

**USULAN STRATEGI PT TELEKOMUNIKASI  
INDONESIA INTERNASIONAL (TELIN) DALAM  
MENGEMBANGKAN BISNIS *CONTENT DELIVERY  
NETWORK (CDN)* DI INDONESIA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Muhammad Satryo Prawindra**

**NPM : 2011610084**



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

No. Kode	: TI PRA 0/17	2017
Tanggal	: 30 November 2017	
No. Ind.	: 4476 - FTI / skp 34895	
Divisi	:	
Hadiah / Beli	:	
Dari	: FTI	

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Muhammad Satryo Prawindra  
NPM : 2011610084  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul skripsi : USULAN STRATEGI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA  
INTERNASIONAL (TELIN) DALAM PENGEMBANGAN  
BISNIS *CONTENT DELIVERY NETWORK* (CDN) DI  
INDONESIA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Juli 2017

**Ketua Program Studi Teknik  
Industri**

Dr. Carles Sitompul. S.T., M.T., MIM

**Pembimbing Pertama**

Churiah Agustini Santoso, Ir., M.SIE.



Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Muhammad Satryo Prawindra

NPM : 2011610084



Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

**“ USULAN STRATEGI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA INTERNASIONAL (TELIN)  
DALAM PENGEMBANGAN BISNIS *CONTENT DELIVERY NETWORK* (CDN) DI  
INDONESIA”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenai kepada saya.

Bandung, Juli 2017

Muhammad Satryo Prawindra

NPM : 2011610084

## ABSTRAK

Saat ini internet sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, mulai dari bersosialisasi, bekerja, hingga membantu aspek kehidupan lainnya. Kebutuhan akan internet diseluruh bidang menciptakan *traffic* internet yang semakin padat, padahal disaat yang bersamaan dibutuhkan kecepatan internet yang cepat untuk mengakomodir seluruh aspek kehidupan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu teknologi yang dapat mengakselerasi kecepatan internet, seperti *content delivery network*, atau CDN.

CDN pada dasarnya merupakan teknologi akselerator kecepatan internet sehingga akses internet lebih *real time*. Tingginya angka penggunaan internet juga memicu pertumbuhan bisnis CDN secara global, termasuk di Indonesia. Indonesia dengan penetrasi internet yang tinggi dan pengguna layanan internet, baik *fixed* maupun *mobile*, yang meningkat pesat setiap tahunnya, membuat perusahaan telekomunikasi (telco) mulai merambah ke bisnis CDN ini. Dengan semakin banyaknya perusahaan telco yang merambah ke bisnis CDN ini diperlukan strategi bisnis yang baik untuk memenangkan persaingan di industri bisnis CDN ini.

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan rekomendasi strategi bisnis kepada PT Telekomunikasi Indonesia Internasional (Telin) untuk mengembangkan bisnisnya di bidang CDN. Sebagai anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Group yang memiliki spesialisasi di bidang *IT based business solutions*, Telin juga telah bergerak di beberapa bidang *value chain* dari bisnis CDN ini, seperti *network infrastructure* dan *content hosting*. Saat ini Telin memiliki kerjasama dengan Akamai, EdgeCast dan Conversant dalam mengembangkan bisnis CDN ini dan dengan Telkom dan Telkomsigma untuk layanan CDN di dalam negeri.

Perumusan strategi dilakukan dengan mengidentifikasi 2 faktor besar, yaitu faktor eksternal dan internal. Analisis faktor eksternal dengan melakukan analisis *macro environment* dan *Porter's 5 forces*, sedangkan analisis faktor internal dengan melakukan analisis visi misi perusahaan, *key success factors*, dan *value chain*. Kemudian dilakukan pencarian alternatif-alternatif strategi, lalu dilakukan pengusulan strategi yang memenuhi hasil dari analisis faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil dari analisis tersebut merupakan strategi yang diusulkan kepada Telin sebagai rekomendasi strategi bisnis yang sesuai untuk mengembangkan bisnis CDN di Indonesia.

