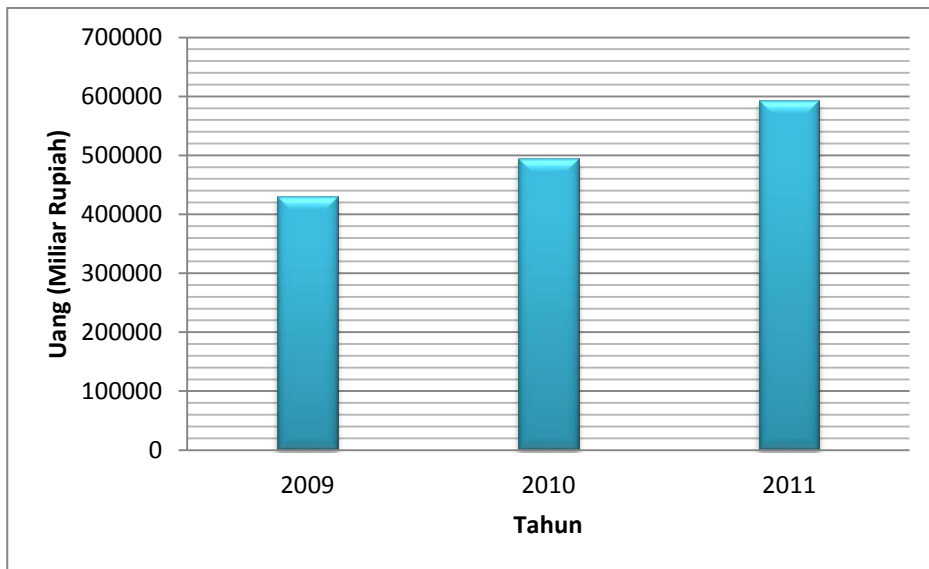


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan. Hal ini didasari oleh pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi yang mendukung di dalam sistem perekonomian Indonesia. Perkembangan ekonomi di Indonesia ini dapat terlihat dari perkembangan beberapa indikator utama sosial-ekonomi Indonesia. Total pengeluaran yang dikeluarkan per kapita dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat selama satu bulan, pun dapat menjadi suatu parameter bahwa di Indonesia pada beberapa tahun terakhir telah mengalami perkembangan. Berikut grafik total pengeluaran rata-rata per kapita sebulan dalam kategori kelompok barang tahun 2009-2011.



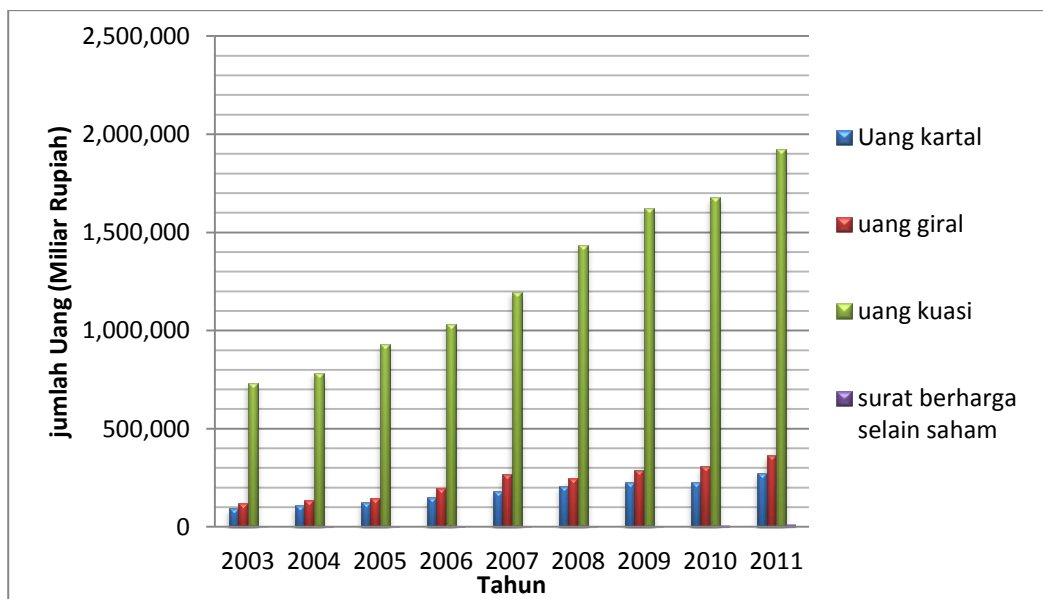
Gambar I-1 Grafik Pengeluaran Rata-Rata Per Kapita Sebulan Dalam Kategori Kelompok Barang.

