

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT Posindo merupakan perusahaan BUMN yang memberikan pelayanan dibidang pengiriman surat, wesel, benda pos, dan sebagai perpanjangan tangan dari bank dalam menerima pembayaran berbagai tagihan. Dalam menjalankan bisnisnya PT Pos Indonesia (PT Posindo) dihadapkan dengan perkembangan teknologi yang maju dengan pesat. Hal ini telah membuat komunikasi bergeser dari surat menyurat menjadi telekomunikasi digital, dimana fungsi surat sudah banyak tergantikan oleh teknologi internet seperti email atau teknologi telekomunikasi seperti SMS (*Short Message Service*) dengan biaya relatif semakin murah dan waktu yang lebih cepat. Ini merupakan tantangan bagi PT Posindo untuk dapat mengikuti dan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam bisnisnya jika tidak mau tertinggal, ditambah lagi semakin ketatnya persaingan dalam bisnis pengiriman barang yang dapat dilihat dari semakin banyaknya bermunculan perusahaan jasa pengiriman.

Untuk menjawab tantangan tersebut pada tanggal 12 Juli 2007 PT Posindo secara resmi mengeluarkan produk Duit Pos Multiguna yang mencoba meraih peluang diluar bisnis pengiriman barang. Duit Pos Multiguna ini memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai sarana pendukung bisnisnya dan jaringan kantor pos yang luas sampai pelosok seluruh Indonesia ([www.surabayanews.com](http://www.surabayanews.com)).

Duit Pos Multiguna merupakan sebuah perangkat pengiriman uang dalam jumlah mikro untuk melayani masyarakat umum dalam melakukan transaksi pengiriman uang secara mudah memanfaatkan teknologi web dan ponsel, serta untuk transaksi isi ulang pulsa. Dengan Duit Pos Multiguna cukup SMS maka pengiriman uang secara instan dapat dilakukan dengan memanfaatkan lebih dari 1000 kantor pos *online* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Gagasan yang tengah dipasarkan PT Posindo ini bukanlah sesuatu yang baru. Di sejumlah negara lain, produk layanan sejenis terbilang sukses. Di Filipina, misalnya, Globe Telecom menggelar layanan G-Cash dan berhasil merangkul 1 juta pelanggan. Di Afrika Selatan, produk layanan serupa berhasil menjaring hingga 40 ribu pelanggan. Sejumlah Negara lain, seperti Kenya, India, dan Kolumbia juga termasuk yang berhasil ([www.surabayanews.com](http://www.surabayanews.com)). Di Indonesia sendiri salah satu

operator dengan pangsa pasar terbesar yaitu Telkomsel, telah mengadopsi teknologi ini dan meluncurkannya secara resmi ke pasaran pada 27 November 2007 dengan nama Telkomsel Cash (T-Cash).

Perbandingan Duit Pos Multiguna dan T-Cash secara umum dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut :

**Tabel 1.1 Perbandingan Duit Pos Multiguna dengan T-Cash**

	Duit Pos Multiguna	T-CASH
<b>Umum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekening di PT Pos (<i>unbankable</i>)</li> <li>• Deposit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekening di Telkomsel (<i>unbankable</i>)</li> <li>• Deposit</li> </ul>
<b>Transaksi</b>	Pengiriman dalam jumlah mikro (≤Rp.25.000.000)	Pembayaran dalam jumlah mikro (≤Rp.1.000.000)
<b>Minimal pembayaran</b>	Belum memiliki sistem pembayaran	Tidak ada batas
<b>Merchant:</b>	Belum memiliki	
<b>Tipe Settlement</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bawah-menengah-atas</li> <li>• Tiap hari</li> </ul>
<b>Registrasi</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Online/offline</i></li> </ul>
<b>Fitur</b>	Ada 5 (lima) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transfer duit</li> <li>• Ambil duit</li> <li>• Isi pulsa</li> <li>• Cek saldo</li> <li>• Ganti <i>password</i></li> </ul>	Ada 8 (delapan) <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Cash-in</i></li> <li>• <i>Cash-out</i></li> <li>• <i>Payment</i></li> <li>• <i>Purchasing</i></li> <li>• <i>Check Balance</i></li> <li>• <i>Reload e-money</i></li> <li>• <i>Changes PIN</i></li> <li>• <i>Check transaction history</i></li> </ul>
<b>Segmentasi</b>	Masyarakat urban yang bekerja di kota besar	Pengguna Telkomsel
<b>Pelanggan di kota Bandung</b>	±400(Mei 2009)	±7000(akhir 2008)

Tabel 1.1 memberikan gambaran bahwa dalam layanan Duit Pos Multiguna saat ini masih terdapat beberapa kekurangan dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu

T-Cash. Kekurangan tersebut antara lain : Duit Pos Multiguna belum memiliki kerjasama dengan berbagai *merchant* sebagai sarana pembelian dan pembayaran berbasis *mobile wallet*, dan fitur yang ditawarkan kurang lengkap. Hal ini yang mungkin berdampak terhadap jumlah pelanggan yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Posindo dalam perbaikan layanannya sehingga dapat unggul dalam persaingan.

