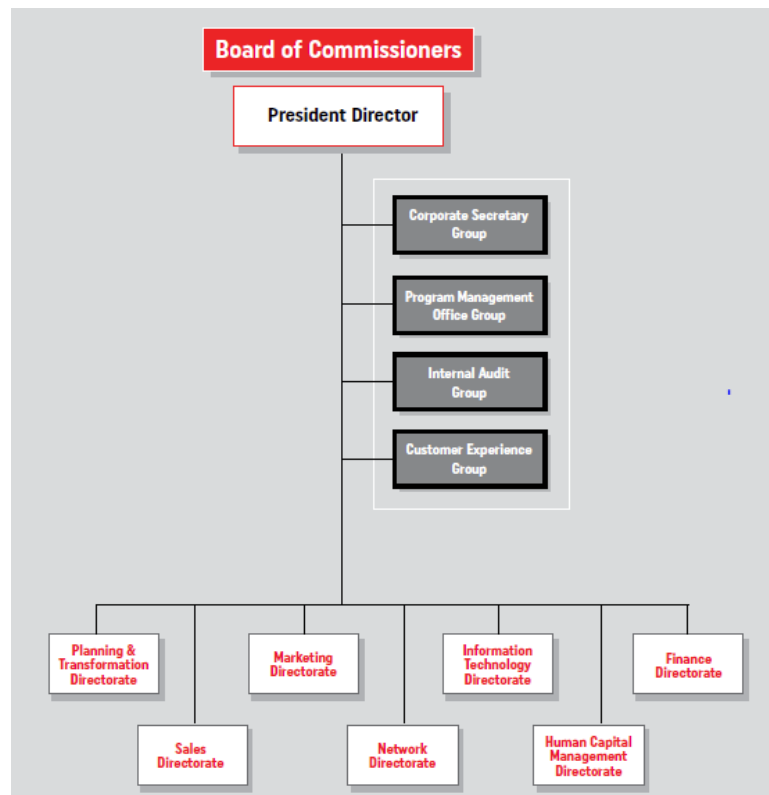


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Telkomsel didirikan tanggal 26 Mei 1995 oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) dan PT Indosat Tbk (Indosat) dengan produk layanan pertama berupa layanan pascabayar yaitu kartuHALO. Berdasarkan struktur organisasi produk kartuHALO adalah salah satu produk dari Telkomsel, dimana strategi dan pengelolaan pelanggan dan harga kartuHALO ini berada di bawah Direktorat Marketing

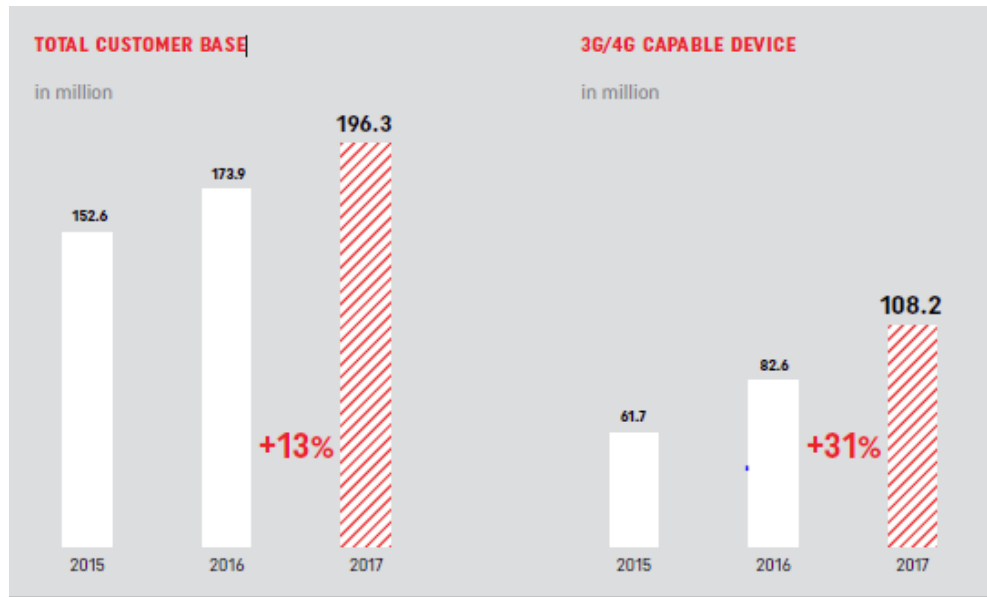


Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Telkomsel

(Sumber : Annual Report Telkomsel 2017)

