



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**ABSTRAKSI**

**ANGGITA WIRA PUTRI**  
**STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**  
**PT.TELKOM DALAM MEMPERTAHANKAN**  
**LOYALITAS PELANGGAN ASTINET 2011-2012**  
ix + 92 halaman, 25 lampiran  
Bibliografi, 22 Acuan (1990-2011)

Pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dari sebuah bisnis. Mereka memiliki peranan penting bagi kelangsungan suatu perusahaan. PT.Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi. Sebagai perusahaan jasa, menjalin hubungan dengan pelanggan adalah hal yang sangat penting, karena semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan berorientasi kepada pelanggan. Berkaitan dalam menghadapi persaingan di bidang bisnis telekomunikasi berbasis jaringan internet yang semakin berkompetisi saat ini, PT.Telkom BSD perlu melaksanakan Strategi Customer Relationship Management dengan fokus pada perawatan pelanggan untuk mempertahankan pelanggan Astinetnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan Customer Relationship Management di PT.Telkom Indonesia khususnya wilayah BSD dalam mempertahankan pelanggan Astinetnya.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai bagian dari komunikasi pemasaran, customer relationship management yang meliputi strategi CRM dan klasifikasi pengelompokan pelanggan, serta loyalitas pelanggan yang terdiri dari karakteristik pelanggan loyal dan mengunci loyalitas pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara berstruktur. Penulis menyajikan gambaran perencanaan dan pelaksanaan strategi customer retention management sebagaimana adanya yang didapatkan dari lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas perencanaan dan pelaksanaan customer retention management di PT.Telkom BSD. Guna untuk mempertahankan pelanggan Astinet maka PT.Telkom melakukan perencanaan CRM dengan analisa kompetitor dan penentuan target pelanggan Astinet dan melaksanakan CRM dalam bentuk program retensi dengan memberikan servis-servis seperti help desk, SLG, Webhosting-email, visiting & gathering. Serta melakukan evaluasi setiap tahun untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dari Astinet.