

Bab I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia mendorong pelanggan untuk meningkatkan intensitas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi yang pada awalnya sangat terbatas dalam penggunaannya, saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan atau telah menjadi kebutuhan hidup banyak orang. Salah satu teknologi informasi tersebut adalah *Interconnected Network* atau yang biasanya dikenal dengan sebutan Internet. Dimana informasi dan komunikasi saat ini sangat cepat dan mudah didapatkan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang bergerak di bidang ISP (*Internet Service Provider*) ingin bersaing senantiasa mengikuti perkembangan teknologi informasi tersebut karena kebutuhan dan pemanfaatan teknologi informasi merupakan suatu tuntutan zaman. Adapun jumlah perusahaan dari tahun 2009 hingga 2012 yang terdaftar bergerak dibidang ISP dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Data perusahaan yang bergerak dibidang ISP di Indonesia

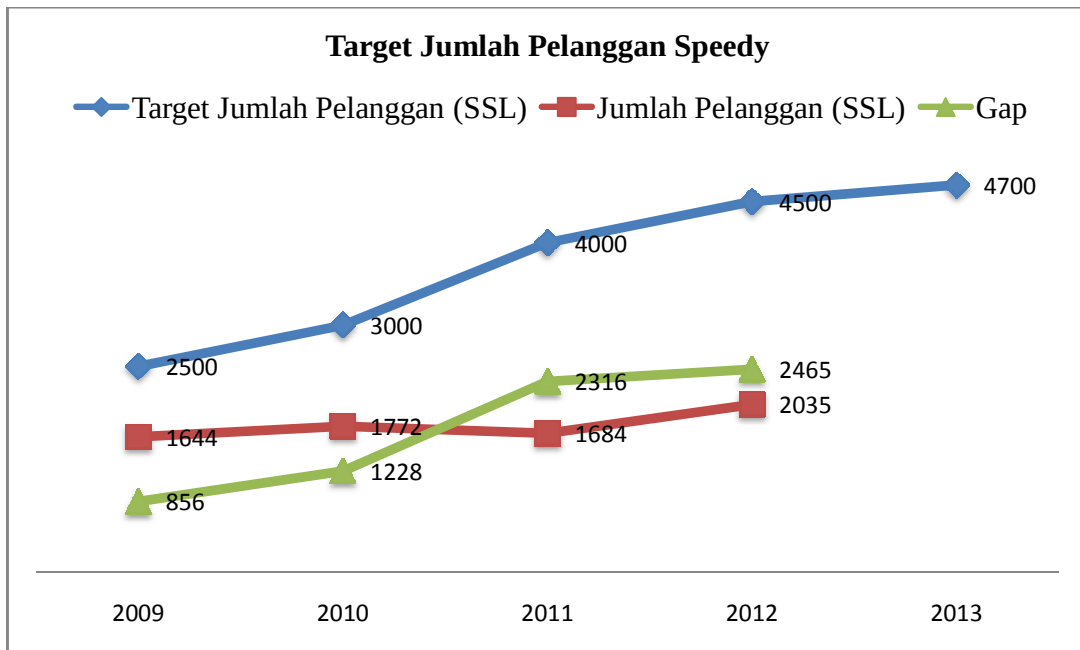
(Sumber : www.apjii.or.id)

Terdaftar Sejak Tahun	Jumlah
2009	11
2010	25
2011	22
2012	31
Total	99

Dari Tabel I.1, dapat dilihat bahwa perusahaan jasa telekomunikasi yang bergerak dibidang ISP akan bersaing meningkatkan kualitas layanannya. Peningkatan kualitas layanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi penerima layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dituntut untuk selalu ditingkatkan kualitasnya pada masa yang akan datang. Hal ini akan dibutuhkan oleh perusahaan yang ingin memenangkan persaingan pada sektor *Internet Provider* ini. Jika kualitas layanan yang diberikan semakin baik, maka pelanggan akan semakin loyal terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan dan tidak pindah ke layanan kompetitor.

