

**SEGMENTASI DAN TARGETING PELANGGAN PREPAID PADA
MICRO CLUSTER PT INDOSAT DI JAWA BARAT**

TESIS

Disusun Oleh :

WIDY WIBOWO

2401172107



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019

**SEGMENTASI DAN TARGETING PELANGGAN PREPAID PADA
MICRO CLUSTER PT INDOSAT DI JAWA BARAT**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh :

WIDY WIBOWO

2401172107



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019

HALAMAN PENGESAHAN
Segmentasi dan Targeting Pelanggan Prepaid Pada Micro Cluster PT
Indosat di Jawa Barat”

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh :
Widy Wibowo
2401172107



Pembimbing

Dra Indrawati, M.M, PhD

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2019

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya, Widy Wibowo menyatakan bahwa tesis dengan judul **“Segmentasi dan Targeting Pelanggan Prepaid Pada Micro Cluster PT. Indosat di Jawa Barat”** adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam tesis saya ini.

Bandung, 26 Desember 2019

Yang membuat pernyataan,

Widy Wibowo

2401172107

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis dengan judul “**Segmentasi dan Targeting Pelanggan Prepaid Pada Micro Cluster PT. Indosat di Jawa Barat**”. Tujuan dari penulisan proposal tesis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung.

Melalui penelitian ini Penulis berharap dapat membantu para eksekutif di bidang telekomunikasi khususnya rekan-rekan dari Indosat yang memegang teritori yaitu Sales Area Manager dan Cluster Sales Manager dalam menentukan strategi operasional untuk menentukan fokus wilayah prioritas dan pemilihan produk sesuai ditengah persaingan industri telekomunikasi yang ketat dan sumber daya perusahaan yang terbatas.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra Indrawati M.M, PhD selaku pembimbing yang telah mendukung serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya selama bimbingan.
2. Ibu Dr. Maya Ariyanti, SE., MM. dan Bapak Dr. Gadang Ramantoko selaku dosen penguji seminar proposal dan Ibu Dr. Maya Ariyanti, SE., MM dan Dr. Putu Nina Madiawati ST,MT,MM pada sidang tesis akhir yang sudah memberikan masukan sangat berguna.
3. Ibu Astri Gina, Dosen Wali yang membantu dan memotivasi saya untuk menyelesaikan studi S2 ini.
4. Seluruh staf dan dosen MM Universitas Telkom yang telah membantu, membimbing dan memberikan ilmunya selama melaksanakan studi

5. Keluarga yang selalu memberikan support yaitu Orangtua, Istri Ayu Pidyowati dan anak-anak tercinta, Rizal Wirawan, Meuthia Humaira dan M Abiyyu Mumtaz.
6. Rekan-rekan Indosat yang sudah membantu untuk mengisi form survey, proses FGD dan support beberapa data yang diperlukan dalam penelitian ini
7. Rekan-rekan MM Eksekutif 35. Khususnya group Jangan Tegang!! Semoga kalian segera lulus semua dan segera menjalani hidup yang normal di akhir pekan dan tercapai impian-impian jangka panjang dan jangka pendek.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada tesis ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang.

Bandung, 24 Desember 2019

Widy Wibowo

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 selular 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 pemenangan 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

ABSTRACT

The telecommunications industry is currently faced with declining voice and SMS revenue which to be the main income of the cellular operator, on the other hand, the high increase in traffic and data needs are demanding mobile operators to provide high-speed data services to compete in the market, although the contribution of data revenue hasn't been able to significantly contribute because market price war of data packet. The area of West Java which is a region of low penetration compared Indosat product sales in other provinces Java Island, the large number of products to be sold and the development of 4G network, Winning area and product focus to be priority campaign and selling. "Segmentation and Targeting Prepaid Customer of Micro Cluster PT Indosat in West Java Province" is research to find out what variable and indicator into consideration of the selection of the winning territory base on studies literature and Expert opinions, find out what products will be the focus of sales and maximize marketing activity for the winning area.

This research is exploratory research by using mix methods analysis which the combination between qualitative and quantitative method. The qualitative method's used to determine the variables, indicator and weights by getting data from the Expert through Focus Group Discussion activity. Quantitative method's used for processing of primary data such as market share of Facebook, Distributor infrastructure, Demography, and Call Data Records to get the data transaction data products, revenue, network occupancy, coverage, capacity and traffic.

