

PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN *MUSIC STREAMING* LANGIT MUSIK MENGUNAKAN *IMPORTANCE PERFORMANCE COMPETITOR ANALYSIS* (*IPCA*)

MUSIC STREAMING SERVICE QUALITY IMPROVEMENT OF LANGIT MUSIK USING *IMPORTANCE PERFORMANCE COMPETITOR* ANALYSIS (*IPCA*)

¹Muhammad Alif Septa Fadhila Putra, ²Sari Wulandari, ³Rio Aurachman

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹alifsfp@student.telkomuniversity.ac.id, ²sariwulandari@telkomuniversity.ac.id,

³rioaurachman@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pesatnya perkembangan *digital* dan internet di dunia membuat berbagai bidang dalam kehidupan mengalami perubahan yang signifikan, salah satunya pada bidang musik dimana orang lebih memilih mendengarkan musik secara *streaming* dibandingkan dengan membeli kepingan *CD* atau kaset musik. Dengan tren mendengarkan musik secara *streaming* mulai bermunculan platform *music streaming* lainnya yang masuk ke Indonesia seperti JOOX, Spotify dan lain-lain. Di Indonesia terdapat platform *music streaming* yang dimiliki oleh Telkomsel yaitu Langit Musik. Langit Musik merupakan platform *music streaming* hasil kerjasama antara Telkomsel dengan PT.Melon Indonesia yang telah diluncurkan sejak 18 Januari 2010 di Indonesia. Dibandingkan jumlah unduhan aplikasi pemain baru yaitu Spotify yang diluncurkan pada 30 Maret 2016 di Indonesia jauh lebih unggul dibandingkan Langit Musik. Selain itu pengguna aplikasi Langit Musik memiliki beberapa keluhan terhadap kinerja layanan. Oleh karena itu pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi atribut layanan aplikasi *music streaming* yang perlu diperbaiki agar dapat bersaing dengan cara mempertimbangkan kompetitor unggul. Penelitian ini menggunakan dimensi *M-Servqual* dengan 29 atribut yang didapatkan berdasarkan literatur studi relevan dan wawancara pengguna *music streaming* Langit Musik maupun Spotify. Kemudian dengan metode *Importance Performance Competitor Analysis* didapatkan atribut yang masuk kedalam kuadran *urgent action* berjumlah 11 atribut sebagai rekomendasi atribut yang perlu dilakukan perbaikan oleh Langit Musik.

Kata kunci : *Digital*, Langit Musik, *music streaming*, *M-Servqual*, *Importance Performance Competitor Analysis*

Abstract

The rapid development of digital and internet in around the world has made various sector in life changes significantly, one of them is in music sector where people are prefer to listen music by streaming rather than buying CDs or music cassettes. As music streaming become a popularity. So does many music streaming platforms entering Indonesia, such as JOOX, Spotify and many more. Indonesia has already music streaming platform owned by Telkomsel (Langit Musik). Langit Musik is a music streaming platform that cooperate by Telkomsel and PT.Melon Indonesia since January, 18th 2010 in Indonesia. Compared to Spotify as a new player which just launched March, 30th 2016 in Indonesia, the number of downloaded apps is higher than Langit Musik. On the other hand Langit Musik apps has several complaints about service performance. Therefore, this research purpose is giving recommendation in music streaming application services that need to improve in order to compete with others. This study uses the *M-Servqual* dimension with 29 attributes obtained based on relevant study literature and music streaming user interviews on Langit Musik and Spotify. Then with the *Importance Performance Competitor Analysis* method, it is found that the attributes included in the *urgent action* quadrant are 11 attributes as recommended attributes that need to be improved my Langit Musik.

