

INTISARI

PT. Telkomsel adalah sebuah perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan menempati posisi market leader di industrinya, Telkomsel memiliki banyak lini bisnis agar perusahaan bisa bersaing di era digital. Salahsatunya yaitu *T-Cash*, *T-Cash* adalah layanan keuangan digital dari Telkomsel yang berupa uang elektronik (*e-money*). Layanan yang dicakup oleh *T-Cash* di antaranya adalah pengiriman uang, isi pulsa, belanja (*daring*), transaksi pembayaran di berbagai mitra yang bekerjasama, pembayaran tagihan, transaksi jual-beli, dan penarikan uang. Produk ini telah diluncurkan pada tahun 2017.

Persaingan dalam dunia usaha khususnya di bidang industri yang menggunakan teknologi semakin ketat, sehingga menuntut berbagai macam usaha untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan di persaingan. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini, manusia terpacu untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan hidupnya. Inovasi tersebut sudah mulai masuk ke dalam ranah transaksi ekonomi yang terjadi di tengah masyarakat. Banyak sekali tuntutan dari masyarakat pengguna uang agar setiap transaksi keuangan bisa dilakukan secara praktis, cepat dan aman, inilah salah satu latar belakang kenapa Telkomsel percaya diri untuk bermain di pasar uang elektronik.

Dalam penyusunan rencana pemasaran *T-Cash* Bogor, dilakukan analisis kompetisi industri untuk mengetahui situasi pasar uang elektronik di Indonesia. Selain itu analisa juga dilakukan terhadap hasil kuesioner untuk mengetahui estimasi atau perkiraan pasar potensial, serta strategi apa yang sesuai dengan keinginan konsumen

Kata kunci: Telkomsel, *T-Cash*, Uang elektronik, Pemasaran, Perencanaan pemasaran.

ABSTRACT

PT. Telkomsel is the largest telecommunication company in Indonesia and the market leader position in Telecommunication industry, Telkomsel has many business lines so that companies can compete in the digital era. One of them is T-Cash, T-Cash is a digital financial service from Telkomsel in the form of electronic money, services covered by T-Cash include money transfer, credit content, shopping (online), payment transactions in various collaborating partners, bill payments, buy-sell transactions, and withdrawals. This product has been launched in 2017.

Competition in the business world, especially in the field of industries that use technology increasingly stringent, thus demanding various efforts to be more creative and innovative in order to survive in the competition. Along with the development of technology today, people are encouraged to make the latest innovations to facilitate the fulfillment of life needs. The innovation has started to enter into the realm of economic transactions that occur in the community. There are so many demands from the money user community that every financial transaction can be done in a practical, fast and secure way, this is one of the reasons why Telkomsel is confident to play in the electronic money market.

In preparing T-Cash marketing plan in Bogor, an industry competition analysis was conducted to find out the situation of electronic money market in Indonesia. In addition, the analysis is also conducted on the results of the questionnaire to determine the estimated or potential market estimates, as well as what strategies are in accordance with the wishes of consumers.

Keywords: Telkomsel, Emoney, marketing plan, bang Tcash