

Comprehensive Strategy Formulation for Telkomsel-IndiHome Integration: A Post-Merger Integration Case Study

ABSTRACT

The impetus for this research stems from Telkom's recent corporate action involving the integration of IndiHome with Telkomsel. The primary research question focuses on the strategic direction Telkomsel should take as it assumes responsibility for managing the fixed broadband business, an area outside their core competency. This study uses Fred David's Strategic Management Framework as the theoretical basis for applying modern strategy formulation frameworks in the strategic management process. Additionally, the research aims to identify the limitations arising from the use of this framework, thereby paving the way for future research.

The study focuses on the IndiHome brand, a fixed broadband product managed by Telkomsel. Data was collected using purposive non-probability sampling, with four senior executive representatives from Telkomsel's head office as the sample group. The interview data was analyzed using Strategic Formulation Analysis procedures, including the input stage (IFE Matrix, EFE Matrix, and Competitive Profile Matrix), the matching stage (IE Matrix, SWOT Matrix, SPACE Matrix, BCG Matrix, and Grand Strategy Matrix), and the decision stage (QSPM). The research identifies three alternative strategies: market penetration, market development, and product development. Based on the QSPM analysis, the recommended strategy for Telkomsel to sustain IndiHome's growth is market penetration, which received the highest score of 4.29.

Keywords: *Corporate Strategy, Strategy Formulation, IFE Matrix, EFE Matrix, CPM, IE Matrix, SWOT Matrix, SPACE Matrix, Grand Strategy Matrix, QSPM*

Comprehensive Strategy Formulation for Telkomsel-IndiHome Integration: A Post-Merger Integration Case Study

ABSTRAK

Dorongan untuk penelitian ini berasal dari tindakan korporasi terbaru Telkom yang melibatkan integrasi IndiHome dengan Telkomsel. Pertanyaan utama penelitian ini berfokus pada arah strategis yang harus diambil Telkomsel saat mengambil alih tanggung jawab mengelola bisnis fixed-broadband, yang merupakan area di luar kompetensi inti mereka. Penelitian ini menggunakan Kerangka Manajemen Strategis Fred David sebagai dasar teori untuk menerapkan kerangka formulasi strategi modern dalam proses manajemen strategis. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterbatasan yang timbul dari penggunaan kerangka ini, sehingga membuka jalan bagi penelitian di masa depan.

Studi ini berfokus pada merek IndiHome, produk fixed-broadband yang dikelola oleh Telkomsel. Data dikumpulkan menggunakan sampling non-probabilitas purposif, dengan empat perwakilan eksekutif senior dari kantor pusat Telkomsel sebagai kelompok sampel. Data wawancara dianalisis menggunakan prosedur Analisis Formulasi Strategis, termasuk tahap input (Matrix IFE, Matrix EFE, dan Matrix Profil Kompetitif), tahap pencocokan (Matrix IE, Matrix SWOT, Matrix SPACE, Matrix BCG, dan Matrix Grand Strategy), serta tahap keputusan (QSPM). Penelitian ini mengidentifikasi tiga strategi alternatif: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Berdasarkan analisis QSPM, strategi yang direkomendasikan untuk Telkomsel guna mempertahankan pertumbuhan IndiHome adalah penetrasi pasar, yang menerima skor tertinggi yaitu 4,29.

Kata kunci: *Corporate Strategy, Strategy Formulation, IFE Matrix, EFE Matrix, CPM, IE Matrix, SWOT Matrix, SPACE Matrix, Grand Strategy Matrix, QSPM*