

ANALISA POTENSI KEUNGGULAN KOMPETITIF RE-FARMING FREKUENSI 900 MHz (Studi Kasus PT.INDOSAT)

Dwi Cahyanto¹

*⁽¹⁾Program Studi Teknik Elektro, Univeristas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin
E-mail: antodc8@gmail.com*

ABSTRAK

Sekarang ini merupakan Era Data dan semakin meninggalkan era terdahulu yaitu Era Suara, operator telekomunikasi berlomba-lomba untuk merebut pangsa pasar khususnya Layanan Data. Masyarakat pada umumnya banyak menggunakan layanan data facebook, twitter, streaming maupun video call. Dengan kebutuhan layanan data ini diperlukan suatu inovasi agar semua kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Keterbatasan frekuensi yang ada menjadi hambatan semua operator untuk meningkatkan jumlah pelanggannya maupun meningkatkan layanan jaringan. Disisi lain penggunaan frekuensi 900MHz sudah mulai ditinggalkan oleh pelanggannya, dikarenakan layanannya sudah tidak diminati oleh pengguna seluler yang cenderung beralih kelayanan data. Dari permasalahan tersebut maka solusinya yaitu dilakukan re-farming frekuensi yang sudah mulai ditinggalkan oleh pelanggannya yaitu frekuensi 900MHz. Dengan menggunakan analisis Porter 5 Forces ternyata didapatkan bahwa Indosat memiliki potensi keunggulan kompetitif yang tinggi pasca re-farming frekuensi. Hasil analisis ini selanjutnya dapat digunakan oleh Indosat dalam penyusunan strategi bersaing sehingga Indosat dapat merebut pasar pada layanan data.

Kata Kunci: Re-Farming, Frekuensi, 900MHz

PENDAHULUAN

Persaingan antar operator untuk membidik pelanggan sangat ketat pada tahun 2012 persentase pelanggan Indosat menduduki peringkat kedua sebesar 21,7 % dibawah Telkomsel 45,5% dan mengungguli XL dengan jumlah pelanggan 18,9%.

Peningkatan jumlah pelanggan Indosat juga terlihat dengan terus bertambahnya jumlah pelanggan indosat setiap tahun. Dari data perusahaan terlihat pertambahan jumlah pelanggan sebagai berikut:

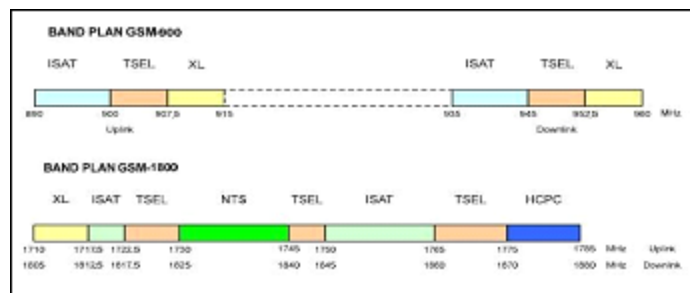


Gambar 1 Pangsa Pasar Pelanggan di Indonesia



Gambar 2 Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Indosat Q1

Keterbatasan frekuensi yang ada menjadi hambatan semua operator untuk meningkatkan jumlah pelanggannya maupun meningkatkan layanan jaringan. Berikut Alokasi Frekuensi di Indonesia:



Gambar 3 Alokasi Frekuensi di Indonesia

IDENTIFIKASI MASALAH

Beberapa permasalahan yang timbul mendasari pembahasan kajian ini adalah sebagai berikut:

- Keterbatasan Frekuensi untuk second carrier dan pertumbuhan pelanggan menyebabkan diperlukannya Re-Farming menggunakan Frekuensi yang ada.
- Persaingan antar Operator untuk meningkatkan jumlah pelanggan 3G semakin tinggi sehingga dibutuhkan alternatif atau solusi pengembangan jaringan 3G

- c. Teknologi 2G GSM sudah tidak berkembang lagi dan semakin ditinggalkan sehingga diperlukan solusi pemanfaatan resource yang ada.

Dengan identifikasi masalah diatas maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana Potensi Kompetitif INDOSAT sebelum dan sesudah Re-Farming?
- b. Bagaimana posisi Indosat saat ini tanpa Re-Farming di compare dengan pesaingnya?
- c. Bagaimana keunggulan Re-Farming?