Kebutuhan ini menjadi tuntunan yang harus dipenuhi oleh para pelaku bisnis telekomunikasi. Adapun kebutuhan dan pemanfaatan ini dilakukan juga oleh perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai penyedia layanan telekomunikasi. PT.Telkom yang biasanya disebut menyediakan beberapa layanan *Information Communication* yakni telepon kabel tidak bergerak (*fixed wireline*) dan telepon nirkabel tidak bergerak (*fixed wireless*), layanan telepon seluler, data dan internet, serta jaringan dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan.

Produk andalannya yang bergerak dibidang layanan jasa internet adalah Speedy. Speedy adalah *brand* dari layanan akses internet *end-to-end* untuk penggunaan di residensial atau bisnis kecil dan menengah yang berbasis akses kabel tembaga yang menggunakan teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL). Layanan ini memberikan jaminan kecepatan sesuai dengan paket layanan yang digunakan pelanggan sampai ke BRAS (*Broadband Remote Access Server*) dengan pilihan kecepatan akses mulai dari 384 kbps hingga 3 Mbps per line. Sejak kemunculan Speedy ditahun 2006, PT. Telkom terus meningkatkan jumlah target pelanggan setiap tahunnya. Berikut ini adalah target jumlah pelanggan dan pencapaiannya yang berlangganan Telkom Speedy di DCS area Gianyar dapat dilihat pada Gambar I.1.



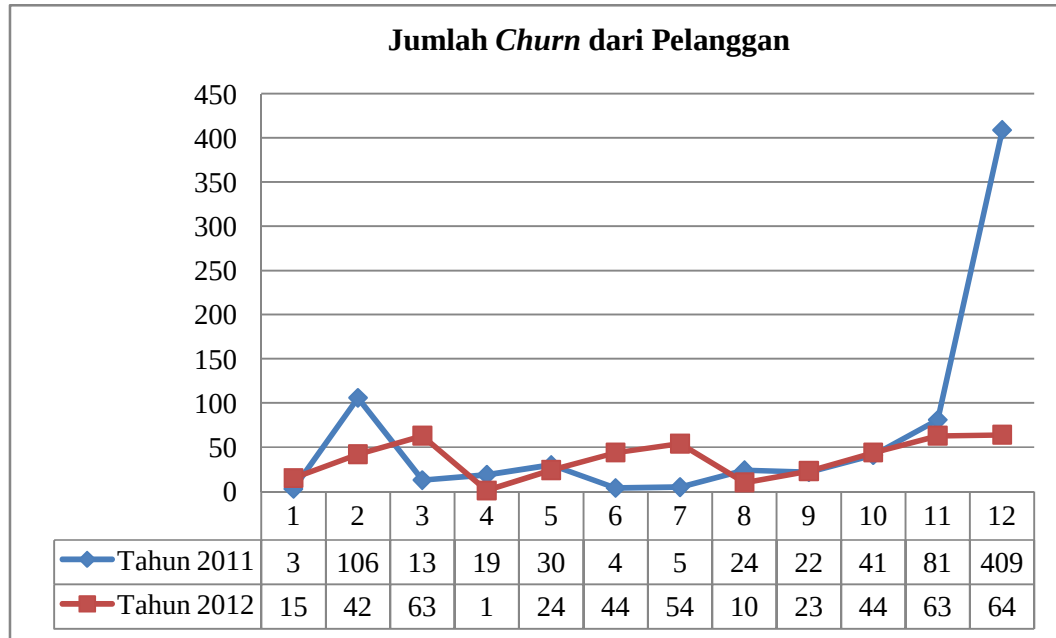
Gambar I.1 Target jumlah pelanggan Speedy dan pencapaiannya DCS Area Gianyar
(Sumber : DCC area Gianyar)

Dari Gambar I.1, dapat dilihat bahwa target jumlah pelanggan yang telah ditetapkan oleh perusahaan pusat (Kantor Pusat Divisi Regional–V area Surabaya) tidak pernah terpenuhi. Hal ini terjadi dapat dikatakan bahwa kualitas layanan Telkom Speedy masih kurang baik dan terjadi kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan (*service gap*). Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda, atau bisa juga pelanggan keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut (Parasuraman, Berry dan Zithmal (1990)).

