan Alya Khusna Afifah, 28 Maret 2021).

f. Indikator Kepuasan Pelanggan

Seorang *customer service* juga turut dituntut untuk memenuhi apa saja yang dibutuhkan oleh para pelanggan atau konsumennya agar mereka merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Untuk itu, perlu bagi perusahaan untuk mengetahui tentang hal-hal apa saja yang menjadi penentu kepuasan dari para pelanggannya tersebut. Terdapat pula indikator yang menjadi penanda kepuasan dari konsumen atau pelanggan yang terdapat di PT. VADS Indonesia pada project DANA. Indikator untuk kepuasan konsumen atau pelanggan pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah mengenai kepuasan akan kualitas produk atau jasa layanan yang tersedia di perusahaan tersebut. Dijelaskan pula, bahwa dengan adanya pelayanan yang baik dan ramah maka akan menjadikan rasa kepuasan dari para konsumen atau pelanggan dan dengan hal demikian pula, perusahaan akan mampu mempertahankan dan juga meningkatkan konsumen yang dapat dijadikan pelanggan tetap untuk perusahaannya tersebut. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Indikatornya kepuasan konsumen maupun pelanggan, seperti kepuasan atas kualitas produk atau jasa, kualitas pelayanan customer service. Karena dengan indikator tersebut, perusahaan kami dapat mempertahankan dan meningkatkan konsumen menjadi pelanggan tetap dan konsumen akan senang apabila pelayanannya ramah” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 14 November 2020).

Selain itu, dijelaskan secara rinci oleh narasumber lainnya mengenai indikator kepuasan pelanggan yang terdapat pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project

DANA. Narasumber menyatakan bahwa indikator dari kepuasan pelanggan atau konsumen pada PT. VADS Indonesia saat menjalankan project DANA adalah membuat target yang disebutkan dengan istilah CSAT (*Customer Satisfaction*) yang ditetapkan sebesar 80%. Narasumber menjelaskan juga bahwa, perhitungan dalam indikator tersebut dihitung dari jumlah rating *good* atau *bad* yang diberikan oleh *customer* DANA setelah diberikan pelayanan oleh para agent-agent *customer service* yang bekerja pada project DANA tersebut. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Adapun indikator kepuasan, kami diberikan target yang disebut CSAT (customer satisfaction) sebesar 80%. Dimana perhitungannya adalah (jumlah tiket yang dengan rating GOOD)/(jumlah tiket dengan rating BAD + jumlah tiket dengan rating BAD). Adapun yg dimaksud dengan tiket rating GOOD, jadi setelah penanganan yang diberikan oleh agent sudah selesai, maka akan ada pilihan GOOD atau BAD untuk menilai CS dari customer” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 25 November 2020).

Dari pernyataan yang disampaikan oleh pihak DANA tersebut juga dirasakan oleh para pengguna aplikasi DANA. Salah satu narasumber pengguna aplikasi DANA mengatakan bahwa, cukup puas terhadap respon dan juga pelayanan yang diberikan oleh pihak DANA mengenai permasalahan yang dialaminya. Narasumber juga menjelaskan bahwa, pada dompet digital lain pelayanannya tidak lebih cepat dari pelayanan yang diberikan oleh pihak DANA. Pernyataan tersebut disampaikan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Tentunya puas ya, karna respon dan pelayanan dari mereka tanggap sehingga masalah dapat cepat terselesaikan dengan baik. Karna saya pernah mengalami waktu itu di dompet digital lainnya, nah saya ada keluhan kemudian saya DM melalui twitter namun saya tunggu sampai 1x24 jam ternyata belum mendapatkan respon dari admin twitter dompet digital tersebut” (hasil wawancara dengan Alya Khusna Afifah, 28 Maret 2021).

Namun narasumber tersebut juga mengatakan bahwa, narasumber merasakan cukup kecewa dengan pelayanan DANA disaat ini. Karena narasumber merasa bahwa, pada masa pandemi seperti saat ini respon dari pihak DANA menjadi cukup lama dan mengharuskan para pelanggan untuk menunggu lama dari komplain yang disampaikan. Narasumber juga mengatakan bahwa hal ini dapat dijadikan kritik untuk layanan dari DANA agar tetap menjalankan kewajibannya untuk melayani dengan baik dan optimal kepada para pelanggannya agar dapat tetap setia untuk menggunakan DANA. Pernyataan tersebut disampaikan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Jujur aja yang tadinya saya puas akan pelayanannya tapi untuk permasalahan yang sekarang ini saya cukup kecewa dengan penanganan yang dilakukan. Responnya lama banget saya harus nunggu lama untuk dapet respon dari DANA. Mungkin ini karna masa pandemi yang mungkin aja kapasitas karyawan berkurang dan komplain dari pelanggan banyak jadinya gak optimal pelayanannya. Walaupun udah sempat direspon tapi gak ada kejelasan lagi. Mungkin ini bisa jadi kritik untuk pelayanannya DANA ya, supaya tetap melakukan pelayanan yang baik buat pelanggan, kan supaya para pelanggan tetep mau pake DANA juga kan” (hasil wawancara dengan Alya Khusna Afifah, 03 April 2021).

Selanjutnya dikatakan pula oleh pengguna DANA bahwa, pelayanan yang diberikan oleh pihak DANA disampaikan dengan cukup ramah. Narasumber juga merasakan puas terhadap pelayanan yang cepat tanggap mengenai kendala yang dialaminya. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA: *“Puas karena kendala yang saya alami langsung diatasi dengan cepat. Pelayanannya juga yang diberikan cukup ramah” (hasil wawancara dengan Nindia Adissya, 28 Maret 2021).*

Lalu narasumber pengguna DANA lainnya juga menjelaskan bahwa, dikarenakan narasumber tersebut tidak pernah melakukan komplain kepada pihak DANA. Namun, narasumber melihat pelayanan pihak DANA dari sosial media yang dimiliki oleh DANA. Menurut narasumber, pelayanannya sangat dilakukan dengan cukup baik. Dikatakan pula, jika narasumber mengalami suatu permasalahan dengan aplikasi DANA dan direspon dengan baik, pastinya narasumber tersebut juga merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak DANA. pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Karna saya pribadi tidak pernah ada keluhan dan saya juga tidak pernah melakukan komplain tadi. Tapi kalo liat dari respon mereka yang saya liat tadi lewat sosmednya DANA itu sangat oke ya. Jika saya ada keluhan dan direspon seperti itu pastinya sangat puas dan senang gitu sih, jadi nyaman gitu kan” (hasil wawancara dengan Deity Agnescya, 28 Maret 2021).

g. Pelayanan Online Customer Service

Dalam menjalankan pelayanan online peran dari media sosial sangat penting. Karena, pelayanan secara online merupakan suatu kegiatan yang berlandaskan media elektronik dan media sosial merupakan penghubung antara perusahaan dengan para pelanggannya tersebut. Pada pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA, media sosial juga merupakan salah satu untuk tempat yang dapat melihat *feedback* baik atau buruknya pelayanan perusahaan dari para pelanggan DANA. Dan di dalam media

sosial yang tersedia di PT. VADS Indonesia dalam project DANA tersebut dikelola dengan sebaik-baiknya sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu, dalam media sosial tersebut juga terdapat berbagai macam bentuk promosi terhadap produk-produk perusahaan yang dapat menarik perhatian para pelanggan. Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Ya, sosial media sangat penting bagi perusahaan. Karena memberikan feedback baik atau buruknya bagi perusahaan untuk mengetahui sudut pandang konsumen kami. Cara pengelolaannya, menanggapi komentar dengan bijak, posting produk perusahaan secara teratur agar menarik konsumen” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 14 November 2020).

Selaras dengan penjelasan yang dikatakan oleh narasumber lainnya, bahwa dalam media sosial yang terdapat pada PT. VADS Indonesia dengan project DANA, dikelola untuk melakukan kegiatan pelayanan online *customer service* dalam hal promosi kepada para pelanggan DANA. Dan dalam media sosial tersebut dikelola dengan pendekatan konsistensi aksesibilitas. Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Social media dikelola untuk mengetahui nilai perusahaan dari pelanggan. Dalam medsos terlihat mengenai keluhan, serta keinginan para pelanggan untuk perusahaan. Adapun pengelolaannya, menggunakan pendekatan konsistensi dan aksesibilitas” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 30 Januari 2021).

Dalam melakukan setiap pekerjaan di suatu perusahaan tentunya telah memiliki ketentuan-ketentuan khusus yang harus dilakukan oleh setiap karyawannya agar suatu pekerjaan itu sendiri dapat dilakukan sesuai dengan standar perusahaan dan juga untuk memenuhi tujuan dari perusahaan tersebut. Di PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam melakukan pelayanan *customer service* secara online telah ditetapkan pula SOP atau Standar Operasional Prosedur yang harus dipatuhi oleh seorang *customer service*. Hal tersebut dilakukan untuk menjadi panduan atau arahan oleh seorang *customer service* dalam melakukan pekerjaannya pada saat melayani pelanggan DANA hingga permasalahan dari pelanggan tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Setiap customer service manapun dalam melakukan E-CRM pasti memiliki SOP masing-masing sesuai dengan produk yang mereka miliki, dan SOP tersebut hanya sebagai panduan mengarahkan customer service dalam menyelesaikan keluhan customer agar sesuai dengan prosedur agar keluhan terselesaikan dengan baik.

Contoh, dalam hal customer ingin menggunakan fitur tertentu dalam suatu produk yang dijual oleh perusahaan tersebut, misalnya pada aplikasi DANA. Untuk mempermudah dan menjadikan rasa percaya antara customer dengan perusahaan harus ada tanda data seperti, customer harus terdaftar sebagai member, maka customer harus mendaftar terlebih dahulu. Setelah customer mendaftar, maka perusahaan baru bisa memberikan pelayanan yang terbaik” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 14 November 2020).

Dan dijelaskan pula, bahwa dalam melakukan kegiatan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia di project DANA terdapat ketentuan khusus lainnya untuk mempermudah seorang *customer service* pada saat melakukan kegiatan pelayanan dalam kasus melayani pelanggan DANA yang memberikan *hard complain*. Para agent *customer service* akan dibantu oleh *team leader* untuk menenangkan pelanggan DANA tersebut hingga permasalahannya terselesaikan dengan baik. Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Ada, seperti customer sudah hard complain dan melebihi batasan penanganan, Team Leader akan membantu atau membackup agent tersebut untuk menenangkan customer sehingga menimbulkan rasa tenang untuk customer” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 25 November 2020).

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber, peneliti menemukan strategi-strategi khusus yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam menjalankan pelayanan online pada perusahaannya. Strategi yang digunakan pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah dengan menawarkan produk-produk yang dapat menarik perhatian para pelanggan, memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan, hingga memberikan *reward* maupun keuntungan-keuntungan lainnya kepada para pelanggan atau klien yang telah setia kepada perusahaan. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Cara mempertahankannya, menawarkan produk yang menarik kepada pelanggan, melakukan pelayanan terbaik sesuai aturan perusahaan, melakukan follow up pada saat produk tersebut sudah diberikan kepada pelanggan, memberikan keuntungan kepada pelanggan dan klien yang setia” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 09 Januari 2021).

Selanjutnya pernyataan yang sebelumnya dijelaskan oleh narasumber *customer service* DANA, selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber pihak DANA lainnya bahwa, strategi yang digunakan oleh pelayanan online *customer service* di PT.

VADS Indonesia pada project DANA dalam mempertahankan para pelanggan agar selalu memberikan keuntungan kepada perusahaan adalah dengan mempromosikan produk dan juga jasa yang ada dalam perusahaan untuk menarik para pelanggan. Selain itu strategi yang digunakan pula adalah memberikan pelayanan terbaik, cepat, dan juga akurat hingga selalu menjaga keamanan informasi *customer* atau para pelanggan maupun klien. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Tentunya memberikan pelayanan yang baik, cepat dan akurat. Guna menjadi efisiensi klien dan tentunya menjaga informasi security baik customer maupun klien. Menawarkan produk dan jasa perusahaan untuk terus menarik pelanggan” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 11 Januari 2021).

Dalam melakukan pelayanan *customer service* secara online, PT. VADS Indonesia pada project DANA melakukan kegiatan operasional dari mekanisme pelayanan dengan memberikan informasi-informasi penting yang berkaitan dengan tempat, produk, promosi, dan juga harga yang ditawarkan. Operasional pada mekanisme penjualan yang dilakukan oleh pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah dengan menyediakan berbagai macam informasi yang penting untuk para pelanggan setelah para pelanggan tersebut melakukan pembelian dalam aplikasi serta memberikan informasi mengenai ketersediaan produk kepada para pelanggan. Dan operasional pada mekanisme pemasaran yang dilakukan dalam pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah dengan melakukan interaksi antara para pelanggan untuk dapat mencapai tujuan dari perusahaan. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Dalam mekanisme pelayanan, memberikan informasi yang berkaitan dengan tempat, produk, promosi. Dalam mekanisme penjualan, memberikan informasi kepada pelanggan sesaat setelah melakukan order dan mempermudah penjualan untuk menginformasikan ketersediaan produk kepada pelanggan, dan mekanisme pemasaran, interaksi antar pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 09 Januari 2021).

Dijelaskan pula oleh narasumber selanjutnya, dalam pernyataan kali ini narasumber tidak dapat menjelaskan secara detail mengenai pertanyaan yang peneliti ajukan. Namun, narasumber ini menjelaskan secara garis besar mengenai operasional yang dilakukan oleh pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam mekanisme pelayanan yang dilakukannya adalah seperti para *customer* yang menghubungi via telepon akan segera ditangani untuk dilakukan *handling* sesuai dengan *case* yang

disampaikan dengan maksimal 4 menit penanganan, sedangkan para *customer* yang menghubungi melalui digital akan ditangani langsung dengan *response time* 6 menit dengan menggunakan sosial media, dan 4 menit dengan menggunakan aplikasi WhatsApp, serta 60 menit untuk penanganan menggunakan email. Dalam *inbound*, jika telah menyelesaikan suatu penanganan, maka *customer service* melakukan pencatatan untuk dimasukkan ke dalam Zendesk yang merupakan alat pelayanan online *customer service* untuk project DANA. Selain itu, dalam pelayanan online secara otomatis terekam dalam Zendesk karena dapat langsung ditangani dalam alat Zendesk tersebut. Lalu dijelaskan pula, jika dalam melakukan pelayanan *customer service* mengalami kesulitan atau kendala maka, para *customer service* tersebut dapat melakukan hold untuk pelayanan pada *inbound*. Dalam hal ini, batasan *hold time* yaitu maksimal selama 1 menit. Narasumber juga menjelaskan bahwa mekanisme pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA juga memiliki target perhari, yaitu seorang *customer service* digital mendapat target 75 keluhan per hari dalam email dan 100 keluhan per hari di *social media* maupun *WhatsApp*. Hal itu telah sesuai dengan KPI (*key performance indicator*) yang diberikan klien yaitu DANA kepada PT VADS Indonesia. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Untuk hal tersebut masuk ke dalam wilayah BD (Business and Development) jadi saya tidak bisa menjelaskan secara detail. Namun, secara garis besar mekanisme pelayanan yg dilakukan di PT. VADS Indonesia pada project DANA, ada beberapa mekanisme: Customer yg komplain menghubungi melalui telepon atau digital (Social Media, WA atau Email), customer yang menghubungi via telepon akan langsung ditangani oleh customer service, dan dilakukan handling case sesuai dengan case disampaikan dengan maksimal 4 menit penanganan (KPI Target), untuk customer yang menghubungi via digital, juga ditangani langsung oleh customer service dengan response time 6 menit (social media), 4 menit (whatsapp) dan 60 menit untuk email, untuk inbound, selesai penanganan, maka customer service melakukan pencatatan untuk dimasukkan ke dalam Zendesk, lalu untuk digital, secara otomatis terekam dalam Zendesk karena langsung di handling pada Zendesk tersebut, apabila dalam penanganan customer service mengalami kendala, para customer service bisa melakukan Hold (untuk inbound) dan eskalasi ke tim terkait atau team leader. Untuk batasan hold time maksimal 1 menit, untuk target perhari, customer service digital mendapat target 75 keluhan per hari (email) dan 100 keluhan per hari (socmed/WA). Itu sesuai KPI (key performance indicator) yang diberikan ke klien ke PT VADS Indonesia” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 11 Januari 2021).

