

ANALISIS KUALITAS LAYANAN PELANGGAN UNTUK PRODUK INDIHOME DI TELKOM WITEL SIDOARJO

Nanang Agustian¹, Dini Retnowati²

e-mail : nanang900811@gmail.com, dini_retnowati@dosen.umaha.ac.id
Fakultas Teknik, Jurusan Teknik Industri, Universitas Maarif Hasyim Latif
Jl. Ngelom Megare, Taman Sidoarjo 61257

ABSTRAK

Mulai dari tahun 2015 hingga tahun 2017, Indihome mengalami masalah penurunan jumlah pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan Indihome sangat di perlukan di TELKOM, jika indihome memberikan kualitas layanan yang baik dan memuaskan akan menghasilkan pelanggan yang loyal, bahkan tidak akan mudah untuk beralih dan menggunakan produk competitor yang lain khususnya untuk pelanggan eksisting. Dalam penelitian ini, digunakan metode QFD yaitu suatu alat yang digunakan untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan yang fokus utamanya melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Dari keseluruhan penelitian ini mendapatkan hasil yang dapat direkomendasikan sebagai langkah-langkah perbaikan yang perlu dilakukan yaitu : menambah dan memperbaiki kualitas layanan sesuai dengan goal yang diperoleh dengan membandingkan hasil kuesioner untuk kepuasan pelanggan yaitu didapatkan nilai rata-rata 4.09 dan di dapatkan respon prioritas dengan nilai *Absolute Importance* sebesar 155,43 di respon teknis pemasangan instalasi jaringan fiber optik sesuai dengan spesifikas, sebesar 145.44 pada respon teknis adanya perangkat cadangan disetiap STO dan sebesar 75.42 pada respon teknis penerapan iso pada security

Kata kunci: Indihome, Kualitas layanan, *Quality Function Deployment*.

PENDAHULUAN

Saat ini Indihome mengalami masalah penurunan jumlah pelanggan. Data tahun 2015 menunjukkan jumlah pelanggan yang mengajukan pemakaian produk indihome sebesar 24.658 pelanggan, pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi sebesar 9.599 pelanggan dan hingga tahun 2017 jumlah pengajuan pemakaian tetap menurun. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan Indihome sangat diperlukan di TELKOM. Jika indihome memberikan kualitas layanan yang baik dan memuaskan maka akan menghasilkan pelanggan yang loyal, bahkan tidak akan mudah untuk beralih dan menggunakan produk competitor yang lain khususnya untuk pelanggan eksisting.

Diharapkan juga dengan kualitas layanan yang baik akan menghindarkan TELKOM dari perang harga untuk mendapatkan pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama yang sudah memakai Indihome. Walaupun saat ini menurut (Rowter, 2017) masih banyak perusahaan operator penyedia layanan *broadband* yang berlomba-lomba memberikan harga serendah mungkin, tetapi tidak di imbangi dengan peningkatan kualitas layanan yang seharusnya menjadi senjata utama untuk perusahaan jasa. Perang harga ini, nantinya pun bisa berdampak pada kebangkrutan perusahaan operator itu sendiri.

Berdasarkan pada permasalahan diatas maka perbaikan kualitas layanan pelanggan WITEL Sidoarjo

perlu dilakukan supaya bisa menaikkan jumlah pelanggan yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Di harapkan dengan pendekatan metode QFD ini, dapat digunakan untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan yang fokus utamanya melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin sehingga kualitas layanan yang diberikan perusahaan akan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Karuniawati,Supriyanto, Hari, 2005).

