

BAB I

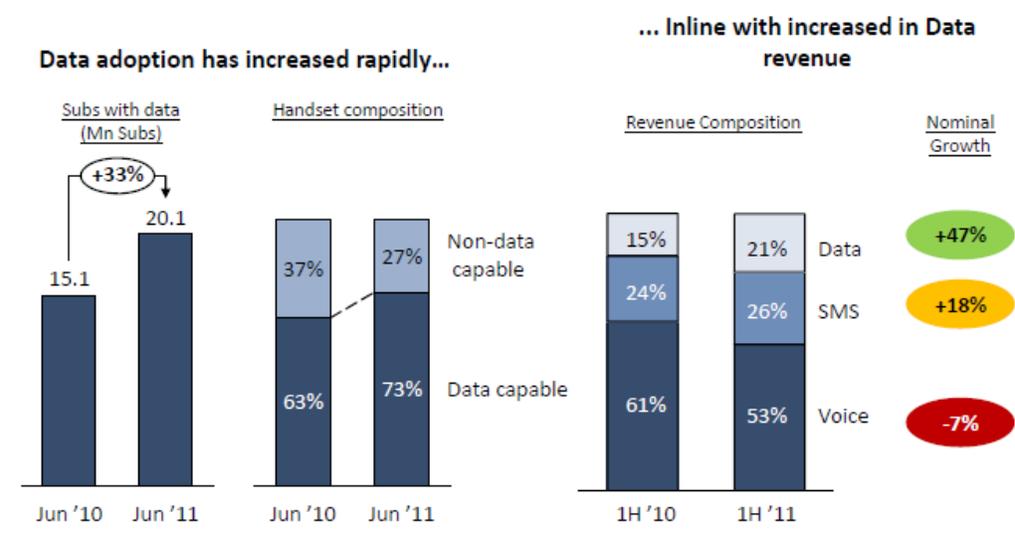
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat konsumtif masyarakat terhadap informasi dari tahun-tahun terakhir ini cenderung meningkat, hal ini juga merupakan dampak dari peningkatan penggunaan layanan internet yang sudah menjadi kebutuhan pokok di masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya pengguna jejaring sosial, berita, maupun *entertainment* dengan menggunakan layanan internet. Diperkirakan peningkatan ini cukup signifikan dari tahun ke tahun, sebagai contohnya adalah jumlah pelanggan internet di Indonesia adalah sebesar 2 juta di tahun 2000 menjadi sebesar 25 juta orang di tahun 2008, dan pada informasi terakhir tahun 2009 dicatat bahwa pengguna internet di Indonesia adalah sebesar 35 juta orang. Dan data terbaru dalam 2010 dicatat bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai 39,1 juta dengan presentase pemakaian mayoritas pengguna Internet Indonesia berusia antara 25-30 (25,52 persen), berikutnya adalah antara 21-24 tahun (20 persen), 18-20 (12,56 persen), 35-40 (11,93 persen), dan 31-34 tahun (11,58 persen). Dapat dilihat bahwa usia pelajar dan mahasiswa (18-24 tahun) sebesar 32,56 % merupakan pasar potensial. (sumber : www.effectivemeasure.com)

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan & Pemakai Internet (kumulatif)
 * perkiraan s/d akhir 2007 (sumber : <http://www.apjii.or.id>)

Tahun	Pelanggan	Pemakai
1998	134.000	512.000
1999	256.000	1.000.000
2000	400.000	1.900.000
2001	581.000	4.200.000
2002	667.002	4.500.000
2003	865.706	8.080.534
2004	1.087.428	11.226.143
2005	1.500.000	16.000.000
2006	1.700.000	20.000.000
2007	2.000.000	25.000.000

