

BAB 2

PROFIL DAN POTENSI PELANGGAN FWA INDOSAT

Indosat didirikan pada tahun 1967 sebagai perusahaan PMA penyedia layanan telekomunikasi internasional di Indonesia. Indosat memulai operasinya pada tahun 1969 dengan dimulainya pengoperasian station bumi Jatiluhur. Tahun 1980, pemerintah Indonesia membeli semua shares (saham) Indosat yang kemudian menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Tahun 1994, Indosat menjadi perusahaan publik yang terdaftar di New York Stock Exchange dan menjadi BUMN pertama yg terdaftar di bursa luar negeri. Dari 1969 - 1990, Indosat menyediakan layanan telepon langsung, jaringan data komunikasi internasional dan transmisi televisi internasional. Memasuki abad 21, serta mengikuti trend global, pemerintah Indonesia memutuskan untuk menderegulasi sektor telekomunikasi nasional serta membuka pasar kompetisi bebas. Sejak 2001, semua kepemilikan silang antara Indosat Telkom dihapuskan dimana fasilitas atau hak-hak khususnya sudah mulai dihilangkan tahap demi tahap.

Indosat mulai mengembangkan bisnis seluler di pertengahan 1990. Pada tahun 2001, Indosat mendirikan PT Indosat Multi Media Mobile (IM3) yang diikuti dengan mengakuisisi PT. Satelit Palapa Indonesia sehingga menjadikan Indosat group perusahaan seluler kedua terbesar di Indonesia.

Pada akhir tahun 2002, Indosat mendivestasikan sekitar 41,94 % sahamnya ke Singapore Technologies Telemedia Pte. melalui holding company Indonesia Communication Limited. Dengan divestasi ini, Indosat sekali lagi menjadi PMA penyedia jaringan dan jasa terpadu di bidang informasi and telekomunikasi.

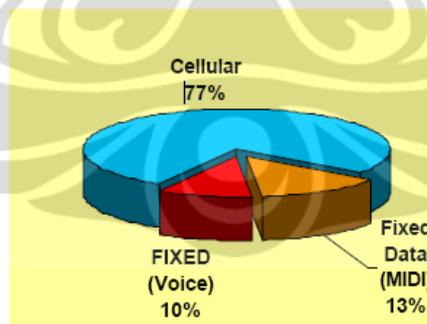
Pada Nov 2003, Satelindo, IM3 and Bimagraha merger ke Indosat. Indosat memfokuskan diri sebagai *Full Network Service Provider (FNSP)*. Dengan menkonsolidasikan *fixed telecommunications and MIDI services* menjadi satu organisasi, Indosat memosisikan sebagai penyedia layanan telekomunikasi yg mempunyai produk yg beragam. Ini semua diikuti, dengan program transformasi

yang luas termasuk didalamnya tenaga kerja, teknologi, dan perubahan nilai-nilai budaya perusahaan.

Transformasi ini telah dimulai dan membuahkan hasil yg baik dimana perusahaan bisa mendapat *pendapatan* (pendapatan) melampaui Rp 10 triliun dan marginnya terus meningkat 10 tahun terakhir sebagai perusahaan publik yang baik.

Indosat adalah perusahaan operator selular terbesar kedua dengan pelanggan sebesar 16.704.639 pada akhir tahun 2006. Indosat meluncurkan produk 3,5G untuk daerah Surabaya dan Jakarta pada 29 November 2006. Indosat 3,5G sebagai kelanjutan dari teknologi 3G yg memungkinkan pelanggan menikmati kualitas suara yg lebih baik, video dan akses data kecepatan tinggi sampai 3.6 MBps atau 9 kali lebih cepat dari 3G standard. Semua node B Indosat telah menggunakan teknologi *High Speed Downlink Packet Access* (HSDPA). Indosat adalah operator 3G pertama yang menggunakan teknologi HSDPA di Indonesia.

Pada 15 Desember 2006, Indosat telah menerima kanal no. 589 dan 630 pada frekuensi 800 Mhz untuk mengoperasikan FWA di area seJabotabek. Setelah mendapat persetujuan pemakaian dua kanal ini, Indosat sedang dan akan terus mendanai pengembangan servis lokal FWA di Jakarta dan seluruh area di Indonesia.



Gambar 2.1 Market Share PT Indosat 2007 [3]
source : Indosat media briefing on Q1 2007, 23 May

Visi dari PT. Indosat, Tbk, yaitu: menjadi operator selular terkemuka yang berfokus pada *wireless*, dan integrasi penuh pada jaringan dan penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia.

