

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perguruan Tinggi di Indonesia dibedakan atas Universitas, Institut, Politeknik, Akademik dan Sekolah Tinggi. Program pendidikan yang diselenggarakan Perguruan Tinggi dapat berupa Diploma (D-1, D-2, D-3, D-4), Magister (S2), Spesialis (SP 12), dan Doctor (S3). Program yang dihasilkan menghasilkan lulusan yang berbeda pula pada masing-masing Perguruan Tinggi. Lulusan yang dihasilkan diharapkan dapat memiliki kualifikasi sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan bertambahnya Teknologi Informasi yang kian berkembang sehingga Perguruan Tinggi dituntut menyelenggarakan kualifikasi pada bidang *Infocom*.

Rata-rata pertumbuhan sektor bisnis telekomunikasi di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 20% setiap tahunnya. Pertumbuhan ini meliputi bisnis layanan komunikasi berbasis seluler, telepon tetap, internet dan akses pita lebar. Dengan jumlah pertumbuhan sebesar itu, diperkirakan kebutuhan tenaga *infocom* pada tahun 2010 di Indonesia adalah sebanyak 320.000 orang. Saat ini penyedia lulusan *infocom* berasal dari Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta, termasuk STT Telkom. Namun jumlah lulusan dari perguruan-perguruan tinggi yang memiliki program studi terkait dengan bidang *infocom* tersebut, baru sekitar 20.000 orang per tahun. Melihat kondisi seperti ini dan dengan memperhatikan peluang, kemampuan internal serta kepercayaan dari pemerintah dan masyarakat industri, STT Telkom bertekad meningkatkan perannya di masyarakat *infocom*, melalui perubahan bentuk institusi yang memiliki kemampuan dan keunggulan yang lebih baik dibanding bentuknya terlebih dahulu. Oleh karena itu mulai tanggal 1 Desember 2007, melalui keputusan Dirjen Dikti, STT Telkom berubah bentuk menjadi Institut Teknologi Telkom atau disingkat IT Telkom.

Perubahan ini diharapkan akan membentuk IT Telkom menjadi perguruan tinggi berkelas internasional yang unggul di bidang *infocom* dan menjadi agen

perubahan dalam bentuk insan cerdas dan kompetitif Indonesia. Perubahan ini juga membawa konsekuensi bagi IT Telkom untuk terus meningkatkan kualitas penyelenggara pendidikan, sarana dan prasarana serta mendayagunakan segenap potensi yang dimilikinya. (<http://ittelkomtoday.blogspot.com>)

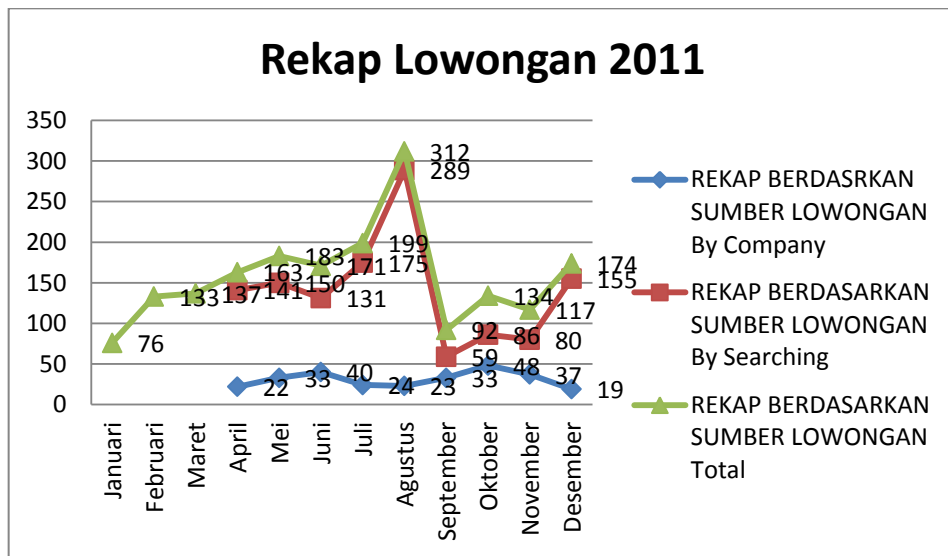
Yayasan Pendidikan Telkom adalah sebuah Yayasan yang diprakarsai oleh PT. Telkom Indonesia untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi serta pelatihan guna mengembangkan Sumber Daya Manusia yang profesional di bidang Infokom. Yayasan Pendidikan Telkom memiliki empat lembaga pendidikan tinggi dan satu pusat pelatihan yaitu IT Telkom, IM Telkom, Politeknik Telkom dan STISI Telkom sehingga menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja dan cepat beradaptasi di Industri ICT (<http://www.yptelkom.or.id/>).s