Adapun tindakan yang sudah dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai target yang sudah ditentukan oleh perusahaan pusat (wawancara terhadap Manager DCS Area Gianyar) yakni menawarkan kepada pelanggan Telkom-Net Instan yang menggunakan akses internet dengan kecepatan modem 56 Kbps untuk berpindah ke layanan Speedy, memberikan diskon-diskon harga layanan seperti, menawarkan diskon harga sebesar 20% selama 3 bulan kepada pelanggan khusus yang ingin

berlanggan paket Socialia dengan kecepatan 384 kbps pada saat hari-hari nasional dan keagamaan, kemudian pihak perusahaan terus melakukan pembaruan terhadap media transmisi kabel tembaga dikarenakan daerah Gianyar merupakan salah satu daerah pariwisata terkenal di Bali seperti wilayah Ubud dikarenakan banyak daerah penginapan yang memerlukan layanan internet. Adapun untuk memenuhi target jumlah pelanggan pada tahun 2013 yang berjumlah 4.700 SSL (Satuan Sambungan Layanan), maka langkah yang harus dilakukan oleh PT.Telkom DCS Area Gianyar selain menempuh target yang ditentukan yakni juga harus meningkatkan *Service Quality (SERVQUAL)* Telkom Speedy itu sendiri.

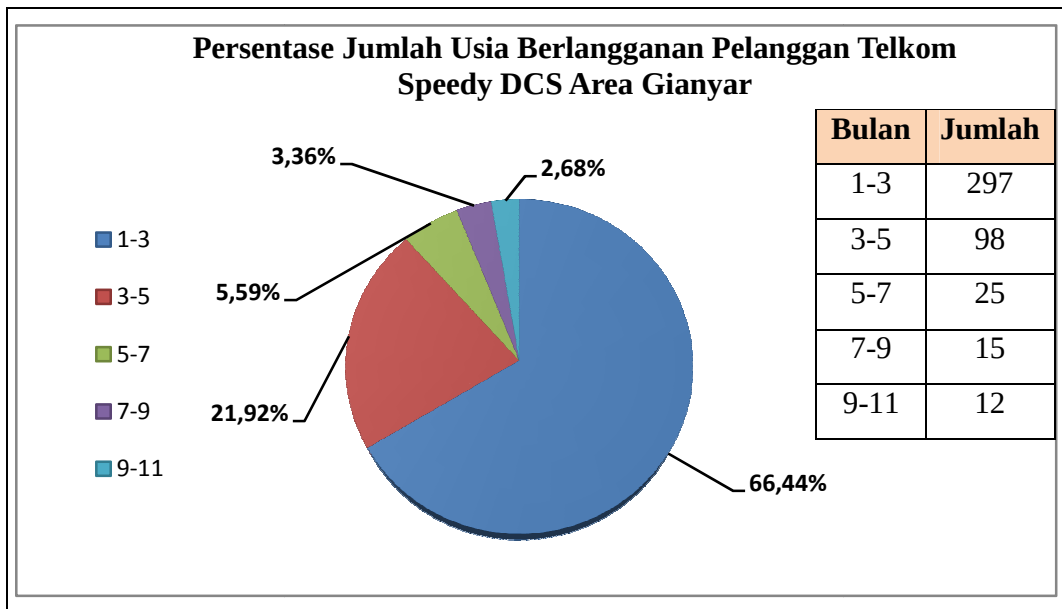
Dalam usaha perusahaan untuk memenuhi target tersebut, perusahaan cenderung melupakan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Adapun dampak dari permasalahan tersebut pelanggan akan menjadi tidak loyal terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelanggan tidak loyal terhadap layanan perusahaan maka pelanggan akan melakukan permintaan *churn*. Jika terciptanya loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan perusahaan maka dapat meminimalisir terjadinya *churn* itu sendiri begitu juga sebaliknya. *Churn* merupakan perilaku pelanggan yang permintaan atau meninggalkan layanan yang digunakan. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Telkom DCC Area Gianyar, pada tahun 2011 dan tahun 2012 jumlah *churn* pelanggan Speedy untuk wilayah Gianyar terus mengalami peningkatan yang rata-rata hanya 3 bulan terakhir dan seterusnya hingga bulan selanjutnya terlihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Grafik peningkatan jumlah *churn* dari pelanggan Speedy Tahun 2011 dan Tahun 2012 (Sumber : DCC area Gianyar)

