
**STRATEGI PENINGKATAN PROFIT MELALUI PENGENDALIAN
BIAYA KESEMPATAN (*OPPORTUNITY COST*) PADA KASUS
PANGGILAN JATUH (*DROP CALL*) BTS DI TELKOMSEL, KARAWANG****Yani Koerniawan**

Universitas Indonesia

E-mail: abuhanifah76@gmail.com

Diterima:

20 Januari 2021

Direvisi:

10 Februari 2021

Disetujui:

12 Februari 2021**Abstrak**

Persaingan antara operator seluler di Indonesia cukup ketat, ditandai dengan saling menawarkan tarif murah bagi pengguna layanan telekomunikasi. Telkomsel sebagai operator seluler terbesar dituntut untuk melakukan efisiensi biaya agar profitnya meningkat signifikan ditengah persaingan ketat untuk tetap mempertahankan dominasinya diantara operator seluler. Akan tetapi, biaya itu sendiri bermacam jenisnya, mulai dari total *operational cost* (*operational* dan *maintenance cost*, *depreciation cost*, *general affair cost*, *personnel cost*, *marketing cost*) dan *opportunity cost*. Harus tepat menentukan jenis biaya apa yang harus menjadi fokus untuk menjadi sasaran efisiensi, agar profit meningkat signifikan. Untuk mengetahuinya, maka digunakanlah metode penelitian deskriptif yaitu memaparkan biaya data berdasarkan jenisnya dan fakta harga aslinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa jenis jenis biaya dan korelasinya terhadap peningkatan profit, dengan data dari Telkomsel area Karawang sebagai sumber penelitian. Dari analisa didapatkan jenis biaya yang paling tepat untuk menjadi sasaran efisiensi adalah *opportunity cost* yang merupakan biaya yang timbul akibat *drop call* BTS Telkomsel area Karawang. Karena estimasi kenaikan profit dari efisiensi *opportunity cost* ini besarnya sekitar 0,48% dari *revenue* (pendapatan), dibandingkan *operational* dan *maintenance cost* yang hanya sebesar 0,2% dari total *operational cost*. Artinya sebesar 0,48% peluang pendapatan hilang (*opportunity cost*) akibat *drop call*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah, manajemen Telkomsel harus fokus pada efisiensi *opportunity cost* untuk meningkatkan profit nya secara signifikan.

Kata kunci : *Strategi, Profit, Opportunity Cost dan Operational Cost*

Abstract

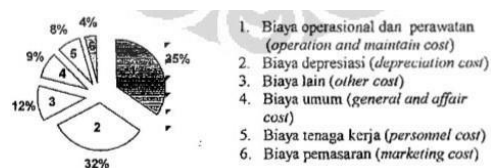
Competition between mobile operators in Indonesia is quite tight, characterized by offering each other cheap rates for users of telecommunications services. Telkomsel as the largest mobile operator is required to make cost efficiencies in order to increase profit significantly amid intense competition to maintain its dominance among mobile operators. However, the cost itself is various types, ranging from total operational cost (operational and maintenance cost, depreciation cost, general affair cost, personnel cost, marketing cost) and opportunity cost.

It must precisely determine what type of cost should be the focus to be the efficiency target, in order for profit to increase significantly. To find out, a descriptive research method is used, which describes the cost of data based on its type and the fact of the original price. This study aims to analyze the types of costs and their correlation to increasing profits, with data from Telkomsel in the Karawang area as a research source. From the analysis obtained the most appropriate type of cost to be an efficiency target is opportunity cost which is the cost arising from the drop call Telkomsel BTS Karawang area.

Keywords: Strategy, Profit, Opportunity Cost and Operational Cost

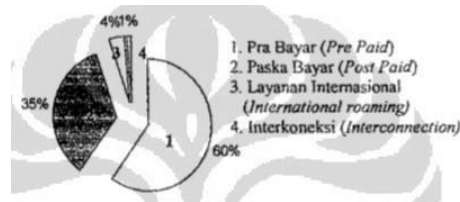
PENDAHULUAN

Tak bisa dipungkiri bahwa industri selular telah berkembang dengan begitu pesatnya di Indonesia, mengingat Indonesia adalah negara kepulauan. Dunia telekomunikasi perlu membuat terobosan bisnis mengingat jumlah pelanggan yang cukup masif dan cepatnya pelanggan berpindah operator (Panjaitan, 2011). Untuk memenangkan persaingan antara operator selular, tidak cukup hanya dengan menawarkan tarif murah bagi pelanggan, tetapi harus diiringi dengan efisiensi biaya, dengan tujuan agar profit tidak berkurang bahkan diharapkan meningkat signifikan. Akan tetapi harus jeli melihat, jenis atau komponen biaya apa yang harus menjadi sasaran efisiensi. Berikut adalah komponen biaya di jelaskan oleh gambar 1.



