

Sinkronisasi kontrak manajemen pengelola PlasaTELKOM dengan hasil survey kepuasan pelanggan untuk meningkatkan indeks kepuasan pelanggan

Agung Tri Cahyono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=95626&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam upaya menjadi perusahaan infokom terdepan di kawasan regional melalui komitmen layanan One Stop Infocom dengan kualitas prima dan harga kompetitif, TELKOM telah menetapkan sembilan Strategi Bisnis Perusahaan. Empat dari sembilan strategi difokuskan pada customer service yaitu pemberian layanan terbaik kepada pelanggan.

Sebagai tindak lanjut, TELKOM telah menunjuk lembaga independen MARS (Marketing Research Specialist) untuk melakukan survey kepuasan pelanggan. Melalui lembaga independen ini, diharapkan tidak ada intervensi dari pihak-pihak eksternal maupun internal TELKOM yang mungkin berkepentingan dengan hasil survey, sehingga hasil survey tetap terjaga obyektifitasnya dan murni menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil survey, pelanggan TELKOM Jakarta Timur yang merasa puas atau sangat puas terhadap layanan TELKOM hanya sebanyak 67.01%, masih dibawah target Customer Satisfaction Index General Manager Layanan TELKOM sebesar 68,75%. Untuk kepuasan pelanggan terhadap layanan PlasaTELKOM, enam dari enam belas jenis layanan mendapatkan kepuasan sangat rendah dengan gap negatif sangat lebar, semuanya berada pada dimensi reliability, assurance, dan responsiveness. Sedangkan sepuluh jenis layanan lain pada dimensi empathy dan tangible mendapatkan kepuasan pelanggan melebihi harapan mereka dengan gap positif sempit.

Sebaliknya, dalam kondisi kepuasan pelanggan masih dibawah harapan, perceived service less than expected service, ternyata Kontrak Manajemen pengelola PlasaTELKOM dinilai dengan hasil P2 (Sangat Memuaskan). Dengan demikian, telah terjadi unsynchronize causeeffect atau ketidaksinkronan hubungan sebab akibat antara Kontrak Manajemen pengelola PlasaTELKOM yang berisi program-program kegiatan bertujuan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, dengan Indeks Kepuasan Pelanggan itu sendiri.

Seharusnya, kinerja manajemen pengelola Plasa TELKOM juga mendapatkan nilai tingkat tiga atau empat dari lima range penilaian, yaitu "Cukup" atau "Memuaskan", bukan "Sangat Memuaskan".

Kekeliruan pembuatan program kerja ini terjadi karena Kontrak Manajemen tidak berangkat dari hasil survey kepuasan pelanggan dan lebih cenderung pada keinginan manajemen. Dari hasil survey kepuasan pelanggan, mereka menginginkan kepuasan tertinggi pada assurance petugas pelayanan dan reliability [ayanan. Sedangkan dalam Kontrak Manajemen, meski bobot sebesar 69% dari seluruh program kegiatan difokuskan untuk peningkatan kepuasan pelanggan, namun sebanyak hampir 72% nya terletak pada dimensi tangible, dan 14% untuk penanganan dimensi reliability dan assurance.

Oleh karena itu, Kontrak Manajemen harus dirubah dengan tetap mengikuti framework Dimensions of Service Quality. Peningkatan layanan dimensi empathy dan tangible secara sistematis lebih mudah. Cukup dengan menambahkan item survey yang berkaitan ke dalam Kontrak Manajemen pengelola PlasaTELKOM sehingga pejabat bersangkutan akan lebih fokus ke dalam upaya-upaya peningkatan empathy dan tangibiitas PlasaTELKOM. Penanganan dimensi reliability, responsiveness, dan assurance relatif lebih sulit karena terkait dengan unit kerja lain dalam satu alur proses penyelesaian masalah yang ditetapkan da[am TELKOM Quality Management System (TQMS).

Untuk bisa menyelaraskan Kontrak Manajemen dengan Kepuasan Pelanggan, harus dilakukan perubahan terhadap Kontrak Manajemen yang berlaku sekarang dengan tetap berprdoman pada framework lima dimensi kualitas. Penambahan beberapa target layanan pada Kontrak Manajemen berupa Pola Pelayanan One Stop Service, Pemenuhan Penyelesaian Masalah, Pemenuhan Pengendalian Penyelesaian Gangguan, Pemenuhan Pengendalian Aktivasi PSB, dan Training Produk dan Layanan untuk Frontliner. Tiga target Layanan pertama difokuskan pada peningkatan reliability Layanan, sedangkan dua lainnyn untuk peningkatan responsiveness, assurance, dan empathy.

Dengan perubahan tersebut, akan membuat Kontrak Manajemen lebih sinkron dan memiliki korelasi lebih baik dengan Kepuasan Pelanggan.