

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan antar operator seluler saat ini sangat pesat, baik dalam hal produk, harga, jalur komunikasi, maupun layanan. Tiap operator berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan yang berpindah-pindah dari satu operator ke operator lain, istilah ini disebut dengan *churn* pelanggan. PT.Indosat Tbk, selanjutnya disebut Indosat yang merupakan salah satu operator seluler besar di Indonesia juga menghadapi masalah *churn* pelanggan. Tingkat *churn* pelanggan di Indosat berkisar 8-12% tiap bulannya (Divisi *Loyalty&Retention*,2007). Melihat hal ini Indosat merasa perlu untuk melakukan usaha-usaha untuk meretensi pelanggan (*customer retention*) yang dimiliki saat ini.

Salah satu usaha retensi yang dilakukan oleh Indosat khususnya unit *Community* pada divisi *Loyalty & Retention* adalah membentuk Indosat *Community*. Indosat *Community* merupakan suatu wadah komunikasi interaktif yang dibentuk oleh Indosat untuk menghimpun seluruh pelanggannya, sehingga melalui wadah ini Indosat dapat menunjukkan loyalitasnya dengan memberikan benefit-benefit bagi para pelanggan. Indosat *Community* diresmikan pada 29 Agustus 2006, hingga Januari 2007 anggota Indosat *Community* hanya sekitar 10.000 anggota dari 1.500.000 pelanggan Indosat yang berdomisili di Bandung. Indosat masih merasa perlu untuk melakukan perbaikan terhadap program *Customer Retention* Indosat *Community*, agar lebih sesuai dengan keinginan anggotanya dan dapat membantu usaha meretensi pelanggan yang sudah ada, agar tidak *Churn* dari Indosat.

Oleh karena itu perlu dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi preferensi bagi anggota untuk bergabung dalam Indosat *Community*, melakukan pengukuran tingkat kepuasan anggota terhadap program Indosat *Community* eksisting, dan melakukan perbandingan terhadap komunitas lain yang dimiliki oleh operator pesaing. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi usulan bagi unit *Community* dalam rangka perbaikan program *Customer Retention* Indosat *Community*.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang mendorong anggota untuk bergabung dalam Indosat *Community*?

2. Bagaimana tingkat kepuasan anggota terhadap Indosat *Community* ?
3. Bagaimana usulan perbaikan Program *Customer Retention* Indosat *Community* berdasarkan pengukuran kepuasan anggota dan sesuai dengan keinginan anggota?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong anggota untuk bergabung dalam Indosat *Community*
2. Mengetahui tingkat kepuasan anggota terhadap Indosat *Community*
3. Memberikan usulan perbaikan Program *Customer Retention* Indosat *Community* berdasarkan pengukuran kepuasan anggota dan sesuai dengan keinginan anggota.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam pengerjaan penelitian ini adalah :

1. Memberikan usulan perbaikan Program *Customer Retention* Indosat *Community*
2. Membantu unit *Community* pada divisi *Loyalty and Retention* untuk meningkatkan kepuasan anggota komunitas terhadap Indosat *Community* sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian dalam Tugas Akhir ini tidak menjadi terlalu luas, maka penulis mengambil batas cakupan pembahasan pada hal-hal berikut :

1. Responden adalah anggota Indosat *Community* yang berusia 15-26 tahun
2. Perbandingan dengan pesaing yang dilakukan hanya melihat program komunitas serupa yang dimiliki oleh operator seluler lain, yaitu Telkomsel (simPATIzone) dan Exelcomindo (Klub VIBE) melalui media cetak, media elektronik, dan internet
3. Penelitian dilakukan untuk unit *Community* divisi *Loyalty&Retention*
4. Data yang diperoleh adalah kurun waktu Januari-Juli 2007