

# Strategi Retensi Berbasis Data

## Untuk Mengamankan Pendapatan

Analisis End-to-End Penyebab Customer Churn di Industri Telekomunikasi

Disusun oleh: Kelompok 42

1. Ryan Besto Saragih
2. Ulfa Dwi Ariani
3. Hasna Aisy Yumna
4. Wisnu Hafid Firdaus Oktobrian



# PENDAHULUAN

# Mengapa Retensi Pelanggan Menjadi Faktor Krusial?

## Tantangan Bisnis: Mengubah Churn Menjadi Peluang

Di pasar telekomunikasi yang jenuh, biaya akuisisi pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Kehilangan pelanggan (churn) secara langsung menggerus pendapatan berulang (MRR). Misi kami: Mengubah data mentah menjadi strategi bisnis yang dapat:

- **Mengidentifikasi akar penyebab customer churn secara kuantitatif.**
- **Mengukur dampak finansial dari churn.**
- **Merumuskan rekomendasi aksi yang terukur dan dapat ditindaklanjuti.**



# Latar Belakang & Tujuan Bisnis

# Pendekatan Terstruktur:

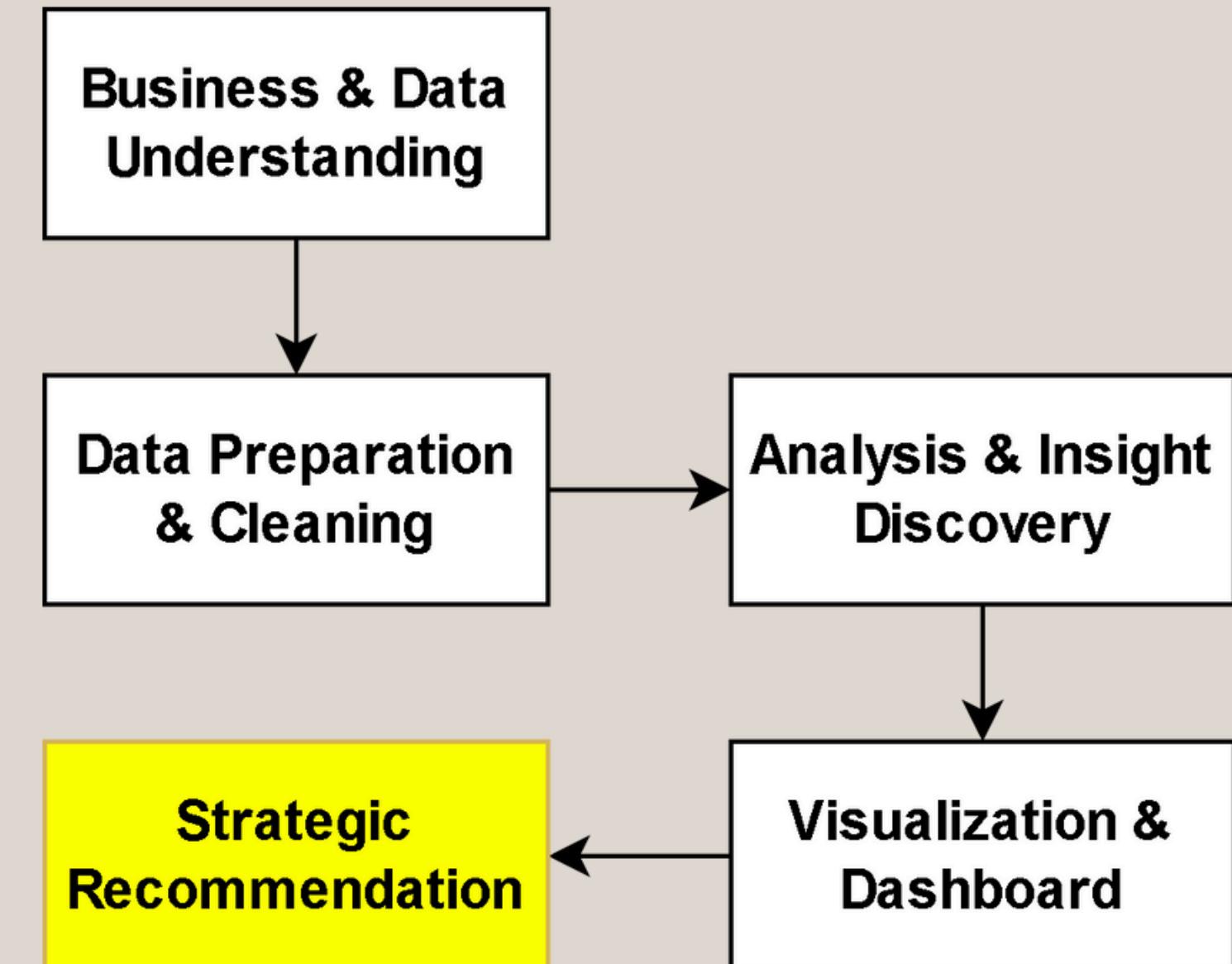
