

Usulan perencanaan strategi peningkatan kualitas layanan produk Telkomflexi dengan metode integrasi QFD dengan Hoshin Kanri : studi kasus PT. Telkom Kandatel Bandung = Strategic planning proposal for improvement of Telkomflexi service quality product : case PT Telkom Kandatel Bandung

Dani Arthanta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=87899&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan bisnis jasa operator seluler CDMA sangat ketat. Tuntutan konsumen akan kualitas layanan yang bagus dan bervariasi meningkat, sehingga sangat diperlukan strategi yang jitu menghadapi persaingan dan perubahan yang dinamis untuk meningkatkan kinerja pelayanan PT Telkom Kandatel Bandung. Dengan perencanaan strategi yang tepat, terukur, dan terarah membantu perusahaan meningkatkan kinerjanya. Metode QFD salah satu cara untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan saat ini dengan tepat untuk pengembangan strategi. Selanjutnya hasil dari QFD di jadikan dasar untuk perencanaan strategi yang diintegrasikan dengan metode Hoshin Kanri untuk melakukan Continuous Improvement dan mencapai Breakthrough Objectives.

Identifikasi kebutuhan dan keinginan serta penilaian terhadap ekspektasi dan persepsi pelanggan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Hasilnya digunakan untuk menyusun Matrik HOQ 1, dan melakukan prioritas bentuk layanan secara teknis (Technical Response). Hasil dari Matrik HOQ I digunakan untuk menyusun Hoshin Objectives berdasarkan visi dan misi Kandatel Bandung dan pembentukan usulan strategi peningkatan layanan, proses kontrol operasional, dan langkah peninjauan terhadap perencanaan strategi yang dibuat dengan metode Hoshin Kanri.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah:

1. Harapan pelanggan terhadap pelayanan Flexi dengan kriteria: kualitas jaringan telekomunikasi 41,18%, ketersediaan handset dan asesoris dan pelayanan pengaduan pelanggan 35,29%, penyesuaian tarif penggunaan jasa Telkomflexi 11,76%, peningkatan layanan pelanggan 11,76%
2. Gap ekspektasi dan persepsi VOC dari peringkat terbesar untuk kriteria layanan fitur-fitur flexi 45,71.%, layanan purna jual 20%, dan Keakuratan informasi produk 17,14%, Handset dan asesoris penunjang 8,57%, dan Promosi produk 8,57%
3. Dengan mengimplementasikan usulan strategi yang dibuat Kandatel Bandung dapat memenuhi kriteria VOC untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Flexi sampai 90,42% dari total pencapaian yang diharapkan pelanggan.
4. Usulan perencanaan strategi yang dibuat terdiri atas 13 strategi untuk level pertama dan 29 strategi untuk level kedua. dalam memenuhi lima tujuan berdasarkan visi Kandatel Bandung.

<hr><i>Competitiveness of operator service business of CDMA's cellular is very tight and raising Consumer demand about good service quality and variously services, so that very need strategy facing dynamic change and competitiveness business to improve performance service of PT Telkom Kandatel Bandung. With correct strategy planning, measured, and directional assist company improve the

performance. QFD Method is one of the way for identify requirement of customer in this time correctly for the development of strategy. Hereinafter result of QFD making basis for strategy planning, integrated with method of Hoshin Kanri to conduct continous improvement and reach breakthrough objectives.

Identify desire and requirement and also assessment to expectation and perception of customer conducted with propagated questioner. The result used to compile Matrik HOQ 1, and conduct priority form service technically (Technical Response). Result of Matrix HOQ 1 used to compile Hoshin Objectives according to vision and mission of Kandatel Bandung and forming of strategy proposal service, process control operational, and sighting step to Hoshin Kanri's strategy planning.

As for result of this research is:

1. Customer expectation to service of Flexi with criterion: quality of telecommunications network 41,18%, availability of accessories and handset and service of denouncing of customer 35,29%, adjustment of tariff usage T elkomilexi services 11,76%, improvement of customer service 11,76 2.
2. Gap of importance and satisfaction needs of VOC. The biggest ranking for the criterion of flexi service Etur 45,71%, alter sell service 20%, and accuracy of product information 17,1 4%, handset and supporter accessories 8,57%, and product promotion 8,57.
3. By implementation strategy proposal, Kandatel Bandung can fulfill criterion of VOC to improve customer satisfaction of Flexi until 90,42 % from totalizing expected customer attainment.
4. Strategy planning which proposed consist of 13 strategy for first level and 29 strategy for second level in fulfilling tive target pursuant to vision of Kandatel Bandung.</i>