

## ABSTRAK

Dunia teknologi informasi dan komunikasi berkembang semakin pesat. Salah satu indikasinya adalah adanya peningkatan jumlah pemakai dan pelanggan internet sekaligus jumlah *Internet Service Provider* (ISP). Dengan semakin banyaknya ISP yang menawarkan produk sejenis, maka tingkat persaingan bisnis pun menjadi semakin ketat dan kekuatan tawar-menawar konsumen menjadi semakin besar. Oleh karena itu, untuk dapat memenangkan persaingan, ISP seharusnya mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

PT Telkom yang merupakan salah satu penyedia layanan internet terbesar di Indonesia dengan paket layanan Speedy, belum mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Hal ini dikarenakan paket layanan Speedy saat ini belum mampu menjawab kebutuhan dan keinginan pasar, terutama untuk paket segmen residensial. Oleh karena itu, perlu dirancang bentuk paket layanan Speedy baru yang ditujukan bagi pelanggan residensial sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar serta mampu menandingi bahkan unggul dibanding paket layanan yang ditawarkan kompetitor.

Dalam merumuskan alternatif-alternatif bentuk paket Speedy, digunakan data mengenai karakteristik dan preferensi pasar sasaran yang diperoleh melalui riset pasar serta bentuk-bentuk paket yang ditawarkan kompetitor. Berdasarkan riset pasar diketahui bahwa pasar *broadband* dapat disegmentasikan berdasarkan demografi, dan *behavior* (tingkat penggunaan internet, aktivitas, dan karakteristik penggunaan), sedangkan berdasarkan analisis masing-masing bentuk paket yang ditawarkan oleh kompetitor diperoleh informasi bahwa variasi bentuk paket kompetitor merupakan kombinasi antara kuota, kecepatan, sistem pembayaran, penggunaan akses, waktu akses, dan *value added service*.

Dengan menggunakan kedua data tersebut, dihasilkan lima rekomendasi alternatif bentuk paket: (1) rekomendasi paket berbasis kecepatan akses; (2) rekomendasi paket berbasis aktivitas; (3) rekomendasi paket berbasis waktu akses; (4) rekomendasi berbasis volume akses; dan (5) rekomendasi berbasis kombinasi.

Setelah alternatif-alternatif tersebut terbentuk, maka selanjutnya dilakukan pemilihan alternatif bentuk paket usulan terbaik dengan menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP). Penggunaan metode ANP untuk melakukan pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa untuk memutuskan alternatif paket usulan Speedy terbaik dilakukan dengan mempertimbangkan parameter-parameter tertentu dimana parameter-parameter tersebut bersifat kualitatif dan memiliki keterkaitan satu sama lain dan ANP memiliki kemampuan dalam mengakomodasi sifat kualitatif dan keterkaitan tersebut.

Proses ANP terdiri dari tiga langkah besar, yaitu: (1) identifikasi *cluster* dan elemen pemilihan bentuk paket Speedy; (2) konstruksi model jaringan; (3) pembobotan melalui perbandingan berpasangan. Proses ini melibatkan enam responden ahli yang terdiri dari 4 orang responden ahli internal perusahaan dan 2 orang responden ahli eksternal perusahaan.

Berdasarkan hasil pengolahan serta analisis *cluster* dan elemen pemilihan alternatif bentuk paket Speedy menggunakan metode ANP dengan bantuan *Super Decisions Software*, maka diperoleh alternatif bentuk paket terpilih, yaitu rekomendasi alternatif bentuk paket berbasis aktivitas pelanggan (*activity based*) dengan nilai bobot sebesar 0.310138.

Kata kunci : *analytic network process* (ANP), *broadband*, *internet service provider* (ISP), paket layanan