Gambar 1. Komponen biaya operasional Telkomsel

Jika mengacu pada gambar 1 diatas, komponen biaya terbesar adalah *operational* dan *maintenance cost* sebesar 25% dari keseluruhan biaya (Edwinanto, 2015). Secara teoritis harusnya komponen biaya ini yang harus menjadi sasaran efisiensi, akan tetapi harus dihitung kembali berapa besar dampaknya terhadap kenaikan profit jika biaya *operational* dan *maintenance cost* ini di efisienkan. Kemudian berapa kontribusinya terhadap profit, untuk mengetahuinya dibandingkan dengan jenis *cost* lain diluar total *operational cost* seperti *opportunity cost*, yaitu biaya yang ditimbulkan akibat hilangnya peluang pendapatan (*revenue*) akibat kasus *drop call* (Putri & Damayanti, 2016). Berikut adalah gambar yang menjelaskan komponen pendapatan atau *revenue*.

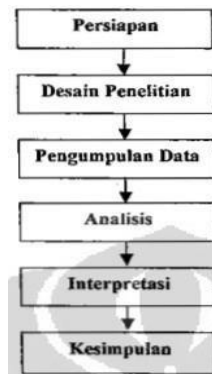


Gambar 2. Komponen Pendapatan atau Revenue

Perbandingan antara *operational cost* dan *opportunity cost* ini ditujukan untuk mengetahui jenis *cost* yang paling tepat untuk menjadi sasaran efisiensi *cost* dan menjadi *strategy* yang tepat untuk meningkatkan *profit*, sesuai tujuan penelitian.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dimulai dengan membuat rancangan atau desain penelitian, dimulai dari metode pengumpulan data menggunakan metode *pooled data*, yang mengumpulkan data berupa data berseri dan melibatkan lebih dari satu objek data, konkretnya dalam hal ini adalah data laporan keuangan operator seluler yang berseri dari mulai 2002 – 2005, dan operator seluler yang diamati lebih dari satu yakni Telkomsel, Indosat dan Excelcom. Dari *pooled data* ini digambarkan jenis-jenis biaya disemua operator adalah sama jenisnya. Selain mengumpulkan data primer berupa laporan tersebut, dilanjutkan dengan mengumpulkan data primer lain berupa data *drop call* untuk selanjutnya menjadi data sekunder berupa *opportunity cost*. Setelah pengumpulan data, dilanjutkan dengan analisa menggunakan metode deskriptif, yakni penelitian yang menggambarkan data kuantitatif berupa fenomena dari sebuah populasi data, dalam hal ini populasi datanya adalah jenis jenis biaya, yang meliputi *operational cost* dan *opportunity cost*.



Gambar 3. *Flow* urutan proses penelitian

Pada proses analisa menggunakan metode deskriptif ini, fokus pada operator Telkomsel sebagai objek studi dari 2002-2005 Dimulai dari menggambarkan detail *operational cost*, data *revenue* dan data *drop call*. Pada gambar 1 dibawah terlihat pola elemen biaya *operational cost* Telkomsel, yang paling dominan adalah *operation* dan *maintenance cost*, lalu diikuti *Depreciation Cost*. Sedangkan *revenue* sendiri terdiri dari beberapa komponen yaitu layanan pra bayar, pasca bayar, *international roaming* dan interkoneksi seperti dijelaskan pada gambar 2. Selanjutnya data *revenue* dan data *drop call* diolah menjadi data sekunder berupa *opportunity cost*. Selanjutnya dianalisa dengan cara membandingkan data *operational cost* dan *opportunity cost* dalam hal kontribusinya terhadap peningkatan *profit*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini hasil penggambaran data *drop call* ,data *revenue* dan *opportunity cost* (konversi drop call ke peluang pendapatan yang hilang) yang dibagi menjadi data utama dan simulasi:

Tabel 1. Tabel data *drop call* di total 35 BTS Telkomsel area Kab. Karawang rata rata 3 bulan (Juli- September 2004)

No	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Tingkat Panggilan Jatuh per BTS
1	Rengasdengklok	5,981	131,69	2,20%
2	Citarik_Karawang_2	8,635	125,13	1,45%
3	Pasir_Tarniang	5,794	82,37	1,42%
4	Lemahabang	25,980	326,79	1,27%
5	Cikampek_Serengseng_1	12,248	139,88	1,14%
6	Wanasari	7,643	71,36	0,93%
7	Cimumput	12,059	106,38	0,90%
8	Tegalsari_Karawang	10,206	88,05	0,86%
9	Cikampek_Serengseng2	8,779	69,89	0,80%
10	SPV_Purwakarta_Combat	5,679	41,59	0,73%
11	Tol_Gate_BIC	19,947	140,00	0,70%
12	Karawang3	25,057	175,61	0,70%
13	Purwakarta_3	3,211	22,22	0,69%
14	Texmaco_Subang	3,360	23,16	0,69%
15	Karawang_2	43,334	259,99	0,60%
16	Bukit_Indah_City	6,869	37,64	0,55%
17	Cikampek_2	18,522	93,64	0,51%
18	Indorama_Purwakarta	7,238	36,38	0,50%
19	Puri_Kosambi	17,944	86,65	0,48%
20	Sadang_3	5,608	26,51	0,47%
21	Citarik_Karawang	9,996	47,24	0,47%
22	Karawang_Timur	21,309	99,51	0,47%
23	Texmaco_Karawang_Timur	11,777	53,40	0,45%
24	STO_Cikampek	32,471	147,10	0,45%
25	Ind_Surya_Cipta_Krw	11,371	50,27	0,44%
26	Bukit_Galih	22,726	96,43	0,42%
27	STO_Karawang	52,556	200,98	0,38%
28	Kondang_Jaya_Karawang	26,233	94,71	0,36%
29	Sadang	12,995	45,08	0,35%
30	Ciseureuh	24,987	80,37	0,32%

31	Cikampek_3	5,875	18,87	0,32%
32	Ciasem_Cikampek	17,015	51,51	0,30%
33	KIIC_Karawang	16,458	48,37	0,29%
34	STO_Purwakarta	3,732	9,33	0,25%
35	Bungur_Sari	23,938	22,49	0,09%
Total Call		547,535	3,155	
Total Call - Drop				

Data aktual (utama) 35 BTS area Karawang

Total call 547,535 Total Drop call 3,155

$Drop\ call\ rate = Total\ Drop\ Call / Total\ Call = 3,155 / 547,535 = 0,58\%$

Total revenue = (Total call - Total Drop call) x (Rate per call = 10,000)

$= (547,535 - 3,155) \times 10,000 = 544,380 \times 10,000$

$= 5,443,800,000$ Rupiah per hari

Selanjutnya dari data aktual seperti tabel diatas, dibuatlah simulasi *drop call rate*, berdasarkan data *drop call rate* tertinggi maupun terendah yang mungkin saja terjadi sesuai kondisi data aktual tersebut.

Simulasi pertama menggunakan *drop call rate* 2,20%, yaitu *drop call rate* tertinggi di Karawang, yang pernah terjadi di BTS Kecamatan Rengasdengklok.

Tabel 2. Simulasi setiap BTS Menggunakan drop call rate 2,20%, yaitu *drop call rate* tertinggi di Karawang, yang pernah terjadi di BTS Kecamatan Rengasdengklok

