

## PERAN OPERATOR TELEPON PADA LAYANAN PESAN ANTAR

Disadur dari Laporan Kerja Praktek mahasiswa dengan judul  
“Peran Media Komunikasi Khususnya Telepon pada Layanan Pesan Antar PT FAST FOOD  
INDONESIA, Tbk” oleh Haria Pratiwi, jurusan Sekretari D-3

Oleh: Nani Nuraini Sarah  
([nani20.sarah@gmail.com](mailto:nani20.sarah@gmail.com))

### ABSTRAK

#### **The Role of Operators in Delivery Service.**

(This paper is excerpted from the final project report entitled ‘The Role of Media Communication Especially the use of telephone in PT Fast Food Indonesia Tbk’)

As we know, technology offers much ease to mankind, especially in communication. Without exception, these advantages make breakthrough in restaurant business. Delivery service which is as old as the business itself use telephones in delivering the goods to costumers

The aim of this present paper is to show the frame work of delivery service, the flow of communication and the importance of the professionals persons behind its success .Operators, the Back up and the Riders/Home Delivery have to work as a team. As they are the front line that directly deal with customers, they must demonstrate their professionalism, such as courtesy, on time delivery and making sure that customers are happy their ordering experience.

Data for this report was collected from PT Fast Food Indonesia, tbk in BSD square by a student who was directly involved in working as an operator for 3 (three) months. Her experience as an operator had brought her to a better understanding of the whole system of delivery service. With the support from her supervisor and her colleagues in the restaurant, she managed to get through her exhausted working time. After her valuable and interesting experience, she decided to share it in a report. The report shows that not only the technology component should be provided but the man power should also be trained for exceptional performance.

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini teknologi semakin canggih. Komunikasi jarak jauh tidak lagi menjadi masalah karena terciptanya alat komunikasi seperti telepon dan *handphone*. Alat telekomunikasi yang terakhir ini sangat meroket penggunaannya. Pada zaman dahulu komunikasi dilakukan melalui surat. Sehingga jarak sering menjadi kendala.

Sebuah terobosan baru dalam tehnik pemasaran bernama layanan pesan antar (*Delivery Service*), memanfaatkan media telepon sebagai bagian terpentingnya. Terobosan baru ini menempatkan media komunikasi modern lainnya, seperti internet sebagai alat bantu utama dalam menjalankan bisnis. Peran Operator tiba-tiba menjadi penting bagi perusahaan. Selain menerima pesanan, seorang operator diharapkan dapat memberi informatif yang diperlukan pelanggan.

Bila seorang *receptionist*/penerima tamu menyapa seorang tamu, kesan yang mereka dapatkan dengan mudah diperoleh melalui sikap tubuh, tatapan mata, senyum ramah serta keseluruhan penampilannya. Tidak demikian halnya dengan operator telepon. Wujud fisik atau penampilan mereka tidak terlihat. Kesan si penelepon terhadap kita khususnya, dan perusahaan pada umumnya, semata-mata didapat dari suara, apakah riang, penuh perhatian, atau membosankan atau menyakitkan telinga. Suara yang dipancarkan operator dapat menciptakan lukisan atau *image* yang sangat luas, baik tentang operator maupun perusahaan yang dibawanya.

Banyak orang mengira bahwa berkomunikasi itu hanya sebatas berbicara atau bertelepon saja, ternyata ada banyak hal lain yang harus diperhatikan.

Seorang operator harus sigap mencatat segala sesuatu yang perlu dari pembicaraan dalam telepon. Gerakan kedua belah tangan ini harus bersifat spontan dan sinkron, sehingga operator tidak akan kehilangan waktu untuk minta penelpon mengulangi hal-hal yang perlu dicatat dari pembicaraan itu. Tidak hanya itu, tetapi *operator* seyogyanya mengetahui berbagai jenis telepon yang digunakan dalam kantor. Baik kegunaan maupun fungsi tombol-tombolnya, setiap jenis telepon pasti ada bedanya, walaupun fungsi utamanya tetap untuk berkomunikasi. Jadi, seorang operator harus terampil berbahasa, berkomunikasi, cekatan dan berpengetahuan, agar perusahaan bangga memilikinya.

