

## ABSTRAK

Dalam era transformasi digital dan adopsi teknologi 5G yang pesat, industri telekomunikasi Indonesia mengalami perubahan signifikan, khususnya dalam segmen *Business-to-Business* (B2B). PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF), sebagai anak perusahaan PT Telkom Indonesia, menghadapi persaingan yang semakin ketat akibat meningkatnya jumlah pemain baru, baik dari perusahaan telekomunikasi lain maupun perusahaan non-Telco. Meskipun memiliki infrastruktur yang luas dan kuat, tingkat penetrasi pasar B2B Telkom masih relatif rendah dibandingkan dengan potensi pasar yang ada. Oleh karena itu, strategi kemitraan menjadi krusial bagi TIF untuk meningkatkan daya saingnya di pasar B2B.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi kemitraan yang paling efektif bagi PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF) dalam meningkatkan daya saing di segmen B2B, dengan menganalisis opsi *Joint venture*, *Contractual Agreement*, dan Akuisisi serta menentukan mitra strategis yang paling sesuai berdasarkan faktor keselarasan bisnis, teknologi, dan potensi sinergi pasar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan studi kasus pada PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF), yang bertujuan untuk mengeksplorasi strategi kemitraan melalui analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Data dikumpulkan melalui studi literatur, kuesioner, wawancara mendalam, dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan empat responden utama yang merupakan manajemen kunci dan pengambil keputusan di TIF, guna memastikan validitas temuan serta memperoleh rekomendasi strategi kemitraan yang paling optimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aliansi strategis memainkan peran krusial dalam mendukung proses transformasi dan pertumbuhan TIF di pasar B2B. Beberapa calon mitra strategis memiliki kesesuaian dengan karakteristik layanan dan produk yang ditawarkan oleh TIF. Penelitian ini menyajikan rekomendasi strategis bagi TIF dalam merumuskan pendekatan kemitraan yang efektif, dengan menekankan pada pemilihan mitra yang paling sesuai, penerapan model kerja sama yang tepat, serta optimalisasi pengelolaan kemitraan. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan akuisisi pelanggan baru, mendorong pertumbuhan pendapatan, dan memperkuat daya saing TIF dalam segmen pasar B2B.

**Kata Kunci:** *Kemitraan strategis, QSPM, analisis SWOT, daya saing pasar B2B, PT Telkom Infrastruktur Indonesia.*

## **ABSTRACT**

*In the era of digital transformation and rapid adoption of 5G technology, Indonesia's telecommunications industry is experiencing significant changes, especially in the Business-to-Business (B2B) segment. PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF), as a subsidiary of PT Telkom Indonesia, faces increasingly fierce competition due to the increasing number of new players, both from other telecommunications companies and non-Telco companies. Despite having extensive and strong infrastructure, Telkom's B2B market penetration rate is still relatively low compared to the existing market potential. Therefore, partnership strategy is crucial for TIF to improve its competitiveness in the B2B market.*

*This study aims to identify and evaluate the most effective partnership strategy for PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF) in improving competitiveness in the B2B segment, by analysing Joint venture, Contractual Agreement, and Acquisition options and determining the most suitable strategic partner based on business alignment, technology, and potential market synergy factors. This research uses descriptive qualitative and quantitative methods with a case study approach at PT Telkom Infrastruktur Indonesia (TIF), which aims to explore partnership strategies through SWOT analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Data was collected through literature review, questionnaires, in-depth interviews, and Focus Group Discussions (FGDs) with who are key management and decision-makers at TIF, to ensure the validity of the findings and to obtain recommendations for the most optimal partnership strategy.*

*The results showed that strategic alliances play a crucial role in supporting TIF's transformation process and growth in the B2B market. Some potential strategic partners have a good fit with the characteristics of the services and products offered by TIF. This research presents strategic recommendations for TIF in formulating an effective partnership approach, with emphasis on selecting the most suitable partners, implementing the right cooperation model, and optimising partnership management. The implementation of this strategy is expected to increase new customer acquisition, drive revenue growth, and strengthen TIF's competitiveness in the B2B market segment.*

**Keywords:** *Strategic Partnership, QSPM, SWOT analysis, B2B market competitiveness, PT Telkom Infrastruktur Indonesia.*