

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Smartfren Telecom Tbk (Perseroan) bergerak dalam bidang usaha operator penyedia jasa telekomunikasi berbasis teknologi CDMA, berlisensi selular dan jaringan tetap lokal dengan mobilitas terbatas-Fixed Wireless Access (FWA). Perseroan memiliki cakupan jaringan CDMA EV-DO (jaringan mobile broadband yang setara dengan 3G) yang terluas di Indonesia. Selain itu, Perseroan juga menjadi operator telekomunikasi pertama di dunia yang menyediakan layanan CDMA EV-DO Rev. B (setara dengan 3,5G dengan kecepatan download sampai dengan 14,7 Mbps) dan operator CDMA pertama yang menyediakan layanan BlackBerry di Indonesia.

Sebagai penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi, Perseroan melakukan kegiatan usaha dengan ruang lingkup sebagai berikut:

- a. Menawarkan jasa telekomunikasi didalam wilayah Republik Indonesia.
- b. Menyediakan berbagai produk multimedia dan jasa terkait lainnya, termasuk tetapi tidak terbatas pada penjualan secara langsung maupun tidak langsung *voice services*, *data/image* dan jasa-jasa komersial mobile lainnya.
- c. Membangun, menyewakan dan memiliki jaringan telekomunikasi tanpa kabel difrekuensi 800 MHz yang secara eksklusif berbasis teknologi Code Division Multiple Access (CDMA), khususnya teknologi CDMA 2000 1X dan EV-DO.
- d. Memperdagangkan barang-barang, perangkat-perangkat dan/atau produk-produk telekomunikasi,

PT Smartfren merupakan gabungan beberapa perusahaan telekomunikasi. Sebelumnya, PT Smartfren bernama PT Mobile-8 Telecom Tbk. PT Mobile-8 Telecom Tbk berdiri pada tahun 2002. Pada tahun 2003, perusahaan melakukan akuisisi terhadap dua perusahaan operator seluler yaitu Komselindo dan Metrosel. Setelah itu, perusahaan mulai menyediakan layanan jasa telepon seluler berbasis teknologi CDMA. (*Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk*).

Perusahaan mengeluarkan layanan pra bayar yang bernama “Fren” pada tahun 2003 dan layanan pasca bayar pada April 2004. Kedua layanan ini berjalan pada teknologi CDMA 2000-1x. Setelah itu, perusahaan mengakuisisi operator telepon seluler yaitu Telesera. Perusahaan yang merupakan gabungan dari 3 operator seluler tersebut mengubah basis sistem telekomunikasi dari sistem seluler analog menjadi sistem seluler digital CDMA. (*Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk*)

Pada tahun 2006, perusahaan mengeluarkan layanan teknologi 3G melalui CDMA EV-DO dan mencatatkan saham perdananya ke dalam Bursa Efek Jakarta. Perusahaan mengeluarkan FWA (*Fixed Wireless Access*) pada tahun 2008 dan menggarap layanan *mobile data* pada tahun 2009. (*Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk*.) Pada tahun 2011, perusahaan melakukan aksi korporasi penting. Hal itu ditunjukkan perusahaan dengan meningkatkan modal, baik yang ditempatkan maupun yang disetor penuh. Tindakan tersebut bertujuan untuk mengakuisisi PT Smartel Telecom Tbk. Setelah itu, perusahaan mengubah namanya dari PT Mobile-8 Telecom Tbk menjadi PT Smartfren Telecom Tbk. (*Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk*.)



Gambar 1.1

Gabungan Smart dan Fren Menghasilkan Logo Smartfren

Sumber: Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk

Pada Tahun 2011, PT Smartfren meluncurkan layanan *mobile broadband* dengan teknologi CDMA EV-DO Rev. B. Layanan tersebut menyediakan akses internet super cepat dengan kecepatan *download* mencapai 14,7 Mbps. Oleh karena itu, PT Smartfren mengkampanyekan *tag line* yaitu “*i hate slow*” dengan Mr. Kwik sebagai maskotnya. (*Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk.*)



Gambar 1.2

Mr. Kwik dan Media Komunitas “I Hate Slow!”

Sumber : www.smartfren.com

1.1.2 Visi dan Misi

Visi dan misi PT Smartfren yang terdapat pada *Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk. 2014* adalah;

1. Visi

“To become leading operators that provides sustainable return to all stakeholders.”

2. Misi

“To provide best value-for-money data and voice service propositions to our subscribers while maintaining technological leadership and excellent customer experience.”