No	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Panggilan Jatuh per BTS
1	Karawang Timur	21.309	469	2,20%
2	Karawang3	25.057	552	2,20%
3	Citarik_Karawang	9.996	220	2,20%
4	Cikampek_Serengseng2	8.779	193	2,20%
5	Cikampek_Serengseng_1	12.248	270	2,20%
6	Wanasari	7.643	168	2,20%
7	KIIC_Karawang	16.458	362	2,20%
8	STO_Karawang	52.556	1.157	2,20%
9	Puri_Kosambi	17.944	395	2,20%
10	Cimumpu	12.059	266	2,20%
11	Tol_Gate_BIC	19.947	439	2,20%
12	STO_Cikampek	32.471	715	2,20%
13	Bukit_Indah_City	6.869	151	2,20%
14	Sadang	12.995	286	2,20%
15	STO_Purwakarta	3.732	82	2,20%
16	Bukit_Galih	22.726	500	2,20%
17	Pasir_Tamiang	5.794	128	2,20%
18	Ciasem_Cikampek	17.015	375	2,20%
19	Cikampek_2	18.522	408	2,20%
20	Bungur_Sari	23.938	527	2,20%
21	Tegalsari_Karawang	10.206	225	2,20%
22	Cikampek_3	5.875	129	2,20%
23	Kondang_Jaya_Karawang	26.233	578	2,20%
24	Ciseureuh	24.967	550	2,20%
25	Texmaco_Karawang_Timur	11.777	259	2,20%
26	Karawang_2	43.334	954	2,20%
27	Lemahabang	25.980	572	2,20%
28	Texmaco_Subang	3.360	74	2,20%

29	Indorama_Purwakarta	7.238	159	2,20%
30	Sadang_3	5.608	123	2,20%
31	Ind_Surya_Cipta_Krw	11.371	250	2,20%
32	SPV_Purwakarta_Combat	5.679	125	2,20%
33	Rengasdengklok	5.981	132	2,20%
34	Citarik_Karawang_2	8.635	190	2,20%
35	Purwakarta_3	3.211	71	2,20%
	Total	(A) 547.535	(B) 12.056	
Total Panggilan Tersisa (A-B)		535.478		

Dengan drop call rate 2,20%, maka total drop call= $2,20\% \times 547,535=12,057$

Maka total *revenue* = $(547,535-12,057) \times 10,000=535,478 \times 10,000$

=5,354,780,000 Rupiah per hari

Simulasi kedua menggunakan *drop call rate* 1,38%, yaitu *drop call rate* tertinggi di 5 BTS.

Tabel 3. Simulasi Menggunakan *drop call rate* 1,38%, yaitu *drop call rate* tertinggi di 5 BTS

No	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Tingkat Panggilan Jatuh per BTS
1	Rengasdengklok	5,981	132	2,20%
2	Citarik_Karawang_2	8,635	125	1,45%
3	Pasir_Temiang	5,794	82	1,42%
4	Lemahabang	25,980	329	1,27%
5	Cikampek_Sarengseng_1	12,248	140	1,14%
	Total	(A) 58,638	(B) 808	
Tingkat panggilan jatuh rata-rata (B/A)			1,38%	

Dengan *drop call rate* 1,38%, maka total drop call= $1,38\% \times 547,535=7,544$

Maka total *revenue* = $(547,535-7,544) \times 10,000$

=539,991x10,000

=5,399,910,000 Rupiah per hari

Simulasi ketiga menggunakan *drop call rate* 1,15%, yaitu *drop call rate* tertinggi di 10 BTS.

Tabel 4. Simulasi menggunakan *drop call rate* 1,15%, yaitu *drop call rate* tertinggi di 10 BTS

No.	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Tingkat Panggilan Jatuh per BTS
1	Rengasdengklok	5,981	132	2,20%
2	Citarik_Karawang_2	8,635	125	1,45%
3	Pasir_Tamiang	6,794	62	1,42%
4	Lemahabang	25,980	329	1,27%
5	Cikampek_Sarengseng_1	12,248	140	1,14%

6

6	Wanasari	7,643	71	0,93%
7	Cimumpu	12,059	108	0,90%
8	Tegalsari_Karawang	10,206	88	0,86%
9	Cikampek_Serangseng2	3,779	70	0,80%
10	SPV_Purwakarta_Combat	5,679	42	0,73%
	Total	(A) 103,005	(B) 1,187	
Tingkat panggilan jatuh rata-rata (B/A)			1,15%	

Dengan *drop call rate* 1,15%, maka total *drop call* = $1,15\% \times 547,535 = 6,311$

Maka total *revenue* = $(547,535 - 6,311) \times 10,000$
= $541,224 \times 10,000 = 5,412,240,000$ Rupiah per hari

Simulasi keempat menggunakan *drop call rate* 0,32%, yaitu *drop call rate* terendah di 10 BTS.

Tabel 5. Simulasi menggunakan *drop call rate* 0,32%, yaitu *drop call rate* terendah di 10 BTS

No.	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Tingkat Panggilan Jatuh per BTS
1	Bungur Sari	23,938	22	0,09%
2	STO_Purwakarta	3,732	9	0,25%
3	KIIC_Karawang	16,458	48	0,29%
4	Ciasem_Cikampek	17,015	52	0,30%
5	Cikampek_3	5,875	19	0,32%
6	Ciseureuh	24,987	80	0,32%
7	Sadang	12,995	45	0,35%
8	Kondang_Jaya_Karawang	26,233	95	0,36%
9	STO_Karawang	52,556	201	0,38%
10	Bukit_Galih	22,726	96	0,42%
	Total	(A) 206,515	(B) 668	
Tingkat panggilan jatuh rata-rata (B/A)			0,32%	

Dengan *drop call rate* 0,32%, maka total *drop call* = $0,32\% \times 547,535 = 1,772$

Maka total *revenue* = $(547,535 - 1,772) \times 10,000$
= $545,763 \times 10,000 = 5,457,630,000$ Rupiah per hari

Simulasi kelima menggunakan *drop call rate* 0,22%, yaitu *drop call rate* terendah di 5 BTS.

Tabel 6. Simulasi menggunakan *drop call rate* 0,22%, yaitu *drop call rate* terendah di 5 BTS

No.	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Tingkat Panggilan Jatuh per BTS
1	Bungur Sari	23,938	22	0,09%
2	STO_Purwakarta	3,732	9	0,25%
3	KIIC_Karawang	16,458	48	0,29%
4	Ciasem_Cikampek	17,015	52	0,30%
5	Cikampek_3	5,875	19	0,32%
	Total	(A) 67,019	(B) 151	

Yani Koerniawan

Tingkat panggilan jatuh rata-rata (B/A)	0,22%
Dengan <i>drop call rate</i> 0,22%, maka total <i>drop call</i> = 0,22% x 547,535 = 1,231	
Maka total revenue = (547,535 - 1,231) x 10,000	
= 546,304 x 10,000 = 5,463,040,000 Rupiah per hari	
Simulasi keenam menggunakan <i>drop call rate</i> 0,09%, yaitu <i>drop call rate</i> terendah di BTS Bungur Sari.	

Tabel 7. Simulasi menggunakan *drop call rate* 0,09%, yaitu *drop call rate* terendah di BTS Bungur Sari

No	Nama BTS	Total Panggilan	Panggilan Jatuh per BTS	Panggilan Jatuh per BTS
1	Karawang Timur	21.309	20	0,09%
2	Karawang3	25.057	24	0,09%
3	Citarik_Karawang	9.996	9	0,09%
4	Cikampek_Serengseng2	8.779	8	0,09%
5	Cikampek_Serengseng_1	12.248	12	0,09%
6	Wanasari	7.643	7	0,09%
7	KIIC_Karawang	16.458	15	0,09%
8	STO_Karawang	52.556	49	0,09%
9	Puri_Kosambi	17.944	17	0,09%
10	Cimumpu	12.059	11	0,09%
11	Tol_Gate_BIC	19.947	19	0,09%
12	STO_Cikampek	32.471	31	0,09%
13	Bukit_Indah_City	6.869	6	0,09%
14	Sadang	12.995	12	0,09%
15	STO_Purwakarta	3.732	4	0,09%
16	Bukit_Galih	22.726	21	0,09%
17	Pasir_Tamiang	5.794	5	0,09%
18	Ciasem_Cikampek	17.015	16	0,09%
19	Cikampek_2	18.522	17	0,09%
20	Bungur_Sari	23.938	22	0,09%
21	Tegalsari_Karawang	10.206	10	0,09%
22	Cikampek_3	5.875	6	0,09%
23	Kondang_Jaya_Karawang	26.233	25	0,09%
24	Cisureuh	24.967	23	0,09%
25	Texmaco_Karawang_Timur	11.777	11	0,09%
26	Karawang_2	43.334	41	0,09%
27	Lemahabang	25.980	24	0,09%
28	Texmaco_Subang	3.360	3	0,09%
29	Indorama_Purwakarta	7.238	7	0,09%
30	Sadang_3	5.608	5	0,09%
31	Ind_Surya_Cipta_Krw	11.371	11	0,09%
32	SPV_Purwakarta_Combat	5.679	5	0,09%
33	Rengasdengklok	5.981	6	0,09%
34	Citarik_Karawang_2	8.635	8	0,09%
35	Purwakarta_3	3.211	3	0,09%
	Total	(A) 547.535	(B) 514	
	Total Panggilan Tersisa (A-B)	535.478		

Dengan *drop call rate* 0,09%, maka total *drop call* = 0,09% x 547,535 = 515

Strategi peningkatan profit melalui pengendalian biaya kesempatan (*Opportunity Cost*) pada kasus panggilan jatuh (*Drop Call*) BTS di Telkomsel, Karawang

Maka total *revenue* = $(547,535-515) \times 10,000$

= $547,020 \times 10,000 = 5,470,200,000$ Rupiah per hari

Selanjutnya data-data simulasi diatas dianalisa dengan membandingkan dengan data utama, sehingga menjadi prosentase peningkatan profit sesuai simulasi *drop call*, seperti tabel berikut:

No	Alternatif	Tingkat panggilan jatuh	Pendapatan (<i>revenue</i>)	Biaya Kesempatan (<i>opportunity cost</i>) ($\Delta P_x - R_x - R_a$)	Penambahan Profit ($\Delta P_x / R_a$)
1	Referensi	0.58%	Ra 5,443,800,000		
2	Alt-1	2.20%	R1 5,354,780,000	$\Delta P1 -89,020,000$	-1.64%
3	Alt-2	1.38%	R2 5,399,910,000	$\Delta P2 -43,890,000$	-0.81%
4	Alt-3	1.15%	R3 5,412,240,000	$\Delta P3 -31,560,000$	-0.58%
5	Alt-4	0.32%	R4 5,457,630,000	$\Delta P4 13,830,000$	0.25%
6	Alt-5	0.22%	R5 5,463,040,000	$\Delta P5 19,240,000$	0.35%
7	Alt-6	0.09%	R6 5,470,200,000	$\Delta P6 26,400,000$	0.48%

Gambar 4. Tabel presentase peningkatan profit dari beberapa simulasi *drop call*

Dari tabel diatas didapat bahwa tambahan profit sama dengan tambahan pendapatan (*revenue*), bisa digambarkan dengan persamaan berikut:

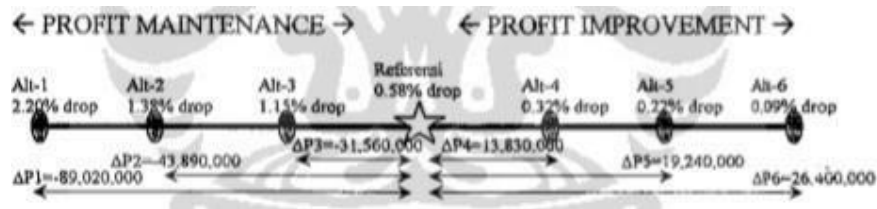
$R = \text{Revenue}, C = \text{Cost}, P = \text{Profit}. R-C=P$

Untuk kondisi *drop call* 0,58% misalnya $R1 - C1 = P1$.

Dan untuk *drop call* 2,20% misalnya $R2 - C2 = P2$

Diketahui bahwa biaya perawatan semua BTS adalah fix, sehingga $C1=C2$.

Maka $R1-R2=(C1+P1)-(C2+P2)=P1-P2$
Maka terbukti bahwa peningkatan revenue sebanding dengan peningkatan profit.
Dari tabel diatas juga didapatkan suatu pola pengendalian biaya kesempatan seperti gambar berikut



Gambar 5. Pola pengendalian profit sebagai acuan bagi pihak manajemen

Operator selular menaruh perhatian khusus untuk menangani *drop call* ini dengan metode analisa tertentu misalnya metode *Long Call Dual Mode* (Hairurrahimin, 2017). Secara umum performansi jaringan ini meliputi empat KPI (*Key Performance Indicators*) yakni *accessibility*, *retainability*, *mobility*, *integrity* (Karo *et al.*, 2019).

