

## ABSTRAKSI

TELKOMFlexi adalah produk dari PT Telkom yang digolongkan kepada layanan *fix wireless* dengan menggunakan teknologi seluler CDMA (*Code Division Multiple Access*). Walaupun teknologi yang digunakan adalah seluler, akan tetapi lisensinya adalah telepon tetap karena cakupan layanan suatu nomor Flexi hanya terbatas pada suatu area lokal saja yang kode areanya sama. FLEXI Trendy merupakan kartu Pra Bayar dari TELKOMFlexi yang menawarkan kenyamanan dan kecepatan akses komunikasi. Saat ini jumlah pengguna Flexi Trendy dan peningkatan penjualannya per tahun cukup tinggi, namun tingkat *churn* yang terjadi juga cukup tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah pengguna Flexi Trendy per tahun tidak mengalami peningkatan bahkan pertumbuhannya cenderung negatif. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Telkom, masih terdapat keluhan dari pelanggan mulai dari sisi jaringan sampai sisi pelayanan. Adanya migrasi frekuensi Flexi dari 1900 Mhz ke 800 MHz sejak Juni 2007 menimbulkan banyak sekali masalah yang menyangkut jaringan (Sumber: Bapak Nunung, ASMAN Direct Channel PT. Telkom Kandatel Bandung). Bila hal ini berlangsung terus menerus, maka satu persatu pelanggan akan meninggalkan produk FLEXI Trendy mengingat begitu ketatnya persaingan di dalam bisnis telekomunikasi saat ini. Dengan demikian pada akhirnya akan merugikan perusahaan, karena kehilangan pelanggan potensial dan loyalitas pelanggan lama. Mempertimbangkan hal-hal tersebut, sangat perlu dilakukan suatu evaluasi atas performa produk FLEXI Trendy untuk kemudian dilakukan perancangan perbaikan produk FLEXI Trendy yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen.

Metode yang digunakan adalah metode perancangan hasil gabungan metode QFD (*Quality Function Deployment*), dan TRIZ (*The Theory of Inventive Problem Solving*). Metode QFD dapat menjadi metode perancangan produk FLEXI Trendy yang berkualitas karena QFD didasarkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Namun QFD hanya mengidentifikasi suara konsumen dan menerjemahkannya menjadi karakteristik teknis produk. QFD tidak mampu menciptakan konsep baru dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang seringkali kontradiktif (Purba, 2006). Disinilah peran TRIZ, yaitu TRIZ mampu menciptakan konsep baru dalam memenuhi kebutuhan yang kontradiktif tersebut (Rantanen & Domb, 2002).

Dari hasil pengolahan data pada penelitian ini didapat 24 atribut kebutuhan pelanggan akan kualitas layanan dan 5 atribut kebutuhan tarif. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan terhadap 24 atribut kebutuhan, dan 25 karakteristik teknis serta penyelesaian masalah kontradiksi antar karakteristik teknis pada bagian co-relationships matriks *HoQ* dengan menggunakan TRIZ, rekomendasi diberikan kepada 13 atribut kebutuhan dengan nilai raw weight tertinggi. Selain itu juga didapatkan bahwa masih terdapat *gap* antara rata-rata tingkat kepentingan dan performansi tariff. Oleh karena itu perbaikan di sisi tarif juga perlu dilakukan agar didapatkan suatu perbaikan secara keseluruhan atas layanan Flexi Trendy.

Dari hasil analisa akhirnya akan diberikan usulan perbaikan Flexi Trendy sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci : Usulan, Perbaikan, Flexi Trendy, QFD, Quality Function Deployment, TRIZ, TIPS, Kualitas