

# Bab I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi, tahun 2003 Telkom meluncurkan telepon pascabayar berbasis teknologi CDMA (*Code Division Multiple Access*), yang diberi nama Flexi. Tujuan Telkom meluncurkan layanan Flexi adalah untuk menjawab tantangan lambatnya pertumbuhan pelanggan bisnis *fixed phone* dan adanya kecenderungan pelanggan lebih memilih untuk menggunakan *mobile phone* dibandingkan menggunakan *fixed phone*.

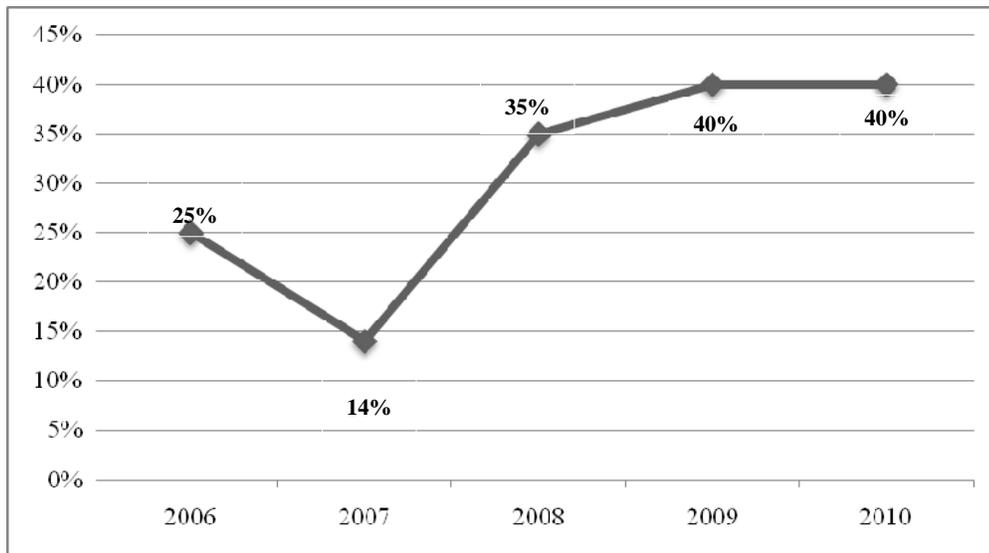
Besarnya potensi bisnis dalam industri telekomunikasi berbasis teknologi CDMA mendorong perusahaan-perusahaan lain untuk meluncurkan layanan sejenis. Tabel 1.1 menjelaskan operator telekomunikasi berbasis teknologi CDMA yang beroperasi di Indonesia dan pangsa pasarnya sampai dengan bulan Oktober 2009.

**Tabel 1.1** *Market Share* Operator CDMA di Indonesia Akhir 2009

Operator	Produk	Jumlah Pelanggan (juta)	Pangsa Pasar (%)
Telkom	Flexi	13,40	7,60 %
Bakrie Telecom	Esia	8,00	4,56 %
Smart Telecom	Smart	1,87	1,06 %
Indosat	StarOne	0,76	0,43 %
Mobile-8 Telecom	Fren	2,70	1,53 %

*Sumber: Prasetyo (2009)*

Pangsa pasar Flexi saat ini memang masih tergolong paling besar di antara operator CDMA lainnya. Namun, data dari Telkom menunjukkan bahwa perpindahan pelanggan Flexi dari tahun ke tahun makin meningkat dikarenakan persaingan di dunia pertelekomunikasian yang cukup ketat. Berikut ini merupakan persentase perpindahan pelanggan Flexi di Jawa Barat mulai dari tahun 2006 sampai dengan awal tahun 2010:



**Gambar 1.1** Persentase perpindahan pelanggan Flexi mulai dari tahun 2006 s.d. awal tahun 2010 di wilayah Jawa Barat

Berdasarkan data di Gambar 1.1, terbukti bahwa tingkat perpindahan pelanggan Flexi tergolong tinggi. Perpindahan pelanggan yang terjadi akibat dari ketidakpuasan pelanggan dan persaingan di bisnis pertelekomunikasian ini tentunya akan merugikan Telkom. Oleh karena itu, Telkom perlu melakukan tindakan preventif untuk menghindari peningkatan perpindahan pelanggannya.

