

ABSTRAK

Industri telekomunikasi saat ini dihadapkan menurunnya pendapatan voice dan SMS yang selama ini menjadi pendapatan utama operator seluler, disisi lain tingginya kenaikan trafik dan kebutuhan data di masyarakat menuntut operator seluler untuk memberikan layanan data dengan kecepatan tinggi untuk kompetitif di market, walaupun di sisi lain kontribusi pendapatan data belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan karena terjadinya perang harga paket data di pasar. Wilayah Jawa Barat yang merupakan wilayah terendah penetrasi penjualan produk Indosat dibandingkan Propinsi lain di Jawa, banyaknya produk yang harus dijual, tim yang terbatas dan adanya pengembangan jaringan 4G, menuntut Indosat lebih fokus dalam menerapkan segmentasi dan targeting untuk pemilihan wilayah prioritas dan pemilihan produk yang disampaikan ke masyarakat. **“Segmentasi dan Targeting Pelanggan Prepaid Pada Micro Cluster PT. Indosat di Jawa Barat”** adalah penelitian untuk mengetahui variabel dan indikator apa saja yang menjadi pertimbangan pemilihan wilayah prioritas suatu wilayah berdasarkan studi literature dan pendapat Expert, mengetahui produk apa yang akan menjadi fokus kegiatan penjualan dan marketing, strategi apa yang sebaiknya dilakukan untuk wilayah yang sudah ditentukan dan implementasi dari segmentasi tersebut.

Penelitian ini adalah penelitian eksplorasi, menggunakan metode analisis *Mixed Methods* yaitu gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan variabel, indikator dan bobot dengan mendapatkan data dari para Expert / ahli melalui *Focus Group Discussion*. Metode kuantitatif digunakan untuk pengolahan data data primer penelitian yaitu *Market Share Facebook, Revenue, Network occupancy, Network Capacity, Newsite dan Traffic, Data Demografi, Infrastruktur distributor* dan data transaksi produk. Ada enam variabel yang menjadi pertimbangan penentuan wilayah pemenang suatu micro cluster di penelitian ini yaitu *Market Share, Revenue, Network, Traffic, Distributor Infrastructure dan Demografi*. Bobot masing-masing variabel dan indikator didapat dari expert melalui FGD. Didapatkan 6 type cluster akhir melalui yakni *Grow, Grow+, Maximize, Maximize+, Extend dan Defend*. Dihasilkan juga ranking wilayah dan produk untuk keperluan penggarapan pasar.

Dengan adanya temuan 6 type cluster tadi diharapkan dapat berguna bagi akademisi dalam mengembangkan penelitian tentang segmentasi wilayah lewat clusterisasi dan berguna bagi praktisi dunia telekomunikasi dalam menentukan wilayah dan produk prioritas.

Kata Kunci: Segmentasi, Targeting, Micro Cluster, Telekomunikasi