METODE PENELITIAN

Berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan pada tahapan pengumpulan dan pengolahan data :

1. Kajian Literatur dan Studi Lapangan
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah
3. Menentukan Tujuan Penelitian
4. Pengambilan Data
5. Penentuan Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini ukuran sampel ditentukan berdasarkan sampel awal (*pre-sampling*) yang disebarkan, yaitu 30 kuesioner. Pada tahap pengumpulan kuesioner, dipisahkan antara kuesioner yang lengkap dan tidak ada keraguan dengan kuesioner yang tidak lengkap dan terdapat keraguan hasil pengisian kusioner

oleh responden. Pada tahap *pre-sampling* ini terkumpul yang layak diolah adalah 28 kuesioner, sehingga ada 2 kuesioner yang tidak layak atau terdapat keraguan, proporsi kuesioner yang layak (p) adalah $\frac{28}{30} = 0,93$ dan proporsi kuesioner yang tidak layak (q) adalah $1 - 0,93 = 0,07$ atau $\frac{2}{30} = 0,07$. Dengan α sebesar 0,1 (10%) dan e sebesar 0,05, maka jumlah sampel minimal yang diambil (dengan menggunakan persamaan Bernoulli) adalah (Sugiono, 2014):

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad [1]$$

$$\frac{(1,96)^2 \cdot 0,93 \cdot 0,07}{(0,05)^2}$$

$$n = 100$$

Maka *sample* minimum dari penelitian ini adalah 100 kuesioner.

6. Menyusun dan Penyebaran Kuesioner Awal
 Penyusunan kuisioner dilakukan untuk mengetahui *Voice Of Customer* terhadap produk Telkom Indihome di witel Sidoarjo
7. Uji Validitas dan Reliabilitas
 Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan program spss terhadap kuesione yang diajukan kepada responden.
8. Penyebaran kuesioner akhir

Setelah melakukan uji vaiditas dan reliabilitas data, selanjutnya dilakukan penyusunan kuesioner akhir dengan menghilangkan faktor-faktor dari kebutuhan pelanggan yang dianggap tidak valid. Dalam kuesioner ini selain menentukan tingkat kepentingan pelanggan, juga menentukan tingkat kepuasan pelanggan yang di ukur dengan metode skala *likert*

9. Implementasi Metode QFD
 Menurut (Cohen, 1995) tahapan implementasi QFD ada 3 yaitu
 - a. Tahap pengumpulan voice of customer
 - b. Tahap penyusunan rumah kualitas (*House of Quality*)
 - c. Tahap analisa dan implementasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada 18 atribut pernyataan yang diajukan kepada para responden melalui kuesioner. Kuesioner ini diajukan bertujuan untuk mencari tahu kepuasan pelanggan terhadap layanan *broadband* yang diberikan serta untuk mengetahui posisi layanan *broadband* yang diberikan Indihome bila dibandingkan dengan penyedia layanan *broadband* lainnya. Oleh karena itu, responden yang mengisi kuesioner ini adalah responden yang pernah berlangganan layanan *broadband* baik dari penyedia operator layanan *broadband* MNC, First Media dan juga Indihome. Data hasil kuesioner kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Tabel berikut ini menunjukkan hasil uji validitas untuk semua kuesioner.

Tabel 1. Hasil uji validitas kepuasan pelanggan

No.	Pernyataan	r hitung			r tabel
		indihome	MNC	First media	
1.	Layanan Broadband sudah menggunakan 100% Fiber optik	0.26	0.62	0.37	0.19
2.	Fasilitas Broadband memiliki Internet yang lancar dan Chanel Tv yang sangat lengkap	0.36	0.70	0.46	0.19
3.	Tarif yang di tawarkan sangat terjangkau	0.24	0.44	0.53	0.19
4.	Karyawan berpenampilan rapi, menarik dan memiliki attitude yang baik	0.43	0.52	0.40	0.19
5.	Performansi jaringan luas, lancar dan tidak ada gangguan	0.27	0.28	0.62	0.19
6.	Kemudahan dan kecepatan administrasi saat melakukan transaksi pembayaran	0.28	0.62	0.62	0.19
7.	Proses pemasangan sangat mudah dan cepat	0.41	0.58	0.58	0.19
8.	Selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan	0.48	0.59	0.57	0.19
9.	Layanan yang diperoleh pelanggan sesuai dengan informasi dan promo yang diberikan	0.46	0.69	0.65	0.19
10.	Karyawan melayani dengan ramah terhadap informasi yang di butuhkan pelanggan melalui call center yang telah tersedia	0.60	0.70	0.42	0.19
11.	Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan atau gangguan layanan di pelanggan	0.20	0.63	0.27	0.19
12.	Tanggap dalam memberikan informasi dan promo terbaru terhadap pelanggan	0.45	0.39	0.20	0.19
13.	Pelanggan mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemutusan berlangganan sewaktu-waktu	0.34	0.63	0.26	0.19
14.	Menjamin kemudahan pelanggan untuk update & upgrade fitur-fitur terbaru	0.30	0.46	0.32	0.19

