

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”. Dibawah ini merupakan logo dari PT Telkom saat ini.



GAMBAR 1.1 Logo PT Telkom

Sumber: www.telkom.co.id, 2018

Logo Telkom terbaru ditetapkan berdasarkan Peraturan Perusahaan No.PD.201.03/2014 tentang *New Corporate / Brand Identity* tertanggal 20 Juni 2014. Mengacu pada filosofi Telkom Corporate, yaitu ***Always The Best*** – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membentuk Telkom menjadi pemain telekomunikasi terbaik.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah)

dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Pada tahun 2018, Perseroan menetapkan 3 (tiga) program utama yakni *Delivering Best Customer Experience* yaitu memberikan pengalaman yang terbaik bagi pelanggan dalam menikmati layanan Telkom secara digital, *Expanding Digital Business* yang merupakan upaya mempertahankan dan meningkatkan digital connectivity untuk mendorong layanan ICT dan *digital services & solution* sebagai mesin pertumbuhan baru, dan *Intensifying Smart Inorganic* yaitu upaya aktif dalam kegiatan akuisisi atau *partnership* untuk memperkuat *digital capability* dan meningkatkan *company value*.

Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. Saat ini Telkom Group mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

1. **Mobile**, portofolio ini menawarkan produk mobile voice, SMS dan value added service, serta mobile broadband. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.
2. **Fixed**, portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand **IndiHome**.
3. **Wholesale & International**, produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, network service, Wi-Fi, VAS, hubbing data center dan content platform, data dan internet, dan solution.
4. **Network Infrastructure**, produk yang ditawarkan meliputi network service, satelit, infrastruktur dan tower.
5. **Enterprise Digital**, terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

6. **Consumer Digital**, terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis digital advertising dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi. Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

1.1.2 Lokasi Perusahaan

Telkom Landmark Tower

Alamat: Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 52, Kuningan Barat, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

a. Visi

“Be the King of Digital in the Region”

Mengandung arti bahwa Perseroan bertransformasi menuju Digital Telco melalui penguatan *broadband connectivity*, pengembangan *digital mediation platform*, dan peningkatan layanan *digital services and solution*.

b. Misi

Lead Indonesian Digital Innovation:

1. *Telkom leads active role to improve Indonesian competitiveness.*

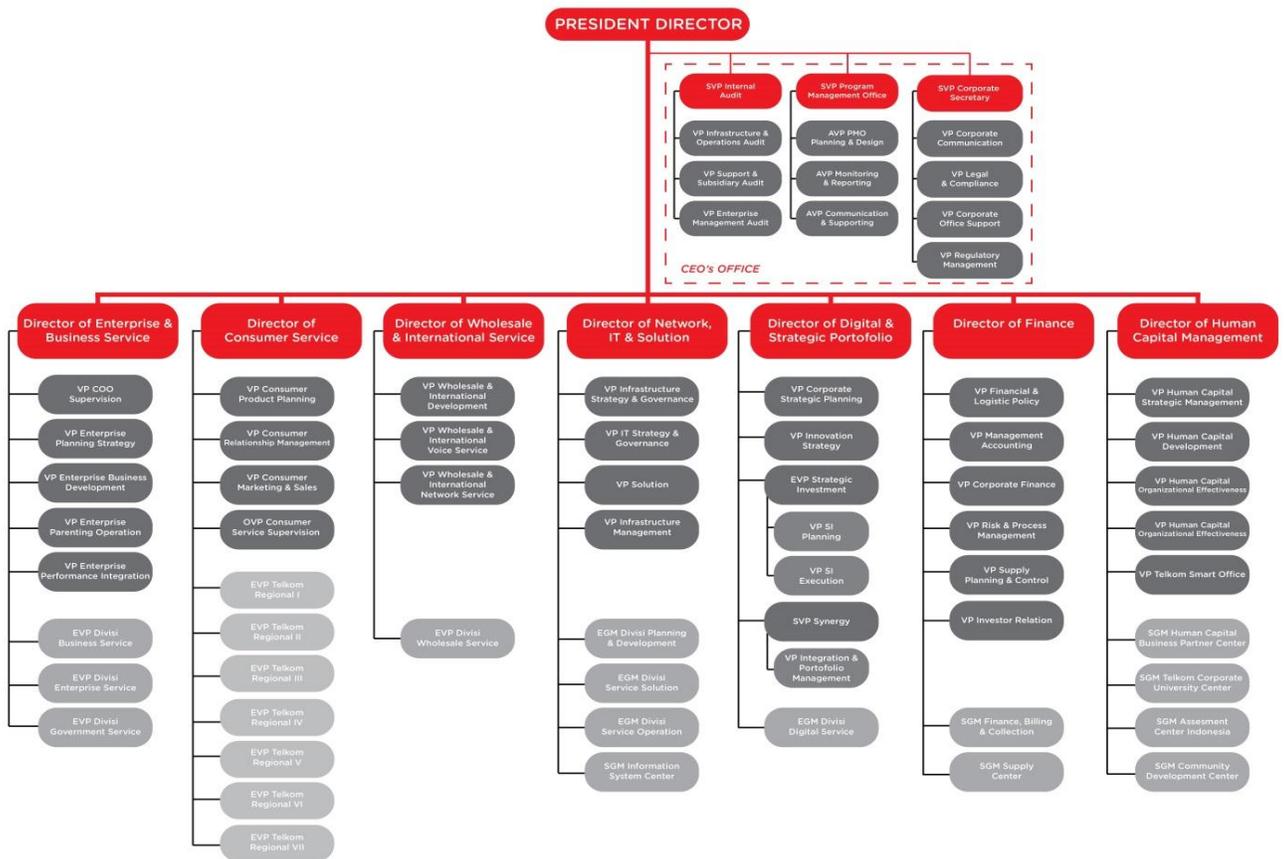
2. Being a leading digital company, Telkom should be a role model in developing digital ecosystems and collaboration to perform a variety of innovations.
3. Telkom promotes and empowers local digital innovation & development

Lead Globalization

Leverage Indonesian digital innovation to compete globally.

1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Dibawah ini merupakan struktur organisasi PT Telkom:



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT Telkom

Sumber: www.telkom.co.id, 2018

1.2 Latar Belakang Penelitian

Salah satu produk PT Telkom, *fixed portfolio* terdiri dari layanan *fixed voice* dan *fixed-broadband*. Program *bundling* Telkom dipasarkan dengan merek retail “IndiHome” yang memungkinkan pelanggan dapat memilih satu atau lebih layanannya.

IndiHome adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket *triple play* meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah, internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (Usee-TV). Saat ini, jaringan internet layanan IndiHome telah menggunakan kabel *fiber optic*, dimana koneksi internetnya menjadi lebih cepat dibandingkan sebelumnya yang masih menggunakan kabel tembaga.

Menurut data internal perusahaan, sejak peluncurannya di awal tahun 2015 IndiHome memberikan pertumbuhan kinerja yang sangat bagus. Terbukti pada tahun 2017, IndiHome memberikan kontribusi 64% terhadap pendapatan segmen *consumer*. IndiHome menawarkan pilihan layanan retail premium diantaranya HBO, Fox Channel, Cinemax, beIN SPORTS, Disney Channel, Discovery, AFC, CATCHPLAY, iflix dan HOOQ. Disamping itu Telkom juga bekerjasama dengan konten lokal, TV *free to air*, dan channel khusus lainnya. Indihome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (add-on) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id, seamless, TrenMicro Antivirus, Indihome View (*online surveillance camera*).

Menurut hasil wawancara penulis dengan karyawan PT Telkom Regional III bagian Home Service 1 menjelaskan bahwa hingga saat ini pengguna IndiHome di Indonesia sudah mencapai 4,5 juta pelanggan yang berarti telah mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya yang sebanyak 2,9 juta, 1,6 juta dan 1,1 juta di tahun 2017, 2016 dan 2015. Untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan dan memudahkan pelanggan menikmati layanannya, PT Telkom memanfaatkan teknologi masa kini dimana semuanya serba digital. Oleh karena itu, Direktorat *Consumer Service* selaku penanggungjawab seluruh produk penjualan IndiHome meluncurkan aplikasi berbasis android pada 10 Maret 2016 dengan nama **myIndiHome**.