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2011

Dilihat dari grafik tentang total pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok barang tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari tiga tahun terakhir sejak tahun 2009 hingga tahun 2011 total pengeluaran per kapita mengalami peningkatan.

Akhirnya masyarakat semakin konsumtif, dalam arti lain perekonomian di Indonesia sedang mengalami perkembangan.

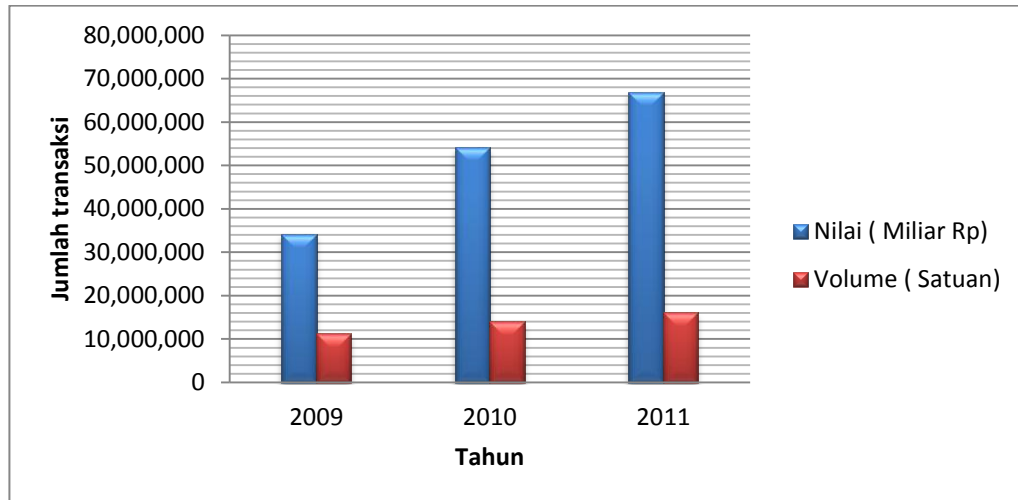
Sejalan dengan perkembangan perekonomian di Indonesia, ini berdampak pada peningkatan perputaran uang yang beredar di masyarakat. Berikut grafik tentang jumlah uang yang beredar di masyarakat dari tahun 2003 hingga tahun 2011 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) .



Gambar I-2 Grafik Jumlah Uang yang Beredar Dari Tahun 2003 Hingga Tahun 2011

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2011

Berdasarkan grafik jumlah uang beredar di masyarakat tersebut, terlihat sejak tahun 2003 hingga 2011 peredaran uang di masyarakat terus mengalami peningkatan. Hal ini tentunya didasari oleh semakin meningkatnya proses transaksi yang terjadi di perekonomian Indonesia. Berikut grafik data jumlah transaksi RTGS (Real Time Gross Settlement) Agregat 2009 hingga 2011 :



Gambar I-3 Grafik Transaksi RTGS (Real Time Gross Settlement) 2009 Hingga 2011

Sumber : Bank Indonesia, 2012

Sejalan dengan perkembangan ekonomi di Indonesia yang didasari oleh total pengeluaran per kapita yang terus meningkat, dan peningkatan peredaran uang di Indonesia yang dikarenakan semakin meningkatnya proses transaksi dalam sistem perekonomian Indonesia. Tentunya membutuhkan suatu layanan jasa pengiriman uang (*money remittance*) yang dapat mendukung kelancaran proses transaksi, dan juga membantu dalam memperlancar peredaran uang di masyarakat.

