

## BAB I PENDAHULUAN

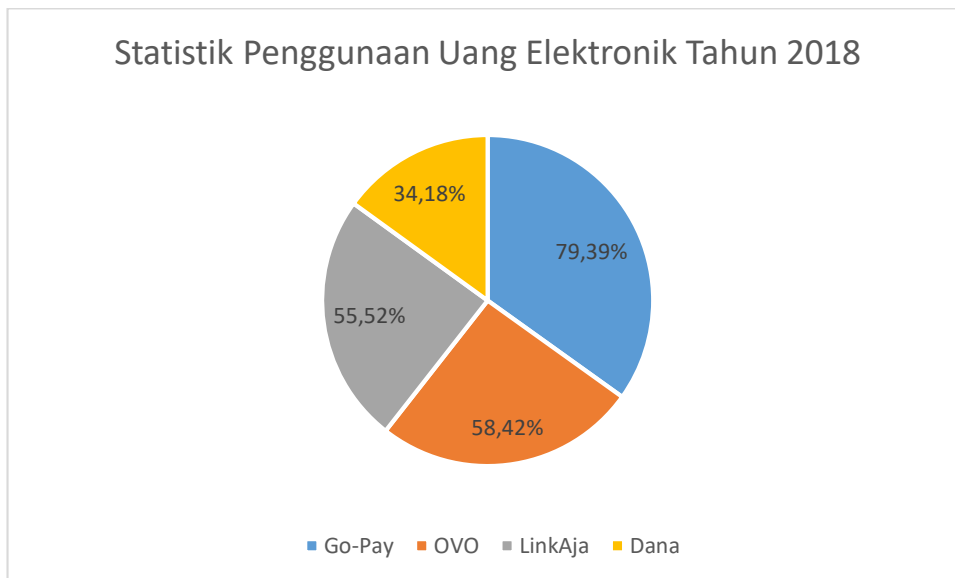
### I.1 Latar Belakang

Uang elektronik merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang dapat menyimpan uang dalam media elektronik tertentu menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 dan Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mengurangi uang tunai. (Bank Indonesia, 2009)

TELKOMSEL merupakan operator selular terbesar di Indonesia dengan 178 juta pelanggan tersebar di seluruh Indonesia. Telkomsel menyediakan akses komunikasi dengan sinyal yang baik dengan menggelar lebih dari 146 juta BTS (*Base Transceiver Station*) (Telkomsel, 2018). Pada tahun 2007, Telkomsel meluncurkan T-Cash yaitu layanan uang digital lewat ponsel pertama di Indonesia. Untuk mendukung penyelenggaraan uang elektronik di Indonesia sesuai dengan peraturan Bank Indonesia dan Surat Edaran Bank Indonesia pada tahun 2011, Telkomsel memperkenalkan pembayaran elektronik atau *e-Wallet* pertama di Indonesia lalu pada tahun 2015 Telkomsel meluncurkan T-Cash Tap dan T-Cash *Wallet* untuk mempermudah pembayaran *Online*, bayar tagihan dan *transfer* uang tanpa memakai kartu kredit (Telkomsel, 2018). Demi menghadirkan layanan keuangan elektronik yang lebih baik dan lengkap bagi masyarakat Indonesia, mulai tanggal 22 Februari 2019, layanan keuangan elektronik milik Telkomsel yaitu T-Cash berubah menjadi LinkAja.

LinkAja adalah sebuah layanan keuangan elektronik yang merupakan sinergi layanan keuangan elektronik dari berbagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). LinkAja menghadirkan layanan keuangan elektronik yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan beragam fitur pembayaran seperti pembayaran tagihan (antara lain listrik, air, asuransi, internet dan lain-lain), transaksi di *merchant* baik lokal maupun nasional, pembayaran moda transportasi dan pembelian *online* hingga layanan keuangan lainnya seperti *transfer* saldo antar pelanggan.

Layanan uang elektronik dengan basis digital juga dikeluarkan oleh perusahaan Gojek dengan menawarkan layanan bernama *Go-Pay*. Pelayanan *Go-Pay* ini dapat melakukan transaksi dengan *online* dan *offline* di berbagai *merchant*. Layanan *Go-Pay* mempermudah konsumen dalam pembayaran lalu *delivery* produk dan jasa. Berdasarkan hasil survei JakPat, penggunaan uang elektronik *Go-Pay* merupakan uang elektronik yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2018, data tersebut dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I. 1 Statistik Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2018

(Sumber: Laporan *Fintech DailySocial*, 2018)

