

Analisis Daya Saing dan Strategi Peningkatan Layanan IndiBiz Menggunakan Metode Benchmarking, Weighted Scoring, dan SWOT (Studi Kasus: PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta)

Mahdy Faraj Demmangago^a, Famila Dwi Winati^b

^a Program Studi Teknik Industri, Telkom University, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147

* Corresponding author: mahdyfaraj@student.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Persaingan antar penyedia layanan internet bisnis di wilayah Yogyakarta semakin ketat, menyebabkan IndiBiz perlu menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saingnya di pasar. Penelitian ini membahas analisis daya saing layanan internet bisnis IndiBiz yang disediakan oleh PT Telkom Indonesia di wilayah Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi posisi pasar IndiBiz dan merumuskan strategi peningkatan daya saing. Ruang lingkup penelitian mencakup tiga segmen pelanggan, yaitu usaha kecil menengah, instansi pemerintahan, dan perusahaan besar. Metode yang digunakan meliputi Benchmarking, Weighted Scoring, dan Analisis SWOT untuk membandingkan IndiBiz dengan penyedia layanan lain berdasarkan indikator harga, kecepatan koneksi, biaya instalasi, keandalan jaringan, serta manfaat tambahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa IndiBiz menempati posisi unggul pada segmen pemerintahan karena memiliki performa jaringan yang andal dan kualitas layanan tinggi. Namun, pada segmen bisnis dan perusahaan besar, IndiBiz memerlukan penyesuaian harga serta peningkatan fitur keamanan jaringan agar dapat bersaing lebih efektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan daya saing IndiBiz dapat dicapai melalui fleksibilitas harga, pengembangan layanan digital terintegrasi, dan optimalisasi kolaborasi dalam ekosistem Telkom Group untuk memberikan solusi internet bisnis yang lebih kompetitif.

Kata Kunci : *IndiBiz, Benchmarking, Weighted Scoring, SWOT Analysis, Daya Saing, ISP.*

ABSTRACT

Competition among business internet service providers in the Yogyakarta region has become increasingly intense, creating challenges for IndiBiz in maintaining its competitiveness in the market. This study examines the competitiveness of the IndiBiz business internet service provided by PT Telkom Indonesia in the Yogyakarta region. The purpose of this research is to evaluate IndiBiz's market position and formulate strategies to enhance its competitiveness. The scope of the study covers three customer segments: small and medium enterprises, government institutions, and large corporations. The methods used include Benchmarking, Weighted Scoring, and SWOT Analysis to compare IndiBiz with other service providers based on indicators such as pricing, connection speed, installation costs, network reliability, and additional benefits. The results show that IndiBiz holds a strong position in the government segment due to reliable network performance and high service quality. However, in the business and enterprise segments, IndiBiz needs to adjust its pricing and improve network security features to compete more effectively. This study concludes that IndiBiz's competitiveness can be enhanced through pricing flexibility, the development of integrated digital services, and optimization of collaboration within the Telkom Group ecosystem to deliver more competitive business internet solutions.

Keywords: *IndiBiz, Benchmarking, Weighted Scoring, SWOT, Competitiveness, Internet Service Provider.*



1. Pendahuluan

Jaringan internet mengalami perkembangan signifikan di era digitalisasi, mulai dari koneksi berkecepatan rendah hingga hadirnya jaringan berkecepatan tinggi seperti 5G [1], [2]. Perkembangan ini berdampak besar terhadap sektor bisnis, baik skala kecil menengah (Small Medium Enterprise/SME) maupun korporasi besar (Enterprise Services/ES) dan instansi pemerintahan. Pertumbuhan pesat teknologi informasi dan komunikasi mendorong ketersediaan layanan internet yang memadai sebagai faktor penting dalam mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan industri bisnis. Akses internet yang optimal memungkinkan dunia usaha beradaptasi lebih cepat dengan dinamika pasar global [1]. Di sisi lain, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan teknologi terkini seperti cloud computing dan big data yang membutuhkan layanan internet yang andal [1]. Di Indonesia, peran internet dalam mendorong transformasi bisnis UKM juga ditegaskan oleh penelitian yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mempercepat proses operasional [3], [4]. Namun, tingkat adopsi layanan internet di berbagai daerah masih bervariasi, dipengaruhi oleh faktor infrastruktur, biaya layanan, dan kualitas jaringan [5].

PT Telkom Indonesia melalui produk IndiBiz hadir sebagai solusi internet bisnis yang menasar tiga segmen utama, yaitu SME, DGS (Digital Government Services), dan ES. Meski demikian, persaingan di industri Internet Service Provider (ISP) di wilayah Yogyakarta semakin ketat, dengan banyak kompetitor seperti Biznet, MyRepublic, XL Axiata, CBN, dan MNC Play yang menawarkan variasi paket dari sisi kecepatan, harga, fitur tambahan, serta keunggulan layanan. Beberapa masalah utama yang dihadapi IndiBiz antara lain harga paket di segmen SME dan ES yang relatif lebih tinggi dibanding kompetitor [6], adanya biaya instalasi yang masih dibebankan kepada pelanggan sementara kompetitor memberikan gratis instalasi, terbatasnya opsi IP publik [7], serta kurangnya bundling layanan tambahan.