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan *digital* dan internet di dunia membuat berbagai bidang dalam kehidupan mengalami perubahan yang signifikan, salah satunya pada bidang musik dimana orang lebih memilih mendengarkan musik secara *streaming* dibandingkan dengan membeli kepingan *CD* atau kaset musik. Tren mendengarkan musik secara *streaming* membuat layanan *music streaming* berlomba-lomba untuk memberikan pengalaman dan kualitas yang baik untuk menarik perhatian menggunakan layanan mereka dan mejadi pengguna yang loyal. Informasi yang didapat CNBC Indonesia (2019) pasar *music streaming* di Indonesia memiliki masa depan yang cerah. Indonesia memiliki satu-satunya aplikasi *music streaming* yang masih bertahan yaitu Langit Musik. Langit Musik diluncurkan pada tanggal 18 Januari 2010 didirikan oleh Telkomsel bekerjasama dengan PT.Melon Indonesia. Akan tetapi jumlah unduhan aplikasi ini masih kalah dibandingkan pemain luar yang baru masuk ke Indonesia

Aplikasi Musik Streaming	Rata-rata Unduhan Juni-November 2019 di Indonesia	Peringkat Keseluruhan di Indonesia	Peringkat dalam Kategori Musik dan audio	Rating (19 Desember 2019) Di Indonesia
 Spotify	1.6 Juta	49	4	4.4
 Joox	1.5 Juta	71	5	3.5
 Langit Musik	160.7 ribu	185	9	4.1
 Youtube Music	270.5 ribu	97	6	4.5

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah unduhan dari aplikasi Langit Musik masih jauh dibandingkan kompetitornya. Data tersebut diambil menggunakan *platform* similarweb yang diambil pada bulan Juni-November 2019 dan Spotify yang berada di turutan pertama sebesar 1.6 juta unduhan, Spotify yaitu sebesar 1.5 Juta, Langit Musik yaitu sebesar 160.7 ribu dan Youtube Music sebesar 270.5 ribu. Peringkat keseluruhan di Indonesia aplikasi Spotify lebih tinggi dibandingkan kompetitornya yaitu pada peringkat ke 49, sedangkan Joox pada peringkat ke 71, Langit Musik pada peringkat ke 185, Youtube Music pada peringkat ke 97. Pada kategori music dan *audio* aplikasi Spotify menempati peringkat ke empat, sedangkan Joox menempati peringkat ke lima, Langit Musik pada peringkat ke Sembilan, Youtube Music pada peringkat keenam. *Rating* pada aplikasi Spotify sebesar 4.6, sedangkan Joox meraih *rating* sebesar 4.4, Langit Musik meraih *rating* sebesar 4.1, Youtube Music meraih *rating* sebesar 4.1. Dari data yang diperoleh pada tabel tersebut menunjukkan bahwa Langit Musik kalah saing dengan *platform* yang berasal dari luar negeri dalam memperebutkan pasar *streaming* musik dalam negeri. *platform* yang berasal dari luar negeri dalam memperebutkan pasar *streaming* musik dalam negeri. Langit

Musik rilis terlebih dahulu di Indonesia dibandingkan Spotify yang rilis pada 30 Maret 2016 (Wikipedia, n.d.) tidak menjadi jaminan sebagai *market leader* dalam layanan *music streaming* terutama di Indonesia.

Berdasarkan permasalahan yang dimiliki Langit Musik maka perlu dilakukan perbaikan layanan aplikasi *music streaming* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

2. Landasan Teori

2.1. M-S Quality

Dimensi *M-S Qual* dirancang untuk mengukur kualitas layanan pada cakupan ponsel. Adapun dimensi *M-S Qual* yaitu *efficiency, system availability, content, privacy, fulfillment, responsiveness, compensation, contact* dan *billing* : (Huang, Lin, & Fan, M-S-QUAL: Mobile service quality measurement, 2015)

2.2. Importance Performance Analysis

- Kuadran I (*keep up the goodwork*)

Atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja dari sebuah atribut telah memenuhi kepuasan pelanggan. Atribut menjadi keunggulan utama dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rekomendasi pada atribut ini dipertahankan.

- Kuadran II (*possible overkill*)

Atribut yang berada pada atribut ini memiliki performa yang lebih tinggi dibandingkan kepentingan. Kepuasan pelanggan terhadap kinerja atribut ini tinggi namun pelanggan merasa atribut ini tidak terlalu penting dalam memenuhi kepuasan mereka. Rekomendasi dari atribut yang berada pada kuadran ini yaitu pihak perusahaan sendiri perlu mengalokasikan sumber daya yang ada pada atribut ini kepada atribut yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

- Kuadran III (*Low Priority*)

Atribut pada kuadran ini dikategorikan sebagai atribut yang memiliki prioritas rendah terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa tidak puas akan kinerja atribut tersebut namun pelanggan merasa atribut ini tidak terlalu penting dalam memenuhi kepuasan mereka. Rekomendasi dari atribut ini yaitu perusahaan tidak perlu melakukan pengembangan pada atribut ini.

