

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan posisi persaingan bisnis dalam industri infrastruktur jaringan telekomunikasi serta merekomendasikan perbaikan-perbaikan strategi untuk menjadi mitra utama dalam unit bisnis microcell Mitratel. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus pada perusahaan PT ABC yang merupakan salah satu mitra Mitratel. Penelitian ini dimulai dari menganalisis lingkungan eksternal perusahaan yaitu dengan cara identifikasi nilai pelanggan, analisis PESTEL, analisis Lima Kekuatan Porter dan faktor keberhasilan kunci. Penelitian kemudian dilanjutkan dengan analisis lingkungan internal perusahaan dengan menggunakan analisis rantai nilai perusahaan, identifikasi sumber daya dan kapabilitas dan analisis VRIO. Setelah mendapatkan hasil analisis lingkungan eksternal dan internal, kemudian dilanjutkan dengan memberikan rekomendasi strategi untuk perusahaan berdasarkan lima strategi kompetitif umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi lingkungan umum masih memberikan peluang terutama dari aspek ekonomi dan sosial, tetapi memberikan ancaman dari aspek hukum. Kondisi lingkungan industri menunjukkan bahwa kekuatan tawar paling kuat berasal dari pembeli dan kekuatan tawar paling lemah ada pada pemasok. Terdapat 3 faktor keberhasilan kunci berdasarkan analisis lingkungan industri yaitu hubungan dengan klien, kekuatan finansial perusahaan, penyediaan pasokan dan citra perusahaan. Berdasarkan faktor keberhasilan kunci yang disesuaikan dengan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan maka untuk menjadi mitra utama Mitratel, PT ABC harus menerapkan strategi penyedia biaya terbaik yaitu dengan cara memberikan kepercayaan terhadap klien, efisiensi penggunaan alat dan pengerjaan proyek menyeluruh dan peningkatan internalisasi pasokan dan karyawan.

Kata Kunci: infrastruktur jaringan telekomunikasi, microcell, mitratel, analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal, PESTEL, lima kekuatan porter,

faktor keberhasilan kunci, rantai nilai perusahaan, VRIO, lima strategi kompetitif umum, keunggulan bersaing berkelanjutan

Abstract

This study aims to map the position of business competition in the telecommunications network infrastructure industry as well as recommend improvement strategies to become a key partner in the Mitratel Microcell business unit. The research method used is qualitative with a case study on the company PT ABC which is one of Mitratel's partners. This research starts from analyzing the company's external environment by identifying customer values, PESTEL analysis, Porter Five Forces analysis and key success factors. The research then continued with the analysis of the company's internal environment by using the company's value chain analysis, identification of resources and capabilities and VRIO analysis. After obtaining the results of the external and internal environmental analysis, then proceed with providing strategy recommendations for companies based on the five generic competitive strategies.

The results of the study show that the general environmental conditions still provide opportunities, especially from the economic and social aspects, but provide threats from the legal aspect. Industrial environmental conditions indicate that the strongest bargaining power comes from buyers and the weakest bargaining power comes from suppliers. There are 3 key success factors based on industrial environmental analysis, namely relationships with clients, the company's financial strength, how the company get the supply and company image. Based on key success factors that are tailored to the resources and capabilities of the company, to become Mitratel's main partner, PT ABC must implement the best cost provider strategy by providing trust to clients, efficient use of tools and comprehensive project work and increasing internalisation of supply and human resources.

Keyword: telecommunication network infrastructure, microcell, mitratel, external environmental analysis, internal environmental analysis, PESTEL, porter five

forces, key success factors, company value chain, VRIO, the five generic competitive strategies, sustainable competitive advantage