

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis internet di Indonesia saat ini telah berkembang dengan pesat. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan dan pengguna jasa internet. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2005 jumlah pelanggan jasa internet mencapai 1,5 juta dan jumlah pengguna mencapai 16 juta. Angka tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2006 dimana jumlah pengguna jasa internet mencapai 20 juta dan 6 juta yang berlangganan, diperkirakan angka tersebut akan semakin meningkat pada tahun mendatang (<http://www.apjii.or.id>).

Peningkatan jumlah pelanggan dan pengguna jasa internet tersebut diperkirakan akan meningkatkan pula kesempatan bisnis dan kompetisi antara penyelenggara jasa internet (PJI) yang ada. Saat ini di Indonesia terdapat beberapa PJI yang telah mendapat izin dari Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi diantaranya Telkomnet, IndosatM2, Melsa, CBN, dan Centrin. Semakin banyaknya pilihan ini telah membuka peluang bagi pelanggan untuk memilih layanan akses internet yang dapat memenuhi kepuasan yang diharapkannya. Bagi mereka yang puas, mungkin akan tetap menjadi pelanggan. Dan bagi mereka yang tidak puas maka akan menyampaikan keluhan dan juga mempertimbangkan untuk churn ke layanan akses internet lain.

Speedy merupakan layanan akses internet end to end dengan menggunakan basis teknologi Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL), dapat menyalurkan data, suara dan video secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan maksimal 384 Kbps yang dijamin dari modem sampai BRAS (Broadband Remote Access Server) di sisi perangkat Telkom, layanan ini baru saja diluncurkan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk pada awal tahun 2006 yang lalu. Kemunculan Speedy tentu saja semakin meningkatkan kompetisi antara PJI yang ada.

Tabel 1.1 Data penjualan dan churn pelanggan Speedy

Keterangan	November 2006	Desember 2006	Januari 2007
Penjualan	1168	394	794
Pelanggan Churn	46	53	76

Sumber : Telkom Speedy Bandung (2007)

Speedy berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kepuasan pelanggan agar tidak churn ke layanan akses internet lain karena kepuasan yang terpenuhi akan meningkatkan loyalitas dan juga menekan angka churn pelanggan. Adanya pelanggan Speedy yang melakukan churn mungkin disebabkan oleh adanya ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan. Oleh karena itu, mengingat pentingnya kepuasan pelanggan sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas dan mencegah churn pelanggan ke layanan akses internet lain maka penelitian tugas akhir ini perlu untuk dilakukan, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi masalah tersebut melalui strategi bisnis yang tepat termasuk dengan meretensi pelanggannya.

1.2. Perumusan Masalah

Dalam penelitian tugas akhir ini, secara garis besar dapat dirumuskan beberapa hal yang menjadi masalah, yaitu :

1. Apakah alasan pelanggan menggunakan layanan Speedy sebagai koneksi internetnya ?
2. Berapakah persentase pelanggan layanan akses internet lain yang beralih menjadi pelanggan Speedy ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada layanan akses internet lain sebelum beralih menjadi pelanggan Speedy ?
4. Bagaimana karakteristik pelanggan Speedy saat ini ?
5. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Speedy saat ini ?
6. Apakah faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan Speedy ?
7. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan Speedy saat ini ?
8. Bagaimana program customer retention yang tepat untuk layanan Speedy ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian tugas akhir yang dilakukan ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi alasan pelanggan menggunakan Speedy sebagai koneksi internetnya.
2. Menentukan persentase pelanggan layanan akses internet lain yang beralih menjadi pelanggan Speedy.
3. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan pada layanan akses internet lain sebelum beralih menjadi pelanggan Speedy.
4. Menentukan karakteristik pelanggan Speedy saat ini.

5. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Speedy saat ini
6. Menentukan faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan Speedy.
7. Menentukan tingkat loyalitas pelanggan Speedy saat ini.
8. Merumuskan program customer retention yang tepat untuk layanan Speedy.

1.4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak perusahaan diantaranya sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman mengenai faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menjadi perhatian utama dalam melakukan improvement.
2. Memahami karakteristik pelanggan yang ada saat ini sehingga penerapan strategi bisnis perusahaan dapat tepat sasaran.
3. Memberikan pemahaman mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap tingkatan loyalitas.
4. Membantu perusahaan dalam upaya menekan angka churn pelanggan.
5. Membantu perusahaan untuk meningkatkan revenue dan market share.
6. Membantu perusahaan untuk merancang program customer retention yang tepat.

1.5. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian tugas akhir ini tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan semula. Beberapa pembatasan yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Responden merupakan pelanggan Speedy dan pelanggan pesaing.
2. Layanan yang diukur adalah Speedy Personal.
3. Variabel untuk pengukuran kepuasan pelanggan diturunkan dari dimensi marketing mix 7P (product, price, place, promotion, process, people dan physical evidence).
4. Pengkategorian tingkatan loyalitas pelanggan mengacu pada teori yang dikemukakan oleh David A. Aaker.
5. Data yang bersifat sosial dan politik yang mungkin mempengaruhi penelitian tugas akhir ini, berada diluar jangkauan peneliti.