Kondisi tersebut dapat menyebabkan posisi kompetitif IndiBiz melemah, yang pada akhirnya berpotensi menurunkan minat pelanggan baru, meningkatkan churn rate pelanggan lama, serta mengurangi pangsa pasar di wilayah potensial seperti Yogyakarta. Jika situasi ini dibiarkan, perusahaan dapat kehilangan peluang pertumbuhan dan kesulitan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah peningkatan penetrasi kompetitor yang lebih agresif secara harga maupun fitur layanan.

Untuk mengatasi kondisi tersebut, diperlukan analisis benchmarking yang komprehensif terhadap produk dan strategi layanan kompetitor. Benchmarking menjadi solusi karena mampu memberikan gambaran objektif mengenai posisi kompetitif IndiBiz dibanding pesaing langsung, baik dari aspek harga, kualitas layanan, kecepatan internet, fitur tambahan, maupun strategi pemasaran. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kesenjangan kinerja (performance gap) dan merumuskan langkah strategis untuk memperbaikinya.

Output yang diharapkan dari proses benchmarking ini adalah rekomendasi strategis yang berbasis data guna meningkatkan daya saing IndiBiz, meliputi penyusunan paket harga yang lebih kompetitif, penambahan fitur layanan bernilai tambah, serta peningkatan kualitas pengalaman pelanggan. Selanjutnya, hasil benchmarking dapat diperkuat dengan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk menilai posisi internal dan eksternal IndiBiz secara menyeluruh. Analisis SWOT memungkinkan identifikasi kekuatan yang perlu dipertahankan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang pasar yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman dari kompetitor yang perlu diantisipasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman menyeluruh tentang posisi kompetitif IndiBiz serta menghasilkan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh PT Telkom Indonesia untuk memperkuat kinerja dan daya saing produknya di pasar layanan internet bisnis.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Literatur Review

Benchmarking dan *analisis SWOT* merupakan metode strategis yang banyak digunakan untuk menilai daya saing dan merumuskan strategi peningkatan kinerja perusahaan di berbagai sektor industri. Menurut Anand dan Kodali [8], *benchmarking* adalah proses membandingkan produk, layanan, dan praktik bisnis suatu organisasi dengan pesaing terbaik untuk menemukan kesenjangan kinerja. Sanantagraha dan Mahadewi [5] menegaskan bahwa *benchmarking* di sektor ISP membantu memahami posisi pasar berdasarkan harga, kecepatan, dan fitur layanan.

Rahman dan Sari [6] menyebut bahwa *benchmarking* harga penting untuk menentukan strategi kompetitif di industri telekomunikasi. Sementara itu, Wu et al. [9] mengembangkan *quantitative SWOT analysis* guna mengurangi subjektivitas, dan Gödde et al. [10] menilai SWOT sebagai alat strategis yang efektif untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pendekatan *weighted scoring* menurut Zavadskas et al. [11] dan Kizielewicz [12] membantu memberikan bobot pada tiap kriteria agar penilaian lebih objektif. Dalam konteks ekonomi digital, Pratama dan Nugroho [13] dan Busnetti & Tambunan [4] menunjukkan bahwa *benchmarking* membantu ISP dan UKM meningkatkan efisiensi dan inovasi layanan.

Selain itu, Laudon & Traver [14] menekankan pentingnya kombinasi *benchmarking* dan SWOT dalam menilai keunggulan kompetitif, sementara Triumphs [15] dan Cisco [16] menunjukkan bahwa kecepatan dan stabilitas jaringan menjadi indikator utama dalam *benchmarking* ISP. Secara keseluruhan, integrasi metode *benchmarking*, *weighted scoring*, dan analisis SWOT merupakan pendekatan komprehensif untuk mengevaluasi posisi kompetitif dan merumuskan strategi peningkatan daya saing perusahaan.

Sebelum melakukan analisis *benchmarking* dan SWOT terhadap layanan IndiBiz, perlu dilakukan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana metode *benchmarking* dan analisis daya saing telah diterapkan dalam konteks industri layanan internet maupun sektor bisnis lainnya. Melalui perbandingan tersebut, dapat diidentifikasi kesamaan, perbedaan, serta celah penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar dan pembeda penelitian ini dengan studi sebelumnya. Ringkasan hasil perbandingan penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1
Perbandingan penelitian

Peneliti (Tahun)	Objek Penelitian	Metode	Hasil Utama
Anand & Kodali (2020)	Model-model <i>benchmarking</i> di sektor industri	<i>Benchmarking</i>	Menyimpulkan bahwa <i>benchmarking</i> efektif untuk menemukan kesenjangan kinerja dan menetapkan standar perbaikan organisasi.

