

## STRATEGI PEMASARAN INDIBIZ TELKOM SURABAYA UTARA

Ainul Yaqin<sup>1)</sup>, Priyo Utomo<sup>2)</sup>, Komarun Zaman<sup>3)</sup>  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia**  
yaqinardas97@gmail.com<sup>1)</sup>, priyoutomo.stiepemuda@gmail.com<sup>2)</sup>,  
komarunzaman55@gmail.com<sup>3)</sup>

### ABSTRACT

*The number of Indibiz provider users has a greater number than other providers even though the subscription price that must be paid is more expensive than other providers. In this study, researchers used qualitative methods, while the type of research method used in this study was descriptive method. PT. Telkom Indonesia Tbk has a great opportunity to target its target. But in this case the company must really understand the needs of consumers regarding the smoothness of their communication. The continuity and fluency of their digital communication to get fast information must be realized with the support of new products offered by PT. Telkom Indonesia. Indibiz Marketing Strategy has an effective and efficient strategy. Based on the indicators in the 4P theory (product, price, place, promotion) that PT Telkom has fulfilled all the existing indicators. On Product Indicators, Indihome has an attractive design. The lack of information provided by agencies regarding their products is a factor for consumer misunderstanding regarding the products they offer, both in terms of price, function, and how to use them. In Indibiz Marketing, PT. Telkom Indonesia, Tbk Surabaya uses several methods, namely door to door selling and personal selling which is done by reaching public housing to provide indibiz products. Customers who want to become Indibiz users can visit the Plasa Indihome office owned by PT. Telkom Indonesia Human resources play a decisive role in the development and number of Indihome subscribers, especially in Surabaya.*

**Keywords:** *Indibiz, Marketing strategy, Telkom*

### 1. PENDAHULUAN

Dipenghujung akhir tahun 2019, kemunculan virus baru dari wuhan, China mengejutkan dunia. Virus tersebut yang menyerang imunitas tubuh manusia. Penggunaan nama virus covid 19 atau lebih dikenal dengan Coronavirus. Virus tersebut menyerang imunitas tubuh manusia dari gejala yang ringan seperti batuk hingga dapat menyebabkan meninggal dunia dalam waktu dekat. Salah satu negara yang terkena virus pandemi covid 19 adalah negara Indonesia. Perubahan Pola hidup yang bergantung pada internet disebabkan karena semua hal harus dilaksanakan secara daring pada saat pandemi covid 19. Kebutuhan akan internetpun melambung tinggi. Semua kalangan masyarakat membutuhkan akses internet baik untuk bekerja, sekolah, dan aktifitas lainnya.

Salah satu provider internet yang menjawab akan kebutuhan masyarakat akan internet adalah provider Indibiz. Indonesia Digital Home atau dikenal juga dengan Indihome merupakan produk PT Telkom Indonesia yang merupakan rangkaian layanan data dan komunikasi seperti telepon, TV dan Internet (fiber optic atau internet broadband). Produk Indihome memberikan kelebihan pelayanan dibanding dengan provider lain yaitu menawarkan tv, telepon, dan internet menjadi satu atau dikenal dengan istilah dengan layanan 3 in 1. Indihome resmi diperkenalkan kepada masyarakat pada tahun 2015. Indibiz juga merupakan salah satu proyek Indonesia Digital Network pada tahun 2015, yakni proyek utama dari Telkom. Dalam pelaksanaannya, Telkom

bekerja sama dengan beberapa pengembang dibidang teknologi telekomunikasi untuk membangun beberapa rumah dengan konsep rumah digital.