METODE PENELITIAN

Pada kajian ini akan digunakan PORTER 5 *FORCES*. Porter 5 *Forces* adalah *tool* yang digunakan untuk menganalisis bagaimana lingkungan yang kompetitif akan berpengaruh terhadap pemasaran suatu produk. *Tool* ini sederhana tapi sangat *powerfull* untuk mengerti situasi dari bisnis yang sedang dijalankan. Selain itu juga membantu dalam mengetahui keunggulan posisi kompetisi saat ini dan yang akan dihadapi kemudian. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kekuatan, mengantisipasi kelemahan dan akan menghindari perusahaan dalam pengambilan keputusan yang salah. Secara konvensional *tool* ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu produk baru, layanan atau suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan. Tetapi selain itu akan sangat membantu untuk mengerti keseimbangan kekuatan yang berpengaruh dalam situasi bisnis yang sedang dihadapi.

Dalam buku Michael E Porter yang berjudul "COMPETITIVE STRATEGY" disebutkan ada lima kekuatan bersaing seperti dapat ditunjukkan pada gambar 5.1 yaitu:



Gambar 4 Analisa Porter 5 Forces

Langkah-langkah:

- a. pendefinisian peran
- b. Identifikasi & analisis terhadap indikator dari tiap variabel komponen Porter 5 Forces
- c. Pembobotan

Asumsi:

a. Kesesuaian indikator:

0 : jika tidak sesuai dengan kondisi indikator

1 : jika sesuai dengan kondisi indikator

b. Pembobotan tekanan

Prosentase dari angka 1 terhadap keseluruhan menyatakan nilai kuantitatif dari tekanan yang ada pada suatu sumber tekanan.

- Low : 0 - 50,00%

- High : 50,01% - 100%

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tekanan kompetitif industri telekomunikasi nirkabel di Indonesia

1.1. Kekuatan penawaran pembeli

Pada Kekuatan Penawaran Pembeli didefinisikan beberapa variabel dan beberapa indikator memiliki Tekanan High, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Pembeli terpusat	Pembeli dilakukan oleh kelompok pembeli terpusat	0
Kapasitas pembelian	Pembelian produk merupakan pengeluaran yang besar dari pembeli	0
Diferensiasi produk	Produk yang dibeli dari industri adalah produk standar / tidak terdiferensiasi	1
Switching cost	Switching cost rendah	1
Informasi tentang produk	Pembeli memiliki informasi yang lengkap tentang produk yang akan dibeli	1
Prosentase		60% HIGH

1.2. Ancaman pendatang baru

Pada ancaman pendatang baru didefinisikan beberapa variabel dan beberapa indikator memiliki Tekanan High, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Loyalitas pelanggan	Pelanggan tidak loyal terhadap produk yang ada	1
Diferensiasi produk	Perusahaan tidak memiliki diferensiasi produk	1

Switching cost	Switching cost yang rendah	0
Akses ke saluran distribusi	Mudah mendapatkan pemasok	1
	Mudah mendapatkan jalur distribusi ke pelanggan	1
Kebijakan pemerintah	Pemerintah mendukung masuknya operator baru	1
	Tidak membatasi penggunaan spektrum frekuensi	0
	Tidak membatasi penggunaan blok penomoran	0
Prosentase		62,50% HIGH

1.3. Kekuatan penawaran pemasok

Pada Kekuatan Penawaran Pemasok didefinisikan beberapa variabel dan beberapa indikator memiliki Tekanan Low, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Dominasi pemasok	Pemasok didominasi oleh beberapa perusahaan dan terpusat	0
Produk pengganti Pasar pemasok	Tidak terdapat produk pengganti pemasok	0
	Industri bukan sata-satunya pasar bagi pemasok	1
Produk pemasok	Industri bukan merupakan pasar potensial	0
Integrasi maju	Produk pemasok sangat penting bagi Operator	1
Kebijakan pemerintah	Pemasok melakukan integrasi maju	0
	Pemerintah mendukung masuknya pemasok	1 0
	Pemerintah mendukung berkembangnya pemasok	
Prosentase		37,50% LOW