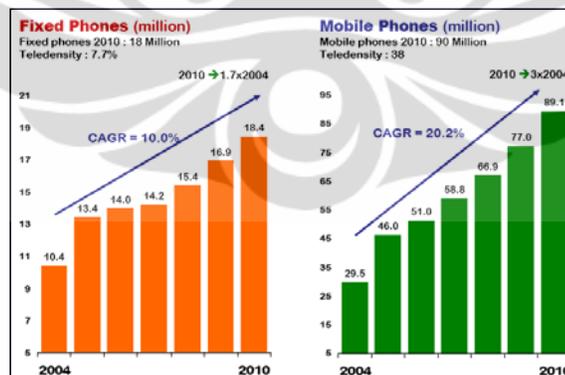
Misi dari PT. Indosat, Tbk, yaitu:

1. Selalu menawarkan nilai yang terbaik kepada para konsumen dengan menyediakan dan mengembangkan produk, service dan solusi yang berinovasi dan berkualitas.
2. Memberikan hasil yang terbaik kepada pemegang saham.
3. Memberikan kehidupan yang sejahtera bagi para *stakeholders*

2.1 PERKEMBANGAN FWA DI INDONESIA

Meski belum sebanyak GSM, pelanggan CDMA di Indonesia diperkirakan akan semakin tumbuh mengikuti trend jumlah pelanggan CDMA global yang telah mencapai 212,5 juta pelanggan. Hal ini karena CDMA menawarkan konsep layanan komunikasi nirkabel masa depan dengan kualitas suara jernih dan koneksi data berkecepatan tinggi.

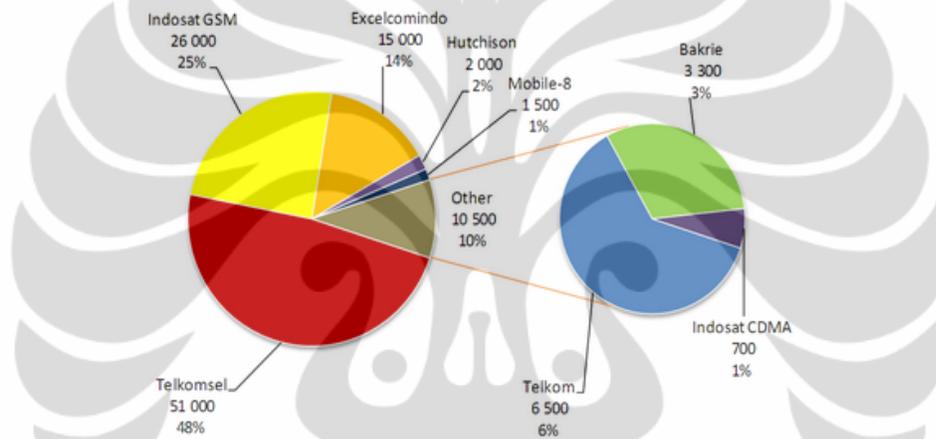
Berdasarkan laporan CDMA Development Group (CDG), pengguna CDMA di dunia selama kuartal II 2006 tumbuh 24%. Jadi pemakai CDMA sekarang sudah sebanyak 335 juta orang. Hingga tahun 2010 ke depan diperkirakan akan ada 41% pengguna telepon tanpa kabel di seluruh dunia yang memakai teknologi CDMA. Gambar 2.2 menunjukkan perkiraan pertumbuhan bisnis telekomunikasi seluler GSM dan FWA pada periode tahun 2004 s/d 2010.



Gambar 2.2 Pertumbuhan Bisnis Telekomunikasi – 2010 [4]
source: www.telkom.co.id , Corporate presentation

Terlihat dari Gambar 2.2 bahwa perkembangan bisnis telekomunikasi di masa akan datang akan lebih didominasi oleh layanan telekomunikasi bergerak, seluler dan FWA.

Perkiraan jumlah nomor (dalam ribu unit) dan market share per operator di Indonesia, seperti tampak pada Gambar 2.3, di akhir 2007, yang meliputi market selular dan market FWA, telah menembus angka 100 juta. Dari nilai 100 juta pengguna, hanya 10% dikuasai produk FWA (10,5 juta), dan sisanya (95,5 juta) dikuasai produk-produk seluler. Untuk layanan FWA masih didominasi oleh Telkom Flexi, diikuti oleh Esia dan terakhir Starone.



Gambar 2.3 Mobile Market Size end 2007 [5]

Persaingan bisnis FWA untuk merebut pasar dilakukan dengan mengadu harga layanan, kualitas dan jangkauan jaringan, jenis layanan dan fitur. Akibat dari persaingan tersebut, maka Indosat menghadapi risiko untuk mengalami *churn rate* yang lebih tinggi dan penurunan ARPU. Sebagai antisipasi untuk menghadapi persaingan di tahun-tahun mendatang, Indosat perlu meningkatkan strategi untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan pangsa pasarnya, sambil mempertahankan jumlah ARPU.