There are six Variable considerations that consider determining the priority area of a micro cluster in this research, namely Market Share, Revenue, Network, Traffic, Distributor Infrastructure and demographics. The weights of each variable and the indicator are obtained from the expert through FGD. Obtained 6 types of cluster endpoint through processing clusterization K-means namely Grow, Grow +, Maximize, Maximize +, Extend and Defend

With the findings of the 6 type clusters are expected to be useful for academics in developing research on the segmentation of the clusters through clusterization and useful for the practitioners telecommunication industry in determining priority clusters and products

Keywords: Segmentation, Targeting, Micro Cluster, Telecommunication,

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACK.....	viii
DAFTAR ISI.....	<u>x</u>
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	26
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Karakteristik Penelitian.....	45
3.2 Penentuan Variabel Penelitian	48
3.3 Tahapan Penelitian.....	56
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.5 Metode Pengumpulan Data	58
3.6 Uji Validitas dan Realibitas Data.....	62
3.7 Teknik Analisa Data.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Karakteristik Narasumber	71
4.2. Hasil Penelitian	72
BAB V	114
KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Wilayah Sales Area Cirebon, Kab. Bandung dan Cianjur	1
Tabel 1.2. Pendapatan Operator Selular di Indonesia	7
Tabel 1.3..Tren Daily Pendapatan Voice, SMS dan Data Natural Indosat	8
Tabel 1.4. Penambahan 4G Coverage Jawa Barat vs FB Share,	9
Tabel 1.5. Varian Produk Data Indosat,	9
tabel 2.1 Analisa Matrix IFE dan EFE.....	15
Tabel 3.1. Karakteristik Penelitian	46
Tabel 3.2. Daftar variabel dan Study Literlature.....	49
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel dan Indikator Penelitian.....	50
Tabel 3.4 Metode Analisa Data Per Indikator.....	64
Tabel 4.1 Daftar Expert Focus Group Discussion fase 1.....	71
Tabel 4.2 Daftar Jawaban expert variabel dan Indikator.....	74
tabel 4.3 Final Variabel dan Indikator Penelitian.....	77
Tabel 4.4 Ringkasan Variabel dan Bobot Final.....	82
Tabel 4.5 Ringkasan Final Bobot Variabel dan indikator dari FGD.....	83
Tabel 4.6 Ringkasan variabel hasil FGD dalam Grafik Prosentase.....	84
Tabel 4.7 Bobot Variabel dan indikantor dalam Prosentase.....	84
Tabel 4.8 Ringkasan Type cluster per Kecamatan di 3 SA	90
Tabel 4.9 Klasifikasi dan Perincian type Cluster Indosat.....	90
Tabel 4.10 Penamaan 6 cluster Kmeans vs Cluster Indosat.....	94
Tabel 4.11 Ringkasan Type cluster per Kecamatan di 3 SA.....	98
Tabel 4.12 Rangking All Micro Cluster.....	98
Tabel 4.13 Rangking Sales Area.....	98

Tabel 4.14 Data Penjualan Paket Data Sales Area Cianjur	104
Tabel 4.15 Data Penjualan Paket Data Sales Area Kab Bandung.....	105
Tabel 4.16 Data Penjualan Paket Data Sales Area Cirebon.....	106
Tabel 4.17 Top ten penjualan paket data di 3 SA.....	107
Tabel 4.18 Top Five Sub Micro cluster dengan Penjualan Paket data Tertinggi	108
Tabel 4.19 Matrix Penjualan Paket Data.....	110
Tabel 4.20 Promosi Indosat Bulan Agustus 2019.....	111
Tabel 4.21 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan penelitian tesis ini.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Revenue Share Operator Seluler Nasional.....	3
Gambar 1.2. Reload Share Operator Seluler Nasional	3
Gambar 1.3. Data Revenue Share Nasional	4
Gambar 1.4. Stuktur Organisasi Indosat Ooredoo Area Jawa Barat 2018 ..	4
Gambar 1.5. Total Reload Share Operator Seluler di Sumapa th 2018.....	5
Gambar 1.6. Data Revenue Share Operator Seluler di Sumapa th 2018	5
Gambar 1.7. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	6
Gambar 1.8. Report Social trend 2019.....	7
Gambar 2.1. Matrix Porter's Generic Strategies	14
Gambar 2.2. Possible Levels of Segmentation Philip Kotler and Kevin Lane Keller	18
Gambar 2.3 Model Proses Segmentasi Pelanggan berdasarkan data CDR di Telekomunikasi	27
Gambar 2.4 Segmentasi Pelanggan Telekomunikasi dari Data CDR.....	25
Gambar 2.5 Flow Penentuan Prediktif Subscribers	31
Gambar 2.6. Metode Perencanaan Jaringan LTE Berdasarkan Capacity	32
Gambar 2.7. KPI Distributor Indosat Q1 2019.....	39
Gambar 2.8. Dashboard KPI Overlay Project 2018	40
Gambar 2.9. New Model of Micro Cluster Segmentation di Indosat.....	41
Gambar 2.11. Kerangka Pemikiran	44
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian.....	67
Gambar 4.1 Final Model Penelitian.....	85
Gambar 4.4 Matrix Penjualan paket Data di Outlet Retail.....	116