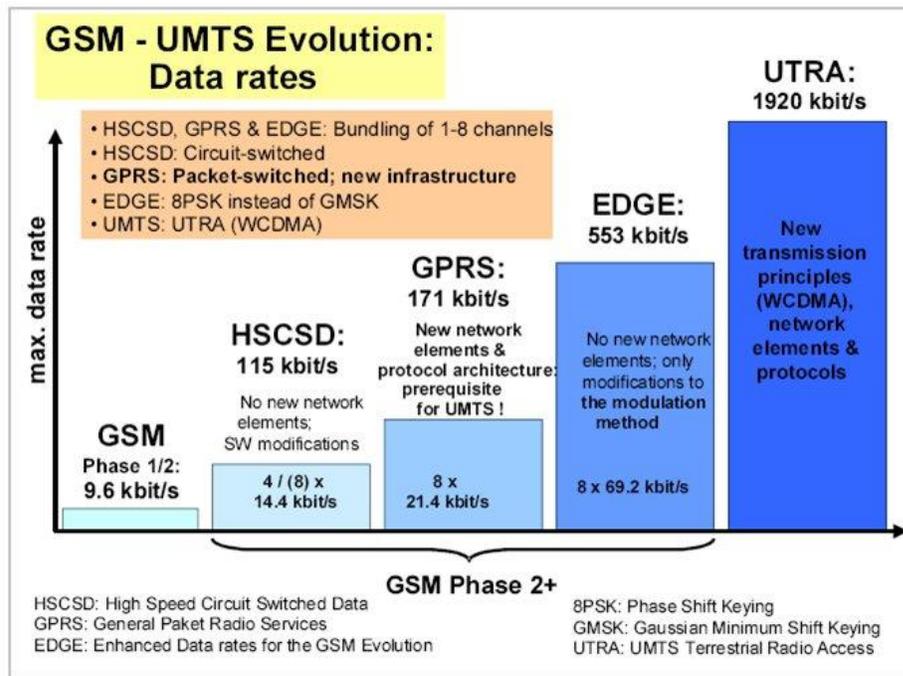


Gambar 1.1 Kondisi perkembangan penggunaan layanan data dibandingkan dengan tahun sebelumnya. (sumber : www.xl.co.id)

Melihat pertumbuhan yang signifikan ini tentu para operator jasa telekomunikasi berlomba-lomba untuk merebut pasar potensial yang ada. Dengan datangnya teknologi 3G/HSDPA, maka semakin marak persaingan antar operator layanan telekomunikasi untuk merebut pangsa pasar. Hal ini diawali dengan keluarnya layanan IM2 oleh Indosat pada tahun 2009, yaitu

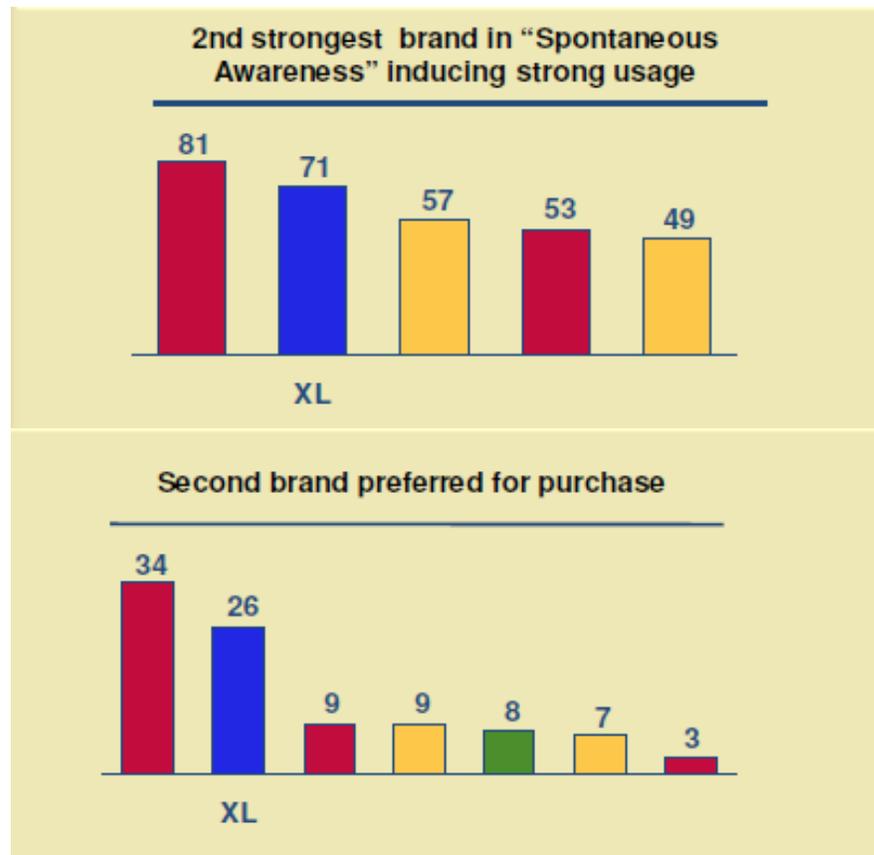
layanan prabayar internet dengan kapasitas *unlimited* kepada pelanggan. Beberapa saat setelahnya muncul produk Telkomsel *Flash* pada tahun yang sama, yang merupakan produk layanan internet *unlimited* dengan *bundle* modem dengan layanan kartu prabayar bagi pelanggan. Sedangkan XL ikut mencoba mengeluarkan layanan *unlimited* internet berbasis 3G/HSDPA dengan layanan prabayar kepada pelanggan

