

INTI SARI

ANALISIS STRATEGI BERSAING UNTUK MENINGKATKAN POSISI KOMPETITIF NEUCENTRIX DALAM BISNIS PUSAT DATA DI INDONESIA

Farid Azianto

Kondisi peluang bisnis industri pusat data di Indonesia yang besar belum mampu dimanfaatkan NeuCentrIX milik Telkom untuk menguasai pasar. Hal tersebut dapat terlihat dari pangsa pasar NeuCentrIX yang hanya sebesar 5% dibandingkan pemimpin pasar pusat data DCI yang mampu meraih pasar sebesar 31%. Selain itu, pemain pusat data eksisiting yang mengembangkan infrastrukturnya dan masuknya beberapa pemain pusat data baru menjadi tantangan bagi Telkom untuk meningkatkan pangsa pasar NeuCentrIX. Oleh karena itu, diperlukan strategi bersaing alternatif yang dapat diterapkan NeuCentrIX untuk meningkatkan posisi kompetitifnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi alternatif strategi bersaing yang dapat dilakukan NeuCentrIX untuk dapat meningkatkan posisi kompetitifnya dalam bisnis pusat data di Indonesia.

Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dan observasi dilakukan untuk mendapatkan data primer, sedangkan dokumentasi untuk mendapatkan data sekunder. Pengolahan data dimulai dengan melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk mendapatkan faktor-faktor berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi NeuCentrIX. Berdasarkan hasil analisis, ditentukan tiga strategi alternatif yang diprioritaskan karena karakteristiknya sesuai dengan konsep strategi ofensif yaitu: (1) Memperluas target segmen pelanggan yang disasar, (2) Memperkaya fitur layanan yang ditawarkan, dan (3) Percepatan pembangunan NeuCentrIX hyperscale. Ketiga strategi alternatif tersebut dicari kesesuaiannya dengan konsep strategi bersaing generik Porter dan termasuk strategi diferensiasi. Strategi alternatif yang usulkan diharapkan dapat meningkatkan keunikan yang dimiliki NeuCentrIX sehingga mampu meningkatkan daya tariknya bagi pelanggan.

Kata Kunci: Pusat Data, Faktor Eksternal, Faktor Internal, Strategi Alternatif, Strategi Bersaing

ABSTRACT

COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS TO IMPROVE NEUCENTRIX'S COMPETITIVE POSITION IN INDONESIA'S DATA CENTER BUSINESS

Farid Azianto

Data center holds a large business opportunity in Indonesia but has not been able to be utilized by Telkom's NeuCentrIX to dominate the market. This can be seen from NeucentrIX's market share of 5% compared to DCI as market leader which is able to reach the market by 31%. In addition, existing data center players who develop their infrastructure and the entry of several new data center players become a challenge for Telkom to increase NeuCentrIX's market share. Therefore, an alternative competing strategy is needed to improve NeuCentrIX competitive position. The purpose of this study is to identify alternative competing strategies that NeuCentrIX can do to improve its competitive position in Indonesia's data center.

Data is gathered through interviews, observations and documentation. Interviews and observations are conducted to obtain primary data, while documentation to obtain secondary data. Data processing begins by conducting external and internal environmental analysis to obtain factors in the form of strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by NeuCentrIX. Based on the results of the analysis, three alternative strategies are prioritized because their characteristics are in accordance with the concept of offensive strategies, which are: (1) Expanding targeted customer segments, (2) Enriching service features offered, and (3) Acceleration of NeuCentrIX hyperscale development. All three alternative strategies are determined aligned with differentiation strategies by Porter's generic competitive strategy. The proposed alternative strategy is expected to improve the uniqueness of NeuCentrIX so as to increase its appeal to customers.

Keywords: Data Center, External Factors, Internal Factors, Alternative Strategies, Competitive Strategies