

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi saat ini di dunia sudah sangat maju dengan pesat. Jika dulu pada zaman nenek moyang kita masih menggunakan pos atau surat menyurat secara fisik, namun pada saat ini kita sudah dapat menikmati komunikasi yang dipengaruhi dengan teknologi, salah satunya adalah teknologi komunikasi. Seiring dengan perkembangan zaman, beberapa alat komunikasi mengalami perkembangan. Telepon yang mungkin sekarang mulai banyak ditinggalkan karena sudah banyak yang beralih ke telepon genggam atau yang lebih dikenal dengan sebutan *handphone*.

Handphone membuat dunia semakin dekat dan menyatu karena waktu dan jarak yang semakin pendek, perjalanan informasi bergerak semakin cepat dan menyebar sesuai dengan tujuan, tergantung siapa yang memberikan dan siapa yang membutuhkannya. Dengan diiringi perkembangan teknologi informasi, teknologi komunikasi pun berkembang secara pesat. Muncullah istilah seperti teknologi komunikasi *cyber* yang memungkinkan kita dapat menggunakan teknologi komunikasi baru. Contohnya komunikasi yang menggunakan teknologi *cyber* atau internet adalah *website*, *email*, *chatting*, *media social*, dan lain sebagainya. Teknologi komunikasi yang seperti itulah yang sekarang digunakan dimana-mana.

Telepon genggam merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat digemari banyak orang. Ketika teknologi komunikasi sudah semakin canggih mengakibatkan komunikasi semakin mudah dilakukan dan mampu menjangkau seluruh bagian dunia. Telepon genggam dapat dikatakan sebagai media komunikasi interpersonal maupun media komunikasi kelompok. Meskipun komunikasi melalui telepon genggam ini tidak melalui tatap muka secara langsung, namun dapat dikategorikan sebagai komunikasi interpersonal karena bersifat spontan, pesan singkat yang disampaikan melalui SMS bisa bersifat

pribadi, arus pesan cenderung dua arah dan umpan balik yang terjadi sangat tinggi.

Peningkatan jumlah pengguna telepon genggam tentunya akan diiringi dengan meningkatnya jumlah pemakaian pulsa. Ini merupakan mangsa pasar yang menarik bagi provider penyedia jasa layanan telepon seluler. Perkembangan teknologi juga mendorong munculnya program-program komunikasi baru yang menggunakan telepon genggam seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain sebagainya untuk akses internet. Hal ini dimanfaatkan oleh provider dengan melakukan promosi pulsa dengan harga murah dan bonus layanan internet gratis yang bermaksud membujuk konsumen untuk membeli pulsa. Peristiwa tersebut merupakan implikasi pada permintaan pulsa yang meningkat.

Bisnis pulsa tidak akan bisa berhenti selama manusia masih berkomunikasi dengan yang lain. Bahkan bisnis pulsa akan semakin berkembang dan semakin canggih dengan berbagai fitur pelengkap, serta semakin banyak pula pesaing antar produsen untuk dapat menguasai pasar. Dengan adanya persaingan tersebut maka akan memunculkan berbagai kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan yang konsumen rasakan.

Bisnis pulsa merupakan bisnis yang menjanjikan. Mengapa demikian? Hal ini dikarenakan banyaknya pengangguran di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu cara untuk mengaggulangnya adalah dengan membuka lapangan kerja baru terutama Usaha Kecil Menengah (UKM) seperti bisnis penjualan pulsa. Meskipun bisnis ini sudah banyak bermunculan di setiap tempat, namun sasaran bisnis ini telah berkembang dan bahkan masih sangat besar peluangnya. Bisnis penjualan pulsa atau yang sering disebut dengan *counter*, kini dapat dijumpai dengan mudahnya dimana saja, seperti di pasar swalayan, di pinggir jalan, bahkan di daerah terpencil sekalipun. Namun tanpa disadari hal tersebut dapat membuka peluang adanya modus penipuan. Penipuan yang ditimbulkan dari bisnis pulsa ini salah satunya adalah pihak *counter* yang rela menjual nomor telepon para pelanggan pulasanya kepada oknum yang tidak bertanggung jawab serta ingin mendapat keuntungan besar dengan cara melakukan modus penipuan.