Dari draft roadmap teknologi Informasi dan komunikasi yang disusun oleh Postel, jumlah pengguna telepon seluler 2G sebanyak 63 juta pada 2007 diharapkan naik menjadi 95,5 juta pada 2011 dengan pertumbuhan rata-rata sekitar 20% per tahun. Pertumbuhan pengguna FWA atau wireless local loop 2G diharapkan lebih

tinggi, yaitu 38% per tahun. Dengan demikian diharapkan pelanggan FWA (2G) mencapai 23 juta pada 2011 dari 5,9 juta pelanggan pada 2007, seperti terlihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Perkiraan Pelanggan FWA 2007-2011
Sumber : diadopsi dari worldbank [6]

1000 x Subscribers	WLL (Wireless Local Loop 2G = Fix Wireless Access)				
Tahun	2007	2008	2009	2010	2011
Total Sumatera	1,716	2,385	3,316	4,609	4,977
Total Jawa	4,940	6,867	9,546	13,268	14,330
DKI Jakarta	208	289	401	558	602
Total Nusa Tenggara	325	451	627	872	941
Total Kalimantan	576	801	1,113	1,547	1,671
Total Sulawesi	307	426	593	824	890
Total Maluku	24	34	47	65	70
Papua	46	64	89	124	134
Total Indonesia	7,934	11,029	15,330	21,309	23,014
Western project	7,386	10,267	14,271	19,836	21,423
Eastern project	548	762	1,060	1,473	1,591

2.2 SEKILAS BISNIS FWA INDOSAT

Saat ini setelah 40 tahun didirikannya, Indosat telah berhasil mentransformasikan bisnis intinya sebagai penyelenggara jaringan Satelit dan jasa Sambungan Langsung Internasional menjadi penyelenggara layanan seluler agar tetap sustainable, portfolio bisnis Indosat meliputi :

1. Layanan seluler ,sebagai bisnis inti.
2. Layanan Multimedia, Komunikasi Data dan Internet (MIDI) oleh IndosatM2 dan Lintasarta.
3. Layanan SLI 001 dan SLI 008.
4. Layanan FWA

Dari bisnis-bisnis ini, komposisi pendapatan terbesar yang diperoleh Indosat adalah dari seluler, hal ini menegaskan bahwa PT Indosat sebagai perusahaan penyedia jaringan dan layanan telekomunikasi terpadu (*Full Network & Service*

Provider) yang menempatkan bisnis seluler sebagai bisnis utama, sehingga bila dilihat dari skala prioritas bisnis Indosat saat ini berturut-turut sebagai berikut :

- a. Layanan GSM, dengan produknya Mentari, Matrix dan IM3.
- b. 3G
- c. FWA dengan produknya StarOne

Ada 6 alasan mengapa harus ada StarOne dalam bisnis Indosat[7].

1. Untuk memenuhi kewajiban lisensi jaringan telepon bergerak dan penyelenggara layanan jasa teleponi dasar. Sesuai Kepmenhub No. KP. 203 Tahun 2004, Indosat diberikan target pembangunan 3.25 juta satuan sambungan *fixed wireless access* secara Nasional hingga tahun 2008.
2. StarOne FWA memiliki kemampuan untuk memenuhi syarat strategis sebagai saluran akses bagi layanan telekomunikasi yang lengkap dan terintegrasi. sebagai alternatif akses bagi layanan SLI, SLJJ, Multimedia dan Internet Indosat dan strategis untuk layanan 3G.
3. StarOne FWA memiliki posisi strategis sebagai fighting brand di pasar menengah bawah. Karakteristik StarOne secara teknologi dapat melayani layanan data kecepatan tinggi, secara regulasi dapat melayani jasa telekomunikasi *voice* dan sms yang sangat murah. Sehingga secara bersamaan StarOne dapat menjangkau segmen atas dan bawah sekaligus.
4. StarOne FWA memiliki aset berharga berupa penomoran nasional. Penomoran ini bisa digunakan untuk pengembangan layanan berbasis teknologi IP (*IP Based Services*) seperti *IP Phone*.
5. StarOne FWA memiliki nilai strategis sebagai 'penyelamat' frekuensi Indosat GSM.
6. StarOne FWA memiliki kemampuan strategis menjadi StarOne mobile jika pemerintah menerapkan unified licensing. Teknologi CDMA terbukti merupakan teknologi yang paling efisien dengan kemampuan yang jauh lebih baik dari teknologi GSM. Penggunaan teknologi ini, melalui StarOne,

memungkinkan perusahaan beroperasi secara efisien saat Unified Licensing diterapkan.