## **ABSTRACT**

*Nowadays, Internet has become part of societies life, from how to socialize, working, to helping another aspects of people's life. Internet demands in every subject generates internet traffics that is denser and denser, while at the same time people need faster internet speeds to accomodate every part of life. Because of it, it needs some technologies that could accelerate internet speeds, such as Content Delivery Network, or in short, CDN.*

*CDN, in basics, is a technoligied that accelerating internet speeds so internet access could be real time. Internet traffic has become increasing from time to time, that triggering CDN industry to grow globally, including Indonesia. Indonesia that has increasing internet penetration and internet user, fixed or mobile, over years. This conditions makes telecommunication (telco) companies started to widening their business into CDN industry. With this trend in telco companies, it needs some of business strategic that could win the competitions in CDN industry business.*

*This research is to giving some business strategy recommendations to PT Telekomunikasi Indonesia Interasional (Telin) to develop its business in CDN scapes. As a subsidiary company in PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Group that has specialization in IT based business solution, Telin also working in some of the CDN value chain, such as network infrastructure and content hosting. Now, Telin has joining federations with Akamai, EdgeCast and Conversant to developing in CDN business, and partnership with Telkom and Telkomsigma for CDN services domestically.*

*The strategic formulation based on identifying 2 major factors, which is internal and external factors. External factors is analyze by macro environment and Porter's Five Forces and internal factors by analyzing key success factors and value chain. After gathering some identification, then searching for strategic alternatives and matching with identification that meet the factors required. The results are strategics that could be recommended to Telin as a business strategic recommendations that suits with CDN business development in Indonesia.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul “Usulan Strategi PT Telekomunikasi Indonesia Internasional (Telin) dalam Pengembangan Bisnis *Content Delivery Network* (CDN) di Indonesia”. Laporan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri (IND-500). Laporan skripsi ini bertujuan pula untuk memberikan wawasan dan pengetahuan kepada pembaca.

Dalam pembuatan laporan skripsi ini, banyak bantuan tak lepas diberikan oleh pihak-pihak terdekat yang senantiasa memberikan masukan dan saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan berkat kesehatan baik jasmani maupun rohani dan juga memberikan jalan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Ibu Churiah Agustini Santoso, Ir., M.SIE. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan laporan skripsi ini.
3. Bapak Arief Hidayat selaku orang tua, pembimbing, dan VP *Technology Planning & Development* PT Telekomunikasi Indonesia Internasional yang telah memberikan kesempatan dalam diskusi, membimbing, dan membantu pengambilan data.
4. Bapak Dian Rustandi selaku *Strategic Planning Manager* PT Telekomunikasi Indonesia Internasional yang telah memberikan kesempatan dalam diskusi, pengambilan data, serta penganalisisan masalah.
5. Bapak Akhmad Deniar Perdana Kusuma selaku *Internet & Content Product Manager* PT Telekomunikasi Indonesia Internasional yang telah memberikan kesempatan dalam diskusi, analisis, serta pengambilan data.
6. Orang tua penulis, Bapak Arief Hidayat dan Ibu Wenny Agus Tjahyani yang memberikan dukungan dan semangat selama pembuatan laporan skripsi.

7. Atika Rukmana yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa untuk penulis selama pembuat laporan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan Diva Agung Nugraha, Widya Ayuningtyas, Chrisentia Intan, Meliana Endah, Debbie Amelia, Diah Pundarikasutra, Ivan Ibrahim, Albertus Wisnu, Dian Pramana, Demira Shaifa yang telah membantu melewati masa perkuliahan serta pengalaman menarik semasa berkuliah di Teknik Industri UNPAR.
9. Teman-teman Teknik Industri UNPAR yang saling membantu memberikan dukungan dan masukan selama pembuatan laporan skripsi.
10. Teman-teman *partner* Starbucks Grand Indonesia, PVJ, Braga dan Ciumbuleuit yang telah memberikan dukungan selama pembuatan laporan skripsi.
11. Teman-teman dari CreativeMornings BDG yang telah memberikan dukungan dan inspirasi dalam pembuatan laporan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini jauh dari sempurna, baik dari segi penyusunan dan bahasa. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan.