IT Telkom ingin menghasilkan lulusan atau alumni yang siap untuk memasuki dunia kerja dan cepat beradaptasi di Industri ICT. Alumni yang baru saja lulus tentu menginginkan agar dapat melanjutkan ke jenjang karir, sehingga ilmu yang di dapat selama ini di bangku kuliah dapat diterapkan di dunia kerja. Oleh karena itu, di butuhkan berbagai memenuhi kebutuhan dan harapan alumni, yakni keberhasilan karir setelah lulus studi maka CDC menyediakan berbagai Informasi lowongan kerja serta melamar pekerjaan secara *online* melalui situs web [www.infocomcareer.com](http://www.infocomcareer.com). Pada situs *web* ini terdapat dua *stakeholder* utama pelayanan ini yaitu :

1. Alumni (*Jobseeker* terbesar di *website* layanan karir).
2. Perusahaan (*Company* yang memberikan lowongan di *website*).

Jumlah lowongan perbulannya (*company and searching*) CDC menargetkan untuk mengumpulkan 100 lowongan dari berbagai sumber di antaranya dari Koran Kompas, Pikiran Rakyat, website lowongan kerja (jobDB dan jobstreet). Sumber lowongan perusahaan berasal dari *user* perusahaan, berdasarkan lowongan yang masuk langsung ke CDC IT Telkom. Dilihat dari tabel rekap lowongan pada Gambar I.1 jumlah lowongan masuk setiap bulannya rata-rata 166 lowongan, dengan lowongan terbanyak berasal dari pencarian oleh pihak CDC (*by searching*). Rata - rata lowongan yang masuk

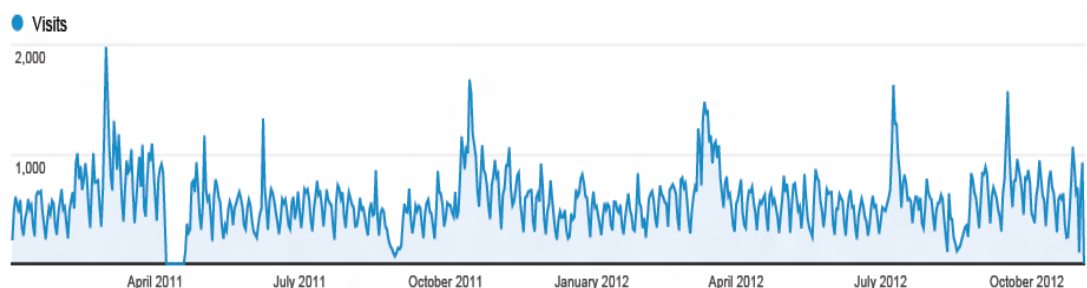
langsung dari perusahaan masih jauh di bawah lowongan yang berasal dari *searching* yaitu rata-rata hanya 31 lowongan/bulannya yang masuk.



**Gambar 1.1 Rekap Lowongan 2011**

Pada rekap lowongan tahun 2011 pengunjung pada *website* yang terbanyak adalah dibulan Agustus, pengunjung terbesar berasal dari alumni Institut Teknologi Telkom, dibandingkan dengan pengunjung *website career* lainnya angka ini masih jauh. Misalnya untuk *website career* universitas sejenis seperti Universitas Bina Nusantara, Universitas Petra, Universitas Gajah Mada dan Universitas lainnya.

Jumlah pengunjung akan menyesuaikan dengan jumlah mahasiswa atau alumni Institut Teknologi Telkom dan *user* utama adalah alumni IT Telkom. Untuk menambah jumlah hit yaitu dengan mengupayakan lebih banyak lagi mahasiswa atau alumni yang menjadi anggota *website infocomcareer*.



**Gambar 1.2 User Website Infocomcareer**

Pada gambar I.2 adalah *user website infocomcareer* pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2012 banyaknya pengunjung website ini yaitu sebanyak 135.518 *jobseeker* sedangkan *jobseeker* yang hanya melihat *website* ini sebanyak 1.162.216 *jobseeker*. Jumlah pengunjung yang hanya melihat saja tanpa mendaftar lebih banyak dibandingkan jumlah *jobseeker* yang mendaftar pada *website infocomcareer*.