Program-program retensi pelanggan yang telah dilakukan Telkom antara lain: (1) program kerja sama dengan mitra bisnis yang ada di daerah-daerah di Indonesia dan ditujukan bagi pengguna Flexi yang *loyal*; (2) pemberian layanan khusus terhadap *customer club* Flexi yang diberi nama FlexiLAND; (3) pemberian undian berhadiah atau point reward; dan (4) program Trendy Reload, yaitu program kuis berhadiah khusus bagi pelanggan Flexi.

Setelah beberapa program retensi pelanggan dilakukan oleh Telkom, tingkat perpindahan pelanggan Flexi masih tergolong tinggi pada awal tahun 2010. Dengan demikian, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan bertahan menggunakan layanan Flexi agar

mencegah perpindahan pelanggan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Setelah itu, di dalam penelitian ini akan diusulkan sebuah program yang lebih efektif dan efisien untuk mencegah pelanggan Flexi berpindah layanan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas masalah mengenai *customer switching resistance*. Dalam penelitian – penelitian tersebut terdapat beberapa variabel yang sering diuji, seperti *customer satisfaction*, *service quality*, *price*, *customer perceived value*, *customer service*, *attraction by competitors*, *responses to service failure*, *core service failure*, *service encounter failure*, *involuntary switching*, dan *inconvenience* (Lim, Widdows, dan Park (2006); N’Goala (2007); dan Juan dan Yan (2009)) dan hasilnya pun secara positif mempengaruhi *customer switching resistance*.

Selain berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya di atas, diadakan survei pendahuluan kepada sembilan orang pelanggan Flexi (prabayar dan pascabayar), untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk tetap menggunakan layanan Flexi. Faktor-faktor tersebut adalah *price*, *subjective norm*, *service quality*, *switching barrier*, dan *corporate image* (hasil lengkap survei pendahuluan dapat dilihat di Lampiran A).

Dengan demikian, masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga (*price*), pengaruh dari pihak luar (*subjective norm*), kualitas layanan (*service quality*), hambatan untuk berpindah (*switching barrier*), dan citra perusahaan (*corporate image*) terhadap *customer switching resistance* layanan Flexi?
2. Di antara variabel-variabel yang diuji, yaitu: harga (*price*), pengaruh dari pihak luar (*subjective norm*), kualitas layanan (*service quality*), hambatan untuk berpindah (*switching barrier*), dan citra perusahaan (*corporate image*), variabel mana yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap *customer switching resistance* layanan Flexi?

3. Bagaimana rekomendasi program yang dapat diberikan kepada Telkom untuk mempertahankan pelanggan layanan Flexi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dapat dibahas dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga (*price*), pengaruh dari pihak luar (*subjective norm*), kualitas layanan (*service quality*), hambatan untuk berpindah (*switching barrier*), dan citra perusahaan (*corporate image*) terhadap *customer switching resistance* layanan Flexi.
2. Mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling kuat di antara variabel-variabel yang diuji, yaitu: harga (*price*), pengaruh dari pihak luar (*subjective norm*), kualitas layanan (*service quality*), hambatan untuk berpindah (*switching barrier*), dan citra perusahaan (*corporate image*), terhadap *customer switching resistance* layanan Flexi.
3. Merumuskan rekomendasi program yang dapat diberikan kepada Telkom untuk mempertahankan pelanggan layanan Flexi.

### **1.4 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan semula. Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu bulan Mei hingga Juni 2010.
2. Di dalam penelitian ini tidak dibahas mengenai segi teknis dan keuangan Telkom.
3. Penelitian ini hanya berakhir pada penyusunan rekomendasi program retensi, sehingga tidak memperhatikan pengukuran keberhasilan jika diimplementasikan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari pengerjaan Tugas Akhir ini adalah sebagai bahan masukan bagi Telkom untuk mengantisipasi terjadinya perpindahan pelanggan layanan Flexi yang makin meningkat.