Bandung, 17 Juli 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	I-5
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-6
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-6
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-7
I.8 Sistematika Penulisan.....	I-9
BAB II LANDASAN TEORI .....	II-1
II.1 Manajemen Strategi.....	II-1
II.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	II-3
II.2.1 <i>Macro Environment</i> .....	II-3
II.2.2 <i>Porter's 5 Forces</i> .....	II-4
II.3 Analisa Lingkungan Internal .....	II-6
II.3.1 Visi dan Misi .....	II-8
II.3.2 <i>Key Success Factor</i> .....	II-8
II.3.3 <i>Value Chain</i> .....	II-9
II.3.4 Analisis Matriks SWOT.....	II-10
II.4 Analisis Strategi Bisnis.....	II-11
II.4.1 Strategi Generik.....	II-11
II.4.2 Strategi <i>Vertical Integration</i> .....	II-13
II.4.3 Strategi <i>Merger</i> dan Akuisisi.....	II-13



II.4.4	Strategi <i>Cooperatives</i> .....	II-13
II.4.5	Strategi Menyerang.....	II-13
II.4.6	Strategi Bertahan.....	II-15
II.4.7	Strategi Perusahaan <i>Runner-Up</i> .....	II-15
BAB III	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....	III-1
III.1	<i>Overview</i> PT Telekomunikasi Indonesia Internasional (Telin) .....	III-1
III.2	<i>Network Infrastructure</i> .....	III-2
III.3	<i>Content Hosting</i> .....	III-4
III.4	Analisis Lingkungan Eksternal .....	III-5
III.4.1	<i>Macro Environment</i> .....	III-5
III.4.2	Sifat dan Kekuatan Kompetisi <i>Network Infrastructure</i> .....	III-12
III.4.3	Sifat dan Kekuatan Kompetisi <i>Content Hosting</i> .....	III-16
III.5	Analisis Internal .....	III-19
III.5.1	Visi dan Misi .....	III-19
III.5.2	<i>Key Success Factor</i> .....	III-20
III.5.3	<i>Value Chain</i> PT Telin .....	III-21
BAB IV	ANALISIS .....	IV-1
IV.1	Analisis Alternatif Strategi .....	IV-1
IV.1.1	<i>Broad Differentiation</i> .....	IV-1
IV.1.2	<i>Vertical Integration</i> .....	IV-3
IV.1.3	<i>Cooperative</i> .....	IV-4
IV.1.4	Menyerang: <i>Preemptive Strike</i> .....	IV-4
IV.2	Rekomendasi Strategi Utama Perusahaan .....	IV-6
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	VI-1
V.1	Kesimpulan.....	VI-1
V.2	Saran.....	VI-2

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Kebutuhan Internet Regional Asia Pasifik .....	III-6
Tabel III.2	Kebutuhan Internet berdasarkan Konten Terakses .....	III-7
Tabel III.3	Para Pemain Industri CDN di Indonesia .....	III-13
Tabel III.4	Kesimpulan dari Persaingan Antar Pesaing pada Perusahaan Penyedia Layanan CDN ( Ya = Mengancam, Tidak = Tidak mengancam) .....	III-14
Tabel III.5	Kesimpulan dari Ancaman Pendetang Baru (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak mengancam) .....	III-14
Tabel III.6	Kesimpulan dari Ancaman Produk Pengganti (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-15
Tabel III.7	Kesimpulan dari Kekuatan Tawar dari Pemasok (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-15
Tabel III.8	Kesimpulan dari Kekuatan Tawar dari Pembeli (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-16
Tabel III.9	Kesimpulan dari Persaingan Antar Pesaing pada Perusahaan Penyedia Layanan CDN ( Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-17
Tabel III.10	Kesimpulan dari Ancaman Pendetang Baru (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak mengancam) .....	III-18
Tabel III.11	Kesimpulan dari Ancaman Produk Pengganti (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-18
Tabel III.12	Kesimpulan dari Kekuatan Tawar dari Pemasok (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-19
Tabel III.13	Kesimpulan dari Kekuatan Tawar dari Pembeli (Ya = Mengancam, Tidak = Tidak Mengancam) .....	III-19
Tabel III.14	<i>Key Success Factor (KSF) dan Key Performance Index (KPI) dari Network Infrastructure dan Content Hosting</i> .....	III-21
Tabel III.15	Kapabilitas dari PT Telin dalam Bisnis CDN.....	III-21
Tabel IV.1	Daftar Strategi ( Mengacu pada Referensi Thompson & Strickland) .....	IV-2

