

ABSTRAK

Perusahaan akan bertahan lebih lama jika mampu memenuhi harapan dan kebutuhan dari pelanggannya. Khususnya di industri telekomunikasi, dimana kebutuhan pelanggan telekomunikasi sudah mulai berubah dari fase suara dan SMS, kemudian beralih ke data dan sekarang menuju era digital.

Telkomsel mempunyai pelanggan hampir 200 Juta dengan 13% nya masuk dalam kategori *High Value Customer (HVC)* dimana mayoritas pelanggan ini sudah mulai masuk ke dalam kebutuhan digital. Tentunya jika berbicara mengenai digital, perlu infrastruktur yang mendukung khususnya dalam hal cakupan dan kapasitas jaringan. Telkomsel perlu memastikan layanan yang diberikan bisa dinikmati oleh pelanggan dengan baik dan nyaman.

Dalam pemenuhan kualitas jaringan, ternyata masih banyak BTS 4G Telkomsel yang *revenue*-nya masih dibawah Rp.40 Juta yang artinya belum memberikan kontribusi maksimal dalam hal pendapatan Telkomsel. Dalam membangun BTS 4G tentunya perlu memperhatikan kebutuhan dan mobilitas pelanggan, sehingga dalam Tesis ini penulis akan melakukan analisa dampak mobilitas pelanggan dalam pembangunan BTS 4G dimana teknik analisisnya dengan cara membandingkan antara BTS 4G yang dibangun selama tahun 2018 dengan memperhatikan aspek mobilitas pelanggan *High Value Customer*.

Dengan teknik diatas akan dapat di simpulkan seberapa besar pengaruh dari mobilitas pelanggan *High Value Customer* pada pembangunan BTS 4G dalam hal peningkatan *revenue dan payload* BTS 4G yang di hasilkan.

Kata Kunci : *Industri Telekomunikasi, Digital era, High Value Customer, Prasarana Jaringan, Cakupan dan Kapasitas Jaringan, Revenue dan Payload BTS 4G.*