Peneliti (Tahun)	Objek Penelitian	Metode	Hasil Utama
Sanantagraha & Mahadewi (2024)	Analisis benchmarking kompetitif ISP di Indonesia (SME, Government, Enterprise)	Benchmarking	Benchmarking membantu memahami posisi pasar ISP berdasarkan harga, kecepatan, dan fitur layanan.
Rahman & Sari (2021)	Strategi harga kompetitif pada industri telekomunikasi Indonesia	Analisis Harga & Benchmarking	Menunjukkan bahwa strategi harga yang fleksibel meningkatkan daya saing ISP di pasar nasional.
Wu et al. (2024)	Penerapan SWOT kuantitatif dalam pengambilan keputusan strategis	Analisis SWOT Kuantitatif	Menghasilkan penilaian objektif faktor internal-eksternal untuk strategi yang lebih terukur.
Gödde et al. (2023)	Efektivitas SWOT dalam analisis strategis organisasi	Analisis SWOT	SWOT dinilai sebagai alat sederhana namun komprehensif untuk mengevaluasi kekuatan dan ancaman bisnis.
Zavadskas et al. (2023)	Evaluasi kinerja organisasi multi-kriteria	Weighted Scoring	Pembobotan meningkatkan objektivitas dan akurasi evaluasi daya saing produk.
Kizielewicz (2024)	Penerapan metode weighted scoring dalam pengambilan keputusan	Weighted Scoring	Memberikan hasil evaluasi yang lebih konsisten dengan tingkat kepentingan antar kriteria.
Pratama & Nugroho (2021)	Peran ISP dalam ekonomi digital Indonesia	Benchmarking & Analisis Pasar	ISP berperan penting dalam efisiensi dan inovasi bisnis digital nasional.
Busnetti & Tambunan (2020)	Adopsi teknologi digital oleh UMKM di Indonesia	Studi Empiris	Penggunaan internet meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional UMKM.
Triumphs (2023)	Perkembangan kecepatan internet menuju era 5G	Studi Literatur	Teknologi 5G dan fiber optic meningkatkan performa dan kecepatan layanan internet secara signifikan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1. SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal organisasi guna merumuskan strategi yang tepat [17]. Melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal, perusahaan dapat memahami posisi kompetitifnya di pasar [9]. Menurut Gödde et al. [9], SWOT menjadi metode yang efektif karena sederhana namun mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi organisasi, baik dari aspek operasional, pemasaran, maupun pengembangan produk. Dalam penelitian modern, SWOT sering dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif seperti metode weighting atau text-mining untuk mengurangi subjektivitas dan meningkatkan reliabilitas analisis [9]. Oleh karena itu, penggunaan analisis SWOT dalam konteks industri layanan internet membantu perusahaan dalam mengidentifikasi potensi peningkatan daya saing dan pengambilan keputusan strategis secara lebih tepat.

2.2.2 Internet Service Provider (ISP)

Internet Service Provider (ISP) adalah penyedia layanan yang memungkinkan pelanggan terhubung ke internet melalui berbagai teknologi, seperti kabel, fiber optic, atau nirkabel. Selain menyediakan koneksi internet, ISP modern juga menawarkan fitur tambahan seperti static IP, keamanan jaringan, layanan cloud, dan dukungan pelanggan [14]. Di Indonesia, ISP berperan besar dalam memperkuat ekonomi digital, mendukung transformasi bisnis UKM, pemerintahan, dan korporasi [13].

2.2.3 Weight Score

Metode weighted scoring merupakan salah satu pendekatan dalam Multi-Criteria Decision Analysis (MCDA) yang digunakan untuk memberikan penilaian kuantitatif terhadap alternatif berdasarkan beberapa kriteria yang memiliki tingkat kepentingan berbeda [12]. Setiap kriteria diberi bobot sesuai tingkat pengaruhnya, kemudian dikalikan dengan skor performa untuk menghasilkan nilai total yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan [18]. Menurut Zavadskas et al. [11], metode ini efektif dalam menilai daya saing atau performa produk karena mampu menggabungkan aspek kualitatif dan kuantitatif dalam satu model analisis. Weighted scoring juga dapat membantu organisasi dalam menentukan prioritas strategis dengan mempertimbangkan berbagai faktor secara objektif dan terukur. Dengan demikian, pendekatan ini sesuai digunakan untuk menilai daya saing layanan IndiBiz berdasarkan indikator benchmarking seperti harga, kecepatan, IP, biaya instalasi, dan benefit tambahan.

2.2.4 Konsep Benchmarking

Benchmarking adalah metode perbandingan produk, layanan, atau proses suatu organisasi dengan standar terbaik di industri untuk menemukan kesenjangan dan peluang perbaikan [8]. Benchmarking kompetitif fokus pada perbandingan langsung dengan pesaing untuk menilai performa dan kualitas layanan [7].