Tabel 1. Hasil uji validitas kepuasan pelanggan (Lanjutan)

No	Pernyataan	r hitung			r tabel
		indihome	MNC	First media	
15	Memberikan pergantian perangkat yang rusak secara gratis	0.47	0.62	0.37	0.19
16	Memiliki jam operasi sesuai kebutuhan pelanggan	0.58	0.67	0.23	0.19
17	Memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal	0.24	0.46	0.37	0.19

Dari hasil pengolahan data kuesioner dapat dilihat bahwa nilai korelasi tiap atribut jasa pelayanan pada tabel menunjukkan r hitung memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan hasil r tabel dengan taraf signifikan 5% dengan N= 100. Oleh karena itu, 18 pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dianggap valid.

Setelah dilakukan uji validitas maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Pada uji ini dibandingkan antara α yang didapatkan dari perhitungan r tabel dengan α hasil pengujian data melalui *software* spss. Hasil perhitungan α pada r tabel sebesar 0,6 sedangkan nilai Cronbach's Alpha pada Indihome sebesar = 0.6401, MNC sebesar = 0.8751, dan pada First Media sebesar = 0.739. Karena nilai Cronbach's Alpha > α pada r tabel maka data dianggap *reliable*.

Matriks perencanaan/ *planning matrix*

Matrik perencanaan merupakan matrik yang berisi data-data kuantitatif yang penting dari masing-masing keinginan pelanggan, adapun bagian-bagian dari matriks perencanaan adalah sebagai berikut :

1. Tingkat kepentingan pelanggan (*Importance to Customer*)

Tingkat kepentingan atribut seperti yang ditunjukkan pada tabel 2 adalah nilai yang menunjukkan seberapa penting atribut tersebut baik pelanggan Nilai kepentingan yang semakin tinggi berarti atribut tersebut semakin dipentingkan menurut pelanggan. Hasil perhitungan ini adalah berupa bobot dari tiap-tiap atribut

$$X = \sum_{j=1}^{j=n} x_{ij} / n \quad (2)$$

Tabel 2. Kepentingan Pelanggan Indihome

No	Pernyataan	Nilai	Rangking
1	Layanan <i>Broadband</i> sudah menggunakan 100% Fiber optik	4.25	5
2	Fasilitas <i>Broadband</i> memiliki Internet yang lancar dan <i>Chanel UseeTv</i> yang sangat lengkap	4.07	1
3	Tarif yang di tawarkan sangat terjangkau	4.13	11
4	Karyawan berpenampilan rapi, menarik dan memiliki <i>attitude</i> yang baik	3.97	3
5	Performansi jaringan luas, lancar dan tidak ada gangguan	4.48	2
6	Kemudahan dan kecepatan administrasi saat melakukan transaksi pembayaran	4.03	7
7	Proses pemasangan sangat mudah dan cepat	4.06	8
8	Selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan	4.06	6
9	Layanan yang diperoleh pelanggan sudah sesuai dengan informasi dan promo yang diberikan	3.93	4
10	Karyawan melayani dengan ramah terhadap informasi yang di butuhkan pelanggan melalui <i>call center</i> yang telah tersedia	3.89	15
11	Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan atau gangguan layanan di pelanggan	4.17	13
12	Tanggap dalam memberikan informasi dan promo terbaru terhadap pelanggan	3.94	12
13	Pelanggan mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemutusan berlangganan sewaktu-waktu	3.95	14
14	Menjamin kemudahan pelanggan untuk <i>update & upgrade</i> fitur-fitur terbaru	3.94	9
15	Memberikan pergantian perangkat yang rusak secara gratis	3.97	10
16	Memiliki jam operasi sesuai kebutuhan pelanggan	3.89	16
17	Memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan	3.87	17
18	Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan terkait informasi dan komunikasi	3.87	18

2. Tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Performance*)

Customer satisfaction performance seperti yang ditunjukkan pada tabel 3 adalah nilai kepuasan dari pelanggan terhadap produk telkom Indihome yang dianalisis pada kondisi sekarang ini. Cara untuk menentukan nilai ini adalah sama dengan langkah sebelumnya yaitu mencari nilai

rata-rata untuk masing-masing atribut untuk produk yang dianalisis. Semakin baik pelayanan semakin pelanggan merasa puas untuk produk tersebut.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Yang Diterima Pelanggan Telkom Indihome

No	Pernyataan	Nilai	Rangking
1	Layanan <i>Broadband</i> sudah menggunakan 100% Fiber optic	4.30	2
2	Fasilitas <i>Broadband</i> memiliki Internet yang lancar dan <i>Chanel UseeTv</i> yang sangat lengkap	4.14	5
3	Tarif yang di tawarkan sangat terjangkau	4.25	4
4	Karyawan berpenampilan rapi, menarik dan memiliki <i>attitude</i> yang baik	4.06	9
5	Performansi jaringan luas, lancar dan tidak ada gangguan	4.69	1
6	Kemudahan dan kecepatan administrasi saat melakukan transaksi pembayaran	4.07	8
7	Proses pemasangan sangat mudah dan cepat	4.14	6
8	Selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan	4.12	7
9	Layanan yang diperoleh pelanggan sudah sesuai dengan informasi dan promo yang diberikan	3.99	14
10	Karyawan melayani dengan ramah terhadap informasi yang di butuhkan pelanggan melalui <i>call center</i> yang telah tersedia	3.97	15
11	Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan atau gangguan layanan di pelanggan	4.26	3
12	Tanggap dalam memberikan informasi dan promo terbaru terhadap pelanggan	4.01	12
13	Pelanggan mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemutusan berlangganan sewaktu-waktu	4.02	11
14	Menjamin kemudahan pelanggan untuk <i>update & upgrade</i> fitur-fitur terbaru	4.00	13
15	Memberikan pergantian perangkat yang rusak secara gratis	4.06	10
16	Memiliki jam operasi sesuai kebutuhan pelanggan	3.96	16
17	Memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan	3.94	17
18	Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan terkait informasi dan komunikasi	3.58	18

3. Data *Competitive Satisfaction Performance*

Competitive Satisfaction Performance merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa baik layanan yang diberikan pesaing guna memuaskan kebutuhan pelanggan. Tujuannya untuk mengetahui kelebihan dari pesaing sekaligus mengetahui tingkat keunggulan kompetitif layanan

Broadband yang telah diberikan oleh Telkom Indihome kepada pelanggannya. Pesaing yang dianggap sebagai pembanding adalah First Media dan MNC karena kedua provider tersebut memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak.

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Yang Diterima Pelanggan MNC dan First Media

No	Pernyataan	Nilai MNC	Nilai First Media
1	Layanan <i>Broadband</i> sudah menggunakan 100% Fiber optic	3.93	3.99
2	Fasilitas <i>Broadband</i> memiliki Internet yang lancar dan <i>Chanel UseeTv</i> yang sangat lengkap	4.05	4.31
3	Tarif yang di tawarkan sangat terjangkau	4.17	4.26
4	Karyawan berpenampilan rapi, menarik dan memiliki <i>attitude</i> yang baik	3.96	4.11
5	Performansi jaringan luas, lancar dan tidak ada gangguan	4.62	4.03
6	Kemudahan dan kecepatan administrasi saat melakukan transaksi pembayaran	4.02	4.09
7	Proses pemasangan sangat mudah dan cepat	3.96	4.09