## 2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, Peneliti menggunakan metode kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diamati, Sedangkan jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan (deskriptif) suatu keadaan atau suatu peristiwa

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada zaman modern yang penuh dengan dunia persaingan bisnis, tentu hal ini kebutuhan masyarakat terutama untuk melakukan komunikasi menjadi hal yang sangat pokok bagi kalangan milenial dan sosial. Dalam hal ini perusahaan PT. Telkom Indonesia Tbk mempunyai peluang yang besar untuk menyasar sasarannya. Namun dalam hal ini pihak perusahaan harus benar-benar memahami tentang kebutuhan konsumen terkait kelancaran komunikasi mereka. Kelangsungan dan kelancaran berkomunikasi mereka secara digital untuk mendapatkan sebuah informasi yang cepat harus benar-benar terealisasikan dengan adanya penunjang produk-produk baru yang di tawarkan oleh PT. Telkom Indonesia. Kurangnya informasi yang diberikan oleh pihak instansi terhadap produknya menjadi faktor kesalahpahaman konsumen terkait produk yang di tawarkannya, baik dari segi harga, fungsi, dan cara pemakaiannya.

Tabel 1. Wawancara Variabel Strategi

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
1	Alif	Apa Strategi yang dilakukan Telkom Surabaya Utara untuk memasarkan Produk indibiz?	Untuk Promosi produk indihome menggunakan cara door to door. Penyebaran brosur dan open table disuatu tempat	Strategi yang dilakukan oleh PT Telkom adalah door to door, penyebaran brosur, dan open table
2		Bagaimana agar Strategi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif?	Membentuk kerja sama baik didalam lingkungan maupun diluar	Strategi akan dirancang bersama kemudian akan dilaksanakan oleh tim yang sudah dibentuk kemudian
3		Bagaimana sytem pembagian tugas kepada setiap unit agar Strategi berjalan dengan efektif dan efisien?	Untuk strategi yang kita lakukan yaitu membagi job desk sesuai dengan keahlian dan kompetensi masing - masing	Pembagian tugas dilakukan dengan cara membagi job desk sesuai dengan keahlian dan kompetensi masing-masing karyawan
4		Bagaimana strategi yang dilakukan agar dapat berjalan dengan tepat sesuai sasaran?	Menyasar area pemukiman warga yang sudah tercover jaringan indihome maupun yang belum tercover dan tidak menutup kemungkinan menawarkan proposal kerja sama ke perusahaan multinasional	Strategi yang dilakukan PT Telkom adalah menawarkan produk ke pemukiman warga dan menawarkan kerja sama ke perusahaan-perusahaan.

Tabel 2 Wawancara Variabel Produk

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpetasi
1	Alif	Bagaimana strategi pemasaran dalam memperkenalkan brand produk kepada konsumen ?	Melalui iklan di TV, radio, media cetak dan papan iklan dll dengan memperkenalkan produk	Telkom mempunyai strategi pemasaran dengan cara mengiklankan melalui media massa yaitu di TV, radio, ataupun media cetak untuk memperkenalkan produk mereka ke masyarakat.
2		Bagaimana kualitas produk yang dimiliki oleh indibiz?	Indihome mempunyai kualitas produk yang baik karena produk indibiz jaringannya dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat di Indonesia bahkan sampai ke pelosok desa.	Indihome mempunyai kualitas yang baik dibanding provider lainnya yaitu jaringan yang kuat serta dapat dijangkau oleh masyarakat seluruh Indonesia sampai ke pelosok desa
3		Apa saja keragaman produk yang dimiliki oleh Indibiz ?	Produk Indibiz banyak memiliki paket yang ditawarkan kepada masyarakat yakni paket internet unlimited dengan kecepatan 20 mbps, 30, mbps, 50 mbps, bahkan sampai 100 mbps. Selain itu, Indibiz juga menawarkan paket 3 play yaitu internet,tv, telepon menjadi satu.	Produk Indihome mempunyai keragaman produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Keragaman produk mereka terletak pada jenis kecepatan yang akan didapatkan oleh para pelanggan. Paket yang ditawarkan adalah paket internet unlimited dengan kecepatan 20 mbps, 30, mbps, 50 mbps, bahkan sampai 100 mbps dengan harga yang bervariasi. Selain itu, Indibiz juga mempunyai menawarkan paket 3 play yaitu internet,tv, telepon menjadi satu
4		Bagaimana Desain produk yang dimiliki Indibiz? Apakah menarik dan punya keunggulan disbanding brand lain	Desain produk Indibiz dirancang sedemikian rupa dengan corak dominan warna merah agar mudah diingat oleh masyarakat dan dapat menarik mata perhatian masyarakat.	Indihome mempunyai desain produk yang sangat menarik. Desain logo Indibiz berwarna merah agar mudah diingat dan dapat menarik mata perhatian masyarakat. Hal tersebut penting dalam membuat desain karena desain yang terpenting adalah mudah diingat oleh masyarakat

