

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan strategi pelayanan pelanggan: studi kasus di British Telecommunications PLC

Daniel Tofani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=81421&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menunjukkan bagaimana faktor-faktor eksternal perusahaan mempengaruhi pemilihan strategi dan faktor-faktor internal akan mempengaruhi pelaksanaan strategi. Penelitian untuk studi kasus dilakukan di British Telecommunications PLC (BT), perusahaan telekomunikasi terbesar di Inggris.

Kerangka pemikiran untuk penelitian dan analisis menggunakan konsep manajemen stratejik. Faktor-faktor baik internal dan eksternal telah diteliti dan dianalisis.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode wawancara untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Fokus selama penelitian adalah faktor-faktor internal dan eksternal yang berhubungan dengan manajemen stratejik.

Pada tahun 1984 Pemerintah Inggris membuka pasar telekomunikasinya untuk persaingan bebas, membentuk badan pengawas untuk menjaga adanya persaingan yang sehat, dan menjual saham perusahaan telekomunikasi milik negara. Badan pengawas yang bernama Oftel (Office of Telecommunications) mengutamakan pelayanan untuk masyarakat dengan harga yang serendah mungkin. Untuk memajukan persaingan sehat di Inggris, Oftel membatasi gerak BT antara lain dalam jenis-jenis produk yang dipasarkan, struktur organisasi, dan harga jual ke konsumen.

Peraturan Oftel memaksa BT setiap tahun untuk menurunkan harga jualnya. Untuk dapat bertahan, maka BT menerapkan strategi generik ongkos termurah (low cost producer). Hal ini dilakukannya dengan investasi di peralatan modern dan mengurangi jumlah pegawai. BT juga meningkatkan pelayanan pelanggannya untuk meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

Faktor-faktor internal BT terus diupayakan untuk mendukung strategi yang telah dipilih. Struktur organisasi disesuaikan dengan segmen pasarnya, yaitu segmen bisnis global, bisnis nasional, dan segmen perseorangan. Namun demikian, sistem komputer BT masih mengacu pada struktur organisasi yang lama, yaitu yang berdasarkan distrik atau wilayah geografis. Akibatnya BT tidak dapat memakukan pelayanan pelanggannya dengan efisien.

BT sangat serius dalam merencanakan dan melaksanakan strategi pelayanan pelanggan. Secara rutin BT mengadakan empat survey yang berbeda untuk mengetahui keinginan dan keperluan pelanggannya. Sebagai perusahaan yang telah memperoleh sertifikasi ISO 9000, BT juga melaksanakan proses manajemen kualitas secara konsisten.