Pada kegiatan pelayanan online *customer service*, data-data para pelanggan perlu diketahui dan didapatkan oleh suatu perusahaan untuk tujuan yang strategis. Untuk itu, perlu adanya cara khusus yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat menumbuhkan rasa

kepercayaan pelanggan kepada perusahaan agar mendapatkan data-data dari para pelanggannya tersebut. Pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA, cara yang dilakukan dalam pelayanan online *customer service* tersebut adalah dengan melakukan penjualan produk hingga melakukan pelayanan yang terbaik secara online, lalu memberikan perizinan dalam menyebarkan informasi-informasi, gambar-gambar, hingga video-video untuk dapat memasarkan produk-produk perusahaan agar dapat memikat para konsumen atau pelanggan. Selain itu, memperkuat hubungan dengan para pelanggan dengan menyediakan suatu alamat email kepada para pelanggan sebagai tanda umpan balik kepada perusahaan. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber 1, yaitu seorang *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Menjual produk atau layanan langsung secara online, memberikan perizinan, seperti informasi, gambar, video untuk memasarkan produk agar memikat pelanggan, dan memperkuat hubungan pelanggan, seperti menyediakan suatu alamat email bagi pelanggan untuk memberi umpan balik pada perusahaan” (hasil wawancara dengan Febriana Prastiwi, 09 Januari 2021).

Lalu dijelaskan pula oleh narasumber selanjutnya bahwa, dalam pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia di project DANA, untuk mendapatkan data dari pelanggan dalam tujuan yang strategis adalah dengan cara memanfaatkan database *customer* dengan menggunakan database pada alat Zendesk yang digunakan dalam project DANA. Database para pelanggan tersebut adalah kunci untuk memahami dan memenuhi apa saja yang sedang dibutuhkan oleh para pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Dengan adanya Zendesk yang digunakan oleh DANA di PT. VADS Indonesia tersebut, maka kegiatan pelayanan online *customer service* akan lebih mudah untuk mengelola dan juga membangun hubungan yang lebih baik dengan para pelanggannya dan juga meningkatkan penjualan hingga lebih mudah untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 2, yaitu seorang *client account management* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA:

“Ada beberapa alat yang digunakan PT. VADS Indonesia, salah satunya Zendesk ini merupakan alat untuk DANA. Database pelanggan merupakan kunci untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan bantuan Zendesk, VADS dapat mengelola dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan DANA dan meningkatkan sales serta mengembangkan bisnis” (hasil wawancara dengan Muhammad Ridho O.M., 11 Januari 2021).

h. Pengalaman Pelanggan DANA

Disampaikan oleh para pengguna aplikasi DANA, salah satu dari narasumber pengguna DANA mengatakan bahwa, saat narasumber terdapat keluhan yang disampaikan

melalui instagram milik DANA, kemudian pihak dari DANA tersebut merespon sangat baik dan cepat tanggap. Keluhan atau kendala yang disampaikan oleh narasumber tersebut dapat terselesaikan hanya dengan beberapa jam saja. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Saya pernah menyampaikan keluhan saya itu melalui instagram via @dana.id. Pelayanan untuk customer menurut saya sangat cepat dan tanggap banget sih. Sehingga kendala yang waktu itu saya alami bisa teratasi hanya dalam beberapa jam aja” (hasil wawancara dengan Nindia Adissya, 28 Maret 2021).

Hal serupa juga turut disampaikan oleh narasumber pengguna DANA selanjutnya yang menjelaskan bahwa pada saat narasumber melakukan komplain mengenai keluhan yang dirasakan melalui email DANA, respon dari pihak DANA juga sangat baik. Narasumber mengatakan bahwa setelah menceritakan secara detail mengenai kronologis permasalahan yang dialami pada aplikasi DANA, kemudian pihak dari DANA sangat merespon dengan cepat dan saldo narasumber yang sebelumnya hilang telah dikembalikan secara utuh. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Ya tentunya saya langsung menceritakan kronologis keluhan saya melalui email DANA waktu itu. Tentunya respon yang mereka berikan baik ya. Jadi saya setelah menceritakan kronologisnya saya berikan screenshot bahwa ada saldo saya udah kepotong, pokoknya saya menceritakan kronologis secara rinci kemudian direspon baik dan cukup cepat oleh pihak dana dan kemudian saldo saya dikembalikan utuh” (hasil wawancara dengan Alya Khusna Afifah, 28 Maret 2021).

Namun dikatakan pula oleh narasumber tersebut bahwa, ketika narasumber melakukan komplain untuk kedua kalinya, respon dari pihak DANA tidak cukup baik bagi narasumber. Menurut narasumber, respon dari pihak DANA di permasalahan yang dialaminya pada saat itu cukup lama dan tidak tanggap. Dijelaskan oleh narasumber bahwa, komplain yang disampaikan olehnya tidak langsung direspon oleh pihak DANA dan mengharuskan narasumber untuk menunggu respon tersebut hingga berhari-hari. Hal ini tentu cukup mengecewakan narasumber kepada pelayanan dari pihak DANA. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Baru beberapa hari ini saya ada masalah lagi pada saat pake DANA. Yaudah akhirnya saya komplain lagi untuk yang kedua kalinya. Pertama kali saya komplain melalui pelayanan di WA-nya DANA. Disitu saya dapet pesan otomatis kalo antrian dari pelayanannya lagi penuh. Akhirnya saya komplain juga lewat twitter milik DANA dan ternyata juga engga langsung direspon sama DANA. Kemudian saya komplain juga ke DM Instagram dari DANA, dan baru direspon beberapa hari setelah saya komplain. Tapi juga belum ada kelanjutan dari pihak DANA sampe sekarang ini. Jujur sih agak kecewa sama pelayanannya DANA sekarang” (hasil wawancara dengan Alya Khusna Afifah, 03 April 2021).

Selanjutnya dijelaskan oleh pengguna DANA lainnya bahwa, narasumber belum pernah melakukan komplain kepada pihak DANA. Akan tetapi, narasumber melihat dari sosial media Instagram yang digunakan oleh DANA pada saat melayani para pelanggannya. Menurut narasumber, pihak DANA sangat merespon dengan baik dan ramah juga *fast respon* pada saat ada keluhan yang terjadi pada para pelanggannya. Menurut narasumber hal tersebut memang sudah menjadi aturan yang perlu dilakukan oleh para karyawan DANA, dan narasumber juga mengatakan bahwa aturan tersebut telah dilakukan dengan cukup baik oleh para karyawan DANA jika melihat dari pelayanan pada sosial media tersebut. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital DANA:

“Saya sih gak pernah komplain karna gak ada permasalahan selama pake DANA ini. Karena gak ada permasalahan yang serius yang sampe merugikan saya selama saya gunain DANA. Balik lagi karna saya belum pernah komplain jadi ya saya kurang tau gimana mereka merespon komplain tersebut. Cuman pernah saya liat dari beberapa sosial media DANA misalnya di Instagramnya, para pihak DANA tersebut terlihat fast respon dan juga ramah terhadap keluhan dari pelanggannya ya. Mungkin itu memang sudah aturan dari perusahaan DANA yang mesti dipatuhi sama para karyawannya pada saat melayani pengguna seperti kami ini sih ya. Dan aturan itu ternyata benar dilakukan dengan baik oleh para karyawan dari DANA jika saya liat dari sosmed tersebut ya” (hasil wawancara dengan Deity Agnescya, 28 Maret 2021).



B. PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian dan telah menemukan hasil dari penelitian tersebut yang diuraikan pada bab sebelumnya. Pada bab ini, peneliti akan membahas dan juga menganalisis terkait dengan hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan.

i. Analisis Customer Service

Menurut teori *customer service* yang didefinisikan oleh Moenir (2008) bahwa, *customer service* merupakan suatu bidang pekerjaan yang berlandaskan dengan suatu prosedur, sistem, juga metode yang menjadi aturan tertentu dan telah ditetapkan oleh perusahaan untuk memenuhi kepentingan para pelanggan mengenai hak-hak yang diinginkannya. Berdasarkan dari definisi tersebut, terdapat tiga poin penting bahwa, di PT. VADS Indonesia pada project DANA *customer service* dalam menjalankan pelayanan secara online telah memiliki landasan berupa prosedur, sistem, dan juga metode yang telah menjadi aturan atau ketentuan dalam menjalankan kegiatannya.

Prosedur *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA terjadi di beberapa channel seperti social media Email, WhatsApp, Twitter, Instagram, dan lain-lain. Pada social media tersebut para pelanggan akan menghubungi *customer service* dalam bentuk tiket dan kemudian secara otomatis dimasukkan ke dalam suatu sistem atau alat berupa Zendesk yang merupakan alat pelayanan online untuk project DANA di PT. VADS Indonesia. Prosedur yang perlu dilakukan oleh para *customer service* dalam hal tersebut adalah memberikan pelayanan yang prima dan optimal kepada para pelanggan hingga memenuhi apapun kebutuhan dari pelanggan di social media yang digunakannya sesuai dengan ketentuan batas waktu yang telah ditetapkan oleh standar *Key Performance Indicator*. Berdasarkan dari pernyataan yang disampaikan oleh pelanggan DANA, sebagian besar pelanggan telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* DANA di PT. VADS Indonesia. Namun, terdapat pula pelanggan yang merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan karena, pelanggan mengalami tidak sesuainya dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Terdapat pula metode yang perlu dijalankan oleh *customer service* dalam menjalankan pelayanan online pada PT. VADS Indonesia di project DANA. Beberapa metode tersebut adalah *customer service* perlu menganalisis kebutuhan dari para pelanggannya, selain itu terdapat metode desain sistem, serta metode penyusunan proses yang sudah diketahui bahwa *customer service* difokuskan pada suatu proses. Setiap segala hal yang terjadi dalam proses tersebut sangat diperhatikan dan juga dijaga dengan baik

kualitasnya. Dengan melakukan metode tersebut, dipercaya dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya. Selain itu, terdapat pula delapan metode yang perlu dilakukan oleh *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam melayani para pelanggannya. Dari delapan metode tersebut, *customer service* dituntut untuk melakukan pelayanan yang terbaik, cepat, dan juga mengutamakan para pelanggannya. Namun berdasarkan dari data yang disampaikan oleh narasumber pengguna dompet digital DANA, pelayanan yang diberikan oleh *customer service* pada project DANA di PT. VADS Indonesia belum berjalan sesuai metode secara merata dan maksimal. Dikarenakan, masih terdapat pelanggan yang tidak dilayani dengan *fast response* sesuai dengan metode yang dikatakan oleh pihak DANA. Seharusnya, *customer service* DANA pada PT. VADS Indonesia dapat mengoptimalkan pelayanannya secara konsisten kepada seluruh pelanggan. Karena, seorang *customer service* ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan melalui pelayanan yang diberikannya (Kasmir, 2005:310).

Jika dilihat dari pernyataan yang disampaikan oleh pihak DANA bahwa, seorang *customer service* harus mampu melayani dengan optimal dan *fast response* kepada para pelanggannya. Akan tetapi, terdapat keluhan dari pelanggan mengenai respon yang cukup lama terhadap permasalahan yang dialami oleh pelanggan tersebut. Namun, terdapat pula narasumber pengguna DANA lainnya yang mengakui bahwa pelayanan dari *customer service* DANA sudah cukup baik karena, permasalahan yang dialami narasumber tersebut terselesaikan dengan baik. Hal ini dapat dikatakan bahwa, metode dan juga prosedur yang telah dijelaskan sebelumnya dalam perusahaan tersebut belum terlaksana dengan maksimal. Seharusnya dengan adanya ketentuan dari prosedur yang mengharuskan adanya pelayanan secara optimal dan metode-metode yang telah ditetapkan tersebut, perusahaan harus tetap dapat menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanannya. PT. VADS Indonesia pada project DANA juga telah menetapkan indikator untuk target kepuasan para pelanggannya. Melayani dengan baik merupakan indikator yang perlu dicapai oleh *customer service* pada perusahaan tersebut. Jika dilihat dari pernyataan yang disampaikan oleh pelanggan dompet digital DANA, *customer service* belum sepenuhnya mencapai indikator yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Karena, masih terdapat pelanggan yang belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak DANA. Untuk itu, *customer service* DANA di PT. VADS Indonesia perlu memaksimalkan pelayanan online yang diberikan kepada para pelanggannya untuk mencapai indikator kepuasan pelanggan yang telah ditetapkan. Dan jika indikator tersebut dapat dicapai dengan baik maka, perusahaan akan mempertahankan dan meningkatkan pelanggan yang merasa nyaman dengan pelayanan dari *customer service*.

Adapun sistem untuk membuat strategi multichannel yang diterapkan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA. Berdasarkan dengan temuan yang peneliti dapatkan, dengan adanya sistem tersebut para *customer service* dapat dengan mudah memahami para pelanggannya untuk memfokuskan konsistensi dari layanan yang diberikan. Dengan adanya sistem tersebut pula dapat memberikan layanan informasi kepada para pelanggan yang dapat diakses secara online. Selain itu, terdapat sistem manajemen keamanan informasi (ISMS) berdasarkan dengan ISO 27001 *information security* yang telah memiliki sertifikat sejak 22 April 2020 dan juga telah digunakan oleh PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA. Dengan adanya sistem tersebut difungsikan untuk melindungi citra dari perusahaan, melindungi klien dan informasi karyawan, serta dapat mengelola risiko keamanan informasi bagi perusahaan. Hal tersebut pun juga memiliki kesesuaian terhadap temuan yang ditemukan oleh peneliti pada keterangan yang tertera pada website PT. VADS Indonesia (www.vads.co.id). Selain itu, adanya sistem tersebut juga dapat menjamin keamanan data-data penting yang terdapat dalam E-CRM sehingga tidak terjadi kebocoran data. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, PT. VADS Indonesia dalam project DANA telah memenuhi standar untuk dapat mengoperasikan kegiatan pelayanan dalam perusahaannya terutama pada *Contact Center Service*.

