

---

---

## ABSTRAKSI

Perkembangan industri telekomunikasi dewasa ini semakin menunjukkan gejala peningkatan baik dalam bentuk produk seluler maupun sarana penunjang infrastruktur komunikasi lainnya. Hal itu dapat dilihat masuknya pemain-pemain baru yang membuat industri telekomunikasi akan semakin menggeliat di tahun 2008 dan menarik bagi investor. Sebab, pasar untuk produk telekomunikasi seluler masih cukup besar dengan jumlah pengguna yang terus bertambah. Sebuah riset menyatakan dari jumlah penduduk negara kita sekitar 220 juta jiwa bahwa masih ada sekitar 80 juta konsumen Indonesia yang belum terjamah telepon seluler. Kondisi ini sebagai peluang bagi PT Bakrie Telecom, Tbk yang dapat menggarap pasar tersebut. Dengan adanya kehadiran Esia secara tidak langsung merebut pelanggan seluler baru dan juga pelanggan dari operator GSM dan CDMA di Indonesia. Sebagai antisipasinya operator GSM dan CDMA melakukan berbagai langkah inovasi terhadap produknya baik dari aspek teknologi dan pelayanan serta menawarkan beberapa keunggulan tersendiri. Sehingga perusahaan harus memperhatikan penerapan strategi bersaing yang optimal berdasarkan keunggulan atribut produk dan layanannya.

Perumusan strategi bersaing dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode *Quality Function Deployment* (QFD), pembobotan entropy dan teori permainan metode simpleks. Metode QFD digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih suatu kartu prabayar dan respon teknis sebagai tindakan pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan Esia. Untuk memprioritaskan keinginan pelanggan dari perusahaan menggunakan pembobotan entropy. Sedangkan untuk mengetahui keunggulan kompetitif Esia terhadap pesaingnya yaitu Flexi Trendy dan Fren digunakan teori permainan metode simpleks.

Dari hasil penelitian ini didapatkan 20 atribut kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Atribut-atribut ini kemudian disusun kedalam kuesioner formal untuk disebarkan agar mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan Esia dan tingkat kepuasan pesaing. Atribut-atribut kebutuhan tersebut akan diterjemahkan kedalam bahasa teknis perusahaan melalui proses brainstorming yaitu respon teknisnya. Dari hasil brainstorming dengan perusahaan didapatkan 29 respon teknis.

Penelitian ini menghasilkan suatu rekomendasi berupa strategi bersaing yang dapat dilakukan Esia dalam bersaing dengan kartu prabayar lainnya berdasarkan pada sinergi metode QFD dan teori permainan. Dari hasil nilai permainan menunjukkan Esia unggul terhadap pesaingnya dengan atribut tarif percakapan dalam satu operator yang sama. Sedangkan atribut yang mendapatkan prioritas pengembangan adalah jangkauan area dan kualitas kejernihan suara dengan prioritas tindakan penambahan BTS, receiver dan kerjasama layanan lintas operator.

**Kata Kunci : Esia, *Quality Function Deployment* dan Teori Permainan.**

---

---