

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan manfaat penelitian. Latar belakang berisi alasan yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian ini. Perumusan masalah berisi masalah yang terjadi pada Telkomsel Cash (T-Cash) dan akan diselesaikan dalam penelitian ini. Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian. Batasan masalah yang berisi pembatasan masalah yang tidak akan dibahas dalam penelitian maupun masalah yang menjadi fokus penelitian. Manfaat berisi harapan yang dapat dicapai dari penelitian yang berguna bagi objek penelitian yaitu T-Cash serta kontribusi dari penelitian ini bagi T-Cash.

I.1 Latar Belakang

PT. Telkomsel adalah perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang fokus pada jaringan GSM (*Global System for Mobile Communications*) dengan bentuk layanan beragam. Pada November 2007 PT. Telkomsel mengeluarkan layanan terbarunya yaitu T-Cash. T-Cash merupakan *mobile wallet* yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi melalui ponsel. Dengan layanan ini pelanggan dapat melakukan pembelian barang di *merchant-merchant* yang telah bekerja sama dengan PT. Telkomsel, cek saldo, cek transaksi yang pernah dilakukan, bahkan pengambilan tunai. Layanan baru ini dapat dinikmati dengan cara *online* yang dapat dilakukan melalui SMS (*Short Messaging Service*) oleh pelanggan yang sebelumnya sudah melakukan registrasi (Telkomsel, 2010).

Layanan uang elektrik dengan basis telekomunikasi juga dikeluarkan PT Posindo yang menawarkan layanan yang bernama Duit Pos. Pada layanan ini pelanggan dapat melakukan transaksi deposit dengan lebih mudah di kantor Pos yang tersebar di seluruh Indonesia yang jumlahnya lebih dari seribu kantor Pos.

Menurut Bambang Supriogo, VP *Digital Business* Telkomsel, dalam artikel yang ditulis A. Mohammad B.S. (2008), PT Telkomsel mengeluarkan layanan berbasis *e-wallet* ini karena melihat potensi pasar yang baik. Data BI menunjukkan bahwa 63% dari transaksi di Indonesia pada 2006 merupakan pembayaran dalam nominal kecil. Apalagi, mengacu pada standar Weidong Kou tentang *payment technologies for e-commerce*, ditegaskan bahwa pembayaran nominal kecil di bawah seratus dua puluh ribu rupiah sudah saatnya difungsikan kepada pengguna ponsel guna menghemat devisa. Secara nasional jumlah pengguna T-Cash yang terdaftar sudah mencapai delapan puluh tujuh ribu per Oktober 2008. Layanan ini sudah bisa dilakukan di 3.000 lokasi *outlet* di Jawa, Bali, dan Sumatera (Lampung dan Medan). Berdasarkan data BI, pada 2007, potensi transaksi seluruh *e-money* di Indonesia mencapai Rp 270 triliun dan diperkirakan meningkat 5-10% per tahun. Potensi layanan *mobile wallet* juga didukung data Juniper *Research* yang memperkirakan jumlah pengguna layanan bank via ponsel atau *mobile banking* bakal mencapai 816 juta orang pada 2011. Jumlah tersebut meningkat sepuluh kali lipat dari jumlah pengguna pada 2007. Keuntungan layanan t-cash bagi pelanggan adalah pelanggan tidak perlu memiliki rekening bank untuk menikmati layanan ini, tidak seperti layanan *mobile banking* lainnya yang mengharuskan pelanggan mempunyai nomer rekening, kemudian pelanggan dapat melakukan transaksi dengan mudah dan cepat di *merchant* t-cash tanpa perlu membawa uang tunai dan hanya menggunakan ponsel yang dimiliki pelanggan serta layanan ini biasa digunakan oleh orang-orang yang berada di pinggir kota yang mempunyai akses terbatas untuk layanan bank seperti ATM, sehingga bagi para pekerja yang letaknya di pinggir kota dapat menggunakan layanan ini sebagai alat pembayaran dan penarikan uang.

