

## BAB III

### ANALISIS DESKRIPTIF

#### 3.1 Data Umum

##### 3.1.1 Profil Perusahaan

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode "TLK".

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup menerapkan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih ramping dan lincah dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat dan tepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan

segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

- 1) **Mobile**, Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*
- 2) **Fixed**, Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand IndiHome.
- 3) **Wholesale & International**, Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.
- 4) **Network Infrastructure**, Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.
- 5) **Enterprise Digital**, Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.
- 6) **Consumer Digital** Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile*

Telkom memiliki *CORPORATE CULTURE* yaitu *The Telkom Way* dengan pondasi *Telkom Corporate Philosophy: Always The Best* yang

sekaligus menjadi *Basic Belief* terdiri dari *Integrity, Enthusiasm*, dan *Totality. Principles to be the Star* dari *The Telkom Way* adalah 3S, yakni *Solid, Speed, Smart* yang sekaligus menjadi *Core Values* atau *Great Spirit*. Dan *Practices to be the Winner* dari *IFA*, yakni *Imagine, Focus, Action* yang sekaligus sebagai *Key Behaviors*,

### 3.1.2 Visi dan Misi

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

#### **Visi**

*Be the King of Digital in the Region*

#### **Misi**

*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*

“*Be the King of Digital in the Region*” merupakan visi Telkom dengan sasaran untuk menjadi salah satu dari 10 (sepuluh) perusahaan Asia Pasifik dengan kapitalisasi pasar terbesar di industri telekomunikasi pada

tahun 2020. Untuk mewujudkan visi tersebut, terdapat 3 program utama yang dijalankan selama tahun 2018, yaitu *Delivering Best Customer*

*Experience, Expanding Digital Business* dan *Intensifying Smart Inorganic*.

Telkom bertransformasi menuju *Digital Telecommunication Company* dengan paradigma peningkatan pelayanan pelanggan, penguatan bisnis broadband dan digital dan implementasi *lean operation*. Peningkatan pelayanan kepada pelanggan dilakukan dengan merumuskan *experience*

dalam setiap journey pelanggan, sehingga dapat memahami kebutuhan pelanggan lebih dini dan men-deliver layanan melebihi ekspektasi mereka. Peningkatan bisnis broadband dan digital dilakukan dengan menghadirkan layanan broadband yang handal dan berkualitas tinggi, didukung oleh layanan digital yang inovatif sesuai dengan perkembangan *lifestyle* dan ekspektasi pelanggan. Sedangkan lean operation diimplementasikan untuk mengefisienkan proses secara digital yang didukung oleh organisasi dan kepemimpinan yang memiliki digital culture yang efektif, agile dan kolaboratif.

Misi Telkom adalah “*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*”, dimana Telkom menjadi pelopor inovasi di Indonesia untuk menjadi pemain global terkemuka. Telkom berperan aktif dalam pengembangan ekosistem digital yang mendorong berbagai inovasi dan meningkatkan daya saing industri digital di Indonesia.

### 3.1.3 Logo Perusahaan



**Gambar 3.1 Logo Telkom Indonesia**

#### **Filosofi Logo Telkom Indonesia**

Logo Telkom terbaru ditetapkan berdasarkan peraturan perusahaan No. PD.201.03/2014 tentang *New Corporate/Brand Identity* tertanggal 20 Juni 2014. Makna logo Mengacu pada filosofi Telkom Corporate yaitu *Always The Best*, sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membentuk Telkom menjadi pemain telekomunikasi terbaik. Tagline *the world in your hand* Bermakna “Dunia dalam Genggaman Anda” menyampaikan pesan bahwa Telkom akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan dalam mengakses dunia. Filosofi warna dari logo Telkom adalah sebagai berikut:

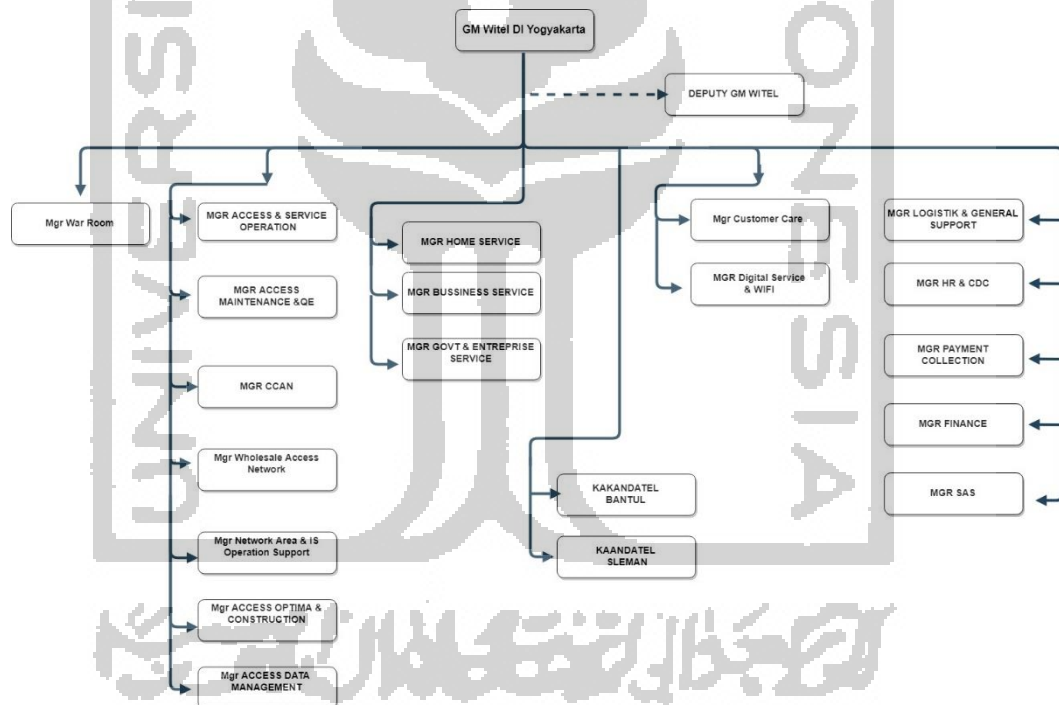
**Merah** – Berani, Cinta, Energi, Ulet Mencerminkan spirit perseroan untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan.

