

ABSTRAKSI

Dulu TUC menghasilkan keuntungan yang signifikan, tetapi setelah adanya pelayanan wartel serta semakin banyak penggunaan telepon selular, TUC tidak lagi memberikan keuntungan seperti dulu. Walaupun begitu Telkom terus memelihara keberadaan TUC. Kebijakan mempertahankan TUC dikarenakan Telkom merupakan BUMN sehingga disamping mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan juga bertujuan untuk melayani seluruh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu TUC dipertahankan dalam rangka misi sosial untuk melayani seluruh masyarakat terutama masyarakat kelas menengah ke bawah. Dari 300 ribu TUC yang ada di seluruh Indonesia sekarang hanya tinggal sekitar 55 ribu saja yang berada dalam kondisi baik, sehingga sejumlah TUC perlu diperbaharui. *Revitalisasi* TUC tidak saja dilakukan secara fisik saja, namun juga secara prosedur mutu. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan dan pengembangan pada TUC ini.

Menurut Wakil Direktur PT. Telkom Garuda Sugardo, dalam jangka waktu 60 tahun Telkom berkiprah, telah banyak teknologi telekomunikasi dicapai seperti akses internet berkecepatan tinggi dan lain-lain, namun itu semua tidak ada artinya bila Telkom tidak membenahi hal-hal yang *basic* seperti TUC. Pelayanan telepon umum itu juga sebagai upaya untuk mempertahankan *image* Telkom, sehingga Telkom terus berupaya meningkatkan layanan TUC. Selain hal itu, fakta bahwa telepon umum coin yang ada di luar negeri sangat berkembang mendorong Telkom untuk memperbaiki dan mengembangkan layanan TUC.

Dalam mengembangkan suatu produk atau jasa harus selalu fokus kepada pelanggan. Oleh karena itu metode pengembangan produk yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD dipilih karena metode ini mengembangkan suatu produk dengan berdasar pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut akan diterjemahkan ke dalam karakteristik teknis. Metode QFD yang diterapkan pada penelitian ini sampai pada iterasi 2 yaitu menggunakan matriks *house of quality* pada iterasi 1 dan menggunakan matriks *part of deployment* pada iterasi 2.

Hal yang pertama dilakukan adalah menentukan atribut kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui wawancara. Selanjutnya pada iterasi 1, atribut tersebut diterjemahkan ke dalam karakteristik teknis dan kemudian diolah sehingga menghasilkan matriks perencanaan, matriks karakteristik teknis, matriks hubungan, matriks korelasi karakteristik teknis dan matriks teknis. Pada iterasi ini diperoleh 18 atribut kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan 23 karakteristik teknis yang bisa memenuhinya. Atribut kebutuhan yang menurut pelanggan paling penting adalah tarif melakukan panggilan sedangkan atribut kebutuhan yang memiliki prioritas paling utama untuk dikembangkan adalah adanya alat pembayaran selain koin. Karakteristik teknis yang memiliki kontribusi terbesar terhadap pengembangan layanan TUC adalah ketersediaan alat pembayaran selain koin

Kemudian pada iterasi 2, karakteristik teknis yang didapat dari iterasi 1 akan ditentukan *critical part* atau komponen kritis yang bisa memenuhi karakteristik teknis tersebut dan kemudian diolah sehingga menghasilkan matriks hubungan dan matriks teknis. Dari 23 karakteristik teknis yang ada didapatkan 41 *critical part*. *Critical part* yang memiliki nilai kontribusi terbesar pada pengembangan layanan TUC adalah *power supply*.

Hasil yang didapatkan dari iterasi 1 dan 2 akan dijadikan rekomendasi untuk pengembangan layanan TUC. Dengan pengembangan ini diharapkan dapat meningkatkan performansi dari layanan TUC sehingga lebih memberi kepuasan kepada pelanggan.