Hingga saat ini, aplikasi myIndiHome sudah mencapai versi 3.10.002 dan terakhir diperbaharui pada 29 Oktober 2018. Tidak hanya dalam android saja, myIndiHome pun sudah tersedia di iOS 9.0 dan dapat digunakan pada iPhone, iPad and iPod touch dengan versi yang belum diperbaharui yaitu versi 3.01.016. Menurut data internal perusahaan,

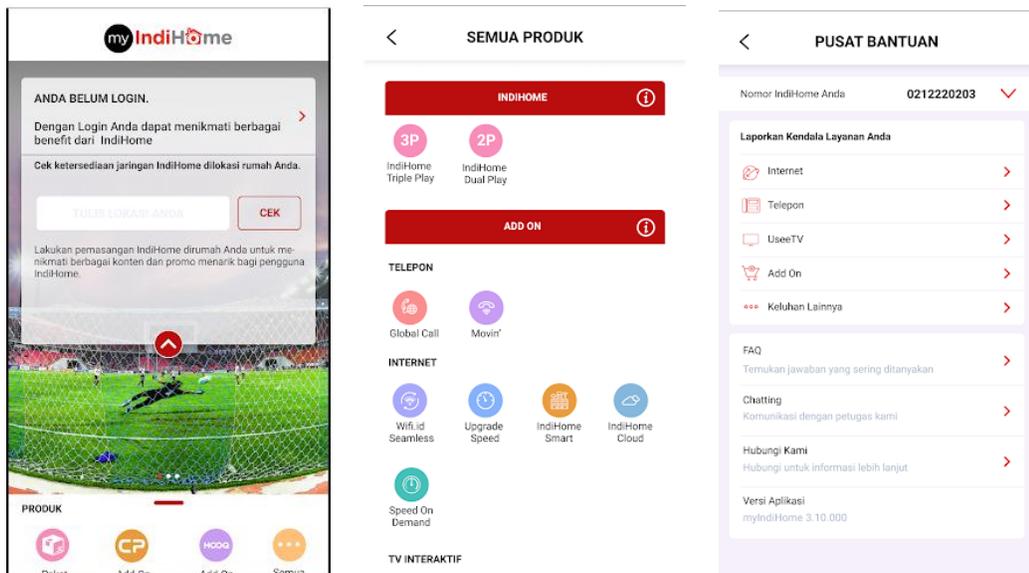
aplikasi myIndiHome ini sudah melalui serangkaian pembaharuan dari versi awalnya seperti pada penjelasan di tabel transisi aplikasi berikut ini.

Tabel 1.1 Transisi Aplikasi Berdasarkan Versi

Version	Actions
myIndiHome versi 2.0	Design Icon
myIndiHome versi 3.0	Payment T-Money
myIndiHome versi 3.1	In Apps Marketing & Analytics
myIndiHome versi 3.15	Analytics Testing Remote STB
myIndiHome versi 3.2	Integration IndiHome Smart, Smarthome
myIndiHome versi 3.3	Add Chat BOT
myIndiHome versi 3.4	UseeTVGo

Sumber: data internal perusahaan, 2018

Saat ini, myIndiHome baru sampai pada tahap versi 3.1 dan menurut data internal perusahaan, bagian developer dan tim myIndiHome pun sedang mempersiapkan myIndihome versi 4.0 yang nantinya akan bekerjasama dengan Ditcon, Codexs dan T-Money menggunakan fungsi DevOps didalamnya agar lebih cepat membangun dan mengembangkan aplikasinya. Berikut ini merupakan tampilan aplikasi myIndiHome versi terbaru setelah diperbaharui pada tanggal 29 Oktober 2018.



Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi myIndiHome pada Android

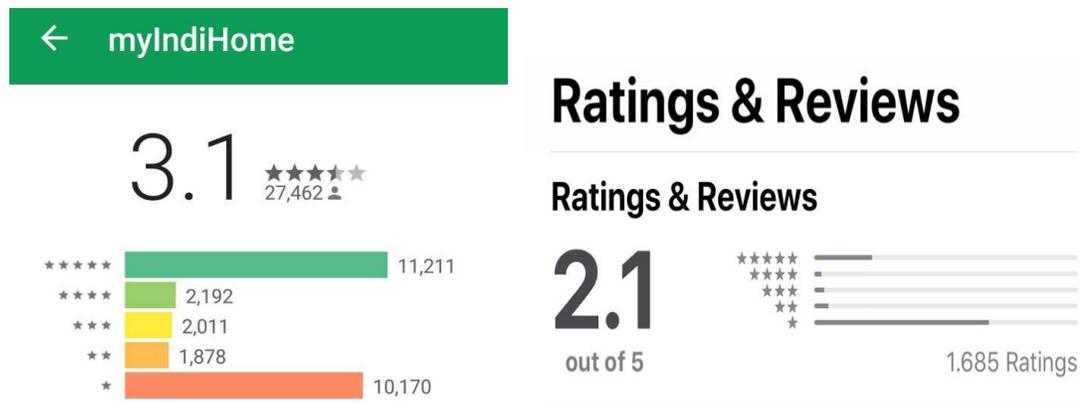
Sumber: Google Play, 2018

Aplikasi myIndiHome merupakan produk digital dari Telkom yang diluncurkan guna memberikan kemudahan pada pelanggan dengan memberikan *experience* baru dalam pelayanannya. Di dalam aplikasi ini terdapat banyak fitur-fiturnya antara lain:

1. Dapat mengecek ketersediaan layanan IndiHome di lokasi yang diinginkan, serta melihat status progress pemasangan IndiHomenya.
2. Mendapatkan informasi dan promo IndiHome, serta dapat menukarkan Poin myIndihome yang dimiliki pelanggan untuk mendapatkan diskon-diskon serta penawaran menarik lainnya.
3. Dapat membantu pelanggan mengaktifkan layanan *add-on* seperti Global Call, Telepon Mania, wifi.id seamless, Upgrade Speed, Speed on Demand, Anti Virus, IndiHome Smart dan IndiHome cloud serta layanan hiburan pada TV Interaktif (Usee-TV) seperti Catchplay, Iflix, HOOQ, Minipack Usee-TV, TV Storage dan Hybrid Box Tambahan.
4. Dapat mengecek dan melakukan pembayaran tagihan IndiHome melalui Dompet myIndiHome.
5. Dapat melaporkan gangguan dan melihat progress lapor gangguan yang telah dilakukan oleh pelanggan tersebut.
6. Dapat menikmati fitur movie, music, dan nonton Channel TV favorit.

Sejauh ini, sudah mencapai lebih dari 1 juta jiwa yang telah melakukan *install* aplikasi myIndiHome didalam *smartphonenya* melalui Google Play. Banyaknya jumlah *installer* tidak menjamin bahwa aplikasi myIndiHome sudah bagus dan memenuhi kebutuhan konsumen seperti seharusnya. Hal ini dibuktikan dengan rating aplikasi myIndiHome yang rendah baik pada Google Play ataupun Apps Store yaitu sebesar 3.1 dan 2.1 dari skala lima. Pada 10 November 2018, sekitar 10.170 pelanggan memberi bintang 1 pada aplikasi tersebut. Pelanggan merasa masih banyak kekurangan dan hal-hal yang perlu diperbaiki oleh myIndiHome seperti kelengkapan fitur-fitur dan respon yang memuaskan. Menurut kritik pelanggan via aplikasi menyebutkan bahwa pihak Telkom menganjurkan untuk melaporkan keluhan via aplikasi sedangkan aplikasinya pun masih banyak *error* dan tidak memberikan respon positif terhadap keluhan yang

dilaporkan. Dibawah ini merupakan bukti hasil rating aplikasi myIndiHome pada Google Play dan Apps Store:



Gambar 1.4 Rating Aplikasi MyIndiHome pada Google Play dan App Store

Sumber: Google Play dan App Store, 2018

Menurut data internal perusahaan dan wawancara penulis dengan salah satu karyawan tim myIndiHome, aplikasi ini belum melakukan pengujian User Interface (UI) dan User Experience (UX) di Divisi Digital Service Telkom yaitu unit Design Experience sebelumnya dimana uji tersebut sebagai syarat peluncuran aplikasi yang sudah layak digunakan oleh pelanggan. Menurut Preece, Rogers dan Sharp (202:14) pada Yuntoto (2015), pembuatan suatu software itu harus memenuhi enam kriteria *usability* seperti *effectiveness*, *efficiency*, *safety*, *utility*, *learnability*, dan *memorability*. Ada serangkaian tes antara *user* dengan *developer* secara berkala sebelum peluncuran aplikasinya untuk menguji ke-enam kriteria tersebut sudah layak pakai atau sebaliknya. Hal ini bisa menjadi salah satu penyebab mengapa rating aplikasi myIndiHome rendah.

Melihat dari kriteria *usability* diatas, dari segi *effectiveness* yang dikeluhkan oleh pengguna aplikasi diantaranya adalah banyaknya *bugs* pada aplikasi, server suka lemot, sering *error*, fitur-fitur tidak berjalan dengan semestinya, tiba-tiba *exit*, tidak dapat melakukan registrasi dan mengganti data pribadi, tidak dapat melakukan verifikasi akun, dompet myIndiHome dan poin yang ada di aplikasi tidak jelas harus ditukarkan kemana dan teknis penukarannya seperti apa. Hal-hal tersebut mengartikan bahwa aplikasi myIndiHome dirasa belum efektif karena masih banyak sistem di aplikasi tersebut yang tidak bekerja sesuai dengan yang dimaksudkan dan diharapkan.

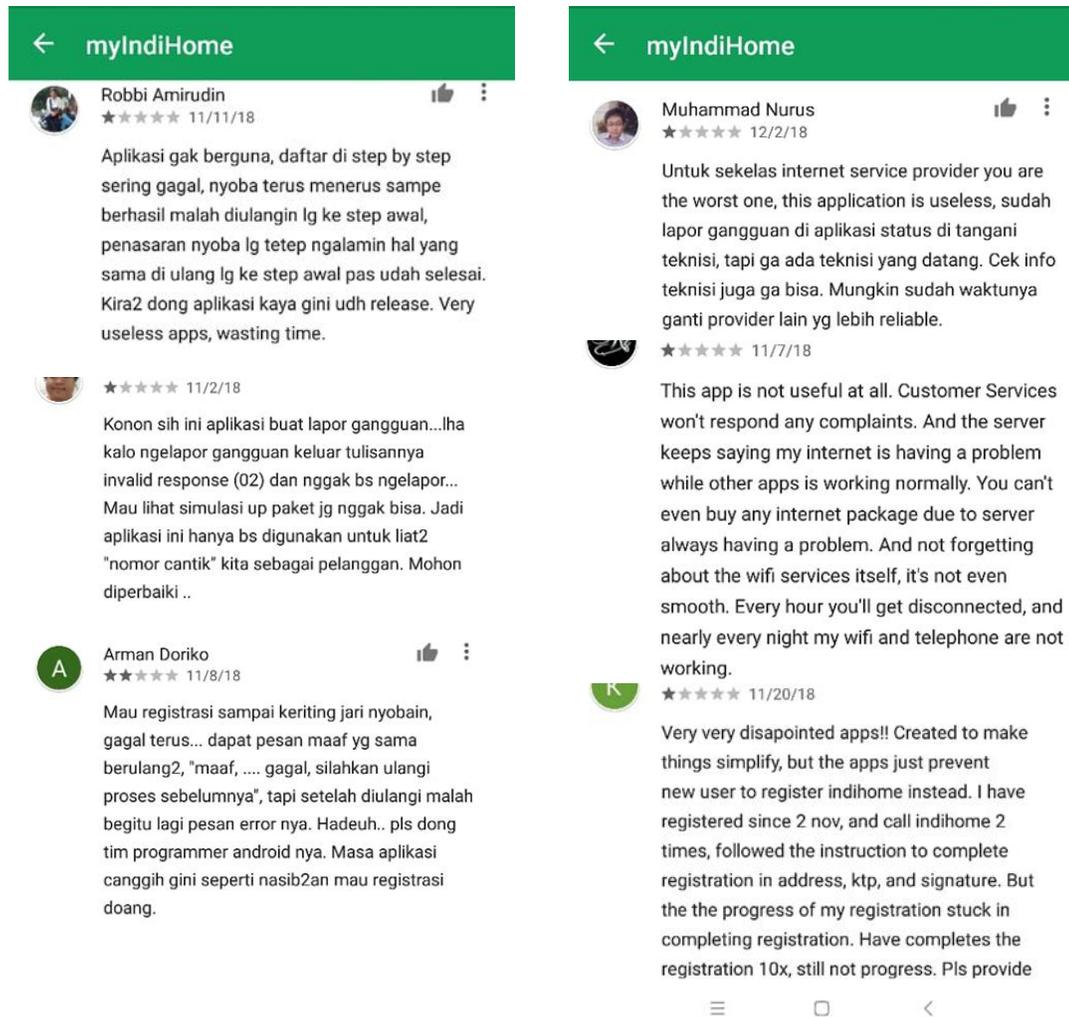
Dari segi *efficiency* yang dikeluhkan oleh pengguna aplikasi diantaranya aplikasi tidak dapat membantu menyelesaikan masalah dan hanya sebagai formalitas saja. Bahkan banyak yang mengeluhkan tentang fitur *complaint* di aplikasi karena kenyataannya fitur tersebut yang harus dikeluhkan, tidak dapat beroperasi sama sekali, malah membuat pelanggan menjadi bingung. Tidak hanya itu, untuk mengganti data pribadi pun tidak berjalan dengan baik. Harapan perusahaan dengan adanya aplikasi ini dapat memberikan kemudahan pada pelanggan terhadap layanan IndiHome tetapi aplikasi ini malah tidak dapat berjalan untuk mendukung pekerjaan pengguna.