**Putih** – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu Mencerminkan semangat Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.s

**Hitam** – Warna Dasar Melambangkan kemauan keras.

**Abu** – Warna Transisi Melambangkan teknologi.

### 3.1.4 Struktur Organisasi



**Gambar 3.1 Struktur Organisasi Telkom Witel Yogyakarta**

**Tugas dan wewenang dari tiap bagian :**

- 1) *GM Witel DI Yogyakarta*, bertanggung jawab untuk mengoperasikan layanan telekomunikasi di tingkat wilayah yogyakarta. Mulai

dari *planning, operation, evaluation, feedback* dan pembangunan kembali.

- 2) **Deputy GM Witel**, tugasnya adalah bertanggung jawab terhadap layanan, pemeliharaan berdasarkan standar pelayanan, penjualan produk, dan pemasaran. bertanggung jawab pada pembangunan jaringan fiber optik maupun pemeliharaan jaringan yang lama.
- 3) **Mgr War Room**, monitoring proses pembangunan infrastruktur di area atau lokasi yang sudah ada ODP nya maupun belum ada ODP
- 4) **Mgr Acces dan Service Operation**, merencanakan sasaran dan ruang lingkup project serta merinci aktivitas project dan penjadwalannya. Mampu melakukan *monitoring* dan *reporting* pelaksanaan *project*. Mengevaluasi kinerja sistem jaringan fiber dan non fiber dan memberikan solusi optimalisasi sistem.
- 5) **Mgr Acces Maintance dan QE**, pemeliharaan dan penanggulangan gangguan pada kabel primer dan sekunder dan pembenahan jaringan.
- 6) **Mgr CCAN**, mengawal proses penginputan data dari customer sudah sampai bagian mana, sudah terverifikasi atau kah fail penginputannya.
- 7) **Mgr Wholesale Acces Network**, penyelenggaraan pengelolaan fungsi *delivery channel* dan layanan Customer pada segmen *wholesale*, yang dikelola dalam satu manajemen secara fokus dan terintegrasi.
- 8) **Mgr Network Area dan IS Operation Support**, Mengkompulir kebutuhan material operasional penanggulangan gangguan.

Mengendalikan anggaran dan kebutuhan operasional. Validasi BA dari mitra untuk penagihan.

- 9) ***Mgr Acces Optima dan Contruction***, Mengevaluasi disain *Wireline Access Network* sesuai dengan kebutuhan dan kebijakan perusahaan serta mampu membuat analisis kapabilitas dan menyusun *Project plan Implementation*. Mengevaluasi kinerja sistem *Optical Access Network* (OAN) berikan solusi optimalisasi sistem.
- 10) ***Mgr Acces Data Management***, melakukan Purifikasi data jaringan, updating data siska, dan updating gambar skematik
- 11) ***Mgr Home Service***, menangani kebutuhan IndiHome untuk pelanggan ritel, Apartemen Premium Clustes, maupun *Corporation*, Menilai kinerja mitra penjualan. Menentukan kebutuhan jumlah mitra per area dan agensi. Menentukan langkah-langkah dalam perbaikan dan menilai staf. Memilih keputusan operasional yang tepat. Menentukan pihak-pihak yang tepat untuk bekerja sama.
- 12) ***Mgr Bussiness Service***, Menyelenggarakan fungsi *marketing, sales* dan *customer care*. Menyelenggarakan fungsi *delivery channel* untuk seluruh *product/ bundle product* dari *portofolio business T.I.M.E* (*telecommunication, Information, Media, Edutaintment*).
- 13) ***Mgr Govt dan Entreprise Service***, bertanggung jawab memberikan layanan telekomunikasi kepada pelanggan *entrepreneurship* pengusaha - pengusaha perusahaan besar, perbankan, dan juga pemerintahan.



14) **Mgr Customer Care**, melakukan tugas terkait dengan penanganan pelanggan baru, pelanggan yang akan melakukan migrasi, melakukan *upgrade* atau *downgrade* layanan, melakukan koreksi saat terjadi kesalahan, memberikan tagihan ke pelanggan.

15) **Mgr Digital Service dan Wifi**, memiliki tugas utama menghasilkan inovasi produk untuk selanjutnya diserahkan kepada *Customer Facing Unit* (CFU) dan kemudian ditawarkan kepada para pelanggan Telkom.

16) **Mgr Logistik dan General Support**, menyusun rencana kebutuhan fasilitas TI, memastikan tersedianya fasilitas alat kerja TI bagi unit bisnis atau unit kerja, memastikan tersedianya fasilitas alat kerja yang disediakannya lengkap dan berfungsi dengan baik melalui pengecekan regular.

17) **Mgr HR dan CDC**, bertanggung jawab mengelola sumber daya manusia yang ada, rekrutasi, dan pemenuhan kebutuhan unit bisnis operasional.

18) **Mgr Payment Collection**, bertanggung jawab dalam mengcollect seluruh pembayaran pelanggan telkom, termasuk pembiayaan proyek.

19) **Mgr Finance**, melakukan usaha pencarian, pengelolaan dan pengalokasian uang, serta melakukan pembayaran-pembayaran yang harus dikeluarkan perusahaan.

20) **Mgr SAS**, penyelenggara tugas kantor pengamanan dan ketertiban terhadap instalasi kantor-kantor/unit-unit kerja di jajaran Telkom.

21) **Kandatel Bantul**, membantu Telkom witel Yogyakarta terkait aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care*, serta operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access*, yang diselenggarakan di wilayah Bantul.

22) **Kandatel Sleman**, membantu Telkom witel Yogyakarta terkait aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care*, serta operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access*, yang diselenggarakan di wilayah Sleman.