Tabel IV.2 Rekomendasi Strategi yang dapat dijalankan Perusahaan ..... IV-6

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Besaran <i>Traffic</i> Internet Berdasarkan Jenis Konten .....	I-1
Gambar I.2	Proporsi Penggunaan <i>Device</i> yang Berbasis Internet .....	I-2
Gambar I.3	Proporsi <i>Traffic</i> Penggunaan CDN dan Non-CDN .....	I-3
Gambar I.4	Besaran Pengguna Layanan <i>Internet Video</i> .....	I-4
Gambar I.5	Demografis Internet di Indonesia .....	I-5
Gambar I.6	<i>Value Chain</i> dari Industri <i>Content Delivery Network</i> .....	I-5
Gambar I.7	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian .....	I-5
Gambar II.1	Strategi Perusahaan Terencana dan Reaktif .....	II-2
Gambar II.2	Hubungan diantara <i>Porter's 5 Forces</i> .....	II-5
Gambar II.3	Analisis <i>Value Chain</i> Porter .....	II-9
Gambar III.1	Grafik <i>Revenue</i> dari Perusahaan CDN Global .....	III-9
Gambar III.2	Grafik <i>Revenue</i> dari Perusahaan CDN berdasarkan Regional .	III-9
Gambar III.3	<i>Value Chain</i> dari Industri CDN yang dijalankan Telin .....	III-21
Gambar III.4	<i>Value Chain</i> CDN Telin .....	III-22

# BAB I

## PENDAHULUAN

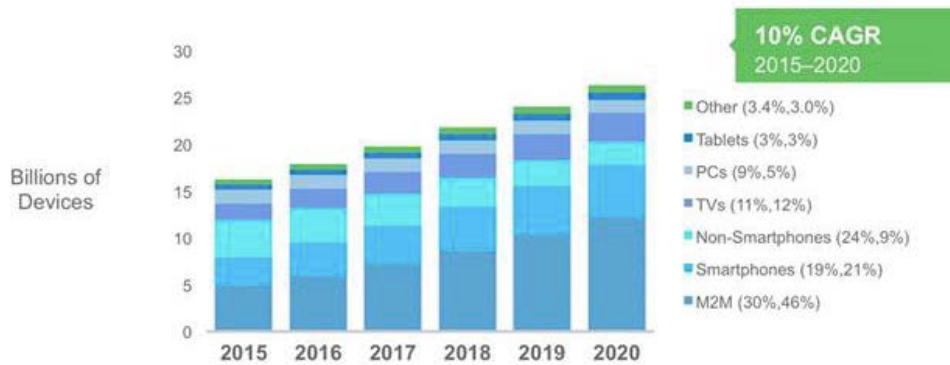
### I.1 Latar Belakang

Saat ini pengguna layanan berbasis internet berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan akses konten berbasis internet seperti *internet video*, *video on demand (VOD)*, *web/data*, dan *file sharing*. Besarnya peningkatan pengakses ini dapat dilihat dari data *traffic* internet dalam Exabit per bulan pada gambar I.1.



Gambar I.1 Besaran *Traffic* Internet Berdasarkan Jenis Konten  
(Sumber: Cisco, 2014)

Selain dari peningkatan akses konten berbasis internet yang sangat pesat, peningkatan layanan berbasis internet juga berkembang dengan sangat pesat karena akses konten menggunakan *devices* meningkat pesat. *Devices* yang digunakan untuk mengakses konten internet seperti *personal computer*, *smartphone*, *tablet*, *TV*, dan *device non-smartphone* lainnya. Besarnya peningkatan penggunaan internet menggunakan *devices* ini dapat dilihat dari data penggunaan *device* untuk mengakses internet setiap tahun pada gambar I.2

