

# **Bab I Pendahuluan**

## **I.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi dan informasi yang semakin lama semakin pesat membuat kebutuhan masyarakat akan penggunaan teknologi semakin meningkat. Pada jaman sekarang mobilitas masyarakat sangat tinggi dan menuntut adanya kemudahan di setiap aspek termasuk kemudahan dalam berkomunikasi. Telepon seluler merupakan salah satu fasilitas komunikasi yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat pada saat ini. Negara Indonesia menempati peringkat ketiga pengguna telepon genggam terbanyak di seluruh Asia Pasifik. Hal ini dibuktikan berdasarkan data yang dihimpun oleh Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) yaitu hingga akhir 2011 lalu jumlah pelanggan seluler Indonesia jauh lebih besar daripada jumlah penduduk Indonesia. Jika dibandingkan antara jumlah pengguna ponsel di Indonesia yang mencapai 250 juta, dengan jumlah penduduk yang hanya 240 juta, Indonesia memiliki penetrasi seluler sebesar 110 persen, dengan masih didominasi oleh pengguna operator GSM yang diperkirakan berjumlah 95 persen. (Sumber : Kompas, 2012). Tingginya jumlah pengguna telepon seluler di Indonesia mengakibatkan persaingan antara perusahaan telepon seluler semakin ketat. Hal inilah yang menjadi pemicu bagi para operator telepon seluler untuk memperluas *market share*-nya agar bisnisnya dapat terus berkembang.

Telkomsel merupakan operator seluler GSM pertama di Indonesia dengan layanan prabayar dan pasca-bayar. Telkomsel sampai saat ini memiliki 3 produk GSM yakni simPATI (Prabayar), Kartu Halo (Pasca-bayar) dan Kartu AS (Prabayar). Pada Kuartal I/2012, Telkomsel memiliki jumlah tertinggi sebanyak 120 juta pelanggan, yang berarti Telkomsel menguasai pangsa pasar sebesar 43%. Selain itu pelanggan terbesar lainnya diberikan oleh Indosat dengan 52,1 juta pelanggan, diikuti PT XL Axiata Tbk sebanyak 46,4 juta pelanggan. Sedangkan

untuk jumlah pelanggan *fixed wireless access* (FWA) hanya berjumlah 35 juta pelanggan. (Sumber : Bisnis Indonesia, 2012).



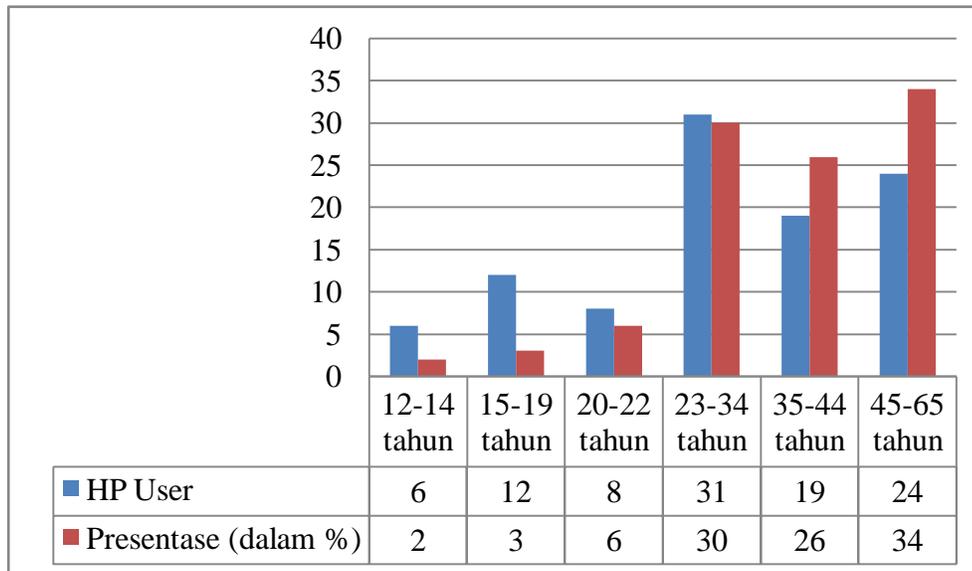
Gambar 1.1 *Market Share* Operator Seluler di Indonesia