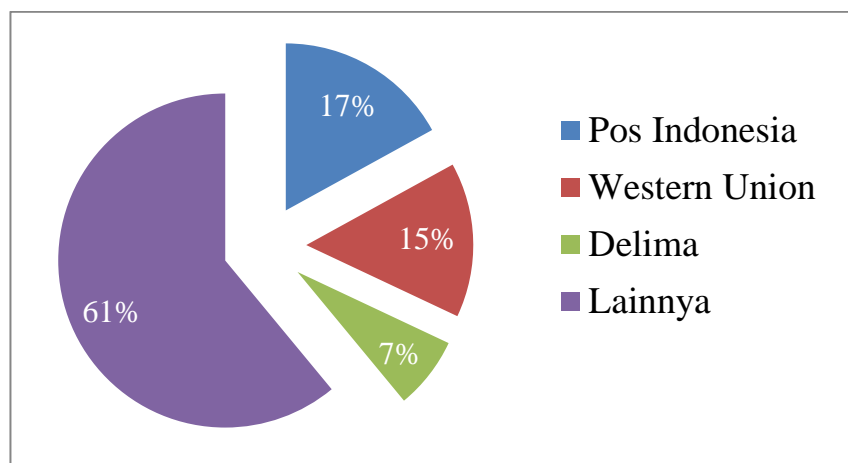
Saat ini sudah ada 87 perusahaan penyelenggara pengiriman uang termasuk PT. POS INDONESIA dan WESTERN UNION serta Delima PT TELKOM (Bank Indonesia, 2012). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia tentang peningkatan jumlah peredaran uang yang dikarenakan oleh meningkatnya jumlah transaksi yang dilakukan masyarakat, PT TELKOM Tbk melihat usaha dalam bidang *remittance* atau pengiriman uang tersebut, sebagai pendukung dalam proses transaksi dan memperlancar peredaran uang di Indonesia.

PT TELKOM Tbk dalam bidang *remittance* (pengiriman uang) mengeluarkan suatu produk yang bernama Delima (*Delivery Money Access*). Delima dalam layanan pengiriman uang memiliki keunggulan (Delima, 2012), yakni :

- *Real time*, pengiriman uang langsung sampai ke penerima.
- *Secure*, pengiriman uang yang dilengkapi dengan kode transfer sehingga hanya penerima yang dapat mengambil dananya.

- *Anywhere*, pengambilan uang dapat dilakukan di Cashpoint mana saja yang berlogo Delima
- *Easy*. Untuk dapat mengirimkan uang menggunakan Delima tidak harus memiliki account.

Di dalam pasar layanan pengiriman uang yang semakin kompetitif, Delima memiliki target pasar di Indonesia sebesar 70% yang berasal dari masyarakat kelas bawah (Telkom, 2011). Namun Delima dengan keunggulannya hanya mampu menguasai sebesar 7% dari pasar layanan pengiriman uang (Delima, 2012). Hal ini dapat dilihat pada gambar I-4 *Market Share Money Remittance* di Indonesia 2011 (Rahayu, 2011) berikut.



Gambar I-4 *Market Share Money Remittance* di Indonesia 2011

Sumber : Rahayu, 2011

Berdasarkan dari gambar I-4 tentang *market share money remittance*, ini tidak sebanding dengan banyaknya jumlah *outlet cashpoint* Delima yakni 25.000 *outlet cashpoint* serta 731 Plasa Telkom yang dapat dijadikan sebagai *cashpoint* Delima (Delima, 2012). Dengan melihat tidak seimbangnya jumlah target pasar dan *market share* Delima tersebut, ini menunjukkan pentingnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai layanan pengiriman uang Delima agar layanan sesuai dengan preferensi konsumen dari layanan pengiriman uang Delima. Sehingga dapat meningkatkan *market share* Delima di Indonesia, terutama di Kota dan Kabupaten Bandung.