- Kuadran IV (*Concentrate Here*)

Atribut pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja atribut gagal dalam memuaskan pelanggan dan pelanggan merasa adanya atribut tersebut sangat penting dalam memuaskan mereka. Rekomendasi dari atribut ini yaitu pihak perusahaan perlu melakukan strategi terhadap perbaikan dan pengembangan atribut tersebut.

2.3. Importance Performance Competitor Analysis

Meningkatnya persaingan bisnis mengakibatkan pentingnya perusahaan untuk membuat strategi agar dapat bersaing. Strategi dibuat untuk memperbaiki suatu layanan agar kepuasan konsumen meningkat dan loyalitas konsumen terjaga. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur performa dan menentukan atribut untuk memperbaiki layanan selular yaitu *importance performance competitor analysis*. *Importance performance competitor analysis* merupakan metode yang dikembangkan dari penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk menguji dan memberikan strategi kepada manajemen terhadap perbaikan layanan atau produk dengan mempertimbangkan perusahaan pesaing. Pelanggan dapat dikatakan belum tercapainya kepuasan apabila tingkat ekspektasi lebih tinggi dibandingkan performa perusahaan itu sendiri (Martilla & James, 1977). Skor kepentingan lebih tinggi dibandingkan performa menunjukkan *negative gap*. Sementara situasi sebaliknya

$$GAP_i = P_i - I_i$$

Catatan:

$P = Performance$

$I = Importance$

IPCA memiliki perbedaan dengan *Importance Performance Analysis* yaitu pada IPCA mengukur performa perusahaan utama dengan mempertimbangkan performa pesaing. Penentuan atribut dikelompokkan kedalam diagram *cartesian* pada metode *importance performance competitor analysis*. Jika kinerja pesaing lebih tinggi daripada perusahaan fokus, ini menunjukkan perbedaan negatif dan jika lebih rendah itu berarti perbedaan positif. Variabel PD diwakili pada sumbu x di IPCA:

$$PD_i = P_{local,i} - P_{competitor,i}$$

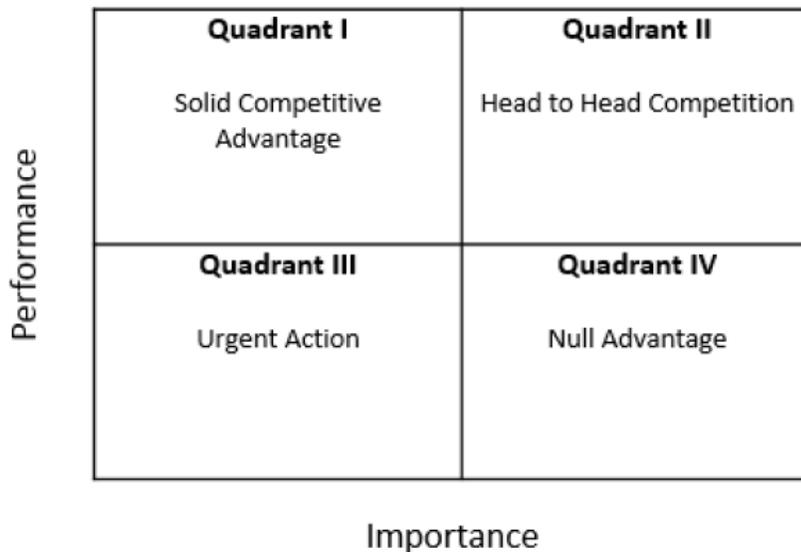
Catatan:

$PD = Positive Difference$

$P_{local} = Based Company$

$P_{competitor} = Company Competitor$

Untuk menentukan atribut tersebut pada metode *Importance Performance Competitor Analysis* menggunakan metode diagram *cartesian*. Pada diagram *cartesian* atribut dikelompokkan dan dianalisa

