

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENGHADAPI ISU  
PROVIDER TERMAHAL UNTUK MEMPERKUAT PASAR PADA  
TELKOMSEL DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh:

**SITI AMILIA MARPAUNG**

**NPM. 22042010329**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2026**

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENGHADAPI ISU  
PROVIDER TERMAHAL UNTUK MEMPERKUAT PASAR PADA  
TELKOMSEL DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh:

**SITI AMILIA MARPAUNG**

**NPM. 22042010329**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENGHADAPI ISU  
PROVIDER TERMAHAL UNTUK MEMPERKUAT PASAR PADA  
TELKOMSEL DI SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**SITI AMILIA MARPAUNG**

**NPM. 22042010329**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**

**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si**

**NIP. 198604172020122007**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**

**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**

**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENGHADAPI ISU  
PROVIDER TERMAHAL UNTUK MEMPERKUAT PASAR PADA  
TELKOMSEL DI SURABAYA**

Oleh:  
**SITI AMILIA MARPAUNG**  
**NPM. 22042010329**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 26 Juni 2026

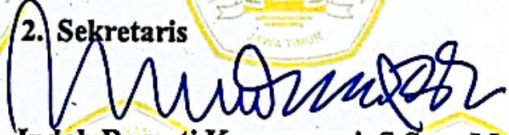
**Pembimbing Utama**

  
**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 198604172020122007**


**Tim Penguji**  
1. Ketua

  
**Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos**  
**NIP. 1970011012021211004**

2. Sekretaris

  
**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 198604172020122007**

3. Anggota

  
**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP. 196503261993092001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**

  
**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## SURAT BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Amilia Marpaung  
NPM : 22042010329  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah yang lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 3 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Siti Amilia Marpaung

NPM. 22042010329

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesempatan, serta limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Penetapan Harga dalam Menghadapi Isu Provider Termahal Untuk Memperkuat Pasar Pada Telkomsel Di Surabaya” dengan lancar dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala perhatian dan bantuannya dengan memberikan saran, arahan serta nasihat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Demikian ucapan yang sama penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua, yaitu Bapak Binsar Safrial Marpaung dan Ibu Diana Safitri Sirait yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa dan motivasi yang tak terhingga untuk penulis. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.

Oleh karenanya segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan orang lain.

Surabaya, 8 Februari 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                     | <b>Halaman</b> |
|-------------------------------------|----------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>          | <b>i</b>       |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>     | <b>ii</b>      |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>       | <b>iii</b>     |
| <b>SURAT BEBAS PLAGIASI .....</b>   | <b>iv</b>      |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>          | <b>v</b>       |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>             | <b>vii</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>            | <b>x</b>       |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>           | <b>xi</b>      |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>        | <b>xii</b>     |
| <b>ABSTRAK.....</b>                 | <b>xiii</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>               | <b>xiv</b>     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>      | <b>1</b>       |
| 1.1 Latar Belakang .....            | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah .....           | 5              |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....          | 6              |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....         | 7              |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....        | 7              |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....         | 7              |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b> | <b>8</b>       |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....      | 8              |
| 2.2 Tinjauan Teoritis.....          | 17             |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran .....     | 17             |
| 2.2.2 Strategi Penetapan Harga..... | 18             |
| 2.2.3 Bauran Pemasaran .....        | 19             |
| 2.2.4 Kualitas Produk.....          | 20             |
| 2.2.5 Pangsa Pasar.....             | 21             |
| 2.3 Kerangka Berpikir .....         | 22             |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>  | <b>25</b> |
| 3.1 Jenis Penulisan .....  | 25        |
| 3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....  | 26        |
| 3.2.1 Sumber Data.....   | 26        |
| 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....   | 29        |
| 3.3 Instrumen Penelitian .....   | 33        |
| 3.3.1 Instrumen Wawancara .....  | 34        |
| 3.3.2 Instrumen Observasi.....   | 35        |
| 3.3.3 Instrumen Dokumentasi.....   | 36        |
| 3.4 Analisis Data.....   | 37        |
| 3.5 Pengujian Kredibilitas Data .....  | 39        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>44</b> |
| 4.1 Gambaran Subyek Penelitian dan Penyajian Data .....  | 44        |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan Telkomsel .....   | 44        |
| 4.1.2 Logo Perusahaan Telkomsel .....  | 45        |
| 4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....  | 46        |
| 4.1.4 Struktur Organisasi Telkomsel Branch Surabaya.....                                       | 47        |
| 4.1.5 Tugas dan Fungsi Perusahaan .....  | 50        |
| 4.1.6 Informan Penelitian .....  | 52        |
| 4.1.7 Penyajian Data Hasil Wawancara.....  | 53        |
| 4.1.8 Penyajian Data Observasi .....   | 72        |
| 4.1.9 Penyajian Data Dokumentasi.....  | 74        |
| 4.2 Analisis Hasil Penelitian.....   | 77        |
| 4.2.1 Analisis Dasar Pertimbangan Penetapan Harga Telkomsel di Surabaya<br>.....               | 77        |
| 4.2.2 Analisis Strategi Penerapan Harga dalam Menghadapi Isu <i>Provider</i><br>Termahal ..... | 78        |
| 4.2.3 Analisis Respons Pelanggan terhadap Harga Telkomsel.....                                 | 79        |
| 4.2.4 Analisis Peran Kualitas Layanan dalam Mendukung Harga .....                              | 81        |
| 4.2.5 Analisis Peran Promosi dalam Membentuk Persepsi Positif .....                            | 82        |

