

## **BAB II**

### **DESKRIPSI BY.U BY TELKOMSEL**

#### **2.1. Gambaran Umum Client**



Gambar 2.1 Logo by.U

By.U merupakan layanan telekomunikasi digital berbasis prepaid yang diluncurkan oleh Telkomsel pada tahun 2019. Layanan ini hadir sebagai respons atas perubahan perilaku konsumen, khususnya generasi muda, yang semakin mengutamakan fleksibilitas, kemudahan digital, serta kontrol penuh terhadap produk dan layanan yang digunakan. by.U dirancang sebagai produk digital end-to-end, di mana seluruh proses, mulai dari pemilihan nomor, pembelian paket data, hingga layanan pelanggan, dilakukan secara mandiri melalui aplikasi digital (Telkomsel, 2019).

Sebagai bagian dari Telkomsel, by.U berada di bawah naungan PT Telekomunikasi Selular, perusahaan operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Telkomsel sendiri telah beroperasi sejak tahun 1995 dan memiliki jaringan infrastruktur yang luas serta menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia. Dengan dukungan infrastruktur dan jaringan Telkomsel, by.U menawarkan kualitas jaringan yang stabil namun dikemas dalam pendekatan komunikasi yang lebih dekat dengan karakter generasi muda (Telkomsel, 2023).

By.U mengusung konsep “Semuanya Semaunya”, yang menekankan kebebasan pengguna dalam menyesuaikan layanan sesuai kebutuhan pribadi. Konsep ini tercermin melalui sistem paket data yang fleksibel, tanpa masa aktif yang ketat, tanpa komitmen jangka panjang, serta tanpa biaya tersembunyi. Pendekatan tersebut membedakan by.U dari layanan telekomunikasi konvensional

yang umumnya memiliki struktur paket tetap dan aturan penggunaan yang lebih kaku.

Dalam strategi pemasarannya, by.U secara konsisten menargetkan segmen pelajar, mahasiswa, dan generasi muda *digital native*. Kelompok ini dinilai memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi serta preferensi terhadap brand yang bersifat transparan, relevan, dan komunikatif. Oleh karena itu, by.U banyak memanfaatkan kanal digital dan media sosial sebagai sarana utama komunikasi brand, dengan gaya bahasa yang santai, kontekstual, dan dekat dengan keseharian audiensnya (Telkomsel, 2024).

Melalui pendekatan digital, fleksibel, dan berbasis pengalaman pengguna, by.U tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan telekomunikasi, tetapi juga sebagai brand yang berupaya membangun hubungan emosional dengan generasi muda. Hal ini sejalan dengan visi Telkomsel dalam mendorong inklusi digital serta menghadirkan layanan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

### **2.1.1. *Unique Selling Point* by.U**

Selain layanan telekomunikasi dasar, by.U juga menawarkan nilai tambah melalui fitur ekosistem digitalnya, yaitu layanan hiburan U-Tainment yang menyediakan berbagai konten seperti game, musik, video, dan konten digital lainnya. Layanan ini dirancang untuk mendukung gaya hidup digital generasi muda sekaligus memperkuat citra by.U sebagai penyedia layanan seluler yang relevan dengan kebutuhan pengguna di era digital.

Berdasarkan karakteristik dan layanan tersebut, *unique selling point* by.U terletak pada kombinasi layanan digital yang fleksibel, transparansi sistem harga, serta pengalaman layanan yang sepenuhnya berbasis aplikasi. Keunggulan tersebut semakin diperkuat dengan dukungan infrastruktur jaringan Telkomsel yang dikenal memiliki cakupan yang luas dan kualitas koneksi yang stabil di Indonesia.

### **2.1.2. Produk dan Layanan**

By.U menyediakan berbagai produk dan layanan telekomunikasi digital yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan generasi muda yang mengutamakan fleksibilitas, kemudahan akses, serta kendali penuh terhadap layanan yang digunakan. Seluruh produk dan layanan by.U berbasis digital dan diakses melalui aplikasi by.U, sehingga pengguna dapat mengelola kebutuhan telekomunikasi secara mandiri tanpa harus mengunjungi gerai fisik.

#### **a. Layanan Kartu Perdana Digital**

By.U menawarkan kartu perdana prepaid yang dapat dipesan secara daring melalui aplikasi resmi by.U. Pengguna diberikan kebebasan untuk memilih nomor sendiri sesuai preferensi. Kartu SIM kemudian dikirimkan langsung ke alamat pengguna atau diambil melalui metode distribusi tertentu yang telah disediakan. Seluruh proses aktivasi dilakukan secara mandiri melalui aplikasi, tanpa memerlukan bantuan layanan pelanggan secara langsung (Telkomsel, 2019).

#### **b. Paket Data Fleksibel**

Produk utama by.U adalah paket data internet yang bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Berbeda dengan layanan konvensional, paket data by.U tidak memiliki masa aktif yang ketat dan dapat digunakan hingga kuota habis. Pengguna dapat menentukan sendiri jumlah kuota yang ingin dibeli serta menyesuaikannya dengan kebutuhan aktivitas digital sehari-hari, seperti belajar daring, hiburan, maupun penggunaan media sosial (Telkomsel, 2024).

#### **c. Layanan Add-On dan Fitur Tambahan**

Selain paket data utama, by.U juga menyediakan berbagai layanan tambahan (add-on) yang dapat dibeli secara opsional. Layanan ini meliputi tambahan kuota aplikasi tertentu, kuota roaming, serta fitur penyesuaian paket lainnya. Pendekatan ini

memberikan kebebasan bagi pengguna untuk membayar layanan sesuai dengan kebutuhan aktual, tanpa adanya paket wajib atau biaya tersembunyi.

**d. Layanan Pelanggan Digital**

Layanan pelanggan by.U sepenuhnya berbasis digital dan terintegrasi dalam aplikasi. Pengguna dapat mengakses bantuan melalui fitur bantuan di aplikasi, chatbot, serta kanal digital resmi by.U. Model layanan ini dirancang agar selaras dengan karakter target audiens yang terbiasa dengan komunikasi cepat dan berbasis teknologi digital.

**e. Dukungan Jaringan Telkomsel**

Sebagai produk di bawah naungan Telkomsel, by.U menggunakan jaringan Telkomsel yang telah menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia. Dukungan jaringan ini memungkinkan by.U untuk tetap memberikan kualitas konektivitas yang stabil, meskipun dikemas dalam pendekatan brand yang lebih kasual dan dekat dengan generasi muda.