Segi *safety* pun seringkali dikeluhkan karena banyak pengguna aplikasi yang melapor bahwa nomornya telah digunakan oleh akun lain padahal itu kali pertama melakukan registrasi. Ada juga yang melaporkan bahwa data penggunaan dan tagihannya tidak sesuai dengan data yang ada di Plasa Telkom. Hingga kini dalam aplikasi yang telah diperbaharui pun masih banyak pengguna yang tidak dapat melakukan log-in karena terhambat di proses verifikasi akun. Hal ini membuat cemas dan tidak puas konsumen karena merasa pihak Telkom tidak melakukan pengecekan dan penjagaan terhadap data penggunanya.

Dalam segi *utility*-nya jelas banyak dikeluhkan karena aplikasinya seringkali tidak dapat digunakan oleh penggunanya. Mayoritas pengguna mengeluhkan tentang fitur *complaint* yang terlalu rumit, berbelit-belit dan akhirnya malah error atau bahkan tidak dapat beroperasi sama sekali. Tidak hanya fungsi fitur yang dikeluhkan, pengguna pun berharap adanya fitur *downgrade* atau fitur pengurangan paket yang sedang digunakan di aplikasinya supaya tidak ribet lagi prosesnya untuk datang mandiri ke Plasa Telkomnya. Hal ini menandakan bahwa kegunaan dan fungsi pada aplikasi masih banyak yang belum sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh penggunanya.

Aplikasi myIndiHome seringkali membuat penggunanya bingung dan merasa berbelit-belit untuk dioperasikan. Hal ini menandakan bahwa dari segi *learnability* masih belum sempurna dan tidak mudah untuk dioperasikan oleh orang awam. Untuk versi terbaru aplikasi myIndiHome malah membuat *smartphone* pengguna menjadi berat dan tidak dapat beroperasi dengan lancar. Sedangkan dari segi *memorability* jarang dikeluhkan oleh pengguna aplikasi myIndiHome.

Dibawah ini terdapat sebagian bukti *screenshot* keluhan pelanggan terhadap aplikasi myIndiHome yang tertera pada kolom komentar aplikasinya.



