

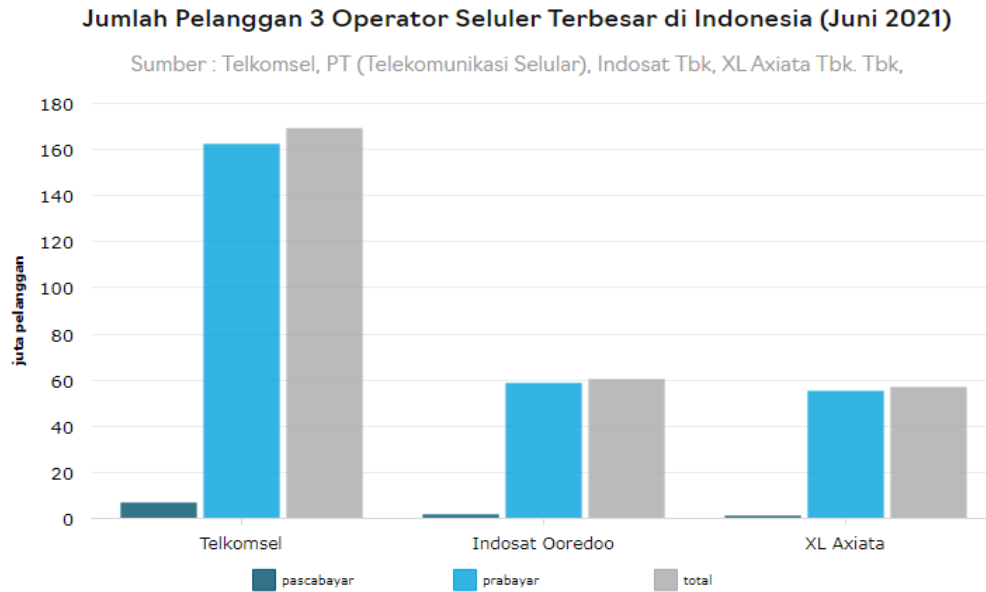
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Layanan atau jasa telekomunikasi di Indonesia mulai berkembang sejak zaman penjajahan Belanda ditahun 1882. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) ialah badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom ialah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup menerapkan strategi bisnis serta operasional korporasi yang diorientasikan pada konsumen. Transformasi itu sendiri menjadikan organisasi ini semakin ramping serta lincah pada adaptasinya dengan perubahan industri telekomunikasi yang berjalan dengan pesat. Organisasi yang baru pula diharap bisa melakukan peningkatan terhadap efisiensi serta efektivitas pada penciptaan pengalaman pelanggan yang bermutu. Aktivitas bisnis Telkom group melalui pertumbuhan serta perubahan sejalan dengan kemajuan teknologi informasi serta digitalisasi, akan tetapi masih pada koridor industri telekomunikasi serta informasi. Hal tersebut nampak dari bidang bisnis yang senantiasa mengalami perkembangan melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. Selama ini PT Telkom memiliki market share terbesar jika dibandingkan dengan provider lainnya di Indonesia. Berikut data market share dari data market share jumlah pelanggan dari tiga operator selular terbesar di Indonesia (Juni 2021), yaitu PT. Telkom, PT. Indosat, dan PT. XL Axiata. Dari ketiga data tersebut maka diambil dua terbesar yaitu PT. Telkom, PT. Indosat.



Gambar1. 1 Jumlah Pelanggan 3 Operator Seluler Terbesar Di Indonesia

Sumber : Telkomsel,PT (Telekomunikasi Selular), Indosat Tbk, XL Axiata Tbk.

Bedasarkan data diatas jumlah pelanggan tertinggi ialah telkomsel dengan jumlah 165 juta pelanggan sedangkan indosat dengan jumlah 60 juta pelanggan, lalu xldengan jumlah 55 juta pelanggan. PT Indosat Tbk (Indosat Ooredoo) resmi melakukan penggabungan bisnis dengan PT Hutchison 3 Indonesia. *Merger* bisa diamati melalui ditandatanganinya perjanjian transaksi definitif selaku pengajuan merger bisnis telekomunikasi di Indonesia, merger bisnis ini dilaksanakan supaya bisa saling melengkapi serta melahirkan korporasi telekomunikasi digital yang semakin menguat, korporasi hasil penggabungan ini menjadikan korporasi tersebut selaku korporasi telekomunikasi paling besar kedua di Indonesia.