Tabel 3 Wawancara Variabel Price

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
1	winda	Apakah harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh masyarakat ?	Ya tentu, harga yang kita tentukan masih bersaing dengan brand lain. Selain itu kita biasanya membuat promo potongan harga pada saat tertentu yang bisa dijangkau oleh masyarakat untuk pelanggan baru	Harga yang ditetapkan oleh PT Telkom untuk produk Indibiz masih dapat dijangkau oleh masyarakat sekitar. Terlebih untuk saat tertentu bisa memberikan promo potongan untuk pelanggan baru.
2		Apakah harga yang ditetapkan lebih mahal/lebih murah dari pada brand lain?	Harga relatif bersaing dengan produk lainnya seperti myrepublik, first media, biznet dll. Harga yang kami tawarkan untuk kecepatan terendah yaitu 20 mbps masih diangka 200-300rb an. Ini masih bersaing dengan brand lain karena rata-rata brand lain untuk kecepatan segitu harganya juga di range angka 200-300rb. Harga ada yang sedikit lebih murah dan ada yang sedikit lebih mahal namun masih disekitar angka 200-300rb an	PT Telkom menetapkan harga untuk produk Indibiz masih range angka yang wajar dengan produk lain. Harga yang ditetapkan ada yang lebih murah dan ada yang lebih mahal daripada produk Indibiz. Meskipun ada yang lebih murah ataupun lebih mahal, penetapan harga untuk produk yang sejenis masih didalam rata-rata harga yang ada dipasar.
3		Kapan dan bagaimana Telkom menyesuaikan harga yang ditetapkan kepada pelanggan?	Setiap tahun kita menawarkan kecepatan yang lebih tinggi dengan menyesuaikan tarif dan tarif yang ditetapkan juga dievaluasi dengan cara melihat harga yang ditetapkan oleh para kompetitor	PT telkom melakukan evaluasi atau review terkait dengan penetapan harga indihome setiap tahunnya. Kenaikan tarif yang dikenakan kepada pelanggan berbanding lurus dengan kecepatan yang akan naik juga. Selain itu, PT Telkom juga akan mengevaluasi harga kepada pelanggannya dengan cara melihat perusahaan kompetitor yang sejenis dengan indihome.

Tabel 4 Wawancara Variabel Place

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
1	Winda	apakah akses telkom plasa mudah dijangkau oleh konsumen?	iya, mudah dijangkau karena berada ditengah kota yang mempunyai perbagai akses	PT Telkom mempunyai akses mudah dijangkau karena berada ditengah kota yang mempunyai perbagai akses
2		apa tempat open table sales indihome mudah lihat oleh masyarakat?	iya, karena open table berada di keramaian dan padat penduduk	PT Telkom mengadakan open table yang berada di keramaian dan padat penduduk
3		apa kantor plasa telkom berada di	iya, kantor plasa telkom berada ditengah tengah wilayah padat penduduk	Kbantor plasa telkom berada ditengah tengah wilayah padat penduduk