2.2.5 Kecepatan Layanan Internet

Kecepatan internet, diukur dalam Megabits per second (Mbps) atau Gigabits per second (Gbps), mencerminkan kapasitas transmisi data per detik. Faktor penentu kecepatan termasuk jenis infrastruktur, teknologi akses (fiber optic, DSL, 4G, 5G), jarak pengguna dari node jaringan, dan kualitas perangkat [16]. Kemajuan

teknologi 5G dan fiber to the home (FTTH) telah meningkatkan performa layanan internet secara signifikan [15].

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta, tepatnya pada Divisi *Performance Risk Quality of Sales*. Fokus penelitian ini adalah menganalisis daya saing layanan IndiBiz pada tiga segmen pelanggan utama, yaitu *Small and Medium Enterprise (SME)*, *Digital Government Services (DGS)*, dan *Enterprise Services (ES)*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dengan tujuan menggambarkan kondisi daya saing IndiBiz secara objektif melalui analisis perbandingan terhadap kompetitor utama di wilayah Yogyakarta. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggabungkan data numerik dan deskriptif untuk menghasilkan evaluasi yang terukur dan komprehensif.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari dashboard internal Telkom Indonesia yang berisi informasi mengenai performa layanan IndiBiz. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber resmi kompetitor seperti Biznet, MyRepublic, XL Axiata, CBN, dan MNC Play. Data yang dikumpulkan mencakup variabel-variabel yang menjadi indikator daya saing, yaitu harga paket, kecepatan layanan, rasio bandwidth, jenis IP, biaya instalasi, serta manfaat tambahan atau *benefit* yang ditawarkan oleh masing-masing penyedia layanan.

Tahapan penelitian dilakukan melalui beberapa langkah sistematis. Tahap pertama adalah identifikasi masalah untuk menentukan isu utama terkait posisi daya saing IndiBiz di pasar ISP wilayah Yogyakarta. Selanjutnya dilakukan studi literatur untuk mengkaji teori-teori pendukung seperti *Benchmarking*, *Weighted Scoring*, dan *SWOT Analysis*. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data layanan IndiBiz dan kompetitor berdasarkan indikator kinerja utama. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode *Benchmarking* untuk melihat posisi kompetitif IndiBiz serta metode *Weighted Scoring* untuk memberikan bobot pada setiap indikator sehingga menghasilkan nilai daya saing secara kuantitatif. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan dalam *SWOT Analysis* untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi kompetitif IndiBiz. Berdasarkan kombinasi ketiga metode tersebut, disusun rekomendasi strategi peningkatan daya saing yang dapat diterapkan oleh PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta.

Metode *Benchmarking* digunakan untuk melakukan perbandingan antara layanan IndiBiz dan kompetitor berdasarkan indikator-indikator kinerja yang telah ditentukan. Metode *Weighted Scoring* diterapkan untuk menilai tingkat kepentingan setiap indikator melalui pembobotan, sehingga diperoleh skor total daya saing pada masing-masing segmen pelanggan. Sementara itu, *Analisis SWOT* digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi IndiBiz sebagai dasar dalam perumusan strategi peningkatan layanan. Melalui tahapan dan metode tersebut, penelitian ini menghasilkan gambaran komprehensif mengenai posisi kompetitif IndiBiz serta langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saingnya di pasar layanan internet bisnis wilayah Yogyakarta.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil analisis Benchmarking dan Weight Scoring persegmen

Berikut adalah analisis Bechmarking dan Weight Scoring pada pada segmen *Division Government Services (DGS)*, *Small Medium Enterprise (SME)*, dan *Enterprise Services (ES)*:

a. Division Government Services (DGS)

Tabel 4.1 Benchmarking Layanan Segmen DGS

Provider	Nama Paket	Harga/Bulan	Kecepatan	Rasio		IP	Instalasi	Benefit Tambahan
				Kuota	Bandwidth			
Telkom (HSI Bisnis)	HSI Bisnis Basic Promo	Rp. 500.000	100 Mbps	Unlimited (Tanpa FUP)	1:1	Dynamic	Rp. 500.000	Unlimited, Jaringan fiber Telkom seluruh Indonesia, Support teknis prioritas 24/7.
	HUT Telkom	(3)	(3)	(3)	(3)	Private	(3)	(3)
	Biznet	Rp	100 Mbps	6.500 GB (FUP ke 8 Mbps)	1:1	Dynamic	Rp	2 (support 24/7 saja). (2)
Biznet	Metronet 1D	1.000.000	(3)	(2)	(3)	Private	1.250.000	(1)
	MyRepublic	Rp.1.034.000	100 Mbps	Unlimited (Tanpa FUP)	1:1	Dynamic	Rp.500.000	CS prioritas 24 jam, unlimited fiber tanpa FUP, cakupan >56 kota/regensi di Indonesia (1 juta pelanggan). (3)
	Bisnis 100 Mbps	0	(3)	(3)	(3)	Private	0	(3)

Segmen DGS terdiri dari instansi pemerintahan dan lembaga publik yang membutuhkan jaringan stabil, keamanan data tinggi, serta dukungan teknis 24 jam. Aspek reliabilitas dan Service Level Agreement (SLA) menjadi prioritas utama dibanding harga.