Seperti diungkapkan di atas, teknologi ini terbilang sukses di negara lain, namun ternyata kesuksesan tersebut belum diikuti oleh PT Posindo. Ini tampak dari jumlah penjualan *voucher* fisik Duit Pos Multiguna. Berikut adalah rekapitulasi data penjualan *voucher* fisik Duit Pos Multiguna yang diperoleh dari PT Posindo dari berbagai Wilayah Pos (*wilpos*) di Indonesia sejak diluncurkan pada Juli 2007 sampai Mei 2009 :

**Tabel 1.2 Data Penjualan *Voucher* Fisik Duit Pos Multiguna Juli 2007 - Mei 2009**

<b>Wilpos</b>	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	<b>Total</b>
<b>Jumlah (buah)</b>	27	15	44	1018	1158	255	70	77	1	1	4	2670

Ket.

Wilpos I : Medan

Wilpos VII : Surabaya

Wilpos II : Padang

Wilpos VIII : Denpasar

Wilpos III : Palembang

Wilpos IX : Banjarbaru

Wilpos IV : Jakarta

Wilpos X : Makasar

Wilpos V : Bandung

Wilpos XI : Jayapura

Wilpos VI : Semarang

Dari Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa penjualan Duit Pos Multiguna tersebar tidak merata dan masih sangat sedikit yaitu 2670 *voucher* fisik, mengingat populasi dari segmen pasar yang dibidik cukuplah besar yaitu masyarakat urban yang tinggal di kota-kota besar untuk tujuan mencari penghasilan dengan bekerja dan mengirimkan hasil pekerjaannya kepada sanak keluarganya di kampung (Posindo, 2007). Misalnya para pembantu rumah tangga, para pedagang, para pekerja bangunan, TKI (Tenaga Kerja Indonesia), dan lain-lain. Angka ini juga masih jauh dari harapan, bahkan dari target di awal peluncurannya yaitu 25000 *voucher* fisik sampai dengan akhir 2007 ([www.indonesia.go.id](http://www.indonesia.go.id)), padahal layanan ini sudah berjalan selama dua tahun.

Untuk itu, perlu dilakukan usaha-usaha dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna layanan Duit Pos Multiguna melalui pengembangan terhadap produk yang ditawarkan. Dalam penelitian ini akan dilakukan tahapan-tahapan pengembangan produk terhadap layanan Duit Pos Multiguna dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk melihat hal-hal apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat untuk dapat dimasukkan ke dalam layanan Duit Pos Multiguna sehingga mereka tertarik dan mau menjadi pengguna layanannya. Pengembangan terhadap suatu produk adalah hal yang dapat terus dilakukan perusahaan dalam usahanya menjangkau pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang ada untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Metode QFD adalah suatu metode yang digunakan untuk mengembangkan desain kualitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam target-target perencanaan dan penilaian jaminan kualitas untuk digunakan selama tahap produksi (Akao, 1990). Dalam QFD sendiri terdapat tiga hal yang menjadi pertimbangan dalam menentukan target dan melakukan pengembangan, yaitu input dari pelanggan, kemampuan perusahaan, serta *benchmarking* dengan pesaing.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Atribut-atribut apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan terhadap layanan Duit Pos Multiguna ?
2. Bagaimanakah penilaian pelanggan terhadap performansi layanan Duit Pos Multiguna maupun pesaing?
3. Bagaimanakah rancangan konsep pengembangan produk yang dapat dibuat untuk meningkatkan kualitas layanan?

## **1.3 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui atribut-atribut kebutuhan pelanggan terhadap layanan Duit Pos Multiguna.
2. Mengetahui tingkat penilaian pelanggan terhadap performansi layanan Duit Pos Multiguna maupun pesaing.

3. Merancang konsep pengembangan produk yang dapat dibuat untuk meningkatkan kualitas layanan.

#### **1.4 Manfaat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Memberi pengetahuan kepada PT Posindo tentang pandangan pelanggan terhadap keberadaan Duit Pos Multiguna.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi PT Posindo dalam melakukan pengembangan terhadap produk Duit Pos Multiguna.
3. Sebagai informasi bagi pihak lain yang ingin melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini tidak membahas teknologi yang diterapkan secara detail.
2. Penelitian dilakukan di wilayah pelayanan Kantor Pos kota Bandung.
3. Penelitian tidak membahas mengenai kelayakan usaha dan biaya pengembangan.
4. Penelitian ini tidak membahas layanan *offline* yang berbasis web.
5. Data yang digunakan sampai dengan BAB I pada penelitian ini merupakan data sampai dengan bulan Mei 2009.