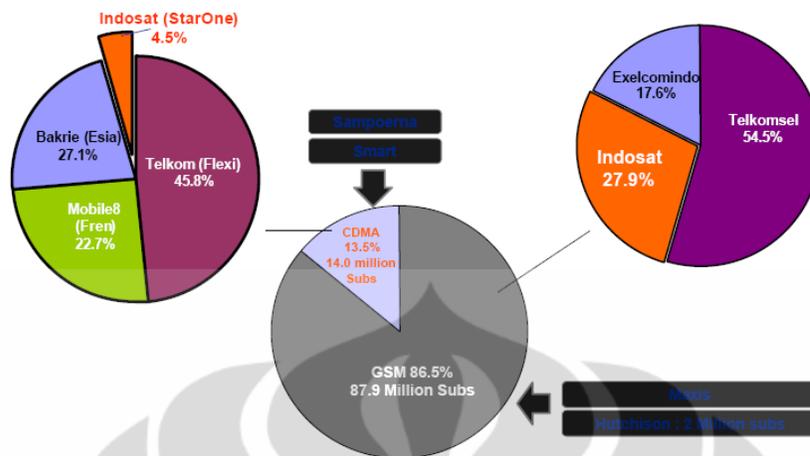
Diharapkan peluncuran StarOne tidak menimbulkan dampak negatif bagi pemasaran jasa seluler karena keduanya menawarkan cakupan layanan yang berbeda bagi masyarakat sehingga memiliki segmentasi yang berbeda di pasar.

StarOne menawarkan kemampuan mobilitas terbatas bagi pelanggan namun terbatas dalam satu kode area dengan tarif yang lebih hemat dibandingkan seluler. Sedangkan seluler Indosat menawarkan kemampuan mobilitas dengan cakupan luas.

2.3 PERKEMBANGAN FWA INDOSAT 2004 - 2007

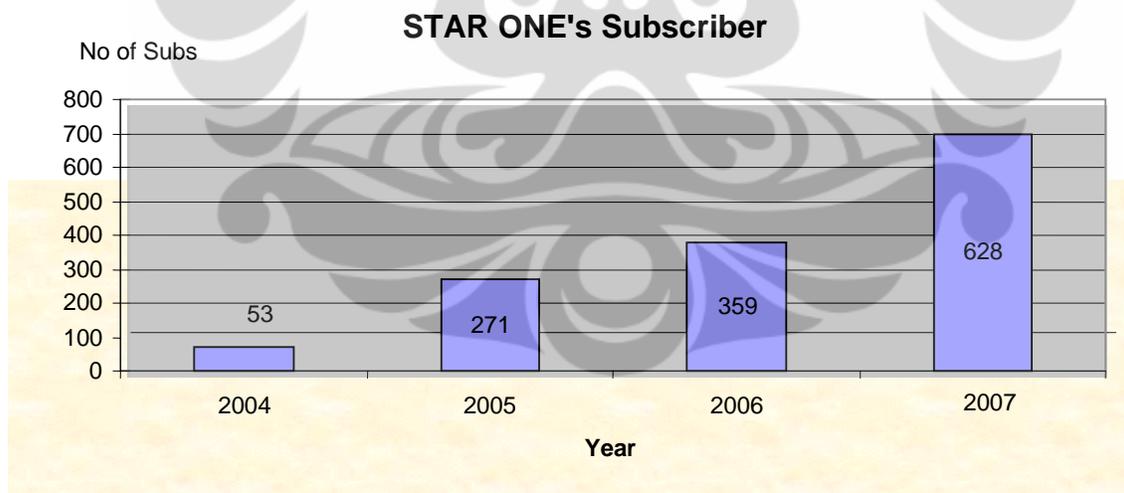
FWA Indosat lahir pertama kali di kota Surabaya pertengahan 2004, selanjutnya pada tahun 2005 Indosat mengembangkan layanan FWA-nya ini ke Jabotabek dengan memakai frekuensi 1900 MHZ sedangkan di Surabaya memakai frekuensi 800 MHZ, diikuti dengan kota Medan pada tahun yang sama, dan pada tahun 2006 terjadi pengembangan yang cukup signifikan yaitu penambahan layanan FWA di 15 kota, pada tahun 2007 perluasan cakupan area mencapai 24 kota, dan dilanjutkan sampai saat ini tahun 2008 penambahan perluasan cakupan area FWA Indosat direncanakan sudah mencapai 51 kota pada bulan Maret.