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
		wilayah yang padat penduduk?		
4		apakah parkir plasa telkom indihome gratis dan luas?	iya, parkir di plasa telkom gratis muat beberapa motor mobil	Pakiran di plasa telkom gratis tanpa dipungut biaya yang mempunyai lahan parkir yang sangat luas
5		bagaimana ekspansi jaringan indihome bila ada perluasan area	perluasan area dilakukan di beberapa tempat seperti disurabaya barat dan timur karena mempunyai potensi yang besar	perluasan jaringan indihome dilakukan ditempat yang berpotensi tinggi seperti surabaya barat dan timur
6		bagaimana dengan jangkauan jaringan yang dimiliki oleh Indibiz?	jaringan indihome dapat dijangkau oleh wilayah indonesia baik di kota besar maupun di pelosok desa	jaringan indihome dapat dijangkau oleh seluruh wilayah indonesia termasuk pelosok desa
7		bagaimana cara mengatasi persaingan produk Indibiz dengan kompetitor lain?	meningkatkan kualitas layanan yang baik seperti pemasangan one day service serta mengatasi gangguan dengan cepat	Pt telkom melakukan kualitas layanan yang baik dengan cara pesangann pelanggan baru one day service serta melakukan perbaikan gangguan dengan cepat
8		bagaimana tentang masalah izin atau badan hukum yang dimiliki oleh perusahaan telkom?	saat ini indihome berada dinaungan pt telkom yang mempunyai status BUMN dan mempunyai ijin legalitas yang sah	Saat ini indihome dibawah naungan Pt telkom indonesia yang mempunyai ijin legalitas yang sah

Tabel 5 Wawancara Variabel Promosi

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
1	Winda	Bagaimana Telkom melakukan promosi kepada masyarakat baik yang sudah menggunakan / yang belum menggunakan indihome?	Bagi pelanggan yang sudah menggunakan indihome, biasanya kita akan melakukan penawaran melalui telepon atau email pelanggan dengan menawarkan kenaikan kecepatan atau penawaran terkait dengan paket lainnya seperti bundling dengan telepon dan tv. Sedangkan untuk pelanggan baru, kita akan melakukan penawaran langsung dengan mendatangi pelanggan di tempat keramaian seperti mall, taman, dll. Kita juga melakukan promosi melalui media massa seperti TV, internet, koran, papan reklame, dll.	PT Telkom melakukan penawaran kepada pelanggan lama melalui telepon atau email pelanggan dengan menawarkan kenaikan kecepatan atau penawaran terkait dengan paket lainnya seperti bundling dengan telepon dan tv. Sedangkan untuk pelanggan baru, kita akan melakukan penawaran langsung dengan mendatangi pelanggan di tempat keramaian seperti mall, taman, dll. Kita juga melakukan promosi melalui media massa seperti TV, internet, koran, papan reklame, dll.
2		Dimana saja produk indihome di iklankan?	Disitus web resmi, dan sosial media seperti facebook, tiktok dll	PT Telkom melakukan promosi produk indihome dari situs web resmi, dan sosial media seperti facebook, twitter, tiktok dll

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
3		Bagaimana bentuk atau cara penjualan secara pribadi yang dilakukan oleh indihome Telkom witel Surabaya utara?	Biasanya menawarkan dengan cara <i>door to door</i> di perumahan yang sudah terpasang jaringan indihome dan ada unit bisnis yang menawarkan kerja sama langsung ke perusahaan luar	PT Telkom melakukan penjualan dengan cara <i>door to door</i> di perumahan yang sudah terpasang jaringan indihome dan ada unit bisnis yang menawarkan kerja sama langsung ke perusahaan luar

Tabel 6 Wawancara Variabel Pelanggan

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
1	Fidah	Apakah anda memilih provider indibiz karena adanya kebutuhan?	Iya karena di era saat ini paket data tidaklah cukup untuk mengakses teknologi informasi	Pelanggan memilih produk indihome dikarenakan kebutuhan akan internet di era saat ini.
2		Dari manakah anda mengetahui informasi tentang provider indihome?	Dari teman dan ada beberapa personal sales yang menempati stand	Pelanggan mengetahui informasi tentang indihome melalui kerabat dan juga dari petugas yang menawarkan di beberapa tempat yang ada stand indihome
3		Apa kualitas produk Indibiz sangat baik disbanding provider lain?	Sangat baik karena apabila terdapat gangguan dalam hitungan jam bisa tersolusikan	Pelanggan merasa produk Indibiz mempunyai kualitas yang sangat baik terutama ketika gangguan maka akan diselesaikan dalam hitungan jam saja
4		Apa yang mempengaruhi anda dalam memutuskan pilihan untuk memilih provider Indibiz	Jangkauan Indibiz sudah ada disemua area dan pelayanannya sangat baik	Pelanggan merasa bahwa jangkauan Indibiz sudah ada disemua area dan indihome mempunyai pelayanan yang sangat baik
5		Apa anda merasa sangat puas dan akan merekomendasikan ke orang lain?	Sangat puas karena kecepatan internetnya stabil dan tentunya saya merekomendasikan ke kerabat saya yang belum memakai	Pelanggan merasa puas dan akan merekomendasikan ke kerabatnya untuk memakai Indibiz

