

ABSTRAK

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI ALIH DAYA PADA DIREKTORAT PEMASARAN PT INDOSAT TBK

Michelle Puguh Suhadi

17/417484/PEK/23047

Pangsa pasar industri telekomunikasi Indonesia mengalami penurunan akibat adanya regulasi registrasi pelanggan jasa telekomunikasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Dalam usahanya untuk bertahan di tengah persaingan, PT Indosat Tbk melakukan inisiatif untuk efisiensi biaya operasional melalui kerja sama alih daya atau *outsourcing*. Fokus perusahaan untuk menjaga kompetensi inti, melakukan penghematan *cost savings* atau keinginan untuk mendapatkan akses terhadap teknologi dan spesialisasi keahlian dari partner eksternal menjadi alasan mengapa perusahaan melakukan *outsourcing*. Pada kenyataannya, *outsourcing* merupakan strategi yang sulit untuk diimplementasikan dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan *outsourcing* pada setiap tahapan di dalamnya.

Penelitian ini bersifat studi kasus dengan tujuan untuk menganalisis keseluruhan tahapan dalam implementasi strategi *outsourcing* di Direktorat Pemasaran PT Indosat Tbk. Terdapat 2 (dua) aktivitas yang diteliti, yaitu implementasi strategi *outsourcing* yang sedang berjalan dengan partner lama dan juga proses transisi dari partner *outsourcing* yang lama ke partner baru. Dengan pengambilan data primer melalui wawancara yang mendalam kepada narasumber internal dan eksternal, penulis menyajikan pembahasan untuk menggambarkan keseluruhan tahapan pengelolaan kerja sama *outsourcing* di Direktorat Pemasaran PT Indosat Tbk.

Hasil dari penelitian ini mengungkap beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kegagalan implementasi strategi *outsourcing* dan juga menunjukkan potensi keberhasilan penggantian partner *outsourcing* di Direktorat Pemasaran PT Indosat Tbk. Indikasi keberhasilan terlihat dari adanya perbaikan pada faktor-faktor penyebab kegagalan implementasi strategi *outsourcing* sebelumnya dalam kerja sama dengan partner yang baru. Selain itu, terdapat pula paparan mengenai fokus area yang harus diperhatikan oleh PT Indosat Tbk untuk mendukung keberhasilan implementasi strategi *outsourcing* ini.

Kata Kunci: Telekomunikasi, Strategi, Strategi *Outsourcing*, Strategi Alih Daya, Strategi Operasional, Manajemen, Review, Kerja Sama, *Partnership*, *Marketing*, Pemasaran

ABSTRACT

ANALYSIS OF OUTSOURCING STRATEGY IMPLEMENTATION IN MARKETING DIRECTORATE PT INDOSAT TBK

Michelle Puguh Suhadi

17/417481/PEK/23047

The Indonesian telecommunications industry's market share has decreased due to the regulation of customer registration on telecommunications services issued by The Ministry of Communications and Information Technology (MoCIT). In its effort to survive in the midst of competition, PT Indosat Tbk has taken initiatives to improve operational cost efficiency through outsourcing cooperation. The company's focus on maintaining core competencies, cost savings or the desire to gain access to technology and specialization expertise from external partners is the reason why companies outsource. In fact, outsourcing is a difficult strategy to implement because there are many factors that influence the success and failure of outsourcing at every stage in it.

This research is a case study with the aim to analyze the overall stages of the implementation of outsourcing strategies in the Marketing Directorate of PT Indosat Tbk. There are 2 (two) activities under this study, namely the implementation of an ongoing outsourcing strategy with an existing partner and also the transition process from an existing outsourcing partner to the new partner. By collecting primary data through in-depth interviews with internal and external respondents, the author presents the illustration of the overall outsourcing cooperation life-cycle management in the Marketing Directorate of PT Indosat Tbk.

The results of this study revealed several factors that led to the failure of the implementation of the outsourcing strategy and also showed the potential success of outsourcing partner replacement at the Marketing Directorate of PT Indosat Tbk. An indication of success can be seen from the improvement in the factors that caused the failure of previous outsourcing strategy implementation already factored and considered in the arrangement with new partners. In addition, there is also a finding on the focus areas that must be considered further by PT Indosat Tbk to support the successful implementation of this outsourcing strategy.

Keywords: *Telecommunication, Strategy, Outsourcing, Outsourcing Strategy, Operation, Operational Strategy, Management, Review, Partnership, Marketing*