Sebagai operator seluler nomor 6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan secara nasional saat ini Telkomsel telah menggelar lebih dari 146.000 BTS hingga penjuru Tanah Air yang menjangkau hingga 95% wilayah populasi penduduk Indonesia. Dari jumlah tersebut, lebih

dari 96.000 BTS di antaranya merupakan BTS 4G dan 3G untuk menjamin pelanggan menikmati layanan data yang berkualitas. Berikut adalah informasi jumlah pelanggan Telkomsel.



Gambar 1. 2 Jumlah Pelanggan dan Jumlah Pengguna Smartphone Telkomsel

Sumber : Annual Report Telkomsel 2017

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan Telkomsel per tahun 2017 sebanyak 196,3 juta pelanggan dimana 108,2 juta merupakan pelanggan yang memiliki device yang mendukung data akses.

Pertama kali diperkenalkan tahun 2017, Telkomsel Flash adalah layanan internet tanpa kabel (wireless) yang disediakan oleh TELKOMSEL untuk seluruh pelanggannya (kartuHALO, simPATI, Loop dan Kartu As).

Dengan terus berkembangnya teknologi tidak akan terelakkan bahwa pengguna Smartphone akan terus bertambah oleh karena itu Telkomsel terus mengembangkan layanan Telkomsel Flash sebagai salah satu produk unggulan dimana layanan ini termasuk dalam kategori Broadband Services. Berikut adalah paket Telkomsel Flash untuk kartuHALO.

INTERNET kartuHALO Paket Flash ⓘ <table> <tr> <td>Internet</td> <td>16 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td>16 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet 4G</td> <td>24 GB</td> </tr> <tr> <td>Masa berlaku</td> <td>1 bulan</td> </tr> </table> Harga: Rp 500.000	Internet	16 GB	Internet	16 GB	Internet 4G	24 GB	Masa berlaku	1 bulan	INTERNET kartuHALO Paket Flash ⓘ <table> <tr> <td>Internet</td> <td>10 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td>10 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet 4G</td> <td>22 GB</td> </tr> <tr> <td>Masa berlaku</td> <td>1 bulan</td> </tr> </table> Harga: Rp 350.000	Internet	10 GB	Internet	10 GB	Internet 4G	22 GB	Masa berlaku	1 bulan	INTERNET kartuHALO Paket Flash ⓘ <table> <tr> <td>Internet</td> <td>8 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet 4G</td> <td>16 GB</td> </tr> <tr> <td>Masa berlaku</td> <td>1 bulan</td> </tr> </table> Harga: Rp 250.000	Internet	8 GB	Internet 4G	16 GB	Masa berlaku	1 bulan
Internet	16 GB																							
Internet	16 GB																							
Internet 4G	24 GB																							
Masa berlaku	1 bulan																							
Internet	10 GB																							
Internet	10 GB																							
Internet 4G	22 GB																							
Masa berlaku	1 bulan																							
Internet	8 GB																							
Internet 4G	16 GB																							
Masa berlaku	1 bulan																							
INTERNET kartuHALO Paket Flash ⓘ <table> <tr> <td>Internet</td> <td>4 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td>4 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet 4G</td> <td>12 GB</td> </tr> <tr> <td>Masa berlaku</td> <td>1 bulan</td> </tr> </table> Harga: Rp 150.000	Internet	4 GB	Internet	4 GB	Internet 4G	12 GB	Masa berlaku	1 bulan	INTERNET kartuHALO Paket Flash ⓘ <table> <tr> <td>Internet</td> <td>2 GB</td> </tr> <tr> <td>Internet 4G</td> <td>4 GB</td> </tr> <tr> <td>Masa berlaku</td> <td>1 bulan</td> </tr> </table> Harga: Rp 75.000	Internet	2 GB	Internet 4G	4 GB	Masa berlaku	1 bulan									
Internet	4 GB																							
Internet	4 GB																							
Internet 4G	12 GB																							
Masa berlaku	1 bulan																							
Internet	2 GB																							
Internet 4G	4 GB																							
Masa berlaku	1 bulan																							

