

INTISARI

Dengan jumlah pelanggan di Indonesia yang mencapai 271 juta, industri telekomunikasi seluler merupakan industri di bidang telekomunikasi yang paling berkembang. Industri telekomunikasi seluler dibagi menjadi 2 bagian, yaitu data dan non data. Data sendiri dibagi menjadi 3 bagian, yaitu *mobile broadband*, *GPRS* dan *Blackberry*. Sedangkan non data dibagi menjadi 2 bagian, yaitu *voice* dan *text/sms*. Komposisi bisnis data dan non data di tahun 2013 adalah 27% berbanding 73% (Spire, 2013), dimana kontribusi data terus bertumbuh seiring dengan kebutuhan konsumen akan internet ke depannya (*future market*). Sementara *mobile broadband* sendiri mempunyai kontribusi 50% terhadap market data secara keseluruhan, yang menunjukkan arti penting industri ini.

PT Hutchison 3 Indonesia (H3I) adalah perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang berkembang pesat dan terus melakukan ekspansi ke seluruh wilayah negeri untuk menghadirkan pengalaman berinternet kelas dunia bagi Indonesia. Sejalan dengan visi bisnisnya untuk menjadi “*The Best Data Provider*” di Indonesia, saat ini H3I menjadi pemain terbesar kedua di pasar mobile broadband.

Berdasarkan beberapa data bisnis yang didapat langsung dari internal H3I, diperoleh gambaran bahwa ada peluang untuk mengembangkan bisnis lebih baik lagi ke depannya dengan melakukan evaluasi dan menyempurnakan strategi yang sudah dijalankan selama ini yaitu strategi “*partnership and commission*”.

Evaluasi strategi H3I dianalisa dengan menggunakan metode *market attractiveness* dan *business strength matrix* untuk menggambarkan posisi perusahaan saat ini (dalam *growth orientation matrix*), kemudian dilengkapi dengan melakukan analisa SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi H3I dalam menghadapi persaingan pasar. Dari analisa ini didapatkan bahwa penerapan strategi “*partnership and commission*” merupakan strategi jitu yang membuat H3I sukses menjadi pemain terbesar kedua di pasar *mobile broadband* dengan pertumbuhan bisnis tertinggi dibandingkan dengan pesaing lainnya. Untuk menyempurnakan dan melengkapi strategi jitu ini, H3I harus melakukan beberapa hal seperti; meningkatkan distribusi terutama di *area rural* (*second/third cities*), memperbaiki struktur organisasi agar jalur komunikasi lebih efektif, mengembangkan bisnis ritel dan melakukan ekspansi ke *channel* lain yang potensial yaitu *modern channel*.

Kata Kunci : *Partnership and Commission*, Evaluasi Strategi

ABSTRACT

With number of subscribers reached 271 million in Indonesia, mobile telecommunications has become the most growing industry in telecommunication. Mobile telecommunication industry divided into 2 parts; data and non data. Data consists of 3 sections; mobile broadband, GPRS and Blackberry. While non data consists of 2 sections; voice and text/sms. Business composition between data and non data in 2013 was 27% versus 73% (Spire, 2013), with data contribution continues to grow inline with consumer needs on internet (future market). Mobile broadband alone contributes 50% to the overall data, which shows the importance of this industry.

PT Hutchison 3 Indonesia (H3I) is a provider of telecommunications services which growing rapidly and continues to expand the business/network to the rest of the country to deliver world-class surfing experience for Indonesia. In line with its business vision to become "The Best Data Provider" in Indonesia, currently H3I become the second largest player in the mobile broadband market.

Based on some business data obtained directly from the internal H3I, we can see that there is an opportunity to develop a better business in the future by evaluating and refining the strategy that has been implemented so far which is the strategy of "partnership and commission".

Evaluation strategy of H3I analyzed using market attractiveness and business strength matrix to describe the company's current position (in growth orientation matrix) , then fitted with a SWOT analysis to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats for H3I in the face of market competition. From this analysis was found that the implementation of the strategy "partnership and commission" is a proven strategies that make H3I become the second largest player in the mobile broadband market with the highest growth compared to competitors. To enrich and complement these proven strategies, H3I must do several things such as; improve the distribution especially in rural areas (second/third cities), improving the structure of organization so lines of communication more effective, developing retail business and expanding into other potential channels (like the modern channel).

Keywords : Partnership and Commission, Evaluation of Strategy