

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi beberapa tahun belakangan ini dengan munculnya teknologi 4G yang diikuti dengan teknologi terbaru yaitu 5G telah memanjakan pengguna internet di Bali. Penambahan pengguna internet Bali terus meningkat, apalagi dengan adanya pandemi COVID-19, kebutuhan akan internet semakin tinggi. Namun, terjadi penurunan pendapatan Indosat Ooredoo di Bali, meskipun ada penambahan situs baru. Penurunan tidak hanya terjadi pada pendapatan tetapi juga dari segi pangsa pasar, pangsa pasar Indosat Ooredoo di Bali sempat mencapai 16,12%, namun pangsa pasarnya terus menurun, tergilas oleh Telkomsel dan XL.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah perlu mengetahui site-site yang menjadi fokus dalam program marketing, selain itu juga mengetahui STP (Segmenting, Targeting dan Positioning) dan bagaimana strategi pemasaran yang optimal (Marketing Mix) pada situs yang ada, sehingga dapat memudahkan pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan efisien pada site-site fokus tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode analisis campuran (mixed methods analysis), yaitu gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menentukan variabel Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal (EFE dan IFE), indikator dan bobot yang diperoleh dari para ahli melalui FGD, wawancara mendalam dan survei. Penelitian menghasilkan IFE memiliki 2 variabel dengan 8 indikator dan EFE memiliki 3 variabel dengan 12 indikator. Bobot tertinggi untuk indikator IFE adalah Cakupan Jaringan, Utilisasi Jaringan dan Kecepatan Download sedangkan untuk EFE tertinggi adalah Pendapatan, Trafik Data dan Populasi, sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk pengolahan data primer seperti pangsa pasar, pendapatan, trafik dan lain-lain.

Penentuan segmentasi menggunakan K-Means Clustering berdasarkan variabel yang ada menghasilkan 7 segmen. Kemudian dari hasil segmentasi dan bobot, koordinat masing-masing segmen dihitung dan dipetakan ke dalam matriks strategi Hooley. Berdasarkan hasil penelitian, untuk membuat strategi pemasaran yang tepat dan efisien maka pemilihan site fokus sebanyak 131 site menjadi site prioritas dan fokus utama program marketing di Indosat Ooredoo Bali.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di implementasikan kepada tim regional Indosat Ooredoo Bali sehingga dapat meningkatkan penjualan, revenue dan daya saing Indosat Ooredoo Bali.

Kata Kunci : *Segmentation, Targeting, Positioning, Marketing Mix, Telecommunication, Clustering, K-Means*