

## ABSTRAKSI

Pesatnya pertumbuhan pelanggan seluler menjanjikan potensi yang besar pada industri telekomunikasi ini. Peluang tersebut mengakibatkan para operator seluler akan bersaing untuk bisa menarik calon pelanggan sebanyak mungkin. Kondisi ini memperbesar kemungkinan pelanggan seluler untuk pindah (*churn*) dari satu produk kartu seluler ke produk kartu seluler yang lain. Tingginya tingkat *churn* ternyata dihadapi oleh Telkomsel pada kartu simPATI untuk daerah pemasaran Bandung. Melihat keadaan di atas, maka perlu dilakukan penelitian tentang perpindahan pelanggan (*customer churn*) kartu simPATI sebagai masukan bagi Telkomsel dalam upaya mempertahankan pelanggan (*customer retention*).

Dalam merumuskan program *customer retention* kartu simPATI, perlu untuk diketahui karakteristik *customer* yang pernah melakukan *churn* dan alasan-alasan yang menyebabkannya. Penelitian dilakukan dengan survey yang menggunakan metoda *Simple Random Sampling*, dimana instrumen pengumpulan data primernya berupa kuesioner yang disebarikan kepada responden yang pernah mematikan nomor simPATI. Selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan metode statistik deskriptif, yaitu frekuensi, tabulasi silang dan chi square.

Dari hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa karakteristik *customer* yang pernah melakukan *churn* dari simPATI adalah mayoritas berusia antara 18 – 25 tahun dan berstatus pelajar atau mahasiswa. Kartu seluler utama yang mereka gunakan saat ini adalah IM3 dari Indosat. Sebagian besar responden mematikan kartu simPATI nya antara 6 bulan sampai 2 tahun yang lalu dan pada umumnya dari mereka tidak bergabung dalam keanggotaan simPATIzone. Alasan teknis terbanyak penyebab *customer churn* kartu simPATI adalah tarif yang mahal. Sedangkan untuk alasan non teknis, responden memilih alasan tidak disengaja karena kartu hilang.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa diperlukan program *customer retention* untuk menekan tingkat *churn* kartu simPATI. Program tersebut antara lain diskont tarif SMS ke sesama pengguna kartu simPATI, memberikan layanan *mobile banking* kepada seluruh pelanggan simPATI, mensosialisasikan simPATIzone, meningkatkan frekuensi pemberitahuan batas akhir pengisian pulsa melalui SMS, dan mengendalikan harga kartu perdana agar jangan sampai lebih murah dari nilai nominal pulsa yang dikandungnya.

STTTTELKOM