Gambar 1. 3 Paket Flash kartuHALO

(Sumber: www.telkomsel.com)

Jumlah pengguna data pelanggan Telkomsel sampai dengan akhir tahun 2017 sebanyak 105,808 juta pelanggan naik 25 % dibandingkan dengan periode yang sama pada akhir tahun 2016

	2017	2016	2015	2014	2013
CORE BUSINESS DRIVER					
Data-enabled Users - in thousands	105,808	84,729	73,887	67,860	60,531
Data Payload - in TByte	2,168,245	958,733	492,245	234,862	96,683

Gambar 1. 4 Jumlah Data User Pelanggan Telkomsel

(sumber: Annual Report Telkomsel 2017)

Adapun Jumlah Pelanggan Telkomsel dibagi menjadi 2 kategori Potpaid (kartuHALO) dan Prepaid (simPATI, AS, Loop) dengan detail sebagai berikut:

	2017	2016	2015	2014	2013
CUSTOMERS - in thousands					
Postpaid	4,739	4,180	3,509	2,851	2,489
Prepaid	191,583	169,740	149,131	137,734	129,023
Total	196,322	173,920	152,641	140,586	131,513
ARPU - in thousand Rupiah					
Postpaid	149	151	162	172	184
Prepaid	40	42	40	36	35
Blended	43	45	43	39	37

Gambar 1. 5 Jumlah Pelanggan Telkomsel berdasarkan Kategori dan ARPU

(Sumber: Annual Report Telkomsel 2017)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Semakin berkembangnya teknologi menjadikan teknologi sebagai kebutuhan masyarakat. Salah satu bentuk teknologi yang tidak terlepas dari kehidupan sehari – hari adalah *smartphone* dan internet. Hal ini dapat dilihat dari fenomena hampir tidak adanya masyarakat yang tidak memiliki *handphone* yang dapat mengakses internet. Fenomena tersebut tidak dapat dihindari, karena *smartphone* dan internet secara praktis dapat memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari – hari. Pertumbuhan akses internet di Indonesia sangat pesat, sejak diawali dengan masuknya internet ke Indonesia sekitar 1994. Berdasarkan data dari Kominfo, pengguna Internet Indonesia akan mencapai 112 juta orang pada tahun 2017 dan menduduki peringkat ke-5 dunia yang mempunyai pengguna terbanyak. Adanya internet memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat, seperti akses informasi yang tidak terbatas, kemudahan berkomunikasi, kemudahan berbelanja, hiburan dan lain – lain. Oleh karena prospek yang menjanjikan tersebut, bisnis telekomunikasi menjadi sangat menarik dan menguntungkan.

Para perusahaan provider jasa saat ini saling bersaing dalam meningkatkan kualitasnya demi untuk menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Salah satu layanan yang saat ini kian marak ditawarkan oleh perusahaan provider adalah *Mobile Broadband Services* atau layanan data bagi para pelanggan pengguna *smartphone*. Perusahaan dituntut mampu menawarkan barang atau jasa dengan mutu atau pelayanan yang diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu, karena konsumen yang semakin pandai dan terdidik, menyebabkan keinginan dan kebutuhannya

berubah sangat cepat. Perusahaan sudah semestinya berorientasi pada pelanggan, agar dapat memenangkan persaingan. Kepuasan pada pelanggan akan membangun kesetiaan pelanggan dan akhirnya dapat menciptakan hubungan yang erat antara pelanggan dan perusahaan.

Salah satu produk unggulan Telkomsel adalah kartuHALO. KartuHALO adalah kartu layanan pasca bayar yang diperuntukkan bagi kalangan professional dan *corporate*. Dalam satu layanan dalam kartu HALO adalah layanan *full mobile service* dan *exclusive privilege*.

