

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

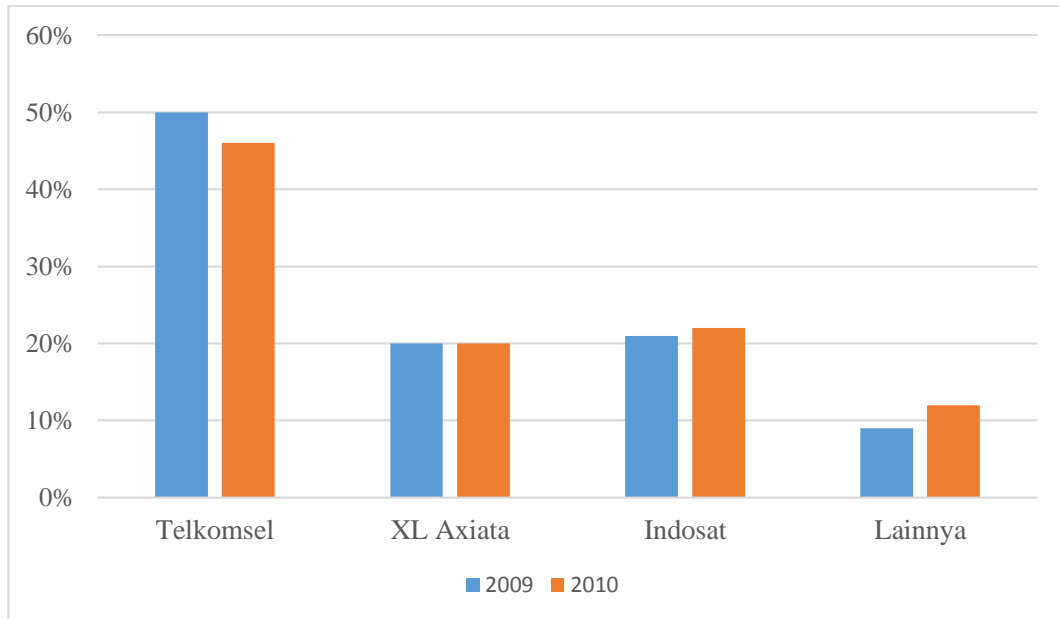
PT. Telekomunikasi Selular (PT Telkomsel) telah hadir di Indonesia sejak tahun 1995. Semakin ketatnya kompetisi bisnis dalam bidang telekomunikasi serta munculnya kompetitor-kompetitor baru, mengakibatkan tingkat pertumbuhan pelanggan selular mengalami penurunan yang berkelanjutan dari tahun ke tahun. Grafik tingkat pertumbuhan pelanggan selular di Indonesia dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Tingkat Pertumbuhan Pelanggan Selular Tahun 1996 s.d. 2010

(Sumber: Komudata, 2011)

Pada Gambar I.1 dapat disimpulkan bahwa pasar selular di Indonesia berada pada tahap *mature*. Pada tahun 2010 jumlah pelanggan selular di Indonesia mencapai lebih dari 220 juta pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa hampir seluruh masyarakat di Indonesia sudah memiliki *handphone* sebagai alat komunikasi sehari-hari. Penurunan tingkat pertumbuhan pelanggan selular secara tidak langsung berdampak pada penurunan *market share* PT Telkomsel dalam kurun waktu 2009 s.d. 2010. Grafik penurunan tersebut dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Pangsa Pasar Selular 2009 s.d. 2010

(Sumber: Komudata, 2011)

Pada Gambar I.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2009 persentase *market share* PT Telkomsel adalah 50% dan pada tahun 2010 terjadi penurunan sebanyak 4% menjadi 46%. Pada tahun 2010 para kompetitor seperti Indosat dan lainnya mengalami peningkatan sebesar 2-3%.

Sebagai salah satu usaha PT Telkomsel untuk mempertahankan diri sebagai *market leader*, PT Telkomsel meluncurkan sebuah layanan yang sangat berorientasi kepada pelanggan yaitu *My Telkomsel*. *My Telkomsel* merupakan salah satu layanan *selfcare* yang berbasis *website* untuk melayani kebutuhan dan keluhan pelanggan kartu Halo, simPATI dan As. Layanan *website My Telkomsel* dibuat untuk mengurangi beban layanan GRAPARI dan *Call Center* dalam melayani kebutuhan dan keluhan pelanggan.

Berdasarkan hasil survei internal PT Telkomsel kepada 400 pelanggan kartu Halo dan simPATI yang pernah menggunakan layanan *website My Telkomsel* terdapat berbagai keluhan yang dialami pelanggan pada saat menggunakan layanan *website My Telkomsel*. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *website My Telkomsel* tidak

berjalan dengan baik. Tabel I.1 menunjukkan lima keluhan pengguna *My Telkomsel* yang memiliki persentase tertinggi.