Penelitian ini mengambil data pelanggan T-Cash di daerah Bandar Lampung. Data jumlah pelanggan Telkomsel Cash yang ada di Bandar Lampung sampai Juli 2010 dapat dilihat pada Tabel I-1.

Tabel I-1 Target dan Realisasi Jumlah Pelanggan T-Cash Tahun 2010
(Telkomsel, 2010)

Bulan	Target Pelanggan	Realisasi
April	1000	492
Mei	1000	546
Juni	1100	588
Juli	1100	650
Agustus	1150	680
September	1150	701

Dari Tabel I-1 dapat diketahui bahwa walaupun pelanggannya bertambah tetapi target pelanggan yang diberikan tidak pernah tercapai. Untuk meningkatkan jumlah pelanggan, perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan, dengan memperhatikan keluhan dan keinginan pelanggan. Untuk itu pihak Telkomsel dituntut untuk mengembangkan layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga diharapkan dengan memberikan spesifikasi layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan maka tujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dapat tercapai.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai keluhan dan keinginan pelanggan terhadap T-Cash maka pada tanggal 20-25 Mei 2010 dilakukan studi pendahuluan melalui wawancara terhadap 30 responden berasal dari kalangan profesional dan mahasiswa yang merupakan pelanggan T-Cash, didapatkan informasi bahwa 25 dari 30 orang responden menginginkan layanan T-Cash dapat diakses dengan cepat dan sederhana, kemudian 21 dari 30 responden menginginkan pengisian deposit dapat dilakukan di tempat yang mudah dijangkau dan semudah pengisian pulsa biasa, 26 dari 30 pelanggan menginginkan *merchant* dapat diperbanyak sehingga transaksi dapat dilakukan secara luas, kemudian 14 dari 30 responden mengatakan jarang sekali adanya informasi mengenai promo-promo yang ada serta tidak adanya informasi mengenai penanganan keluhan pelanggan. Menurut Manajer *New Business* kantor *Branch* Telkomsel Bandar Lampung, pihak Telkomsel ingin mengembangkan layanan dari tiga dimensi *Servqual* yaitu

responsiveness, *tangible* dan *communication* karena dari data studi pendahuluan memperlihatkan hasil yang mengarah kepada tiga dimensi tersebut.

Responsiveness adalah keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat. Membiarkan pelanggan menunggu dan sistem yang berjalan dengan waktu yang lama dapat menciptakan kesan yang negatif kepada layanan T-Cash. Keinginan untuk memberi informasi mengenai layanan T-Cash juga perlu diperbaiki, hal ini dapat dilihat dari keluhan pelanggan mengenai kurangnya informasi mengenai promo-promo, *merchant* yang bekerjasama dan bagaimana penanganan keluhan. Hal ini dapat dimasukkan ke dalam dimensi *communication*. Sementara itu, dimensi *tangibles* adalah segala bentuk fisik dari jasa yang ditawarkan. Penempatan lokasi pengisian deposit yang hanya dapat dilakukan di Grapari Telkomsel dan lima lokasi *merchant* T-Cash yaitu Indomaret menjadi kendala bagi pelanggan. Idealnya sebuah produk memang harus mengalami perbaikan secara bertahap sekalipun produk tersebut telah dihasilkan secara sempurna (Ulrich, 1995). Dengan perbaikan T-Cash ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja layanan T-Cash dan meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Dalam penelitian ini dilakukan tahapan-tahapan pengembangan produk terhadap layanan T-Cash dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD adalah suatu metode yang digunakan untuk mengembangkan desain kualitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam target-target perencanaan dan penilaian jaminan kualitas untuk digunakan selama tahap produksi (Cohen, 1995). Dengan metode ini dapat dilihat keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap produk T-Cash sehingga pihak Telkomsel dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan calon pelanggan sehingga diharapkan pengguna T-Cash dapat meningkat. Pengembangan produk adalah suatu usaha yang dapat terus dilakukan oleh

perusahaan untuk menjaring pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama sehingga pendapatan perusahaan dapat meningkat. Pada penelitian ini juga mengambil dimensi dari *Servqual (Service Quality)* adalah dimensi kualitas yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang telah diterimanya, dimensi *servqual* digunakan untuk mengelompokkan *voice of customer* pada QFD sehingga dapat lebih terukur atribut apa saja yang dibutuhkan oleh t-cash. Dimensi *Servqual* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *responsiveness*, *tangibles*, dan *communication* yang merupakan bagian dari dimensi *emphaty*.