Seorang mahasiswa saya mencoba terjun langsung dalam pekerjaan sebagai seorang operator. Ternyata tidaklah mudah seperti yang ia bayangkan. Ada banyak aturan dan tanggung jawab operator dalam menerima telepon. Namun secara garis besar tulisan saya ini hanya ingin membahas tugas & pengetahuan operator dalam menjalankan fungsinya, sesuai dengan pengetahuan yang didapat mahasiswa tsb. selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di KFC (*kentucky fried chicken*) BSD SQUARE khususnya dalam Layanan Pesan Antar.

## **B. Identifikasi Masalah**

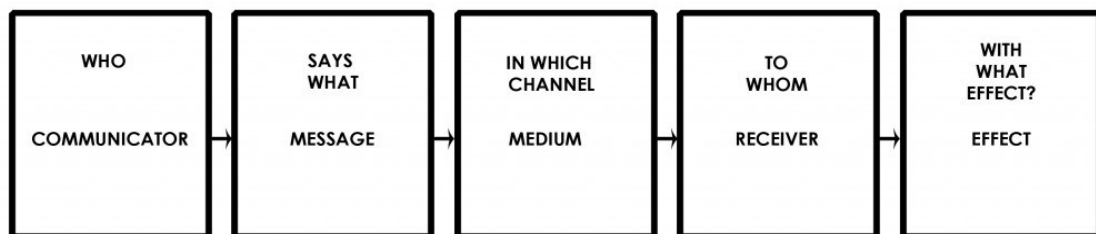
Berdasarkan Latar Belakang Masalah Peran Operator Telepon dapat diidentifikasi antara lain :

- a) Pengertian Komunikasi dan Fungsinya
- b) Kegiatan Pemesanan
- c) Fungsi yang dituntut Petugas

## TEORI KOMUNIKASI

Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi ‘model Lasswell’. Yaitu sebuah teori komunikasi sederhana satu arah yang dianggap tertua namun banyak mempengaruhi teori komunikasi selanjutnya. Konsep komunikasi linear seperti dibawah ini, walaupun klasik namun mudah dipahami dan segmen penggunaannya sangat luas untuk menerangkan sebuah proses komunikasi yang terjadi. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/ *channel*/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?)



Sekelompok orang yang terlibat dalam komunikasi harus memiliki kesamaan makna, jika tidak maka komunikasi tidak berlangsung. Bila seseorang menyampaikan pesan, pikiran dan perasaan kepada orang lain dan orang tersebut mengerti apa yang dimaksudkan oleh penyampaian pesan maka komunikasi berlangsung. Pengertian komunikasi adalah suatu proses penyampaian pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang mempunyai arti bagi kedua belah pihak.

## TEORI PEMASARAN

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan,

menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 1997:8).

Didalamnya ada tiga unsur pokok konsep pemasaran yaitu :

**a. Orientasi pada konsumen**

Setelah mengadakan penelitian pada konsumen untuk melihat kebutuhan pembeli, selanjutnya adalah menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran yang dianggap paling baik.

**b. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (*integral marketing*)**

Setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen.

**c. Kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction*)**

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, adalah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi.  
([www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com))

**Sasaran Sistem Pemasaran**

Ada 4 sasaran alternatif dari sistem pemasaran yang diajukan diantaranya :

1. Memaksimalkan konsumsi.
2. Memaksimalkan kepuasan konsumen.
3. Memaksimalkan pilihan.
4. Memaksimalkan mutu kehidupan.

**Layanan Pesan Antar (Home Delivery)**

Salah satu strategi yang bisa dilakukan pelaku pasar untuk memanjakan para konsumennya yaitu dengan memberikan layanan pesan antar guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Melalui layanan pesan antar, konsumen tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan. Tidaklah heran bila sekarang ini layanan pesan antar menjadi salah satu strategi jitu yang diambil pelaku usaha untuk meningkatkan omset penjualannya. Misalnya saja seperti restoran-restoran besar seperti : Pizza Hut, KFC, A&W maupun McD, sampai pelayanan bisnis jasa seperti delivery.  
<http://karladornacher.typepad.com>

## **PENTINGNYA KOMUNIKASI dalam ‘HOME DELIVERY’**

Jika tidak ada komunikasi maka tidak ada pekerjaan untuk *Home Delivery*. Maka dari itu dalam ruang khusus *home delivery* disediakan perlengkapan seperti telepon kabel, telepon fax, komputer, struk pembayaran dan buku pemesanan. Pekerjaan *home delivery* dibantu oleh seorang *Operator*. Dalam perusahaan tersebut *Operator* disebut sebagai Sekretaris *home delivery*. *Operator* dan *home delivery* harus kompak dalam bekerja agar tidak terjadi kesalahan dalam pemesanan. *Operator* harus sigap dan siap pasang telinga baik-baik, menyiapkan alat tulis yang dibutuhkan untuk mencatat pesanan.