Gambar 1.5 Bukti *Screenshot* Keluhan Pelanggan

Sumber: Aplikasi myIndiHome Google Play, 2018

Banyaknya komentar negatif menandakan bahwa kualitas aplikasi myIndiHome tidak memuaskan. Komentar pelanggan terhadap aplikasi myIndiHome didominasi oleh susahnyamelakukan registrasi akun dan pada saat pelaporan keluhan pelanggan. Oleh karena itu, dapat ditarik hal-hal apa saja yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan (*customer needs*) diantaranya:

1. Perbaikan pada sistem misalnya dengan membayar programmer yang handal;
2. Memberikan pelayanan dan inovasi yang lebih baik lagi baik dan *fast response* di aplikasi;

3. Tersedia *log-in* dengan nomor telepon dan *email* yang telah dikonfirmasi supaya tidak terjadi hal yang merugikan pelanggan;
4. Penyelesaian keluhan dipercepat dengan tampilan fitur lapor gangguan yang lebih sederhana dan mudah dipahami;
5. Pengecekan dan pembaharuan data pribadi dan seluruh aktivitas pengguna secara berkala antara data di pusat dengan yang tertera di aplikasi;
6. Menu paket IndiHome diletakkan di menu utama;
7. Disediakan fitur *downgrade* paket IndiHome (penurunan versi atau paket yang sedang berlangganan);
8. Ada penjelasan yang rinci tentang cara penggunaan poin,
9. Sering memberikan potongan harga yang terhubung dengan dompet myIndiHome.

Pada awalnya, fungsi utama aplikasi myIndiHome ini adalah untuk memberi kemudahan dan nilai tambah bagi pelanggan IndiHome. Seperti yang disampaikan oleh *Vice President Consumer Marketing and Sales*, Jemy Confindo bahwa aplikasi myIndiHome dapat meningkatkan kemudahan dalam proses registrasi IndiHome, memberikan kepastian layanan dalam proses registrasi dan aktivasi pasang baru IndiHome di rumah pelanggan. Point *reward* yang terkumpul juga bisa digunakan pelanggan untuk menikmati berbagai manfaat misalnya di *airport lounge*, *voucher* belanja, dan transportasi.

Akan tetapi kenyataannya bertolak belakang dengan fungsi utama yang ingin diberikan oleh Telkom dari sisi pelanggan karena pelanggan nyatanya merasa dirugikan. Secara visual memang sudah diperbaharui tampilannya, tetapi secara sistem tetap tidak memberi perubahan yang signifikan. Adanya aplikasi tidak membantu pelanggan menyelesaikan kebutuhannya karna kualitas layanannya yang buruk. Hal ini menjadi masalah serius bagi Telkom karena kepercayaan pelanggan semakin berkurang dan semakin banyaknya pula komentar negatif pada kualitas layanan jasa yang diberikan aplikasi myIndiHome.

Saat ini dari pihak Telkom masih terus melakukan rapat internal divisi dan pengujian terkait hal tersebut untuk membahas perbaikan kualitas layanan pada aplikasinya mengejar kesalahan langkah yang Telkom lakukan sebelumnya. Tak hanya rapat,

Telkom juga membalas komentar-komentar keluhan pelanggan di kolom komentar aplikasi dengan bahasa yang sopan dan memberi solusi sesuai yang dikeluhkan pelanggan. Apabila respon yang diberikan oleh Telkom masih belum menyelesaikan masalah pelanggan, Telkom menyarankan untuk menghubungi media sosial lainnya seperti Facebook atau Twitter-nya. Menurut wawancara penulis dengan pihak Telkom, aplikasi ini masih terus dalam prioritas pengembangan untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis akan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk membantu Telkom dalam melakukan perbaikan kualitas layanan aplikasi myIndiHome yang *output*-nya nanti berupa rekomendasi. Menurut Wijaya (2018:41), “*Quality Function Deployment* (QFD) membantu mendengarkan suara atau keinginan konsumen dan berguna untuk *brainstorming sessions* bagi tim pengembang untuk menentukan cara terbaik dalam memenuhi keinginan konsumen”. “Model QFD dapat diterapkan untuk pengembangan tipe produk atau jasa dan membantu kelompok pelayanan internal untuk mengembangkan strategi untuk mencapai kepuasan pelanggan” (Wijaya, 2018:45). Dalam metode QFD ini dibutuhkan *customer needs* yang pasti dan sesuai dengan fakta dan kondisi yang dirasakan oleh pelanggannya. *Customer needs* ini yang akan didiskusikan oleh penulis bersama pihak Telkom agar didapatkan karakteristik teknis Telkom untuk perbaikan kualitas layanan aplikasi kedepannya.