## Dari Data Mentah Menjadi Aksi Bisnis

**Pendekatan Kami: Roadmap Terstruktur dari Data Menuju Keputusan**

Kami mengadopsi kerangka kerja standar industri CRISP-DM untuk memastikan analisis yang kami lakukan sistematis, valid, dan berorientasi pada hasil bisnis.

### Tools:

Python (Pandas, Seaborn) untuk analisis data dan Looker Studio untuk dashboarding interaktif.





# HASIL ANALISIS & TEMUAN KUNCI

# Skala Masalah: Kerugian Bernilai \$1.6 Juta per Tahun

## Masalahnya Lebih Besar dari yang Kita Duga

Total Pelanggan Churn  
**1,869**

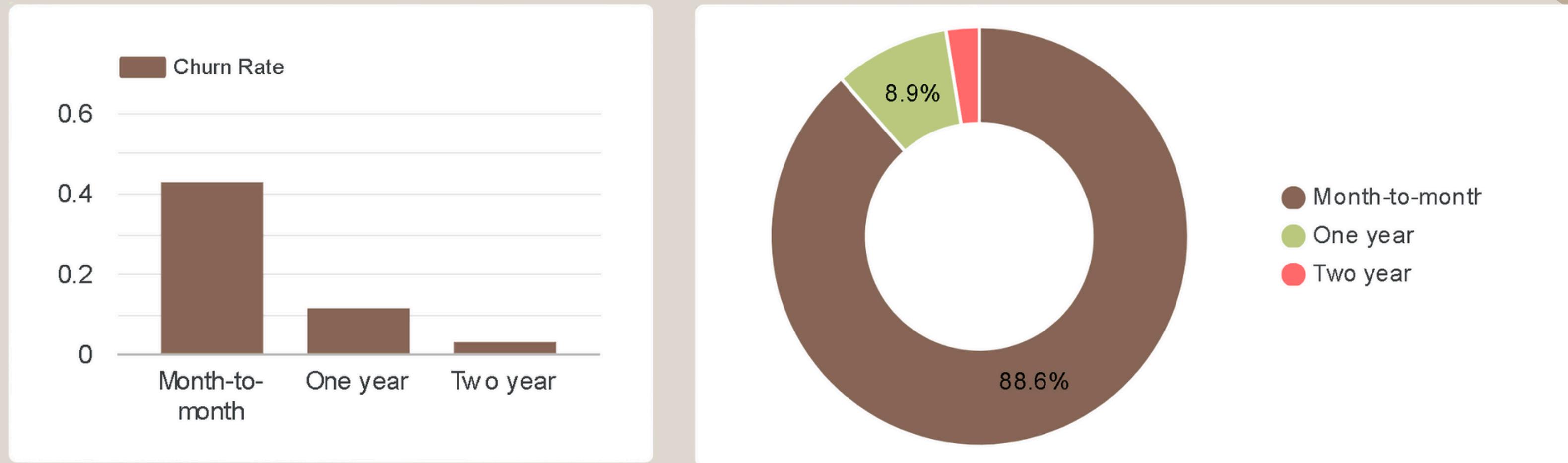
MRR Lost  
**\$139,130.85**

Churn Rate  
**26.54%**

Tingkat churn keseluruhan mencapai **26,54%**, yang berarti ada **1.869** pelanggan yang hilang. Ini bukan sekadar angka di laporan, setiap pelanggan yang pergi berpotensi menggerus pendapatan perusahaan. Jika dihitung secara finansial, churn ini setara dengan kerugian pendapatan bulanan sekitar **139.130**, atau sekitar **1,6 juta per tahun**. Angka ini menunjukkan bahwa churn bukan hanya masalah retensi pelanggan, tetapi juga ancaman nyata terhadap stabilitas dan pertumbuhan bisnis.

# Akar Penyebab #1 - Jebakan Kontrak Fleksibel

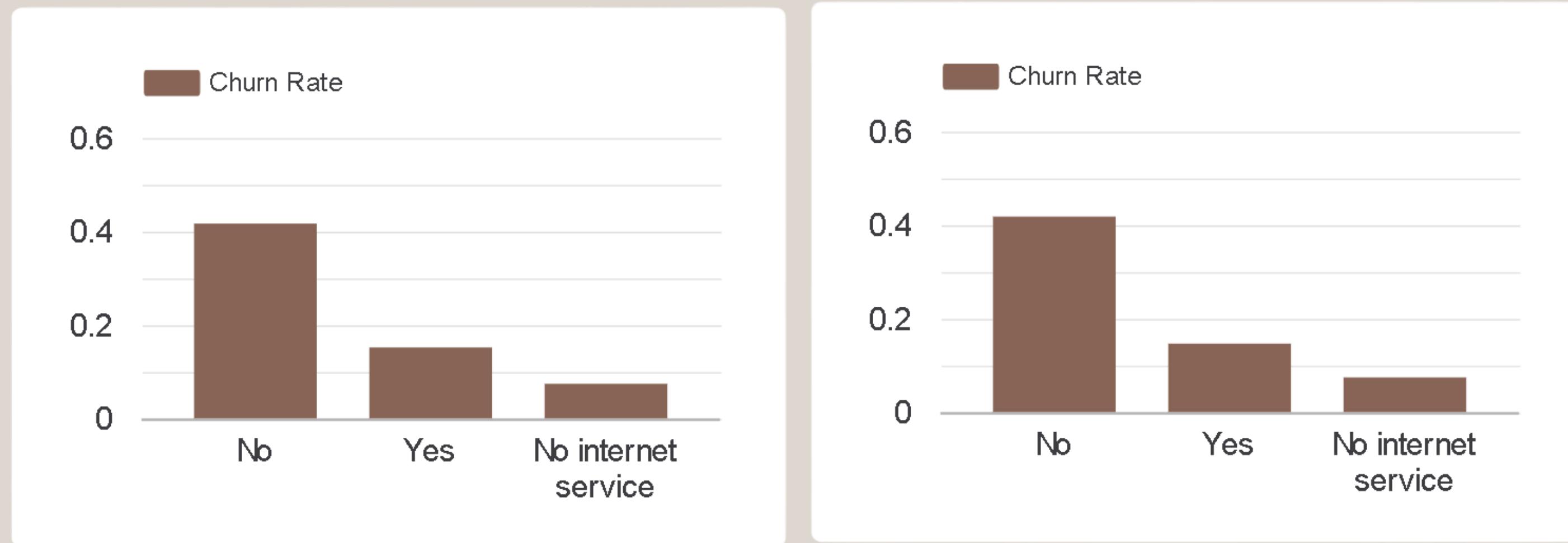
## Mayoritas Churn Berasal dari Satu Sumber Tunggal



Pelanggan dengan kontrak bulanan menunjukkan tingkat churn yang sangat tinggi, yaitu **42,7%**, atau lebih dari empat kali lipat dibandingkan pelanggan dengan kontrak tahunan. Segmen ini juga menjadi penyumbang terbesar terhadap kehilangan pelanggan, dengan kontribusi **88,6%** dari total churn. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kontrak bulanan yang bersifat fleksibel merupakan faktor utama yang mendorong hilangnya pendapatan perusahaan.

# Akar Penyebab #2 - Kurangnya Keterikatan pada Ekosistem

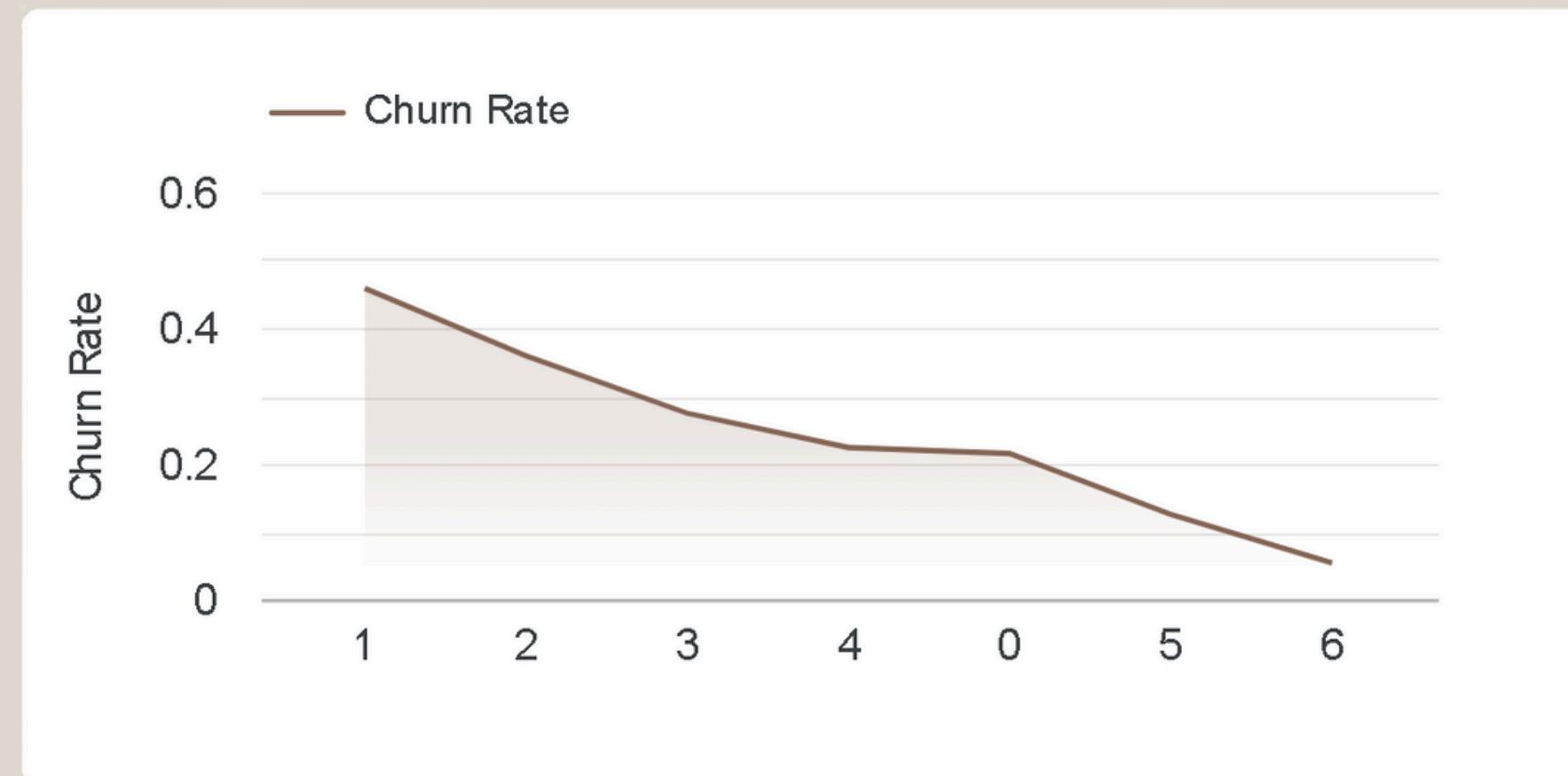
## Pelanggan yang Tidak Terintegrasi Cenderung Lebih Mudah Pergi



Pelanggan yang tidak memiliki layanan pendukung seperti **Tech Support** tercatat hampir **tiga kali lebih mungkin** untuk churn. Pola ini konsisten: semakin banyak layanan tambahan yang digunakan pelanggan, semakin rendah tingkat churn yang muncul. Dengan kata lain, **keterikatan layanan yang lebih dalam mampu membangun loyalitas dan mengurangi risiko pelanggan berpindah.**