Sejak peluncuran Juli 2004 sampai akhir 2007, StarOne hanya mempunyai jumlah pelanggan 628 ribu. Tidak bisa dibandingkan dengan 3 pesaing utamanya yang sudah dapat merebut pangsa pasar diatas satu juta pelanggan, terutama Flexi dari PT. Telkom sudah mencapai jumlah pelanggan diatas enam juta sampai saat ini. Gambar 2.4 menunjukkan posisi bisnis Indosat diantara kompetitor.



Gambar 2.4 Posisi Bisnis Indosat diantara kompetitor
 Sumber : Indosat Presentation end of 2007 [5]

Bila di lihat data perkembangan FWA Indosat sejak pertama diluncurkan tahun 2004 – 2007 seperti pada Gambar 2.5, terlihat tidak adanya perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun dibandingkan dengan kompetitor lain seperti telkom flexi dan esia.



Gambar 2.5 Pertumbuhan pelanggan FWA Indosat [3]

Perkembangan FWA Indosat yang sangat lamban ini dipengaruhi oleh beberapa alasan, Antara lain [7]:

1. Sebagian besar promosi StarOne/Jagoan masih kurang efektif dalam meraih pelanggan baru dan hanya peduli bagi pelanggan existing.
2. Untuk tingkat kepuasan pengguna StarOne ada 4 (empat) atribut berikut yang sangat jauh dari rata-rata tingkat kepuasan pada industri seluler yaitu kecepatan isi ulang voucher elektronik, ketersediaan starter pack, customer services, dan ketersediaan voucher isi ulang.
3. Tingkat kepedulian terhadap event launching StarOne sangat rendah, media event launching yang efektif adalah di plaza serta di outlet.
4. Sumber informasi yang mampu mempengaruhi pelanggan adalah teman, televisi, keluarga dan koran. Oleh karena itu, "*word of mouth*" perlu di-explore lebih jauh sebagai media akuisisi pelanggan.
5. Manajemen sangat peduli agar layanan CDMA ini tidak menjadi 'kanibal' bagi layanan seluler berbasis GSM, hal ini berimplikasi pada strategi pengembangan StarOne yang kurang optimal, baik dari sisi teknologi maupun inisiatif marketing.

Di sisi lain, pangsa pasar CDMA masih sangat besar dengan penetrasi yang masih sangat kecil, terutama wilayah-wilayah *marginal* dan terpencil dengan peluang dan potensi pengembangan ekonomi yang masih besar.

2.3.1 Data Pelanggan dan Pendapatan

Tabel 2.2 menunjukkan data pendapatan Indosat pada tahun 2004-2006.

Tabel 2.2 Data Pendapatan Indosat 2004-2006 [3]

	For the year ended December 31,					
	2004		2005		2006	
	Rp.	%	Rp.	%	Rp.	%
	(Rp. in billions, except percentages)					
Cellular services	7,342.1	70.4%	8,645.0	74.6%	9,227.5	75.4%
Fixed telecommunications	1,544.7	14.8	1,250.8	10.8	1,109.3	9.1
MIDI services	1,483.9	14.2	1,694.0	14.6	1,902.6	15.5
Other services	59.4	0.6	—	—	—	—
Total operating revenues	10,430.1	100.0%	11,589.8	100.0%	12,239.4	100.0%

Bila di lihat dari data pendapatan dari Tabel 2.2 tampak bahwa pendapatan atau pendapatan yang dihasilkan oleh layanan Fixed telecommunication yaitu SLI 001 dan 008 dan FWA (StarOne) terlihat bahwa pertumbuhan bisnis pada layanan

tersebut cenderung menurun, sementara pertumbuhan bisnis seluler meningkat secara drastis. Demikian pula dengan bisnis MIDI (Multimedia, Data dan Internet).

Pertambahan pelanggan tentu saja tidak selalu diikuti oleh peningkatan pendapatan, namun pertambahan pelanggan salah satu factor yang ikut berperan dalam meningkatkan pendapatan, dimana pertambahan pelanggan FWA Indosat sendiri masih sangat kecil. Pertumbuhan jumlah pelanggan dan jumlah pendapatan selama 3 tahun sejak digelarnya layanan FWA ini tidak mengalami pertumbuhan secepat *Telkom Flexy* dan *Esia*. Tabel 2.3 memperlihatkan pertumbuhan jumlah pelanggan dan pendapatan layanan FWA Indosat sejak tahun diluncurkan 2004 sampai dengan tahun 2007.