### 3.2 Data Khusus

#### 3.2.1 Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Plasa Telkom Yogyakarta

##### 1) Strategi Produk (*Product*)

Plasa Telkom Yogyakarta melakukan penetrasi pasar untuk strategi produknya, penetrasi pasar yaitu memasarkan produk yang ada ke segmen pasar yang sudah ada. Strategi ini diterapkan Plasa Telkom

Yogyakarta dengan menawarkan kepada pelanggan *existing* dan *new sales*. Pelanggan *existing* adalah pelanggan yang sebelumnya sudah menggunakan produk Telkom berbasis teknologi adsl maupun fiber.

Bagi pelanggan yang sudah memakai speedy maupun IndiHome, Plasa Telkom Yogyakarta akan menawarkan program migrasi kepada pelanggan yaitu berpindah dari produk speedy yang berbasis teknologi adsl ke produk IndiHome yang berbasis teknologi fiber optik yang lebih

memiliki banyak fitur dan layanan. Lalu untuk pelanggan yang sudah menggunakan produk IndiHome tapi hanya menggunakan *Single* paket atau 1P non fiber maka Plasa Telkom Yogyakarta menawarkan upgrade layanan berbasis fiber mulai dari 1P, 2P, dan 3P. untuk pelanggan baru Plasa Telkom Yogyakarta tidak lagi menawarkan produk Speedy melainkan produk IndiHome yang ditawarkan.

Plasa Telkom Yogyakarta menerapkan strategi *bundling* dimana dalam satu *billing* terdapat tiga layanan untuk menegaskan diferensiasi dari para pesaing. tiga layanan atau bisa disebut dengan layanan *Tripleplay* (*Internet, Phone, UseeTV*) ini dikemas dalam brand IndiHome berteknologi fiber optic terdapat 3 paket yaitu:

1. Paket 1P atau single produk phone dan internet

Dalam pekat 1P masih terdapat paket 1Phone non fiber dan fiber, selain itu juga terdapat paket 1P Inet non fiber dan fiber.

2. Paket 2P atau New IndiHome 2P Netizen 1 dan 2

Dalam paket 2P terdapat paket Netizen 1 (*Phone+Internet*) dan Netizen 2 (*Internet+UseeTV*).

3. Paket 3P atau IndiHome *Deluxe – Premium*

Yaitu paket yang berisi tiga layanan Internet, Phone, Usee TV

Dengan berbagai keunggulan yang ada didalam produk Indihome, masih ada beberapa pelanggan yang belum tau IndiHome dengan

berbagai fasilitas yang akan didapat dan keunggulannya. Berikut adalah penjelasan dari produk IndiHome:

IndiHome Fiber merupakan layanan digital terdepan menggunakan teknologi fiber optic yang menawarkan layanan *Triple Play* yang terdiri dari Internet Rumah (*Fixed broadband internet*), Telepon Rumah dan TV Interaktif (*UseeTV*). IndiHome Fiber juga menawarkan layanan *Dual Play* yang terdiri Internet dan Telepon Rumah. Manfaat yang didapat konsumen dengan menggunakan produk IndiHome adalah dalam satu billing terdapat beberapa manfaat dari Internet Rumah (*Fixed broadband internet*), Telepon Rumah dan TV Interaktif (*UseeTV*). Untuk yang pelanggan yang hanya ingin memakai internet atau phone saja ada layanan *One play*. Berikut penjelasannya dan manfaat dari masing-masing layanan:

1. Internet Rumah (*Fixed broadband internet*)

Layanan internet cepat menggunakan fiber optic yang memiliki keunggulan cepat, stabil, handal dan canggih. Dengan teknologi jaringan fiber yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan jaringan berbasis tembaga (*Copper*) antara lain:

- a. Jaringan fiber optic mampu mentransfer data hingga 100 Mbps, jauh lebih cepat dibandingkan jaringan kabel koaksial atau kabel tembaga.

- b. Jaringan fiber optic jauh lebih stabil dibandingkan jaringan kabel koaksial atau kabel tembaga pada saat dilakukan akses internet secara bersamaan.
- c. Kabel fiber optic lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan elektromagnetik dibandingkan kabel koaksial atau kabel tembaga.
- d. Teknologi fiber optic merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan *fixed broadband*.

## 2. Telepon Rumah

Komunikasi telepon dengan keunggulan biaya telpon lebih murah dan kualitas suara yang jernih. Telepon Rumah adalah layanan komunikasi dengan keunggulan biaya yang murah dan kualitas suara yang jernih. Paket IndiHome menawarkan gratis menelepon sampai dengan 1000 menit (sesuai paket yang dipilih) atau setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan baik untuk Lokal maupun Interlokal secara leluasa.

## 3. TV Interaktif (*UseeTV*)

Layanan TV interaktif pertama di Indonesia yang memberikan tayangan yang berkualitas dan berbagai macam fitur yang menarik yang tidak ada di penyedia jasa lainnya. Layanan televisi interaktif dan *personalized* berteknologi internet protocol ini dilengkapi fitur-fitur unggulan seperti berikut:

- a. *Videe Recorder*, Merekam video atau program TV yang sedang tayang maupun yang akan tayang.
- b. *TV on Demand*, Menayangkan ulang acara *live TV* tertentu dengan rentang waktu 7 (tujuh) hari kebelakang.
- c. *Karaoke*, Menambah, memainkan atau mengurangi lagu pada *playlist*.
- d. *Video on Demand*, Menambah, memainkan atau mengurangi video yang diinginkan.
- e. *Playback, Pause, and Rewind*, Menghentikan tayangan, menonton kembali dan menonton momen awal program.

Dalam IndiHome, juga terdapat layanan tambahan yaitu *Add on* yang ditawarkan kepada pelanggan, berikut layanan *Add on* yang tersedia:

1. *Minipack Usee TV*, merupakan layanan yang menyediakan banyak *alternative channel* yang dapat dipilih dan dibeli oleh pelanggan. Terdapat 15 jenis pilihan paket channel yang dapat dipilih secara fleksibel sesuai keinginan pelanggan.
2. *Movin*, layanan aplikasi mobile berbasis android dan IOS yang didesain khusus untuk pelanggan IndiHome, dimana pelanggan dapat melakukan panggilan Telepon Rumah menggunakan *smartphone*.