Hasil Benchmarking dan Weighted Scoring pada IndiBiz memperoleh skor tertinggi (21), mengungguli kompetitor seperti Biznet (18) dan MyRepublic (17). IndiBiz memiliki jaringan fiber optic luas dan infrastruktur khusus untuk instansi pemerintahan, sehingga tingkat kestabilan koneksi lebih tinggi. SLA 99,5% dan dukungan teknis 24/7 menjadi keunggulan utama yang belum seluruh kompetitor miliki. Harga layanan relatif kompetitif dan sebanding dengan jaminan kualitas jaringan serta tingkat keamanan yang diberikan. Biznet dan MyRepublic cenderung lebih terbatas pada jangkauan wilayah dan tingkat dukungan teknis. Kesimpulannya IndiBiz menempati posisi unggul secara menyeluruh karena mampu memenuhi kebutuhan utama instansi pemerintah akan stabilitas, keandalan, dan dukungan teknis berkelanjutan.

b. Small Medium Enterprise (SME)

Tabel 2. Benchmarking Layanan Segmen SME (Ringkasan)

Provider	Nama Paket	Harga/Bulan	Kecepatan	Rasio		IP	Instalasi	Benefit Tambahan
				Kuota	Bandwidth			
Telkom (HSI Bisnis)	HSI BISNIS			Unlimited		Dynamic		Unlimited, jaringan fiber Telkom seluruh Indonesia, support teknis
	PROMO	Rp 360.000	50 Mbps	(tanpa FUP)	1:1	Private	Rp 500.000	Indonesia, support teknis
	O MERD EKA	(2)	(3)	(2)	(3)	(2)	(1)	prioritas 24/7. (2) Support 24/7:
Biznet	Biznet	Rp	50 Mbps	4.000 GB	1:1	Dynamic	Rp	Layanan dukungan
	Metronet 1DW	1.200.000	(3)	(1)	(3)	Private	1.250.000	tersedia kapan saja untuk membantu pengguna. (2) CS prioritas 24 jam, unlimited fiber tanpa FUP, cakupan >56 kota/regensi di Indonesia (1 juta pelanggan). (2)
MyRepublic	Bisnis	Rp 634.000	50 Mbps	Unlimited (tanpa FUP)	1:1	IP publik dinamis	Rp 500.000	(1) (3)

Provider	Nama Paket	Harga/Bulan	Kecepatan	Kuota	Rasio Bandwidth	IP	Instalasi	Benefit Tambahan
CBN Fiber	CBN Fiber	Rp 229.000 (1)	50 Mbps (3)	Unlimited (tanpa FUP) (2)	1:1 (3)	IP publik dinamis (3)	Gratis Instalasi (3)	Layanan 24/7, entertainment bundle. (2)
XL SATU	First Business	Rp 245.000 (3)	50 Mbps (3)	Unlimited (tanpa FUP) + kuota keluarga (3)	1:1 (3)	IP publik dinamis (3)	Gratis Instalasi (3)	Customer Service 24/7 + bonus kuota keluarga. (3)
Icon+ PLN	Iconnet	Rp 299.000 (2)	50 Mbps (3)	Unlimited (tanpa FUP) (2)	1:1 (3)	IP publik dinamis (3)	Rp 250.000 (2)	Customer Service 24/7. (2)
MNC Play	Family Pack 50 Mbps (bisnis)	Rp 459.000 (1)	50 Mbps (3)	Unlimited (tanpa FUP) (2)	1:1 (3)	IP publik dinamis (3)	Rp 200.000 (2)	TV + set top box, entertainment bundle. (2)

Segmen SME merupakan kelompok pelanggan dengan orientasi efisiensi biaya. Pelanggan di segmen ini menuntut harga terjangkau, instalasi mudah, kecepatan stabil, dan layanan tanpa batas kuota (unlimited). Kemudahan akses layanan dan biaya awal rendah menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan.

Hasil Benchmarking dan Weighted Scoring pada IndiBiz memperoleh skor 19, berada di bawah MyRepublic (21) dan sedikit di bawah CBN/XL SATU (20).Keunggulan IndiBiz terletak pada kestabilan jaringan dan layanan tanpa FUP, yang penting bagi usaha yang bergantung pada transaksi online.Namun, harga paket IndiBiz sedikit lebih tinggi, dan biaya instalasi masih dikenakan, sementara kompetitor seperti MyRepublic menawarkan instalasi gratis dan promosi harga awal.Dari sisi benefit tambahan, IndiBiz unggul dalam dukungan teknis dan layanan pelanggan 24 jam, tetapi belum menawarkan bundling digital (seperti domain atau cloud storage) yang mulai banyak diminati UMKM digital.Kesimpulannya IndiBiz berada pada posisi kompetitif namun belum unggul, dengan kekuatan pada kualitas jaringan dan keandalan koneksi, tetapi perlu menyesuaikan harga dan biaya awal agar lebih sesuai dengan karakteristik pelanggan SME yang sensitif terhadap biaya.