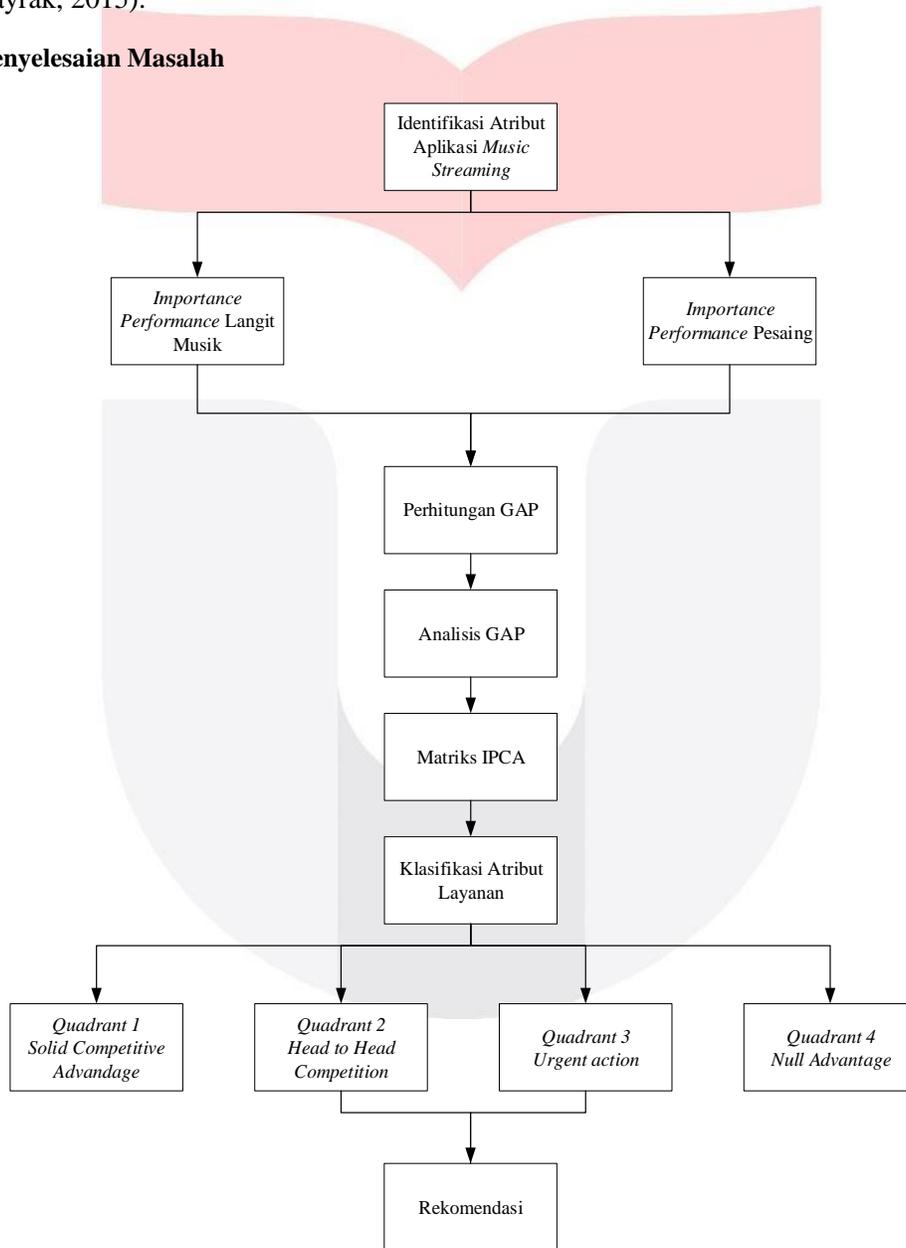


Gambar 2 Diagram IPCA

- Kuadran I: Atribut yang memiliki skor performa tinggi dibandingkan dengan competitor (*performance difference*) skor performa tinggi dibandingkan *self-stated importance scores* (positive GAP) yang diposisikan pada kuadran pertama. Atribut tersebut menunjukkan kekuatan pada perusahaan, dan pada kuadran ini dinamakan “*solid competitive advantage*”. Atribut yang ada pada kuadran ini harus dipertahankan tingkat performansinya bagi perusahaan utama.
- Kuadran II: Atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa skor kinerja yang lebih rendah dari pesaing meskipun atribut tersebut melampaui harapan pelanggan. Kuadran ini dinamakan “*head-to-head competition*”

