

INTISARI

Industri telekomunikasi di Indonesia telah berkembang semakin cepat.. Kondisi ini dipicu oleh beberapa hal diantaranya adalah perkembangan teknologi yang semakin pesat, perubahan kebutuhan dan regulasi pemerintah yang sulit diprediksi. Kondisi politik dan ekonomi yang membaik telah menarik minat investor asing maupun dalam negeri berinvestasi dalam industri telekomunikasi. Selain itu proses globalisasi perlu diantisipasi oleh masing-masing operator selular terutama agar tidak kalah bersaing.

Seiring dengan era persaingan di industri telekomunikasi, PT Excelcomindo Pratama (XL) harus selalu mengevaluasi strategi distribusi yang ada. Mulai tahun 2007, XL menerapkan strategi saluran distribusi *hybrid* agar produk dapat terdistribusi dengan maksimal dan jaringan dapat digunakan secara optimal. Atas dasar hal tersebut, penulis berupaya untuk menganalisa strategi distribusi *hybrid* yang sudah dijalankan XL.

Dari hasil analisa XL dapat menggunakan strategi saluran distribusi *hybrid* baik secara eksklusif, selektif dan intensif. Pola distribusi eksklusif digunakan jika ingin mempertahankan kendali penuh terhadap tingkat layanan, output yang ditawarkan kepada anggota saluran distribusinya. Untuk memperoleh cakupan pasar tertentu dengan kontrol yang lebih kuat kepada mitra *indirect channel*-nya dapat menggunakan pola distribusi selektif. Sedangkan *economies of scale* dapat digunakan pola distribusi intensif. Dari ketiga alternatif diatas dan dengan mempertimbangkan besarnya potensi pasar dan tingkat penetrasi yang masih rendah, XL perlu memberi prioritas pada pola distribusi intensif.

Kata Kunci : Strategi saluran distribusi dan Industri telekomunikasis

ABSTRACT

Telecommunication industry in Indonesia is growth rapidly. This circumstance occurs as a result of technology development, the changes of human needs and unpredicted government policy. Better political and economic condition has made foreign and domestic investor invested in telecommunication industry. In addition, globalization process has to be anticipated by all telecommunication operators especially to compete with others.

In line with competition era in telecommunication industry, PT Excelcomindo Pratama (XL) should evaluate its distribution strategy. In early 2007, XL implements new distribution strategy called *hybrid* distribution to maximize product distribution and to optimize network capacity. The writer analyse the implementation of new distribution strategy XL.

Based on analysis result, XL can continue to implement *hybrid* distribution strategy exclusively, selectively and intensively. Exclusive distribution strategy can be implemented if XL intends to fully control service level and product offered to each distributor. To get wider market penetration and control its indirect channel, XL can implement selective distribution strategy. Moreover, economies of scale can be implemented through intensive distribution. According to three strategies mentioned, and consider market potential and low penetration rate, intensive distribution strategy should be more prioritize by XL.

Keyword : Channel distribution strategy and Telecommunication industry