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Yang Diterima Pelanggan MNC dan First Media (Lanjutan)

No	Pernyataan	Nilai MNC	Nilai First Media
8	Selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan	4.00	4.07
9	Layanan yang diperoleh pelanggan sudah sesuai dengan informasi dan promo yang diberikan	3.84	4.16
10	Karyawan melayani dengan ramah terhadap informasi yang di butuhkan pelanggan melalui <i>call center</i> yang tersedia	4.05	3.97
11	Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan atau gangguan layanan di pelanggan	3.97	3.84
12	Tanggap dalam memberikan informasi dan promo terbaru terhadap pelanggan	4.14	4.17
13	Pelanggan mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemutusan berlangganan sewaktu-waktu	3.97	3.81
14	Menjamin kemudahan pelanggan untuk <i>update & upgrade</i> fitur-fitur terbaru	3.96	4.06
15	Memberikan pergantian perangkat yang rusak secara gratis	4.02	4.01
16	Memiliki jam operasi sesuai kebutuhan pelanggan	4.06	4.05
17	Memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan	4.00	4.01
18	Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan terkait informasi dan komunikasi	4.02	3.97

4. Penetapan nilai *Goal*

Goal merupakan target yang akan dijadikan tujuan pencapaian tingkat performansi dari pelayanan Indihome yang dianalisis dan disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Penetapan besarnya nilai goal ini berdasarkan nilai yang ingin dicapai, tidak terlalu tinggi dan minimal adalah sama dengan kompetitor yang lain. Sehingga paling tidak bisa mengurangi kesenjangan dengan kompetitor yang

lain. *Goal* dapat dijadikan sebagai tujuan jangka panjang dalam pelayanan yang diberikan oleh Indihome. Nilai *Goal* ditunjukkan dalam tabel 5 dibawah ini.

5. *Improvement Ratio*

Semakin tinggi nilai rasio pengembangan menunjukkan semakin besar usaha yang dibutuhkan mencapai target.

Tabel 5. *Improvement Ratio*

No	Pernyataan	CSP	Goal	Nilai IR
1	Layanan <i>Broadband</i> sudah menggunakan 100% Fiber optik	4.30	4.30	1.000
2	Fasilitas <i>Broadband</i> memiliki Internet yang lancar dan <i>Chanel UseeTv</i> yang sangat lengkap	4.14	4.31	1.041
3	Tarif yang di tawarkan sangat terjangkau	4.25	4.26	1.002
4	Karyawan berpenampilan rapi, menarik dan memiliki <i>attitude</i> yang baik	4.06	4.11	1.012
5	Performansi jaringan luas, lancar dan tidak ada gangguan	4.69	4.69	1.000
6	Kemudahan dan kecepatan administrasi saat melakukan transaksi pembayaran	4.07	4.09	1.005
7	Proses pemasangan sangat mudah dan cepat	4.14	4.14	1.000
8	Selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan	4.12	4.12	1.000
9	Layanan yg iperoleh pelanggan sudah sesuai dengan informasi dan promo yang diberikan	3.99	4.16	1.043
10	Karyawan melayani dengan ramah terhadap informasi yang di butuhkan pelanggan melalui <i>call center</i> yang telah tersedia	3.97	4.05	1.020
11	Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan atau gangguan layanan di pelanggan	4.26	4.26	1.000
12	Tanggap dalam memberikan informasi dan promo terbaru terhadap pelanggan	4.01	4.17	1.040
13	Pelanggan mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemutusan berlangganan sewaktu-waktu	4.02	4.02	1.000
14	Menjamin kemudahan pelanggan untuk <i>update & upgrade</i> fitur-fitur terbaru	4.00	4.06	1.015
15	Memberikan pergantian perangkat yang rusak secara gratis	4.06	4.06	1.000

