

**UPAYA MEMUASKAN *TARGET CUSTOMER* MELALUI
PROSES BISNIS INTERNAL PADA PERUSAHAAN JASA
(STUDI DI PT. TELKOM INDONESIA Tbk. - KANTOR DAERAH
PELAYANAN TELEKOMUNIKASI SURABAYA BARAT)**

SKRIPSI

KK
A 53 / 03

Bor
u

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

**ANAK AGUNG PUTU MANIK BORNEO
No. Pokok : 049816002**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

SKRIPSI

**UPAYA MEMUASKAN TARGET CUSTOMER MELALUI PROSES BISNIS
INTERNAL PADA PERUSAHAAN JASA
(STUDI DI PT TELKOM INDONESIA Tbk. - KANTOR DAERAH PELAYANAN
TELEKOMUNIKASI SURABAYA BARAT)**

DIAJUKAN OLEH :

ANAK AGUNG PUTU MANIK BORNEO

No. Pokok : 049816002

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

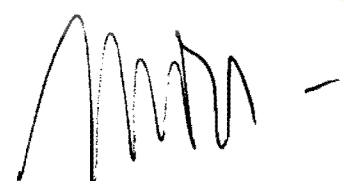
DOSEN PEMBIMBING,


Dr. H. Muslich Anshori, M.Si., Ak.

TANGGAL.....



KETUA PROGRAM STUDI,


(Drs. M. Suyunus, MAFIS., Ak)

TANGGAL.....

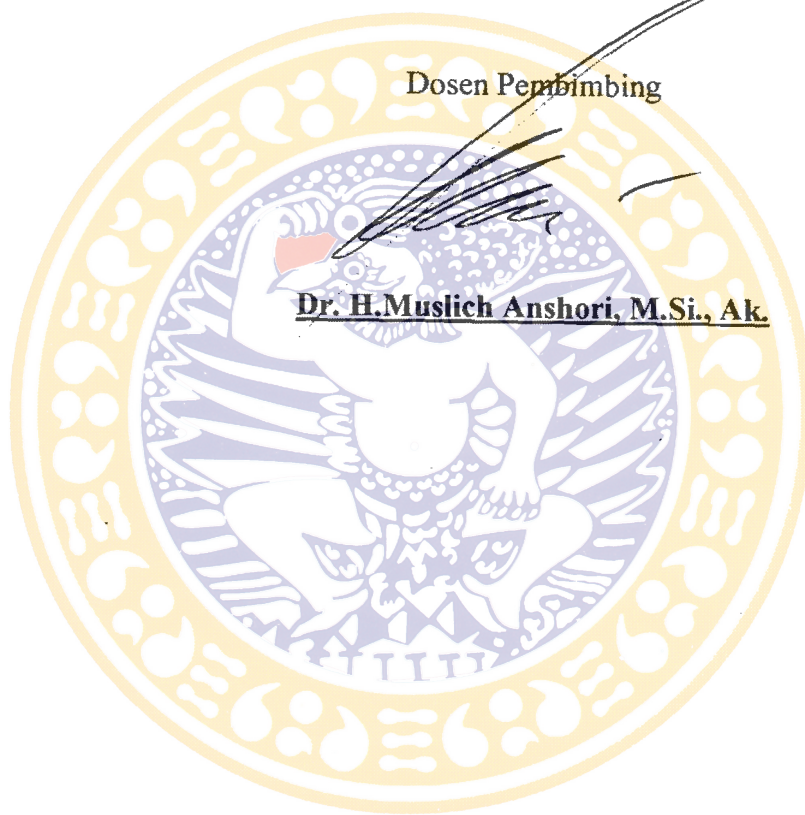
10-2-2003

Surabaya, 9 - 01 - 2003

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

Dr. H. Muslich Anshori, M.Si., Ak.



ABSTRAKSI

Di dalam globalisasi ekonomi yang melanda semua negara di dunia, perusahaan-perusahaan memasuki lingkungan bisnis yang sangat berbeda dengan lingkungan bisnis sebelumnya. Lingkungan bisnis sekarang dan dimasa yang akan datang memiliki karakteristik: (1) *customer* memegang kendali bisnis, (2) persaingan menjadi tajam, (3) perubahan menjadi konstan, pesat, radikal, serentak dan pervasif. Lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat mengakibatkan perubahan posisi dan fungsi perusahaan, baik manufaktur maupun jasa. Pada awalnya kegiatan perusahaan hanyalah memproduksi barang dan jasa tanpa memperhatikan faktor *customer*. Namun sekarang, di dalam kompetisi yang sangat tajam, agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing - pesaingnya, maka salah satu aspek yang harus mendapat perhatian pihak perusahaan adalah aspek *customer*. Perusahaan haruslah menyadari bahwa *customer* menghasilkan profit bagi perusahaan. Di dalam memberikan pelayanan kepada *customer*, perusahaan sebaiknya telah menentukan segmentasi *customer* yang akan dilayaninya. Hal ini mempengaruhi proses bisnis internal yang terjadi di perusahaan dalam upayanya memenuhi kebutuhan *customer*.

Berdasarkan hal itulah penulis mengadakan penelitian untuk mengetahui bagaimana upaya perusahaan di dalam memuaskan *target customer* melalui proses bisnis internal yang terjadi. Subyek penelitian adalah PT Telkom Kandatel Surabaya Barat. Obyek penelitian adalah proses bisnis internal yang berhubungan dengan aktivitas pelayanan pasang baru telepon, aktivitas pelayanan gangguan telepon, aktivitas pelayanan keluhan pelanggan dan aktivitas pelayanan informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan bentuk studi kasus tunggal (*single case study*), yaitu penelitian yang dilakukan hanya pada satu organisasi. Studi kasus digunakan karena diharapkan dapat memahami secara mendalam dan terfokus pada salah satu bidang ilmu pengetahuan dalam kondisi praktik yang sebenarnya dengan segala kompleksitasnya. Untuk mengetahui apakah upaya yang dilakukan perusahaan telah memuaskan *target customer*, maka akan dibandingkan hasil survey kepuasan *target customer* dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Ukuran yang digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan adalah sebagai berikut : *percentage of sales from product, on time delivery, customer complients, cycle time dan manufacturing cycle efficiency*.