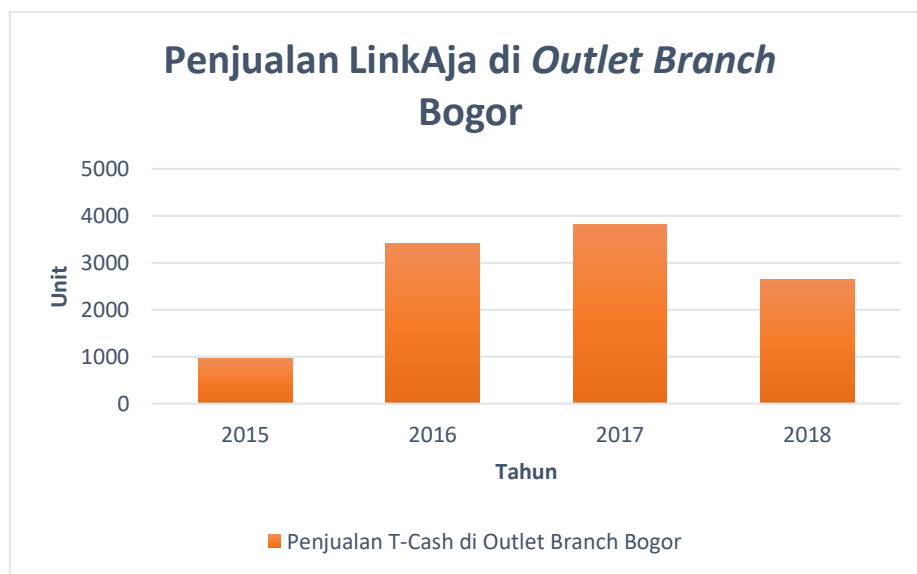
Pada Gambar I.1 LinkAja menduduki peringkat ketiga dibandingkan dengan *Go-Pay* yang dapat menduduki peringkat pertama. Selain *Go-Pay*, kompetitor lain yang kedudukannya berada di atas LinkAja adalah OVO. Pada tahun 2018 pengguna OVO dan *Go-Pay* merupakan layanan uang elektronik yang digunakan paling banyak di Indonesia (Laporan *Fintech DailySocial*, 2018) dan pada tahun 2019 penggunaan LinkAja di *branch* Bogor mengalami penurunan dan tidak mencapai target penjualan di *outlet* yang aktif. LinkAja *branch* Bogor merupakan salah satu *branch* dari empat *branch* yang berada di *cluster* area 2 tepatnya adalah bagian *Eastern* Jabodetabek. Pengguna LinkAja pada tahun 2017 banyak menggunakan transaksi dibandingkan dengan *branch* lain yang terdapat pada satu *cluster* tersebut. Tabel I.1 merupakan tabel penggunaan transaksi LinkAja pada tahun 2017 di *cluster* area 2 yaitu *Eastern* Jabodetabek.

Tabel I. 1 Jumlah Transaksi LinkAja Tahun 2017

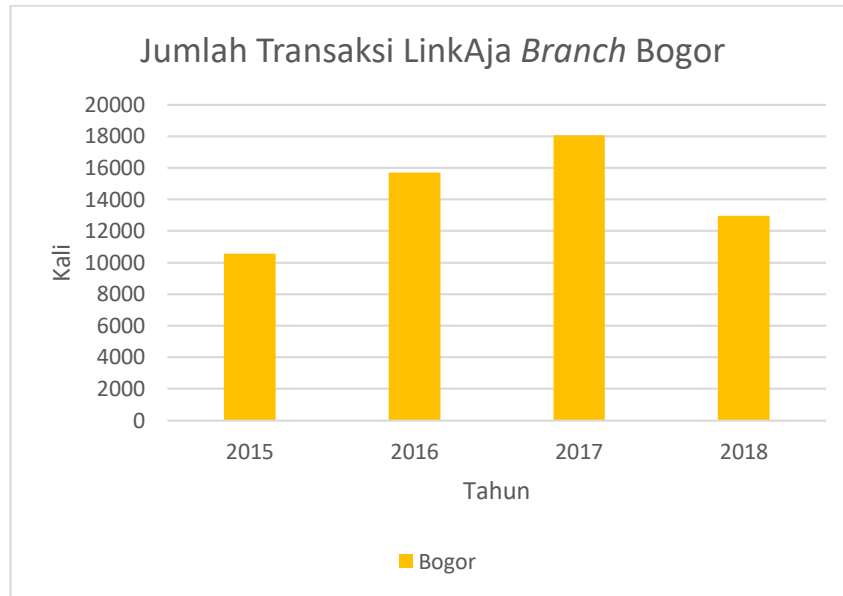
Branch	>=1	>=2	>=4	>=8	0>x>12	>=12	Jumlah
Bogor	3.927	3.193	3.015	2.853	2.055	3.015	18.058
Karawang	3.771	3.227	3.227	3.158	761	3.098	17.242
Purwakarta	569	552	530	511	72	497	2.731
Sukabumi	-	4	-	-	-	607	611

(Sumber: Data Internal Telkomsel, 2018)

Keterangan turunnya penjualan LinkAja dan data transaksi *Branch* Bogor dibuktikan dari data yang didapatkan dari Telkomsel pada Gambar I.2 dan Gambar I.3.