Hasil penelitian BERG, ALFINO (2005) Upaya-Upaya Pihak Kepolisian Di Dalam Pengungkapan Tindak Pidana Penipuan Melalui SMS (Studi di Polresta Malang) [23 Maret 2016] Bahwa upaya-upaya yang telah dilakukan oleh jajaran Kepolisian Malang tersebut diantaranya adalah dengan mengadakan hubungan kerjasama dengan pihak-pihak luar yang berkaitan dengan tindak pidana penipuan melalui SMS tersebut, tetap belum mampu mengungkap tuntas tindak pidana penipuan melalui SMS yang telah terjadi tersebut.

Tidak dapatnya terungkap secara tuntas tindak pidana penipuan melalui SMS tersebut, juga disebabkan melalui beberapa factor yang menjadi kendala bagi pihak kepolisian ini didalam upaya pengungkapan tindak pidana penipuan melalui SMS tersebut, yakni masih rendahnya kinerja dari pihak kepolisian serta masih minimnya hubungan yang ada antara pihak kepolisian dengan pihak-pihak luar yang berkaitan dengan tindak pidana penipuan melalui SMS ini, seperti pihak operator pelayanan melalui telepon seluler dan dengan pihak bank. Berdasarkan hasil penipuan melalui SMS sebelumnya

Dominggo, Yustinus Ewaldino (2013) Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Atas Praktek Penipuan Melalui Media komunikasi Lewat Pesan Singkat Atau SMS [25 Maret 2016] Contoh penyalahgunaan SMS yang bisa memungkinkan timbulnya suatu delik adalah sebagai berikut:

“Slmt, No. Plgn INDOSAT anda telah memenangkan GEBYAR HADIAH Rp. 15 jt, u/ ket HUB. Call center ; 081330456013. 08565646008 www.indosat.com” Pengirimnya tertulis INDOSAT”

Berita lain yang merupakan modus penipuan yang terjadi yaitu [25 Maret 2016] Jakarta – Geng ‘Mama Minta Pulsa’ menipu banyak orang. Lewat SMS yang disebarkan kesejumlah orang serta nomor telepon yang dilakukan banyak masyarakat yang tertipu. Tak sadar satang ke ATM dan mengikuti petunjuk telepon, lalu mentransfer. “Sekedar berbagi pengalaman SMS menang undian. Dalam setahun terakhir saya menerima lebih dari 10 kali SMS seperti terlampir. Terakhir saya terima SMS itu tanggal 5 November 2015 kemarin” jelas Rinto S Hasjim, pembaca detik.com yang mengirimkan ceritanya ke redaksi@detik.com Jumat (6/11/2015).

Salah satu provider yang juga menjadi lahan penipuan adalah provider Telkomsel. Perusahaan Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) didirikan pada tahun 1995 sebagai wujud semangat inovasi untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia yang memacu pertumbuhan jaringan komunikasi dan menjadi pelopor untuk berbagai teknologi seluler di Indonesia. Beberapa produk dari Telkomsel antara lain kartu Halo, simPATI, dan Kartu As. Salah satu upaya yang dilakukan PT Telkomsel untuk mendapat kepercayaan publiknya dan menjaga citra perusahaan yaitu dengan mengelola informasi positif maupun negatif melalui *Public Relations* dalam perusahaan tersebut.

Modus penipuan yang mengatasnamakan telkomsel semakin marak, karena telkomsel merupakan provider yang banyak dipercayai oleh masyarakat. Detail modus penipuan yang mengatasnamakan telkomsel berbentuk SMS (*Short Message Service*) maupun melalui via telepon. Berikut ini adalah contoh modus penipuan melalui SMS mengatasnamakan telkomsel yang akan dijelaskan pada gambar 1 seagai berikut:



Sumber: Data Sekunder

Gambar1 Contoh SMS Penipuan Mengatasnamakan Telkomsel

‘Surat Keputusan M-KIOS No. XV/01/2016 menyatakan bahwa nomor telkomsel anda 081311083612 menjadi pemenang ke-4 dari undian isi ulang M-KIOS PIN : HRD7JN7. Untuk info lebih lanjut silahkan kunjungi Link :www.pestaulangmkios.info’ Pengirim tertulis Telkomsel.’ SMS diatas menjelaskan bahwa telkomsel menyatakan bahwa nomor diatas terpilih menjadi

