

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

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. Untuk itu, PT Telkom, melalui layanan TELKOMFlexi, perlu mengadakan suatu penelitian/analisis terhadap perilaku pelanggan TELKOMFlexi untuk mengetahui kebijakan/strategi apa yang harus diambil agar *sustainable market* TELKOMFlexi dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Berbagai persepsi, positif maupun negatif, terhadap kualitas layanan TELKOMFlexi sudah tertanam di benak pelanggan. Salah satu dampak negatif yang terjadi dari persepsi negatif masyarakat terhadap kualitas layanan TELKOMFlexi adalah terjadinya churn customer dari TELKOMFlexi ke produk lain. 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%.

Berdasarkan uraian di atas, banyak hal yang harus dikaji untuk mengurangi jumlah churn customer. Untuk mengurangi dan mengendalikan tingkat churn customer TELKOMFlexi yang terjadi, maka perlu dilakukan analisis terhadap faktor-faktor pembentuk customer's switching cost TELKOMFlexi dan faktor-faktor dominan penyebab terjadinya churn customer.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah yang akan di bahas dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- ✓ Apa yang menjadi faktor-faktor pembentuk customer's switching cost TELKOMFlexi di kota Medan ?
- ✓ Apa yang menjadi faktor-faktor penyebab terjadinya churn customer TELKOMFlexi di kota Medan ?
- ✓ Bagaimana program pemasaran untuk mengendalikan churn customer TELKOMFlexi di kota Medan ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- ✓ Mengetahui faktor-faktor yang menjadi customer's switching cost TELKOMFlexi
- ✓ Mengetahui faktor-faktor penyebab/latar belakang terjadinya churn customer TELKOMFlexi ke produk lain.
- ✓ Menentukan program pengendalian churn customer TELKOMFlexi di kota Medan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Tugas akhir ini disusun dengan harapan dapat memberikan manfaat :

- ✓ Menghasilkan suatu program pengendalian churn customer TELKOMFlexi, sehingga tingkat churn customer TELKOMFlexi dapat ditekan seminimal mungkin.

1.5 PEMBATASAN MASALAH

Agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas, maka dalam Tugas Akhir ini ruang lingkup pembahasan dibatasi pada hal-hal sebagai berikut :

- ✓ Penelitian ini hanya dilakukan terhadap FLEXI Trendy, yang selanjutnya pada penelitian ini akan disebut TELKOMFlexi.
- ✓ Penelitian ini hanya dilakukan terhadap empat dimensi global dari TELKOMFlexi yaitu **price, quality, delivery** dan **service**.
- ✓ Pengukuran ini dilakukan terhadap fasilitas layanan TELKOMFlexi yang relatif lebih dikenal oleh responden, seperti telepon dan SMS. Pengukuran penggunaan komunikasi data, seperti GPRS, tidak dilakukan, karena relatif tidak dikenal oleh masyarakat.

STTTTELKOM