

BAB II

LANDASAN TEORI



A. UMUM

Jasa telekomunikasi saat ini telah banyak disediakan dan dilayani oleh badan usaha lain di luar TELKOM. Kondisi itu dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan informasi dan tuntutan yang semakin tinggi dari masyarakat pemakai jasa telekomunikasi. Hal itu menimbulkan perubahan konsepsi dan budaya pelayanan yang lebih terorientasi pada kebutuhan jasa dan kepuasan pelanggan.

TELKOM sebagai salah Satu penyedia jasa telekomunikasi harus memenuhi dan menjawab tantangan tersebut melalui penciptaan sistem pelayanan terpadu. Keterpaduan bersumber dari keterlibatan setiap unsur dalam unit perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat, akurat, mudah, dan pasti. Kondisi itu akan membawa perusahaan ke arah *Market Driven Company* yang sangat dipengaruhi dan berorientasi pada pelanggan.

B. KANDATEL

Kandatel adalah kependekan dari kantor daerah pelayanan telekomunikasi. Kandatel merupakan istilah yang digunakan oleh TELKOM untuk menyebut unit usaha terkecilnya. Unit usaha itu memiliki kewenangan penuh untuk mengelola bisnis telekomunikasi di wilayah yang berada / ditetapkan di bawah pengelolanya. Kandatel juga sering disebut sebagai unit operasional perusahaan, dimana tatap muka dan pelayanan langsung terhadap masyarakat dilakukan atas nama unit ini. Atas dasar itu, kandatel memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada masyarakat.

Setiap penerapan kebijakan dari pucuk pimpinan perusahaan merupakan program yang harus diterapkan dalam setiap kandatel. Begitu pun dengan usaha atau strategi untuk menciptakan suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan. Langkah itu telah dirumuskan secara sistematis oleh perusahaan melalui penetapan Keputusan Direksi Nomor KD 48 / HK220 / YAN-11 / 94 tentang Pedoman Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Menuju Market Driven Kandatel.

Langkah awal yang pada umumnya digunakan oleh kandatel untuk menunjukkan penerapan konsep itu adalah pembentukan titik pelayanan (istilah yang digunakan dalam lingkungan TELKOM adalah *Service Point*). Konsep ini sendiri sebenarnya muncul dari keinginan untuk memberikan kejelasan pada pelanggan, lokasi yang harus ditujunya jika membutuhkan pelayanan telekomunikasi.

C. SERVICE POINT

Service Point adalah unit kerja atau lokasi pelayanan yang ditentukan dan dibentuk TELKOM untuk menyediakan layanan jasa telekomunikasi terhadap pelanggan atau masyarakat umum yang ingin berhubungan dengan perusahaan (KD No 413/NGO14/OPE-24/1991). Hubungan itu dapat disebabkan oleh alasan transaksi atau sekedar permohonan informasional. Dalam hal ini, *Service Point* berperan sebagai penyambung perusahaan dengan masyarakat umum, yaitu calon pelanggan, pemakai jasa atau calon pemakai jasa telekomunikasi.

Kondisi itu didukung oleh pembuatan suatu sistem informasi yang mampu menyajikan jenis-jenis pelayanan di *Service Point*. Hal itu telah diatur pada Keputusan Direksi No KD 33 / YN260 / YAN-30 / 1993 tanggal 8 maret 1993 tentang Pedoman Pengoperasian SISKAMAYA. Perkembangan lanjut menunjukkan bahwa program itu masih perlu disempurnakan secara terus menerus. Meski demikian, konsep pemanfaatannya masih tetap diyakini hingga saat ini.

Peran perantara atau penyambung itu kemudian berkembang ke arah konsep atau program *one stop service*. Program ini didefinisikan sebagai pelayanan jasa telekomunikasi secara responsif melalui *Service Point* di mana setiap calon pelanggan, pelanggan tetap, dan atau pemakai jasa telekomunikasi dapat dilayani berbagai keperluannya oleh seorang petugas *Service Point* yang didukung data akurat melalui sistem informasi secara terintegrasi (KD No 48/HK220/YAN-11/94 bagian kedua, pasal 3).

D. TELEMARKETING

Telemarketing adalah pemasaran dan pelayanan permintaan pasang baru dan mutasi sambungan telekomunikasi dan fasilitas tambahan / features yang dilakukan secara responsif maupun proaktif melalui berbagai media / sarana baik telepon, telex, telegram, faksimili, maupun surat (Keputusan Direksi No KD 25/HK220/YAN-11/1994).

Jenis permintaan pelayanan telemarketing yang dapat dilayani adalah :

1. Pasang baru sambungan telekomunikasi, antara lain :
 - a. Sambungan telepon
 - b. Sambungan telex
 - c. Sambungan faksimili
 - d. Sirkuit langganan
 - e. Fasilitas tambahan / features
 - f. Jasa nilai tambah (JASNITA)
2. Mutasi sambungan telekomunikasi, antara lain :
 - a. Pindah alamat (PDA)
 - b. Pindah tempat (PDT)
 - c. Balik Nama (BN)
 - d. Ganti Nama (GN)
 - e. Ganti Pesawat (GPS)
 - f. Ganti Pemakai (GP)

g. Pasang peralatan tambahan (PPT)

h. Pencabutan (CBT)