3. *Wifi Seamless*, merupakan layanan *Add on* Indihome yang diberikan khusus untuk pelanggan IndiHome, dapat mengakses *wifi.id* di Indonesia secara *seamless* (otomatis), melalui maksimal 5 device.
4. *Global Call*, *Add on* Indihome yang dipergunakan untuk *call* keluar negeri yang praktis, ekonomis, mudah dan memiliki jangkauan yang luas, hingga ke 10 (sepuluh) negara pilihan.
5. Antivirus, *Trend Micro Security System* adalah layanan *Add on Internet Security* untuk pelanggan Internet Indihome Fiber. Komputer pelanggan akan terlindungi dari serangan *virus*, *malware*, *spyware*, *spam*, *phising*, dan konten yang tidak layak dari internet.
6. *Speed on Demand*, layanan untuk meningkatkan kecepatan internet pelanggan secara temporer sesuai kebutuhan, mulai dari kecepatan 20Mbps hingga 100Mbps, dengan masa berlaku 1, 3, atau 7 hari.
7. *Edu Kids*, adalah aplikasi yang memberikan edukasi serta *entertainment* untuk anak-anak mulai dari usia 2 hingga 16 tahun dengan cara yang seru dan menyenangkan dengan ragam menu pilihan.

## 2) Strategi Harga (*Price*)

Strategi harga yang digunakan Plasa Telkom Yogyakarta dengan cara membundling harga dari produk IndiHome berdasarkan paket nya mulai dari 1P, 2P, dan 3P. hal ini dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan dari konsumen karena daya beli dari konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan harga. Dengan

pertimbangan yang baik maka harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat bersaing dan diterima oleh konsumen di pasaran.

Berdasarkan strategi produk paket Indihome terdiri dari tiga paket yaitu 1P, 2P, dan 3P. pada paket 1P ada empat pilihan diantaranya 1P Phone non fiber, 1P Phone fiber, 1P Inet non fiber dan 1P Inet fiber. Lalu pada paket 2P terdapat dua pilihan yaitu Netizen 1 dan Netizen 2. Sedangkan untuk paket 3P ada paket *Deluxe* dan *Premium*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

### 1. Paket Single Produk Phone dan Internet (1P)

#### a. 1 Phone Non Fiber

**Tabel 3.1 Rincian Harga Paket 1P Phone Non Fiber**

PHONE		TOTAL
300 menit	195.000	195.000

Paket 1P Phone Non Fiber dapat diperoleh konsumen dengan membayar Rp.195.000, paket ini hanya menawarkan layanan gratis nelpon 300 menit.

#### b. 1 Phone Fiber

**Tabel 3.2 Rincian Harga Paket 1P Phone Fiber**

PHONE	ONT	TOTAL
300 menit	195.000	235.000

Paket 1P Phone dapat diperoleh konsumen dengan membayar Rp.235.000, paket ini hanya menawarkan layanan telpon gratis



selama 300 menit sudah termasuk biaya aktivasi dan biaya instalasi yaitu ONT (*Optical Network Terminal*).

c. 1P Inet Non Fiber

**Tabel 3.3 Rincian Harga Paket 1P Inet Non Fiber**

INET		Modem	Total
Up to 3 Mbps	185.000	20.000	205.000

Paket 1P Inet Non fiber dapat diperoleh konsumen dengan membayar 205.000, layanan yang didapat adalah internet berkecepatan Up to 3 Mbps. Harga tersebut sudah termasuk modem.

d. 1P Inet Fiber

**Tabel 3.4 Rincian Harga Paket 1P Inet**

	INET	ONT	TOTAL
10 Mbps	210.000	40.000	250.000
20 Mbps	310.000	40.000	350.000
30 Mbps	470.000	40.000	510.000
40 Mbps	570.000	40.000	610.000
50 Mbps	670.000	40.000	710.000
100 Mbps	1.220.000	40.000	1.260.000

Paket 1P Inet dapat diperoleh dengan konsumen membayar mulai dari harga Rp.250.000-1.260.000 dengan kecepatan internet terendah 10 Mbps dan tertinggi 100 Mbps. Harga tersebut sudah termasuk biaya aktivasi dan biaya instalasi yaitu ONT (*Optical Network Terminal*).

## 2. Paket NEW IndiHome 2P Netizen 1 dan 2

### a. Netizen 1

**Tabel 3.5 Rincian Harga Paket 2P Netizen 1**

PAKET	INET	POST	MOVIN	ONT	TOTAL
IndiHome	10 Mbps	100 menit	BASIC	40.000	285.000
NETIZEN 1	20 Mbps				385.000
(Phone +	30 Mbps				545.000
Internet)	40 Mbps				645.000

Paket Netizen 1 yaitu paket yang berisi layanan Internet berkecepatan 10 Mbps sampai 40 Mbps dan Telpon gratis selama 100 Menit bisa didapatkan konsumen dengan harga Rp.285.000 sampai dengan harga Rp.645.000, Harga tersebut sudah termasuk biaya aktivasi dan biaya instalasi yaitu ONT (*Optical Network Terminal*).

### b. Netizen 2

**Tabel 3.6 Rincian Harga Paket 2P Netizen 2**

PAKET	INET	USEE TV	ONT	STB	TOTAL
IndiHome	10 Mbps	New Entry	40.000	40.000	315.000
NETIZEN 2	20 Mbps				415.000
(Internet +	30 Mbps				575.000
USEE TV)	40 Mbps				675.000

Paket Netizen 2 yaitu paket yang berisi layanan Internet berkecepatan 10 Mbps sampai 40 Mbps dan layanan UsseeTV yang berisi Channel Package New Entry. Untuk UseeTV New Entry berisi 84 Channrl baik itu Local Channel, Movies, News International dan lainnya. Harga dari paket layanan ini Rp.315.000 sampai dengan

675.000, harga tersebut sudah termasuk biaya aktivasi dan biaya instalasi yaitu ONT (*Optical Network Terminal*).

