

Intisari

Indosat Ooredoo adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang sedang berupaya menjadi operator telekomunikasi digital yang terkemuka. Beberapa faktor yang mendorong perkembangan industri telekomunikasi Indonesia saat ini adalah tingginya tingkat persaingan antar perusahaan dalam industri, bergesernya cara pandang para pelaku bisnis di industri ini dalam berkompetisi, dan pesatnya perkembangan teknologi yang mengubah cara masyarakat berkomunikasi (mengarah ke era *data centric*). Ketatnya persaingan industri telekomunikasi selular berdampak pada turunnya pendapatan dari *Voice* dan SMS, dan menurunnya EBITDA margin Indosat Ooredoo dari tahun 2008 hingga saat ini.

Dari aspek teknologi, antusiasme masyarakat Indonesia terkait peluncuran teknologi 4G/LTE oleh beberapa operator di tahun 2014, menunjukkan minat yang besar masyarakat akan kecepatan dan *bandwidth* yang tinggi dalam mengakses internet dan layanan digital. Dengan adanya peluang pertumbuhan permintaan *mobile broadband data*, meningkatkan pendapatan produk 4G/LTE, menjadi lebih kritis bagi Indosat Ooredoo seiring dengan mandegnya pendapatan dari layanan *voice* dan SMS.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tekanan persaingan terhadap Indosat Ooredoo untuk produk 4G/LTE (*mobile broadband*) di era *data-centric* dan mengidentifikasi pilihan strategi bisnis Indosat Ooredoo terkait produk 4G/LTE agar dapat tetap bertahan dan menjadi perusahaan telekomunikasi digital terkemuka di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan tekanan persaingan terhadap produk 4G/LTE Indosat adalah kuat terutama tekanan yang bersumber pada pesaing utama dan kekuatan tawar menawar pembeli. Pilihan strategi generik yang sesuai bagi Indosat adalah pengembangan produk 4G/LTE yang bervariasi, disesuaikan dengan target pasar. Strategi *low cost* dapat diterapkan untuk pelanggan yang lebih memilih operator yang menjual produk dengan tarif termurah. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki Indosat: kekuatan merek, basis pelanggan yang atraktif, produk yang dikenal bervariasi, serta teknologi superior, yang dapat meningkatkan efektifitas, strategi *best cost provider* untuk pelanggan yang mengutamakan kestabilan dan kecepatan akses dengan harga yang kompetitif dapat menjadi pilihan bagi Indosat. Strategi *focused differentiated* dapat diterapkan untuk segmen pasar perusahaan atau pelanggan yang memiliki minat tertentu terhadap layanan on top of 4G/LTE.

Kata kunci: analisis *five forces model of competition*, analisis bersaing, analisis SWOT, analisis *five generic competitive strategies*, analisis strategi generik Porter, *mobile broadband data*, 4G/LTE.

Abstract

Indosat Ooredoo is one of the largest telecommunication company in Indonesia which are trying to become a leading digital company. Some factors that encourage telecommunication industry growth in Indonesia today are the high competition level between companies in the industry, the changes of business people viewpoint on competing in this industry, and rapid technology growth that is changing the way people interact. Strong competition in the mobile telecommunication industry has led to a decrease of Indosat voice and SMS revenues. Indosat's EBITDA margin is also declining since 2008. From technology aspect, high enthusiasm is shown by people when 4G/LTE was launched by operators in 2014. There is an accelerating technology shift to mobile broadband networks across the world including in Indonesia. With the opportunity of mobile broadband data demand growth, increasing product 4G/LTE revenue becomes more critical for Indosat Ooredoo along with stagnation (stagnation) revenues from voice and SMS services.

This study is aimed to analyze the competitive forces on product 4G/LTE Indosat Ooredoo in the era of data-centric and to identify Indosat Ooredoo selection's business strategy related products of 4G/LTE in order to survive and become a leading digital telecommunications company in Indonesia.

The result shows competitive forces on 4G/LTE Indosat product is strong mainly on the forces that sourced from rival sellers and bargaining power of customer. An appropriate generic strategy for Indosat is development of varied 4G/LTE products in accordance with the target market. Low cost strategies can be applied for customers who prefer operator that sell products at the cheapest rates. By leveraging the strength of Indosat Ooredoo, such as: strong brand image, attractive customer base, well-known with varied products, as well as superior technology which can enhance effectiveness, best cost provider strategy for customers who favor stability and access speed at competitive prices can be a choice for Indosat. Focused differentiation strategy can be applied to the enterprise market segments or customers who have a particular interest to the service on top of the 4G/LTE.

Keywords: five forces models of competition, competitive analysis, SWOT analysis, five generic competitive strategies, generic strategy Porter, mobile broadband data, 4G/LTE