1.4. Ancaman produk pengganti

Pada Ancaman Produk Pengganti didefinisikan beberapa variabel dan beberapa indikator memiliki Tekanan Low, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Produk pengganti	Adanya produk dan jasa pengganti	1
Layanan produk pengganti	Layanan tambahan produk pengganti yang lengkap	0
Produk pengganti mudah didapatkan	Produk pengganti mudah didapatkan di pasaran	0
Harga produk	Produk pengganti memiliki harga yang lebih murah	1
Switching cost	Switching cost yang rendah	0
Loyalitas pelanggan	Pelanggan tidak loyal terhadap produk	1
Prosentase		50% LOW

1.5. Persaingan antar operator

Pada Persaingan Antar Operator didefinisikan beberapa variabel dan beberapa indikator memiliki Tekanan High, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Jumlah pesaing	Jumlah pesaing yang seimbang	1
	Pesaing yang beragam	1
Pertumbuhan industri	Pertumbuhan industri yang lamban	0
Diferensiasi produk	Kurangnya diferensiasi produk	1
Biaya tetap	Adanya biaya tetap yang tinggi	1
Prosentase		80% HIGH

Hasil analisis potensi keunggulan industri telekomunikasi nirkabel di Indonesia saat ini seperti dibawah ini:

Kekuatan penawaran pembeli	HIGH
Ancaman pendatang baru	HIGH
Kekuatan penawaran pemasok	LOW
Ancaman produk pengganti	LOW

Persaingan yang kuat antar Operator	HIGH
Tekanan kompetitif industri telekomunikasi nirkabel di Indonesia	HIGH

Tekanan kompetitif ini terbentuk karena tingginya ancaman pendatang baru, kekuatan penawaran pembeli, dan persaingan yang kuat antar Operator. Tekanan kompetitif yang tinggi berarti rendahnya potensi keuntungan kompetitif industri telekomunikasi nirkabel Indonesia.

2. Tekanan kompetitif indosat pasca re-farming frekuensi 900 MHz

2.1. Kekuatan penawaran pembeli

Pada Kekuatan Penawaran Pembeli memiliki Tekanan Low setelah Re-Farming, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Pembeli terpusat	Pembelian dilakukan oleh kelompok pembeli terpusat	0
Kapasitas pembelian	Pembelian produk merupakan pengeluaran yang besar dari pembeli	0
Diferensiasi produk	Produk yang dibeli dari industri adalah produk standar / tidak terdiferensiasi	1
Switching cost	Switching cost yang rendah	1
Informasi tentang produk	Pembeli memiliki informasi yang lengkap tentang produk yang akan dibeli	1
Prosentase		40% LOW

2.2. Ancaman pendatang baru

Pada ancaman pendatang baru memiliki Tekanan Low setelah Re-Farming, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Loyalitas pelanggan	Pelanggan tidak loyal terhadap produk yang ada	1
Diferensiasi produk	Perusahaan tidak memiliki diferensiasi produk	0
Switching cost	Switching cost yang rendah	0

Akses ke saluran distribusi	Mudah mendapatkan pemasok	1
	Mudah mendapatkan jalur distribusi kepelanggan	1
Kebijakan pemerintah	Pemerintah mendukung masuknya MNO baru	1
	Tidak membatasi penggunaan spektrum frekuensi	0
	Tidak membatasi penggunaan blok penomoran	0
Prosentase		50%
		LOW

2.3. Kekuatan penawaran pemasok

Pada Kekuatan Penawaran Pemasok memiliki Tekanan Low setelah Re-Farming, sebagai Berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Dominasi pemasok	Pemasok didominasi oleh beberapa perusahaan dan terpusat	0
Produk pengganti	Tidak terdapat produk pengganti pemasok	0
Pasar pemasok	Industri bukan sata-satunya pasar bagi pemasok	1
Produk pemasok	Industri bukan merupakan pasar potensial	0
		1
Integrasi maju	Produk pemasok sangat penting bagi Operator	0
Kebijakan pemerintah	Pemasok melakukan integrasi maju	1
	Pemerintah mendukung masuknya pemasok	0
	Pemerintah mendukung berkembangnya pemasok	
Prosentase		37,50%
		LOW