1.1.3 Bidang Usaha

PT Smartfren merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha telekomunikasi. Berikut adalah perbandingan antara pendapatan usaha untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2014.

Tabel 1.1
Pendapatan Usaha PT Smartfren

Dalam jutaan rupiah	2014	2013	In million Rupiah
Jasa telekomunikasi			Telecommunication Services
Data	2.368.124	1.818.342	Data
Percakapan	291.025	322.135	Voice
Pesan Singkat (SMS)	158.975	152.086	Short Message Service
Abonemen	20.037	22.428	Monthly Service Charges
Lain-lain	29.024	23.192	Others
Subjumlah	2.867.185	2.338.183	Subtotal

sumber : Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk. 2014 halaman 48

Tabel 1.2 menunjukkan pendapatan terbesar terdapat pada layanan data Smartfren *Mobile Broadband* sebesar Rp 2,3 T.

1.1.4 Produk Perusahaan

Setelah kampanye “*i hate slow*” pada tahun 2011, perusahaan gencar meluncurkan produk-produk yang mengusung Smartfren *Mobile Broadband* dengan teknologi CDMA EV-DO. (*Annual Report* PT Smartfren Telecom Tbk. 2013 halaman 6).

Produk-produk dari PT Smartfren Telecom Tbk:

1. Kartu Smartfren.
 - a. Prabayar.
 - b. Pascabayar.
2. Kartu Ummat.
3. Perangkat Seluler.
 - a. *Smartphone* seri Andromax.
 - b. *HTC Desire*
 - c. *Tablet* seri Andromax
4. Basic Phone
 - a. Xstream
 - b. Hape Jambu
 - c. *Fixed Wireless Phone*
5. Modem + *Router*

1.2 Latar Belakang

Dewasa ini, masyarakat mengalami perubahan gaya hidup yang menuntut internet sebagai kebutuhan dasar. Internet merupakan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi dengan mudah dan melakukan komunikasi tanpa dibatasi oleh faktor geografis. Hal ini di terangkan oleh Setiaputra daalam Wibisono dan Gunadi (2008:vii).

Jumlah pengguna internet di dunia per Juni 2014 mencapai angka 3,6 milyar. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 19.4% terhitung dari Juni 2013 sampai Juni

2014. Data tersebut diungkapkan oleh organisasi internasional yang bergerak dalam IT *innovation* yang bernama sogetiLabs. (www.labs.sogeti.com/the-new-faces-of-internet-part-1).

PT Smartfren mencatatkan jumlah pelanggannya pada tahun 2014 mencapai 10,9 juta. Angka tersebut terdiri dari dari pelanggan prabayar dan pascabayar.

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan Smartfren Tahun 2014

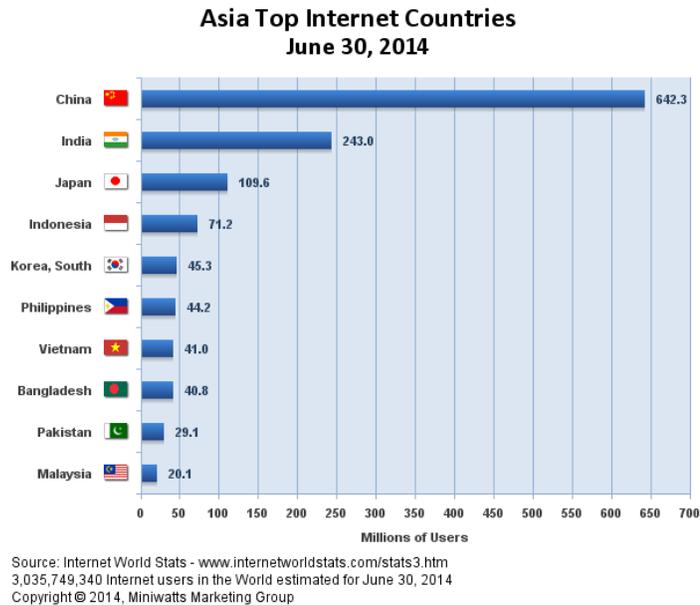
Keterangan	2012	2013	2014	Description
Pelanggan (dalam ribuan)				
Paskabayar	160	152	194	Postpaid
Prabayar	11.771	11.180	10.802	Prepaid
Total	11.931	11.332	10.996	Total

Sumber : Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk. 2014 halaman 7

PT Smartfren mencatatkan jumlah pelanggannya pada tahun 2014 mencapai 10,9 juta. Angka tersebut terdiri dari dari pelanggan prabayar dan pascabayar.

