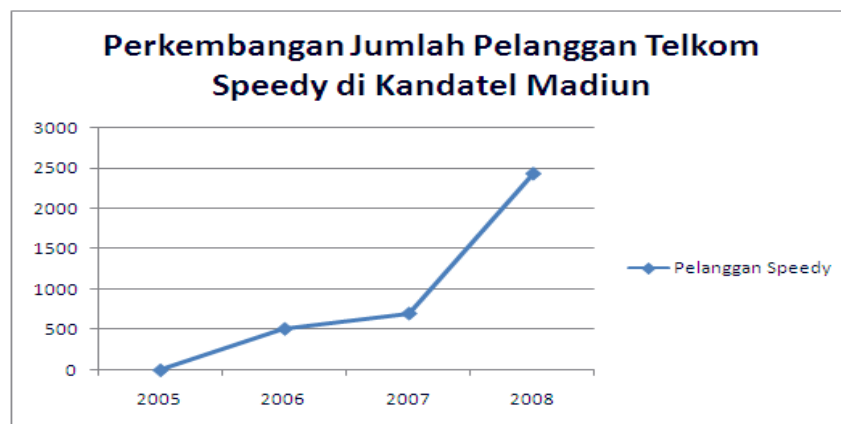


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekarang ini, persaingan usaha dalam dunia telekomunikasi dan informasi membawa dampak besar bagi kelangsungan hidup perusahaan pertelekomunikasian. Salah satu contohnya adalah internet. Internet adalah media untuk mendapatkan segala macam informasi dengan mudah dan cepat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna internet yang selalu bertambah dari waktu ke waktu. Baik digunakan untuk keperluan pendidikan, bisnis, ataupun hanya sekedar untuk hiburan saja.

Pasar yang terus meningkat, membuat beberapa perusahaan telekomunikasi ingin masuk didalamnya. Hal ini menuntut semua perusahaan di dalamnya untuk selalu berinovasi agar dapat mempertahankan pelanggan. Begitu pula yang dilakukan oleh PT.Telkom. Dalam persaingan dunia bisnis telekomunikasi di Indonesia, PT.Telkom merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar dan tentunya selalu berusaha memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Salah satu produk andalan PT. Telkom yang sudah diluncurkan adalah Telkom Speedy. Begitu pula yang dialami oleh Telkom Madiun. Grafik peningkatan jumlah pelanggan Telkom Speedy Di Area Madiun dapat terlihat pada gambar 1.1 di bawah ini.



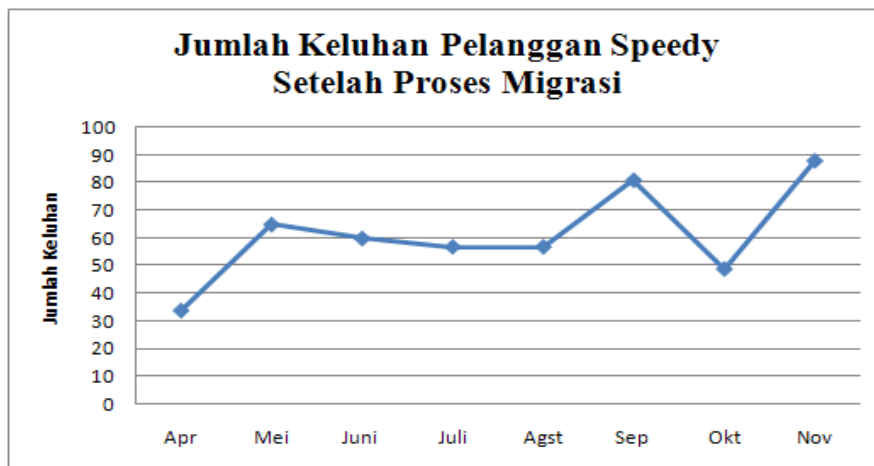
Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan Telkom Speedy di Area Madiun

Sumber: Data Internal PT. Telkom, Tbk Area Madiun

Mengingat bahwa produk Speedy ini merupakan salah satu produk andalan dari PT.Telkom, maka perlu adanya suatu evaluasi dari perusahaan untuk lebih mengarah pada

peningkatan kualitas layanan demi tercapainya kepuasan pelanggan. Selain itu banyaknya keluhan pelanggan tentang layanan Speedy menjadi salah satu pendorong untuk semakin meningkatkan mutu dari layanan produk tersebut. PT.Telkom sudah melakukan proses migrasi alat produksi Speedy agar kecepatan untuk mengakses internet lebih cepat dari yang sebelumnya. Seperti yang dilakukan juga oleh Telkom Madiun, Telkom Madiun mulai melakukan migrasi alat produksi Speedy sejak April 2008. Jika sebelumnya kecepatan maximal Telkom Speedy hanya 384 kbps, dengan adanya migrasi Speedy kecepatannya dapat mencapai 1 Mbps. Peningkatan kecepatan ini telah dilakukan di sebagian lokasi di 59 kota dan akan terus diperluas hingga ke seluruh area cakupan layanan Speedy di lebih dari 220 kota di seluruh Indonesia. Pelanggan Speedy dapat menikmati peningkatan kecepatan ini tanpa dikenai tambahan biaya apa pun. Dengan adanya pengembangan kualitas layanan ini dapat dijadikan suatu sarana untuk mempertahankan pelanggan dan menarik calon pelanggan baru.