Dari Gambar I.2, terlihat bahwa jumlah *churn* pelanggan pada tahun 2011 terjadi peningkatan dimulai dari bulan Maret terjadi permintaan *churn* oleh 13 pelanggan hingga Mei terjadi 30 pelanggan kemudian pada bulan selanjutnya yaitu pada bulan Juni jumlahnya hanya mencapai 4 pelanggan kemudian hingga bulan Agustus meningkat hingga 24 pelanggan dan peningkatan tersebut sampai bulan Desember yang memiliki jumlah *churn* yang paling banyak yaitu 409. Kemudian pada tahun 2012 terlihat bahwa grafik peningkatan jumlah *churn* dari pelanggan hampir sama dengan tahun 2011 dengan rata-rata peningkatan 3 bulan terakhir dan seterusnya di bulan selanjutnya. Tentunya ini sangat merugikan bagi PT. Telkom DCS Area Gianyar yang terus berupaya meningkatkan keuntungan dari layanan produknya, yakni Speedy.

Data lain yang diperoleh dari internal PT.Telkom.Tbk DCC Area Gianyar tahun 2012 menunjukkan usia berlangganan pelanggan dalam satuan bulan. Usia berlangganan pelanggan menggambarkan bagaimana pelanggan memiliki tingkat loyalitas terhadap layanan yang digunakan. Hal ini juga akan berdampak pada jumlah *churn* pelanggan tiap tahunnya dan mempengaruhi jumlah pelanggan dalam memenuhi target pelanggan setiap tahunnya. Adapun data usia berlangganan pelanggan dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Usia berlangganan produk Speedy tahun 2012

(Sumber : DCC Area Gianyar)

Dari Gambar I.3 dapat dilihat, Usia berlangganan pelanggan Speedy pada tahun 2012 yang mencapai 9-11 bulan memiliki persentase yang sangat kecil sekali, yakni sekitar 2,68% dengan jumlah 12 pelanggan. Sedangkan pelanggan dengan usia berlangganan 1-3 bulan memiliki persentase yang paling besar, yakni sekitar 66,44% dengan jumlah 297 pelanggan. Hal ini bahwa tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk Speedy sangat rendah dari usia berlangganan produk Speedy area Gianyar 1-3 bulan

terdapat 297 pelanggan dari 447 pelanggan. Hal ini kualitas layanan Speedy yang belum maksimal sehingga pelanggan menjadi tidak loyal terhadap perusahaan. Imbalan dari loyalitas itu sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk atau jasa, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang calon pelanggan (Griffin, 2002, dalam Sinaga, 2010). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan dan komitmen dari pelanggan itu sendiri. Dengan kata lain kepercayaan yang telah diyakini oleh pelanggan akan sebuah perusahaan akan mampu menggerakkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan yang memiliki tingkat loyalitas kepada perusahaan cenderung melakukan transaksi kembali (*repeat customer*) dan mencari apa yang dibutuhkannya (Griffin, 2002).

Dari permasalahan yang terjadi dari data gap antara jumlah pelanggan dengan target jumlah pelanggan, data peningkatan jumlah *churn* pelanggan dan data usia berlangganan Speedy memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang masih rendah dan kualitas layanan masih kurang baik. Hal yang mempengaruhi jumlah *churn* juga disebabkan oleh adanya keluhan pelanggan. Jika terjadi keluhan, maka hal ini diakibatkan oleh adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Telkom Speedy. Hal ini terbukti dari wawancara pendahuluan yang dilakukan terhadap 31 pelanggan Speedy area Gianyar yang dilaksanakan pada tanggal 29 Juni–22 Juli 2012 bahwa tingkat loyalitas pelanggan yang masih rendah dan kualitas layanan Speedy masih kurang baik. Adapun jenis dan jumlah keluhan pelanggan Speedy dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Keluhan Pelanggan Telkom Speedy area DCS Gianyar
(Sumber : Wawancara pendahuluan)

