

## ABSTRAK

Peningkatan kebutuhan layanan Internet dan *digital* di Indonesia mendorong Telkomsel untuk selalu memperluas pasarnya, salah satunya melalui produk Indihome, yaitu sebuah solusi berupa layanan digital yang menyediakan Internet, Telepon Rumah, dan TV Interaktif/IPTV yang menasar segmen rumah tangga. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan perhatian khusus pada penetrasi pelanggan baru melalui aktivitas *new sales*. Namun kinerja penjualan pada semester dua tahun 2023 setelah Indihome resmi beroperasi di Telkomsel menunjukkan angka yang kurang memuaskan karena belum pernah mencapai target penjualan dengan rata-rata pencapaian di angka 75,5%. Pendekatan penetrasi *digital marketing* diharapkan menjadi solusi untuk meningkatkan kinerja penjualan produk Indihome. Menurut studi dan literatur sebelumnya, definisi *digital marketing* telah bergeser dari yang sebelumnya diartikan secara sempit sebagai aktivitas penjualan menggunakan media *digital*, namun saat ini *digital marketing* dapat diartikan sebagai segala sesuatu penggunaan teknologi *digital* dalam kegiatan pemasaran. Salah satu penggunaan *digital technology* yang saat ini banyak dimanfaatkan yaitu implementasi *big data analytics*, yang selanjutnya akan diterapkan pada penelitian ini untuk menjawab tantangan dari fenomena yang terjadi.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan analisis model untuk memberikan rekomendasi produk (jenis produk) pada setiap lokasi penjualan Indihome berbasis *big data analytics* dengan memanfaatkan *resource* data internal Telkomsel. Penelitian ini menggunakan *mix method*, yaitu metode gabungan antara *clustering* dan *classification*, dimana metode *clustering* digunakan untuk tahapan segmentasi geografis, sedangkan hasil masing-masing *cluster* dari segmentasi geografis tersebut digunakan sebagai input untuk metode kedua yaitu *classification* yang merupakan tahapan yang disebut dengan *sales forecasting*. Selanjutnya dilakukan analisis kinerja dengan mengukur tingkat akurasi dan presisi dari kombinasi masing-masing model. Model yang terbaik adalah kombinasi model *clustering* dan *classification* yang secara rata-rata dari keseluruhan *cluster* memberikan nilai akurasi dan tingkat presisi yang terbaik.

Kata kunci: Penjualan, *digital marketing*, *big data analytics*, *clustering*, *classification*