



Program Pascasarjana Magister Manajemen

Jl. Raya Puspittek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota
Tangerang Selatan, Banten 15310,
Email : humanismanajemen@gmail.com

Website. : <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Special Issue :
Webinar Nasional
HUMANIS 2025

ANALISIS PERUSAHAAN TELKOMSEL DI ERA DIGITALISASI GLOBAL DAN PERSAINGAN INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA

Surya Budiman¹⁾, Cepi Saepulah²⁾, Deni Supriyadi³⁾, Fajar Abdurrachman⁴⁾, Fatikhah Desi Yanti⁵⁾, Juliani⁶⁾, Ilham Samsu Prawira⁷⁾

Magister Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia

dosen00464@unpam.ac.id¹⁾, cepi@saepulah.com²⁾,
deni.supriyadi85@yahoo.com³⁾, Fajarabdurrachman@gmail.com⁴⁾, fatikhahdesi15@gmail.com⁵⁾,
julianihamdi172003@gmail.com⁶⁾, IlhamSamsuPrawira@gmail.com⁷⁾

Abstrak. Penelitian ini menganalisis posisi strategis dan kinerja PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) di tengah gelombang digitalisasi global dan intensitas persaingan industri telekomunikasi di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis sekunder, makalah ini menguraikan adaptasi Telkomsel terhadap pergeseran preferensi konsumen ke layanan digital, persaingan harga yang ketat dari operator sejenis, serta implikasi teknologi 5G dan Internet of Things (IoT). Analisis SWOT yang komprehensif disajikan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkomsel mempertahankan dominasinya melalui keunggulan infrastruktur, diversifikasi layanan digital, dan strategi pemasaran yang adaptif. Namun, tantangan seperti perang harga, regulasi yang dinamis, dan kecepatan inovasi teknologi memerlukan respons strategis yang berkelanjutan. Prosiding ini diharapkan dapat memberikan wawasan kritis bagi akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan dalam memahami dinamika pasar telekomunikasi modern.

Kata Kunci: Telkomsel, Digitalisasi Global, Industri Telekomunikasi, Persaingan, Analisis SWOT, Strategi Perusahaan.

ABSTRACT. This study analyzes the strategic position and performance of PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) amidst the wave of global digitalization and the intensity of competition in the telecommunications industry in Indonesia. Using case studies and secondary approaches, this paper describes Telkomsel's condition related to the shift in consumer preferences to digital services, intense price competition from various operators, and the implementation of 5G and Internet of Things (IoT) technologies. A comprehensive SWOT analysis is presented to identify relevant strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results show that Telkomsel maintains its dominance through infrastructure excellence, digital service diversification, and adaptive marketing strategies. However, challenges such as price wars, dynamic regulations, and the speed of technological innovation require a sustainable response strategy. This proceeding is expected to provide critical insights for academics, practitioners, and stakeholders in understanding the dynamics of the modern telecommunications



market.

Keywords: Telkomsel, Global Digitalization, Telecommunication Industry, Competition, SWOT Analysis, Corporate Strategy.

PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis di seluruh dunia, termasuk industri telekomunikasi. Di Indonesia, transformasi ini sangat terasa dengan peningkatan signifikan penetrasi *smartphone* dan penggunaan data internet. Pergeseran perilaku konsumen dari layanan suara dan SMS tradisional ke layanan data dan digital *over-the-top* (OTT) seperti *streaming*, *e-commerce*, dan media sosial, memaksa operator telekomunikasi untuk beradaptasi secara fundamental.

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) sebagai pemain dominan di pasar Indonesia, menghadapi tantangan ganda: menjaga posisi kepemimpinan di tengah persaingan ketat dengan operator sejenis seperti Indosat Ooredoo Hutchison (IOH), XL Axiata, dan Smartfren, serta beradaptasi dengan tuntutan digitalisasi global. Prosiding ini bertujuan untuk menganalisis strategi Telkomsel dalam menghadapi dinamika ini, menyoroti adaptasinya terhadap teknologi baru dan kompetisi yang agresif.