Menurut Kasmir (2005), terdapat beberapa fungsi dan tugas dari seorang *customer service* yang juga telah diterapkan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA. Menurut temuan penelitian terdapat fungsi dari *customer service* pada PT. VADS Indonesia di project DANA yang berfungsi sebagai *Receptionist* yang bertugas untuk memberikan salam terbaik kepada para pelanggannya pada saat melakukan pelayanan online. Fungsi ini perlu dijalankan karena, *customer service* diharuskan untuk memberikan kenyamanan kepada para pelanggannya. Selain itu, *customer service* DANA pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA juga difungsikan sebagai *Salesman* yang bertugas untuk menjual dan memasarkan produk perusahaan dari sosial media yang digunakan. Hal ini berguna untuk menarik perhatian para pelanggan akan produk-produk yang terdapat pada perusahaan. Lalu, terdapat fungsi sebagai *Customer Relation Officer (CRO)* yang ditugaskan kepada *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA untuk mempertahankan citra perusahaan dan juga mempertahankan loyalitas pelanggan hingga menjaga kepercayaan dari para klien salah satunya adalah DANA. Selanjutnya, menjalankan fungsi sebagai Komunikator yang menuntut *customer service* pada PT. VADS Indonesia di project DANA untuk dapat membangun dan memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak eksternal. Karena, *customer service* diibaratkan sebagai suatu jembatan yang dapat menghubungkan

perusahaan dengan pihak-pihak eksternal yang mengharuskan mereka melakukan komunikasi yang baik agar memberikan keuntungan untuk perusahaan.

j. Analisis Pelayanan Online *Customer Service*

Menurut Francis Buttle, *Customer Relationship Management* adalah suatu kegiatan dalam berbisnis yang berpusat untuk melayani para pelanggan di perusahaan (Buttle, 2004:3). Di PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam menjalankan pelayanan online *customer service*, penerapan yang dilakukan untuk pelayanan online *customer service* adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, cepat, dan juga akurat dan berstrategi sesuai dengan SOP dari perusahaan. Lalu, pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam menerapkan otomatisasi pelayanan online *customer service* yaitu berpusat pada Zendesk yang merupakan alat dari kegiatan pelayanan online *customer service* pada perusahaan tersebut. Pelayanan dalam Zendesk dilakukan sesuai dengan target dan batas waktu yang telah ditentukan oleh *Key Performance Indicator* yang diberikan oleh klien DANA kepada PT. VADS Indonesia. Dikatakan oleh narasumber *customer service* bahwa, dalam hal mempermudah dan membuat rasa percaya antara pelanggan terhadap perusahaan, para pelanggan tersebut harus memiliki tanda data. Dalam hal tersebut berarti, para pelanggan harus terdaftar terlebih dahulu dan menjadi member dalam aplikasi DANA. Setelah itu, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai kebutuhan para pelanggan. PT. VADS Indonesia pada project DANA juga memanfaatkan database dalam Zendesk yang dapat dijadikan kunci untuk memahami dan juga memenuhi kebutuhan dari para pelanggan DANA. Dengan diterapkannya hal ini, membuat perusahaan dengan mudah untuk mengelola dan juga membangun hubungan dengan para pelanggan DANA sehingga dapat membantu untuk mengembangkan bisnisnya.

Dengan adanya pelayanan online yang diterapkan oleh PT. VADS Indonesia dalam project DANA, dapat membantu perkembangan untuk perusahaan karena, sistem tersebut mampu memberikan pelayanan dan juga informasi yang dapat diakses secara online oleh para pelanggannya dengan biaya yang minim. Jika dilihat dari penelitian terdahulu yang ditulis oleh Hani Murdiati, Nana Darna, dan Kasman dengan judul penelitian “*Analisis Penggunaan Model E-CRM Pada Perusahaan Smartfren Kota Tasikmalaya (Suatu Studi Pada Distributor Smartfren Utama Jaya Cellular Tasikmalaya)*” terdapat perbedaan mengenai pelayanan online dari kedua perusahaan tersebut. Pada perusahaan Smartfren, pelayanan online hanya terdapat pada aplikasi MySmartfren saja. Dalam aplikasi tersebut para pengguna MySmartfren dapat menyatakan keluhan dan juga kritiknya kepada

perusahaan yang kemudian akan ditangani oleh pihak perusahaan. Sedangkan dalam pelayanan online yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia untuk project DANA adalah terdapat pada Zendesk yang dimana alat tersebut dapat digunakan di beberapa social media yang digunakan oleh DANA. Walaupun DANA memiliki beberapa social media untuk dapat digunakan oleh para pelanggan sebagai tempat berinteraksi dengan perusahaan tetapi, agent *customer service* melakukan pelayanan hanya dalam alat Zendesk tersebut saja. Para pelanggan yang menyampaikan segala permasalahan atau keluhannya akan berubah menjadi suatu tiket dan juga akan disebar kepada agent *customer service* dalam Zendesk dan kemudian mereka dapat melakukan pelayanan dalam alat tersebut. Dengan demikian, para pelanggan DANA tetap dapat menyampaikan keluhan, kritik atau permasalahan yang dialaminya kedalam beberapa social media yang digunakan DANA tersebut. Hal ini dapat menjadi keunggulan untuk alat Zendesk yang digunakan oleh DANA karena, dengan menyediakan pelayanan di beberapa social media tersebut, para pelanggan dapat memilih dimana mereka ingin menyampaikan permasalahannya sesuai dengan social media yang dimiliki dari pelanggan tersebut. Dan jika dalam salah satu dari social media tersebut pelanggan tidak mendapatkan respon dari pihak DANA maka, pelanggan dapat menyampaikan permasalahannya di social media lain yang tersedia sehingga, pelanggan akan lebih cepat mendapatkan pelayanan dibandingkan hanya menggunakan satu aplikasi saja. Hal ini juga dapat memperkuat hubungan antara para pelanggan DANA dengan perusahaan.

k. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu awal pengenalan dalam berbagai macam aspek-aspek yang secara teratur dapat merumuskan semua strategi yang ada dalam perusahaan (Rangkuti, 2006:18). Pada penerapan pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA, dilakukan segala pelayanan untuk para pelanggan seperti penanganan keluhan pelanggan, penyelesaian permasalahan yang terjadi pada pelanggan, hingga pemberian informasi untuk para pelanggan. Dari pelayanan online yang dilakukan oleh *customer service* PT. VADS Indonesia pada project DANA pun memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan kegiatannya. Berdasarkan dengan hasil temuan dan pembahasan yang telah peneliti jabarkan, hal ini dapat dikategorikan kedalam analisis SWOT yang dapat mempengaruhi kinerja serta segala kegiatan yang berhubungan dengan

pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. faktor-faktor tersebut yaitu:

Table 4. 1 Analisis SWOT E-CRM PT. VADS Indonesia Pada Project DANA

<p><i>Strength</i> (Kekuatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Kapabilitas para agent <i>customer service</i> pada saat melayani pelanggan. ● Pelayanan online pada alat Zendesk dapat dilakukan dalam beberapa social media yang dimiliki DANA.
<p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Pelayanan yang diberikan belum merata. ● Pemberian <i>reward</i> kepada para pelanggan setia dompet digital DANA belum merata.
<p><i>Opportunity</i> (Peluang)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Memberikan pelayanan yang stabil. ● Memanfaatkan alat Zendesk dengan maksimal.
<p><i>Threat</i> (Ancaman)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Pelanggan akan meninggalkan perusahaan jika tidak nyaman dan tidak puas atas pelayanan yang diberikan. ● Banyak kasus penipuan yang dapat merugikan pelanggan.

1. *Strength* (Kekuatan)

a. Kapabilitas para agent *customer service*.

Kemampuan para agent *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA cukup baik. Karena, berdasarkan pengalaman yang disampaikan oleh narasumber pengguna aplikasi DANA pada saat menyampaikan keluhannya di salah satu sosial media yang digunakan oleh DANA, narasumber tersebut mendapatkan respon yang baik dan ramah dari *customer service* yang melayaninya pada saat itu. Pelayanan yang diberikan juga cukup cepat sehingga permasalahan yang dialami oleh narasumber terselesaikan dengan baik. Narasumber pengguna aplikasi DANA tersebut juga mengatakan cukup puas dan senang atas pelayanan yang telah diberikannya tersebut. Hal ini tentu menjadi keunggulan atau kekuatan yang dimiliki oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam menjalankan pelayanan online *customer service*. Karena, pelanggan merupakan hal terpenting dari berkembangnya suatu perusahaan. Jika

pelanggan merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan. Maka, pelanggan akan tetap setia dan percaya dengan perusahaan. Pelanggan juga akan melakukan pembelian secara berulang-ulang, serta dapat memberikan keuntungan lainnya kepada perusahaan.

- b. Pelayanan online pada alat Zendesk dapat dilakukan dalam beberapa social media yang dimiliki DANA.

Pelayanan online di PT. VADS Indonesia pada project DANA, dapat dilakukan dalam Zendesk yang di dalamnya ada beberapa social media yang juga digunakan oleh perusahaan DANA, seperti Instagram, Twitter, Email, WhatsApp, hingga inbound atau layanan *call center* yang dapat dimanfaatkan oleh para pelanggan untuk menyampaikan keluhan, komplain, kritik, maupun saran terhadap perusahaan. Dengan menyediakan fasilitas pelayanan di beberapa social media yang digunakannya ini dapat menjadikan keunggulan atau kekuatan untuk perusahaan DANA karena, para pelanggan akan dengan mudah menyampaikan segala permasalahannya dengan menggunakan sosial media yang dimilikinya. Hal ini juga dapat meningkatkan hubungan antara para pengguna DANA dengan perusahaan. Dalam penelitian yang ditulis oleh Alisya Putri Rabbani, Andry Alamsyah, dan Sri Widiyanesty dengan judul “*Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: GoPay, OVO, dan LinkAja)*”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa, dompet digital LinkAja memiliki keunggulan dalam hal performansi properti jaringan dibandingkan dengan dompet digital OVO dan GoPay. Dijelaskan pula pada penelitian tersebut bahwa, walaupun user dalam social media twitter dari dompet digital OVO lebih banyak dibandingkan dengan user dompet digital LinkAja tetapi, interaksi yang lebih aktif terdapat pada dompet digital LinkAja. Dan jika dibandingkan dengan social media twitter yang digunakan oleh dompet digital DANA, terdapat lebih banyak lagi interaksi aktif dibandingkan dengan dompet digital LinkAja. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya *tweets* yang terdapat pada social media twitter DANA yaitu sebanyak 95.9k *tweets*. Sedangkan terdapat 75.7k *tweets* yang terdapat pada social media twitter pada LinkAja. Hal ini dapat dikatakan bahwa, para user atau *customer service* pada dompet digital DANA dalam social media twitter

lebih interaktif dibandingkan dari dompet digital yang lainnya.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Pelayanan yang diberikan belum merata.

Walaupun pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA dirasa oleh sebagian pelanggan sudah cukup baik. Namun, terdapat pengguna aplikasi DANA lainnya yang merasa pelayanan yang diberikan oleh *customer service* tidak begitu maksimal. Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber pengguna aplikasi DANA bahwa, narasumber merasakan pelayanan yang diberikan tidak responsif terhadap permasalahan dan keluhannya. Narasumber telah menyampaikan keluhannya di social media yang digunakan oleh perusahaan DANA yang disediakan untuk melayani para pelanggannya. Namun pada saat itu, narasumber tidak langsung mendapatkan respon dari pihak DANA, dan mengharuskan narasumber menunggu respon hingga beberapa hari tetapi, tetap saja tidak mendapatkan kejelasan. Hal ini dapat menjadi kekurangan untuk pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia di project DANA saat ini. Karena, seharusnya perusahaan mampu menjaga kualitas pelayanannya dengan baik agar tidak mengecewakan seluruh para pelanggannya.

- b. Pemberian *reward* kepada para pelanggan setia dompet digital DANA belum merata.

Berdasarkan dari pernyataan yang disampaikan oleh pengguna DANA yang telah 2 tahun menggunakan aplikasi tersebut tetapi belum mendapatkan *reward* apapun dari perusahaan, yang dimana hal tersebut telah disampaikan oleh pihak DANA bahwa akan memberikan *reward* kepada para pelanggan setianya. Hal ini merupakan kelemahan untuk DANA karena, pembagian *reward* tersebut belum merata diberikan kepada pelanggan setianya. Hal ini juga perlu dilakukan agar dompet digital DANA mampu bersaing dengan aplikasi yang lainnya. Dengan adanya keunggulan yang telah dimiliki oleh DANA, kemudian memberikan *reward* kepada para pelanggan setia DANA dapat membuat para pelanggan semakin senang menggunakan dompet digital DANA.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Memberikan pelayanan yang stabil.

Berdasarkan dari data yang didapatkan oleh narasumber pengguna DANA telah diketahui bahwa, masih terdapat pelanggan yang merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Narasumber tersebut telah melakukan dua kali pengaduan kepada perusahaan DANA namun, pada saat melakukan pengaduan yang kedua kalinya, narasumber tersebut tidak mendapatkan pelayanan yang baik seperti sebelumnya. Dalam hal ini berarti, pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada dompet digital DANA belum dilakukan dengan stabil. Dengan diterapkannya pelayanan yang baik akan membuat pelanggan menjadi nyaman dan dapat bertahan dalam menggunakan produk perusahaan, yang dimana hal tersebut memberikan keuntungan untuk perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan oleh dompet digital DANA karena, untuk menjadi dompet digital nomor satu di Indonesia sangat membutuhkan pelayanan yang stabil agar tidak ada lagi pelanggan yang kecewa dan menyebabkan pelanggan tersebut beralih menggunakan dompet digital yang lainnya.

- b. Memanfaatkan alat Zendesk dengan maksimal.

Seperti yang sudah diketahui bahwa, zendesk merupakan alat yang digunakan oleh PT. VADS Indonesia dalam project DANA untuk pelayanan online *customer service*. Maka dalam hal tersebut para agent *customer service* perlu memanfaatkan alat Zendesk tersebut dengan maksimal. Seperti dalam hal menangani keluhan pelanggan yang perlu ditangani dengan cepat sesuai standar waktu yang telah ditetapkan dalam *key performance indicator*. Suatu pelayanan dalam perusahaan sangat perlu dilakukan dengan baik karena berdasarkan dari penjelasan oleh Alford dan Sherell (1996) dalam Hardi (2021) yang mengatakan bahwa, suatu kinerja layanan dapat memberi kepuasan dan juga loyalitas para pelanggan terhadap perusahaan. Dengan memanfaatkan alat Zendesk dengan maksimal maka, pelayanan yang diberikan pastinya juga akan optimal untuk para pelanggannya. Dengan hal tersebut dapat membuat pelanggan menjadi puas dengan pelayanan online *customer service* yang diberikan oleh perusahaan.

4. *Threat (Ancaman)*

- a. Pelanggan akan meninggalkan perusahaan jika tidak nyaman dan tidak puas atas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan online yang dilakukan oleh *customer service* pada PT. VADS Indonesia di project DANA selalu mengusahakan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya. Namun, tidak semua pelanggan merasakan hal baik dan nyaman atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi perusahaan karena, dapat kehilangan pelanggannya.

- b. Banyak kasus penipuan yang dapat merugikan pelanggan.

Seperti yang telah dijelaskan bahwa, salah satu keluhan yang paling sering terjadi pada pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA adalah masalah penipuan. Hal ini dapat menjadi ancaman untuk perusahaan karena, pelanggan akan tidak nyaman dengan permasalahan tersebut jika tidak diatasi dengan baik dan dengan adanya kasus penipuan tersebut juga dapat membuat pelanggan untuk lebih memilih menggunakan dompet digital lainnya karena, merasa tidak aman.