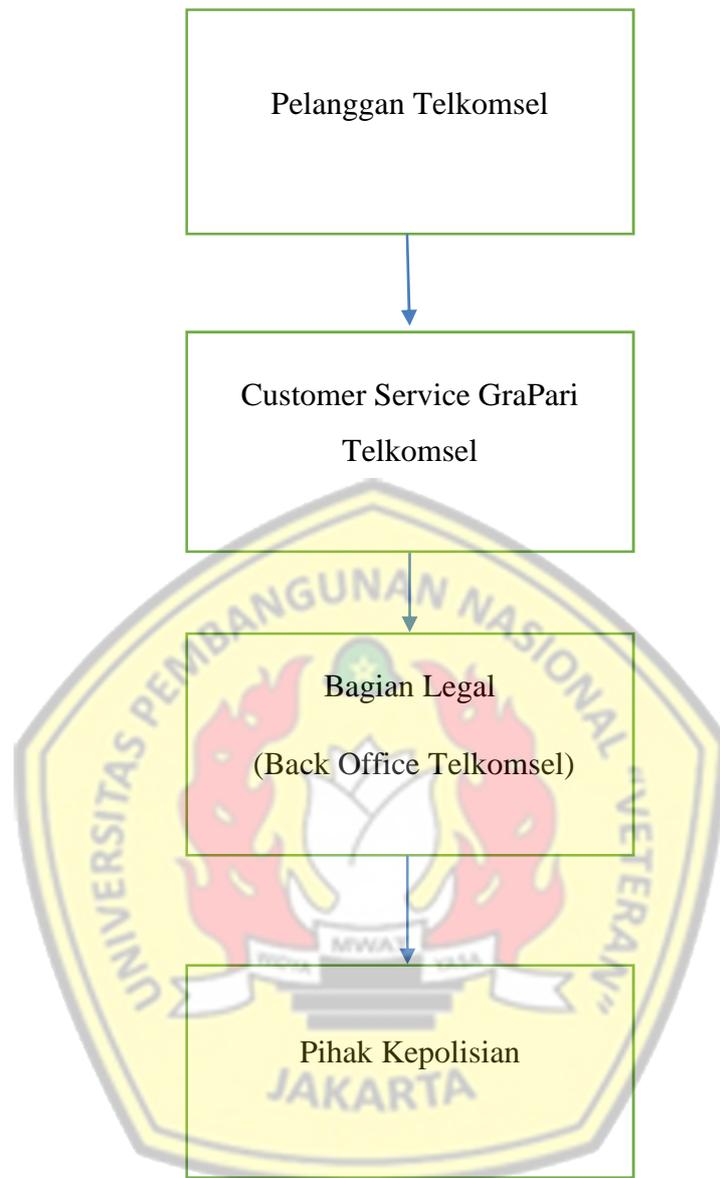
pemenang undian dengan memberikan pin serta *link*, *link* tersebut dapat diakses dan akan muncul pada tampilan web pesan seperti yang dikatakan melalui SMS.

Sama halnya juga dengan modus penipuan melalui via telepon yang memberikan informasi mengenai hal yang sama dengan meminta nomor rekening ATM dan menyebutkan website untuk mengecek hasil undian serta mengancam akan melakukan pemblokiran jika korban yang ditipu tidak memberikan nomor rekening yang diminta tersebut.

Pihak Telkomsel mengakui adanya pengaduan penipuan yang disampaikan oleh pengguna telkomsel. *Customer Service* Telkomsel selalu memberikan pengarahan agar pelanggan tidak lagi menjadi korban dari penipuan berbasis SMS.