Tabel 5. *Improvement Ratio* (Lanjutan)

No	Pernyataan	CSP	Goal	Nilai IR
16	Memiliki jam operasi sesuai kebutuhan pelanggan	3.96	4.06	1.025
17	Memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan	3.94	4.01	1.018
18	Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan terkait informasi dan komunikasi	3.58	4.02	1.123

*CSP = *Customer Satisfaction Performance*

6. Sales point

Sales point seperti yang ditunjukkan pada tabel 6 adalah daya jual yang dimiliki oleh sebuah produk berdasarkan seberapa menguntungkan kebutuhan pelanggan tersebut berdampak pada perusahaan jika kebutuhan tersebut terpenuhi. *Sales point* mempunyai nilai dari salah satu diantara tiga nilai berikut: 1.0 = Tanpa titik penjualan, 1.2 = Titik penjualan menengah, dan 1.5 = Titik penjualan kuat (Cohen, 1995)

7. Raw weight dan normalize raw weight

Raw weight berisi nilai dari data dan keputusan yang diambil dari kolom-kolom bagian matriks perencanaan sebelumnya.

Nilai *raw weight* adalah sebagai berikut:

$$\text{Raw weight} = (\text{important to customer/ITC}) \times (\text{improvement ratio/IR}) \times (\text{sales point/SP}) \quad (3)$$

Selanjutnya dari nilai *raw weight* yang telah diperoleh dilakukan pembobotan untuk memperoleh nilai *normalize raw weight* dengan rumus

$$\text{Normalized raw weight} = \text{raw weight} / \text{raw weight total} \quad (4)$$

Tabel 6. *Raw weight* dan *normalize raw weight*

Pernyataan ke	ITC	IR	SP	RW	NRW
1	4.30	1.000	1.5	6.45	0.062
2	4.14	1.041	1.5	6.47	0.062
3	4.25	1.002	1.2	5.11	0.049
4	4.06	1.012	1.2	4.93	0.048
5	4.69	1.000	1.5	7.04	0.068
6	4.07	1.005	1.2	4.91	0.047
7	4.14	1.000	1.5	6.21	0.060
8	4.12	1.000	1.5	6.18	0.060
9	3.99	1.043	1.5	6.24	0.060
10	3.97	1.020	1.5	6.08	0.059
11	4.26	1.000	1.2	5.11	0.049
12	4.01	1.040	1.2	5.00	0.048
13	4.02	1.000	1.2	4.82	0.047
14	4.00	1.015	1.5	6.09	0.059
15	4.06	1.000	1.5	6.09	0.059
16	3.96	1.025	1.2	4.87	0.047
17	3.94	1.018	1.5	6.02	0.058
18	3.58	1.123	1.5	6.03	0.058

Penentuan Karakteristik Teknis dan Prioritas Karakteristik Teknis

Karakteristik Teknis atau Respon Teknis ini merupakan solusi terhadap kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Solusi ini menggambarkan sistem yang akan

dibuat dan sekaligus menunjukkan kemampuan apa saja yang akan diberikan pihak oleh pihak manajemen dalam mengatasi kebutuhan pelanggan. Respon teknis juga merupakan jawaban dari permasalahan yang ada pada setiap atribut/pernyataan sebelumnya.

Karakteristik teknis yang telah disusun selanjutnya diolah untuk melihat target teknis apa yang akan diutamakan oleh Telkom Indihome.

$$absolute\ Importance = \frac{\sum_n^i (Relationship\ Value \times Customer\ Importance)}{(5)}$$

Prioritas utama diperoleh dengan menentukan besarnya nilai *absolute* menggunakan rumus :