Tabel I.1 Tabel Keluhan Pelanggan *My Telkomsel*

(Sumber: Survei Internal PT.Telkomsel, 2013)

No.	Keluhan	Presentase
1	Penanganan masalah yang diadukan melalui <i>website</i> memakan waktu cukup lama.	36%
2	Akses <i>loading page</i> pada <i>website</i> memakan waktu cukup lama.	22%
3	Informasi yang disajikan tidak <i>up to date</i> .	16%
4	Tampilan <i>user interface</i> tidak menarik.	14%
5	Menu yang ditampilkan rumit sehingga sulit dimengerti.	12%

My Telkomsel bukan merupakan satu-satunya layanan *selfcare* yang berbasis *website* pada dunia telekomunikasi di Indonesia. Ada kompetitor lain seperti layanan *My Smartfren* yang dimiliki oleh Smartfren dan *INSTANT* yang dimiliki Indosat. Agar menghasilkan usulan peningkatan kualitas layanan yang dapat lebih baik dari layanan pesaing, pada penelitian ini dilakukan *benchmarking* dengan *My Smartfren* dan *INSTANT*. *My Smartfren* dan *INSTANT* bergerak di bidang yang sama dengan *My Telkomsel* yaitu layanan *selfcare* dan *customer service online*. *My Smartfren* dan *INSTANT* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan *My Telkomsel* yang dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Tabel Perbandingan Layanan *website My Telkomsel* dan *My Smartfren*

No	Layanan	<i>My Telkomsel</i>	<i>My Smartfren</i>	<i>INSTANT</i>
1	<i>Customer Care Online Chat</i>	Tidak Ada	Ada	Tidak Ada
2	<i>User Info</i>	Tidak Detail	Detail	Detail
3	<i>Purchase Menu</i>	Tidak Ada	Ada	Ada
4	<i>Frequently Ask Question</i>	Tidak Ada	Ada	Ada
5	<i>Speed Test</i>	Tidak Ada	Ada	Tidak Ada

Untuk menyikapi fenomena penurunan tingkat pertumbuhan pelanggan selular, berkurangnya *market share* PT Telkomsel, adanya keluhan pengguna layanan

website My Telkomsel dan adanya layanan kompetitor yang lebih baik, maka perlu dilakukan sebuah penelitian tentang peningkatan kualitas layanan yang berbasis kebutuhan dan keinginan penggunanya.

I.2 Perumusan Masalah

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan kualitas dari suatu layanan adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan sesuai dengan metode penelitian maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti pada Tugas Akhir ini yaitu:

1. Apa saja karakteristik teknis berdasarkan *True Customer Needs* dari hasil metode integrasi *E-Service Quality* dan Model Kano pada layanan *website My Telkomsel* PT Telkomsel ?
2. Apa saja *Critical Part* yang perlu diprioritaskan dalam meningkatkan kualitas pada layanan *website My Telkomsel* PT Telkomsel ?
3. Bagaimana rancangan usulan peningkatan kualitas layanan *website My Telkomsel* yang baik?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan *website My Telkomsel*.
2. Mengidentifikasi *Critical Part* yang dihasilkan untuk meningkatkan kualitas layanan *website My Telkomsel*.
3. Merancang usulan peningkatan kualitas layanan *website My Telkomsel* untuk meningkatkan kualitas layanan *website My Telkomsel*.

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat bagi perusahaan yang diharapkan tercapai dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberi *feedback* kepada PT Telkomsel untuk meningkatkan kualitas layanan *website My Telkomsel* agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan

pelanggan, sehingga mampu menaikkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan *website My Telkomsel*.

2. Dapat dijadikan sebagai referensi untuk pengembangan layanan *website My Telkomsel* pada masa yang akan datang.

I.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menjauh dari tujuan semula, maka ada beberapa batasan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada pengguna layanan *website My Telkomsel* di area Jakarta dan Bandung, khususnya pengguna kartu Halo dan SimPATI.
2. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode QFD sampai iterasi kedua.
3. Penelitian ini hanya sampai pendefinisian rekomendasi bagi perusahaan, tidak termasuk pengukuran keberhasilan implementasi apabila rekomendasi tersebut diimplementasikan.

I.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang terkait dengan cara penyelesaian masalah pada penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: model konseptual dan sistematika pemecahan masalah yang berisi tahap pengumpulan data, pengolahan data, perumusan rekomendasi, verifikasi, kesimpulan dan saran.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah pengumpulan data dan pengolahan data berdasarkan landasan teori yang terkait dengan penyelesaian permasalahan.

Bab V Analisis Data

Pada bab ini dijelaskan analisis dan penjelasan terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan.

Bab VI Rekomendasi

Pada bab ini dijelaskan rekomendasi bagi perusahaan berdasarkan analisis data.

Bab VII Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya.