

ABSTRAK

Dewasa ini, mobilitas masyarakat meningkat cukup signifikan. Oleh sebab itu, diperlukan pendukung aktivitas terkhususnya media komunikasi. Kartu Halo hadir sebagai penyedia jasa layanan *mobile service* yang dituntut lebih untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin dinamis. Performansi yang optimal pun dituntut, terkhususnya secara finansial. Namun, Kartu Halo sebagai salah satu produk Telkomsel agak sulit dilihat performansinya dikarenakan pelaporan performansi keuangan perusahaan yang masih menggabungkan ketiga produk utamanya.

Pada penelitian ini, akan dilakukan analisis profitabilitas Kartu Halo untuk melihat performansi produk berdasarkan biaya jaringannya. Dengan melihat alokasi biaya menggunakan *Fully Distributed Cost* serta membandingkan dengan *revenue* yang diperoleh selama lima tahun, akan didapati besaran keuntungan yang diberikan Kartu Halo kepada perusahaan. Kemudian berdasarkan analisis profitabilitas serta kondisi kompetitor, akan dibentuk strategi yang mungkin bisa digunakan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di pasar berdasarkan analisis SWOT dan *Porter's Three Generic Strategic*.

Berdasarkan hasil perhitungan, pada dasarnya Kartu Halo memiliki performansi yang cukup stabil selama lima tahun terakhir. Dengan menggunakan rasio GPM (*Gross Profit Margin*), kemampuan perusahaan menghasilkan *profit* mengalami kenaikan di tahun 2010 sebesar 0,06 %, penurunan 0,4 % di tahun 2011, lalu , meningkat lagi sebesar 0,4 % di tahun 2012 dan turun 0,8 % di tahun 2013. Dari hasil perhitungan dapat dikatakan bahwa rasio yang dimiliki Kartu Halo mengalami fluktuasi. Rasio profitabilitas ini menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang terhadap hasil operasi.

Kata kunci: *Fully Distributed Cost*, *Revenue*, *Profitabilitas*, *Gross Profit Margin*, Kompetitor, Analisis SWOT, *Porter's Three Generic Strategic*, Strategi Bisnis