Didukung oleh perkembangan teknologi khususnya di bidang telekomunikasi, yaitu perkembangan teknologi GSM, yang dimulai dari kemunculan GPRS dengan kecepatan data sebesar 115 kbps, lalu melihat kebutuhan data komunikasi *mobile* yang mampu menyalurkan data dengan kecepatan yang lebih tinggi semakin diminati maka muncul generasi EDGE dengan kecepatan 3 kali lipat dari GPRS yaitu sebesar 384 kbps. Sesuai peningkatan kebutuhan layanan data yang semakin meningkat maka para *provider* pun memperkenalkan teknologi 3G kepada masyarakat dengan kecepatan yang lebih dibanding generasi sebelumnya yaitu mencapai 2Mbps. Hingga saat ini, teknologi 3G sangat diminati di kalangan masyarakat karena kecepatan transfer data yang cukup tinggi yang mampu mendukung pengguna untuk menggunakan layanan *streaming*, *on line gaming* maupun *download* dengan kecepatan yang tinggi.



Gambar 1.2 Perkembangan *Data rate* untuk Setiap Generasi Teknologi Telekomunikasi. (*UTRA : perkembangan teknologi telekomunikasi dimana 3G & 3.5G terdapat didalamnya)

Sesuai dengan visi XL “Menjadi operator seluler no. 1 di Indonesia – memenuhi kebutuhan pelanggan, pemegang saham dan karyawan!” maka untuk menunjukkan keseriusannya, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas layanan untuk menjadi *market leader* dalam pangsa pasar Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan keseriusan PT Excelcomindo Axiata, Tbk untuk meningkatkan layanan 3G/2G dengan membangun sebanyak 22.191 BTS diseluruh tanah air untuk saat ini, dimana mampu menaungi 90% lebih populasi masyarakat. Dan juga mengingat adanya peningkatan akan kebutuhan layanan data tiap tahunnya maka perbaikan layanan Internet *Broadband* XL juga perlu dilakukan untuk menarik minat serta memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.



Gambar 1.3 Kondisi Peringkat “*Spontaneous Awareness*” dan Produk yang “Ingin dibeli ketika digunakan” Dibandingkan dengan *Provider* Lainnya.

(sumber : www.xl.co.id)

Melihat perkembangan tersebut maka dapat dijadikan pertimbangan untuk dilakukan riset atau terhadap layanan Internet *Broadband* XL untuk mengetahui harapan konsumen terhadap kualitas jasa dan sejauh mana kualitas layanan yang diberikan di mata konsumen. Dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) serta dimensi SERVQUAL, maka PT. XL Axiata dapat melakukan suatu peningkatan kualitas layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. QFD merupakan suatu alat perencanaan mengenai hal-hal yang harus dilakukan untuk dapat memenuhi harapan konsumen. QFD memastikan bahwa kepuasan konsumen dapat teridentifikasi dan terpenuhi, sehingga dengan demikian

perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Dengan dimensi *SERVQUAL* maka dapat dikelompokkan setiap kebutuhan pelanggan sesuai dimensi-dimensi yang ada sehingga dapat dilihat secara keseluruhan seberapa besar kepuasan pelanggan dari tiap dimensi yang ada serta mengetahui keunggulan dari produk layanan yang dimiliki Internet *Broadband XL* sehingga dapat dijadikan *Brachmark* produk. Tujuan dari peningkatan kualitas layanan tersebut adalah untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan keunggulan dalam bersaing. Dengan demikian sumber daya yang dimiliki PT *XL Axiata, Tbk* dapat dialokasikan secara maksimal untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara maksimal.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apa sajakah yang menjadi kebutuhan dan harapan para pelanggan layanan Internet *Broadband XL*?
2. Bagaimana tingkat kesenjangan antara kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan oleh Internet *Broadband XL*?
3. Bagaimanakah rancangan konsep program peningkatan kualitas layanan internet *Broadband XL* yang mampu memenuhi kriteria dan tuntutan dari para pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap layanan Internet *Broadband XL*.
2. Mengetahui tingkat kesenjangan antara kualitas layanan yang dirasakan dan yang diharapkan pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan oleh Internet *Broadband XL*.
3. Memberikan rekomendasi kepada PT. *XL Axiata, Tbk* di Bandung sebagai usulan program peningkatan kualitas layanan Internet *Broadband XL* yang dapat memenuhi kebutuhan dari pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi PT XL Axiata, Tbk di Bandung : Dapat menjadi referensi untuk mengelola suatu program peningkatan kualitas layanan yang tepat sesuai dengan tuntutan dan harapan dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang merupakan segmen pasar yang berpotensi.
2. Bagi pembaca, dapat menjadi referensi untuk penelitian yang lebih mendalam terhadap masalah yang sama atau terkait.
3. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh penulis.

1.5 Batasan Masalah

1. Tidak membahas aspek *financial*, aspek teknis dan aspek legal dari layanan internet *Broadband* PT XL Axiata, Tbk ini.
2. Strategi promosi yang dibahas pada penelitian ini berupa masukan strategi komunikasi dan promosi.
3. Perhitungan skor *SERVQUAL* hanya pada *gap 5*, antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi pelanggan.
4. Tahap perancangan program layanan pada QFD hanya sampai pada iterasi 2 (*Part Deployment*)
5. Penelitian dilakukan di kalangan mahasiswa dan pelajar di Kota Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan

Proposal penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, dimana terdapat didalamnya teori

mengenai Definisi Kualitas Jasa, *SERVQUAL*, *Quality Function Deployment*, *Weight Average Performance*, dan Teknik *Sampling* yang akan digunakan untuk mendukung penyusunan tugas akhir ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisikan uraian tentang model konseptual mengenai “Usulan Program Peningkatan Kualitas Layanan Internet *Broadband* XL dengan Menggunakan Metode QFD” serta merumuskan langkah-langkah pemecahan masalah dengan melihat batasan permasalahan yang ada seperti Identifikasi Penelitian Awal, Identifikasi Responden Kuesioner dan Penentuan Sampel, Identifikasi Atribut Kebutuhan dan Skor *SERVQUAL*, Identifikasi Perancangan *HOQ* dan *Part Deployment*.

Bab IV Pengolahan dan Pengumpulan Data

Pada bab ini berisikan uraian tentang pengumpulan data yaitu dengan pemyebaran kuesioner serta pengolahannya seperti Hasil Identifikasi Atribut Kebutuhan dan Perhitungan Skor *SERVQUAL*, Hasil Perhitungan *HOQ*, dan Hasil Perhitungan *Part Deployment*.

Bab V Analisis Data

Bab ini berisikan uraian tentang analisis terhadap hasil pengolahan data seperti analisis Skor *SERVQUAL*, Perhitungan *HOQ* dan *Part Deployment*, serta usulan program peningkatan kualitan layanan internet broadband XL sebagai tujuan akhir dari tugas akhir ini.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bagian ini berisikan rangkuman dari pembahasan dan analisa yang telah dilakukan. Setelah itu dibuat juga saran-saran sebagai masukan untuk peningkatan kualitas layanan dan penelitian selanjutnya.