- Kuadran III: Atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan performa yang rendah dibandingkan kompetitornya, dan memiliki tingkatan performa yang rendah dibandingkan kepentingan. Atribut ini menggambarkan kelemahan dari perusahaan pertama. Kuadran ini dinamakan “*urgent action*” oleh karena itu perusahaan utama perlu mengambil tindakan segera untuk memperbaikinya.
- Kuadran IV: Atribut yang berada pada kuadran ini memiliki performa yang lebih dibandingkan pesaing. Akan tetapi atribut ini tidak mempengaruhi peningkatan harapan pelanggan. Walaupun perusahaan berupaya untuk terlihat lebih unggul dibandingkan pesaingnya, keuntungan tersebut tidak berdampak nyata karena harapan pelanggan tidak dapat dilampaui (Albayrak, 2015).

3. Metode Penyelesaian Masalah



Gambar 4 Model Konseptual

Model konseptual merupakan rangkaian sistematis dalam penelitian berupa urutan yang disusun berdasarkan *variable* dan studi yang relevan terhadap penelitian dapat dilihat pada Gambar 4. Penelitian dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu kompetitor unggul dari *focal company*. Kemudian setelah mendapatkan kompetitor dilanjutkan dengan mengidentifikasi atribut yang ada pada aplikasi *music streaming* dengan *VoC* maupun literatur relevan dengan menggunakan dimensi *M-S Qual*. Setelah atribut berhasil diidentifikasi maka dilakukan perancangan kuesioner IPCA. Kemudian disebar kepada pengguna aplikasi *music streaming focal company* maupun kompetitor. Setelah kuesioner berhasil disebar dilakukan pengolahan data pada kuesioner terkait dengan perhitungan GAP antara performa *focal company* dengan kompetitor maupun kinerja dari *focal company* dengan kepentingan dan dilakukan analisis terhadap perhitungan GAP yang telah didapatkan. Kemudian penentuan atribut kedalam kuadran IPCA yang didapatkan dari hasil perhitungan GAP. Setelah melakukan klasifikasi atribut berdasarkan kuadran IPCA diambil atribut yang memasuki kuadran yang memerlukan rekomendasi yaitu pada kuadran *urgent action*.

Setelah dilakukan perancangan kuesioner dilanjutkan dengan penentuan sampel dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Kuesioner disebar ke pengguna aplikasi Langit Musik maupun Spotify. Mengacu pada ukuran sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah 100 sampel (Fraenkel dan Wallen, 1993) dalam (Wiyadi, 2009). Total kuesioner yang didapat yaitu 110 sampel dari pengguna Langit Musik dan dari Spotify sebesar 100 sampel. Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner secara keseluruhan dilakukan *pretest* terlebih dahulu kepada 30 responden pengguna aplikasi Langit Musik maupun Spotify dan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah kuesioner *pretest* dinyatakan valid dan *reliable*. Maka kuesioner disebar ke responden Langit Musik maupun Spotify dengan minimal responden masing-masing yaitu 100 lalu dilakukan pengecekan kembali validitas dan reliabilitas. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *software Microsoft Excel* dengan mengacu kepada *Pearson Correlation Table* dengan $n=30$ dan tingkat signifikansi 5% sebesar 0,349 untuk *pretest* dan $n=125$ dan tingkat signifikansi (Jackson S. L., 2008). Uji Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *software Microsoft Excel* dengan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan Hair dkk. dalam (Ahdika, 2017) yaitu apabila skor *Alpha Cronbach* 0,0-0,2 tingkat reliabilitas “Kurang *reliable*”, >0,20-0,40 tingkat reliabilitas “Agak bisa digunakan”, >0,40-0,60 tingkat reliabilitas “Cukup bisa digunakan”, >0,60-0,80 tingkat reliabilitas “Reliable”, >0,80-1,00 tingkat reliabilitas sangat *reliable*.