Rata - rata penggunaan data oleh pelanggan Telkomsel masih didominasi oleh penggunaan aktivitas *Social (Facebook, Instagram, Twitter, Path)* , *Communication (WhatsApp, Line, Telegram, BBM, Wechat)*, dan *browsing Video (Youtube)*.

# Services Category	# User	Volume		Vol/ User
	Million	PB	%	MB
1 SocialNet	77.6	55.6	32.8%	769.1
2 Video	68.6	51.6	30.4%	807.5
3 Communications	74.7	18.4	10.8%	263.7
4 GoogleServices	77.4	11.9	7.0%	165.0
5 Media	42.7	4.0	2.4%	101.5
6 Games	58.9	3.5	2.0%	63.3
7 Ads	72.8	2.6	1.5%	37.7
8 unclassified	75.4	2.2	1.3%	31.4
9 CDN	67.3	2.0	1.2%	32.1
10 Proxy	62.2	1.8	1.1%	31.5
Total	86.1	169.4	100.0%	2,113.4

Gambar 1. 6 Jumlah Data User dan Volume Data yang Dikonsumsi

Sumber : Pengolahan Data Internal Bulan Maret 2018

Besarnya persentase kebutuhan data untuk social dapat menjadi gambaran bahwa kebutuhan masyarakat yang paling utama dalam konteks penggunaan internet adalah untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Jika dilihat berdasarkan jenis aplikasi yang digunakan oleh pelanggan, dapat diketahui bahwa aplikasi WhatsApp adalah aplikasi yang paling banyak digunakan oleh pelanggan kartu telkomsel, disusul oleh aplikasi LINE dan BBM-UCI.

#	Communication	User (Mn)	Vol (TB)	Vol/User (Mb)
1	WhatsApp	72.1	26,804.2	389.7
2	LINE	41.8	3,392.7	85.2
3	STUN	42.1	572.1	14.3
4	BBM-UCI	31.1	494.2	16.6
5	WeChat	26.2	355.7	14.2
6	IMO.IM	11.3	186.9	17.3
7	Telegram	8.8	184.1	21.8
8	BeeTalk	1.5	98.8	68.6
9	MessagingSites	28.3	69.5	2.6
10	Skype	15.5	35.2	2.4

Gambar 1. 7 Tabel Penggunaan Data Broadband Pelanggan Telkomsel

(Sumber: Pengolahan data internal per bulan Maret 2018)

Kartu HALO adalah salah satu produk dari telkomsel, dimana pengelolaan dan strategi produk kartuHALO ini berada di bawah Direktorat Marketing. Berbeda dengan produk lainnya, kartu HALO adalah satu satunya produk pascabayar yang dikeluarkan oleh Telkomsel. Dari data payload yang didapat dari data internal dapat dilihat bahwa rata – rata konsumsi per bulan pelanggan kartuHalo terhadap kuota data yang dimiliki adalah sebesar 34,93%, artinya pelanggan tidak sepenuhnya menggunakan kuota data yang dimiliki. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa rata- rata pemakaian (*ARPU*) pelanggan KartuHALO mengalami penurunan sejak 2012 hingga 2017.

Dengan strategi paketisasi paket combo data untuk pelanggan kartuHALO diharapkan dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan untuk memilih paket data dan akan meningkatkan *ARPU* pelanggan kartuHALO secara keseluruhan, hal ini juga didukung saat ini paket combo data untuk pelanggan kartuHALO belum banyak variasinya. Definisi paket Combo adalah paket data yang terdiri dari kombinasi Data *All Net* + *DPI Social, Communication* atau *Video*

Oleh karena itu, penelitian ini akan menelaah tentang “**Paketisasi Combo Data Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Pembelian Paket Data Studi Kasus Pada Pelanggan Kartuhalo Telkomsel**”. Kartu Halo dipilih karena kartu Halo merupakan produk pascabayar dari Telkomsel yang belum memiliki paket combo, selain itu konsumsi kuota yang hanya sebesar

34,93% dari paket data keseluruhan membuat penelitian ini menjadi lebih menarik apabila mempelajari tentang strategi paketisasi paket *combo* data.