Namun, penggabungan kekuatan Indosat dan Hutchison di bawah bendera PT Indosat Ooredoo Hutchison pada september 2021 silam dinyatakan oleh banyak pengamat akan mengubah peta bisnis seluler di Indonesia. Namun, apakah keduanya mampu mengalahkan dominasi PT Telkomsel Indonesia (Telkomsel) yang sudah menguasai separuh dari bisnis tersebut ditanah air. Direktur Eksekutif ICT *Institute*, Heru Sutadi, membagikan pendapatkan perihal persaingan bisnis seluler antara gabungan Indosat-Tri PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk (ISAT) dengan (TELKOM). *Mergernya* Indosat-Tri merupakan *game-changer* bagi industri telekomunikasi, yang akan berhadapan langsung (head to head) dengan Telkomsel. Penggabungan memunculkan harapan bahwa PT

Indosat dapat meningkatkan kekuatan persaingan dengan telkomsel salah satunya dilakukan dengan meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer retention*

Pasca penggabungan indosat dan tri menjadi ISAT, perlu dilakukan analisis terkait *customer satisfaction* dan *customer retention*. Apakah penggabungan bisa meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer retention* sehingga tidak memiliki beda yang signifikan dengan telkomsel. Karena sebelum merger dilakukan menurut penelitian terdahulu terdapat perbedaan *customer satisfaction* PT Telkomsel dan Indosat yang diakibatkan oleh perbedaan persepsi yaitu pada variabel kualitas produk promosi dan citra merek. pemakaian operator seluler akan memperbandingkan 3 variabel tersebut sebelum berpindah ke merek Telkomsel [10]

Oleh karena itu penelitian ini meneliti tentang perbedaan *customer satisfaction* dan *customer retention* pada PT. Telkom dan PT. Indosat karena peneliti ingin menganalisis tentang perbedaan *customer satisfaction* dan *customer retention*. mempergunakan studi komparatif dengan metode *mann whitney* dan gabungan penghitungan kuantitatif CSAT, NPS , CAC, ARPU. Metode *mann whitney* akan mempergunakan jika hasil uji tidak sesuai dengan data statistik dan jika hasil uji sesuai dengan data statistik maka peneliti akan mempergunakan uji T.

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka judul penelitian ini ialah

“Analisis Customer Satisfaction dan Customer Retention (Studi Komparatif Pada PT. Telkom dan PT. Indosat)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagaimana di bawah ini yaitu:

1. Apakah terdapat perbedaan *customer satisfaction* pada PT. Telkom dan PT. Indosat?
2. Apakah terdapat perbedaan *customer retention* pada PT. Telkom dan PT. Indosat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian tugas akhir ini ialah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *customer satisfaction* pada PT. Telkom dan PT. Indosat

2. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *customer retention* pada PT. Telkom dan PT. Indosat

1.4 Batas Masalah

Pada riset ini penulis perlu membatasi masalah, maka penulis hanya terfokus pada studi komparatif *customer satisfaction* dan *customer retention*. Pada data historis lima tahun terakhir yaitu dari tahun 2017-2021. Dan responden juga dibatasi hanya pengguna provider Telkom dan provider Indosat.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini menerangkan tentang sistematika penulisan yang didalamnya terdapat 5 (lima) bab yaitu sebagaimana di bawah ini:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumus masalah, tujuan penelitian, batas masalah dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas semua teori yang berkaitan dengan penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai diagram alir dari mulainya proses awal dalam suatu jalannya penelitian bertujuan untuk menyelesaikan masalah.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dari pengolahan data yang dihasilkan dari jawaban responden.

BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini ialah akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.