Adapun Faktor pendukung dan penghambat dalam pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, yaitu:

1. Faktor Pendukung

- a. Dengan adanya penerapan pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA, dapat membuat lebih mudah dan juga praktis untuk pihak perusahaan dan juga pelanggan dalam berinteraksi secara online.
- b. Dengan adanya pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA, juga dapat meningkatkan kemajuan untuk para masyarakat dalam berinteraksi secara online.

2. Faktor Penghambat

- a. Dengan adanya pelayanan dalam media online yang dilakukan oleh *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA yang dapat berinteraksi secara online antara perusahaan dan pelanggan namun, hal tersebut dapat membuat komunikasi tidak berjalan dengan baik. Karena, berbicara melalui

media online tersebut terkadang maksud dan tujuan yang ingin disampaikan tidak dapat diterima dengan sepaham oleh para pelanggan. Sehingga, sering terjadi *miss communication* antara para pelanggan dan juga perusahaan.

- b. Banyak terdapat akun-akun palsu yang mengatasnamakan perusahaan DANA, sehingga banyak dari pelanggan yang tertipu dan menganggap itu adalah benar-benar dari perusahaan DANA.

Jika melihat dari penelitian ini, pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA sebagian besar telah sesuai dengan teori-teori yang juga terdapat pada penelitian ini. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil temuan yang peneliti dapatkan kemudian, peneliti kaitkan dengan teori-teori pada penelitian ini yang terdapat kesesuaian dengan apa yang dijalankan oleh pelayanan online pada perusahaan tersebut. Namun, masih terdapat pelanggan yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Seharusnya, pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA dapat dilakukan secara maksimal, stabil, dan juga merata agar tidak ada lagi pelanggan yang kecewa atas pelayanan yang diberikan. Karena, DANA memiliki tujuan untuk menjadi dompet digital nomor satu di Indonesia, untuk itu segala cara perlu dilakukan untuk mengutamakan para pelanggan agar dapat mempertahankan pelanggan tersebut. Diharapkan untuk pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA agar selalu meningkatkan dan juga menjaga kualitas pelayanannya untuk para pelanggan dompet digital DANA. Dan diharapkan pula, untuk selalu berinovasi terhadap kenyamanan para pelanggan atau pengguna dompet digital DANA.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian yang terkait dengan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Pada pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia dalam project DANA memiliki prosedur yang perlu dijalankan oleh para *customer service* pada saat melakukan kegiatan pelayanan online yaitu, segala interaksi antara pelanggan dan pihak DANA dapat dilakukan di beberapa sosial media milik DANA dan kemudian secara otomatis akan dimasukkan kedalam suatu alat yang digunakan oleh DANA pada PT. VADS Indonesia yang disebut dengan Zendesk. Di dalam alat Zendesk tersebut, segala interaksi dan pelayanan dapat dilakukan oleh *customer service* sesuai kebutuhan para pelanggannya yang telah ditetapkan dalam SOP perusahaan. Selain itu dalam melayani pelanggan, *customer service* harus mampu untuk memberikan pelayanan terbaik dan optimal kepada para pelanggan. Dan berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* sudah cukup baik dan para pelanggan pengguna dompet digital DANA sebagian besar sudah merasakan cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak DANA. Namun, pelayanan yang diberikan tersebut belum dilakukan dengan maksimal dan tidak stabil. Karena berdasarkan hasil penelitian pula, terdapat pelanggan pengguna dompet digital DANA yang merasa tidak dilayani dengan baik oleh pihak DANA sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Terdapat kemungkinan hal tersebut terjadi karena, selama pandemi Covid19 terjadi pengurangan kapasitas karyawan yang bekerja di kantor. Dengan demikian, dapat membuat pelayanan yang dilakukan tidak berjalan secara optimal karena, dengan berkurangnya *customer service* berarti pelayanan online yang diberikan akan melambat atau tidak *fast response* sesuai dengan metode yang perlu dilakukan pada saat menjalankan pelayanan online pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA.

Pada PT. VADS Indonesia, telah terdapat sistem manajemen keamanan informasi (ISMS) berdasarkan dengan ISO 27001 *information security*, yang berarti PT. VADS Indonesia dalam project DANA telah memenuhi standar untuk dapat

mengoperasikan kegiatan pelayanannya terutama pada *Contact Center Service*. Pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA, pelayanan yang dilakukan harus sesuai dengan target dan batas waktu yang telah ditentukan oleh *Key Performance Indicator* yang telah diberikan oleh klien DANA kepada PT. VADS Indonesia. Hal tersebut dilakukan agar selalu memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Dalam pelayanan online *customer service*, memiliki ketentuan untuk melayani pelanggan sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan oleh klien DANA kepada PT. VADS Indonesia. Selanjutnya terdapat otomatisasi pelayanan online *customer service* PT. VADS Indonesia dalam project DANA menggunakan alat Zendesk. Dalam alat tersebut, pelanggan akan menyampaikan pengaduan dalam bentuk tiket yang kemudian, secara otomatis akan disebarkan kepada agent *customer service*. Lalu setelah itu, akan dilakukan pelayanan dalam alat tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Perusahaan juga memanfaatkan data-data pelanggan dalam alat Zendesk untuk kepentingan perusahaan dalam hal pelayanan secara online. Karena, untuk dapat dilakukan pelayanan secara online pelanggan harus memiliki tanda data yang telah terdaftar dalam sistem di perusahaan. Dalam hal tersebut, dapat memudahkan *customer service* pada perusahaan untuk membangun hubungan dengan para pelanggannya dan juga mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan terhadap perusahaan.

Adapun faktor pendukung dan faktor penghambat dari pelayanan online yang dilakukan oleh *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Faktor pendukung dari pelayanan online *customer service* PT. VADS Indonesia dalam project DANA yaitu, dengan adanya penerapan pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA, dapat membuat lebih mudah dan juga praktis untuk pihak perusahaan dan juga pelanggan dalam berinteraksi secara online. Serta, dengan adanya pelayanan online *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA, juga dapat meningkatkan kemajuan untuk para masyarakat dalam berinteraksi secara online. Lalu, faktor penghambat dari pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA yaitu, dengan adanya pelayanan dalam media online yang dilakukan oleh *customer service* di PT. VADS Indonesia pada project DANA yang dapat berinteraksi secara online antara perusahaan dan pelanggan namun, hal tersebut dapat membuat komunikasi tidak berjalan dengan baik. Karena, berbicara melalui media online tersebut terkadang

maksud dan tujuan yang ingin disampaikan tidak dapat diterima dengan sepaham oleh para pelanggan. Sehingga, sering terjadi *miss communication* antara para pelanggan dan juga perusahaan. Dan juga yang menjadi faktor penghambatnya adalah banyaknya terdapat akun-akun palsu yang mengatasnamakan perusahaan DANA, sehingga banyak dari pelanggan yang tertipu dan menganggap itu adalah benar-benar dari perusahaan DANA.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan belum sempurna dan banyak memiliki keterbatasan. Data-data yang didapatkan dalam penelitian ini memiliki keterbatasan karena, peneliti memiliki kendala pada saat pengambilan data yang dilakukan secara online akibat pandemi Covid19. Dan penelitian ini hanya berfokus pada pelayanan online *customer service* dari dompet digital DANA saja, tidak ada data pembandingan dari penerapan E-CRM yang dilakukan oleh dompet digital lainnya.

C. Saran

a. Untuk Pelayanan Online *Customer Service* Pada PT. VADS Indonesia

1. Diharapkan pelayanan online *customer service* pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA dapat dilakukan lebih maksimal, merata dan stabil lagi agar tidak ada pelanggan yang merasa dikecewakan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga, pelanggan akan tetap merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh DANA.
2. Diharapkan perusahaan mampu mengetahui dengan pasti terhadap pelanggan yang setia menggunakan aplikasi dompet digital DANA, dan dapat memberikan *reward* kepada pelanggan tersebut sesuai pernyataan yang disampaikan oleh narasumber. Hal tersebut dapat dilakukan agar loyalitas dari pelanggan tetap terjaga yang akan memberikan keuntungan lebih untuk perusahaan.
3. Diharapkan pelayanan online *customer service* PT. VADS Indonesia dalam dompet digital DANA mampu untuk selalu berinovasi pada pelayanan online untuk para pelanggannya.

b. Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Disarankan dan juga diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya dengan tema yang sejenis dapat memperluas data-data mengenai pelayanan online dan dapat menggunakan metode yang berbeda, sehingga dapat dilakukan analisis yang mendalam terkait penelitian tersebut.
2. Diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya tidak hanya berfokus pada pelayanan online di satu perusahaan dompet digital saja, namun dapat membandingkan dengan penerapan pelayanan online di perusahaan dompet digital yang lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU & E-BOOK

- Anggito, Albi & Johan Setiawan, S.Pd (2018) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak. (URL: https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=59V8DwAAOBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:3v9zzStyQFYJ:scholar.google.com/&ots=5GivwBiuJp&sig=VGjig5874I9tCH2z0rR8H6453oo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false Tanggal akses 23 Juni 2020).
- Lam, Y.C. Aris (2013). *The Influence of Internet-Based Customer Relationship Management on Customer Loyalty*. *Marketing Research*, 9 (4): 419-433.
- Pearce II, John A & Robinson, JR., Richard B. (2008) *Manajemen Strategis- Formulasi, Implementasi, Dan Pengendalian, Edisi 10 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat. (URL: <https://books.google.co.id/books?id=GopP6S9Mt8QC&pg=PA200&dq=Analisis+swot&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjDueXrr5nqAhWXaCsKHdY6DZ4Q6AEILDAB#v=onepage&q=Analisis%20swot&f=false> Tanggal akses 25 Juni 2020).
- Pendi, Pepen (2020) *Sukses Menjadi Pramugari*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. (URL: https://books.google.co.id/books?id=WA_kDwAAOBAJ&pg=PA310&dq=pengertian+customer+service+menurut+para+ahli&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiF-_zAjzsaAhXIANIKHeqA_4Q6AEwAHoECAMQAO#v=onepage&q=pengertian%20customer%20service%20menurut%20para%20ahli&f=false Tanggal akses 29 September 2020).
- Rangkuti, Freddy (2006) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (URL: https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=UHV8Z2SE57EC&oi=fnd&pg=PR9&dq=info:Vk-SbQgapsIJ:scholar.google.com/&ots=PuPOt3rJRJ&sig=N-L6c5OdudBPRLHx38-mAJ-_1ZM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false Tanggal akses 20 Maret 2020).

Rangkuti, Freddy (2017) *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (URL: <https://books.google.co.id/books?id=7MpGDwAAQBAJ&pg=PA64&dq=pengertian+customer+service+menurut+para+ahli&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiF-zAjozsAhXIANIKHeqtA4Q6AEwAXoECAAQAO#v=onepage&q=pengertian%20customer%20service%20menurut%20para%20ahli&f=false>) Tanggal akses 28 September 2020).

Rangkuti, Freddy (2013) *Customer Service Satisfaction & Call center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (URL: <https://books.google.co.id/books?id=BqBLDwAAQBAJ&pg=PA116&dq=customer+service&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiust-OjIzsAhWYF3IKHZwHC4MQ6AEwAXoECAIQAO#v=onepage&q=customer%20service&f=false>) Tanggal akses 28 September 2020).

Sugiono (2007) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

West, Richard & Lynn H. Turner (2008) *Paradigma Bagaimana Anda Memandang Dunia? Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

JURNAL

Afiyanti, Yati (2008) “Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Kualitatif” *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 12, Nomor 2. (URL: <http://www.jki.ui.ac.id/index.php/jki/article/download/212/465>) Tanggal akses 25 Juni 2020).

Dewi, Muthia (2019) Modul “*Customer Relations Paradigma Pelayanan Terhadap Pelanggan*”

Dewi, Muthia (2019) Modul “*Community Relations*”

- Dj, Yunni Rusmawati (2017) “Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor Di Surabaya”. Jurnal Ekonomi Bisnis Volume XVII Nomor 1.(URL:<https://www.scribd.com/document/480516705/5-Yunni-Rusmawati-Dj-911-923-1> Tanggal akses 09 Mei 2021).
- Fiona, Dinar Rian (2020) “Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Go Pay Di Jabodetabek)”.
(URL:<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/26434/23330> Tanggal akses 20 Juni 2021).
- Gati, Rindri Andewi (2011) “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif”.(URL:https://scholar.google.co.id/scholar?q=metode+penelitian+kuantitatif+dan+kualitatif+sugiyono&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar#d=gs_qabs&u=%23p%3DqMqscIIWSg0J Tanggal akses 25 Juni 2020).
- Hardi, Veronika (2021) “Pengaruh Kinerja Layanan Dan Promosi OVO Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital OVO (Survey Pada Masyarakat Surabaya)”. Jurnal Commercium, Volume 03 Nomor 03.(URL:<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/38070/33647> Tanggal akses 18 April 2021).
- MT, M. Adjie Pangestu & I Made Sukresna (2021) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Walle) OVO Di Kota Semarang)”. Jurnal Managemen Volume 10 Nomor 1.(URL:<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/30911/25377> Tanggal akses 20 Juni 2021).
- Murdiati, Hani; Nana Darna & Kasman (2019) “Analisis Penggunaan Model E-CRM Pada Perusahaan Smartfren Kota Tasikmalaya (Suatu Studi Pada Distributor Smartfren Utama Jaya Cellular Tasikmalaya)” Business Management And Entrepreneur Journal, Volume 1 Nomor

2.(URL:<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/download/2292/2249>

Tanggal akses 18 Maret 2020).

Rabbani, Alisyia Putri; Andry Alamsyah & Sri Widiyanesty (2020) “*Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: GOPAY, OVO, Dan LinkAja)*” Jurnal Mitra Manajemen Volume 4 Nomor 3.(URL:<http://www.e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/352> Tanggal 18 April 2021).

Ramadhan, Ahmad; Fivi Rahmatus Sofiyah (2013) “*Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonald’s Ring Road)*” Jurnal Media Informasi Manajemen Volume 1 Nomor 4.(URL:https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=analisis+SWOT&oq=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dcym_nCznk1wJ Tanggal akses 23 Juni 2020).

Sastika, Widya (2018) “*Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus Pelangga Shopee Di Kota Bandung 2017)*” (URL: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/127/56> Tanggal akses 20 Juni 2021).

Wulandari, Phaureula Artha (2017) “*Analisis SWOT Perkembangan Finansial Teknologi Di Indonesia*” Prosiding Seminar Nasional ASBIS Politeknik Negeri Banjarmasin.(URL:<http://e-prosiding.poliban.ac.id/index.php/asbis/article/download/194/162> Tanggal akses 27 Februari 2021).

THESIS & SKRIPSI

Dewi, Theresia Inggrit Melania (2019) “*Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Go-Pay Pada Aplikasi GO-JEK Di Kota*

Yogyakarta)”.Skripsi.(URL:https://repository.usd.ac.id/35918/2/152214104_full.pdf Tanggal akses 18 April 2021).

Nongo, Theodora (2019) “*Analisa Pelayanan Customers Service PT. Vads Indonesia Cabang Yogyakarta (Studi Kasus Project XL Pascabayar)*”.Skripsi.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia.(URL:<http://eprint.stieww.ac.id/900/1/163115570%20THEODORA%20NONGO%201-3.pdf> Tanggal akses 01 Oktober 2020).

Thahirah, Inas (2019) “*Pengaruh Electronic Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Shopee)*”.Skripsi.Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia.(URL:<http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/78533> Tanggal akses 19 Maret 2020).

INTERNET

Bank Indonesia.2020.Apa Itu Elektronifikasi.(URL:<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx> Tanggal akses 27 Februari 2021).