1.3. Perumusan Masalah

Banyaknya aplikasi yang digunakan oleh pelanggan kartuHALO akan mengakibatkan paket data, maka Telkomsel Flash saat ini sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi pelanggan Telkomsel.

Berdasarkan fakta:

1. Mayoritas penggunaan internet pelanggan Telkomsel adalah untuk *Social, Communication, dan Video*.
2. Penggunaan kuota bagi pelanggan Telkomsel terutama kartuHALO hanya sebesar 34,93 % dari paket data keseluruhan. Oleh karena itu, apabila terdapat paket *combo* data khusus yang dapat mengakses aplikasi *Social, Communication dan Video*, akan membuat hal tersebut menjadi peluang baru bagi telkomsel untuk menarik perhatian pembeli. Hal tersebut juga berdasarkan bahwa jumlah permintaan *custom* paket Internet pelanggan kartuHALO di segment enterprise untuk penggunaan kuota data khusus aplikasi tertentu semakin meningkat setiap tahunnya sebesar 57% dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Analisa segment pelanggan kartuHALO yang akan memberikan pembelian terbaik terhadap paket data *combo*.
2. Revenue Telkomsel dari bisnis Voice,dan SMS terus mengalami penurunan
3. Alternatif menaikkan revenue Telkomsel dengan peningkatan *revenue* paket data broadband
4. Broadband revenue dapat ditingkatkan melalui penggunaan aktivitas data *Communication, Social, dan Video*
5. Menentukan segment pelanggan mana yang akan menjadi target untuk *marketing campaign*

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya pertanyaan penelitian ini adalah:

- a. Dari profil pelanggan kartuHALO variabel mana yang memiliki pengaruh terhadap *revenue broadband*?
- b. Berapa jumlah cluster yang sesuai untuk mengelompokkan pelanggan KartuHALO dan karakteristik apa saja apa saja yang terbentuk dari *cluster* tersebut?
- c. Strategi apa yang cocok diterapkan Telkomsel guna meningkatkan pembelian paket data oleh para pelanggan kartuHalo?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai 3 (tiga) tujuan utama yang ingin dicapai, yaitu:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan perihal variabel yang paling berpengaruh terhadap *revenue broadband*.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah cluster yang sesuai untuk mengelompokkan pelanggan KartuHALO dan karakteristik apa saja apa saja yang terbentuk dari *cluster* tersebut.
3. Menentukan strategi yang tepat untuk digunakan Telkomsel guna meningkatkan pembelian paket data oleh para pelanggan KartuHalo.

1.6. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, selain dimaksudkan untuk menambah pengetahuan peneliti mengenai customer behaviour, customer preferences, ataupun penelitian tentang keputusan pembelian yang sejenis.

Secara garis besar penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik dari aspek teoritis maupun aspek praktis sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Praktis

Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi perusahaan Telkomsel dalam hal pengembangan produk di masa yang akan datang.

1.6.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi tempat untuk mengaplikasikan ilmu yang selama ini diperoleh secara teoritis.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang objek studi penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pernyataan penelitian, tujuan penelitian manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB II: TUNJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian. Kajian pustaka mencakup teori-teori yang sudah ada dalam buku teks maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi yang dapat dipercaya.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian dan pembahasan harus diuraikan secara rinci dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap cakupan, batasan, dan isi topik apabila disajikan dalam sub-sub judul. Setiap aspek pembahasan dimulai dari analisis data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penarikan kesimpulan sebaiknya dilakukan dengan membandingkan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Balam bab v disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Terdapat dua alternatif cara penelitian kesimpulan, yaitu dengan cara butir demi butir dan dengan cara uraian padat.

Saran merupakan implikasi kesimpulan yang berhubungan dengan masalah. Selain menyentuh aspek praktis, perumusan rekomendasi juga harus ditujukan kepada para pembuat kebijakan, para pengguna hasil penelitian, dan dapat pula ditujukan kepada para peneliti berikutnya yang berminat untuk melanjutkan penelitian sebelumnya.