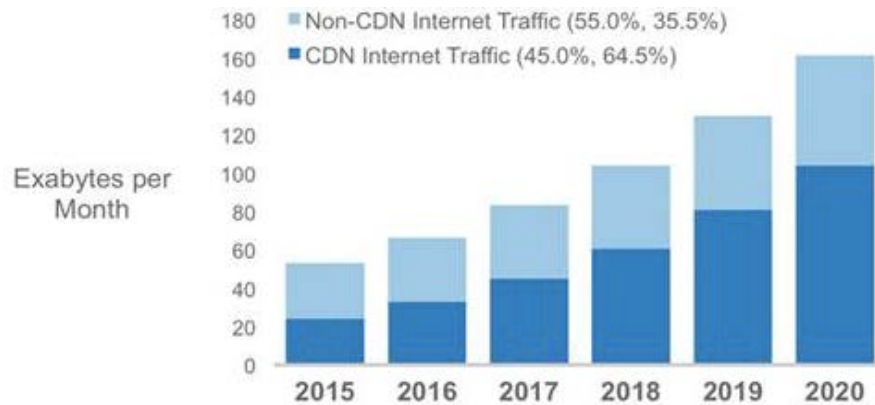


Gambar I.2 Proporsi Penggunaan *Device* yang Berbasis Internet  
(Sumber: Cisco, 2014)

Salah satu cara untuk menangani besarnya *traffic internet* global ini adalah dengan menggunakan teknologi *content delivery network* atau CDN. CDN digunakan oleh *content provider* yang pada dasarnya untuk mengakselerasi *network performance* agar konten yang diakses oleh klien dapat diakses dengan mudah dan cepat. Selain itu CDN juga meningkatkan aksesibilitas dan menjaga agar replikasi konten dari *content provider* tetap tepat, karena CDN mereplikasi konten dari *server asal content delivery* dan mereplikasi ke *server* CDN lokal agar lebih cepat diakses dan efisien secara data.

Selain keuntungan yang didapatkan oleh pengakses konten dengan menggunakan teknologi CDN, pemuat konten juga dapat diuntungkan dengan adanya teknologi ini. Pemuat konten akan memuat kontennya ke penyedia CDN yang kemudian didistribusikan ke *server* milik penyedia konten, sehingga semakin banyak konten yang diakses dari *server* penyedia CDN, semakin menguntungkan bagi pemuat konten.

Dengan kemudahan yang ditawarkan bagi pemuat konten dan pemilik konten, penggunaan teknologi CDN ini semakin berkembang karena keuntungan yang didapatkan. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyak *traffic internet* yang menggunakan CDN, dan proporsinya mengalahkan *traffic* yang tidak menggunakan CDN. Data mengenai proporsi *traffic* menggunakan CDN dan tidak menggunakan CDN dapat dilihat di gambar I.3.

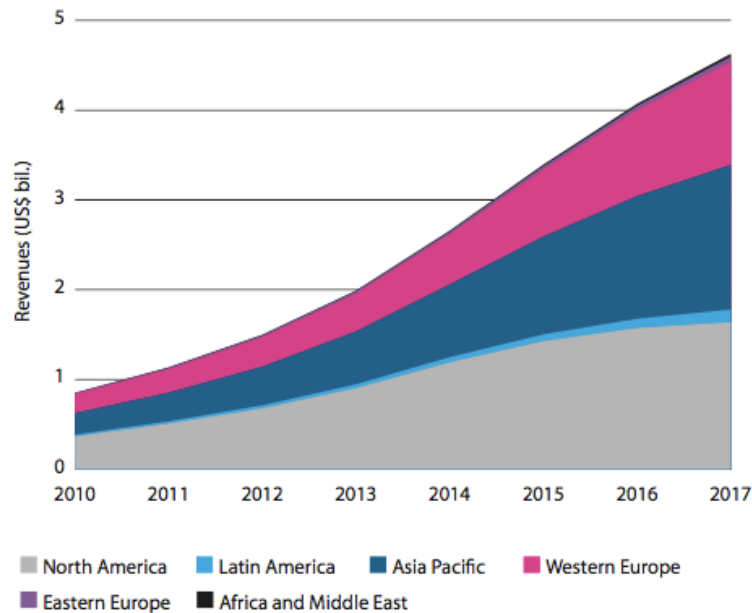


Gambar I.3 Proporsi *Traffic* Penggunaan CDN dan Non-CDN  
(Sumber: Cisco, 2014)

Akibat dari kenaikan *traffic* internet yang menggunakan teknologi CDN, membuat keuntungan perusahaan penyedia layanan CDN meningkat pesat. Pada awal tahun 2010 keuntungan global dari penggunaan layanan CDN dibawa USD 1 juta, dan akan terus naik hingga diproyeksikan mencapai USD 4.5 juta pada 2017. Hal ini membuktikan bahwa bisnis pelayanan CDN merupakan lansekap bisnis yang menarik bagi perusahaan telco untuk memperluas jaringan bisnisnya ke sektor CDN.