No	Jenis Keluhan	Jumlah
1	Tarif yang mahal	13
2	<i>Customer Service</i> lama merespon keluhan, kurang cepat	11

	mengatasi keluhan, dan tidak berkompeten	
3	Koneksi internet sering tidak stabil	11
4	Kesulitan dalam menghubungi <i>call centre</i>	9
5	Internet sering terjadi gangguan	6
6	Ketidaksesuaian antara tarif dengan tagihan perbulan	5
7	Ketidaksesuaian antara kecepatan dengan paket layanan	2
8	Modem Speedy sering terjadi masalah (rusak)	2
9	Loading lama saat <i>streaming video</i>	2
10	Proses aktivasi terlalu lama	1

Dari data keseluruhan wawancara diatas didapatkan dari hasil *study* pendahuluan yang dilakukan terhadap 31 orang (*decision maker*) yang pernah menggunakan layanan Speedy di area Gianyar, 29 orang mengeluh dengan layanan Telkom Speedy dan hanya 2 orang saja yang merasa puas dengan layanan Speedy ini. Adapun keluhan-keluhan yang ada pada Tabel I.1 ini memang sering terjadi dari pelanggan baik yang bersifat teknis dan non teknis melalui *call centre* 147 (PT.Telkom DCS Area Singaraja), Plasa Telkom area Gianyar yang bertempat di Jl. Erlangga No.3 Gianyar-Bali dan *websites* Telkom (<http://www.telkom.co.id/layanan-pelanggan/kantor-pelayanan/>). Adapun tindakan yang sudah dilakukan oleh perusahaan atas keluhan-keluhan tersebut didapatkan yakni perusahaan hanya bisa mengatasi keluhan-keluhan yang bersifat non teknis saja, sedangkan untuk keluhan-keluhan yang bersifat teknis merupakan tanggung jawab dari pihak Kantor Pusat Unit Pelayanan dan Peningkatan area Singaraja. Adapun keluhan yang bersifat nonteknis seperti yang ditunjukan pada Tabel I.2 seperti sering terjadinya *Customer Service* lama merespon keluhan, kurang cepat mengatasi keluhan, dan tidak berkompeten. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor kinerja teknis dalam mengatasi gangguan dilapangan .

Keluhan-keluhan tersebut juga diakibatkan oleh adanya gangguan-gangguan yang bersifat teknis berdasarkan MTTR (*Mine Time To Repair*) dari jumlah gangguan yang

diterima PT.Telkom DCS Area Gianyar dari pelanggan. Hal ini disebabkan oleh semakin banyak jumlah pelanggan namun tidak diiringi dengan perbaikan kualitas layanan yang diberikan. Berikut ini adalah data jumlah gangguan yang dialami oleh pelanggan Speedy pada tahun 2012 dapat dilihat pada Table I.3.

Tabel I.3 MTTR layanan Speedy berdasarkan gangguan
(Sumber : PT.Telkom DCC Area Singaraja)

Seg. Gangguan	Jml Gangguan	MTTR (Jam)
Akses lambat	258	11.71
<i>Billing</i>	161	30.75
Bras	57	9.01
Bukis & isolir	131	20.59
Cpe	7849	10.90
Dns server Telkom	74	8.85
Dslam	2106	15.39
Email	20	16.52
<i>Gateway</i>	106	8.04
<i>Info usage</i>	1	13.34
<i>Jaringan backbone</i>	3	1.56
Jaringan lokal	1642	11.98
<i>Metro Ethernet</i>	7	13.77
Os3	1	73.01
P/d	397	13.74
Radius	830	4.03
<i>Router pe/p</i>	249	7.38
<i>Transmisi/transport</i>	42	36.45

Pada Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa masih banyak sekali gangguan yang diterima atau dialami oleh pelanggan Internet Speedy area Gianyar. Adapun total gangguan yang terjadi selama di periode tahun 2012 adalah sebanyak 13.934 kali dengan *varian* jam yang berbeda. Hal ini tentu akan memberikan ketidaknyaman bagi pelanggan yang menggunakan layanan sehingga menyebabkan pelanggan tidak puas sehingga akan memicu kepada tindakan *Churn* (Berhenti) menggunakan layanan dari perusahaan yang jelas akan berdampak negatif terhadap perusahaan. Jika perusahaan tidak segera mengambil kebijakan yang cepat dan tepat terhadap keluhan-keluhan pelanggan

tersebut, maka jumlah pelanggan yang akan melakukan *churn* akan semakin bertambah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peranan kualitas jasa sangat diperlukan. Menurut Kotler (2000 dalam Jasfar, 2005) bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Sebuah citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Apabila harapan pelanggan terlampaui, berarti jasa tersebut memberikan kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi (*very satisfy*). Sebaliknya, apabila harapannya itu tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkan pelanggan.