Berdasarkan grafik tersebut di atas, Telkomsel memiliki *market share* terbesar di Indonesia dengan jumlah pelanggan yang mencapai 120 juta pelanggan pada semester pertama tahun 2012 dimana pelanggan terbesar merupakan pengguna kartu simPATI yaitu mencapai 60 juta pelanggan. Sisanya merupakan pengguna kartu Halo dengan 2,2 juta pelanggan dan 57,5 juta pelanggan merupakan kartu AS. (Sumber : Indonesia Finance Today, 2012). Dengan pengguna kartu SimPATI yang mencapai 60 juta pelanggan, simPATI menyumbangkan pendapatan sekitar 60% untuk Telkomsel (Sumber : Kompas, 2012).

Dari total pelanggan simPATI, Jakarta merupakan kota dengan presentase terbesar se-Indonesia yakni  $\pm 20\%$  (Sumber : Data Internal Telkomsel, 2012). Berdasarkan *targeting* yang dilakukan pada produk simPATI, simPATI menyasar seluruh pengguna telekomunikasi di Indonesia, baik pria maupun wanita dari kelas sosial ekonomi menengah, menengah atas, dan atas yang berkepribadian inovatif, dinamis, dan sangat mementingkan kualitas layanan (Sumber : Ardansyah, 2008).

Segmentasi pelanggan simPATI berdasarkan umur terdapat beberapa kategori yakni (1) 12 – 14 tahun, (2) 15- 19 tahun, (3) 20-22 tahun (4) 23 – 24 tahun, (5)

35 – 44 tahun dan (6) 45 – 65 tahun. Gambar I.2 menjelaskan bahwa tiga kelompok umur pertama memiliki presentase yang lebih kecil dibandingkan dengan tiga kelompok lainnya. Fokus perusahaan mengarah pada kelompok umur remaja yakni 15-19 tahun dan 20-22 tahun yang memiliki jumlah HP *User* yang lebih besar dibandingkan kelompok umur 12-14 tahun.

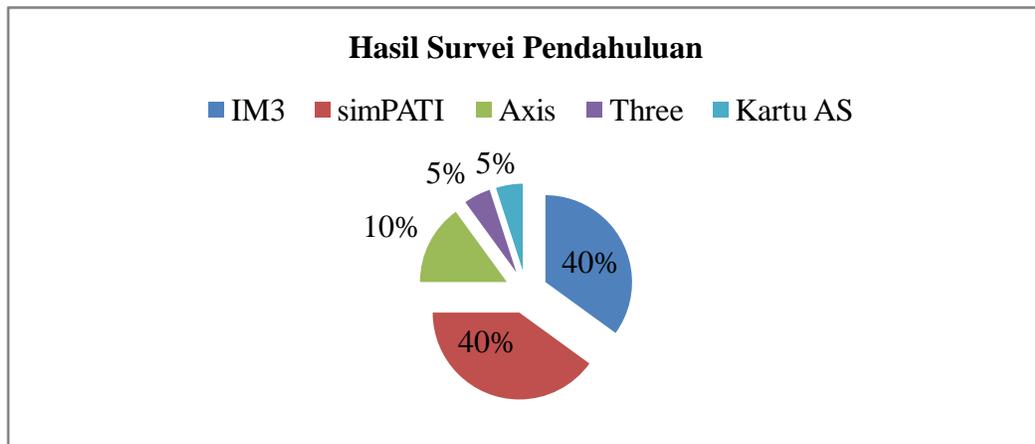


Gambar I.2 Presentase Pelanggan SimPATI Berdasarkan Segmentasi Umur

(Sumber : PT. Telekomunikasi Seluler, 2012)