Tabel 2.3 Jumlah Pelanggan dan Pendapatan 2004 -2007 [5]

Sumber : Form 20-F, Annual Report, PT Indosat, for the fiscal year ended December 31, 2007

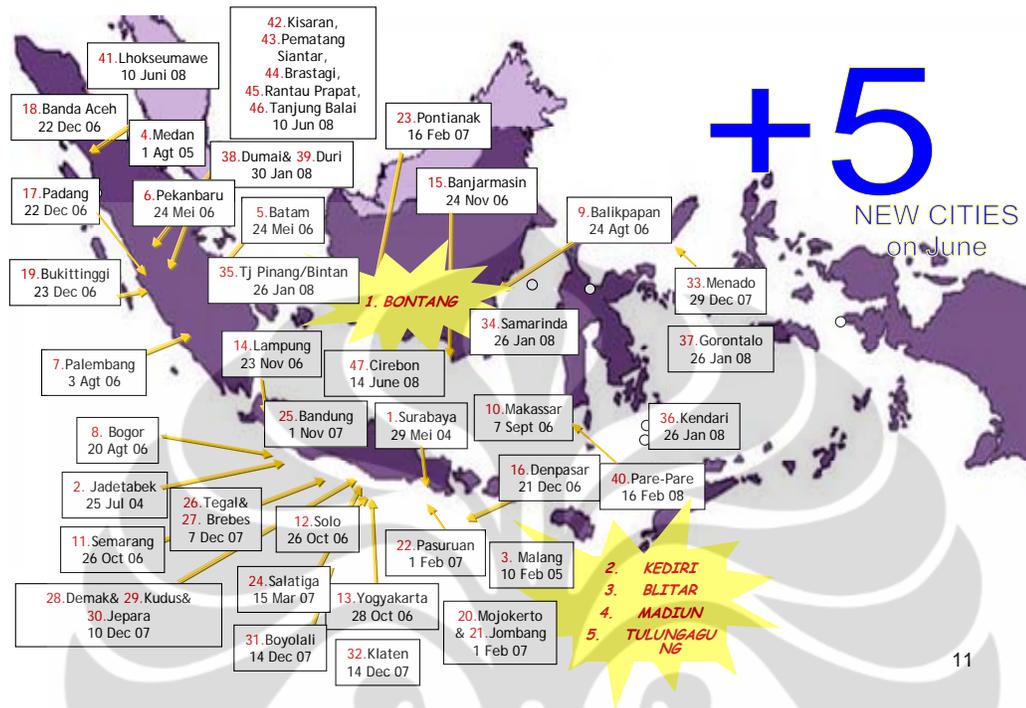
No.	URAIAN	SATUAN	2004	2005	2006	2007
1	Jumlah pelanggan	Pelanggan	52.752	271.158	358.980	627.934
2	Pendapatan	Milyar Rp.	11,4	70,3	149,9	218,7

2.3.2 Cakupan Area

Infrastruktur jaringan FWA Indosat dibangun dengan konsep co-location dengan infrastruktur jaringan seluler, sehingga penggelaran jaringan untuk layanan FWA tersebut dapat dilakukan dengan cepat dan dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Hal utama yang menyebabkan rendahnya capex ini adalah penggunaan teknologi dari China. Saat ini sebagian besar operator CDMA menggunakan teknologi CDMA dari China. Nilai ini diluar biaya pembangunan tower, shelter dan CME dan transmisi antar BTS-BSC.

Perluasan jaringan FWA dilakukan tidak hanya di kota-kota baru, namun juga di kota-kota eksisting. Saat ini area cakupan StarOne sudah merambah di 40 kota seperti tampak pada Gambar 2.6 :

Coverage StarOne 47 Cities



Gambar 2.6 Cakupan Area FWA Indosat [9]

2.3.3 PENGELOLA LAYANAN FWA INDOSAT SAAT INI

Pengelolaan FWA Indosat saat ini dilakukan dengan 2 cara, yaitu dikelola secara langsung oleh manajemen Indosat bagi wilayah di luar Jawa Tengah. Dikelola dengan cara kerjasama dengan anak perusahaan Indosat yaitu StarOne Mitra Telekomunikasi (SMT) untuk wilayah Jawa Tengah seperti Semarang, Solo, Yoga. SMT dimiliki oleh 4 pemegang saham yaitu Pemda JaTeng, Trikomsel, Dawa Mibah (salah satu vendor Indosat) dan Indosat. Pengelolaan oleh mitra Indosat ini sudah berlangsung sejak tahun 2006. Saat ini kota-kota lainnya di area Jawa Tengah juga sudah dapat menikmati layanan StarOne, antara lain Tegal, Kudus, Demak, Jepara dan daerah lainnya di Jateng.

