

**ANALISIS KONTRIBUSI *SPECIAL TREATMENT* DALAM
MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN
PRIME CUSTOMER
(Kasus Pada Jaringan Kabel PT Telkom DIVRE III Jawa Barat dan Banten)**

Tesis
Diajukan untuk Memenuhi Salah satu dari Syarat untuk Memperoleh
Gelar Magister Manajemen



Oleh :

AMILICIA ADI HARTANTI

NIM : 1.409.006

**MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2007**

Judul : **ANALISIS KONTRIBUSI *SPECIAL TREATMENT* DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN *PRIME CUSTOMER* (Kasus Pada Jaringan Kabel PT Telkom DIVRE III Jawa Barat dan Banten)**

Dr. A. GIMA SUGIMA,SE.MP.
(Pembimbing I)

Dr. ZULGANEF _____
(Pembimbing II)

Dr. Dyah Kusumastuti, Ir.MSc.
Ketua MM Widyatama



**MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2007**

ABSTRAK

PT Telkom sebagai operator telekomunikasi milik pemerintah sejak diberlakukannya UU No. 5 tahun 1999 tanggal 3 Mei 1999 harus rela melepas hak eksklusifnya atas monopoli dalam penyelenggaraan telepon tetap. Selama hampir 61 tahun mengelola jaringan kabel se-Indonesia, PT Telkom hampir dikatakan kurang memberikan perhatian khusus terhadap pelanggannya. Misalnya : penanganan gangguan bagi pelanggan bisnis maupun perumahan sama saja padahal pelanggan bisnis berhak untuk didahulukan karena sudah membayar abodemen lebih besar dari pelanggan perumahan.

Kesadaran masyarakat akan kenyamanan suatu *produk bundling* dengan pelayanan yang menyenangkan, aman, mudah dan cepat membuat para penyelenggara jasa harus berbenah diri. Oleh karena itu maka PT Telkom mulai fokus dengan pelanggannya. Langkah awal, PT Telkom mengeluarkan KD. 39/HK220/KNS-01/2006 tentang Kebijakan Pengelolaan Pelanggan Konsumer pada tanggal 4 Juli 2006 yaitu diferensiasi layanan berdasarkan pendapatan rata-rata bulanan. Selanjutnya Divre III menetapkan pelanggan *Prime* dalam suatu Keputusan Kadivre III No.61/HK-220/RE3-51/2007 pada tanggal 1 Pebruari 2007.

Diferensiasi layanan diberikan kepada Pelanggan *Prime* melalui *special treatment* yang meliputi kecepatan layanan, kehandalan perangkat, kemudahan, akurasi informasi dan penyampaian informasi pada *contact point* dan pemberian *special program*. **Sampai saat ini, belum ada pengukuran yang menganalisa apakah *special treatment* tersebut dapat memberikan kepuasan dan menciptakan loyalitas.** Oleh karena itu maka penulis bermaksud membuat tesis yang berjudul **ANALISIS KONTRIBUSI SPECIAL TREATMENT DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PRIME CUSTOMER (Kasus Pada Jaringan Kabel PT Telkom Divre III Jawa Barat dan Banten).**

ABSTRACTS

PT Telkom as telecommunications operator property of government since there is UU No. 5 year 1999 3 May 1999 having to volunteer release exclusive rights. During almost 61 year manage cable network of Indonesia region, PT Telkom only give a little special attention to his customers. For example : handling of trouble, for residential and business segment have same attention although business give more money for abodement.

Awareness of freshment society will, a product of bundling with pleasant service, peaceful, easy to and quickly make operator of order service have to change. Therefore PT Telkom start focus with his customer. First step , PT Telkom release KD. 39/HK220/KNS-01/2006 about Policy Of Management of Customers on 4 July 2006 that is service differentiation base on average billing per month. Hereinafter Divre III specify Prime Customer in a Decision Of Kadivre III No. 61/Hk-220/Re3-51/2007 on 1 February 2007.

Service differentiation give to Prime Customer with special treatment covering speed of service, reliability of equipment, amenity, information accuracy and forwarding of information at contact point and giving of special program. Till now, there is no measurement which analysing do the special treatment can give customer satisfaction and create loyalty. Therefore hence writer mean to make thesis entitling ***ANALYSIS CONTRIBUTION of SPECIAL TREATMENT IN CREATING CUSTOMER LOYALTY of PRIME CUSTOMER (Case at Network Cable of PT Telkom Divre III West Java and of Banten).***