### **a) Delivery Service (Pesan Antar)**

*Home Delivery* atau yang biasa disebut dengan pesan antar. *Home Delivery* dikembangkan untuk menambah pelayanan dan service yang memuaskan konsumen. Mengapa *Home Delivery* diadakan? Tujuan adanya pesan antar adalah untuk memudahkan *customer* yang merasa sibuk dalam pekerjaannya dan mungkin sibuk dalam urusan bisnisnya, *customer* bisa langsung menelpon di hotline. Layanan pesan antar ini termasuk dalam target omset perusahaan.

### **b) Fungsi Telepon**

Telepon merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan suara (terutama pesan yang berbentuk percakapan). Kebanyakan telepon beroperasi dengan menggunakan transmisi sinyal listrik dalam jaringan telepon sehingga memungkinkan pengguna telepon untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya.

### **c) Tatakrama bertelepon**

Dalam melakukan percakapan telepon ada tatakrama yang harus diperhatikan oleh pengguna telepon. Hindari mengangkat telepon lebih dari 3 kali dering dan hindari menggunakan kata “Hallo”. Sebutkan nama perusahaan atau organisasi tempat bekerja, serta tanyakan apakah ada yang dapat dibantu.

Contoh : “*Fast Food Indonesia, selamat pagi, ada yang dapat dibantu?*”

### **d) Pengetahuan akan Pesawat Telepon**

Ditinjau dari segi kapasitas atau kemampuan peralatan yang digunakan pada pesawat telepon, macamnya adalah sebagai berikut:

1. Satu jalur telepon (single line telephone)
2. Telepon dengan banyak tuts (multi button telephone)
3. Sistem hunting

4. Telepon dengan pengeras suara (loudspeaking telephone)

**e) Jenis-jenis Pesawat Telepon**

Berbagai pesawat telepon yang beredar dipasaran, menuntut seorang memakai pesawat telepon mengetahui jenis-jenis telepon tersebut, di antaranya adalah :

1. Telepon meja/kabel (tablephone), yaitu telepon berkabel yang diletakkan di atas meja. Telepon kabel tidak hanya bisa membuat panggilan dan menerima telepon saja bahkan telepon kabel juga bisa di pasang internet dan di operasikan melalui komputer. Saat ini sudah ada telepon kabel yang modern, telepon kabel modern ini bahkan bisa membuat sms (pesan teks). Karena penggunaannya yang mudah, Telepon kabel sangat populer penggunaannya.
2. Telepon dinding (wallphone), yaitu telepon yang diletakkan pada dinding. Sistem kerjanya sama dengan telepon kabel.
3. Pesawat Telepon Tombol Tekan (Push Button) Adalah pesawat telepon yang digunakan pada sentral telepon otomatis dimana sistem catuan listriknya diberikan dari sentral.
4. Pesawat Telepon Wireless Adalah sejenis pesawat telepon tipe push button, dimana antara Handset-nya dengan tombol Push Button-nya tidak dihubungkan dengan kabel, melainkan dengan menggunakan udara sebagai media untuk menghantarkan frekuensi pembicaraannya.
5. Pesawat Telepon Genggam (Hand Phone) Adalah sejenis perangkat terminal telepon yang kompak dan komplit, artinya antara perangkat Ear Phone, Microphone dan Remote kontrol unitnya serta sistem catudayanya sudah menjadi satu. Selain itu sudah dilengkapi memori yang berisi fasilitas fitur untuk mendukung operasionalnya. sehingga mudah dibawa kemana-mana. Telepon selular (ponsel) diawali pada tahun 1973, ketika Martin Cooper dari Morola Corp, “menemukan” telepon genggam dengan berat 800 gram. Berat ponsel itu karena ukuran baterai yang besar untuk keperluan tenaga. Kini ponsel jauh lebih ramping dan tipis. Teknologi yang digunakan sudah memasuki generasi keempat (4G). Teknologi yang menawarkan pendekatan yang menggabungkan teknologi nirkabel, wireless, LAN, Bluetooth, dll.
6. Pesawat telepon Fax. Adalah pesawat telepon yang ada fasilitas Fax-nya. Sebagian besar perkantoran menggunakan mesin ini untuk melakukan pengiriman dokumen, dokumen penting yang memang perlu dikirim saat itu juga tanpa perlu menggunakan jasa pos atau pengiriman dokumen. Baik itu mengirim ataupun menerima dokumen.

