

ABSTRAKSI

Bertambahnya para pemain baru di dunia bisnis telekomunikasi, khususnya telekomunikasi seluler, semakin menambah tingkat persaingan di dunia bisnis telekomunikasi menjadi persaingan yang turbulen dan radikal. Hal tersebut juga dialami oleh TELKOMFlexi, sebagai salah satu produk utama PT Telkom dan *pioneer* sarana telekomunikasi CDMA di kota Medan. Perpindahan pelanggan TELKOMFlexi merupakan salah satu hal yang mengindikasikan kondisi persaingan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari churn customer rate TELKOMFlexi yang terjadi. Pada bulan Maret 2006, churn customer rate TELKOMFlexi yang terjadi sebesar 259,65 %. Angka tersebut sangat tinggi mengingat target minimal yang disusung oleh TELKOMFlexi adalah mendapatkan 30% dari total sales yang dilakukan. Dengan kata lain, churn customer rate yang masih dapat ditolerir adalah 70%. Oleh karena itu perlu dilakukan suatu penelitian mengenai perilaku pelanggan TELKOMFlexi sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk customer's switching cost TELKOMFlexi dan faktor-faktor penyebab churn customer TELKOMFlexi di kota Medan agar dapat menghasilkan suatu program pengendalian churn customer TELKOMFlexi di kota Medan sebagai usulan kepada pihak manajemen PT Telkom.

Model penelitian ini dikembangkan melalui brainstorming dengan pihak PT Telkom Divre I Sumatra. Pada penelitian ini, variabel yang diteliti adalah price, quality, delivery dan service. Pengolahan data yang dilakukan dari hasil penyebaran kuisioner adalah mencari persepsi pelanggan terhadap variabel-variabel yang diukur serta menghitung nilai switching index dari tiap faktor yang diukur. Selain itu, pengukuran switching index TELKOMFlexi juga dilakukan untuk mengetahui posisi TELKOMFlexi dilihat dari sikap pelanggan terhadap TELKOMFlexi. Perhitungan nilai switching index dan persepsi pelanggan tersebut akan mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi customer's switching cost dan faktor-faktor penyebab churn customer TELKOMFlexi di kota Medan. Hasil perhitungan inilah yang dapat dijadikan acuan untuk membuat rekomendasi perbaikan program pengendalian churn customer.

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai switching index TELKOMFlexi adalah sebesar 0,21 (lebih kecil dari 0,5) yang menunjukkan bahwa posisi TELKOMFlexi relatif aman karena pelanggan TELKOMFlexi cenderung bersikap loyal terhadap TELKOMFlexi. Selain itu, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas sinyal TELKOMFlexi, kualitas suara dan kecepatan transfer data TELKOMFlexi, coverage area TELKOMFlexi dan ketanggapan dalam menangani keluhan pelanggan adalah faktor-faktor yang penyebab churn customer. Sedangkan faktor yang menjadi customer's switching cost adalah keramahan dalam menangani keluhan pelanggan, kemudahan menggunakan bermacam-macam fitur, tarif panggilan lokal antar PSTN dan TELKOMFlexi, kemudahan mendapatkan nilai voucher, tarif panggilan lokal ke GSM, ketersediaan tempat penyampaian keluhan pelanggan, kualitas terminal (baru/bekas), kemudahan mendapatkan terminal baru, ketersediaan tempat pembelian voucher, tarif SMS, kemudahan mendapatkan terminal bekas, harga terminal bekas, tarif panggilan SLJJ antara PSTN dan TELKOMFlexi, kemudahan mendapatkan informasi TELKOMFlexi serta harga terminal baru TELKOMFlexi (nilai $\leq 0,5$).

Dengan adanya hasil tersebut, maka usulan langkah yang dapat diberikan kepada pihak manajemen yaitu melakukan sosialisasi SOP (Standard Operation Procedure) serta pelatihan yang lebih intensif kepada para karyawan sebagai dasar untuk memberikan layanan dengan kualitas yang lebih baik kepada pelanggan. Sedangkan langkah-langkah taktis lain yang perlu dilakukan adalah pengadaan genset sebagai upaya untuk mengantisipasi pemadaman listrik di kota Medan, serta perbaikan sistem penanganan keluhan pelanggan menjadi sistem yang lebih efektif dan efisien tanpa mengesampingkan kualitas penanganan keluhan tersebut.

Kata kunci : Customer's switching cost, Churn customer, Switching index.