Dengan adanya permasalahan yang terjadi pada PT. Telkom DCS Area Gianyar, perlu dilakukan suatu evaluasi dan penelitian yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan Telkom Speedy secara cepat dan tepat berdasarkan permintaan pelanggan. Oleh karena itu, judul penelitian tugas akhir ini adalah **“Usulan Cara Meningkatkan Kualitas Layanan Telkom Speedy Menggunakan Metode *Blitz QFD*”**. Oleh karena itu, untuk mendapatkan evaluasi layanan dengan baik maka dibutuhkan adanya penelitian dengan menggunakan metode *Blitz QFD (Quality Function Deployment)* guna memecahkan permasalahan yang terjadi. Metode ini merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menterjemahkan atau mengidentifikasi kebutuhan pelanggan Speedy kedalam karakteristik layanan Speedy serta mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk memebuhinya. Sehingga dengan menggunakan metode *Blitz QFD (Quality Function Deployment)* diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan Speedy di PT.Telkom DCS Area Gianyar guna memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga tercapainya suatu kepuasan pelanggan.

I.2 Perumusan Masalah

Untuk tetap mengendalikan tingkat *churn* Speedy, PT.Telkom Speedy DCS Area Gianyar memerlukan peningkatan kualitas layanan. Peningkatan kualitas layanan ini diharapkan dapat membantu pihak perusahaan dalam upayanya untuk meningkatkan jumlah pelanggan Speedy dan mengurangi adanya perpindahan pelanggan ke operator lain. Penggunaan metode *Blitz QFD* memang dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan dimana nantinya akan diketahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan sehingga dengan menggunakan metode tersebut didapatkan rumusan layanan yang lebih optimal. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja atribut kebutuhan yang mempengaruhi kualitas dari layanan Telkom Speedy berdasarkan keinginan pelanggan ?
2. Atribut kebutuhan manakah dari poin 1 yang menjadi *top critical customer needs* sebagai prioritas peningkatan kualitas layanan Telkom Speedy ?
3. Bagaimana cara meningkatkan kualitas layanan Telkom Speedy untuk memenuhi *top critical customer needs* ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan apa saja yang mempengaruhi kualitas layanan Telkom Speedy berdasarkan keinginan pelanggan.
2. Mengidentifikasi atribut kebutuhan dari poin 1 yang menjadi *top critical customer needs* sebagai prioritas peningkatan kualitas layanan Telkom Speedy
3. Merekomendasikan cara meningkatkan kualitas layanan Speedy untuk memenuhi *top critical customer needs*

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bahan masukan bagi PT.Telkom DCS Area Gianyar dalam melakukan peningkatan terhadap kualitas layanan Telkom Speedy secara cepat dan tepat dengan memberikan rancangan usulan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
2. Bertambahnya jumlah pelanggan Speedy. Hal ini menunjukkan bahwa produk Speedy merupakan produk yang tepat guna untuk memenuhi kebutuhan akan jasa layanan internet.
3. Menurunnya tingkat *churn* Speedy. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan percaya pada layanan atau produk dan tidak berminat untuk berpindah ke *provider* lainnya.
4. Berkurangnya tingkat keluhan Speedy baik dari segi layanan maupun kualitas produknya.
5. Sebagai bahan pengetahuan atau informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan topik ini.

I.5 Batasan Penelitian

Untuk memperoleh hasil penelitian yang tidak menyimpang dari topik yang dibahas pada tugas akhir ini dan memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak melibatkan perhitungan biaya dalam proses peningkatan layanan Speedy.
2. Hanya sebelas *top critical customer needs* yang akan ditingkatkan dalam penelitian ini.
3. Data yang digunakan sebagai karakteristik teknis adalah data-data tahun 2009 sampai 2012
4. Tidak sampai pada tahap implementasi.