

## ABSTRAKSI

Pertumbuhan bisnis selular GSM (*Global System for Mobile Communication*) berkembang pesat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Wireless Intelligent, jumlah pengguna seluler di Indonesia pada Quartal kedua 2008 mencapai 116.144.392. Dengan jumlah yang sangat besar ini, Indonesia menduduki posisi ke-6 sebagai negara dengan pengguna seluler terbanyak di dunia (detiknet,17/09/2008). Fakta ini menunjukkan atraktifnya bisnis selular di Indonesia dimana potensi pasarnya masih sangat besar.

Sedangkan tingkat penetrasi ponsel di Indonesia baru mencapai 22-24%, karena kemungkinan besar konsumen seluler Indonesia memiliki lebih dari satu kartu. Ditambah lagi rata-rata churn yang terjadi pada Telkomsel cukup besar sehingga perlu dilakukan pengelolaan pelanggan dengan sebuah *Customer Loyalty Program*. Salah satu *Customer Loyalty Program* yang dilakukan oleh Telkomsel adalah dengan adanya Telkomsel *Community*. Telkomsel *Community* adalah program untuk pelanggan dimana pelanggan mendaftarkan diri sebagai *member* untuk dapat ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dan mendapatkan *benefit* yang lainnya.

Oleh karena itu perlu dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui faktor-faktor pendorong untuk bergabung dalam Telkomsel *Community*, melakukan pengukuran tingkat kepuasan anggota terhadap program Telkomsel *Community* eksisting, dan melakukan perbandingan terhadap komunitas lain yang dimiliki oleh operator pesaing. Data yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan deskriptif frekuensi.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa faktor pendorong untuk bergabung adalah melalui sms dari Telkomsel (38%) dan ajakan dari teman (34%). Sedangkan untuk tingkat kepuasan variabel yang paling tinggi adalah variabel *Promotion* (69,94%) dan yang paling rendah adalah variabel *Benefit* (68.87%), sehingga yang jadi prioritas untuk dilakukan perbaikan berdasarkan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan anggota adalah variabel *benefit*. Selain itu, usulan perbaikan juga diberikan untuk faktor pendorong dan variabel-variabel yang lainnya seperti variabel *Registration*, *Information*, dan *Promotion*.

Kata Kunci: *Churn*, *Loyalty Program*, *Telkomsel Community*, *Customer Satisfaction Index*