Dari penjelasan tabel 1.2 dapat di simpulkan bahwa jumlah pelanggan dari tahun 2012-2014 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dapat kita lihat bahwa jumlah pelanggan Smartfren dari tahun 2012-2013 mengalam penurunan sebesar 629 ribu pelanggan yang tidak lagi menggunakan produk smartfren, sedangkan penurunan pada tahun 2013-2014 sebesar 336 ribu. Dapat kita simpulkan bahwa banyak konsumen yang beralih ke provider yang lainnya.

Indonesia adalah negara keempat terbesar di Asia. Hal itu bisa di lihat pada gambar 1.3 berikut:



Gambar 1.3

Jumlah pengguna internet di dunia tahun 2014

Sumber : www.internetworldstats.com.

Pada gambar di atas menjelaskan bahwa Negara Indonesia mencapai peringkat ke empat di Asia yang menggunakan fasilitas internet itu sendiri. Sebagai pengguna internet itu sendiri sendiri dapat kita simpulkan bahwa merupakan Negara yang menguasai pengguna internet yang sangat besar dan menjadi prospek yang sangat bagus untuk perusahaan Telekomunikasi.

Riset MarkPlus *insight* menyebutkan bahwa pada tahun 2014 sebanyak 71,2 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Hal ini menunjukkan kenaikan sebesar 22% dari tahun sebelumnya.

Melihat peluang besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia, banyak perusahaan yang menyediakan layanan internet. Beberapa perusahaan itu adalah PT Indonesia Satellite Corporation, PT Excelcomindo Pratama Tbk., PT Hutchinson CP Telecommunication, PT Natrindo Telepon Seluler, dan PT Telekomunikasi Seluler. Perusahaan-perusahaan tersebut menggunakan teknologi GSM. Sedangkan perusahaan-perusahaan lain seperti PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. dengan merek

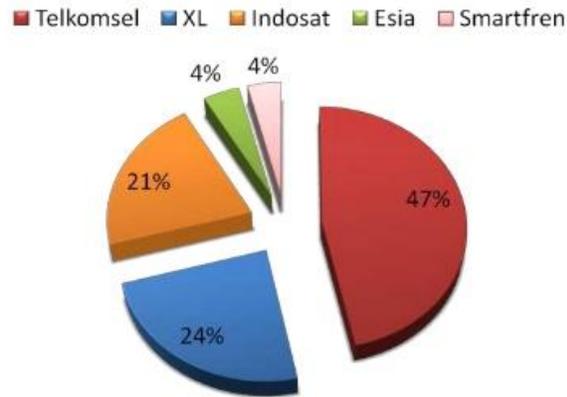
Flexi, PT Bakrie Telecom Tbk. dengan merek Esia, PT Indonesia Satellite Corporation dengan merek StarOne, dan PT Smartfren Telecom Tbk. adalah perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi CDMA. Meskipun perusahaan-perusahaan tersebut berbeda *platform* teknologi, mereka saling bersaing dalam menyediakan layanan internet yang terbaik. Salah satu layanan internet yang ditawarkan adalah *mobile broadband*, Situs (www.akamai.com).

Menyebutkan bahwa pertumbuhan tingkat *broadband* di Indonesia mencapai kecepatan akses rata-rata 1,9 Mbps per 2014. Hal itu tergolong tinggi. *World Broadband Commission* menerangkan bahwa Indonesia adalah negara ke-41 jumlah pengguna *mobile broadband* terbesar tahun 2014 dan merupakan salah satu Negara dengan pertumbuhan *mobile broadband* tertinggi di dunia.

PT Smartfren dengan *tagline* “*i hate slow*” menyediakan layanan data melalui Smartfren *Mobile Broadband* teknologi CDMA EV-DO Rev. B dengan kecepatan akses data sampai 14,7 Mbps. Teknologi CDMA EV-DO Rev. B disetarakan dengan teknologi 3,5 G pada GSM. Dengan berbekal teknologi tersebut, Smartfren bersiap untuk menghadapi persaingan *Mobile broadband* dengan pesaing, baik di GSM maupun di CDMA. (*Annual Report* PT Smartfren Telecom Tbk. 2014).

