

## ABSTRAKSI

Pesatnya perkembangan teknologi telekomunikasi, mendorong pertumbuhan penggunaan jasa telekomunikasi. Media-media yang mendukungnya pun semakin menjamur. Dengan munculnya CDMA sebagai teknologi telekomunikasi baru, ikut memeriahkan bisnis telekomunikasi ini.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang dan menggunakan media telekomunikasi adalah *Interactive Quiz*. Bisnis *Interactive Quiz* ini sangat didominasi oleh layanan Short Message Service (SMS), padahal masih ada layanan yang lebih baik dari SMS, yaitu Multimedia Message Service (MMS), yang tidak hanya mengirimkan informasi berupa teks, namun juga berupa gambar, suara bahkan video.

TelkomFLEXI sebagai salah satu pemain dalam bisnis seluler (CDMA), akan meluncurkan layanan MMS, dan salah satu produknya “*Interactive Quiz via MMS*”. Dengan kondisi layanan MMS yang belum *exist*, diperlukan sebuah penelitian/riset untuk merancang apa yang harus dilakukan untuk strategi implementasi “*Interactive Quiz via MMS*” yang berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendefinisikan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang akan menjadi masukan untuk merancang skema bisnis “*Interactive Quiz via MMS*”, untuk mengidentifikasi karakteristik teknis yang berhubungan dengan pemenuhan atribut-atribut kebutuhan, dan untuk menentukan konsep perancangan layanan “*interactive Quiz via MMS*” yang dapat memenuhi kepuasan bagi pelanggan.

Dalam penelitian ini penggalan kebutuhan konsumen dilakukan dengan cara wawancara yang kemudian dilakukan penyusunan kuisioner berdasarkan atribut kebutuhan yang telah diperoleh dari hasil wawancara. Sedangkan penentuan karakteristik perusahaan untuk memenuhi atribut kebutuhan tersebut dilakukan dengan cara diskusi dengan metode “sumbang saran” bersama pihak manager perusahaan.

Terdapat 31 atribut kebutuhan pelanggan yang didapat dimana 17 atribut diperoleh dari pelanggan seluler GSM, sisanya dari Content Providers yang kemudian dikelompokkan ke dalam Tree Diagram dan diterjemahkan ke dalam 16 karakteristik teknis FLEXI dan 7 karakteristik teknis Content Providers.

Atribut kebutuhan pelanggan yang telah diperoleh, lalu diolah dan dihubungkan dengan karakteristik perusahaan melalui House Of Quality (HOQ) untuk menghasilkan output prioritas dari karakteristik teknis.

HOQ yang digunakan terdiri dari 3 jenis, yaitu HOQ I (dari pelanggan GSM ke Telkom), HOQ II (Dari Content Providers ke Telkom) dan HOQ III (dari Pelanggan GSM ke Content Providers).

Hasil dari penelitian ini adalah berupa usulan rekomendasi berdasarkan karakteristik teknis bagi TelkomFLEXI dan Content Providers, usulan perancangan skema bisnis bagi TelkomFLEXI, serta usulan Skema Quiz MMS bagi Content Providers. Semua usulan tersebut berupa rekomendasi yang didasarkan kepada hasil pengolahan data.