2.4 RENCANA PENGEMBANGAN FWA INDOSAT

Dikutip dari detiknet per tanggal 23 November 2007, PT Indosat Tbk pada 2008 akan mengalokasikan Rp 8,5 triliun untuk pengembangan jaringan telekomunikasi bergerak seluler dan nirkabel tetap atau FWA. Direktur Utama Indosat, Johnny Swandi Sjam, mengungkapkan alokasi untuk ekspansi jaringan tersebut diambil dari anggaran belanja modal atau *capital expenditure* (Capex) 2008 yang total mencapai US\$ 12 miliar atau sekitar Rp 10 triliun. "Kami akan mengalokasikan sekitar 80%-85% untuk pengembangan seluruh jaringan nirkabel kami," ujarnya di sela peluncuran kembali StarOne di Kantor Pusat PT Indosat, Jakarta, Jumat (23/11/2007). Indosat saat ini memiliki lebih dari 10 ribu stasiun pemancar telekomunikasi atau Base Transceiver Station (BTS). Meski BTS tersebut sebagian telah dipasang dengan menggunakan infrastruktur menara bersama, namun, mayoritas diantaranya masih menggunakan menara telekomunikasi yang dibangun Indosat sendiri.

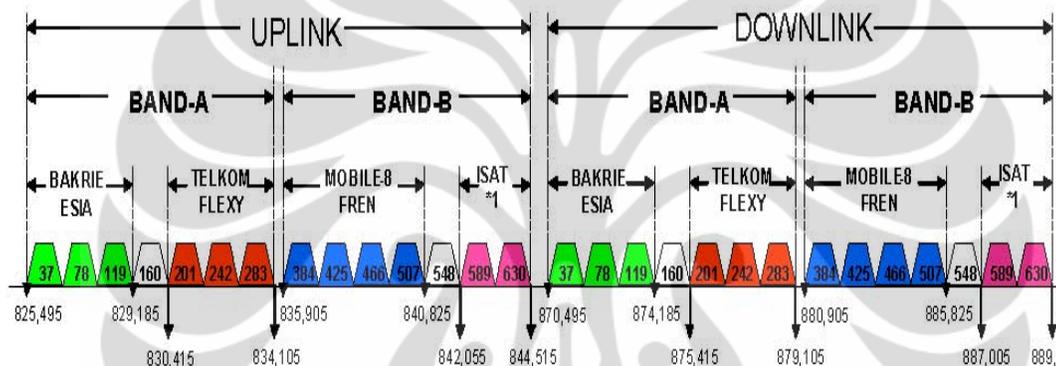
2.4.1 Program Pemerintah

Seperti di ketahui pada tanggal 12 Desember 2006 telah terbit keputusan Menkominfo No. 181/KEP/M.KOMINFO/12/2006 tentang pengalokasian kanal pada pita frekuensi radio 800 MHz untuk penyelenggaraan jaringan tetap lokal tanpa kabel dengan mobilitas terbatas dan jaringan bergerak seluler. Hal ini dilakukan karena pemerintah berusaha untuk memenuhi standar internasional industri dan sebagaimana yang direkomendasikan oleh ITU spektrum frekuensi 1900 MHz hanya akan digunakan untuk jaringan 3G. Tabel 2.4 menunjukkan alokasi kanal frekuensi dalam KM.181/2006.

Tabel 2.4 Alokasi kanal frekuensi dalam KM.181/2006 [8]

Operator	Nasional	
	Frekuensi	Kanal
Flexi - Telkom	800 MHz	201,242,283
Esia - Bakrie-Tel	800 MHz	37,78,119
Starone - Indosat	800 MHz	589,630
Fren - Mobile8	800 MHz	384,425,466,507

Demi penyelenggaraan layanan telekomunikasi generasi ketiga (3G), pemerintah melakukan penataan frekuensi 1900 MHz yang mengakibatkan adanya perpindahan frekuensi layanan-layanan telekomunikasi sejumlah operator. PT Indosat Tbk mulai melakukan migrasi jaringan StarOne di seluruh Indonesia seiring peningkatan kebutuhan pelanggannya di berbagai kota. Migrasi ini merupakan tindak lanjut dari pengurusan frekuensi StarOne yang dilakukan Pemerintah dalam rangka penataan frekuensi tersebut. Gambar 2.7 menunjukkan alokasi kanal setelah KM 181/2006.



Gambar 2.7 Alokasi kanal frekuensi setelah KM 181/2006 [8]

Frekuensi 800Mhz punya kekuatan sinyal (daya rambat) yang lebih baik untuk menembus tembok bangunan. Surabaya yang jadi tempat munculnya teknologi CDMA berada di frekuensi ini. Tidak heran, kualitas sinyal operator CDMA (Flexi dan StarOne) untuk wilayah Surabaya (dan Jawa Timur) lebih baik daripada Jakarta yang sebelum migrasi menggunakan 1.900MHz.