Tabel 8. Data respon teknis, *absolute importance*

No	Respon Teknis	Absolut Importance	Rangking
1	Pemasangan instalasi jaringan Fiber Optik sesuai dengan spesifikasi	155.43	1
2	Pemilihan perangkat untuk kapasitas <i>bandwidth</i>	37.26	11
3	Adanya kelas <i>Fiber Academy</i> untuk pelatihan penambahan skill teknisi	0	17
4	Adanya perangkat cadangan disetiap STO	145.44	2
5	Pemilihan sales / bagian pemasaran yang tepat	40.68	8
6	Adanya pengawalan tingkat gangguan dan penyelesaiannya	40.16	9
7	Terdapat teknisi disetiap STO	0	18
8	Adanya pemberian diskon atau promo	74.97	4
9	Adanya personil <i>help desk</i> dengan shift 24 jam	38.25	10
10	Penerapan ISO pada <i>Security</i>	75.42	2
11	Pemberian akses hanya pihak yang berwenang	11.82	15
12	Adanya pemeliharaan jaringan	35.73	12
13	Pemasangan perangkat <i>indoor</i> dan <i>outdoor</i> yang tepat	74.61	5
14	Melatih kemampuan <i>help desk</i> secara teknik	73.35	6
15	Pemberian restitusi sewaktu ada gangguan	32.22	13
16	Adanya <i>e-learning product knowledge</i>	4.25	16
17	Adanya Alker dan Sarker yang lengkap	12.90	14
18	Adanya Penerapan KDO	42.21	7

Dari Tabel diatas dapat diketahui urutan prioritas usulan perbaikan kualitas layanan Telkom Indihome yang dinyatakan dalam pernyataan respon teknis sebagai berikut :

1. Pemasangan instalasi jaringan Fiber Optik sesuai dengan spesifikasi
2. Adanya perangkat cadangan disetiap STO
3. Adanya kelas *Fiber Academy* untuk pelatihan penambahan skill teknisi
4. Adanya pemberian diskon atau promo
5. Pemasangan perangkat *indoor* dan *outdoor* yang tepat
6. Melatih kemampuan *help desk* secara teknik
7. Adanya Penerapan KDO
8. Pemilihan sales / bagian pemasaran yang tepat
9. Adanya pengawalan tingkat gangguan dan penyelesaiannya
10. Adanya personil *help desk* dengan shift 24 jam
11. Pemilihan perangkat untuk kapasitas *bandwidth*
12. Adanya pemeliharaan jaringan
13. Pemberian restitusi sewaktu ada gangguan
14. Adanya Alker dan Sarker yang lengkap
15. Pemberian akses hanya pihak yang berwenang
16. Adanya *e-learning product knowledge*
17. Adanya kelas *Fiber Academy* untuk pelatihan penambahan skill teknisi
18. Terdapat teknisi disetiap STO

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa rata-rata tingkat Kepuasan layanan Indihome di witel Sidoarjo sebesar 4,09 dari 5 skala *linkert*. Sedangkan untuk kompetitor dari MNC rata-rata sebesar 4,04 dan First Media rata-rata sebesar 4,06. Meskipun rata-rata tingkat kepuasan Indihome lebih tinggi dibandingkan dengan kedua kompetitornya namun tetap perlu dilakukan perbaikan dari beberapa aspek. Langkah-langkah perbaikan yang dapat dilakukan diantaranya adalah pemasangan instalasi jaringan Fiber Optik sesuai dengan spesifikasi, adanya perangkat cadangan disetiap STO dan adanya kelas Fiber Academy untuk pelatihan penambahan skill teknisi

Untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan *benchmarking* dengan perusahaan layanan *broadband* lainnya sehingga dapat diketahui secara pasti posisi perusahaan yang diteliti bila dibandingkan dengan semua *competitor* yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment – How to Make QFD Work for You*. Addison-Wesley Publishing Company, Reading, Massachusetts.
- Karuniawati,Supriyanto, Hari., S. L. M. (2005). *Analisa Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Implementasi Quality Function Deployment (QFD)*.
- Rowter, K. (2017, April). Perang Tarif Broadband Murah, Operator Bisa Bangkrut. *Kompas.com*. Retrieved from Perang Tarif Broadband Murah, Operator Bisa Bangkrut
- Sugiono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.