Dengan adanya proses migrasi yang dilakukan oleh PT.Telkom khususnya di Madiun, perusahaan berharap dapat mengurangi terjadinya tingkat churn pelanggan speedy. Namun setelah layanan ini berjalan beberapa bulan sudah banyak bermunculan keluhan dari pelanggan. Banyaknya jumlah keluhan pelanggan dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut :



Gambar 1.2 Jumlah Keluhan Pelanggan Speedy Setelah Proses Migrasi

Sumber: Data Internal PT. Telkom, Tbk Area Madiun

Komplain tersebut sebagian besar meliputi masalah sulitnya koneksi ke Speedy, masih lambatnya akses internet, koneksi yang tidak stabil dan masalah ping modem. Dengan banyaknya keluhan dari pelanggan, tidak sedikit juga pelanggan Telkom Speedy yang pindah ke produk lain dikarenakan ada beberapa faktor yang kurang berkenan dihati pelanggan. Besarnya tingkat *churn* berdampak pada menurunnya *revenue* yang diperoleh PT. Telkom.

Performansi Pelanggan Speedy yang *churn* ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini yang terjadi pada periode April - November tahun 2008:

Bulan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November
PSB	52	95	72	76	207	97	31	60
Cabut	34	40	35	24	31	39	50	55

Tabel 1.1 Data Pelanggan Speedy Personal

Sumber: Data Internal PT.Telkom, Tbk Area Madiun

Provider Telkom Speedy adalah salah satu *internet service provider* yang sadar mengenai permasalahan perpindahan pelanggan. Menurut penelitian *Wireless Industries Services* yang dilakukan pada tahun 2001, diketahui bahwa untuk mendapatkan pelanggan baru akan menghabiskan biaya yang lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan (J.D. Power & Associates U.S. wireless industries services,2001). Oleh karena itu perlu diketahui mengenai hal-hal apa saja yang mempengaruhi pelanggan speedy beralih ke produk lain. Tidak hanya itu saja, dengan melihat grafik diatas dan diketahui faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi *churn* pelanggan tersebut maka PT. Telkom dituntut untuk mengupayakan program-program retensi yang efektif untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Karena efek dari perpindahan pelanggan dapat mengakibatkan pengurangan *market share*, *profitability* yang rendah dan penambahan biaya (Reichheld and Sasser 1990: Rust and Zahorik 1993: Rust, Zahorik, and Keiningham 1995, dalam Bansal and Taylor 1999). Selain itu, hasil dari program retensi pelanggan dapat menumbuhkan motivasi, persepsi, dan perilaku yang menguntungkan penyedia jasa (Bansal and Taylor, 1999). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hasanuddin (1997), yang mengatakan bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang dengan antusias dan sukarela merekomendasikan produk kita kepada orang lain, walaupun belum tentu ia masih menjadi pelanggan produk atau perusahaan tersebut.

Penelitian ini mengangkat topik mengenai pengukuran kualitas pelayanan Telkom Speedy. Dengan menggunakan lima dimensi yaitu : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan lebih akurat. Dan penelitian ini sebagai dasar untuk penentuan program retensi pelanggan speedy, maka penelitian ini penting untuk dilakukan.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang menyebabkan pelanggan Telkom Speedy melakukan *churn*?
2. Bagaimana penilaian kepuasan pelanggan terhadap pergantian alat produksi pada layanan Telkom Speedy?
3. Bagaimana program retention untuk mencegah terjadinya perpindahan pelanggan Telkom Speedy?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan Telkom Speedy churn
2. Mengetahui penilaian kepuasan pelanggan terhadap performansi Telkom Speedy sekarang
3. Mengetahui program retention untuk mencegah perpindahan pelanggan Telkom Speedy

1.4 Manfaat Masalah

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan Speedy.
2. Diharapkan dapat menerapkan program retensi yang efektif guna mempertahankan pelanggan.
3. Membantu perusahaan untuk meminimalisasi tingkat churn pelanggan speedy.
4. Dapat menambahkan ilmu pemasaran bagi si penulis.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memperoleh hasil penelitian yang tidak menyimpang dari topik yang dibahas dan untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas, maka perlu dilakukan beberapa pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan speedy yang sudah churn dan pelanggan speedy di Area Madiun.
2. Data pendukung diperoleh melalui data sekunder dari PT. Telkom Madiun.
3. Analisa dilakukan terhadap hasil pengolahan data yang diperoleh selama masa penelitian, jika ada perubahan setelah itu tidak dimasukkan dalam analisis.

4. Pelanggan yang diteliti hanya Pelanggan Speedy Personal.
5. Data perpindahan dan keluhan pelanggan yang disertakan hanya data pelanggan setelah adanya proses migrasi yaitu dari April-November 2009.
6. Perumusan program retensi tidak sampai pada tahap implementasi, hanya berupa rekomendasi perusahaan dalam mengambil kebijakan.
7. Tidak membahas vendor sebagai pihak ketiga.