

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis strategi bersaing PT. XL Axiata, Tbk dalam industri telekomunikasi seluler di Indonesia. Penelitian ini berlatar belakang dari tingkat penetrasi telekomunikasi di Indonesia masih tergolong rendah, menjadikan peluang bisnis di sektor telekomunikasi memiliki prospek yang bagus di masa mendatang, sehingga industri telekomunikasi di Indonesia masih memiliki kesempatan untuk terus bertumbuh dalam beberapa tahun mendatang. Persaingan operator seluler tidak hanya terjadi dalam batasan tarif, namun juga area cakupan (*coverage*) dan layanan kepada pelanggan. Tarif menjadi utama pada lapisan menengah ke bawah, sementara *coverage* juga menjadi pertimbangan. Saat ini kompetisi Industri telekomunikasi selular di Indonesia telah memasuki sebuah babak baru, bukan saja layanan telepon dan SMS, tetapi sekarang ini sudah memasuki persaingan layanan data.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan strategik dari analisis SWOT dan analisis industri menggunakan *five forces model*. Alat yang digunakan adalah alat analisis *driving forces* untuk menganalisa intensitas persaingan pada industri seluler, alat analisis SWOT untuk menganalisa faktor-faktor eksternal dan internal yang berpengaruh dalam persaingan dalam industri telekomunikasi, alat analisis *Porter's five forces* untuk menganalisa ancaman lingkungan agar XL dapat menyusun strategi yang lebih efektif, *Key success factors* untuk menganalisa faktor-faktor yang dapat menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi tantangan bagi XL pada industri telekomunikasi seluler.

Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap strategi bersaing XL dalam industri telekomunikasi seluler di Indonesia menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan XL sudah tepat dan cukup efektif dalam bersaing menghadapi pesaingnya dengan dukungan beberapa kekuatan internal yang dimiliki seperti manajemen yang kuat, produk yang menarik dan kompetitif, kemampuan bersaing yang bagus, saluran distribusi yang bagus dan infrastruktur jaringan transmisi *backbone*. Saat ini *coverage area* layanan seluler XL di Indonesia sudah terluas nomor 2, tetapi masih banyak keluhan dari pelanggannya mengenai kualitas sinyal yang masih lemah dan *blank spot* di beberapa kota. Sistem distribusi dan pemasaran produk XL harus ditingkatkan karena menjadi kelemahan utama yang harus diperbaiki oleh manajemen XL supaya *brand awareness* masyarakat terhadap produk XL juga semakin meningkat. di luar pulau Jawa.

Kata kunci: strategi bersaing, analisis SWOT dan faktor-faktor kunci sukses dalam bisnis telekomunikasi seluler.



## ABSTRACT

This research was conducted to analyze the competitive strategy of PT XL Axiata Tbk in the mobile telecommunications industry in Indonesia. This research background from the telecommunications penetration rate in Indonesia is still relatively low, making the business opportunities in the telecommunications sector has good prospects in the future, so that the telecommunications industry in Indonesia still has a chance to continue to grow in coming years. Competition mobile operators do not only occur within the limits of the tariff, but also the coverage area and services to customers. Tariff is become the main issue on the lower to middle layer, while the coverage is also a consideration. Current competition in the Indonesian mobile telecommunications industry has entered a new phase, not only phone and SMS services, but now it has entered the competition on data services.

This research was conducted at the Regional Sumatera PT XL Axiata Tbk. The analytical method used in this research is the strategic approach of SWOT and industry analysis using the five forces model. The instrument used is an analysis tool driving forces to analyze the intensity of competition in the mobile industry, tools SWOT analysis to analyze the external factors and internal influence in the competition in the telecommunications industry, tools of analysis Porter's five forces to analyze the environmental threats that XL may formulate strategies more effectively, Key success factors to analyze the factors that may be the key to success in facing the challenge to XL on mobile telecommunications industry.

Results of research has been conducted on competitive strategy XL in mobile telecommunications industry in Indonesia indicates that strategies adopted XL is right and effective enough to compete against rivals with the support of some internal forces such as management held a strong, attractive and competitive products, good ability to compete, good distribution channels and infrastructure backbone transmission network. Although the current coverage area XL in Indonesia has the largest number two, but still a lot of complaints from customers such as signal quality still weak and blank spot in some cities, this should be immediately improved to increase XL customer satisfaction and loyalty thus increasing subscriber growth and revenues also increased significantly. Distribution and marketing system XL should be improved, especially outside Java in order to improve product brand awareness.

**Keywords:** competitive strategy, SWOT analysis and key success factors in mobile telecommunication business