Untuk mengetahui apa yang pelanggan butuhkan (*customer needs*) pada aplikasi myIndiHome secara akurat, penulis akan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana akan terlihat hasilnya pada kuadran I hal-hal apa saja yang penting bagi pelanggan dan perlu diperbaiki oleh pihak perusahaan. Kuadran I pada metode IPA ini yang mendasari *customer needs* pada aplikasi myIndiHome. Metode ini dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan kebutuhan pelanggan IndiHome supaya Telkom dapat mengetahui hal-hal apa saja yang penting bagi pelanggan untuk segera diperbaiki dan atau malah diabaikan saja.

Penulis menggunakan kriteria *usability* produk digital menurut Preece, Rogers, dan Sharp (2002) dan dimensi *e-ServQual* (*Electronic Service Quality*) menurut Zeithaml, Parasuraman dan Maholtra (2005) untuk pengujian indikator perbaikan kualitas layanan

aplikasinya yang mana **produk digital Telkom** atau aplikasi myIndiHome ini yang digunakan untuk membantu penyampaian **kualitas jasa secara elektronik** dari produk IndiHome Telkom. Seperti penjelasan sebelumnya bahwa kualitas layanan jasa aplikasi myIndiHome ini belum memuaskan pelanggan sehingga indikator *e-servqual* (*Electronic Service Quality*) akan digabung dengan kriteria pengujian *usability* produk digital yang ternyata diantara keduanya memiliki dimensi yang hampir serupa. Pada prinsipnya, konsep *e-servqual* ini merupakan perluasan dari konsep *servqual* ke dalam bentuk online. Menurut Erwin (2015), metode *E-Servqual* (*Electronic Service Quality*) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas online berdasarkan gap yang terjadi antara *perceived* dan *expected* pengguna.

Hasil rekomendasi dari metode QFD ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk perbaikan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan itu juga diharapkan pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan dan aplikasi myIndiHome mendapatkan kenaikan dalam rating di kedua sistem operasi yaitu android dan iOS. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul “**Rancangan Perbaikan Kualitas Aplikasi myIndiHome menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)**”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Apa saja atribut-atribut yang menjadi *customer needs* pengguna aplikasi myIndiHome berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)?
- b. Apa saja karakteristik teknis yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan MyIndihome berdasarkan *customer needs* yang didapatkan dari Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?
- c. Bagaimana rekomendasi yang dapat diberikan untuk memperbaiki kualitas aplikasi MyIndihome yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD)?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi customer needs pengguna aplikasi myIndiHome dengan analisis Importance Performance Analysis (IPA).
- b. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang dimiliki aplikasi MyIndihome berdasarkan *customer needs* yang didapatkan dari Metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
- c. Mengidentifikasi dan memberikan rekomendasi yang dapat diberikan untuk memperbaiki kualitas aplikasi MyIndihome yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini berguna untuk menambah ilmu pengetahuan tentang metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD) bagi penulis, pembaca, maupun peneliti selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi ataupun sumber data untuk digunakan oleh peneliti selanjutnya dengan *keyword* QFD.
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang dapat digunakan untuk pengembangan aplikasi dan peningkatan kualitas aplikasi MyIndihome agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.

1.6 Batasan Penelitian

Adapun batasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya sampai iterasi satu.
- b. Penelitian ini tidak sampai ke tahap implementasi pada perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dibuat untuk mempermudah dan memberikan gambaran mengenai penelitian ini. Berikut sistematika penelitian yang dibagi ke dalam lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai landasan teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam memahami dan memecahkan masalah yang diteliti serta adanya kerangka pemikiran penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai jenis penelitian, operasional variabel, skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil dan pembahasan penelitian berupa karakteristik responden yang dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dikumpulkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan hasil analisis, saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.