TINJAUAN PUSTAKA

Digitalisasi Global: Digitalisasi merujuk pada adopsi luas teknologi digital yang mengubah proses bisnis, model ekonomi, dan interaksi sosial (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014). Dalam konteks telekomunikasi, ini berarti pergeseran dari penyedia konektivitas murni menjadi penyedia ekosistem digital yang lebih luas.

Industri Telekomunikasi: Industri ini dicirikan oleh investasi modal yang tinggi dalam infrastruktur, inovasi teknologi yang cepat (misalnya, dari 2G ke 5G), dan regulasi pemerintah yang signifikan (Shapiro & Varian, 1999). Persaingan sering kali berpusat pada harga, kualitas jaringan, dan inovasi layanan.

Analisis Perusahaan: Kerangka analisis perusahaan, seperti yang diusulkan oleh Porter (1985), membantu memahami posisi strategis suatu perusahaan dalam industri. Analisis ini biasanya mencakup kekuatan kompetitif, strategi generik, dan analisis internal-eksternal (SWOT).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus tunggal. Data dikumpulkan melalui kajian literatur ekstensif dari berbagai sumber sekunder, meliputi:

1. Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan Telkomsel.
2. Laporan keuangan dan presentasi investor dari Telkomsel dan Grup Telkom.
3. Artikel berita dari media terkemuka, baik nasional maupun internasional.
4. Laporan analisis industri dari lembaga riset pasar (misalnya, Fitch Ratings, Deloitte, McKinsey).
5. Jurnal ilmiah dan buku teks yang relevan dengan strategi bisnis, telekomunikasi, dan digitalisasi.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan kerangka kerja analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi posisi Telkomsel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Posisi Telkomsel di Era Digitalisasi

Telkomsel telah secara proaktif merespons gelombang digitalisasi dengan melakukan transformasi dari perusahaan telekomunikasi tradisional menjadi penyedia layanan digital yang komprehensif. Ini terlihat dari diversifikasi portofolio mereka ke area-area seperti:

- a. **Digital Connectivity:** Pengembangan jaringan 4G/LTE yang kuat dan ekspansi agresif ke 5G untuk mendukung kebutuhan *bandwidth* tinggi.
- b. **Digital Platforms:** Pengembangan *platform* digital seperti MyTelkomsel, LinkAja



(layanan keuangan digital), Dunia Games (gaming), Kuncie (edukasi), dan layanan *cloud*.

- c. **Digital Services:** Penawaran solusi untuk segmen B2B (misalnya, IoT, *big data analytics*, *cloud* untuk perusahaan) dan B2C (misalnya, *streaming*, *e-commerce*).

Adaptasi ini sejalan dengan tren global di mana operator telekomunikasi tidak lagi hanya menjual konektivitas, tetapi juga *value-added services* yang menciptakan ekosistem digital.

4.2 Lanskap Persaingan Industri Telekomunikasi Indonesia

Telkomsel beroperasi di pasar yang sangat kompetitif dengan beberapa pemain besar:

- a. **Indosat Ooredoo Hutchison (IOH):** Hasil merger antara Indosat Ooredoo dan Tri Indonesia, menciptakan pemain yang lebih besar dengan pangsa pasar signifikan dan strategi harga yang agresif.
- b. **XL Axiata:** Operator dengan fokus pada layanan data dan penetrasi pasar yang kuat di perkotaan dan beberapa wilayah pedesaan.
- c. **Smartfren:** Pemain yang fokus pada layanan data berbasis 4G/LTE dan telah memperluas cakupannya secara signifikan.

Persaingan sering kali berbentuk perang harga, paket data yang semakin menarik, dan inovasi produk untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Operator-operator ini juga berinvestasi dalam infrastruktur dan layanan digital mereka sendiri, meskipun belum sebesar Telkomsel.

4.3 Analisis SWOT Telkomsel di Era Digitalisasi Global

4.3.1 Kekuatan (Strengths):

- a. **Infrastruktur Jaringan Terluas dan Terandal:** Jaringan 4G/LTE terkuat di Indonesia, mencakup hampir seluruh wilayah, memberikan keunggulan kualitas dan cakupan. Investasi 5G yang masif.
- b. **Basis Pelanggan Terbesar:** Jumlah pelanggan yang mencapai ratusan juta memberikan skala ekonomi dan data pelanggan yang kaya untuk analisis dan personalisasi.
- c. **Diversifikasi Portofolio Digital:** Transformasi menjadi penyedia layanan digital (fintech, gaming, IoT, cloud) mengurangi ketergantungan pada pendapatan konektivitas murni.
- d. **Kekuatan Merek dan Loyalitas:** Merek Telkomsel yang sangat dikenal dan dipercaya, dengan tingkat *brand awareness* dan loyalitas pelanggan yang tinggi.
- e. **Sinergi dengan Telkom Group:** Dukungan dari induk perusahaan, PT Telkom Indonesia, memberikan akses ke infrastruktur serat optik dan kapabilitas digital lainnya.

4.3.2 Kelemahan (Weaknesses):

- a. **Peningkatan Adopsi Digital:** Pertumbuhan pengguna internet dan smartphone yang berkelanjutan, terutama di luar kota besar.
- b. **Ekspansi 5G:** Potensi pendapatan baru dari layanan 5G untuk konsumen dan segmen industri (misalnya, smart factory, smart city).
- c. **Pertumbuhan Ekonomi Digital:** Peningkatan penggunaan e-commerce, fintech, e-health, dan sektor digital lainnya menciptakan permintaan untuk konektivitas dan layanan digital terkait.
- d. **Monetisasi Data:** Peluang untuk memonetisasi big data dari basis pelanggan besar untuk layanan iklan, insights, dan personalisasi.
- e. **Kemitraan Strategis:** Membangun kemitraan dengan startup dan perusahaan teknologi global untuk mempercepat inovasi dan penetrasi pasar.

4.3.3 Ancaman (Threats):

- a. **Intensitas Persaingan Harga:** Perang harga yang agresif dari pesaing yang berupaya merebut pangsa pasar.
- b. **Disrupsi dari Layanan OTT:** Layanan komunikasi gratis berbasis internet (WhatsApp, Zoom) yang mengurangi pendapatan suara dan SMS tradisional.



- c. **Inovasi Teknologi Cepat:** Kebutuhan investasi besar dan berkelanjutan untuk mengadopsi teknologi baru dan mencegah ketinggalan dari pesaing.
- d. **Perubahan Perilaku Konsumen:** Preferensi yang cepat berubah terhadap layanan baru dan pengalaman digital yang lebih personal.
- e. **Ancaman Siber dan Keamanan Data:** Peningkatan risiko serangan siber dan tantangan dalam menjaga privasi data pelanggan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Telkomsel, sebagai pemimpin pasar di industri telekomunikasi Indonesia, telah menunjukkan adaptasi yang signifikan terhadap era digitalisasi global. Melalui investasi masif dalam infrastruktur, diversifikasi layanan digital, dan pemanfaatan kekuatan merek serta basis pelanggan, Telkomsel berhasil mempertahankan posisi dominannya. Namun, persaingan yang semakin ketat dari operator sejenis, dinamika regulasi, dan kecepatan inovasi teknologi menjadi tantangan krusial yang memerlukan strategi adaptif dan responsif.

Implikasi dari analisis ini adalah bahwa Telkomsel perlu terus memperkuat keunggulan jaringannya, mempercepat inovasi di ranah digital, dan mengelola harga secara strategis untuk tetap kompetitif. Fokus pada *customer experience* dan personalisasi layanan akan menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah banyaknya pilihan. Penelitian mendatang dapat mengkaji lebih dalam dampak spesifik dari implementasi 5G Telkomsel pada berbagai sektor industri atau menganalisis efektivitas strategi pemasaran digital mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.
- Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). *Information rules: A strategic guide to the network economy*. Harvard Business Press.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.