Dari data pada gambar I.4, dapat dilihat bahwa proporsi di setiap regional mengalami kenaikan yang cukup signifikan, terutama di regional Amerika Utara, Asia Pasifik, dan Eropa Barat. Asia pasifik, termasuk Indonesia, merupakan pasar paling potensial dalam mengembangkan ekspansi bisnis CDN, sehingga banyak perusahaan-perusahaan telco dari regional lain mencoba untuk berekspansi ke pasar yang paling potensial.

Saat ini banyak perusahaan yang murni sebagai pemain di bisnis CDN seperti Akamai, Amazon CloudFront, dan EdgeCast, maupun pemain yang menjadikan CDN sebagai unit bisnis baru atau *carriers* seperti AT&T, NTT Communications, SingTel, dan Telstra yang mencoba untuk berekspansi ke wilayah negara lain untuk mengembangkan bisnisnya, termasuk ke Indonesia.



Gambar I.4 Besarannya Pengguna Layanan *Internet Video*  
(Sumber: Cisco, 2015)

Indonesia memiliki pasar yang potensial untuk melakukan ekspansi bisnis CDN karena walaupun penetrasi internet di Indonesia hanya mencapai 28%, penggunaan internet via *device* mencapai 121% dari total populasi di Indonesia. Dengan jumlah *device* pengakses konten social media yang mencapai 62 juta unit dan akan terus meningkat setiap tahunnya, dibutuhkan kecepatan dan *bandwidth* yang stabil agar seluruh pengakses internet di Indonesia dapat terlayani dengan baik. Peningkatan ini akan terus terjadi sehingga layanan untuk mengakomodasi akses internet yang *reliable* menjadi sangat dibutuhkan.

Akibat dari fenomena ini adalah banyak perusahaan telco multinasional yang melakukan ekspansi ke Indonesia untuk memenuhi pasar pemenuhan kebutuhan internet di Indonesia, terutama dari bisnis CDN. Perusahaan-perusahaan telco dengan cepat menangkap tren ini sehingga potensi untuk terjadinya persaingan bisnis CDN di Indonesia akan semakin berkembang. Dengan populasi 255 juta, Indonesia memiliki 72.7 juta pengguna internet yang aktif, 72 juta pengguna aktif sosial media dan 62 juta pengguna sosial media secara *mobile*, Indonesia tentunya membutuhkan layanan internet yang cepat dan *reliable* untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakatnya. Data mengenai keadaan kebutuhan internet di Indonesia dapat dilihat pada tabel I.5.





Gambar I.5 Demografis Internet di Indonesia  
(Sumber: TechInAsia, 2015)

Saat ini PT Telekomunikasi Indonesia Internasional (Telin) yang merupakan anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) yang berfokus pada penyedia layanan berbasis internet berencana untuk mengembangkan bisnisnya pada *value chain* industri CDN. PT Telin memiliki kapabilitas dalam mengembangkan *value chain* dari bisnis CDN tersebut, seperti pada *network infrastructure* dan *content hosting*. Dalam *value chain* bisnis CDN PT Telin memiliki peluang besar untuk mengembangkan dalam bisnis ini dan juga ikut berpartisipasi dalam perkembangan ekosistem bisnis ini.