7. Telepon umum adalah fasilitas layanan telepon publik dengan cara pelayanan memasukan uang (pada umumnya koin) atau kartu telepon sebelum melakukan panggilan.

**Contoh pesawat telepon yang paling populer :**



**PROSES PEMESANAN**

**Ada 2 (dua) alur dalam proses pemesanan layanan yaitu :**

**a) Alur Komunikasi**

Alur komunikasi yang digunakan bermacam-macam dari yang formal hingga non-formal, dalam komunikasi ini tidak hanya *operator* saja yang memegang tugas ini tetapi *HD (home delivery)* pun ikut membantu, maka dari itu kerja sama *team* sangatlah dibutuhkan.

**b) Alur Pemesanan**

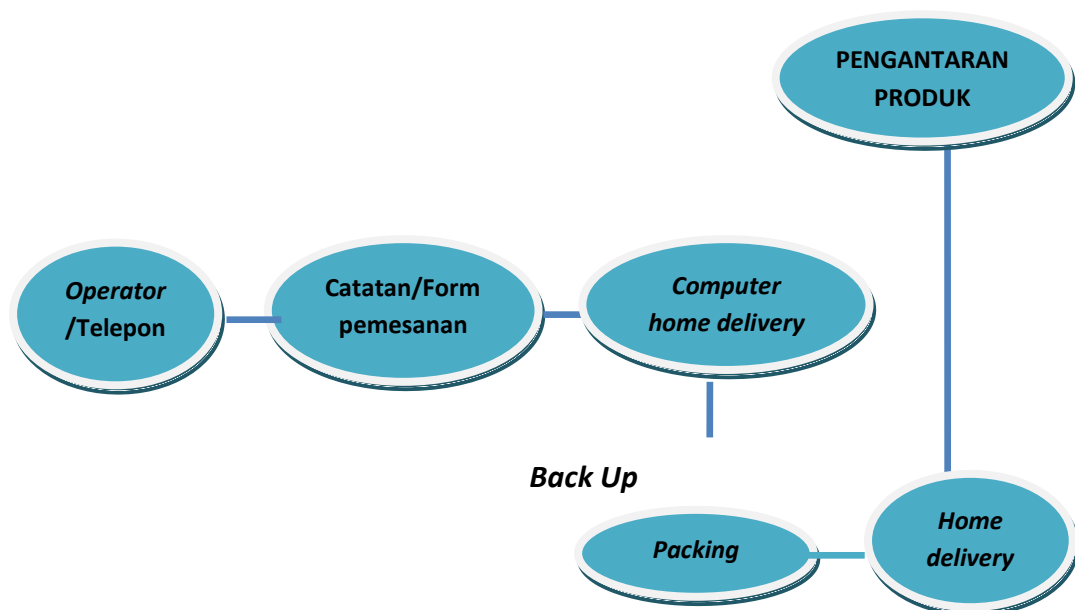
Alur pemesanan dalam perusahaan memang cukup rumit, mulai dari operator yang mengangkat dan menerima telepon. Tidak hanya menerima telepon saja, seringkali operator harus menerangkan menu yang tersedia pada store. Hal ini kadang-kadang cukup memakan waktu karena operator harus dengan serta merta menerangkan isi daftar menu. Setelah itu operator harus mencatat pesanan *customer*. Oleh sebab itu operator harus menyiapkan alat tulis untuk mencatat pesanan pada kertas/form yang sudah disediakan. Setelah pesanan *fix* untuk dipesan, kemudian *operator* memasukan data pemesanan tersebut kedalam komputer, hal yang dilakukan adalah memindahkan pesanan yang sudah dicatat kedalam komputer. Setelah data masuk komputer, secara otomatis komputer akan terhubung dengan bagian-bagian lain dan pesanan tersebut akan dikirim kepada komputer *HD (Home Delivery)*.

