

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang ketat saat ini membuat perusahaan-perusahaan akan berusaha memperbaiki strategi pemasaran menjadi lebih baik. Konsep pemasaran baru (marketing new) mulai muncul dimana experiential marketing mulai diaplikasikan oleh perusahaan-perusahaan dengan memanfaatkan informasi balik dari konsumen untuk memperbaiki produk dan layanan yang dimiliki. Dengan kemajuan teknologi informasi, internet dan multimedia membuat experiential marketing berkembang pesat. Indihome merupakan salah satu produk dari PT Telkom Indonesia yang menggabungkan komunikasi suara, layanan data via internet dan IPTV (Internet Protocol TV) dalam satu paket disebut dengan layanan 3Play.

Penelitian ini dimulai dengan menentukan gap dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Indihome 3Play. Selanjutnya tahapan membuat kerangka perancangan yang terdiri matriks External Factor Evaluation(EFE) dan Internal Faktor Evaluation (IFE). Tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan Matriks Internal Eksternal (IE) dan Strength-Weakness-Opportunities-Threats (SWOT). Tahap keputusan dilakukan dengan menggunakan pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Dari hasil penentuan peringkat nilai kesenjangan (gap) yang terjadi pada variabel pelayanan menggunakan metode servqual didapatkan variabel tertinggi hingga terendah adalah kepuasan pelanggan 19,6%, jaminan 16,75%, daya tanggap 15,66%, kehandalan 15,6%, empati 11,96%, loyalitas pelanggan 11,37%, dan bukti fisik 9,06%. Nilai persentase gap tersebut menunjukkan seberapa besar harapan pelanggan Indihome 3Play tidak terpenuhi oleh pelayanan saat ini. Tingkat kepuasan pelanggan Indihome 3Play didapatkan rata-rata sebesar 84,13% yang mengindikasikan pelayanan yang dilakukan sudah baik. Rancangan strategi yang didapatkan menggunakan matriks internal eksternal berada pada kuadran I (Grow and Build) yang menunjukkan bahwa kondisi internal dan eksternal perusahaan tinggi. Hasil skor bobot matriks IFE dan EFE didapatkan 3,76 dan 3,92. Dari hasil penelitian yang dilakukan didapatkan tiga usulan strategi alternatif yaitu strategi intensif, integrasi dan defensif. Dengan menggunakan QSPM, strategi usulan yang diberikan untuk PT Telkom Indonesia Kantor Daerah Telekomunikasi (Kandatel) Padang adalah strategi intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Kata Kunci : Indihome 3Play, Strategi, SWOT, dan QSPM

ABSTRACT

The increasing business competition has force companies to improve their marketing strategies. This triggered the emerging of new marketing concept such as experiential marketing; where the information from consumers is utilize to improve products and services offered by company. Internet and multimedia technology development also help experiential marketing to growth rapidly. One example of this is Indihome, a product from PT Telkom Indonesia that combines voice communications, data services via the Internet and IPTV (Internet Protocol TV) in a single package called the 3Play services.

This study starts with determining service gap and customers satisfaction level of Indihome 3play product using Servqual method. Planning framework is developed, consist of two matrices: External Factor Evaluation (EFE) and Internal Factors Evaluation Matrix (IFE). Internal-External Matrix (IE Matrix) and SWOT Matrix are used to match EFE and IFE matrices. Decision making process conducted using Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

The result of service gap calculation are shown that Customer Satisfaction is service variable with the highest gap (19,60%), followed by Assurance (16,75%), Responsiveness (15,66%), Reliability (15,6%), Empathy (11,96%), Customer Loyalty (11,37%) and Tangible (9,06%). Those percentage values indicate the gap between customer expectations and services offered. The average of customer satisfaction level is 84.13%, which means the services offered has met the customer expectation. Strategic plans are obtained from the first quadrant of IE Matrix (Grow and Build), shows that the company has strong internal and external position. The weight score of IFE and EFE matrix respectively are 3,76 and 3,92. Three strategies are suggested from the study: intensive strategy, integration strategy and defensive strategies. The result of QSPM recommends intensive strategy for PT Telkom Indonesia Kandatel Padang. Those strategies are: market penetration, market development, and product development.

Keywords: Indihome 3Play, Strategy, SWOT, and QSPM