Gambar I. 2 Diagram Penjualan LinkAja di *Outlet Branch* Bogor  
(Sumber: Data Internal Telkomsel, 2018)



Gambar I. 3 Jumlah Transaksi LinkAja Branch Bogor

(Sumber: Data Internal Telkomsel, 2018)

Data penjualan LinkAja dan jumlah transaksi di wilayah *branch* Bogor satu tahun terakhir mengalami penurunan cukup signifikan yang terindikasi adanya persaingan dengan *Go-Pay*. Selain adanya persaingan dengan kompetitor lain, penjualan sudah tidak bertumbuh dikarenakan indikasi dari munculnya transaksi menggunakan QR Code. *Go-Pay* saat ini berkontribusi sebesar 30% untuk keseluruhan transaksi non tunai di Indonesia (Gojek, 2017). Transaksi *Go-Pay* memang semakin tahun mengalami kenaikan. Kenaikan untuk transaksi menggunakan *Go-Pay* sebesar 25% setiap tahunnya sehingga perlu adanya analisis atribut kebutuhan konsumen untuk mengetahui kekurangan LinkAja agar dapat meningkatkan layanan produk dari LinkAja. Setiap kompetitor memiliki keunggulan di beberapa aspek dibandingkan dengan LinkAja. Perbandingan aspek dapat dilihat pada Tabel I.2

Tabel I. 2 Perbandingan Aspek

Aspek	LinkAja	OVO	Go-Pay
Keamanan	Menggunakan Pin	Menggunakan Pin dan <i>finger print</i>	Menggunakan Pin
Fitur yang tersedia	12 fitur tersedia	8 fitur tersedia	12 fitur tersedia

Tabel I. 1 Perbandingan Aspek (Lanjutan)

Aspek	LinkAja	OVO	Go-Pay
Promo yang ditawarkan	3 jenis promo yang ditawarkan	4 jenis promo yang ditawarkan	3 jenis promo yang ditawarkan
Informasi yang disajikan	2 informasi yang ditampilkan di aplikasi	5 informasi yang ditampilkan di aplikasi	2 informasi yang ditampilkan di aplikasi
<i>Contact Person/ Customer Service</i>	3 media yang digunakan untuk dihubungi	2 media yang digunakan untuk dihubungi	4 media yang digunakan untuk dihubungi
<i>Log in</i>	Menggunakan nomor telepon, kode, Pin, verifikasi <i>e-mail</i>	Menggunakan nomor telepon, kode, pin, validasi <i>finger print</i>	Menggunakan nomor telepon dan kode

Survei pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi pada layanan LinkAja. Survei pendahuluan bertujuan untuk memperoleh informasi dari konsumen mengenai kualitas layanan LinkAja sehingga dapat digunakan sebagai dasar menyusun tahap penelitian selanjutnya. Hasil survei pendahuluan didapatkan dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan metode Kano. Hasil survei dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I. 3 Survei Pendahuluan

No	Evaluasi	Tanggapan Konsumen
1	Kemudahan dalam penggunaan	Harus terkoneksi internet saat ingin membuka LinkAja <i>Wallet</i> .
		Proses pembayaran menjadi lama saat koneksi <i>error</i> .
2	Tanggapan <i>Customer Service</i> kepada pengguna	Kesulitan menghubungi <i>Customer Service</i> saat terjadi <i>error</i> .
3	Konten fitur pada LinkAja	Kesulitan dalam mencari fitur yang dibutuhkan.

Tabel I. 2 Survei Pendahuluan (Lanjutan)

No	Evaluasi	Tanggapan Konsumen
3	Konten fitur pada LinkAja	Tidak ada fitur menu untuk pencarian secara langsung.
4	Informasi pada T-Cash <i>wallet</i>	Informasi promo tidak sesuai.
		Sulit menemukan informasi yang dicari oleh konsumen.
5	Keamanan T-Cash <i>Wallet</i>	Proses pendaftaran menggunakan nomer telepon sehingga konsumen tidak percaya saat memberikan data pribadi.

