

Perumusan strategi bisnis content delivery network (CDN) : studi kasus PT. Telkom dengan menggunakan metode SWOT = The business strategy for content delivery network (CDN) : a case study of PT. Telkom / Rahayu Diah Ratnawati

Rahayu Diah Ratnawati, author

Deskripsi Dokumen: <https://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=20349776&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Populasi pengguna internet dunia terus meningkat dan Indonesia berada di urutan kedua di Asia dimana dari seluruh pengguna internet di Indonesia 80% pengguna mengakses situs yang berada diluar negeri. Hal ini menjadi faktor mengapa layanan internet di Indonesia masih relatif mahal karena ISP harus menyewa link internasional agar dapat terkoneksi ke situs-situs yang berada diluar negeri. Konsumsi bandwidth pengguna internet juga meningkat seiring dengan pergeseran gaya hidup ke arah sosial media dan online video. Namun pertumbuhan trafik internet ini tidak diimbangi oleh pertumbuhan revenue yang diperoleh operator telekomunikasi. Selain itu, operator telekomunikasi kini berhadapan dengan layanan baru yaitu OTT (Over The Top) dimana operator telekomunikasi sebagai pemilik jaringan sangat berkepentingan agar tidak ada gap profit dengan OTT provider. Operator harus memikirkan cara untuk mendapatkan revenue dari jaringan infrastruktur yang dimilikinya, salah satunya dengan implementasikan Content Delivery Network (CDN). Secara teori CDN mampu menyalurkan data secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan internet, menghemat bandwidth internasional, dan dapat menambah revenue.

Dari hasil analisa perumusan strategi bisnis CDN di Telkom dengan menggunakan metode SWOT didapatkan hasil bahwa layanan CDN Telkom terletak pada kuadran I yaitu Growth Oriented Strategy. Hasil analisa Matriks Internal Eksternal layanan CDN Telkom juga berada pada sel 1 atau Growth. Langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan adalah strategi yang intensif antara lain pengembangan produk layanan CDN Telkom, melakukan penjualan layanan CDN Telkom dengan menawarkan suatu paket bundling premium terhadap produk wholesale yang dimiliki Telkom, mengembangkan berbagai model bisnis tertentu dalam melakukan kerjasama baik dengan operator dan konten provider, serta mengembangkan Owned CDN Telkom sebagai fully managed CDN Operator. Langkah-langkah strategis tersebut diharapkan dapat mendukung Telkom agar memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya untuk memenangkan kompetisi.

ABSTRACT

Internet users of World's population continues to increase, and Indonesia rank second in Asia which 80% of Indonesian internet users accessing overseas' sites. This factor causes internet service in Indonesia relatively expensive since the ISP had to hire an international link to connect to websites located outside the country. Bandwidth consumption of Internet users has also increased along with lifestyle shift towards social media and online video. However, the growth of Internet traffic is not followed by revenue growth gained by telecommunication operators. In addition, operators are now facing a new service that called OTT (Over The Top) where operators as the network owner is very concerned to reach no profit gap between telecom operators and OTT providers. Operators should design a strategy to get revenue from its network infrastructure; one of the strategies is implementing the Content Delivery Network (CDN). Theoretically CDN is capable in delivering data effectively and efficiently, improve internet service quality, and may increase the revenue.

From the analysis of the business strategy formulation at Telkom CDN using SWOT method showed that Telkom CDN services lies in the first quadrant or at Oriented Growth Strategy. Internal External Matrix analysis also results CDN service Telkom is in cell 1 or Growth. Strategic steps that can be done are intensive strategies such as CDN product development, sell CDN services by offering a bundled premium package with other Telkom's wholesale products, create certain business models for doing business with operators and content providers, also deploy Owned CDN Telkom as a fully managed CDN provider. These strategic measures are expected to support Telkom in order to have a competitive advantage over its competitors in order to win the competition.