Untuk area nasional, dalam keputusan Menkominfo No. 182/KEP/M.KOMINFO/5/2007 alokasi frekuensi CDMA yang digunakan secara nasional terlihat pada Tabel 2.5

Tabel 2.5 Alokasi Kanal frekuensi dalam KM.182/2007 [8]

Operator	Jakarta, Jawa Barat, Banten		Luar Jakarta, Jawa Barat, Banten	
	Frekuensi	Kanal	Frekuensi	Kanal
Flexi - Telkom	800 MHz	201,242,283	800 MHz	37,78,119
Esia – B-Tel	800 MHz	37,78,119	800 MHz	201,242,283
Starone - Indosat	800 MHz	589,630	800 MHz	589,630
Friends - Mobile8	800 MHz	384,425,466,507	800 MHz	384,425,466,507

Pada masa pasca migrasi, carrier FWA yang di alokasikan oleh Pemerintah kepada Indosat berkurang dari 3 carrier menjadi 2 carrier, tentu saja hal ini sangat berpengaruh pada upaya Indosat dalam pengembangan kapasitas jaringan di masa mendatang serta keterbatasan layanan, sehingga hanya dapat dimanfaatkan untuk voice dan data dengan menggunakan teknologi CDMA 2000-1x saja. Sedangkan akses data kecepatan tinggi seperti contohnya teknologi EVDO (*Evolution Data Only*) sulit untuk dapat dilakukan karena membutuhkan alokasi 1 carrier frekuensi tersendiri, tidak dapat digabung dengan carrier yang dialokasikan CDMA 2000-1x untuk voice dan data

Prediksi akan banyaknya permasalahan yang akan dihadapi Indosat pasca migrasi frekuensi merupakan resiko. Namun diharapkan kualitas dan layanan yang sudah terjaga tetap dipertahankan dan dijaga agar dampak migrasi ini tidak dirasakan pelanggan. Selain itu Indosat dituntut untuk meningkatkan Average Pendapatan Per User (ARPU) dan meminimalisasi biaya yang ditimbulkan serta dapat menyusun strategi yang terbaik dalam menambah jumlah pelanggan.

Di sisi lain, pasar masih berdaya serap tinggi, dan target pertumbuhan hingga beberapa tahun ke depan masih sangat progresif. Biaya modal (*capital expenditure*) setiap tahun akan makin meningkat.

2.4.2 Pengembangan Cakupan Area

Saat ini jaringan FWA Indosat sudah tersebar di 51 kota , walaupun awalnya hanya beberapa BTS namun pada 2008 Indosat mulai menambah jumlah BTSnya 2 kali lipat dari tahun 2006. Hal ini tentu saja diikuti kapasitas pelanggan yang cukup besar yaitu lebih dari 3 juta pelanggan. Tabel 2.6 menunjukkan kapasitas pelanggan FWA Indosat 2006 – 2008.

Tabel 2.6 Prediksi Kapasitas Pelanggan FWA Indosat [2]

Tahun	Jumlah BTS	Kapasitas Pelangan
2006	445	1.097.598
2007	726	2.164.803
2008	911	3.000.000

Pada tanggal 23 November 2007 Indosat mulai mengembangkan layanan FWA-nya dengan mengeluarkan program Reborn StarOne (Kelahiran Kembali Starone). Peluncuran program ini ditandai juga dengan penggunaan frekuensi baru 800 Mhz, di Jabodetabek, dan Kanal-B frekuensi 800 MHz di luar Jabodetabek. Program reborn ini diharapkan dapat meningkatkan penetrasi pasar dan mendongkrak jumlah pelanggan FWA Indosat.

Jangkauan layanan StarOne, diharapkan meningkat dari 24 menjadi 46 kota di Indonesia pada 2008, setelah berhasil melewati proses migrasi frekuensi dari 1.900 MHz ke 800 MHz pada September.

Dalam reborn StarOne diluncurkan pula program Ngobrol Irit (Ngorbit) StarOne menggunakan metode percakapan menit atau bulanan. Untuk program per menit, tarif yang ditawarkan antar sesama pengguna StarOne, baik lokal maupun SLJJ, sebesar Rp25 per menit atau Rp750 per jam, sedangkan untuk tambahan menit berikutnya dikenakan tarif Rp12,5 per menit. Sementara itu, untuk program bulanan, pelanggan dikenakan tarif Rp25.000 per bulan untuk panggilan telepon sepuasnya ke sesama pelanggan StarOne baik lokal maupun SLJJ. (Sumber: bisnis.com).