c. Enterprise Services (ES)

Tabel 3.1 Enterprise Services

Provider	Nama Paket	Harga/Bulan	Kecepatan	Kuota	Rasio Bandwidth	IP	Instalasi	Benefit Tambahan
Indibiz	HSI Bisnis Basic	Rp 1.020.000 (2)	300 Mbps (3)	Unlimited (tanpa FUP) (3)	1:1 (3)	Dynamic Private (2)	Rp 500.000 (2)	Jaringan fiber Telkom seluruh Indonesia, support teknis prioritas 24/7. (2)
Biznet	Metronet 3D	Rp 2.700.000 (1)	200 Mbps (2)	20.000 GB (FUP ke 20 Mbps) (2)	1:1 (3)	Dynamic Public (3)	Rp 1.250.000 (1)	Support 24/7: Layanan dukungan tersedia kapan saja untuk membantu pengguna. (1)

Provider	Nama Paket	Harga/Bulan	Kecepatan	Kuota	Rasio		Instalasi	Benefit Tambahan
					Bandwidth	IP		
XL Axiata	XL SATU	Rp 609.000	300 Mbps	Unlimited	1:1	Dynamic	Gratis	Bonus kuota keluarga, gratis kartu perdana XL
	BIZ Prime	(3)	(3)	(tanpa FUP)	(3)	Public	(3)	Biz, dan layanan 24/7. (3)

Segmen ini mencakup perusahaan besar dengan sistem digital kompleks yang memerlukan bandwidth tinggi, IP publik statis, tingkat keamanan jaringan tinggi, serta dukungan teknis prioritas. Bagi pelanggan korporasi, faktor yang paling menentukan adalah keamanan, kecepatan, dan stabilitas, bukan sekadar harga.

Hasil Benchmarking dan Weighted Scoring pada XL Axiata menempati posisi tertinggi dengan skor 21, disusul IndiBiz (18) dan Biznet (17). IndiBiz unggul dalam kecepatan (hingga 300 Mbps) dan stabilitas jaringan, didukung infrastruktur fiber optic Telkom yang luas. Namun, IndiBiz belum menyediakan IP publik statis untuk sebagian pelanggan enterprise, yang menjadi faktor penting bagi perusahaan yang mengelola server internal atau sistem cloud sendiri. Biaya instalasi berbayar juga menjadi kekurangan dibanding XL Axiata yang memberikan instalasi gratis dan layanan tambahan keamanan (VPN corporate). Dari sisi benefit, IndiBiz sudah menyediakan layanan teknis profesional dan SLA tinggi, tetapi belum dilengkapi fitur keamanan tambahan (firewall, IDS, VPN) secara terintegrasi seperti yang ditawarkan kompetitor utama. Kesimpulannya IndiBiz memiliki kualitas teknis kuat dan stabilitas jaringan tinggi, namun belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan fleksibilitas dan keamanan jaringan tingkat korporasi. Hal ini menyebabkan posisi IndiBiz masih berada pada tingkat kompetitif moderat dibanding XL Axiata yang lebih agresif pada fitur dan fleksibilitas konfigurasi jaringan.

Dari hasil analisis dari ketiga segmen yaitu Division Government Services (DGS), Small Medium Enterprise (SME) dan Enterprise Services (ES) dengan metode Benchmarking dan Weighted Scoring, dapat disimpulkan bahwa segmen DGS menempati posisi paling unggul bagi IndiBiz karena didukung oleh infrastruktur yang kuat, tingkat Service Level Agreement (SLA) yang tinggi, serta keandalan jaringan yang sesuai dengan kebutuhan instansi pemerintah. Sementara itu, segmen SME menunjukkan posisi yang cukup kompetitif, di mana IndiBiz memiliki keunggulan pada aspek teknis, namun perlu melakukan penyesuaian pada harga dan biaya awal agar lebih menarik bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Adapun pada segmen ES, potensi pasar cukup besar, namun diperlukan penguatan pada fitur teknis seperti penyediaan IP publik dan peningkatan keamanan jaringan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan berskala besar. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa semakin kompleks kebutuhan pelanggan, semakin baik pula kinerja teknis IndiBiz. Namun demikian, faktor harga dan fleksibilitas layanan masih menjadi tantangan utama terutama pada segmen bisnis menengah dan korporasi.

4.2 Analisis SWOT dan Strategi Daya Saing IndiBiz

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing IndiBiz berdasarkan hasil benchmarking dan weighted scoring. Analisis ini membantu mengidentifikasi area keunggulan yang perlu dipertahankan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi dalam industri Internet Service Provider (ISP) di wilayah Yogyakarta.