Jumlah pangsa pasar Telekomunikasi di Indonesia dapat di lihat pada gambar 1.4 sebagai berikut:

Pangsa Pasar Operator Telekomunikasi di Indonesia Tahun 2014



Note:

1. Telkomsel: 132.7 juta pelanggan, XL: 68.5 juta pelanggan, Indosat: 59.7 juta pelanggan, Esia: 12.3 juta pelanggan, Smartfren: 11.3 juta pelanggan
2. Data ini data kuartal I tahun 2014 yang diolah dari berbagai sumber

Gambar 1.4

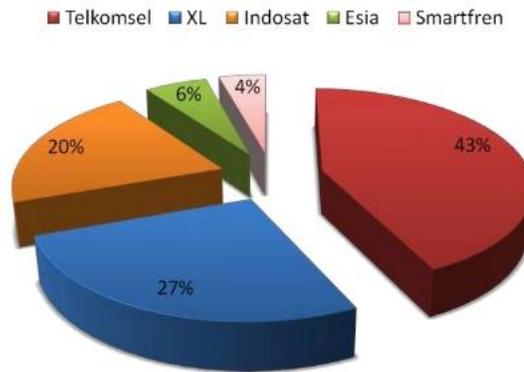
Pangsa pasar operator Telekomunikasi di Indonesia

Sumber : www.slideshare.net

Pada gambar di atas dapat kita bahwa pangsa pasar yang dimiliki oleh Smartfren masih sangat rendah jika dibandingkan dengan operator-operator yang lainnya yang bergerak di bidang Telekomunikasi.

Sedangkan pada pangsa pasar pengguna layanan data operator dapat kita lihat pada gambar 1.5 sebagai berikut:

Pangsa Pasar Pengguna Layanan Data Operator Telekomunikasi di Indonesia Tahun 2014



Note:

1. Telkomsel: 60.5 juta pelanggan, XL: 37.5 juta pelanggan, Indosat: 29 juta pelanggan, Esia: 8 Juta Pelanggan dan Smartfren : 6 Juta pelanggan
2. Data ini data kuartal I tahun 2014 yang diolah dari berbagai sumber

Gambar 1.5

pangsa pasar pengguna layanan data operator

sumber : www.slideshare.net

dari gambar diatas dapat kita simpulkan juga bahwa Smartfren masih mengalami pangsa pasar dalam layanan data yang sangat rendah, di bandingkan dengan operator lain yang memakai CDMA dan Broadband yang sama yaitu Esia.

PT Smartfren mempunyai jumlah pelanggan sebesar 10,9 juta tahun 2014, dimana 5 juta diantaranya adalah pelanggan *Mobile broadband*. PT Smartfren mengalami banyak keluhan dari para pelanggan *Mobile Broadband* pada tahun 2014. YLKI (Yayasan Layanan Konsumen Indonesia) menerangkan lewat Tempo Bisnis pada tanggal 2 Mei 2014 bahwa Smartfren diduga melanggar UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi. YLKI juga mengatakan terdapat 179 pengaduan konsumen Smartfren pada bulan Mei 2014, dimana 128 diantaranya adalah terputusnya koneksi internet dan gagalnya layanan data internet.

Perusahaan Smartfren dihadapkan pada perbaikan dan peningkatan kualitas layanan *Mobile broadband* yang optimal untuk mengatasi berbagai keluhan pelanggan. Hal tersebut harus dilakukan oleh PT Smartfren walaupun PT Smartfren mengalami keuntungan usaha pada tahun 2014.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti terhadap pengguna Smartfren Mobile Broadband, diperoleh hasil seperti dapat dilihat pada table 1.3 berikut :

Tabel 1.3
Hasil Penelitian Survei Pendahuluan tentang Kebutuhan Konsumen Pengguna Smartfren

No	Kebutuhan	Kendala	Jumlah	Presentase
1	<i>Network Connection Quality</i> (Kualitas Jaringan)	Jaringan (sinyal) kurang bagus	8	26.67 %
2	<i>Costumer Service</i> (Pelayanan Konsumen)	<i>Customer service</i> tidak memberikan pelayanan dengan professional	4	13.33 %
3	<i>Installation Service</i> (Pelayanan Instalasi)	Waktu instalasi yang lama	4	13.33 %
4	<i>Account Affair Handling Service</i> (Layanan Penanganan Akun)	Paket kurang sesuai dengan harga yang terlalu mahal	2	6.67 %
5	<i>Claim Service</i> (Penanganan Keluhan Konsumen)	Kurang respon terhadap keluhan pelanggan	5	16.67 %
6	<i>Overall Impression</i> (Kesan	Kurang adanya promosi yang	7	23.33 %

(Bersambung)

(Sambungan)

