

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar telekomunikasi selular di Indonesia saat ini sangat tinggi, bahkan saat ini telah melampaui jumlah pelanggan pengguna jasa layanan telekomunikasi tetap seperti yang diberikan telkom. Akan tetapi sebagian besar pelanggan tersebut merupakan pelanggan jasa selular pra-bayar, dimana mereka tidak memiliki keterikatan kuat dengan service provider. Oleh karena itulah tingkat Churn dan switching pelanggan pra bayar cukup tinggi

Ketika mengakuisisi Satelindo, Indosat pun menghadapi problem dimana tingkat churn untuk pelanggan kartu pra bayarnya (Mentari) lebih tinggi dari para pesaingnya. Padahal, kehilangan banyak pelanggan pra bayar akan mempengaruhi market share Mentari yang kini menduduki posisi kedua.

Saat ini CRM yang telah ada difungsikan lebih kepada kartu paska bayar (Matrix). Oleh karena itu, fungsi CRM di Indosat ini perlu ditingkatkan agar dapat menyentih para pelanggan Mentari secara keseluruhan.

Dalam Group Field Project ini akan diusulkan bagaimana cara meningkatkan fungsi CRM yang dimiliki Indosat kepada kelompok pelanggan pra bayarnya dan bagaimana program-program customer retention yang dapat dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas para pelanggan Mentari.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Customer Retention, Indosat, Mentari, Kartu Pra Bayar, Telekomunikasi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 PT. Indosat.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Pembahasan.....	7
1.5 Ruang Lingkup Pembahasan.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Peranan Pelanggan dalam Perusahaan.....	10
2.2 Definisi dan aktifitas CRM.....	14
2.3 Proses CRM.....	19
2.4 Data Warehouse.....	24
2.5 Data Mining.....	30
2.6 Customer Retention.....	35
2.7 Customer Centricity dari System CRM	47
BAB 3 METODOLOGI ANALISA.....	49
3.1 Obyek Penelitian.....	49
3.2 Metode dan Kerangka Kerja Analisa.....	50
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.4 Perancangan Sistem.....	55

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Analisa Karakteristik Produk Mentari.....	61
4.2 Analisa Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Kartu Mentari.....	63
4.3 Analisa Sistem CRM Indosat Saat Ini.....	66
4.4 Rancangan Program Customer Relationship Mentari.....	85
4.5 Kendala Yang Mungkin Dihadapi.....	104
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1.Kesimpulan.....	107
5.2.Saran.....	108
DAFTAR ACUAN.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	L1
RIWAYAT HIDUP	