Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisis kepuasan pelanggan untuk meningkatkan daya saing pada unit bisnis tower pt. bukaka teknik utama

Ida Bagus Parama Suastawa, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453476&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Semakin bergairahnya sektor telekomunikasi belakangan ini setelah cukup terpuruk akibat adanya badai krisis membangkitkan pula industri-industri yang menunjang sektor telekomunikasi tersebut.

Setelah keterpurukan akibat krisis tersebut lambat laun namun pasti sector telekomunikasi menunjukkan perkembangannya terutama untuk sektor telekomunikasi telepon selular. Hal ini ditandai dengan munculnya operator-operator selular baru yang ikut meramaikan persaingan di bisnis ini.

Kegairahan tersebut diikuti pula oleh industri-industri pendukungnya salah satunya adalah industri tower telekomunikasi. Hal ini disebabkan karena operator-operator tersebut dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang prima kepada para pelanggannya terutama dalam hal kualitas dan kapasitas jaringan, serta jangkauan layanan. Selain tuntutan dari pelanggan, para operator juga dituntut oleh pemerintah sebagai pemberi ijin operasi untuk dapat mencapai jangkauan nasional dalam jangka waktu tertentu. Dan jika hal itu tidak terpenuhi dian cam akan dicabut ijin operasinya.

Kegairahan tersebut dirasakan pula Oleh PT Bukaka Teknik Utama khususnya Unit Bisnis Towemya. Dengan melihat pasar tower yang semakin berkembang untuk beberapa tahun kedepan maka BUKAKA merasa perlu mengetahui kekurangan dan kelebihan yang ada selama ini untuk kemudian dapat menentukan strategi untuk dapat memenangkan persaingan.

Dengan alasan seperti tersebut diatas maka dirasa perlu dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan BUKAKA selama ini dibandingkan dengan para pesaingnya, dalam hal ini diambil sebagai pembanding adalah PT Karunia Berea Indonesia (KBI) dan PT Kokoh Semesta (KOKOH). Pemilihan KBI dan KOKOH sebagai pembanding karena selama ini kedua perusahaan tersebutlah yang dianggap mempunyai kapasitas dan kapabilitas yang sama.

Dan dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat diketahui posisi relatif BUKAKA terhadap kedua perusahaan tersebut serta diharapkan pula dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan BUKAKA dibanding dengan pesaing untuk kemudian dapat diambil suatu langkah strategis untuk dapat memenangkan persaingan.

Metode yang digunakan dalam karya akhir ini adalah penelitian kepuasan pelanggan untuk produk Tower Telekomunikasi yang dihasilkan oleh PT Bukaka Teknik Utama dan melakukan pembahasan yang didasarkan pada teori-teori yang terkait dengan Customer Satisfaction. Penelitian ini dilakukan dengan survei langsung pada konsumen BUKAKA melalui wawancara/interview yang menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Daftar pertanyaan yang diajukan mencakup semua kriteria penilaian kineija suatu perusahaan, seperti halnya pelayanan, harga dan pembayaran, kualitas dan spesifikasi produk, delivery/pengiriman dan pelayanan purna jual.

Penelitian ini dibatasi pada produk tower telekomunikasi saja karena dari 3 produk utama yang dihasilkan Unit Bisnis Tower BUKAKA (tower transmisi/listrik, tower broadcast) temyata kedua jenis produk tersebut mempunyai segmentasi pasar atau pengguna dan pesaing yang sangat berbeda, sehingga sulit untuk dibandingkan. Untuk itu hanya dibatasi pada tower telekomunikasi yang cenderung mempunyai pasar dan pesaing yang relatif lebih banyak, maka dalam penyebaran kuesioner dibatasi pada konsumen yang melakukan pembelian tower telekomunikasi saja.

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwasannya pesamg utama
BUKAKA adalah KBI dan KOKOH, dimana sebesar 20% dari responden melakukan
pembelian juga ke KBI dan 15% dari responden melakukan pembelian juga ke
KOKOH.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulakan mengenai penilaian konsumen
terhadap hasil kinerja BUKAKA dibandingkan dengan KBI dan KOKOH. Secara
umum dapat dikatakan bahwa kinerja BUKAKA memang masih dibawah kinerja KBI
namun dengan KOKOH, BUKAKA masih lebih unggul.

Beberapa hal yang perlu dicatat dari hasil penelitian ini sebagai kekuatan adalah kemudahan menghubungi marketing dan mendapat informasi mengenai produk, penetapan harga yang cukup bersaing dengan harga kompetitor sekelas, dan pelayanan puma jual terutama dukungan teknisnya. Dan sebagai kelemahan adalah ketidak tepatan dalam waktu pengiriman barang, jangka waktu (lead time) pengiriman yang masih lama, kualitas produk yang masih kurang konsisten, kualitas galvanize, ketersediaan!kelengkapan produk

Hasil penelitian ini juga memberikan beberapa implikasi pemasaran bagi manajemen BUKAKA. Posisi BUKAKA dalam bersaing dipasar domestik masih cukup kuat, karena didalam negeri BUKAKA masih merupakan yang terbesar ditunjang dengan tidak adanya barang subtitusi dan adanya hambatan untuk masuk sebagai pendatang baru dalam industri ini. Posisi bisnis BUKAKA ada pada posisi "Support an Aggressive Strategy", untuk itu strategi pemasaran yang sesuai adalah dengan menjual produk yang ada pada pasar barn (ekspansi pasar).