

ABSTRAK

Saat ini Telkomsel memiliki 3 brand prabayar yaitu simPATI, kartu As dan LOOP serta 1 brand pascabayar yaitu kartuHalo. Dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan agar terus menggunakan layanannya, Telkomsel menciptakan program loyalitas kepada pelanggan melalui Telkomsel POIN. Ratio pelanggan yang pernah menukarkan poinnya hanya sebesar 13% per tahun dari total pelanggan yang dimiliki Telkomsel padahal apabila dilihat dari LoS (*Length of Stay*)-nya pelanggan yang menukarkan poinnya memiliki rata-rata LoS sebesar 6.75 tahun dan pelanggan tidak menukarkan poinnya memiliki rata-rata LoS sebesar 3.32. Artinya apabila pelanggan tersebut pernah menukarkan poin, maka akan semakin besar kemungkinan tersebut akan lebih loyal terhadap Telkomsel.

Pada Tesis ini, dilakukan penelitian menggunakan *K-Means Clustering* untuk mendapatkan segmen-segmen dari setiap pelanggan yang pernah melakukan aktivitas *redeem* Telkomsel POIN. Secara garis besar, *feature* yang digunakan untuk membentuk *cluster* adalah frekuensi *redeem*, jumlah poin yang di *redeem*, *brand*, *tier*, LoS, frekuensi *redeem* pada kategori tertentu, jumlah poin yang di *redeem* pada kategori tertentu, usia dan jenis kelamin. Selain itu untuk strategi pemasaran menggunakan *marketing mix* agar dapat memberikan penawaran yang sesuai dengan pelanggan.

Dengan menggunakan *shilouette index* sebagai indikator evaluasi *cluster*, didapatkan index sebesar 0.4. Hasil analisis terhadap pelanggan prabayar Telkomsel di Regional Jabotabek didapatkan 5 buah cluster yaitu *Potential Redeemers*, *Digital and High Value Redeemers*, *Legacy Redeemers*, *Merchandise Hunter* dan *Youth and Broadband Redeemers*. Untuk strategi pemasaran yang diterapkan adalah dengan menentukan 4P yaitu *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place*. *Product*, layanan atau produk poin yang ditawarkan kepada pelanggan. *Price*, konversi *cost* yang dikeluarkan terhadap 1 poin yang ditukarkan pelanggan. *Promotion*, media/*approach* yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan. *Place*, tempat/lokasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Kata kunci: Telkomsel POIN, Clustering, K-Means