Gambar I.6 Value chain dari Industri Content Delivery Network  
(Sumber: Ovum, 2012)

Untuk itu, diperlukan suatu strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya dan mampu bersaing dalam pasar industri CDN. PT Telin sebagai perusahaan telekomunikasi penyedia layanan berbasis internet harus dapat mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada dalam pasar industri tersebut. Setelah melakukan analisis

dari elemen-elemen tersebut didapatkan alternative dan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh PT Telin.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Pada era yang sedang berkembang pesat ini layanan untuk mengakses konten internet mengalami peningkatan. Salah satu indikator dari besarnya akses konten internet adalah besarnya *traffic* dari *end user* ke *server*. *Server* yang andal merupakan *server* yang dapat melayani akses konten dengan kecepatan yang tinggi, latensi yang rendah dan *packet loss ratio* yang rendah. *Server* yang memiliki jarak yang jauh dari *end user* akan menyebabkan latensi yang tinggi, menyebabkan kecepatan akses yang rendah dan *packet loss ratio* akan semakin tinggi. Maka dari itu sebagai penyedia konten akan membeli layanan CDN dari penyedia CDN yang terdekat dengan *end user* terbesar dari penyedia konten tersebut.

Akibat dari perilaku ini adalah kebutuhan akan layanan CDN semakin tinggi di berbagai negara, khususnya Indonesia. Perusahaan penyedia layanan berbasis internet harus cepat menangkap tren kenaikan ini dan beradaptasi agar dapat berkembang dan dapat melayani permintaan konsumen dengan baik sekaligus menambah pendapatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan memerlukan suatu strategi bisnis dalam mengembangkan bisnis pada CDN agar dapat berkembang dan bersaing di pasar penyedia CDN di Indonesia.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apa faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dari bisnis CDN bagi PT Telekomunikasi Indonesia Internasional (Telin)?
2. Apa faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari bisnis CDN bagi PT Telin?
3. Bagaimana rekomendasi strategi bisnis yang dapat dilakukan oleh PT Telin untuk mengembangkan bisnis bersaing pada industri CDN?

## **I.3 Pembatasan Masalah**

Pada penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah yang digunakan, yaitu:

1. Analisis penelitian ini memfokuskan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar dan akan terdaftar di Indonesia.
2. Analisis penelitian ini fokus pada unit bisnis *content delivery network* Telin di Indonesia
3. Wilayah cakupan operasional CDN terbatas di pasar Indonesia.
4. Penelitian ini hanya sampai pada tahap formulasi.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan demi mencapai suatu tujuan. Beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam bisnis CDN pada PT Telin.
2. Untuk mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam bisnis CDN pada PT Telin.
3. Untuk mengusulkan bagaimana rekomendasi strategi bisnis yang dapat dilakukan dan diterapkan untuk mengembangkan bisnis dan bersaing pada pasar industri CDN.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian yang dilakukan ini dapat memberi manfaat, baik bagi penulis maupun pembaca. Manfaat penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Bagi Penulis
  - a. Penulis dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam lingkungan nyata.
  - b. Penulis dapat mengembangkan kemampuan, khususnya dalam bidang manajemen strategi.
  - c. Penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai industri CDN saat ini.
2. Bagi Perusahaan
  - a. Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan masukan untuk menyusun strategi perusahaan dalam menghadapi pasar industri CDN.

- b. Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menyusun strategi perusahaan dalam menghadapi pasar industri CDN.

3. Bagi Pembaca

- c. Pembaca dapat menambah wawasannya mengenai manajemen strategi perusahaan penyedia layanan berbasis internet.
- d. Pembaca dapat menambah wawasannya mengenai industri CDN saat ini.
- e. Pembaca dapat menjadikan sebagai referensi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian yang sejenis.

## **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian menunjukkan langkah-langkah atau tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Gambar 1 merupakan metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini.