Setelah sampai pada komputer *HD (home delivery)* segera dibaca apa-apa saja yang akan dipesan oleh *customer*. Sebuah struk akan keluar dari komputer *HD*. Struk tersebut berisi alamat pemesan, pesannya dan harga yang harus dibayar oleh *customer*. Struk yang sudah tercetak akan segera diberi kebagian *Back Up* untuk *dipacking*. Bagian *home*

*delivery* hanya boleh mengecek pesanan yang sudah disediakan oleh bagian *back up*. Setelah pesanan siap *dipacking* maka *Rider* di bagian *home delivery* siap mengantar pesanan kepada *customer*, sesuai alamat yang dituju.

*Rider* adalah orang yang mengantar pesanan KFC, sebutan *home delivery* dalam toko adalah *rider* maka dari itu *rider* dan *home delivery* mempunyai arti yang sama. Dalam ruang *Home Delivery* tersedia 2 (dua) line Telepon yaitu telepon kabel dan *handphone* dengan 1 (satu) *Operator* dan bantuan dari *home delivery*, *operator* dalam satu kali telepon mempunyai waktu 5 (lima) menit, bahkan bisa sampai 10 (sepuluh) menit untuk memuaskan *customer* dalam pesanan layan antar

### Sketsa Alur Pemesanan Makanan untuk Delivery



#### c) Petugas yang terlibat pada Layanan Pesan Antar

Ada 3 (tiga) petugas yang terlibat pada layanan pesan antar, yaitu :

1. *Operator* : adalah orang yang bertanggung jawab menerima pesanan melalui telepon, mencatatnya dan memberikan pesanan pada bagian persiapan melalui komputer. Harus dipastikan bahwa operator mengerti tentang prinsip kerja alat yang di operasikannya. Seringkali Operator harus menerangkan pula menu-menu pilihan kepada *cutomer* yang awam. → Menerima pesanan kemudian memasukkan data.
2. *Back Up* : adalah bagian persiapan yang bertugas mempersiapkan pesanan yang diterimanya dari komputer. → Membaca pesan dan mempersiapkan
3. *Rider* : adalah orang yang mengantar pesanan ke alamat yang dituju. Sebaiknya Rider mengecek ulang pesanan agar tidak ada kesalahan pada menu yang di pesan. → Menerima data, mengecek barang dan kemudian mengantarkannya.



## PENUTUP

Secara keseluruhan, seluruh Petugas Layan Antar merupakan lini terdepan dalam pelayanan '*Home Delivery*'. Petugas layan antar mewakili citra perusahaan tempat mereka bekerja. Namun karena fokus kita kali ini adalah peran *Operator*, maka dapat disimpulkan sbb:

1. *Operator* harus tanggap, cekatan dan sopan, agar *customer* merasa terlayani dan dihargai.
2. Akan lebih menghemat waktu bila *operator* trampil menggunakan perangkat kerjanya serta menguasai istilah-istilah dalam *menu home delivery*.
3. *Operator* yang lembut dan sabar serta memiliki kebahasaan yang baik, akan menciptakan rasa kepuasan *customer*.
4. Apabila gerai ramai, untuk pesanan layan antar perlu ketelitian lebih tinggi, baik dalam penerimaan pesanan, dalam persiapan maupun dalam pengantaran. Untuk memuaskan *customer*, janji pengantaran 30 menit, harus dipegang teguh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2008. "Public Relation sebagai jembatan dalam komunikasi".  
Sumber : Buku Public Relation (hal.27)
- Definisi *Home Delivery*  
Sumber : [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)  
Diposkan : 20th July 2011 oleh murray joe (tanggal 20 Juli 2011).
- Sumber : <http://s3.amazonaws.com/files.posterous.com> (strategi pemasaran jemput bola).  
Diposkan oleh : teknologi telepon Rekomendasi dari Geoogle (20.36).
- Penerbit : PT REMAJA ROSDAKARYA Bandung (buku komunikasi).  
Sumber : [www.rosda.co.id](http://www.rosda.co.id)
- [www.mediakomunikasi.com](http://www.mediakomunikasi.com)
- [www.ptfastfoodindonesia.co.id](http://www.ptfastfoodindonesia.co.id)