|   |            |
|---|------------|
| 4.2.6 Analisis Implementasi Kebijakan Harga dalam Persaingan Antar<br><i>Provider</i> ..... | 83         |
| 4.2.7 Analisis Strategi Telkomsel dalam Memperkuat Pasar .....                              | 84         |
| 4.2.8 Ringkasan Analisis Berdasarkan Rumusan Masalah.....                                   | 85         |
| 4.3 Pembahasan.....   | 86         |
| 4.3.1 Strategi Penetapan Harga Telkomsel Berdasarkan Nilai Layanan ...                      | 86         |
| 4.3.2 Harga sebagai Pembentuk Persepsi Kualitas .....                                       | 87         |
| 4.3.3 Pembahasan Bauran Pemasaran Telkomsel .....   | 88         |
| 4.3.4 Pembahasan Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan .....                               | 90         |
| 4.3.5 Pembahasan Promosi sebagai Strategi Mengurangi Persepsi Mahal                         | 91         |
| 4.3.6 Pembahasan Pangsa Pasar dan Penguatan Posisi Telkomsel .....                          | 92         |
| 4.3.7 Sintesis Pembahasan.....  | 93         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>95</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 95         |
| 5.2 Saran .....   | 96         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>98</b>  |
| <b>LAMPIRAN .....</b>   | <b>101</b> |

## DAFTAR TABEL

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Tabel 1.1 Kompetitor Telkomsel .....                                | 4              |
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....                           | 14             |
| Tabel 3.1 Instrumen Wawancara.....                                  | 34             |
| Tabel 3.2 Instrumen Observasi .....                                 | 35             |
| Tabel 3.3 Instrumen Dokumentasi .....                               | 36             |
| Tabel 4.1 Visi dan Misi Telkomsel.....                              | 47             |
| Tabel 4.2 Struktur Organisasi Telkomsel <i>Branch</i> Surabaya..... | 49             |
| Tabel 4.3 Tugas dan Fungsi Telkomsel dalam Konteks Penelitian.....  | 51             |
| Tabel 4.4 Identitas Informan Penelitian .....                       | 52             |
| Tabel 4.5 Penyajian Data Wawancara Informan Kunci .....             | 56             |
| Tabel 4.6 Penyajian Data Wawancara Informan Utama .....             | 61             |
| Tabel 4.7 Penyajian Data Wawancara Informan Pendukung ke-1.....     | 65             |
| Tabel 4.8 Penyajian Data Wawancara Informan Pendukung ke-2.....     | 69             |
| Tabel 4.9 Ringkasan Temuan Wawancara .....                          | 71             |
| Tabel 4.10 Penyajian Data Observasi .....                           | 73             |
| Tabel 4.11 Penyajian Data Dokumentasi .....                         | 74             |
| Tabel 4.12 Ringkasan Analisis Berdasarkan Rumusan Masalah.....      | 85             |

## DAFTAR GAMBAR

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Gambar 1.1 Grafik Penggunaan Telekomunikasi .....  | 2              |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....   | 24             |
| Gambar 3.1 Alur Analisis Data.....   | 39             |
| Gambar 3.2 Triangulasi.....  | 43             |
| Gambar 4.1 Logo Telkomsel .....  | 46             |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Telkomsel Branch Surabaya. ....   | 49             |
| Gambar 4.3 Dokumentasi proses wawancara dengan Informan Kunci. ....  | 57             |
| Gambar 4.4 Dokumentasi peneliti bersama Informan Kunci dan Informan<br>Utama .....                           | 62             |
| Gambar 4.5 Dokumentasi peneliti bersama Informan Pendukung ke-1 .....  | 66             |
| Gambar 4.6 Dokumentasi peneliti bersama Informan Pendukung ke-2 .....  | 70             |
| Gambar 4.7 Dokumentasi kedatangan peneliti di lokasi layanan Telkomsel<br>Asrama Haji Sukolilo.....          | 73             |
| Gambar 4.8 Dokumentasi Informan Pendukung ke-1 saat mengisi identitas<br>terkait wawancara penelitian. ....  | 75             |
| Gambar 4.9 Bukti percakapan koordinasi pelaksanaan wawancara dengan<br>Informan Pendukung ke-1.....          | 76             |
| Gambar 4.10 Bukti lanjutan koordinasi saat peneliti tiba di lokasi wawancara<br>Informan Pendukung ke-1..... | 76             |
| Gambar 4.11 Bukti percakapan koordinasi pelaksanaan wawancara dengan<br>Informan Pendukung ke-2.....         | 77             |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....     | 101            |
| Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....   | 105            |
| Lampiran 3. Surat Izin Penelitian ..... | 117            |
| Lampiran 4. Bukti Plagiasi.....         | 118            |

## ABSTRAK

### **Siti Amilia Marpaung, 22042010329, Strategi Penetapan Harga dalam Menghadapi Isu Provider Termahal untuk Memperkuat Pasar pada Telkomsel di Surabaya**

Penelitian ini mengkaji strategi penetapan harga Telkomsel dalam menghadapi isu sebagai provider termahal untuk memperkuat posisi pasar di Surabaya. Persaingan industri telekomunikasi yang semakin kompetitif membuat setiap provider berlomba menawarkan harga dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Telkomsel tetap mempertahankan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan provider lain karena perusahaan menempatkan kualitas jaringan, kestabilan layanan, dan jangkauan sinyal sebagai bagian penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Pemanfaatan aplikasi *MyTelkomsel* juga menjadi salah satu upaya perusahaan dalam mempermudah pelanggan memperoleh informasi paket, promo, dan layanan digital secara praktis. Kondisi tersebut membentuk pandangan bahwa harga yang ditawarkan Telkomsel sebanding dengan kualitas layanan yang diterima pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkomsel menerapkan strategi harga berdasarkan manfaat layanan yang diterima pelanggan. Penyesuaian paket internet, peningkatan kualitas produk, promosi layanan, dan pengembangan layanan digital melalui aplikasi *MyTelkomsel* dilakukan untuk menjaga minat pelanggan terhadap produk Telkomsel. Strategi tersebut membuat Telkomsel tetap mampu mempertahankan kekuatan pasar di Surabaya meskipun berada dalam persaingan antar provider yang semakin ketat.

**Kata Kunci** : Strategi Harga, Telkomsel, Kualitas Layanan, Pangsa Pasar

## ABSTRACT

### **Siti Amilia Marpaung, 22042010329, Pricing Strategies in Addressing the Most Expensive Provider Issue to Strengthen Market Position in Surabaya**

*This study examines Telkomsel's pricing strategy in addressing the issue of being the most expensive provider to strengthen its market position in Surabaya. Increasingly fierce competition in the telecommunications industry has led providers to compete in offering prices and services that meet customer needs. Telkomsel maintains relatively higher prices compared to other providers because the company prioritizes network quality, service stability, and signal coverage as key factors in building customer trust. The use of the MyTelkomsel app is also one of the company's efforts to make it easier for customers to access information on packages, promotions, and digital services in a practical way. This situation fosters the perception that the prices offered by Telkomsel are commensurate with the quality of service received by customers. The method used in this study is qualitative with a descriptive approach. Data collection was conducted through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that Telkomsel implements a pricing strategy based on the benefits customers receive from the service. Adjustments to internet packages, improvements in product quality, service promotions, and the development of digital services through the MyTelkomsel app are carried out to maintain customer interest in Telkomsel's products. These strategies enable Telkomsel to maintain its market strength in Surabaya despite increasingly fierce competition among providers.*

**Keywords :** *Price Strategy, Telkomsel, Service Quality, Market Share*