Jumlah *user jobseeker* meningkat atau mengalami kenaikan saat alumni diwajibkan mendaftar menjadi anggota *website infocomcareer* sebagai persyaratan pendaftaran wisuda. Meskipun terjadi kenaikan namun tidak terlalu signifikan, kondisi ini mengindikasikan bahwa tidak adanya penumpukan register pada *website infocomcareer* karena tersebar pada bulan-bulan sebelumnya yaitu pada bulan Agustus dan September.

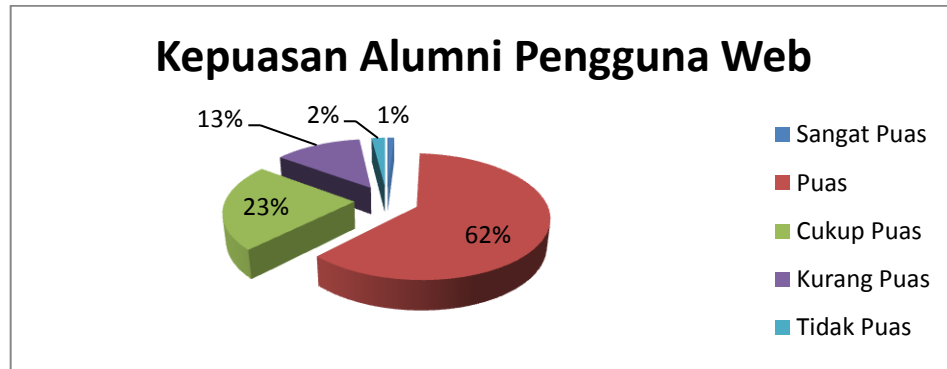
Berbeda dengan *jobseeker* yang jumlahnya semakin meningkat, *user* yang berasal dari perusahaan relatif stabil rata-rata sekitar 50 user perusahaan yang menggunakan layanan *website* ini. Kegiatan dari *user* lebih banyak pada penyebaran informasi lowongan. Tidak sedikit perusahaan yang langsung mengupload lowongan ke *website*.

Meski jumlah relatif stabil, namun dibandingkan tahun 2008 terjadi peningkatan sebesar 45% dari jumlah sebelumnya. Peningkatan jumlah *user* dari perusahaan terutama berasal dari perusahaan IT level kecil hingga menengah.

*Website infocomcareer* memiliki fungsi-fungsi yang cukup beragam namun belum semua fungsi berjalan dengan baik. Untuk *admin* sendiri misalnya belum dapat menghapus *news* management dari *web* sehingga masih harus dilakukan oleh petugas dari PT. Cinox (*web developer*) sehingga masih muncul meskipun data sudah tidak *up to date*. Fungsi yang juga penting untuk *admin* yaitu *reset* nomor *password*. Akibatnya *user* tidak dapat mempergunakan layanan *website*.

Fungsi lain yang belum maksimal adalah fungsi sebagai *user* alumni. Kondisi tersebut perlu mendapatkan perhatian dari klien utama CDC yaitu alumni. Fungsi yang penting dan perlu dijaga keberlanjutannya adalah *resume/CV* alumni yang sering kali tidak dapat diupdate. Upload foto juga sering tidak

berhasil, kondisi serupa terjadi pada fungsi untuk perusahaan. Fungsi penting yang juga perlu mendapat perhatian adalah fungsi *job match* untuk alumni yang seharusnya dapat menjadi *tool* unggulan CDC untuk memasarkan lowongan pekerjaan pada alumni.