Persaingan antara operator seluler di Indonesia cukup ketat, sejauh ini ada dua operator seluler yang bersaing ketat yakni Telkomsel dan Indosat, ditandai dengan saling menawarkan tarif murah bagi pengguna layanan telekomunikasi atau *predatory pricing* (Yati, 2019). Jumlah pelanggan ketiga operator telekomunikasi seluler pada akhir tahun 2013, yaitu PT. Telkomsel Tbk, PT XL Axiata Tbk, dan PT. Indosat Tbk, sebanyak 251,285 Juta (Aziz, 2015). Banyaknya populasi masyarakat Indonesia membuat perusahaan operator seluler bersaing untuk mendapatkan keuntungan dengan inovasi untuk dilakukan masing-masing perusahaan (Gartianto, 2018). Salah satu penelitian mengungkap pilihan konsumen telekomunikasi masih dipengaruhi murahness harga kartu perdana (Hidayat, 2016). Untuk memenangkan persaingan antara operator seluler, tidak cukup hanya dengan menawarkan tarif murah bagi pelanggan, tetapi harus diiringi dengan efisiensi biaya, dengan tujuan agar profit tidak berkurang bahkan diharapkan meningkat signifikan. Secara umum biaya (*cost*) terdiri dari *Sustaining Cost* dan *Acquisition Cost* (Anggriawan *et al.*, 2015)

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yaitu pola pengendalian biaya kesempatan (*opportunity cost*) pada kasus *drop call* mampu memberi tambahan *profit* maksimal sebesar 0,48% dari *revenue*, pola pengendalian biaya kesempatan ini dapat menjadi indikator bagi *top management* untuk memantau situasi *drop call* BTS dan menghubungkannya dengan target *profit*, dan saat biaya operasional cukup sulit untuk ditekan, maka pengendalian biaya kesempatan ini merupakan cara yang paling efektif dalam meningkatkan profit Telkomsel

BIBLIOGRAPHY

- Anggriawan, Alfrianiko, Saedudin, Rd Rohmat, & Kurniawati, Amelia. (2015). Optimalisasi Umur Bts, Jumlah Maintenance Site Crew Dan Penentuan Biaya Maintenance Dengan Menggunakan Metode Life Cycle Cost (studi Kasus: Pt Telkomsel Indonesia). *EProceedings of Engineering*, 2(2).
- Aziz, Azwar. (2015). Strategi Persaingan Operator Telekomunikasi Seluler [The Competition Strategy Of Mobile Telecommunication Operators]. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 13(1), 19–34.
- Edwinanto. (2015). Strategi Implementasi 4G/LTE Pada Jaringan Operator Selular PT. Telkomsel Indonesia. *Jurnal Nusa Putra*.
- Gartianto, Erdi. (2018). *Analisis posisi persaingan operator seluler pada PT. Telekomunikasi Indonesia dan PT. Indosat Ooredoo berdasarkan fungsional strategi: keuangan, pemasaran dan teknologi informasi*.
- Hairurrahimin, Hairurrahimin. (2017). *Analisis Drop Call Dengan Metode Long Call Dual Mode Di Kota Pontianak*. Pontianak: Tanjungpura University.
- Hidayat, Subuh. (2016). Analisis Persaingan Industri Telekomunikasi di Indonesia Switching Barriers dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 21(1), 30–37.
- Karo, Ferdinanta Karo, Nugraha, Eka Setia, & Gustiyana, Fikri Nizar. (2019). Analisis Hasil Pengukuran Performansi Jaringan 4G LTE 1800 MHz di Area Sokaraja Tengah Kota Purwokerto Menggunakan Genex Asistant Versi 3.18. *AITI*, 16(2), 115–124.
- Panjaitan, Leonard Tiopan. (2011). Empat Model Bisnis yang Sustainable pada Industri Telekomunikasi Selular di Masa Sekarang dan Mendatang-sebuah Pengembangan Strategis Telekomunikasi melalui BCG Matriks. *InComTech: Jurnal Telekomunikasi Dan Komputer*, 2(2), 163–180.
- Putri, Hasanah, & Damayanti, Tri Nopiani. (2016). Penanganan Block Call Dan Drop Call Pada Jari Umts Berdasarkan Pengukuran Parameter Accessibility, Coverage and Quality. *Jurnal Elektro Dan Telekomunikasi Terapan*, 3(1).
- Yati, Nurhayati. (2019). *(Turnitin) Dispute Settlement between Telkomsel and Indosat: An Analysis on Competition of Cellular Operator*.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)