4.2.1. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor SWOT diperoleh dari hasil perbandingan performa IndiBiz terhadap kompetitor serta kondisi pasar ISP lokal. Secara umum, kekuatan utama IndiBiz terletak pada infrastruktur jaringan dan reputasi merek, sementara tantangan

terbesar berasal dari struktur harga dan keterbatasan fitur tambahan. Matriks SWOT IndiBiz.

a. Strengths (Kekuatan)

1. Infrastruktur Fiber Optic yang Luas dan Andal – Telkom memiliki jaringan fiber optic nasional yang menjangkau hampir seluruh wilayah Yogyakarta, memberikan keunggulan pada stabilitas dan kecepatan layanan IndiBiz.
2. SLA (Service Level Agreement) Tinggi – IndiBiz menawarkan SLA 99,5%, menjamin reliabilitas layanan terutama untuk instansi pemerintahan dan korporasi besar.
3. Dukungan Teknis 24/7 – Ketersediaan layanan bantuan teknis sepanjang waktu meningkatkan kepercayaan pelanggan.
4. Reputasi dan Brand Telkom yang Kuat – Sebagai bagian dari BUMN, Telkom memiliki citra positif, kepercayaan tinggi, dan kredibilitas kuat di berbagai sektor.
5. Kualitas Koneksi Tanpa FUP (Unlimited) – IndiBiz menawarkan koneksi tanpa batas kuota yang mendukung kebutuhan bisnis digital secara berkelanjutan.

b. Weaknesses (Kelemahan)

1. Harga Paket Relatif Lebih Tinggi – IndiBiz memiliki harga yang cenderung di atas kompetitor, terutama di segmen SME dan ES.
2. Biaya Instalasi Masih Dikenakan – Tidak adanya promo instalasi gratis menurunkan daya tarik bagi pelanggan baru.
3. Keterbatasan IP Publik untuk Pelanggan Bisnis – Sebagian pelanggan enterprise tidak mendapatkan IP publik statis, yang penting untuk operasional server atau sistem internal.
4. Kurangnya Bundling Digital Tambahan – Belum tersedianya layanan tambahan seperti cloud storage, domain bisnis, atau digital marketing bundle yang ditawarkan kompetitor.
5. Kurangnya Diferensiasi Layanan Antar Segmen – Penawaran layanan IndiBiz masih cenderung seragam, belum menyesuaikan karakteristik spesifik setiap segmen.

c. Opportunities (Peluang)

1. Pertumbuhan UMKM Digital – Meningkatnya adopsi teknologi oleh UMKM di Yogyakarta menciptakan peluang besar untuk memperluas pasar segmen SME.
2. Kebutuhan Transformasi Digital Pemerintah dan Perusahaan – Dorongan digitalisasi di sektor publik dan swasta meningkatkan permintaan koneksi cepat dan aman.
3. Dukungan Ekosistem Telkom Group – Kolaborasi dengan anak perusahaan seperti TelkomSigma dan NeutraDC membuka peluang pengembangan layanan cloud dan data center.
4. Peluang Pengembangan Produk Bundling – Integrasi layanan ISP dengan solusi digital (cloud, hosting, VPN) dapat meningkatkan nilai tambah layanan IndiBiz.
5. Tren Pertumbuhan Jaringan Fiber dan 5G – Perluasan jaringan berkecepatan tinggi membuka potensi peningkatan kualitas layanan IndiBiz.

d. Threats (Ancaman)

1. Persaingan Harga yang Semakin Ketat – Kompetitor seperti MyRepublic dan XL Axiata menawarkan harga lebih rendah dan promosi agresif.
2. Instalasi Gratis dan Paket Promosi dari Kompetitor – Menurunkan minat

- pelanggan baru terhadap IndiBiz yang masih menerapkan biaya instalasi.
3. Perubahan Teknologi Cepat (5G dan IoT) – Dapat menggeser kebutuhan pelanggan dari layanan kabel tetap ke layanan nirkabel.
 4. Persepsi Pasar terhadap Harga Premium – Beberapa pelanggan menilai IndiBiz kurang kompetitif karena menganggap harga tinggi tidak sebanding dengan fitur.
 5. Potensi Kehilangan Pelanggan Korporasi – Penyedia lain yang menawarkan fitur keamanan lebih lengkap dapat menarik pelanggan enterprise.

4.2.2 Matriks SWOT

Tabel Matriks SWOT

Faktor Internal / Eksternal	Positif (+)	Negatif (-)
Internal	Strengths- Infrastruktur luas dan stabil- SLA tinggi (99,5%)- Dukungan teknis 24/7- Reputasi Telkom kuat- Koneksi tanpa FUP	Weaknesses- Harga lebih tinggi- Instalasi berbayar- IP publik terbatas- Kurang bundling digital- Diferensiasi layanan minim
Eksternal	Opportunities- Pertumbuhan UMKM digital- Digitalisasi pemerintahan- Dukungan ekosistem Telkom Group- Produk bundling potensial- Perluasan jaringan fiber & 5G	Threats- Persaingan harga ketat- Promosi agresif kompetitor- Perubahan teknologi cepat- Persepsi harga premium- Kehilangan pelanggan enterprise

4.2.3 Rekomendasi Strategi Berdasarkan Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis pada *Tabel Matriks SWOT*, strategi peningkatan daya saing IndiBiz dirumuskan dengan mengintegrasikan faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap posisi kompetitif perusahaan. Pendekatan ini sejalan dengan Zavadskas et al. [11] dan Wu et al. [9], yang menyatakan bahwa kombinasi analisis SWOT dengan metode *weighted scoring* memberikan dasar perumusan strategi yang lebih terukur dan berbasis data kuantitatif.

