

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI INDONESIA MENGHADAPI PERUBAHAN RADIKAL: STUDI PADA PT IOH DAN PLATFORM OTT

Andi Rusiawan

22/509890/PEK/29109

Industri telekomunikasi di Indonesia mengalami perubahan radikal yang dipicu oleh platform Over-The-Top (OTT) seperti Google, Meta/Facebook, dan TikTok. Penelitian ini menyelidiki bagaimana PT IOH, salah satu perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia, beradaptasi dengan disrupsi ini untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Dengan menggunakan kerangka pohon keputusan untuk adaptasi, penelitian ini mengeksplorasi kapabilitas dinamis, ambideksteritas, dan aliansi strategis PT IOH. Studi ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif, melalui wawancara mendalam dengan manajemen senior di PT IOH dan analisis data sekunder.

Temuan menunjukkan bahwa disrupsi OTT memberikan tantangan sekaligus peluang bagi PT IOH. Sementara sumber pendapatan tradisional seperti SMS dan panggilan suara menurun, OTT mendorong peningkatan konsumsi data. PT IOH beradaptasi dengan memanfaatkan hal ini dengan membentuk aliansi strategis dengan OTT, berfokus pada kemampuan mengidentifikasi perubahan pasar dan pelanggan, memanfaatkan peluang baru, dan transformasi struktur organisasi. Perusahaan ini sedang bertransisi dari penyedia telekomunikasi tradisional menjadi perusahaan teknologi (*TechCo*), dengan menekankan inovasi dalam AI dan keamanan siber.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa aliansi strategis, terutama dengan OTT, sangat penting bagi strategi adaptasi PT IOH. Aliansi dengan perusahaan OTT ini memfasilitasi eksplorasi peluang bisnis baru dan pemanfaatan sumber daya yang sudah ada, meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana perusahaan telekomunikasi di pasar negara berkembang dapat menghadapi disrupsi OTT melalui pemahaman konsentris kapabilitas dinamis, ambideksteritas dan aliansi strategis.

Kata kunci: *perusahaan telekomunikasi, platform Over-The-Top, strategi adaptasi, kapabilitas dinamis, aliansi strategis, ambideksteritas, perubahan radikal, Indonesia*

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE STRATEGY OF INDONESIAN TELECOMMUNICATIONS COMPANIES IN FACING RADICAL CHANGES: A STUDY ON PT IOH AND OTT PLATFORMS

Andi Rusiawan

22/509890/PEK/29109

The telecommunications industry in Indonesia has undergone radical changes triggered by Over-The-Top (OTT) platforms such as Google, Meta/Facebook, and TikTok. This study investigates how PT IOH, one of the leading telecommunications companies in Indonesia, has adapted to this disruption to maintain its competitive edge. Using the decision tree framework for adaptation, the research explores the dynamic capabilities, ambidexterity, and strategic alliances of PT IOH. The study employs a descriptive qualitative methodology, involving in-depth interviews with senior management at PT IOH and secondary data analysis.

The findings show that OTT disruption presents both challenges and opportunities for PT IOH. While traditional revenue sources such as SMS and voice calls have declined, OTT has driven an increase in data consumption. PT IOH has adapted by leveraging this shift through strategic alliances with OTT companies, focusing on the ability to identify market and customer changes, exploit new opportunities, and transform its organizational structure. The company is transitioning from a traditional telecommunications provider to a tech company (*TechCo*), with an emphasis on innovation in AI and cybersecurity.

This study concludes that strategic alliances, particularly with OTT companies, are crucial for PT IOH's adaptation strategy. Alliances with OTT companies facilitate the exploration of new business opportunities and the utilization of existing resources, enhancing operational efficiency and service quality. The study contributes to the understanding of how telecommunications companies in emerging markets can navigate OTT disruption through a concentric understanding of dynamic capabilities, ambidexterity, and strategic alliances.

Keywords: *telecommunication company, Over-The-Top platform, adaptation strategy, dynamic capability, strategic alliance, ambidexterity, radical changes, Indonesia*