### 3. Paket 3P IndiHome Paket *Deluxe* dan *Premium*

**Tabel 3.7 Rincian Harga Paket 3P *Deluxe* dan *Premium***

PAKET	INET	POTS	USEE TV	MOVIN	ONT	STB	TOTAL
DELUXE	10 Mbps		Essential + IndiKids Lite				460.000
PREMIUM	20 Mbps	1.000 menit	Essential + IndiKids Lite + Indimovie 2	BASIC	40.000	40.000	630.000
	30 Mbps		Essential + IndiKids + Indimovie 2				820.000
	40 Mbps		Essential + IndiKids + Indimovie 2 + Indimovie 1				995.000
	50 Mbps		ALL Channel (ex Dynasty & Indijapan)				1.250.000
	100 Mbps						1.750.000

Paket 3P terbagi jadi dua yaitu *Deluxe* dan *Premium*. Untuk paket 3P yang *Deluxe* hanya mendapat layanan yang terdiri dari internet berkecepatan 10 Mbps, Gratis nelson selama 1.000 menit dan layanan *Usee TV Channel Package Essential* terdiri dari 137 *Channel* ditambah dengan *Channel Package Mini Pack* yaitu *IndiKids Lite*. Layanan 3P *Deluxe* bisa didapatkan konsumen dengan harga Rp.460.000. lalu untuk paket 3P *Premium* lebih banyak pilihan layanannya mulai dari internet 20 Mbps sampai dengan 100 Mbps, Gratis nelson selama 1.000 menit dan *Usee TV Channel Package Essential* yang terdiri dari 137 *Channel* ditambah *Channel Package* lainnya seperti *IndiKids*, *IndiKids Lite*, *Indimovie 2*, *Indimovie 1*, dan *All Channel (ex Dynasty & Indijapan)*. Paket 3P *Premium* bisa didapatkan konsumen dengan harga Rp.

630.000 sampai dengan Rp. 1.750.000. harga tersebut sudah termasuk biaya aktivasi dan biaya instalasi yaitu ONT (*Optical Network Terminal*).

Data diatas didapatkan dari Kebijakan Pelanggan TWII-2018 untuk Pelanggan *Consumer* Telkom Indonesia. Dengan beragamnya paket yang ditawarkan dan jarak antar harga yang tidak terlalu jauh, tentu hal tersebut membuat konsumen memiliki banyak pilihan akan memakai layanan Indihome yang sesuai dengan kebutuhan dan tentu saja daya beli dari konsumen.

### 3) **Strategi Tempat atau Distribusi (*Place*)**

Untuk saluran distribusi, Plasa Telkom Yogyakarta menggunakan saluran distribusi langsung yaitu perusahaan atau *corporate* melakukan penjualan langsung ke pelanggan. Untuk pelanggan yang ingin mengetahui info atau ingin berlangganan IndiHome Plasa Telkom Yogyakarta memberikan beberapa pilihan alternatif bagi pelanggan konsumen dapat mendatangi Plasa Telkom Yogyakarta yang di kotabaru tepatnya Jl. Yos Sudarso No.9, Kotabaru, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu pelanggan juga bisa mendatangi Kantor Daerah Wilayah Telkom (KANDATEL) yang dibawah oleh Plasa Telkom Yogyakarta yaitu ada Kandatel Sleman dan Kandatel Jogja. Alternatif lain pelanggan bisa meminta seller untuk datang ketempat pelanggan dengan menghubungi Plasa Telkom Yogyakarta terlebih dahulu melalui panggilan 147. Dan alternatif terakhir yaitu pelanggan tidak perlu bertemu langsung

dengan *seller* untuk mendapatkan info atau melakukan pendaftaran, hal tersebut bisa dilakukan melalui aplikasi My IndiHome yang sudah tersedia di *Playstore* dan *AppStore*, melalui *fanspage* di media sosial seperti facebook dan twitter, menghubungi *call center* 147 atau mengunjungi website dari Telkom yaitu <http://www.telkom.co.id> sehingga konsumen dapat mencari info terkait Indihome di mana saja dan kapan saja.

Semua instalasi kabel atau fiber optik dan kebutuhan pelanggan lainnya seperti ONT, STB, maupun Modem Plasa Telkom Yogyakarta mendapat dari Gudang Pt.Telkom yang salah satunya berada di daerah Prambanan lebih tepatnya di Jl. Raya Piyungan - Prambanan, Dawung, Bokoharjo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk daerah metropolitan area maka instalasi dan kebutuhan akan langsung dari Plasa Telkom Yogyakarta didistribusikan ke pelanggan sedangkan daerah Sleman, Bantul, Wates, Wonosari dari Plasa Telkom Yogyakarta akan didistribusikan terlebih dahulu ke Kandatel Sleman dan kandatel Bantul untuk nantinya didistribusikan kembali pelanggan.

Pendistribusian Fiber Optick agar produk IndiHome sampai ke pelanggan melalui beberapa instalasi milik telkom yaitu sebagai berikut



**Gambar 3.2 Distribusi Fiber Optik Telkom Witel Yogyakarta**

Penjelasan Istilah :

1. ODF (*Optical Distribution Frame*): Titik terminasi kabel fiber optik, sebagai tempat peralihan dari kabel fiber optik *outdoor* dengan kabel fiber optik *indoor* dan sebaliknya. Fungsi lainnya sebagai titik koneksi perangkat ke ODN (*Optical Distribution Network*) dan sebagai titik cross connect antara ODF-ODF.
2. ODC (*Optical Distribution Cabinet*): Tempat terminasi antara kabel feeder dan kabel distribusi
3. ODP (*Optical Distribution Point*): Perangkat untuk membagi kabel fiber optic ketiap pelanggan sekaligus melindungi kabel fiber optic
4. OTP (*Optical Termination Premisis*): Tempat terminasi antara kabel drop dan kabel indoor
5. *Optical Rosset*: Merupakan perangkat tempat terminasi antara kabel indoor dan *patchcord* atau *pig tail* yang tersambung ke terminal ONT (*Optical Network Terminal*)
6. ONT (*Optical Network Termination*): Perangkat aktif yang ditempatkan di sisi pelanggan dan telah dilengkapi port-port layanan
7. Kabel *Feeder*: Kabel fiber optik yang diterminasi di ODF dan ODC
8. Kabel Distribusi: Kabel fiber optik yang diterminasi di ODC dan ODP
9. Kabel *Drop*: Kabel fiber optik yang diterminasi di ODP dan OTP
10. Kabel *Indoor*: Kabel fiber optik yang diterminasi di OTP dan Roset optik.