Bayu, Dimas Jarot.2020.Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Provinsi.(URL:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta> Tanggal akses 12 Februari 2021).

Clinton, Bill.2018.Apa Kelebihan DANA Dibanding Aplikasi Dompot Digital Lain?.(URL:<https://tekno.kompas.com/read/2018/12/06/11560017/apa-kelebihan-dana-dibanding-aplikasi-dompot-digital-lain-?page=all> Tanggal akses 27 Februari 2021).

Tentang DANA.(URL:<https://www.dana.id/about> tanggal akses 27 Februari 2021).

Ismail, Adi Irman.2019.Keluhan Pelayanan Tim DANA Indonesia's Digital Wallet.(URL:<https://www.google.co.id/amp/s/mediakonsumen.com/2019/10/15/sur>

- [at-pembaca/keluhan-pelayanan-tim-dana-indonesias-digital-wallet/amp](https://www.google.co.id/amp/s/pointsgeek.id/aplikasi-dana/) Tanggal akses 27 Februari 2021).
- Laskito, Irfan.2019.5 *Keuntungan Menggunakan Aplikasi DANA.*(URL:<https://www.google.co.id/amp/s/pointsgeek.id/aplikasi-dana/> Tanggal akses 27 Februari 2021).
- Maulana, Rizqi.2018.*Mantan Co-founder INDOMOG Perkenalkan Layanan Pembayaran Open-Platform di Indonesia.*(URL:<https://id.techinasia.com/peluncuran-dana-payment-open-platform> Tanggal akses 27 Februari 2021).
- Nadhifah, Ainun.2018.*Berkenalan Dengan DANA, Startup Yang Hadirkan Masa Depan Pembayaran Digital Di Indonesia.*(URL:<https://id.techinasia.com/dana-dan-masa-depan-pembayaran-digital> Tanggal akses 27 Februari 2021).
- Nugraha, Permana Jati.2020.*Kecewa dengan Aplikasi DANA.*(URL:<https://www.google.co.id/amp/s/mediakonsumen.com/2020/02/12/surat-pembaca/kecewa-dengan-aplikasi-dana/amp> Tanggal akses 27 Februari 2021).
- Patricia, Sharon.2020.*Sepanjang 2020, DANA Bantu 200.000 UMKM Bertransformasi Digital.*(URL:<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/12/04/sepanjang-2020-dana-bantu-200-000-umkm-bertransformasi-digital/> Tanggal 27 Februari 2021).
- PT. VADS Indonesia.(URL:<https://www.vads.co.id/tentang-kami/> Tanggal akses 25 Desember 2020).
- Ramadani, Alisha.2019.*Apa Itu DANA? Fungsi, Keuntungan, Kelebihan, Dan Kekurangan.*(URL:<https://www.sakudigital.com/apa-itu-dana/> Tanggal akses 27 Februari 2021).
- Ramadhani, Gilar.2020.*Dompot Digital Makin Populer Di 2020, Ini Keuntungan Aktif Pakai DANA.*(URL:<https://m.liputan6.com/teknologi/read/4160879/dompot-digital-makin-populer-di-2020-ini-keuntungan-aktif-pakai-dana> Tanggal akses 27 Februari 2021).

Rudy.2019.*Masalah Aplikasi Dompot Dana Telah Diselesaikan dengan Baik.*(URL:<https://www.google.co.id/amp/s/mediakonsumen.com/2019/03/06/surat-pembaca/masalah-aplikasi-dompot-dana-telah-diselesaikan-dengan-baik/amp> Tanggal akses 27 Februari 2021).

Santo.2019.*Transaksi Sesuai Ketentuan, Cashback Aplikasi DANA Tidak Diterima.*(URL:<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4593788/transaksi-sesuai-ketentuan-cashback-aplikasi-dana-tidak-diterima> Tanggal akses 27 Februari 2021).

Umanailo, M Chairul Basrun (2019) “Paradigma Konstruktivisme” (URL:https://www.researchgate.net/publication/336764265_Paradigma_Konstruktivis Tanggal akses 23 Juni 2020).

Walfajri, Maizal.2020.*Mulai Berkembang Tahun 2016, Begini Kondisi Fintech Indonesia Hingga Kuartal II-2020.*(URL:<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kontan.co.id/news/mulai-berkembang-tahun-2016-begini-kondisi-fintech-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020> Tanggal 27 Februari 2021).

Walfajri, Maizal.2021.*Pengguna Dompot Digital DANA Naik Jadi 45 Juta Orang Hingga 2020.*(URL:<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kontan.co.id/news/pengguna-dompot-digital-dana-naik-jadi-45-juta-orang-hingga-2020> Tanggal 27 Februari 2021).

Lampiran

Wawancara Febriana Prastiwi sebagai CEC Sosial Media (*Customer Service Sosial Media*) pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA

P: Assalamualikum, selamat siang kak. Sebelumnya perkenalkan saya Nissya Prascilia Indriani dari Universitas Islam Indonesia prodi Ilmu Komunikasi, Angkatan 2017 kak. Jadi begini kak, saya sedang menjalankan skripsi dengan judul Analisis E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Untuk itu, aku perlu melakukan wawancara yang kebetulan langsung diarahkan kepada kakak yang akan menjadi narasumberku kak.

N: Iya betul. Karena, yang menjalankan E-CRM di perusahaan ini kebetulan para CS. Disini nyebutnya agent CS gitu. Kami yang melayani para pelanggan di medsos kayak di ig, twitter, WhatsAp dan lain-lain gitu. Melayaninya ya dari keluhan, terus ya segala permasalahannya gitu deh.

P: Bagaimana prosedur customer service pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam hal melayani serta memenuhi kepentingan dan juga kebutuhan para pelanggan?

N: Prosedur customer service dalam melayani pelanggan adalah menjawab dan memberikan solusi dengan mendengarkan dan memperhatikan setiap detail baik keluhan dan kebutuhan mereka, tidak mengabaikan pertanyaan dan membuat janji yang tidak pasti.

P: Apa sajakah jasa yang ditawarkan oleh PT. VADS Indonesia itu sendiri?

N: Jasa yang disediakan oleh PT. Vads Indonesia adalah customer service, call center, frontliner dan sejenisnya yang dapat bekerjasama dengan para klien. Seperti saat ini perusahaan yang telah mempercayai vads untuk menggunakan jasanya adalah seperti DANA, dan ada juga perusahaan lainnya seperti e-commerce Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Traveloka, ada juga provider XL Axiata, dan sebagainya.

P: Konsumen seperti apakah yang menjadi target PT. VADS Indonesia itu sendiri dan target konsumen untuk project DANA?

N: Konsumen yang menjadi target dari perusahaan kami yaitu, yang membutuhkan jasa dari sisi pelayanan untuk customernya, dan juga masyarakat luas yang ingin bergabung dalam VADS. Yang sudah memakai jasa dari VADS itu seperti Traveloka, Tokopedia, Grab, DANA, BCA, Traveloka, XL, dan banyak lainnya. Kalau target konsumen untuk DANA itu sendiri adalah semua orang yang mau praktis dan mudah saat bertransaksi.

P: Indikator kepuasan konsumen yang sudah disusun oleh PT. VADS Indonesia dalam project DANA seperti apa?

N: Indikatornya kepuasan konsumen maupun pelanggan, seperti kepuasan atas kualitas produk atau jasa, kualitas pelayanan customer service. Karena dengan indikator tersebut, perusahaan kami dapat mempertahankan dan meningkatkan konsumen menjadi pelanggan tetap dan konsumen akan senang apabila pelayanannya ramah.

P: Bagaimana peran serta kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Menurut saya sangat membantu untuk perkembangan perusahaan ini kedepan, dikarenakan dengan E-CRM perusahaan akan lebih mudah dan cepat memberikan info terkait pertanyaan atau keluhan mengenai perusahaan ini sehingga customer bisa mendapatkan info dan menyelesaikan masalahnya dengan mudah dan biaya yang minim.

P: Bagaimana cara-cara promosi dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA selama ini untuk menarik perhatian dan mendapatkan customer baru agar konsumen atau pelanggan dalam perusahaan ini semakin meningkat?

N: Di perusahaan kami cara menarik konsumen melalui sosial media, kami hanya mempromosikan tentang produk atau jasa yang terdapat dalam perusahaan. Seperti contoh memberikan promo-promo menarik atau voucher dan event-event kepada konsumen serta memberikan cashback kepada konsumen, melakukan pelayanan serta melakukan komunikasi yang interaktif dengan customer dan membuat konten informasi semenarik mungkin agar menarik konsumen dan menjadikan perusahaan semakin berkembang.

P: Pelayanan optimal seperti apakah yang diberikan oleh kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA terhadap customer?

N: Pelayanan E-CRM di perusahaan ini memiliki key performance indicator atau KPI yang menjadi tolak ukur perusahaan untuk mengetahui level layanan yang sudah diberikan ke customer dan menjadi evaluasi untuk perusahaan agar terus meningkatkan layanan E-CRM tersebut demi mendapatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas customer.

P: Dalam hal melayani customer, keuntungan seperti apakah yang diberikan customer kepada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Jika customer puas dan senang dengan pelayanan dari suatu perusahaan, maka otomatis customer akan terus menggunakan jasa dan produk perusahaan, dan bahkan bisa jadi promosi dengan cerita ke kerabat dan teman lain tentang pelayanan perusahaan yang memuaskan. Dengan begitu penggunaan jasa layanan perusahaan semakin meningkat.

P: Bagaimana PT. VADS Indonesia dalam project DANA melakukan kegiatan E-CRM sebagai langkah mempertahankan loyalitas customer terhadap perusahaan?

N: Selalu responsif kalau ada customer yang complaint, ada rasa empati dan peduli dengan keluhan atau masukan dari customer, mau melakukan extra miles atau hal lebih diatas standar pelayanan demi kepuasan customer, dan memperhatikan hal-hal kecil yang diinginkan customer demi kepuasan customer tersebut.

P: Bentuk reward seperti apa yang didapatkan oleh konsumen atau customer yang loyal terhadap PT. VADS Indonesia yang menggunakan dompet digital DANA?

N: Bentuk rewardnya, perusahaan bisa menghadiahkan voucher untuk konsumen dan memberikan penawaran khusus yang menarik terhadap konsumen berupa free product saat ada produk yang diluncurkan. Agar selalu mempertahankan pelanggan lama kami di perusahaan.

P: Bagaimana cara dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA untuk mengetahui kepentingan dan juga kebutuhan para customer?

N: Menyediakan kotak kritik dan saran, melakukan survey kebutuhan customer.

P: Bagaimana upaya dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan customer?

N: Upaya yang dilakukan adalah berusaha semaksimal mungkin memahami keluhan yang dialami oleh customer, menganalisa dengan baik, dan memberikan solusi yang detail, konkrit dan clear.

P: PT. VADS Indonesia dan juga project DANA memfungsikan website sebagai apa? Dan apa saja konten-konten yang terdapat dalam website tersebut?

N: PT. VADS Indonesia memfungsikan website sebagai fitur menu mencari tenaga kerja, dimana perusahaan kami sendiri adalah BPO atau outsourcing, agar mempermudah perusahaan mencari karyawan yang ingin bergabung dengan perusahaan kami. Hingga terdapat berbagai macam informasi tentang perusahaan yang bisa dilihat di dalamnya. Kalo website milik DANA juga sama kebanyakan berisikan tentang info-info penting perusahaan yang dapat dibaca secara lengkap. Dan juga di dalam website tersebut ada berbagai tips juga trik tentang bagaimana keamanan pada saat menggunakan dompet digital ini.

P: Adakah ketentuan khusus untuk kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam hal melayani dan menjawab pertanyaan customer? Jika ada, bagaimanakah ketentuannya tersebut?

N: Setiap customer service manapun dalam melakukan E-CRM pasti memiliki SOP masing-masing sesuai dengan produk yang mereka miliki, dan SOP tersebut hanya sebagai panduan mengarahkan customer service dalam menyelesaikan keluhan customer agar sesuai dengan prosedur agar keluhan terselesaikan dengan baik. Contoh, dalam hal customer ingin menggunakan fitur tertentu dalam suatu produk yang dijual oleh perusahaan tersebut, misalnya pada aplikasi DANA. Untuk mempermudah dan menjadikan rasa percaya antara customer dengan perusahaan harus ada tanda data seperti, customer harus terdaftar

sebagai member, maka customer harus mendaftar terlebih dahulu. Setelah customer mendaftar, maka perusahaan baru bisa memberikan pelayanan yang terbaik.

P: Fasilitas seperti apakah yang didapatkan oleh customer dalam pelayanan dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA?

N: Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan terhadap konsumen adalah memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan, dan kepuasan. Peran tersebut sangat penting bagi perusahaan, agar mencapai tingkat kepuasan konsumen dan diharapkan juga konsumen akan mau mengulangi lagi membeli jasa atau produk dari perusahaan kami.

P: Bagaimanakah cara khusus yang diberikan dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam memberikan informasi agar informasi tersebut dapat terlihat menarik oleh para customer?

N: Customer merupakan hanya sebagian bagian penanggung jawab perusahaan dalam pelayanan servicenya, maka dari itu cara memberikan pelayanan servicenya dengan lebih friendly, terpercaya serta solutif.

P: Bagaimana penanganan dalam kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA ini jika ada komplain dari customer?

N: Sangat bagus, E-CRM memberikan fasilitas yang baik dimana E-CRM memberikan masukan serta tips dan juga analisa dari keluhan customer agar perusahaan makin baik kedepannya.

P: Komplain atau keluhan yang sering muncul biasanya seperti apa saja?

N: Complaint maupun keluhan yang sering terjadi oleh customer yang paling banyak hingga saat ini, yaitu penipuan yang menggunakan nama perusahaan, transaksi yang sulit pada aplikasi DANA melalui Bank, tidak dapat cashback yang menarik. Ada juga permasalahan tentang pertanyaan yang menumpuk sehingga pelanggan menunggu lama untuk mendapatkan feedback, serta jaringan terhadap aplikasi yang lemot.

P: Adakah fasilitas khusus atau penanganan khusus yang diberikan oleh PT. VADS Indonesia di project DANA ini untuk customer jika mengalami permasalahan? Jika ada seperti apa fasilitas dan penanganannya tersebut yang diberikan oleh PT. VADS Indonesia dan bagaimana cara kerja fasilitas tersebut?

N: Ada, memberikan fasilitas seperti pelayanan yang maksimal untuk keluhan customer dimana customer merasa puas. Contoh, memberikan penanganan untuk customer yang sudah melakukan hard complaint dengan menghubungi customer langsung via telepon dan memberikan voucher atau rewards agar membuat customer tenang.

P: Bagaimanakah cara pengelolaan media sosial dalam kegiatan E-CRM di perusahaan?

N: Sosial media sangat penting bagi perusahaan. Karena memberikan feedback baik atau buruknya bagi perusahaan untuk mengetahui sudut pandang konsumen kami. Cara pengelolaannya, menanggapi komentar dengan bijak, posting produk perusahaan secara teratur agar menarik konsumen.

P: Sistem seperti apa yang diterapkan oleh customer service pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Menurut saya, sistem yang diterapkan oleh customer service pada VADS di project DANA yaitu membuat strategi multi channel karena dengan membangun strategi multi channel harus memahami pelanggan yang biasanya paling banyak interaksi melalui live chat, dan sosial media untuk memfokuskan konsistensi dari layanan customer service, serta memberikan informasi penting yang dapat diakses secara online.