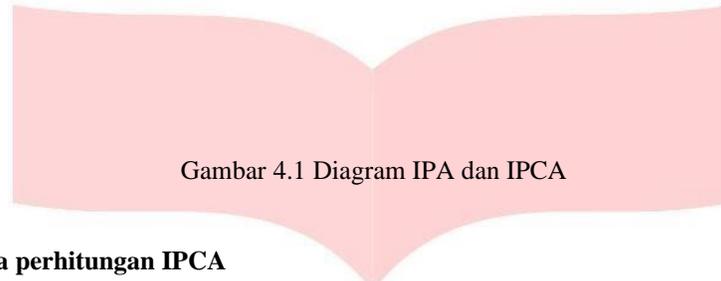
4. Pembahasan

4.1. Pengolahan Data perhitungan IPA *Focal Company*

Pada Gambar 4.1 atribut yang menempati kuadran *keep up the goodwork* yaitu Ketersediaan panduan untuk mendapatkan akses premium (EF2), keakuratan hasil pencarian lagu (EF4), kesesuaian rekomendasi lagu dengan selera musik user (EF5), ketersediaan fitur pelengkap lagu (SA3), keamanan saat melakukan pembayaran (PV2), ketersediaan fitur saran aplikasi (RP3), pembaruan fitur secara terus menerus (CP2), kemampuan customer service dalam memberikan solusi terhadap keluhan (CC2), ketersediaan saluran transaksi yang beragam (BL1). Sedangkan atribut yang menempati kuadran *possible overkill* yaitu kemudahan aplikasi untuk dioperasikan (EF3), keakuratan informasi lagu yang disajikan (CT1), layout aplikasi yang teratur (CT3), keamanan data pribadi terjaga dengan baik (PV1), kejelasan tata cara pembayaran (PV3), kesopanan customer service dalam melayani keluhan user (CC1). Sedangkan atribut yang menempati kuadran *low priority* yaitu kecepatan aplikasi dalam merespon perintah user (EF1), aplikasi memiliki fungsionalitas yang baik (SA1), kelengkapan pengaturan aplikasi (SA2), tampilan aplikasi menarik (CT2), kelenkapan pilihan lagu yang tersedia pada aplikasi (FM1), kemampuan aplikasi menyajikan lagu yang up to date (FM2), lagu dengan kualitas yang baik (FM3), kecepatan customer service dalam menanggapi keluhan pelanggan (RP2), ketersediaan kompensasi masalah (CP1), kesesuaian kompensasi dengan keluhan yang dirasakan user (CP3). Sedangkan atribut yang menempati kuadran *urgent action* yaitu ketersediaan fitur bantuan aplikasi (RP1), ketersediaan berbagai cara untuk menghubungi customer service (CC3).

IPA

IPCA



Gambar 4.1 Diagram IPA dan IPCA

4.2. Pengolahan Data perhitungan IPCA

Pada Gambar 4.1 Terdapat 18 atribut yang menempati kuadran null advantage diantaranya yaitu ketersediaan panduan untuk mendapatkan akses premium (EF2), kesesuaian rekomendasi lagu dengan selera music (EF5), ketersediaan fitur pelengkap lagu (SA3), keakuratan informasi lagu yang disajikan (CT1), layout aplikasi yang teratur (CT3), keamanan data pribadi terjaga dengan baik (PV1), keamanan saat melakukan pembayaran (PV2), kejelasan tata cara pembayaran (PV3), ketersediaan fitur saran aplikasi (RP3), ketersediaan kompensasi masalah (CP1), pembaruan fitur secara terus menerus (CP2), kesesuaian kompensasi dengan keluhan yang dirasakan user (CP3), kesopanan customer service dalam melayani keluhan user (CC1), kemampuan custome service dalam memberikan solusi terhadap keluhan yang ada (CC2), ketersediaan saluran transaksi yan beragam (BL1), ketersediaan informasi biaya akses premium (BL2) dan harga akses premium yang terjangkau (BL3). Terdapat 11 atribut yang menempati kuadran urgent action diantaranya yaitu kecepatan aplikasi dalam merespon perintah user (EF1), kemudahan aplikasi untuk dioperasikan (EF3), aplikasi memiliki fungsionalitas yang baik (SA1), kelengkapan pengaturan aplikasi (SA2), tampilan aplikasi yang menarik (CT2), kelengkapan pilihan lagu yang tersedia pada aplikasi (FM1), kemampuan aplikasi menyajikan lagu up to date (FM2), lagu dengan kualitas yang baik (FM3), ketersediaan fitur bantuan pada aplikasi (RP1), kecepatan customer service dalam menanggapi keluhan pelanggan (RP2), ketersediaan berbagai cara untuk menghubungi customer service (CC3).