Terkait hal tersebut perusahaan memerlukan perantara yang bisa menghubungkan antara pelanggan dengan pihak telkomsel dalam memberikan pelayanan maupun dalam menyelesaikan masalah yang sering kali terjadi antara perusahaan dengan pelanggannya. Telkomsel menyediakan layanan *Cell Center* dan *Customer Service* disetiap geray GraPARI. Kaitannya dengan kualitas pelayanan adalah sikap maupun perilaku *customer service* harus baik dan sopan terhadap para pelanggannya, sehingga pelanggan akan merasa sangat puas, serta mampu menarik perhatian pelanggan untuk tetap setia (*loyal*) menggunakan jasa pelayanan yang telkomsel berikan. Upaya telkomsel untuk mengatasi modus penelitian seperti ini agar tidak merugikan *customernya* adalah memberikan pengarahan dengan cara melaporan SMS penipuan tersebut ke 1166 dengan format SMS yang telah ditentukan. Nomor yang diadukan akan diproses tindak lanjutnya, kemudian pihak Telkomsel akan menginfokan kembali kepada korban atau kepihak kepolisian. Telkomsel juga menyediakan *e-mail* untuk mempermudah customer dalam layanan pengaduan penipuan cs@telkomsel.co.id Layanan ini merupakan salah satu strategi PT Telkomsel untuk lebih dekat dengan pelnggannya dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, karena kepuasan merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis dan perusahaan.

Setiap pelanggan yang melaporkan modus penipuan melalui SMS ke *customer service* telkomsel dapat melalui proses sebagai berikut:



Sumber: Data Sekunder

Table 1 Proses Keluhan Pelanggan Mengenai Modus Penipuan Melalui SMS

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan poses keluhan pelanggan mengenai modus penipuan melalui SMS sebagai berikut: Pelanggan telkomsel datang ke Grapari untuk melaporkan modus penipuan melalui SMS yang mengatasnamakan telkomsel, kemudian *customer service* telkomsel akan mengidentifikasi SMS untuk memastikan bahwa SMS tersebut memang benar dikirimkan oleh pihak telkomsel atau memang benar SMS penipuan yang mengatasnamakan telkomsel, jika SMS tersebut adalah SMS penipuan, *customer service* telkomsel akan

melaporkan kepihak legal (*back office*) dan akan membuat surat pengantar untuk pelanggan dan diberikan kepada pihak kepolisian untuk melakukan tindak lanjut mengenai kasus penipuan melalui SMS yang pelanggan telkomsel alami. Dalam menangani kasus penipuan melalui SMS telkomsel bekerjasama dengan pihak kepolisian. Pihak kepolisian bertanggung jawab atas segala tindak kriminal dan pidana dari setiap permasalahan yang menyangkutpautkan telkomsel.

Hal tersebut melatar belakangi penulis untuk mengambil judul “UPAYA *CUSTOMER SERVICE* PT TELKOMSEL DALAM MENGATASI MODUS PENIPUAN MELALUI SMS”

I.2 Perumusan Masalah

Setelah masalah yang akan diteliti telah ditentukan dan supaya masalah dapat terjawab secara akurat, maka masalah tersebut perlu dirumuskan secara spesifik dan diuraikan dalam kalimat pertanyaan. Adapun perumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Peran *Customer Service* PT. Telkomsel dalam Mengatasi Modus Penipuan melalui SMS”

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran *Customer Service* PT. Telkomsel dalam Mengatasi Modus Penipuan melalui SMS.

I.4 Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat membuktikan teori *Customer Service* dalam kegiatan *Public Relations*.

b. Manfaat Praktis

1) Manfaat Untuk PT. Telkomsel

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada PT. Telkomsel, serta penelitian ini dapat menjadi masukan bagi kinerja *Customer Service* yang lebih efektif.

2) Manfaat Untuk Masyarakat

Dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai modus penipuan melalui SMS agar tidak ada lagi masyarakat yang masuk dalam perangkat penipuan berbasis SMS.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori Public Relations dan Customer Service yang berhubungan terhadap masalah yang akan diteliti, definisi konseptual, dan kerangka pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai jenis penelitian, sifat penelitian, penentuan *key informan* dan *informan*, teknik pengumpulan data, teknik analisis, teknik keabsahan data, tempat penelitian, dan fokus penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang penguraian umum secara mendalam, serta hasil penelitian yang tersangkut dengan masalah yang diteliti. Pembahasan yaitu mengungkap, menjelaskan, membahas, menganalisis hasil penelitian, dan memberikan jawaban serta solusi yang mengacu pada tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang menyatakan hasil penelitian dan pembahasan. Saran menyatakan masukan alamiah positif tentang

masalah yang diteliti. Dan menjadi acuan bagi kesempurnaan penelitian yang dilakukan di GraPari Pusat Telkomsel.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat beberapa referensi yang digunakan oleh penulis untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penulisan skripsi.

LAMPIRAN