P: Metode apa yang diterapkan oleh customer service pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Metode yang diterapkan dalam VADS untuk DANA, yang pertama seperti analisis kebutuhan pelanggan dengan adanya hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam perusahaan DANA, yang kedua metode dengan desain sistem, tahap penyusunan proses dan memenuhi kebutuhan pelanggan akan produk yang dipasarkan pada perusahaan.

P: Peranan dan fungsi-fungsi seperti apa yang dijalankan oleh customer service pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA? Dan apa alasannya perusahaan ini menjalankan fungsi-fungsi tersebut?

N: Sebagai Receptionist, customer service dikatakan sama dengan receptionist yang dituntut untuk memberikan salam kepada pelanggan melalui sosial media. Customer service juga memiliki peran sebagai salesman, yaitu menjual produk dan memasarkan melalui aplikasi, sosial media atau bahkan website agar menarik pelanggan. Customer Service juga bisa dikatakan sebagai CRO (Customer Relation Officer) agar bisa mempertahankan pelanggan serta menjaga loyalitas pelanggan dengan perusahaan. Customer service juga bisa dikatakan komunikator yang bisa menampung berbagai keluhan masalah pelanggan terhadap produk perusahaan yang kurang menarik di mata pelanggan. Dan dapat menjawab dengan baik pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan. Selain itu, seorang CS juga harus mampu terus membangun komunikasi yang aktif dengan pelanggan. Dan juga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan citra perusahaan di mata pelanggan. Alasan perusahaan menjalankan fungsi tersebut ya karena dalam hal membina hubungan antara perusahaan kami dengan para pelanggan harus dapat berkomunikasi dua arah yang sebaik mungkin agar kita dapat mengetahui tentang apa saja kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Karena setiap pelanggan itu memiliki pemikiran yang berbeda-beda dan tugas kami sebagai seorang CS itu harus mempunyai solusi yang terbaik agar pelanggan dapat tetap setia. Dengan menjalankan fungsi sebagai resepsionis yang memang mengharuskan kami sebagai seorang CS perlu menyapa dan memberikan salam hangat kepada para pelanggan agar pelanggan tersebut merasa nyaman. Hal ini juga dilakukan agar jika pelanggan tersebut sedang emosi dan kami memberikan salam yang baik, maka itu dapat meredakan dan membuat pelanggan sedikit lebih tenang. Yang sebagai salesman, karena kami harus menunjukkan dan juga menekankan bahwa kualitas jasa dan produk yang tersedia dalam perusahaan kami sangat baik sehingga pelanggan mempercayai perusahaan dan citra perusahaan dimata pelanggan pun baik. Seorang CS pada PT. VADS Indonesia diharuskan untuk bisa mempertahankan loyalitas pelanggan maka dari itu fungsi dari CRO tadi harus digunakan. Dan fungsi sebagai komunikator harus dilakukan karena tugas dari seorang CS itu sendiri adalah melayani para pelanggan. Maka dari itu, kami harus mampu menjadi komunikator yang baik untuk dapat melayani semua permasalahan maupun kebutuhan yang dibutuhkan oleh pelanggan kami.

P: Bagaimana cara PT. VADS Indonesia dalam project DANA untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan yang sudah ada untuk tetap loyal kepada perusahaan?

N: Cara mempertahankannya, menawarkan produk yang menarik kepada pelanggan, melakukan pelayanan terbaik sesuai aturan perusahaan, melakukan follow up pada saat produk tersebut sudah diberikan kepada pelanggan, memberikan keuntungan kepada pelanggan dan klien yang setia.

P: Bagaimana operasional yang dilakukan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam hal mekanisme pelayanan, mekanisme penjualan, dan mekanisme pemasaran?

N: Dalam mekanisme pelayanan, memberikan informasi yang berkaitan dengan tempat, produk, promosi. Dalam mekanisme penjualan, memberikan informasi kepada pelanggan sesaat setelah melakukan order dan mempermudah penjualan untuk menginformasikan ketersediaan produk kepada pelanggan, dan mekanisme pemasaran, interaksi antar pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan.

P: Bagaimana PT. VADS Indonesia di project DANA dalam mencari data pelanggan dan konsumen untuk tujuan strategis?

N: Menjual produk atau layanan langsung secara online, memberikan perizinan, seperti informasi, gambar, video untuk memasarkan produk agar memikat pelanggan, dan memperkuat hubungan pelanggan, seperti menyediakan suatu alamat email bagi pelanggan untuk memberi umpan balik pada perusahaan.

Lampiran

Wawancara Muhammad Ridho O.M Sebagai CAM (*Client Account Management*) pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA

P: Assalamualikum, selamat siang kak. Sebelumnya perkenalkan saya Nissya Prascilia Indriani dari Universitas Islam Indonesia prodi Ilmu Komunikasi, Angkatan 2017 kak. Jadi begini kak, saya sedang menjalankan skripsi dengan judul Analisis E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA. Dan kebetulan aku disaranin untuk melakukan wawancara juga dengan kakak juga karena kan kakak dibagian client account management ya kak?

N: Iya bener saya dibagian CAM.

P: Nah aku ngerasa perlu wawancara kakak karena ada hubungannya dengan penelitianku supaya dataku nanti lebih akurat lagi nih kak.

N: Ohiya boleh, saya juga udah dikabarin sih kemarin itu, kalau ada yang melakukan penelitian. Jadi gimana nih wawancara santai aja ya?

P: Iya kak, wawancara santai aja kok hehehe. Jadi kak kalau bagian CAM itu jobdesknya sebenarnya gimana ya kak?

N: Kalo ditanya jobdesknya sebenarnya banyak banget. Intinya CAM itu sebagai jembatan komunikasi antara klien dengan VADS Indonesia. Jadi CAM itu tuh yang komunikasi ke klien. Jadi dari invoice, SOP, surat-surat itu semua ada di CAM.

P: Bagaimana prosedur customer service pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam hal melayani serta memenuhi kepentingan dan juga kebutuhan para pelanggan?

N: Adapun PT. VADS Indonesia mempunyai beberapa channel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Seperti projek yang saya pegang, kita mempunyai beberapa channel seperti, social media (FB, IG, twitter dan Playstore), Email, WhatsApp dan Inbound. Seperti yg diketahui, pelanggan merupakan sesuatu yg penting bagi dunia customer service atau bisa dibilang customer service oriented. Pelayanan yg prima dibutuhkan setiap agent-agent CS untuk bisa menangani dan memberikan informasi yang

cepat dan akurat. Prosedur itu sendiri, di proyek saya terjadi melalui channel-channel tersebut. Jadi, customer menghubungi kami via channel diatas dalam berbentuk tiket dan masuk ke sistem kami melalui Zendesk ini adalah sebutan alat E-CRM untuk DANA yang akan dibagikan ke agent-agent kecuali inbound. Untuk inbound sendiri, customer akan diterima langsung dan ditangani secara live. Agent-agent akan melakukan handling/penanganan sesuai case yg masuk dengan target respon time 6 menit untuk social media, 1 jam untuk email dan 3 menit untuk Whatsapp. Adapun waktu penanganan yg ditargetkan untuk inbound adalah selama 4 menit dan whatsapp selama 15 menit.

P: Apa sajakah jasa yang ditawarkan oleh PT. VADS Indonesia itu sendiri?

N: Jasa yang ditawarkan hanya pelayanan customer service dan juga call center kepada para klien kami seperti DANA, Tokopedia, Shopee dan lain-lainnya.

P: Konsumen seperti apakah yang menjadi target PT. VADS Indonesia itu sendiri dan target konsumen untuk project DANA?

N: Karena perusahaan kami adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan atau bergerak dalam bidang customer service atau jasa layanan lainnya, maka dari itu target utama konsumen kami adalah perusahaan yang membutuhkan pekerja dalam bidang customer service. Serta kami pun memberikan informasi tentang lowongan kerja pada VADS kepada seluruh masyarakat. Adapun untuk proyek yang saya pegang kebetulan proyek DANA dimana target konsumen adalah seluruh masyarakat Indonesia yang mengharapkan kemudahan dalam bertransaksi tanpa uang tunai atau cashless.

P: Indikator kepuasan konsumen yang sudah disusun oleh PT. VADS Indonesia dalam project DANA seperti apa?

N: Adapun indikator kepuasan, kami diberikan target yang disebut CSAT (customer satisfaction) sebesar 80%. Dimana perhitungannya adalah (jumlah tiket yang dengan rating GOOD)/(jumlah tiket dengan rating BAD + jumlah tiket dengan rating BAD). Adapun yg dimaksud dengan tiket rating GOOD, jadi setelah penanganan yang diberikan oleh agent sudah selesai, maka akan ada pilihan GOOD atau BAD untuk menilai CS dari customer.

P: Bagaimana peran serta kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: E-CRM menjadi penting ketika ingin mengembangkan bisnis. Jika mampu mengaplikasikan E-CRM dengan baik, maka akan lebih mudah mendapatkan pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan adanya E-CRM permasalahan yang terjadi pada pelanggan akan mudah untuk terselesaikan, juga adapun informasi perusahaan yang dapat dengan mudah di ketahui oleh masyarakat karena adanya sistem E-CRM ini. Karena, mereka dapat mengakses dengan online. Adapun penerapan CRM seperti: Mendapatkan pelanggan baru (acquire). Pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang menarik. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (enhance). Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya (customer service). Mempertahankan pelanggan. Tahap ini merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan.

P: Bagaimana cara-cara promosi dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA selama ini untuk menarik perhatian dan mendapatkan customer baru agar konsumen atau pelanggan dalam perusahaan ini semakin meningkat?

N: Melakukan pengidentifikasian karakteristik dari setiap pelanggan, membuat model dari nilai setiap segmen pelanggan, menciptakan strategi yang proaktif dan rencana pelaksanaannya atau metoda bisnisnya, yang dapat menjawab kebutuhan pelanggan, dimulai dengan segmen pelanggan yang paling potensial. Serta mendesain ulang struktur perusahaan sepanjang proses kerja, teknologi dan sistem penghargaan untuk pelanggan dalam rangka mengimplementasikan strategi peningkatan hubungan dengan pelanggan.

P: Pelayanan optimal seperti apakah yang diberikan oleh kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA terhadap customer?

N: Pelayanan optimal seperti selalu menjaga Target KPI (Key Performance Indicator) agar klien merasa puas dan percaya.

P: Dalam hal melayani customer, keuntungan seperti apakah yang diberikan customer kepada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Customer lebih loyal dalam menggunakan aplikasi DANA dan bisa mengajak yang lainnya untuk menggunakan aplikasi DANA. Hal ini tentu yang dapat memberikan efek yang baik kepada perusahaan karena semakin baik citra perusahaan.

P: Bagaimana PT. VADS Indonesia dalam project DANA melakukan kegiatan E-CRM sebagai langkah mempertahankan loyalitas customer terhadap perusahaan?

N: Bisa memberikan apa yang diinginkan customer dengan menyelesaikan kendala customer dengan tetap ramah dan tidak terpancing emosional dan memberikan kompensasi agar customer tidak hilang loyalitasnya.

P: Bentuk reward seperti apa yang didapatkan oleh konsumen atau customer yang loyal terhadap PT. VADS Indonesia yang menggunakan dompet digital DANA?

N: Tentu benefit yang didapatkan customer adalah kemudahan dalam bertransaksi pada aplikasi DANA, promo-promo untuk para pengguna setia DANA dan juga fitur-fitur yang hanya diperuntukkan oleh pengguna setia DANA.

P: Bagaimana cara dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA untuk mengetahui kepentingan dan juga kebutuhan para customer?

N: Kami selalu menerima masukan (insight) dari semua channel yang dicatat oleh agent-agent CS, dan akan di follow up ke client yaitu DANA. Hal itu bisa menjadi dasar pembaharuan fitur, promo-promo yang akan dibuat oleh client DANA tersebut.

P: Bagaimana upaya dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan customer?

N: Sama seperti pertanyaan sebelumnya ya, masukan yang selalu diberikan customer (insight) sebagai acuan perusahaan.

P: PT. VADS Indonesia dan juga project DANA memfungsikan website sebagai apa? Dan apa saja konten-konten yang terdapat dalam website tersebut?

N: Website sangat penting untuk memudahkan informasi promo-promo menarik dan juga seputar informasi FAQ dan dibuat mudah dalam segi UI (User Interface). VADS memfungsikan website untuk memberikan berbagai informasi untuk para pelanggan. Adapun website pada DANA yang difungsikan untuk konten-konten hanya seputar informasi dan promo-promo dan untuk transaksi hanya bisa dilakukan melalui aplikasi.

P: Adakah ketentuan khusus untuk kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam hal melayani dan menjawab pertanyaan customer? Jika ada, bagaimanakah ketentuannya tersebut?

N: Ada, seperti customer sudah hard complain dan melebihi batasan penanganan, Team Leader akan membantu atau membackup agent tersebut untuk menenangkan customer sehingga menimbulkan rasa tenang untuk customer.

P: Fasilitas seperti apakah yang didapatkan oleh customer dalam pelayanan dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA?

N: Tentunya fasilitas layanan customer service 24 jam.

P: Bagaimanakah cara khusus yang diberikan dari kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia di project DANA dalam memberikan informasi agar informasi tersebut dapat terlihat menarik oleh para customer?

N: Informasi yang diberikan melalui social media karena merupakan cara terbaik saat ini. Siapapun pasti buka social media tiap harinya, dan kita bisa memberikan informasi promo-promo melalui social media.

P: Bagaimana penanganan dalam kegiatan E-CRM pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA ini jika ada komplain dari customer?

N: Jika ada komplain, tentunya akan ditangani dengan ramah dan berusaha merasakan apa yang customer rasakan sehingga ada awareness dari sisi agent untuk membantu customer. Jika sudah menjadi hard complaint, agent dibantu team leader untuk menangani customer tersebut. Dan jika diperlukan, memberikan kompensasi kepada customer tersebut. Tentunya disetujui oleh klien terlebih dahulu.

P: Komplain atau keluhan yang sering muncul biasanya seperti apa saja?

N: Komplain atau keluhan tertinggi setiap bulannya berkaitan dengan ubah nomor telepon karena nomor telepon customer sudah tidak aktif dan hilang. Juga terkait FRAUD atau penipuan yg mengatasnamakan perusahaan DANA yang bekerjasama dengan kami.

P: Adakah fasilitas khusus atau penanganan khusus yang diberikan oleh PT. VADS Indonesia di project DANA ini untuk customer jika mengalami permasalahan? Jika ada seperti apa fasilitas dan penanganannya tersebut yang diberikan oleh PT. VADS Indonesia dan bagaimana cara kerja fasilitas tersebut?

N: Tidak ada fasilitas khusus, hanya penanganan tambahan dari team leader apabila agent dirasa tidak mampu mengendalikan kondisi cust ketika complaint. Namun pastinya pelayanan akan dilakukan dengan optimal hingga masalah pelanggan DANA itu terselesaikan.

P: Bagaimanakah cara pengelolaan media sosial dalam kegiatan E-CRM di perusahaan?

N: Social media dikelola untuk mengetahui nilai perusahaan dari pelanggan. Dalam medsos terlihat mengenai keluhan, serta keinginan para pelanggan untuk perusahaan. Adapun pengelolaannya, menggunakan pendekatan konsistensi dan aksesibilitas.