11. *Patchcord*: Seutas fiber optik berisi 1 (satu) *core* atau lebih yang mempunyai pelindung fiber sendiri dan dilengkapi 2 (dua) buah konektor pada kedua ujungnya.

12. *Pigtail*: Seutas fiber optik berisi 1 (satu) *core* mempunyai pelindung fiber sendiri dan dilengkapi hanya 1 (satu) buah konektor pada salah satu ujungnya.

Penjelasan Bagan:

Pertama-tama dari ODF sebagai pusat dari Fiber Optic akan disalurkan melalui Kabel *Feeder* ODC dengan kapasitas Kabel Besar, selanjutnya dari ODC disalurkan melalui Kabel Distribusi dengan kabel yang kapasitasnya lebih kecil ke ODP, di ODP Fiber Optic akan disalurkan kembali ke OTP melalui Kabel *Drop* (terdapat ODP dengan 8 slot atau 16 slot) slot yang dimaksud adalah kapasitas maksimal dari Fiber Optic yang akan dibagi ke pelanggan sejumlah dengan slot tersebut, selanjutnya dari OTP melalui Kabel *Indoor* disalurkan ke Roset, terakhir dari *Rosset* akan disalurkan melalui Kabel *Patchcord* atau *pigtail*.

#### 4) **Strategi Promosi (*Promotion*)**

Promosi yang dilakukan oleh Plasa Telkom Yogyakarta beragam yaitu mulai dari periklanan, penjualan perseorangan (*Personal Selling*), dan Promosi penjualann. Untuk promosi menggunakan periklanan melalui media sosial merupakan salah satu cara yang cukup berhasil di era saat ini, karena hampir semua orang sekarang memiliki sosial media. Periklanan

yang dilakukan oleh Plasa Telkom Yogyakarta dengan berkejasama dengan radio lokal, hampir 20 radio yang berada di Yogyakarta melakukan kerja sama dengan Plasa Telkom Yogyakarta seperti prambors, yasika, istakalisa dll. Untuk melalui media tayangan Televisi bekerja sama dengan beberapa Tv Lokal salah satunya TVRI Yogyakarta. Sedangkan surat kabar berkerjasama dengan beberapa media surat kabar seperti Media Tribun Yogya dan untuk media sosial yang digunakan adalah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan lain-lainnya. Selain itu Plasa Telkom Yogyakarta menyebar brosur di daerah yang menjadi target pemasaran dan melakukan pemasangan poster, spanduk, baliho dan *billboard* di tempat-tempat yang strategis

Untuk promosi penjualan Telkom Yogyakarta memberikan penawaran gratis pemasangan Indihome kepada pelanggan. Sedangkan untuk personal selling Telkom Yogyakarta menggunakan *Marketing Sales* Untuk melakukan kegiatan *Door To Door*, yaitu kegiatan promosi dengan memasuki suatu wilayah, Gedung apartemen, Hotel, Perumahan yang tentu saja melalui persetujuan dari pihak keamanan terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk menyebarkan atau membagikan brosur kepada calon konsumen sekaligus menjelaskan produk IndiHome. Lalu melakukan *Open Table* di beberapa titik yang dianggap strategis, salah satu contohnya seperti yang ada di dekat Universitas Islam Indonesia tepatnya di perempatan pamungkas jalan Kaliurang Km.14. *Personal selling* yang dilakukan Plasa Telkom Yogyakarta tidak hanya menjadi *Sales Marketing* namun dapat



menjadi *solution selling* dan *consultative selling* bagi pelanggan. Cara *Personal Selling* bisa dibilang lebih efektif karena orang Indonesia masih menghargai komunikasi dengan cara bertatap muka atau kontak langsung. Hal tersebut menimbulkan kesan yang sopan dan konsumen akan merasa dihargai saat Sales menawarkan produk IndiHome. Plasa Telkom Yogyakarta juga melakukan kegiatan sponsorship untuk beberapa acara baik itu sponsorship utama atau tidak, dari hal tersebut diharapkan bagi penonton acara atau dalam hal ini calon pelanggan mengetahui produk IndiHome.

5) **Strategi Sumber Daya Manusia (*People*)**

Strategi pengembangan SDM yang dilakukan oleh Plasa Telkom Yogyakarta untuk karyawannya agar dalam penyampaian atau pemasaran produk IndiHome ke konsumen adalah dengan melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan di *Telkom Corporate University* (Telkom Corpu). Telkom Corpu adalah wahana strategis yang dirancang untuk mendukung pencapaian misi perusahaan dengan melakukan kegiatan dalam memperkuat atau memperkokoh kemampuan belajar individu dan organisasi. kegiatan yang dilakukan Telkom Corpu antara lain:

1. Pelatihan kepemimpinan, yaitu memperluas kapasitas individu untuk menampilkan peran kepemimpinan dalam organisasi. Dari pelatihan tersebut diharapkan seluruh SDM yang berada di Telkom mampu memimpin diri sendiri dan memimpin orang lain, mampu mengeksekusi persoalan yang ada, menciptakan keunggulan kompetitif, memunculkan

bakat dari tiap SDM dalam pelatihan kepemimpinan terdapat tiga program yaitu :