SimPATI membidik target kalangan sosial ekonomi menengah, menengah atas, dan atas dimana remaja dalam penelitian ini dikatakan sebagai remaja kalangan *urban*. Indikasi kalangan *urban* menurut The Nielsen Company (2011) dalam risetnya, seseorang yang berada dalam kalangan sosial ekonomi menengah, menengah atas, dan atas membelanjakan pendapatannya untuk konsumsi pulsa sebesar 11% (Sumber : Indonesia Finance Today) . Jika dihitung terdapat empat kelompok yaitu : (A) Rp 137.500 – Rp 192.500, (B) Rp 192.501 – Rp 275.000, (C) Rp 275.001 – Rp 385.000 dan (D) > Rp 385.000. Hal ini juga dibuktikan melalui survei pendahuluan yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya dengan judul “Analisis Kebutuhan Layanan Kartu Prabayar Simpati di Kota Jakarta untuk Kalangan Remaja *Urban* Menggunakan Integrasi *Telecommunication Service*

*Quality dan Model Kano*”. Pada survei pendahuluan yang dilakukan dengan metode wawancara, diperoleh hasil survei yaitu hanya 7 dari 20 responden yang memakai simPATI. Responden pada survei pendahuluan ini merupakan remaja *urban* dengan *range* umur 15-22 tahun.



Gambar 1.3 Hasil Survei Pendahuluan Pengguna Operator Seluler di Kalangan Remaja *Urban* di kota Jakarta  
(Sumber : Survei Pendahuluan, 2013)

Responden yang menggunakan simPATI hanya 40%, sedangkan responden pengguna operator seluler selain simPATI memiliki presentase lebih besar yaitu sebesar 60%. Dengan jumlah pengguna yang rendah, maka PT. Telkomsel harus mengambil suatu kebijakan yang tepat agar dapat memperluas *market share*-nya dengan memasuki pasar yang sudah ditargetkan oleh perusahaan.

Melihat hasil dari survei pendahuluan, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Telkomsel harus menambah inovasi serta peningkatan pelayanan agar dapat memperluas *market share*-nya. Agar suatu perusahaan dapat memperluas *market share*-nya, haruslah selalu mempunyai nilai tambah. Beberapa contoh nilai tambah agar dapat memperluas *market share* adalah harga yang murah, unggul dalam mutu produk dan harus memberikan servis dan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Hal ini

untuk membantu PT. Telkomsel dalam meningkatkan kualitas layanan agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen target sehingga dapat memperluas *market share* sesuai dengan target perusahaan.

## **I.2 Rumusan 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 penelitian ini akan lebih memberi kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan (Cohen, 1995).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa saja karakteristik teknis yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan kartu prabayar simPATI kategori remaja *urban* ?
2. Apa saja *critical part* yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan kartu prabayar simPATI kategori remaja *urban* guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana usulan pengembangan layanan kartu prabayar simPATI yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan kategori remaja *urban* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Di bawah ini merupakan tujuan-tujuan dalam melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan kartu prabayar simPATI kategori remaja *urban*.
2. Mengidentifikasi *critical part* yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan kartu prabayar simPATI kategori remaja *urban* guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Merumuskan usulan pengembangan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kartu prabayar simPATI untuk pelanggan kategori remaja *urban*.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang akan didapatkan adalah sebagai berikut :

1. Dapat memberikan bahan pertimbangan kepada PT. Telkomsel dalam mengembangkan layanan prabayar simPATI yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan kebutuhan pelanggan yang sudah ditargetkan oleh perusahaan.
2. Sebagai dasar acuan untuk memperluas ilmu pengetahuan khususnya dalam lingkup manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengembangan kualitas layanan.
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lebih lanjut.

#### **I.5 Batasan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat hal-hal yang merupakan batasan dalam melakukan penelitian. Batasan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ruang lingkup penelitian terbatas hanya untuk wilayah Jakarta.
2. Tahap perancangan konsep pengembangan kualitas layanan kartu prabayar simPATI hanya sampai iterasi dua (*fase part deployment*).
3. Layanan eksisting maupun layanan *benchmark* yang dijadikan acuan adalah layanan sejenis yang paling baru diluncurkan sampai pada bulan Juni 2013.
4. Hasil rekomendasi tidak sampai tahap implementasi dan evaluasi keberhasilan.