	Keseluruhan)	menarik		
	Jumlah		30	100 %

Dari tabel 1.3 penelitian pendahuluan terhadap kebutuhan konsumen dalam penggunaan Smartfren tersebut didapatkan data sejumlah 8 responden dari total 30 responden konsumen pengguna Smartfren dengan presentase 26,67% memilih kendala yang dirasakan oleh konsumen adalah karena jaringan (sinyal) kurang bagus, selanjutnya sejumlah 7 responden dari total 30 responden konsumen pengguna Smartfren dengan presentase 23,33% memilih kurang adanya promosi yang menarik, selanjutnya sejumlah 5 responden dari total 30 responden konsumen pengguna Smartfren dengan presentase 16,67% memilih kurang respon terhadap keluhan pelanggan, selanjutnya sejumlah 4 responden dari total 30 responden konsumen pengguna Smartfren dengan presentase 13,33% memilih *customer service* tidak memberikan pelayanan dengan profesional, dengan jumlah pemilih responden sebanyak 4 responden dan presentase yang sama sebanyak 13,33%, responden memilih waktu instalasi yang lama selanjutnya dengan jumlah reponden pemilih terkecil yaitu sebanyak 2 responden dari total 30 respoden konsumen pengguna Smartfren dengan presentase 6,67% memilih paket yang kurang sesuai dengan harga yang terlalu mahal.

Selain dari data penelitian pendahuluan terhadap kebutuhan konsumen dalam penggunaan Smartfren *Mobile Broadband* ada juga jurnal yang serupa membahas tentang kualitas pelayanan dengan memakai metode *Quality Function Deployment* dengan judul “Peningkatan layanan CDMA StarOne menggunakan metode *Quality Function Deployment* di PT Indosat” kesimpulannya berupa terdapat 21 Atribut kebutuhan konsumen CDMA Starone, penelitian memperoleh 5 atribut kebutuhan yang memiliki nilai *raw weight* tertinggi. Kelima atribut itu adalah *Customer service* yang membantu pelanggan, kemudahan di dalam menghubungi nomer sesama

operator, kemudahan di dalam pengiriman sms yang tidak pending, kemudahan aktivasi jelajah dan kejernihan kualitas sinyal.

Berdasarkan pada permasalahan tersebut, penelitian perlu dilakukan untuk menemukan pemecahan terhadap masalah yang dihadapi oleh PT Smartfren. Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai judul **“Peningkatan Kualitas Layanan Smartfren Mobile Broadband Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi pada PT Smartfren Telecom, Kota Bandung)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian bagian latar belakang, rumusan masalah dalam dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja yang menjadi keinginan pelanggan (*customer wants*) smartfren *Mobile Broadband*?
2. Apa saja peningkatan kualitas layanan smartfren *Mobile Broadband* yang dapat memenuhi keinginan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui keinginan pelanggan smartfren *Mobile Broadband*.
2. Mengetahui peningkatan kualitas layanan smartfren *Mobile Broadband* yang dapat memenuhi keinginan pelanggan.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kegunaan yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Peneliti mampu mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan yang di dapatkan dari aktivitas perkuliahan ke dalam kondisi sesungguhnya dilapangan sehingga bisa meningkatkan pemahaman peneliti.
 - b. Penelitian ini bisa memberikan bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya tentang peningkatan kualitas layanan dengan menggunakan metode QFD
2. Kegunaan Praktis
 - a. Penelitian ini bisa memberikan bahan masukan kepada PT Smartfren Telecom Tbk. Dalam menentukan kebijakan dan strategi smartfren *Mobile Broadband*.
 - b. Penelitian ini bisa memberikan pengetahuan dan saran kepada pelanggan smartfren dalam menggunakan smartfren *Mobile Broadband*.

1.6 Sistematika Penulisan Penelitian

Penelitian ini ditulis dalam 3 bab dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang saling berkaitan satu sama lain. Hal ini untuk memberikan gambaran umum penelitian. Penelitian ini ditulis secara sistematis dengan format sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek yang diteliti, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, dan juga sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan penelitian untuk dijadikan dasar penulisan kerangka pemikiran dan penyusunan hipotesis. Kajian kepustakaan mencakup teori-teori yang sudah baku di buku-buku teks, jurnal, disertasi, tesis, skripsi, dan lain-lain.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan pendekatan metode dan teknik yang digunakan dalam penelitian. Pendekatan metode dan teknik berguna untuk pengumpulan dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan hasil dari penelitian selama ini, semuanya terangkum dalam pembahasan mengenai hasil penelitian dari mahasiswa FKB dan pembahasannya terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penelitian akan memberikan sedikit masukan dan komentar dari penelitian yang telah dilakukan selama ini yang semuanya akan disajikan dalam bagian kesimpulan dan saran.

Halaman ini sengaja dikosongkan