P: Sistem seperti apa yang diterapkan oleh customer service pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Sistem yang ada di VADS tentunya berdasarkan dengan ISO 27001 Information Security dimana VADS menerapkan sistem manajemen keamanan informasi (ISMS). Jadi, fungsi dari ISO 27001 yang diterapkan adalah melindungi klien dan informasi karyawan, mengelola

risiko keamanan informasi secara efektif, mencapai kepatuhan, melindungi citra merek perusahaan. Tentunya, VADS sudah memperoleh sertifikat ISO 27001 tersebut.

P: Metode apa yang diterapkan oleh customer service pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA?

N: Banyak metode yang diterapkan di PT VADS Indonesia dalam menjalankan project DANA, Ada 8 metode yang diterapkan pada PT VADS Indonesia di saat melayani pelanggan DANA, yaitu:

- 1. Respon Panggilan Telepon dari Pelanggan dengan Secepat Mungkin: Ketika kita mendapatkan telepon dari pelanggan, pastikan bahwa kita tidak menghiraukan telepon tersebut atau bermalas-malasan untuk mengangkatnya.*
- 2. Menjadi Pendengar yang Baik untuk Pelanggan Kita: Para pendengar yang baik cenderung mengerti suatu permasalahan lebih akurat dibandingkan mereka yang mendengarkan hanya untuk menjawab.*
- 3. Pastikan Kita Menangani Pengaduan Pelanggan dengan Solusi yang Cepat dan Tepat: Kita perlu merespon panggilan telepon pelanggan dengan secepat mungkin, mendengarkan keluh kesah mereka dengan baik dan seksama dan menangani segala pengaduan yang mereka berikan dengan solusi yang cepat dan tepat.*
- 4. Jangan Memberi Harapan Palsu kepada Pelanggan: Salah satu masalah besar yang dimiliki customer service adalah suka menjanjikan banyak hal kepada pelanggan, namun sebenarnya mereka tidak bisa menepatinya.*
- 5. Harus Layani Pelanggan dengan Bermurah Hati dan Bersikap Tulus.*
- 6. Perlakukan Staf Kita dengan Sebaik Mungkin.*
- 7. Lakukan Penanganan Ekstra untuk Para Pelanggan.*
- 8. Berikan Sesuatu Hal yang lebih kepada Pelanggan.*

P: Peranan dan fungsi-fungsi seperti apa yang dijalankan oleh customer service pada PT. VADS Indonesia dalam project DANA? Dan apa alasannya perusahaan ini menjalankan fungsi-fungsi tersebut?

N: Ada 4 peranan serta fungsi-fungsinya, yaitu: Sebagai komunikator: Customer Service DANA di PT. VADS Indonesia sebagian besar berperan sebagai media untuk membangun dan memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak eksternal. Dapat dikatakan mewakili perusahaan sebagai jalur kontak utama dari pihak eksternal. Sebagai media penjualan atau salesman: Di PT VADS Indonesia dalam projectnya, Customer Service juga bertugas untuk melakukan penjualan kepada pelanggan terhadap produk yang tersedia dalam perusahaan. Sebagai Customer Relation Officer (CRO): Customer Service di PT. VADS Indonesia pada DANA terkait langsung dengan peran penjaga kepercayaan pelanggan maupun klien dan menjaga citra dari perusahaan. Sebagai data entry: Customer Service DANA di PT. VADS

Indonesia juga bertugas memasukan data ke dalam komputer. Ketika pelanggan membuat pesanan, Customer Service memasukkan informasi ke dalam sistem komputer dan mengirimkan email konfirmasi pada pelanggan. Jika pelanggan menelepon karena sebuah masalah, Customer Service adalah memasukkan informasi-informasi gangguan yang diterima dan mencatat situasinya ke dalam file agar lebih mudah untuk menanganinya. Alasannya karena, seorang customer service harus bisa menjadi komunikator yang baik. Karena mereka adalah jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dan pihak eksternal tadi. Dan seorang CS juga harus selalu membangun komunikasi yang interaktif dengan para pelanggan. Dengan menjalankan fungsi sebagai komunikator dengan baik akan memberikan keuntungan yang besar kepada perusahaan. Fungsi sebagai salesman tadi juga perlu dijalankan karena customer service harus mampu menjual produk yang tersedia agar pelanggan mau dan tertarik menggunakan produk tersebut. Menjalankan sebagai customer relation officer juga fungsi dari CS DANA pada PT. VADS Indonesia, karena para agent CS DANA itu harus mampu mempertahankan citra perusahaan dan juga menjaga dengan baik kepercayaan dari para klien salah satunya adalah DANA.

P: Bagaimana cara PT. VADS Indonesia dalam project DANA untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan yang sudah ada untuk tetap loyal kepada perusahaan?

N: Tentunya memberikan pelayanan yang baik, cepat dan akurat. Guna menjadi efisiensi klien dan tentunya menjaga informasi security baik customer maupun klien. Menawarkan produk dan jasa perusahaan untuk terus menarik pelanggan.

P: Bagaimana operasional yang dilakukan oleh PT. VADS Indonesia pada project DANA dalam hal mekanisme pelayanan, mekanisme penjualan, dan mekanisme pemasaran?

N: Untuk hal tersebut masuk ke dalam wilayah BD (Business and Development) jadi saya tidak bisa menjelaskan secara detail. Namun, secara garis besar mekanisme pelayanan yg dilakukan di PT. VADS Indonesia pada project DANA, ada beberapa mekanisme: Customer yg komplain menghubungi melalui telepon atau digital (Social Media, WA atau Email), customer yang menghubungi via telepon akan langsung ditangani oleh customer service, dan dilakukan handling case sesuai dengan case yang disampaikan dengan maksimal 4 menit penanganan (KPI Target), untuk customer yang menghubungi via digital, juga ditangani langsung oleh customer service dengan response time 6 menit (social media), 4

menit (whatsapp) dan 60 menit untuk email, untuk inbound, selesai penanganan, maka customer service melakukan pencatatan untuk dimasukkan ke dalam E-CRM (Zendesk), lalu untuk digital, secara otomatis terekam dalam E-CRM karena langsung di handling pada E-CRM tersebut, apabila dalam penanganan customer service mengalami kendala, para customer service bisa melakukan Hold (untuk inbound) dan eskalasi ke tim terkait atau team leader. Untuk batasan hold time maksimal 1 menit, untuk target perhari, customer service digital mendapat target 75 keluhan per hari (email) dan 100 keluhan per hari (socmed/WA). Itu sesuai KPI (key performance indicator) yang diberikan ke klien ke PT VADS Indonesia.

P: Bagaimana PT. VADS Indonesia di project DANA dalam mencari data pelanggan dan konsumen untuk tujuan strategis?

N: Dengan cara memanfaatkan database customer menggunakan database E-CRM. Ada beberapa E-CRM yg digunakan PT. VADS Indonesia, salah satunya Zendesk ini merupakan alat E-CRM untuk DANA. Database pelanggan merupakan kunci untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan bantuan Zendesk, VADS dapat mengelola dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan DANA dan meningkatkan sales serta mengembangkan bisnis.

Lampiran

Wawancara Alya Khusna Afifah sebagai pengguna aplikasi Dompot Digital DANA

P: Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi DANA?

N: Hmm jadi saya menggunakan aplikasi dana kurang lebih udah hampir 2 tahun lebih gitu.

P: Apa alasan anda lebih memilih DANA dibandingkan dengan dompet digital yang lainnya?

N: Alasan saya lebih memilih DANA dari pada dompet digital lainnya ya karna fasilitas dana yg memberikan free biaya administrasi apabila kita mengirim atau mentransfer ke alamat yang berbeda ke bank lain. Selain itu, top up nya juga mudah dan free biaya administrasinya dari dulu sampai sekarang pun gak ada gak berkurang sama sekali ya. Saya gak tau ya sistem DANA gimana karna dari dulu sampai sekarang itu kalo saya mau top up 50 ribu kemudian saya ingin mentransfer ke bank lain itu keterangan free biaya administrasinya pun gak berkurang dari dulu sampai sekarang saya udah setahun pake DANA ini. Jadi disitu ada tulisan free biaya administrasi 10 kali jadi dari dulu sampai sekarang tetep 10 kali gitu gak berkurang.

P: Bagaimana pengalaman anda menggunakan DANA selama ini?

N: Pengalaman saya menggunakan DANA selama ini sangat berkesan ya tentunya. Apalagi saya mempunyai online shop. Jadi saya memberikan customer itu optional, mau ngirim langsung transfer ke bank saya atau melalui DANA, karena tentunya kalo melalui DANA mereka juga gak kena charge gitu jadi sama-sama diuntungkan lah baik customer maupun saya.

P: Apakah pernah ada keluhan pada saat anda menggunakan aplikasi DANA? seperti apa keluhan yang anda alami tersebut?

N: Untuk keluhan sih saya biasanya kan kalo saya isi pulsa atau isi paket data itu kan melalui aplikasi di telkomsel, nah biasanya saya juga top up itu melalui DANA. Pada saat itu ada kendala waktu saya udah bayar melalui DANA dan saldo saya sudah kepotong tapi

ternyata di aplikasi telkomsel tersebut ada notifikasi pembayaran belum berhasil tapi saldo saya udah kepotong.

P: Apakah anda pernah melakukan komplain terhadap keluhan yang anda alami kepada pihak DANA? Melalui apa anda menyampaikan keluhan tersebut? (melalui layanan call center DANA, atau melalui sosial media DANA? Misal melalui twitter, instagram, atau email?)

N: Ya tentunya saya langsung menceritakan kronologis keluhan saya melalui email DANA waktu itu.

P: Dan bagaimana pengalaman anda terhadap respon pihak DANA mengenai komplain dan keluhan yang anda sampaikan tersebut? (cukup baik atau tidak? dan direspon dengan cepat atau tidak?)

N: Tentunya respon yang mereka berikan baik ya. Jadi saya setelah menceritakan kronologisnya saya berikan screenshot bahwa ada saldo saya udah kepotong, pokoknya saya menceritakan kronologis secara rinci kemudian direspon baik dan cukup cepat oleh pihak DANA dan juga saldo saya kemudian dikembalikan secara utuh oleh pihak DANA. Walaupun tetap saya waktu itu harus tetap menunggu sih hmm beberapa hari.

(Wawancara lanjutan dengan narasumber karena pada saat melakukan komplain kedua kalinya narasumber tidak lagi mendapatkan respon yang cukup baik dari pihak DANA).

N: Baru beberapa hari ini saya ada masalah lagi pada saat pake DANA. Yaudah akhirnya saya komplain lagi untuk yang kedua kalinya. Pertama kali saya komplain melalui pelayanan di WA-nya DANA. Disitu saya dapet pesan otomatis kalo antrian dari pelayanannya lagi penuh. Akhirnya saya komplain juga lewat twitter milik DANA dan ternyata juga engga langsung direspon sama DANA. Kemudian saya komplain juga ke DM Instagram dari DANA, dan baru direspon beberapa hari setelah saya komplain. Tapi juga belum ada kelanjutan dari pihak DANA sampe sekarang ini. Jujur sih agak kecewa sama pelayanannya DANA sekarang.

P: Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang terdapat pada DANA? (sertakan alasannya).

N: Tentunya puas ya, karna respon dan pelayanan dari mereka tanggap sehingga masalah dapat cepat terselesaikan dengan baik. Karna saya pernah mengalami waktu itu di dompet digital lainnya, nah saya ada keluhan kemudian saya DM melalui twitter namun saya tunggu sampai 1x24 jam ternyata belum mendapatkan respon dari admin twitter dompet digital tersebut.

(Wawancara lanjutan dengan narasumber karena pada saat melakukan komplain kedua kalinya narasumber tidak lagi mendapatkan respon yang cukup baik dari pihak DANA).

N: Jujur aja yang tadinya saya puas akan pelayanannya tapi untuk permasalahan yang sekarang ini saya cukup kecewa dengan penanganan yang dilakukan. Responnya lama banget saya harus nunggu lama untuk dapet respon dari DANA. Mungkin ini karna masa pandemi yang mungkin aja kapasitas karyawan berkurang dan komplain dari pelanggan banyak jadinya gak optimal pelayanannya. Walaupun udah sempat direspon tapi gak ada kejelasan lagi. Mungkin ini bisa jadi kritik untuk pelayanannya DANA ya, supaya tetap melakukan pelayanan yang baik buat pelanggan, kan supaya para pelanggan tetep mau pake DANA juga kan.

P: Apakah anda merasa puas dengan fasilitas atau fitur-fitur yang terdapat pada DANA? (sertakan alasannya)

N: Tentunya sangat puas dong dengan fasilitas yang diberikan oleh DANA. Apalagi kan saya punya online shop, jadi apabila customer ingin mentransfer ke saya, saya berikan optional untuk mentransfer di DANA karna agar tidak kena biaya administrasi tersebut jadi customer pun merasa tidak hmm dirugikan. Apalagi biaya administrasi itu lumayan gede ya, jadi dibandingkan kamu bayar 6.500 kan mending gratis gitu kan lumayan, makanya mending menggunakan aplikasi DANA itu lebih merasa hmm diuntungkan gitu sih.

P: Apa sajakah yang menjadi kebutuhan anda sebagai pengguna DANA? (misalnya kebutuhan dalam kemudahan dalam bertransaksi, kenyamanan dan keamanan pada saat menggunakan aplikasi, dsb)

N: Kebutuhan saya di aplikasi DANA sendiri, selain dia mempunyai fasilitas free transfer tersebut hmm dia hmm mempunyai keamanan yang tinggi ya jadi setiap kali mau masuk ke aplikasi DANA kita dimintai pass code. Jadi keamanan yang ada di aplikasi DANA juga hmm sangat membantu saya, hmm orang lain gak bisa masuk hmm ke aplikasi DANA saya karna harus membutuhkan pass code atau sidik jari. Dan selain itu, hmm fasilitas di DANA itu jadi semisal saya punya saldo 100 ribu nih, nah itu bisa saya setor ke akun bank utama saya tanpa biaya administrasi lagi dan tidak terpotong sama sekali.

P: Apa saja fitur yang paling sering anda gunakan dalam aplikasi DANA?

N: Fitur DANA yang masih saya gunakan sampe sekarang itu yang send money itu ya, yang tanpa biaya administrasi atau free transfer. Dan juga apabila saya top up pulsa biasanya saya melalui DANA juga. Untuk promo-promo sih saya jarang menggunakan ya, tapi saya pernah menggunakan apabila saya sedang belanja atau membayar melalui dompet digital DANA di sebuah restoran. Nah itu kadang ada cashback tuh nah saya menggunakan promo tersebut.

P: Dalam aplikasi DANA kan banyak sekali promo-promo menarik, apakah anda tertarik untuk menggunakan promo tersebut? biasanya promonya seperti apa? Dan anda merasa diuntungkan tidak terhadap promo tersebut?

N: Hmm untuk promo-promo sih saya jarang menggunakan ya, tapi saya pernah menggunakan apabila saya sedang belanja atau membayar melalui dompet digital DANA di sebuah restoran. Nah itu kadang ada cashback tuh nah saya menggunakan promo tersebut.

P: Apakah anda merasa bahwa data-data serta saldo anda yang terdapat pada aplikasi DANA terjamin keamanannya? Apa yang membuat anda percaya terhadap DANA?

