

ABSTRAKSI

Hadirnya vendor telekomunikasi pendatang baru yang mampu memberikan tingkat harga lebih rendah dan teknologi yang bersaing, menyebabkan persaingan antar vendor dalam industri ini semakin sengit. Sebagai salah satu pemain dalam industri ini, PT. Nokia Siemens Network harus mampu mempertahankan existensinya untuk dapat bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal PT. Nokia Siemens Network yang berpengaruh terhadap strategi bersaing perusahaan saat ini. Analisis eksternal menunjukkan bahwa intensitas persaingan antar vendor dalam industri ini cukup tinggi dengan kekuatan tawar menawar dari pemasok dan pembeli berada dalam kategori sedang ke tinggi. Adanya dukungan dari ACFTA (*Asean China Free Trade Agreement*) memperkecil *barrier to entry* dalam industri ini, dan pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan tingkat ancaman pendatang baru menjadi tinggi. Sedangkan Ancaman dari produk pengganti masih tergolong lemah. Analisis internal menunjukkan bahwa perusahaan memiliki infrastruktur, sumber daya, dan daya saing yang cukup kuat untuk dapat bersaing dalam industri ini.

Penelitian ini menggunakan metode analisis eksternal seperti *five forces porter*, *industry driving forces*, dan *industry key success factors*. Metode analisis tersebut membantu menganalisis seberapa menariknya industri ini, faktor-faktor pendorong bagi industri dan faktor-faktor kunci sukses dari industri ini. Analisis internal pun dilakukan menggunakan *value chain analysis* yang menunjukkan bagaimana perusahaan menjalankan aktivitas-aktivitasnya dan bagaimana aktivitas-aktivitas tersebut dapat mendukung *competitive advantage* perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Nokia Siemens Network harus fokus pada visi dan misinya yang berusaha agar mampu menyediakan kebutuhan dan keinginan dari operator seluler sebagai pelanggannya. Strategi yang tepat dilakukan adalah menciptakan solusi produk yang dapat meminimalisir *operational expenditure* dan *capital expenditure* bagi jaringan seluler yang dimiliki operator dan memberikan teknologi yang mampu memenuhi kebutuhan trend industri saat ini. PT. Nokia Siemens Network juga harus mampu memberikan solusi bisnis yang tepat dan pelayanan terkelola yang baik. Sehingga hal tersebut dapat membantu operator seluler untuk melakukan *extreme efficiency* dan mampu memberikan *individual experiences* bagi pelanggannya. Dengan demikian PT. Nokia Siemens Network telah dapat menciptakan *value* bagi pelanggannya.

Kata kunci: analisis eksternal, analisis internal, extreme efficiency, individual experiences.

ABSTRACT

The presence of new telecommunication vendor entrants which capable to give lower price level and competitive technology causing the vendor competition within industry increasingly fierce. As the player in this industry, PT. Nokia Siemens Network has to be able to defend its existence to compete. This research aims to perform analysis on external environment and internal of PT. Nokia Siemens Network that affect company's competitive strategies. External analysis shows that intensity of vendor competition in this industry is quite strong with bargaining power of suppliers and buyers are in medium to high category. The ACFTA's endorsement (*Asean China Free Trade Agreement*), decrease barrier to entry in this industry, and the emerging of technology development causing level of threat of new entrances become high. Whereas, threat of substitute product still relatively weak. The internal analysis shows that the company has infrastructures, resources, and strong competitiveness power to compete in this industry.

This research using external analysis method such as five forces porter model, industry driving forces, and industry key success factors within this industry. Those analysis method help to analyze how interested this industry is, the driving forces factors for industry, and the key success factors of the industry. Internal analysis is also conducted by using value chain analysis that shows how the company run its activities and how its activities can endorse company's competitive advantages.

Results of this research conveys that PT. Nokia Siemens Network has to be focused on its vision and mission which strive to be able to provide necessity and eagerness of CSP (customer service provider) as their customer. The appropriate strategy is to invent product solutions which are able to minimize operational expenditure and capital expenditure for CSP networks and to provide technologies which capable to fulfill the necessity of industrial trend nowadays. PT. Nokia Siemens Network also has to be able to present appropriate business solutions and good managed services. Therefore, those methods can help CSP to conduct extreme efficiency and capable to deliver individual experiences for their customers. Thus, PT. Nokia Siemens Network has invented value for the customer.

Keywords: external analysis, internal analysis, extreme efficiency, individual experiences