5. Kesimpulan

Pada penelitian diuraikan tujuan yang sudah dirumuskan sebelumnya sebagai berikut:

- 5.1. Total atribut yang berhasil diidentifikasi berdasarkan VoC dan literatur yaitu dua puluh Sembilan atribut dengan dimensi M-Servqual. Dimensi M-Servqual terdiri dari Sembilan dimensi yaitu efficiency, system availability, content, privacy, fulfillment, responsiveness, compensation, contact dan billing. Atribut yang termasuk kedalam dimensi efficiency terdapat lima buah atribut, dimensi system availability terdapat tiga buah, dimensi content terdapat tiga buah, dimensi privacy terdapat tiga buah, dimensi fulfillment tiga buah, dimensi responsiveness terdapat tiga buah, dimensi compensation terdapat tiga buah, dimensi contact terdapat tiga buah, dimensi billing terdapat tiga buah
- 5.2. Setelah dilakukan proses pengidentifikasian atribut pengolahan data kuesioner Importance Performance Competitor Analysis didapatkan delapan belas atribut yang masuk kedalam kuadran null advantage dan pada kuadran urgent action sebesar sebelas atribut.
- 5.3. Pada penelitian ini kuadran yang diberikan untuk rekomendasi kepada pihak Langit Musik untuk memperbaiki layanan *music streaming* yaitu atribut yang berada pada kuadran urgent action. Atribut yang termasuk kedalam kuadran urgent action diantaranya yaitu kecepatan aplikasi dalam merespon perintah user (EF1), kemudahan aplikasi untuk dioperasikan (EF3), aplikasi memiliki fungsionalitas yang baik (SA1), kelengkapan pengaturan aplikasi (SA2), tampilan aplikasi yang menarik (CT2), kelengkapan pilihan lagu yang tersedia pada aplikasi (FM1), kemampuan aplikasi menyajikan lagu yang up-to-date, lagu dengan kualitas yang baik (FM3), ketersediaan fitur bantuan aplikasi (RP1), kecepatan customer service dalam menanggapi keluhan pelanggan (RP2) dan ketersediaan

berbagai cara untuk menghubungi customer service (CC3). Yang dimana atribut tersebut perlu dilakukan perbaikan oleh pihak Langit Musik agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Daftar Pustaka

- Ahdika, A. (2017). Improvement of Quality, Interest, Critical, and Analytical Thinking Ability of Students through the Application of Research Based Learning (RBL) in Introduction to Stochastic Processes Subject. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 12, 167-191.
- Albayrak, T. (2015). Importance Performance Competitor Analysis (IPCA): A Study of Hospitality Companies. *International Journal of Hospitality Management*, 135-142.
- Huang, E. Y., Lin, S. W., & Fan, Y. C. (2015). M-S-QUAL: Mobile service quality measurement. *Electronic Commerce Research and Application*, 17.
- Jackson, S. L. (2008). *Research Methods and Statistics; A Critical Thinking Approach*. 3rd.
- Jackson, S. L. (2008). *Research Methods and Statistics; A Critical Thinking Approach* (3rd ed.).
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 79.
- Wikipedia. (t.thn.). Dipetik Desember 20, 2019, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Spotify>
- Wiyadi. (2009). Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis*, 77-92. Diambil kembali dari <https://journal.uin.ac.id/JSB/article/view/2015/1769>
- Zaiontz, C. (t.thn.). *Pearson's Correlation Table*. Dipetik April 2, 2020, dari <http://www.real-statistics.com/statistics-tables/pearsons-correlation-table/>