

## ABSTRAK

Layanan *payTV* atau yang biasa kita sebut penyedia layanan televisi berbayar di Indonesia sekarang ini semakin meningkat. Saat ini penetrasi *payTV* baru ada di angka 5 persen, masih jauh dari angka kepemilikan TV di Indonesia. Media Partners Asia memprediksi *payTV* punya potensi pasar lebih dari 30 juta pelanggan (MPA, 2015). Berdasar riset *Cable and Satellite Broadcasting Association of Asia* pada kuartal III tahun 2014, jumlah pelanggan TV berbayar mencapai 4,6 juta pelanggan (CASBAA, 2015). Sebaran terbesar masih berada di DKI Jakarta dengan angka 3,4 juta pelanggan (Indotelko.com, 2015). Hingga tahun 2015 setidaknya terdapat 11 operator resmi penyedia layanan jasa *payTV* di Indonesia (Murray, 2015). Hal Ini mengindikasikan bahwa pasar *payTV* di Indonesia semakin kompetitif.

Transvision yang semula bernama Telkomvision yang berdiri sejak tahun 1997 sekarang ini menghadapi tantangan dan ancaman seiring dengan banyak kompetitor, pihak Transvision harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar pangsa pasar Transvision tidak kalah bersaing dengan kompetitor lain dan dapat menjadi *market leader payTV* di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi peningkatan kualitas layanan berdasarkan 18 *true customer needs*. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD merupakan salah satu teknik yang dapat menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam spesifikasi teknis dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk merealisasikannya. Data *true customer needs* diperoleh dari penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Kebutuhan Layanan *payTV* Transvision Daerah DKI Jakarta Dengan SERVQUAL dan Model Kano”. Tahap pertama yaitu *House of Quality* untuk menentukan karakteristik teknis prioritas. Tahap kedua yaitu QFD iterasi dua untuk menentukan prioritas *critical part*.

Perumusan rekomendasi dihasilkan berdasarkan hasil pengolahan data, analisis pengolahan data, diskusi dengan pihak perusahaan, dan melakukan *benchmark* dengan jenis layanan yang sama pada perusahaan pesaing dengan tujuan meningkatkan kualitas layanan *payTV* Transvision. Dua belas rekomendasi yang diusulkan meliputi frekuensi pelatihan *product knowledge* dan *service excellent* per bulan, *dokumentasi knowledge*, frekuensi *monitoring* perangkat per tahun, frekuensi adanya pengumpulan *feedback* pelanggan per tahun, penambahan *Channel*, penambahan paket *Channel premium*, penambahan paket *Channel* tambahan, jenis media informasi, jumlah tempat pelayanan di tempat strategis, durasi waktu promosi, dan penambahan *Channel HD*.

Kata kunci : *Quality Fuction Deployment, pay TV, Transvision*