Uraian di atas menjadi latar belakang perlunya dilakukan penelitian untuk mengetahui elemen-elemen dimensi *responsiveness*, *tangibles* dan *communication* dari layanan T-Cash.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apa saja elemen-elemen dalam dimensi *responsiveness* layanan T-Cash?
2. Apa saja elemen-elemen dalam dimensi *communication* layanan T-Cash?
3. Apa saja elemen-elemen dalam dimensi *tangibles* layanan T-Cash?
4. Bagaimana rekomendasi yang diperlukan untuk rancangan konsep perbaikan layanan T-Cash yang dapat meningkatkan kualitas layanan?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi elemen-elemen yang dibutuhkan pada dimensi *responsiveness* layanan T-Cash.
2. Mengidentifikasi elemen-elemen yang dibutuhkan pada dimensi *communication* layanan T-Cash.

3. Mengidentifikasi elemen-elemen yang dibutuhkan pada dimensi *tangibles* layanan T-Cash.
4. Merumuskan rekomendasi yang diperlukan untuk rancangan konsep perbaikan layanan T-Cash yang dapat meningkatkan kualitas layanan.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini menggunakan QFD hingga iterasi kedua.
2. Penelitian diadakan di PT. Telkomsel yang menyertakan responden pemakai t-cash dan Duit Pos Multiguna.
3. Data yang digunakan adalah data yang diambil selama kurun waktu penelitian yaitu dari bulan Februari hingga Desember 2010.
4. Penelitian tidak membahas mengenai kelayakan usaha dan biaya pengembangan.
5. Penelitian ini tidak membahas teknologi yang diterapkan secara detail.
6. Usulan perbaikan yang diberikan dalam penelitian tidak melanggar perundang-undangan Bank Indonesia.
7. Dimensi *emphaty* yang digunakan dalam penelitian adalah *communication*.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Dapat memberikan rancangan konsep perbaikan layanan T-Cash yang dapat meningkatkan kualitas layanan.
2. Dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

I.6 Kontribusi Penelitian

Dapat memberikan rancangan perbaikan internal layanan T-Cash yang dapat memberikan manfaat bagi pelanggan dan Telkomsel.

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bab ini juga membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian. Pada bab ini dijelaskan tentang *Servqual*, definisi dari masing-masing dimensi yang dipakai dalam penelitian yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *communication* serta dijelaskan mengenai *Quality Function Deployment (QFD)* sebagai metode pengembangan produk yang digunakan dalam penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, mengembangkan model penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, merancang analisis pengolahan data, membuat usulan perbaikan terhadap layanan T-Cash serta kesimpulan dan saran dari penelitian.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini diuraikan proses pengumpulan dan pengolahan data penelitian ini. Data yang dikumpulkan berupa kuesioner tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan T-Cash serta tingkat kepuasan terhadap pesaing (Duit Pos) kemudian akan diolah ke dalam *House*

of Quality (iterasi 1) dan Matriks *Part Deployment* (iterasi 2).

Bab V Analisis dan Rekomendasi

Pada bab ini diuraikan analisis data yang merupakan hasil dari bab sebelumnya yaitu pengolahan data. Analisis dilakukan untuk mengetahui kinerja dan arah pengembangan T-Cash. Setelah analisis, dilakukan tahap perbaikan yang menjadi rekomendasi bagi pihak Telkomsel sesuai dengan fokus permasalahannya.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil yang diperoleh penelitian dan saran yang diberikan bagi T-Cash sebagai objek penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya.