

Abstrak

Dalam memberikan pelayanan serta jasa PT. Telkom Indonesia terus berupaya memperbaiki dan terus meningkatkan layanan yang diberikan. Seiring dengan perkembangan, maka Telkom terus maju untuk mengidentifikasi segala permasalahan yang ada disesuaikan dengan permintaan dari kebutuhan *market* berkomitmen untuk terus berinovasi. Dalam mengidentifikasi dan melakukan segmentasi *audience* diperlukan proses untuk mencari data calon konsumen. Kegiatan *profiling* dilakukan untuk mencari data dan digunakan untuk melakukan sinkronisasi *database* konsumen serta dapat membantu dalam mengidentifikasi target *audience* dan potensi kebutuhan layanan. Dari hasil *profiling* terdapat lembaga pemerintah, pendidikan dan kesehatan. Dengan data tersebut diharapkan dapat digunakan untuk melakukan identifikasi kebutuhan konsumen sehingga Telkom dapat menawarkan beragam produk layanan seperti layanan telepon, internet, penyediaan *dashboard* layanan untuk sekolah, serta layanan-layanan digital lainnya. Rumah BUMN merupakan wadah bagi UMKM yang merupakan potensi penggerak ekonomi Indonesia. Dengan program rumah BUMN, Telkom berkomitmen membantu para UMKM seperti menyediakan pelatihan, *market* serta memfasilitasi dengan layanan-layanan digital yang dimiliki Telkom Indonesia.

Kata kunci: *profiling*, *database*, konsumen, layanan digital