### **I.6.1 Studi Lapangan**

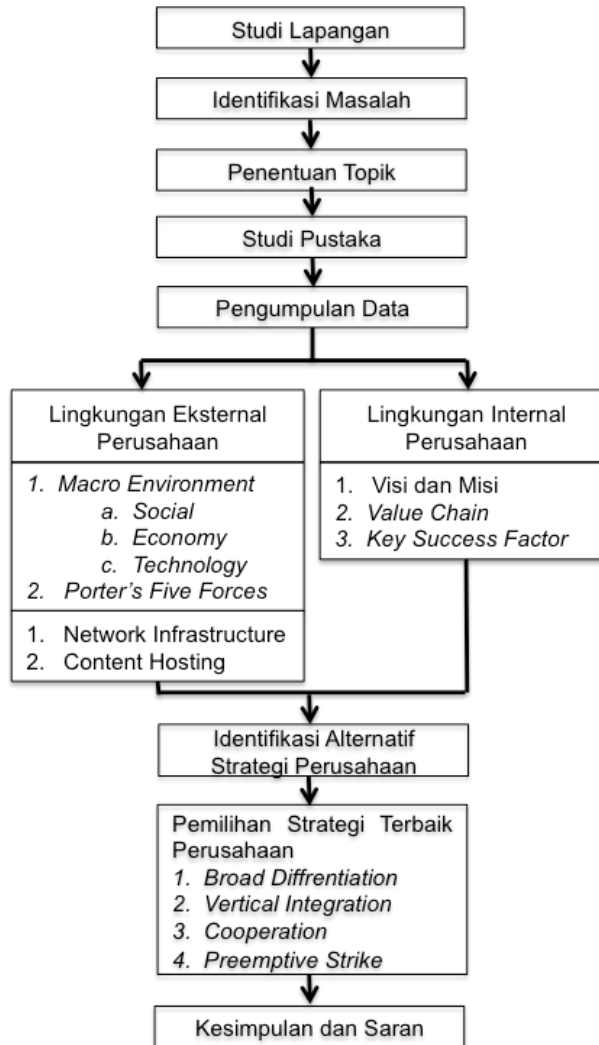
Studi lapangan dilakukan dengan mengunjungi tempat bisnis dilakukan dan berdialog secara langsung dengan para pelaku bisnis. Pada tahap ini dilakukan peninjauan untuk mengetahui keadaan tempat bisnis yang dimaksud agar dapat ditemukan masalah untuk kemudian diteliti lebih lanjut.

### **I.6.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Studi literatur dilakukan untuk mengetahui materi-materi yang berkaitan dengan penelitian, yaitu mengenai manajemen strategi, strategi bisnis perusahaan, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta alternative strategi perusahaan

### **I.6.3 Studi Literatur**

Pada tahap ini dilakukan identifikasi analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan melalui serangkaian formula, serta alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan



Gambar I.7 Flow Chart Metodologi Penelitian

#### I.6.4 Pengumpulan Data

Setelah mengetahui masalah yang akan diteliti, selanjutnya melakukan penentuan batasan dan asumsi penelitian untuk mencapai tujuan. Pada penelitian ini akan membahas mengenai penentuan strategi berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal.

#### I.6.5 Identifikasi Alternatif Strategi Perusahaan

Pada tahap ini analisis mendalam dilakukan untuk mengetahui alternatif-alternatif yang dapat digunakan oleh perusahaan. Analisis menggunakan data analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

### **I.6.6 Pemilihan Strategi Terbaik Bagi Perusahaan**

Dari hasil analisis yang dilakukan, terdapat beberapa alternatif strategi yang dihasilkan. Pemilihan alternatif dilakukan setelah mendapatkan alternatif terbaik dari beberapa alternatif yang tersedia.

### **I.6.7 Kesimpulan dan Saran**

Pada tahap ini setelah penelitian selesai dapat ditarik kesimpulan mengenai alternatif strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Terdapat lima bab utama yang digunakan untuk membahas penelitian yang dilakukan dengan sistematika penulisan penelitian sebagai berikut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I akan berisi mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi dan rumusan masalah, asumsi dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisannya.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab II akan berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan pada bab I. Teori ini akan dijadikan sebagai referensi dalam penyelesaian penelitian.

### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada Bab III akan berisi hasil dari pengumpulan dan pengolahan data yang berikutnya akan dianalisis pada bab IV.

### **BAB IV ANALISIS**

Pada Bab IV akan berisi analisis mengenai hasil penelitian pada Bab III dimana hasil analisis tersebut akan membantu menyelesaikan masalah yang telah dirumuskan pada perumusan masalah.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN,**

Pada Bab V akan berisi kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dengan cara menjawab seluruh tujuan penelitian. Selain itu, pada Bab V juga terdapat saran yang diberikan terkait dengan penelitian yang dilakukan.