- a. *Great People Development Program*, program ini dibuat bagi yang memiliki bakat terbaik yang mana kandidat dilatih untuk mengembangkan kompetensi kepemimpinan untuk memperoleh kenaikan jabatan atau fokus pada perubahan kepemimpinan, dan untuk mengidentifikasi lebih lanjut mengenai pengembangan *Roadmap*. Peserta akan ditempatkan mulai dari *Junior Supervisor* sampai Wakil Presiden atau *Senior General Manager*. Tujuan dari pengembangan kepemimpinan ini yang paling utama adalah untuk mempersiapkan pemimpin yang bagus yang mana mempunyai karakter kuat, jiwa kepemimpinan yang kuat, melihat peluang dalam bisnis berbasis digital, Nasionalisme, dan Bereorientasi *Global*.
- b. *Great People Managerial Program*, Program kepemimpinan untuk peserta yang memiliki tujuannya untuk meningkatkan kemampuan para karyawan yang menempati kedudukan manajerial, tetapi harus didukung dengan kemampuan memimpin sebagai persyaratannya atau lebih berfokus pada perubahan manajemen. Rentang pesertanya mulai dari Manager ke *Vice President* atau Manajer Umum Senior.
- c. *Global Talent Management*, Program yang dibuat untuk mempelajari dan mendapatkan pengalaman langsung untuk mencari peluang bisnis internasional dan nasional yang sesuai dengan ketertarikan peserta.

2. Pelatihan Fungsional, yaitu pelatihan yang lebih berfokus pada pengembangan kemampuan teknis melalui dari training regular menggunakan metode *Intergreated Learning Centre* (ILC) dan Sertifikasi karyawan. Untuk mendukung proses transformasi Telkom Grup untuk menjadi perusahaan digital telekomunikasi, kebanyakan dari materi pembelajaran fungsional akan berfokus pada digital learning, materi akan disampaikan melalui video, audio, dan simulasi.

#### 6) Strategi Proses (*Process*)

Terdapat beberapa Alur proses pemasangan IndiHome, bagi pelanggan yang akan mendaftar pemasangan produk IndiHome bisa melewati beberapa cara yang diberikan oleh Plasa Telkom antara lain:

##### 1. Melalui Aplikasi *My IndiHome*

Pelanggan melakukan Input Data sendiri melalui aplikasi *My IndiHome* yang dapat didownload sendiri oleh pelanggan melalui *Playstore* dan *Appstore*. Langkah pemasangan produk IndiHome yang dilakukan oleh Plasa Telkom Yogyakarta sebagai berikut:



**Bagan 3.3 Langkah pemasangan melalui Aplikasi *My IndiHome***

Pelanggan melakukan input data sendiri, data yang dimasukan adalah data KTP, Shareloc lokasi, lalu alamat yang detail, email, dan paket yang dipilih melalui aplikasi *My IndiHome*. Setelah data terupload maka tinggal menunggu terverifikasi dan dikonfirmasi oleh pihak Jakarta. Jika terverifikasi maka pihak Jakarta akan menginformasikan ke Plasa Telkom Yogyakarta. Plasa Telkom Yogyakarta melakukan pengecekan ketersediaan jaringan Fiber Optik di area untuk selanjutnya dikeluarkan tiket order dan tim dari setter atau teknisi menghubungi kontak person calon pelanggan untuk menanyakan informasi, kapan calon pelanggan tersebut berada di rumah untuk dilakukan pemasangan produk IndiHome oleh teknisi.

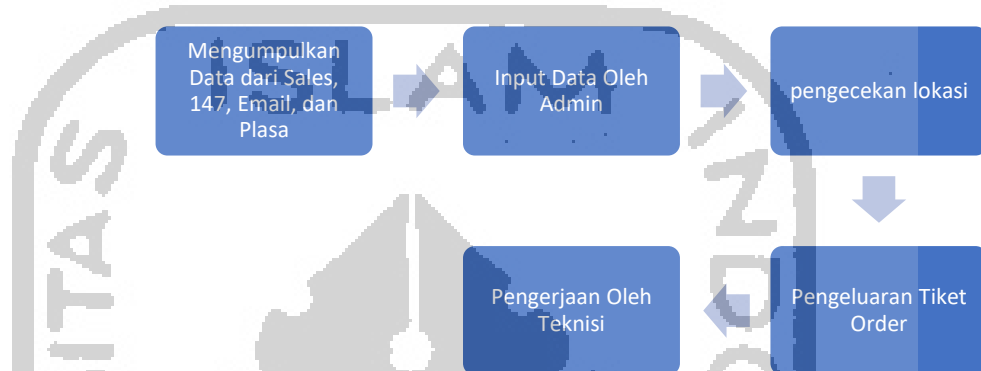
## 2. Melalui Admin

Pihak admin Plasa Telkom Yogyakarta membantu melakukan input data, data yang didapat bisa diberikan oleh pelanggan melalui beberapa cara yang diberikan oleh Plasa Telkom Yogyakarta

- a. Telepon, Calon pelanggan IndiHome dapat menelepon 147 (*Call Center*), untuk mendaftarkan IndiHome.
- b. Email, Bila pelanggan ingin mendaftarkan diri lewat email maka pelanggan harus melalui web site: [www.telkom.com](http://www.telkom.com), pilih menu untuk daftar dan pelanggan diharuskan untuk isi formulir.
- c. Mengunjungi langsung Plasa Telkom Yogyakarta untuk melakukan Pendaftaran.

- d. Meminta kepada Seller untuk datang ketempat pelanggan untuk melakukan pendaftaran dengan menelepon terlebih dahulu ke 147

Selanjutnya langkah pemasangan produk IndiHome yang dilakukan oleh Plasa Telkom Yogyakarta sebagai berikut:



**Bagan 3.4 Langkah pemasangan melalui Admin**

Setelah Admin mendapat semua data dari pelanggan, selanjutnya dilakukam input data, data-data yang telah didapat baik itu data dari sales, panggilan 147 maupun email akan diinput ke sistem informasi manajemen Telkom yaitu Starclick. Untuk Berikutnya berdasarkan data yang telah diinput dilakukan pengecekan lokasi oleh divisi

*Home Service* dan *Customer Care* apakah lokasi tersebut sudah terkoneksi dengan jaringan fiber optik jika belum ada maka akan diajukan pengajuan terlebih dahulu ke bagian operasional untuk pembangunan di lokasi yang belum terdapat jaringan fiber optik, jika sudah ada jaringan fiber optik maka akan diteruskan untuk dikeluarkan tiket order. Tiket order keluar kemudian tim dari *setter* atau teknisi menghubungi *contact person* calon pelanggan untuk

menanyakan informasi, kapan calon pelanggan tersebut berada di rumah untuk dilakukan aktivasi produk IndiHome oleh teknisi.