**Gambar 1.4 Kepuasan Alumni Pengguna Web**

Tingkat kepuasan alumni terhadap layanan *website infocomcareer* juga dapat mempengaruhi faktor-faktor terjadinya penurunan jumlah pengunjung *website infocomcareer*. Seperti yang dilihat pada gambar 1.4 dimana tingkat kepuasan yang diperoleh melalui *survey* terhadap 348 sampel alumni, rata-rata berada pada taraf puas. Sedangkan 13% belum puas dengan layanan *website* dan 23% alumni merasa cukup puas. Kekurangpuasan tersebut karena beberapa layanan belum maksimal dan perlu ditingkatkan lagi pelayanan pada *website infocomcareer*. Penyebab lainnya juga dikarenakan belum sustainnya sistem layanan *website* CDC, terutama saat menjelang wisuda ketika *traffic* naik sehingga terjadi *down time* dan *error* pada fungsi-fungsi yang ada. Oleh karena itu tingginya *traffic* dapat mempengaruhi sistem tidak berjalan dengan baik sehingga upaya pengendalian *traffic* perlu diperbaiki agar layanan dapat diberikan secara maksimal. Tingkat kepuasan alumni terhadap layanan *website infocomcareer* rata-rata alumni merasa sudah puas dengan pelayanan yang didapat, namun dibalik puasnya alumni terhadap layanan *website infocomcareer*, alumni menyatakan masih perlunya perbaikan-perbaikan terhadap *website infocomcareer* terutama pada kemudahan registrasi pada *website* serta perlunya peningkatan pelayanan pada *website infocomcareer* agar dapat berkembang lagi untuk ke depannya.

Fungsi dari *website career infocomcareer* ini adalah untuk mempermudah *jobseeker* yaitu alumni IT Telkom dalam mencari informasi tentang lowongan pekerjaan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan kualitas *website* serta mempermudah pemakaian *website infocomcareer*.

Dilihat dari perkembangan teknologi dan pencapaian pengguna *website infocomcareer* yang terus meningkat, maka peneliti ini layak dilakukan. Hal ini untuk membantu CDC IT Telkom memperbaiki kualitas layanan *website infocomcareer* agar kepuasan pengguna *website infocomcareer* meningkat serta mencapai pangsa pasar yang melebihi *website career* pesaing di masa datang.

## 1.2 Perumusan Masalah

Metode yang tepat untuk pengembangan kualitas suatu layanan adalah menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Metode ini dipilih karena QFD berbasis pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga langkah strategis yang dihasilkan dari peneliti ini akan lebih memberi kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan (Cohen, 1995).

Diharapkan dengan menggunakan metode QFD dapat membantu pihak CDC untuk meningkatkan layanan *website infocomcareer* serta memenuhi kebutuhan pengguna *website infocomcareer* IT Telkom Bandung.

Sebuah produk harus terus mengalami perbaikan secara bertahap meski produk tersebut telah dihasilkan secara sempurna (Ulrich, 2008). Demi memenuhi kebutuhan pengguna layanan *website infocomcareer* perlu mengembangkan layanan *website Infocomcareer* secara bertahap agar layanan tersebut menjadi meningkat kepuasan pengunjungnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan sesuai dengan metode penelitian, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apa saja atribut kebutuhan pengunjung yang menggunakan layanan *website infocomcareer* di IT Telkom?
2. Apa saja atribut yang perlu diprioritaskan dalam meningkatkan kualitas layanan *website infocomcareer* di IT Telkom?

3. Bagaimana rekomendasi pengembang layanan *website infocomcareer* untuk meningkatkan kepuasan pengunjung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada bagian ini diuraikan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui atribut kebutuhan pengunjung yang menggunakan layanan *website infocomcareer* di IT Telkom.
2. Mengetahui atribut apa yang perlu diprioritaskan dalam meningkatkan kualitas layanan *website infocomcareer* di IT Telkom.
3. Merumuskan rekomendasi pengembangan layanan *website infocomcareer* untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan berguna dan bermanfaat bagi perusahaan seperti sebagai berikut:

1. Sebagai masukan bagi CDC dalam mengembangkan layanan *website infocomcareer* yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengunjung *website* tersebut.
2. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

Manfaat bagi peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dapat menerapkan metode QFD dalam memecahkan permasalahan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengunjung *website infocomcareer*.
2. Memahami perbandingan keadaan *existing* layanan *web career* objek penelitian dengan layanan *web career* lainnya.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan dalam penelitian ini adalah

1. Objek penelitian adalah *website [www.infocomcareer.com](http://www.infocomcareer.com)*.
2. Tahap perancangan konsep perbaikan layanan *website infocomcareer* hanya sampai iterasi 2 (*Fase Part Deployment*).

3. Penelitian hanya sampai tahap perumusan rekomendasi program, tidak sampai pada tahap implementasi dan evaluasi keberhasilan.
4. Perumusan rekomendasi tidak mempertimbangkan aspek keuangan dan waktu pelaksanaan.
5. Penelitian dilakukan kepada alumni Institut Teknologi Telkom.