2.4. Ancaman produk pengganti

Pada Ancaman Produk Pengganti memiliki Tekanan Low setelah Re-Farming, sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Produk pengganti	Adanya produk dan jasa pengganti	1
Layanan produk pengganti	Layanan tambahan produk pengganti yang lengkap	0
Produk pengganti mudah didapatkan	Produk pengganti mudah didapatkan di pasaran	1
Harga produk	Produk pengganti memiliki harga yang lebih murah	0
Switching cost	Switching cost yang rendah	1
Loyalitas pelanggan	Pelanggan tidak loyal terhadap produk	
Prosentase		50% LOW

2.5. Persaingan antar operator

Pada Persaingan Antar Operator memiliki Tekanan High setelah Re-Farming, sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Nilai
Jumlah pesaing	Jumlah pesaing yang seimbang	1
Pertumbuhan industri	Pesaing yang beragam	1
	Pertumbuhan industri yang lamban	0
Diferensiasi produk	Kurangnya diferensiasi produk	1
Biaya tetap	Adanya biaya tetap yang tinggi	1
Prosentase		80% HIGH

Hasil analisis potensi keunggulan Indosat setelah re-farming frekuensi 900 MHz seperti dibawah ini:

Ancaman pendatang baru	LOW
Kekuatan penawaran pembeli	LOW
Ancaman produk pengganti	LOW
Kekuatan penawaran pemasok	LOW
Persaingan yang kuat antar Operator	HIGH
Tekanan Kompetitif industri terhadap 3G Indosat	LOW

Dari hasil tekanan kompetitif industri terhadap Indosat sangat rendah. Dengan adanya tekanan kompetitif industri yang rendah berarti Indosat memiliki potensi keunggulan kompetitif yang tinggi pasca migrasi frekuensi.

KESIMPULAN

Dari analisis yang dilakukan terhadap potensi keunggulan Indosat pasca Re-Farming menggunakan Porter 5 *Forces* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Cakupan area untuk frekuensi 900 MHz lebih baik dibandingkan frekuensi 2100 MHz dilihat dari semakin luasnya *coverage* layanan 3G menggunakan frekuensi 900 MHz.
- b. Dengan *re-farming* frekuensi 900 MHz sebagai jaringan 3G akan menambah jumlah kapasitas layanan 3G dari yang semula hanya mengandalkan frekuensi 2100 MHz saja, namun sekarang ditambah dengan frekuensi 900 MHz yang mempunyai *coverage* yang besar.
- c. 3G Indosat memiliki potensi keunggulan kompetitif yang tinggi pasca *re-farming* frekuensi 900 MHz dengan perbaikan tekanan pada ancaman pendatang baru dan kekuatan penawaran pembeli.
- d. Analisis potensi keunggulan kompetitif 3G Indosat dapat digunakan untuk merumuskan strategi bersaing dalam memenangkan kompetisi industri pasca *refarming* frekuensi 900 MHz.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernando Poente, Victor. (2009). Implementation Aspects of UMTS 900 MHz / 2100 MHz for High Altitude Platforms. Master Of Science Thesis. Tampere University of Technology
- Calandro, Enrico. (2011). Refarming Frequencies in Rural Areas : A Regulatory Perspective. Research ICT Africa. University of Cape Town.
- Kiansantang, Dwi. (2008). Optimalisasi Network Telkom Flexi Pasca Migrasi Frekuensi. Tesis Magister Teknik Elektro. Universitas Indonesia.
- Lestari, Dian. (2007). Analisis Kompetensi Keunggulan Kompetitif Telkom Flexi Pasca Migrasi Frekuensi. Tesis Magister Teknik Elektro. Universitas Indonesia.
- Marcel Van Assen, Gerben Van Den Berg, & Paul Pietersma (2009). Key Management Models, pp. 14-19. Edinburgh : Pearson Education Limited.
- Michael E. Porter. (1998). Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors [Reprinted with the permission of The Free Press] a Division of Simon & Schuster Adult Publishing Group.

Widyasanti, Dina. (2008). Analisis Optimasi Hasil Implementasi "Global Frequency Planning" Pada jaringan GSM Pasca Migrasi Frekuensi CDMA StarOne (Study kasus PT.Indosat). Tesis Magister Teknik Elektro. Universitas Indonesia.

_____. (2011). Laporan Tahunan Indosat. <http://www.indosat.co.id>

_____. (2012). Paparan Publik Tahunan. <http://www.indosat.co.id>

