

## **Abstracts**

In the last years, the growth of telecommunications industry in Indonesia growing quickly. The growth caused by existence of the roll-out of prepaid service which introduced since year 1998, going down the price mobile phone, substitution from extension remain to seluler as well as domestic socioeconomic growth. The growth generates tight competition in telecommunications industry. In seluler market in Indonesia, PT. Telkomsel, PT. Indosat and PT. Excelcomindo Pratama represent as three big players in this industry.

Every company has Strengths, weakness, threats and opportunities to compete in this industry. To see internal and external factors that influencing company performance in running its strategy to compete in this seluler industry, is used by SWOT analysis and Product Life Cycle. Relate to the mentioned, studied also marketing strategy from mix marketing that involved strategy to product, price, distribution and promotion

With data processing from SWOT analysis, will be able to be seen how company position in competition. Excelcom as one of the company in this industry is on the competitive strategy. The thing that will be able to be conducted in this position is development of the market, development of product and joint venture. From the Product Life Cycle, the product of Excelcom is in growth position. There is any strategy that management can do to defend in this situation.

Key words: SWOT analysis, Marketing Strategy, Marketing Mix, Product Life Cycle.

## Intisari

Di tahun-tahun terakhir, perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia semakin pesat. Pertumbuhan yang pesat ini disebabkan antara lain adanya peluncuran layanan Prabayar yang mulai diperkenalkan sejak tahun 1998, turunnya harga telepon genggam, substitusi dari sambungan tetap ke seluler dan juga perkembangan ekonomi-sosial domestik. Pertumbuhan yang pesat ini menimbulkan persaingan yang ketat di industri telekomunikasi. Dalam pasar seluler di Indonesia, PT. Telkomsel, PT. Indosat dan PT. Excelcomindo Pratama merupakan tiga pemain besar di industri ini.

Setiap perusahaan memiliki kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman dalam bersaing di industri ini. Untuk melihat faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam menjalankan strateginya untuk bersaing di industri seluler ini, digunakan analisis SWOT dan *Product Life Cycle* (daur hidup produk). Berkaitan dengan hal tersebut, dibahas juga strategi pemasaran dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang melibatkan strategi terhadap produk, harga, promosi dan distribusi.

Dengan pengolahan data dari analisis SWOT, akan dapat dilihat bagaimana posisi perusahaan dalam persaingan. Excelcom sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri ini berada pada posisi strategi *competitive*/bersaing. Hal yang dapat dilakukan dalam posisi bersaing yaitu antara lain dengan pengembangan pasar, pengembangan produk dan *joint venture*. Dari daur hidup produk, produk Excelcom berada pada posisi pertumbuhan. Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh manajemen untuk bertahan di dalam situasi ini.

Kata-kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Daur Hidup Produk.