Untuk melakukan penelitian preferensi konsumen terhadap layanan pengiriman uang Delima, peneliti menggunakan analisis konjoin. Analisis konjoin digunakan

dalam penelitian berdasarkan jurnal penelitian Penerapan Analisis Konjoin Untuk Kebijakan Layanan Asuransi Kesehatan oleh Bhisma Murti pada tahun 2002. Dimana penelitian tersebut menggunakan analisis konjoin yang berhasil mengetahui preferensi konsumen dan meningkatkan konsumen pengguna layanan asuransi kesehatan. Dari jurnal tersebut, peneliti menjadikan sebagai salah satu pedoman yang membantu dalam penelitian layanan pengiriman uang Delima terhadap preferensi konsumen di Kota dan Kabupaten Bandung.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan utama yang menjadi latar belakang dilaksanakannya riset pasar ini, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana rangking atribut eksisting yang terdapat di dalam Delima?
2. Bagaimana rangking atribut hasil dari *conjoint analysis* berdasarkan preferensi konsumen Delima?
3. Bagaimana preferensi konsumen Delima di Kota dan Kabupaten Bandung ?
4. Bagaimanakah *Risk Control Management (RCM)* yang seharusnya dilakukan berdasarkan hasil preferensi konsumen layanan Delima?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui rangking atribut eksisting apa saja yang terdapat di dalam layanan Delima.
2. Mengetahui rangking atribut hasil *conjoint analysis* berdasarkan preferensi konsumen Delima.
3. Mengetahui preferensi konsumen terhadap layanan Delima di Kota dan Kabupaten Bandung.
4. Mengetahui *Risk Control Manajement (RCM)* yang seharusnya dilakukan berdasarkan hasil preferensi konsumen layanan Delima.

I.3 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan mengetahui rangking atribut *existing* yang terdapat di dalam Delima, peneliti dapat mengetahui apakah atribut yang terdapat saat ini sudah menjawab preferensi konsumen Delima atau belum, sehingga bila ternyata masih belum dapat menjawab preferensi konsumen peneliti dapat melakukan penelitian untuk mendapatkan rangking atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen Delima.
2. Dengan mengetahui rangking atribut dan kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen Delima, maka hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh PT TELKOM untuk membuat suatu layanan yang dapat menjawab keinginan konsumen layanan TELKOM Delima.
3. Dengan membuat layanan Delima yang sesuai dengan preferensi konsumen, maka tentunya konsumen serta *market share* Delima akan bertambah. Hal ini akan memberikan keuntungan bagi PT Telkom.
4. Dengan mengetahui *Risk Control Management (RCM)* yang seharusnya dilakukan berdasarkan preferensi konsumen oleh layanan Delima, maka akan dapat diketahui resiko apa saja yang dapat terjadi dalam layanan Delima yang sesuai dengan preferensi konsumen dan bagaimana kontrol yang dilakukan agar dapat mengecilkkan peluang resiko tersebut dapat terjadi.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat di dalam penelitian ini ialah :

1. Atribut yang diteliti hanya atribut yang terdapat dalam layanan Delima dan *benchmark* dari perusahaan lain penyelenggara layanan pengiriman uang.
2. *Risk Control Management (RCM)* yang dilakukan hanya sebatas identifikasi terhadap resiko dan kontrol terhadap atribut kontrol apa saja yang harus dilakukan agar dapat mengurangi peluang resiko yang akan terjadi.
3. Hasil analisis menggunakan analisis konjoin hanya berupa rangking stimuli berdasarkan preferensi pasar, dan segmentasi pasar layanan konsumen Delima dalam masa penelitian berlangsung.

4. Analisis dilakukan terhadap hasil pengolahan data yang diperoleh selama kurun waktu penelitian (Januari 2012 hingga Januari 2013).

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan memberikan gambaran mengenai masalah yang akan dibahas, yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang dimaksudkan untuk mengemukakan teori yang dapat dipakai untuk pemecahan masalah. Dalam hal ini memuat landasan teori yang berkaitan dengan preferensi konsumen dan metode analisis konjoin.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini memuat metodologi penelitian yang digunakan untuk melakukan analisa menggunakan data yang dikaji, cara penilaian supaya mendapatkan hasil yang meliputi metode pengumpulan data dan alat analisa.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data yang diperoleh serta pengolahan data yang telah dikumpulkan.

BAB V ANALISIS DATA

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil pembahasan mengenai analisa data yang dikumpulkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran yang didasarkan pada hasil penelitian.