#### 7) Strategi Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Strategi Bukti Fisik yang digunakan Plasa Telkom Yogyakarta adalah menyediakan fasilitas untuk para pelanggan seperti *Wifi Corner* untuk digunakan oleh masyarakat umum dengan disediakan meja-meja kecil dan alas tempat duduk, terdapat tempat parkir yang cukup luas untuk menampung kendaraan pelanggan, dengan penjagaan 24 jam. Ruang tunggu di Plasa Telkom Yogyakarta terbilang nyaman dengan temperatur suhu yang pas, penggunaan lampu putih yang cukup terang dan tidak menyilaukan dan lingkungan yang bersih. Saat memasuki ruangan langsung terdapat mesin untuk mengambil nomor antrian yang nantinya saat pelanggan dipanggil oleh *customer service* akan muncul dilayar yang tersedia, terdapat juga kursi-kursi kecil untuk duduk para pelanggan. Terdapat display untuk produk IndiHome sehingga pelanggan dapat melihat bukti fisiknya sebelum berlangganan. Pemberian petunjuk untuk pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Yogyakarta terbilang lengkap mulai dari petunjuk arah toilet dan jalur evakuasi. Untuk tampilan karyawan sendiri berpakaian rapi dan profesional dengan warna sama untuk semua karyawan.

### 3.2.2 Cara menangani apabila terjadi hambatan pada penerapan bauran pemasaran produk IndiHome

- 1) **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi Produk**, sejauh ini belum ada, karena strategi bundling yang diterapkan pada produk IndiHome sudah tepat. Untuk produk *Phone* mungkin tidak banyak diminati karena sudah ada *Mobile Phone* yang lebih praktis, namun produk ini masih dibutuhkan oleh industry rumah tangga, sekolah, kantor. Sedangkan untuk produk *Usee Tv* kurang diminati oleh industri rumah tangga, sekolah dan kantor. Dari hal tersebut Telkom sudah mengatasi dengan strategi bundling paket 2P yaitu Netizen 1 berisi layanan *Phone* dan *Internet* saja dan Netizen 2 berisi layanan *Internet* atau *Usee Tv* saja.
- 2) **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi Harga**, terjadi apabila ada pesaing memberikan harga yang lebih murah dari produk IndiHome, dalam hal ini Plasa Telkom Yogyakarta melakukan pengamatan terlebih dahulu. Jika hasil pengamatan ternyata harga produk pesaing terpaut jauh lebih murah harganya, maka Plasa Telkom Yogyakarta dapat mengajukan *Head to Head* ke pusat, yaitu menurunkan harga sama dengan pesaing. Jika selisih harga produk pesaing dengan produk IndiHome tidak terlalu besar maka tidak dilakukan perubahan harga dengan asumsi bahwa dengan jarak harga yang tidak terlalu besar tersebut tidak mempengaruhi konsumen untuk berpindah ke pesaing.

- c. **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi Tempat atau Distribusi**, hambatan dapat terjadi apa bila tidak adanya ODP (*Optical Distribution Point*) atau ODP penuh di area calon pelanggan. ODP adalah sebuah perangkat untuk membagi kabel fiber optic ketiap pelanggan, setiap ODP berisi 8 sampai 16 slot. Saat ODP habis atau belum ada maka order yang dilakukan oleh pelanggan ter pause terlebih dahulu, untuk mengatasi hal tersebut Telkom akan mengajukan pt 2 bagi daerah yang sudah ada ODP namun slotnya penuh dan pt 3 bagi area yang belum ada ODPnya. pt 2 dan pt 3 adalah pengajuan pembangunan infrastrukture Telkom.
- d. **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi promosi**, dapat terjadi saat melakukan *Personal Selling*, Promosi dapat berjalan tidak efektif karena beberapa hal seperti tingkat Pengetahuan *Sales* yang rendah atau bahkan lupa dengan apa yang terkait dengan produk IndiHome sehingga saat melayani konsumen mengalami kesulitan dalam menjelaskan produk yang tentu saja menyebabkan proses promosi tidak efektif. Dari hal tersebut Plasa Telkom Yogyakarta menyediakan *E-Learning* untuk tiap karyawannya yang berisi terkait pemahaman produk IndiHome, Kebijakan Operasional dan lain sebagainya untuk dipelajari karyawan dimanapun kapanpun agar lebih paham dan mengerti terkait produk IndiHome.



- e. **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi SDM**, pada strategi SDM terdapat hambatan, seperti adanya beberapa oknum *telemarketing* nakal, yaitu telemarketing menawarkan upgrade sistem tambah layanan pada pelanggan, namun saat pelanggan tidak ingin dilakukan *upgrade telemarketing* tetap melaporkan permintaan *upgrade* layanan. Hal tersebut dapat terjadi karena *telemarketing* ingin mencapai target mereka. Dalam hal ini Plasa Telkom Yogyakarta terus melakukan pengarahan kepada karyawannya agar bekerja sesuai dengan tujuan dari Telkom. Dan Plasa juga memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk melaporkan ke Plasa agar layanan yang dipakai kembali seperti semula.
- f. **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi Proses**, saat proses order pelanggan tidak ada kabar, dalam hal ini pihak admin akan terlebih dahulu mencoba men *follow up* pelanggan jika memang pelanggan tidak ada kabar maka order akan dianggap batal atau *cancel order*.
- g. **Hambatan dan Penanganannya pada Strategi Bukti Fisik**, belum ada hambatan untuk strategi fisik karena fasilitas yang terdapat pada Plasa Telkom Yogyakarta sudah sangat lengkap, dan untuk beberapa hari-hari penting Plasa Telkom Yogyakarta mengubah tampilan sesuai dengan tema, dilakukan perbaikan rutin juga terhadap fasilitas Telkom.