(Sumber: Survei Pendahuluan, 2018)

Berdasarkan Tabel I.2 dapat dilihat bahwa pengguna LinkAja merasakan adanya keluhan pada saat pemakaian. Hal tersebut membuat pelanggan menilai kualitas layanan LinkAja kurang baik sehingga adanya penurunan penggunaan yang cukup signifikan di tahun 2018. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang kualitas layanan untuk LinkAja yang lebih baik.

## I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang sudah diidentifikasi, maka perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Apa karakteristik teknis yang didapatkan berdasarkan *true customer needs* dalam meningkatkan kualitas layanan LinkAja?
2. Apa *Critical Part* yang akan digunakan dalam meningkatkan kualitas layanan LinkAja?
3. Bagaimana rancangan perbaikan kualitas layanan LinkAja dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang didapatkan berdasarkan *true customer needs* dalam meningkatkan kualitas layanan LinkAja.
2. Mengidentifikasi *Critical Part* dalam meningkatkan kualitas layanan LinkAja.
3. Merancang perbaikan kualitas layanan LinkAja dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

### **I.4 Batasan penelitian**

Agar dalam penelitian dapat fokus dan tidak melebar terlalu luas dan tidak menyimpang lalu mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah yang dirincikan sebagai berikut:

1. *True customer needs* produk LinkAja didapatkan dari penelitian sebelumnya menggunakan metode Kano.
2. Pengolahan data pada penelitian kali ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) sampai iterasi kedua.
3. Data internal dan eksternal berasal dari perusahaan LinkAja.
4. Pengambilan data dilakukan pada Bulan September 2018 hingga Bulan April 2019.
5. Metode pengambilan data dilakukan dengan metode *cross-sectional* dimana penelitian dilakukan pada satu kali pengambilan data serta di satu tempat saja. Penelitian dilakukan hanya di layanan LinkAja *branch* Bogor sehingga implementasi rancangan peningkatan layanan produk dapat dijadikan rekomendasi dari *Branch* Bogor untuk LinkAja pusat.
6. Transaksi yang digunakan hanya dengan metode pembayaran *QR-Code*.
7. Dimensi kualitas yang digunakan adalah *Reliability, Responsiveness, Ease of use, Information, Security* dan *Efficiency*.
8. Penelitian hanya sampai rancangan untuk meningkatkan layanan produk LinkAja tidak sampai implementasi sehingga tidak diperhitungkan keberhasilannya.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian kali ini adapun beberapa manfaat yang ingin dicapai antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk dijadikan sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses peningkatan layanan LinkAja yang terjadi di *branch* Bogor.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai:

- a. Bagi Perusahaan:

Sebagai rekomendasi usulan yang dapat dipertimbangkan oleh Telkomsel *branch* Bogor untuk meningkatkan layanan produk LinkAja untuk konsumen dan sebagai referensi ide untuk pengembangan perbaikan kualitas pelayanan jasa.

- b. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu dapat memberikan pengalaman dalam mencari *true customer needs* atau kebutuhan pelanggan dalam menggunakan layanan LinkAja dan memberikan pengalaman dalam menganalisis layanan LinkAja menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) sehingga dapat memberikan saran hasil dari QFD kepada perusahaan yang terkait.

- c. Bagi peneliti lain

Manfaat penelitian ini bagi peneliti lain yaitu dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas layanan LinkAja.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Dalam sistematika penulisan merupakan uraian dari penelitian. Sistematika penulisan diuraikan sebagai berikut :



## **BAB I Pendahuluan**

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

## **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi mengenai konsep-konsep dan prinsip dasar yang dijadikan landasan teori bagi penelitian yang dilakukan pada layanan LinkAja. Landasan teori ini berisi tentang: perbandingan metode peningkatan kualitas, metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan juga penelitian terdahulu.

## **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab ini dijelaskan metodologi yang menjadi panduan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian secara rinci. Bab ini terdiri dari dua sub bab yaitu model konseptual dan sistematika pemecahan masalah.

## **BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini memuat hasil langkah-langkah proses pengumpulan data terhadap *customer needs* dan pengolahan data QFD iterasi satu/ HoQ. Selanjutnya, tahapan pengembangan konsep dan pembuatan QFD iterasi dua/ *Part Deployment Matrix*.

## **BAB V Analisis dan Rekomendasi**

Bab ini memuat analisis dari data yang telah diolah dan kemudian disusun rekomendasi yang tepat untuk peningkatan layanan LinkAja *branch* Bogor.