# Akar Penyebab #2 - Kurangnya Keterikatan pada Ekosistem

## Pelanggan yang Tidak Terintegrasi Cenderung Lebih Mudah Pergi



Data menunjukkan korelasi yang jelas: **semakin banyak layanan tambahan yang dimiliki pelanggan, semakin rendah tingkat churn yang terjadi.** Temuan ini menegaskan bahwa mendorong pelanggan untuk mengadopsi layanan kedua atau ketiga menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas jangka panjang. Dengan meningkatkan keterikatan melalui berbagai layanan, perusahaan dapat menciptakan sebuah **“ekosistem”** yang sulit ditinggalkan, sehingga menurunkan risiko churn secara signifikan.



# REKOMENDASI STRATEGIS & RENCANA AKSI

# Peluang Tersembunyi di Balik Masalah

Mengubah Kerugian Menjadi Peluang Penghematan

Potensi MRR Diselamatkan

per Bulan

\$30,230

Angka ini bukan sekadar estimasi, melainkan hasil dari **analisis skenario bisnis yang terukur dan spesifik**. Perhitungan didasarkan pada potensi penurunan churn sebesar **25%** pada segmen pelanggan Month-to-month yang merupakan kelompok paling berisiko. Temuan ini memberikan **justifikasi yang kuat** untuk melakukan investasi pada strategi retensi yang lebih tertarget, karena dampaknya dapat langsung berkontribusi pada peningkatan stabilitas pendapatan perusahaan.

# Tiga Pilar Rekomendasi Strategis

Rencana Aksi Kami Berdiri di Atas Tiga Pilar Utama

## MIGRASI KONTRAK

Secara proaktif mendorong pelanggan berisiko tinggi untuk beralih ke komitmen jangka panjang.

## BUNDLING & VALUE ADD

Meningkatkan keterikatan pelanggan dengan menawarkan paket layanan yang lebih menarik.

## FOKUS EFISIENSI (VIP)

Mengalokasikan sumber daya retensi pada segmen pelanggan yang paling bernilai.

# Aksi Paling Mendesak: Siapa yang Harus Dihubungi Besok?

Fokus pada Segmen "High-Value, High-Risk"

Top High-Value, High-Risk Customers to Contact

|    | customerID | tenure | MonthlyCharges | InternetService |
|----|------------|--------|----------------|-----------------|
| 1. | 3292-PBZEJ | 11     | \$111.40       | Fiber optic     |
| 2. | 5760-IFJOZ | 3      | \$107.95       | Fiber optic     |
| 3. | 2081-VEYEH | 3      | \$107.95       | Fiber optic     |
| 4. | 7145-FEJWU | 12     | \$105.30       | Fiber optic     |
| 5. | 6734-GMPVK | 5      | \$105.30       | Fiber optic     |

Kami tidak hanya berhenti pada pertanyaan "**apa masalahnya?**", tetapi melangkah lebih jauh hingga menjawab "**siapa yang harus dihubungi besok pagi?**". Analisis ini memungkinkan identifikasi segmen pelanggan **High-Value, High-Risk**, yaitu pelanggan yang paling berharga namun memiliki kemungkinan churn paling tinggi. Dengan memfokuskan strategi retensi pada kelompok ini, perusahaan dapat memperoleh **ROI tertinggi**, karena upaya yang dilakukan memberikan dampak yang cepat dan signifikan terhadap pendapatan.



# KESIMPULAN & LANGKAH SELANJUTNYA

# Kesimpulan & Dampak Jangka Panjang

Ringkasan dan Visi ke Depan

## Masalah Teridentifikasi

Menemukan sumber utama dari masalah churn senilai \$1.6 juta, yaitu kontrak bulan-ke-bulan.

## Solusi Terukur

Menyusun rencana strategis dengan potensi penghematan pendapatan lebih dari \$360,000 per tahun.

## Alat Berkelanjutan

Membangun dashboard Looker Studio sebagai alat operasional harian bagi tim retensi untuk mengambil keputusan berbasis data.



**THANK YOU**