N: Karna menurut saya DANA itu sebuah perusahaan yang gede ya, apalagi juga dia di sosial medianya pun juga transparan. Jadi ya saya pasrahin aja di DANA nya. Saya pikir

kalo sebuah perusahaan gede mereka juga bakal berpikiran sampai berjuta kali lipat untuk melakukan tindak kecurangan atau kejahatan yang merugikan para penggunanya.

P: Ketika terdapat layanan DANA yang meminta anda untuk verifikasi upload foto, nomor KTP, dan meminta data rahasia anda yang lainnya, bagaimana menurut anda mengenai hal tersebut?

N: Kalo untuk verifikasi itu sih saya gak permasalahan ya, untuk upload berupa ktp atau data lainnya itu. Karna di dompet digital lainnya pun mereka juga harus verifikasi menggunakan ktp dan data lainnya. Ya itu kembali lagi, saya berpikiran kalo DANA itu perusahaan gede dan mereka itu transparan dalam memberikan informasi melalui sosial media jadi, kalo semisal mereka melakukan tindakan kecurangan atau kejahatan pastikan akan merugikan perusahaan tersebut yang sudah dibangun selama ini.

P: Menurut anda, apakah informasi yang terdapat pada DANA sudah dikemas cukup menarik dan sudah disampaikan dengan jelas? (misalnya informasi tentang promosi, produk, dll).

N: Hmm menurut saya sudah ya, cuman untuk masalah promosi hmm di DANA saya jarang menggunakan saya lebih menggunakan dompet digital lainnya dibanding menggunakan DANA.

P: Apa saja yang menjadi alasan anda untuk tetap loyal menggunakan aplikasi DANA hingga saat ini?

N: Alasan saya loyal kepada DANA, ya karna fasilitas free transfer tersebut. Yang sampai dan dari dulu saya pertama kali log in menggunakan DANA sampai saat inipun free transfer tersebut pun tidak berkurang sama sekali. Alasan lainnya karna kenyamanan menggunakan DANA sih. Aplikasinya gak ribet dan juga pelayanannya yang dikasih selama ada keluhan sangat baik dan cepet banget.

P: Apakah anda pernah mendapatkan reward dari DANA yang berupa voucher atau berupa free product sebagai konsumen yang loyal terhadap aplikasi DANA?

N: Hmm untuk saat ini belum ya, saya belum mendapatkan reward apapun dari DANA.

P: Adakah saran atau kritik yang ingin anda sampaikan terhadap aplikasi DANA yang telah anda gunakan selama ini? (sampaikan jika terdapat kesulitan dalam menggunakan aplikasi, atau terdapat banyak permasalahan misalkan aplikasi sering lemot atau sering error, serta hal lain yang mungkin ingin anda sampaikan)

N: Saran saya untuk DANA semoga untuk kedepannya semoga engga lemot lagi ya. Mungkin fitur-fitur yang ada di DANA itu yang membuat lemot saya juga enggak tau. Karna kan DANA itu dompet digital ya kalo dompet itu kita kan hmm sewaktu-waktu kita perlukan jadi, ketika kita perlukan tapi ternyata lemot itu sedikit mengganggu dalam transaksi. Karna ketika saya di depan kasir dan membuka aplikasi ternyata lemot saya agak kurang nyaman.



Lampiran

Wawancara Nindia Adissya sebagai pengguna aplikasi Dompot Digital DANA

P: Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi DANA?

N: Udah 2 tahunan.

P: Apa alasan anda lebih memilih DANA dibandingkan dengan dompet digital yang lainnya?

N: Untuk transfer antar rekening dan membeli tiket bioskop jadi lebih praktis, mudah, juga kadang ada promo gitu.

P: Bagaimana pengalaman anda menggunakan DANA selama ini?

N: Pengalaman selama pake DANA, sangat terbantu banget ya untuk transfer antar rekening karena sering mendapat free transfer jadi semakin tertarik pake DANA karna gak ribet juga penggunaannya.

P: Apakah pernah ada keluhan pada saat anda menggunakan aplikasi DANA? seperti apa keluhan yang anda alami tersebut?

N: Kendala atau keluhan itu waktu saya mau transfer, dimana sempat tersendat dan tidak terkirim untuk beberapa jam. Namun hal tersebut dapat teratasi dengan baik kok oleh pihak DANA nya. Pernah juga saya mendapatkan pesan yang mengatasnamakan perusahaan DANA, untungnya aja waktu itu saya konfirmasi dulu ke pihak DANA. kebetulan juga direspon sangat cepat dan dikasih tau kalo itu ternyata penipuan.

P: Apakah anda pernah melakukan komplain terhadap keluhan yang anda alami kepada pihak DANA? Melalui apa anda menyampaikan keluhan tersebut? (melalui layanan call center DANA, atau melalui sosial media DANA? Misal melalui twitter, instagram, atau email?)

N: Saya pernah menyampaikan keluhan saya itu melalui instagram via @dana.id.

P: Dan bagaimana pengalaman anda terhadap respon pihak DANA mengenai komplain dan keluhan yang anda sampaikan tersebut? (cukup baik atau tidak? dan direspon dengan cepat atau tidak?)

N: Pelayanan untuk customer menurut saya sangat cepat dan tanggap banget sih. Sehingga kendala yang waktu itu saya alami bisa teratasi hanya dalam beberapa jam aja.

P: Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang terdapat pada DANA? (sertakan alasannya).

N: Puas karena kendala yang saya alami langsung diatasi dengan cepat. Pelayanannya juga yang diberikan cukup ramah.

P: Apakah anda merasa puas dengan fasilitas atau fitur-fitur yang terdapat pada DANA? (sertakan alasannya)

N: Sangat puas untuk layanan transfer antar bank, namun belum banyak fitur yang saya gunakan.

P: Apa sajakah yang menjadi kebutuhan anda sebagai pengguna DANA? (misalnya kebutuhan dalam kemudahan dalam bertransaksi, kenyamanan dan keamanan pada saat menggunakan aplikasi, dsb)

N: Bertransaksi antar bank dan juga untuk tiket bioskop.

P: Apa saja fitur yang paling sering anda gunakan dalam aplikasi DANA?

N: Fitur transfer antar bank dan pembayaran untuk TIX.ID. Terus kalo promo biasanya saya suka gunain free transfer antar bank, yang tentunya sangat diuntungkan apalagi tidak harus membayar biaya admin.

P: Dalam aplikasi DANA kan banyak sekali promo-promo menarik, apakah anda tertarik untuk menggunakan promo tersebut? biasanya promonya seperti apa? Dan anda merasa diuntungkan tidak terhadap promo tersebut?

N: Promo free transfer antar bank, tentunya sangat diuntungkan apalagi tidak harus membayar biaya admin.

P: Apakah anda merasa bahwa data-data serta saldo anda yang terdapat pada aplikasi DANA terjamin keamanannya? Apa yang membuat anda percaya terhadap DANA?

N: Percaya saja, karena banyak yang udah pakai DANA.

P: Ketika terdapat layanan DANA yang meminta anda untuk upload foto, nomor KTP, dan meminta data rahasia anda yang lainnya, bagaimana menurut anda mengenai hal tersebut?

N: Kalo untuk verifikasi itu si saya gak terlalu permasalahin ya, karena untuk verifikasi data seperti itu sudah biasa di aplikasi lainnya jadi saya nurut aja gitu.

P: Menurut anda, apakah informasi yang terdapat pada DANA sudah dikemas cukup menarik dan sudah disampaikan dengan jelas? (misalnya informasi tentang promosi, produk, dll).

N: Sudah sangat baik si menurut saya.

P: Apa saja yang menjadi alasan anda untuk tetap loyal menggunakan aplikasi DANA hingga saat ini?

N: Untuk free transfer pastinya yang utama. Selain itu, pelayanan yang diberikan sih, yang cukup tanggap jadi DANA ini bisa dibilang mengutamakan para pelanggannya itu yang buat saya tetep bertahan pake DANA.

P: Apakah anda pernah mendapatkan reward dari DANA yang berupa voucher atau berupa free product sebagai konsumen yang loyal terhadap aplikasi DANA?

N: Seingat saya belum pernah dapet reward sih selama pake DANA.

P: Adakah saran atau kritik yang ingin anda sampaikan terhadap aplikasi DANA yang telah anda gunakan selama ini? (sampaikan jika terdapat kesulitan dalam menggunakan aplikasi, atau terdapat banyak permasalahan misalkan aplikasi sering lemot atau sering error, serta hal lain yang mungkin ingin anda sampaikan)

N: Mungkin maintenance secara berkala agar tidak ada kendala dalam proses transfer.



Lampiran

Wawancara Deity Agnescya sebagai pengguna aplikasi Dompot Digital DANA

P: Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi DANA?

N: Sekitar sudah 2 tahun.

P: Apa alasan anda lebih memilih DANA dibandingkan dengan dompet digital yang lainnya?

N: Sebenarnya punya dompet digital selain DANA. Cuma karena DANA kerjasama sama lazada dan aplikasinya lebih mudah digunakan, terus suka ngadain banyak promo menarik juga, makanya masih pake DANA dan lebih tertarik, terus aku juga lebih seringnya pake DANA sih.

P: Bagaimana pengalaman anda menggunakan DANA selama ini?

N: Selama pake DANA baik baik aja, soalnya aku pake DANA buat lebih ke pembayaran lazada aja sih. Sama pembayaran untuk kayak makan gitu. Karna kalo bayar pake DANA bisa dapet cashback, kan lumayan banget.

P: Apakah pernah ada keluhan pada saat anda menggunakan aplikasi DANA? seperti apa keluhan yang anda alami tersebut?

N: Kalo keluhan yang gimana-gimana sih gak pernah, masih oke aja sampe sekarang. Paling ini sih, kayak waktu mau buka aplikasi agak lemot sedikit gitu. Jadi ketika mengklik aplikasi DANA untuk mencapai beranda memerlukan waktu yang lama sekitar 10 detik yang mana itu termasuk sedikit agak lama.

P: Apakah anda pernah melakukan komplain terhadap keluhan yang anda alami kepada pihak DANA? Melalui apa anda menyampaikan keluhan tersebut? (melalui layanan call center DANA, atau melalui sosial media DANA? Misal melalui twitter, instagram, atau email?)

N: Saya sih gak pernah komplain karna gak ada permasalahan selama pake DANA ini. Karena gak ada permasalahan yang serius yang sampe merugikan saya selama saya gunain DANA.

P: Dan bagaimana pengalaman anda terhadap respon pihak DANA mengenai komplain dan keluhan yang anda sampaikan tersebut? (cukup baik atau tidak? dan direspon dengan cepat atau tidak?)

N: Karna saya pribadi kan tidak pernah ada keluhan dan saya juga tidak pernah melakukan komplain gitu ke pihak DANA langsung tadi. Tapi kalo saya liat-liat dari respon mereka yang saya liat tadi lewat sosmednya DANA itu sangat oke ya. Jika saya ada keluhan dan direspon seperti itu pastinya sangat puas dan senang gitu sih ya, jadi kalo buat kita yang sebagai pengguna aplikasi dompet digital DANA ini jadi nyaman gitu kan.

P: Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang terdapat pada DANA? (sertakan alasannya).

N: Balik lagi karna saya belum pernah komplain jadi ya saya kurang tau gimana mereka merespon komplain tersebut. Cuman pernah saya liat dari beberapa sosial media DANA misalnya di Instagramnya, para pihak DANA tersebut terlihat fast respon dan juga ramah terhadap keluhan dari pelanggannya ya. Mungkin itu memang sudah aturan dari perusahaan DANA yang mesti dipatuhi sama para karyawannya pada saat melayani pengguna seperti kami ini sih ya. Dan aturan itu ternyata benar dilakukan dengan baik oleh para karyawan dari DANA jika saya liat dari sosmed tersebut ya.

P: Apakah anda merasa puas dengan fasilitas atau fitur-fitur yang terdapat pada DANA? (sertakan alasannya)

N: Dari segi tampilan aplikasinya sih DANA gak ribet jadi gampang aja digunain. Terus fasilitas bisa transfer 10 kali ke bank lain gak kena charge sih itu yang paling memuaskan.

P: Apa sajakah yang menjadi kebutuhan anda sebagai pengguna DANA? (misalnya kebutuhan dalam kemudahan dalam bertransaksi, kenyamanan dan keamanan pada saat menggunakan aplikasi, dsb)

N: Paling sering sih buat pembayaran e-commerce gitu yang bekerjasama dengan DANA, jadi suka dapet diskon.

P: Apa saja fitur yang paling sering anda gunakan dalam aplikasi DANA?

N: Fitur pembayaran yang ada di bagian belanja hehehe.

P: Dalam aplikasi DANA kan banyak sekali promo-promo menarik, apakah anda tertarik untuk menggunakan promo tersebut? biasanya promonya seperti apa? Dan anda merasa diuntungkan tidak terhadap promo tersebut?

N: Kalo untuk promo biasanya promo makanan dan minuman gitu ya bisa diskon sampai 50% lebih gitu. Ohiya terus kalo lagi belanja di lazada, DANA tuh suka ngasih potongan sampai 15.000 kalo bayar pake aplikasi DANA itu. Banyak banget promonya makanya lebih tertarik pake DANA.

P: Apakah anda merasa bahwa data-data serta saldo anda yang terdapat pada aplikasi DANA terjamin keamanannya? Apa yang membuat anda percaya terhadap DANA?

N: Nah ini, jujur aku belum verified akun ku karna aku males dan masih belum terlalu percaya banget buat sampe ngeverified akun. Jadinya aku pake DANA buat pembayaran aja kan.

P: Ketika terdapat layanan DANA yang meminta anda untuk verifikasi upload foto, nomor KTP, dan meminta data rahasia anda yang lainnya, bagaimana menurut anda mengenai hal tersebut?

N: Sebenarnya untuk meminta data KTP dan lain-lain itu hal yang lumrah ya, berhubung aplikasi ini merupakan dompet digital tapi ya gitu karna banyaknya kasus data bocor, jadi masih agak ngeri sih kalo aku pribadi.

P: Menurut anda, apakah informasi yang terdapat pada DANA sudah dikemas cukup menarik dan sudah disampaikan dengan jelas? (misalnya informasi tentang promosi, produk, dll).

N: DANA tuh sering banget ngadain promosi menarik kayak potongan belanja gitu, tapi dari segi digital promosinya tuh kadang suka tenggelem. Kayak aku tuh jarang banget nemuin informasi mengenai diskon DANA, jadi aku biasanya tau diskon DANA tu kayak dari aplikasi lazada gitu. Jadi dari segi komunikasi pemasarannya kurang hype sih.

P: Apa saja yang menjadi alasan anda untuk tetap loyal menggunakan aplikasi DANA hingga saat ini?

N: Karna pastinya upcoming diskonnya akan selalu ada, terus promonya menarik dan banyak, jadinya aku masih pake aplikasi DANA itu.

P: Apakah anda pernah mendapatkan reward dari DANA yang berupa voucher atau berupa free product sebagai konsumen yang loyal terhadap aplikasi DANA?

N: Kalo yang ini belum pernah sih hehehehe.

P: Adakah saran atau kritik yang ingin anda sampaikan terhadap aplikasi DANA yang telah anda gunakan selama ini? (sampaikan jika terdapat kesulitan dalam menggunakan aplikasi, atau terdapat banyak permasalahan misalkan aplikasi sering lemot atau sering error, serta hal lain yang mungkin ingin anda sampaikan)

N: Ketika mengklik aplikasi DANA untuk mencapai beranda memerlukan waktu yang lama sekitar 10 detik yang mana itu termasuk lama.