

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar global dan persaingan usaha yang semakin kompetitif seperti dalam dunia telekomunikasi dan informasi membawa dampak yang besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan pertelekomunikasian. Dalam persaingan dunia bisnis telekomunikasi di Indonesia, PT.Telkom merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar dan tentunya PT.Telkom selalu berusaha memberikan layanan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Apalagi untuk kepentingan berinternet segala akses data dimanapun pasti akan selalu dilakukan di atas jaringan telepon. Sehingga penggelaran jaringan untuk meningkatkan penetrasi layanan masih harus terus dilakukan. Salah satu produk andalan PT. Telkom yang baru diluncurkan adalah Speedy. Speedy merupakan suatu layanan Internet (Internet Service) berkecepatan tinggi dari PT.Telkom, berbasis teknologi akses Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL), yang memungkinkan terjadinya komunikasi data, voice dan video secara bersamaan.

Di awal kemunculannya, Speedy segera dipersepsi sebagai layanan akses internet kecepatan tinggi, karena ketersediaan bandwidth internasional yang masih longgar. Dengan makin banyaknya pemakai Speedy, utilisasi bandwidth internasional ini akhirnya mencapai tingkat yang sangat tinggi, sehingga perlahan kecepatannya berkurang. Speedy akhirnya mendekati bentuk portofolio yang tepat, sebagai akses internet rumahan dengan tingkat kecepatan puncak pada kondisi link kosong, dan mencapai tingkat kecepatan standar saat pemakaian puncak bersama. (www.beritaiptek.com).

Pada bulan-bulan awal peluncuran Speedy mendapatkan sambutan yang hangat dari masyarakat namun setelah layanan ini berjalan beberapa bulan banyak bermunculan keluhan dari pelanggan. Sampai dengan bulan November 2006 jumlah komplain yang masuk ke Telkom Kandatel Bandung sebanyak 1058. Komplain tersebut sebagian besar meliputi masalah tidak bisa koneksi ke Speedy, lambatnya akses internet, koneksi yang tidak stabil dan masalah ping modem.

Mengingat bahwa produk ini adalah produk baru dari PT.Telkom maka perlu adanya suatu evaluasi yang kemudian dilanjutkan dengan pengembangan layanan produk untuk lebih mengarah pada peningkatan kualitas layanan demi tercapainya kepuasan pelanggan. Selain itu banyaknya keluhan pelanggan tentang layanan Speedy menjadi salah satu pendorong untuk

semakin meningkatkan mutu dari layanan produk tersebut. Dengan adanya pengembangan kualitas layanan dapat dijadikan suatu sarana untuk mempertahankan pelanggan dan menarik calon pelanggan baru.

Sebagai suatu wacana tersendiri bagi Speedy bahwa Melsa merupakan pesaing yang tidak dapat dipandang sebelah mata. Apalagi di bisnis internet di wilayah Bandung Melsa lebih dahulu masuk sebagai penyedia internet. Ditambah lagi dengan Melsa adalah layanan broadband internet yang menawarkan berbagai macam layanan internet seperti Melsa Diul Up, Internet Kabel, Wireless dan Hotspot. Dengan berbagai macam variasi produk yang ditawarkan ini tentunya akan dilirik oleh banyak pihak. Oleh sebab itu Speedy sebagai pendatang baru di bisnis Internet kota Bandung perlu untuk melakukan suatu evaluasi, pengembangan dan inovasi baru untuk tetap exist dan dapat bersaing dengan kompetitornya.

Akao (1990) mendefinisikan *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai suatu metode yang digunakan untuk mengembangkan desain kualitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan menterjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam target-target perancangan dan penilaian kualitas untuk digunakan selama tahap produksi. QFD tidak hanya sebagai *quality tool* tetapi juga sebagai *planning tool* untuk mengembangkan produk baru dan meningkatkan produk yang telah ada. Sehingga dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh suatu pengembangan kualitas layanan produk yang berkualitas, serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga tujuan akhir perusahaan yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dapat tercapai.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hal apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan terhadap layanan Speedy?
2. Bagaimanakah penilaian kepuasan pelanggan terhadap performansi layanan Speedy?
3. Bagaimana rancangan konsep pengembangan layanan Speedy yang harus dibuat untuk meningkatkan kualitas layanan?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui variabel kebutuhan pelanggan Speedy yang merupakan masukan bagi PT Telkom untuk meningkatkan kualitas layanan.
 2. Mengetahui penilaian kepuasan pelanggan terhadap performansi layanan Speedy.
-

3. Membuat konsep rancangan pengembangan layanan Speedy di PT Telkom yang dapat mengakomodir kebutuhan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk pengembangan layanan Speedy di PT Telkom agar tetap sesuai dengan kebutuhan pelanggan
2. Untuk meningkatkan daya saing Speedy di tengah persaingan dengan ISP lainnya.
3. Dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen Speedy

1.5 Batasan Masalah

Untuk memperoleh hasil penelitian yang tidak menyimpang dari topik yang dibahas dan untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas, maka perlu dilakukan beberapa pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tahap perancangan konsep pengembangan layanan Speedy hanya sampai Iterasi2
 2. Tidak melibatkan perhitungan biaya.
 3. Untuk pesaing menggunakan Melsa
 4. Pesaing hanya digunakan untuk pembuatan *technical benchmarking*
 5. Penyebaran kuisioner dilakukan kepada pengguna Speedy dan Melsa kabel.
-