**SMS Membangun Industri**

**m-Commerce Indonesia**

*Potensi bisnis SMS di Indonesia masih besar. Secara internasional, pendapatan rata-rata operator GSM global dari SMS ini adalah 20%, sedangkan kontribusi pendapatan SMS tiga s GSM Indonesia baru 3% saja terhadap jasa suara.*

Salah satu ragam jasa yang diunggulkan para penyelenggara telepon seluler di seluruh dunia berbasis teknologi GSM adalah fasilitas SMS (short message service). Jasa yang enam atau tujuh tahun lalu diperkenalkan sebagai komplementer dari jasa standar berupa voice untuk “berhalo-halo ria”, tiba-tiba saja dua tahun belakangan menjadi primadona para penyelenggara telepon seluler GSM. Hal ini mengejutkan karena nilai tambahnya dan upaya yang tak mengenal lelah dari para pelaku industri terkait, ternyata telah mengundang minat para pemakai telepon seluler GSM yang sebelumnya umumnya tak acuuh terhadap pemakaian SMS.Kini pada era perdagangan elektronik atau e-commerce telah berubah menjadi sebuah tren karena kemudahan, kenyamanan, dan kemurahan yang ditawarkan dalam mobilitas dan aktivitas pemakaiannya.

Sementara itu, jasa SMS di Indonesia yang pada 1996 dimulai pengenalannya oleh Telkomsel, pasa awalnya juga disambut pasar dengan segenap perasaan dingin-dingin saja. Dan agar kegagalan yang pernah dialami oleh penyelenggaraan telepon seluler analog dalam memperkenalkan jasa voice mail melalui pesawat telepon seluler (ponsel) tidak terulang lagi, Telkomsel kala itu meluncurkan jasa SMS dalam satu strategi penanaman yang pada kenyataannya digandrungi masyarakat karena dianggap sebagai daya Tarik dan inovasi Telkomsel.

Secara bersamaan, manajemen Telkomsel waktu itu memperkenalkan dua “jasa baru”, yaitu dengan nama produk “Veronica” (singkatan dari voice response and info care untuk jasa voice mail) dan “Smile” (singkatan dari short messaging and info line untuk jasa SMS).

**SMS Membangun Industri**

**m-Commerce Indonesia**

*Potensi bisnis SMS di Indonesia masih besar. Secara internasional, pendapatan rata-rata operator GSM global dari SMS ini adalah 20%, sedangkan kontribusi pendapatan SMS tiga s GSM Indonesia baru 3% saja terhadap jasa suara.*

Salah satu ragam jasa yang diunggulkan para penyelenggara telepon seluler di seluruh dunia berbasis teknologi GSM adalah fasilitas SMS (short message service). Jasa yang enam atau tujuh tahun lalu diperkenalkan sebagai komplementer dari jasa standar berupa voice untuk “berhalo-halo ria”, tiba-tiba saja dua tahun belakangan menjadi primadona para penyelenggara telepon seluler GSM. Hal ini mengejutkan karena nilai tambahnya dan upaya yang tak mengenal lelah dari para pelaku industri terkait, ternyata telah mengundang minat para pemakai telepon seluler GSM yang sebelumnya umumnya tak acuuh terhadap pemakaian SMS.Kini pada era perdagangan elektronik atau e-commerce telah berubah menjadi sebuah tren karena kemudahan, kenyamanan, dan kemurahan yang ditawarkan dalam mobilitas dan aktivitas pemakaiannya.

Sementara itu, jasa SMS di Indonesia yang pada 1996 dimulai pengenalannya oleh Telkomsel, pasa awalnya juga disambut pasar dengan segenap perasaan dingin-dingin saja. Dan agar kegagalan yang pernah dialami oleh penyelenggaraan telepon seluler analog dalam memperkenalkan jasa voice mail melalui pesawat telepon seluler (ponsel) tidak terulang lagi, Telkomsel kala itu meluncurkan jasa SMS dalam satu strategi penanaman yang pada kenyataannya digandrungi masyarakat karena dianggap sebagai daya Tarik dan inovasi Telkomsel.

Secara bersamaan, manajemen Telkomsel waktu itu memperkenalkan dua “jasa baru”, yaitu dengan nama produk “Veronica” (singkatan dari voice response and info care untuk jasa voice mail) dan “Smile” (singkatan dari short messaging and info line untuk jasa SMS).

Student Detail

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nama | : | Noor Adekah Apriyana |
| Nim | : | A11.2022.14382 |
| Academik Advisor | : | Umi Rosyidah, S.Kom, M.T |
| Status | : | Active |