



Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persaingan industri telekomunikasi seluler di Indonesia. Adapun metode analisis yang digunakan adalah metode analisis data sekunder yang didapat dari berbagai sumber tentang industri telekomunikasi seluler dan wawancara kepada praktisi telekomunikasi seluler.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah: (1) Faktor pendorong dalam industri telekomunikasi seluler Indonesia adalah cepatnya perkembangan teknologi telekomunikasi GSM sehingga perkembangan tersebut menjadi daya tarik operator GSM untuk menciptakan layanan-layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam berkomunikasi bergerak. Sedangkan faktor penghambat peran pemerintah dalam mengatur persaingan usaha, dimana kebijakan pemerintah dalam mengatur persaingan usaha untuk menghindari praktik monopoli sangat baik namun *warning* atas kebijakan tersebut belum disampaikan secara dini kepada perusahaan atau PMA yang akan melakukan investasi di sektor telekomunikasi ; (2) Intensitas persaingan pada industri ini sangat tinggi di mana saat ini terdapat tiga pemain GSM terbesar, Telkomsel menempati urutan pertama dengan perolehan sebanyak 55%, diikuti Indosat 27,8%, dan PT Excelcomindo Pratama Tbk (XL) 16,2%. Untuk kategori CDMA, Telkom Flexy menempati urutan pertama, lalu Esia sebanyak 25%, Fren 22%, dan StarOne 4,5%. Persaingan yang terjadi pada persaingan tarif komunikasi sesama perusahaan baik yang berteknologikan GSM maupun CDMA. ; dan (3) Faktor-faktor kunci sukses dalam persaingan bisnis di industri telekomunikasi seluler Indonesia adalah: (a) Memiliki teknologi telekomunikasi yang handal dan didukung oleh vendor telekomunikasi terkemuka; (b) Mampu mengelola dan memproduksi dengan efisiensi biaya rendah sehingga mampu bersaing pada tarif yang hemat; (c) Mampu melakukan diferensiasi produk yang berbeda sehingga tidak hanya terbatas pada jasa *voice* dan SMS saja, namun dapat mengemas dalam bentuk layanan lainnya seperti mobile TV; dan (d) Mampu mencari ceruk pasar yang baru, karena pasar di wilayah kota-kota besar telah dipadati oleh 10 pemain lama; (4) Pilihan strategi yang paling sesuai untuk sukses dalam persaingan bisnis di industri telekomunikasi seluler Indonesia adalah: (a) Strategi Fokus, (b) Strategi Biaya and , (c) Strategi Diferensiasi,

*Kata kunci : Telekomunikasi Seluler, Persaingan, GSM, CDMA*



*This research analyzes the competition of Cellular Telecommunication Industry in Indonesia. The analysis method is used secondary data analysis method which was taken from many sources about Cellular Telecommunication Industry and had interview with a few cellular telecommunication practitioners.*

*This result of this research are (1) Promoting factor in cellular telecommunication industry in Indonesia is that the GSM telecommunication technology has been developing fast so the GSM operators interested in creating new services which appropriate to customer needs in mobile communication. While the obstructing factor is the government role in managing the industry competition to avoid the monopoly practice, however the warning for this policy has not been early announced to the company or Foreign Direct Investment (FDI) which will invest in telecommunication sector, (2) There is every high competition intensity in telecommunication industry where there are three big GSM player, the first is Telkomsel with 55%, Indosat 27,8% and PT Excelcomindo Pratama 16,2%. In CDMA, the first is Telkom Flexy, then Esia 25%, Fren 22% and Star One 4,5%, (3) The success key factors in competition of telecommunication industry in Indonesia are : (a) Having capable telecommunication technology and supported by famous telecommunication vendor; (b) Able to manage and to be productive with low cost so can compete in thrifty tariff; (c) Able to do product differentiation so it is not only in voice and SMS, but can have other service such as mobile TV; and (d) Able to search new market, because the market in big cities has been crowded with ten old players in this industry, and (4) The strategy selection that is the most suitable to success in business competition of cellular telecommunication in Indonesia are: (a) Focus strategy , (b) Cost strategy and (c) Differentiation Strategy.*

*Keywords : Cellular telecommunication, Competition, GSM, CDMA*