Berdasarkan hasil penelitian dalam bentuk wawancara bersama Bapak Alif pada kantor Indibiz Jl. Mergoyoso No 1-3, menyatakan dengan sigap bahwa Indibiz merupakan produk baru yang diluncurkan dan gencar di telinga masyarakat mulai tahun 2015. Sasaran pemasarannya adalah untuk perumahan, dimana produk Indibiz ini menggunakan fiber optik yang memiliki kecepatan 100 Mbps atau 1000 Kbps, dan memiliki tiga layanan sekaligus atau yang biasa disebut dengan triple play, yaitu diantaranya, layanan usee TV, Data Internet, dan telpon. Pelanggan baru dapat langsung menikmati tiga layanan dari indibiz yang ditawarkan oleh pihak telekomunikasi. Indibiz sendiri masih terbagi menjadi dua, yakni Indibiz yang masih semi fiber optik dan full fiber optik .

#### 4. SIMPULAN

Indibiz merupakan produk unggulan PT. Telkom Indonesia, Tbk, menawarkan tiga layanan utama, atau biasa dikenal dengan triple play, antara lain layanan data internet, UseeTV dan telepon. Diantaranya, layanan telepon IndiHome memiliki kuota 1800 menit, dan layanan data Internet tidak ada batasnya, selain itu layanan UseeTV juga memberikan teknologi tinggi, dan TV yang menggunakan Indibiz dapat dijeda, sehingga konsumen tidak ketinggalan siaran favorit mereka, bahkan Indibiz TV bisa digunakan untuk browsing, nonton YouTube dan kebutuhan media sosial lainnya. Strategi Pemasaran indibiz mempunyai strategi yang efektif dan efisien. Berdasarkan indikator pada teori 4P (product, price, place, promotion) bahwa PT Telkom telah memenuhi seluruh indikator yang ada. Pada Indikator Product, Indihome mempunyai paket bundling yang menarik, Kemudian untuk Indikator Price, place, dan promotion Indihome pun juga melakukan strategi yang menarik perhatian pelanggan dengan penetapan harga yang relatif dimana harga mengikuti gerak pesaing. Hargapun jauh lebih efektif apabila pelanggan menikmati bundling paket yang ditentukan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N.W. (2021). The Effect of Price, Production Cost and Promotion Costs on Tofu Sales Turnover. *Journal of Accounting and Finance*, 1(02), 46–58.
- Anjani, Arin. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome PT Telkom Kandatel Bantul. Tesis tidak diterbitkan. Yogyakarta: Diploma III Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bogdan & Taylor. (2013). Penanaman Nilai-nilai Pendidikan Akidah melalui Mata Pelajaran Sejarah Kebudayaan Islam (SKI) di MTs An-Nur Desa Hangtuah Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar. *Penelitian Kualitatif*, 66, 1–66.
- Brand, M., Di, A., & Jakarta, D. K. I. (2019). <http://mercubuana.ac.id/>.
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Buku Pemasaran Produk Dan Merek. Jawa Timur: Qiara Media.
- Firmansyah, M. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Jawa Timr: Qiara Media
- Haida, E. P. S. dan. (2018). Analisis Tingkat Berfikir Kreatif Siswa dalam Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika di Kelas VII MTS Al-Washliyah Medan Krio. *Skripsi*, 2016, 30.
- Ii, B. A. B., & Pemasaran, A. P. S. (n.d.). Bab Ii Landasan Teori a. Pengertian Strategi Pemasaran. [http://repository.uinsu.ac.id/4887/4/BAB II .pdf](http://repository.uinsu.ac.id/4887/4/BAB%20II.pdf)
- Salusu, J. (2008). *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Grasindo.