Pada Strength–Opportunity strategi ini bertujuan memanfaatkan kekuatan internal IndiBiz untuk meraih peluang eksternal yang sedang berkembang di pasar layanan internet bisnis. Dengan dukungan infrastruktur fiber optic nasional yang luas, reputasi Telkom sebagai BUMN terpercaya, serta jaminan *Service Level Agreement (SLA)* 99,5%, IndiBiz memiliki landasan kuat untuk memperluas jangkauan pasar digital di wilayah Yogyakarta. Keunggulan teknis dan reliabilitas jaringan dapat dijadikan pembeda utama dalam menarik pelanggan sektor pemerintahan dan korporasi besar yang menuntut kestabilan koneksi serta keamanan tinggi. Pemanfaatan sinergi ekosistem Telkom Group, termasuk TelkomSigma dan NeutraDC, juga dapat mendorong pengembangan layanan digital seperti *cloud business*, *data center*, dan *virtual private network (VPN)*. Menurut Gödde et al. [10], strategi yang mengubah keunggulan teknis menjadi nilai inovatif digital akan memperkuat daya saing jangka panjang perusahaan di industri berbasis teknologi. Dengan dasar kekuatan tersebut, langkah selanjutnya adalah memperbaiki kelemahan internal agar strategi penguatan daya saing dapat berjalan lebih optimal.

Pada Weakness–Opportunity strategi ini difokuskan pada upaya memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. IndiBiz perlu meninjau ulang kebijakan harga dan biaya instalasi agar lebih kompetitif di segmen *Small Medium Enterprise (SME)*. Penyesuaian struktur harga, penerapan promosi instalasi gratis, atau model langganan fleksibel dapat menarik pelanggan baru, khususnya pelaku UMKM digital yang semakin berkembang di wilayah Yogyakarta. Pengembangan paket *bundling digital* seperti kombinasi layanan internet dengan domain bisnis dan penyimpanan *cloud* juga dapat menjadi solusi bernilai tambah. Menurut Laudon dan Traver [14], integrasi antara layanan konektivitas dan layanan digital merupakan kunci untuk membangun loyalitas pelanggan di sektor bisnis modern yang berorientasi efisiensi dan kemudahan akses teknologi. Setelah kelemahan diatasi melalui pemanfaatan peluang pasar, perusahaan juga perlu menyiapkan langkah taktis untuk menghadapi ancaman eksternal yang berasal dari kompetisi harga dan promosi agresif kompetitor.

Pada Strength–Threat strategi ini bertujuan memanfaatkan kekuatan utama IndiBiz untuk menghadapi ancaman eksternal dari kompetitor yang menawarkan harga lebih rendah dan promosi agresif. IndiBiz perlu menekankan keunggulan stabilitas jaringan, cakupan infrastruktur nasional, dan SLA tinggi sebagai faktor pembeda utama yang sulit ditiru oleh pesaing. Peningkatan kualitas layanan pelanggan berbasis sistem pemantauan proaktif (*network monitoring system*) juga penting untuk menjaga reliabilitas koneksi dan mempercepat respon terhadap gangguan. Selain itu, penguatan kemitraan jangka panjang dengan instansi pemerintahan dan perusahaan besar dapat mengamankan basis pelanggan utama di tengah fluktuasi kompetisi harga. Teoli et al. [17] menegaskan bahwa organisasi yang mengoptimalkan keunggulan operasionalnya untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan akan memiliki ketahanan kompetitif lebih tinggi di sektor digital. Meskipun kekuatan dapat digunakan untuk meredam ancaman, beberapa kelemahan mendasar tetap perlu dikurangi agar perusahaan mampu mempertahankan posisinya secara berkelanjutan.

Pada Weakness–Threat strategi ini bersifat defensif, dengan tujuan mengurangi kelemahan internal agar ancaman dari luar tidak berdampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. IndiBiz perlu meningkatkan efisiensi biaya operasional melalui optimalisasi sumber daya internal tanpa menurunkan kualitas jaringan. Langkah ini akan memberi ruang bagi penyesuaian harga yang lebih adaptif terhadap tekanan kompetitor. Selain itu, peningkatan aspek keamanan jaringan perlu menjadi prioritas, termasuk penyediaan IP publik statis, sistem *firewall* berlapis, dan opsi *VPN corporate* untuk pelanggan korporasi yang membutuhkan perlindungan data tingkat tinggi. Peningkatan fitur keamanan ini sejalan dengan pandangan Zavadskas et al. [11], yang menyebutkan bahwa daya saing strategis bergantung pada kemampuan perusahaan mengantisipasi ancaman teknologi melalui inovasi keamanan dan efisiensi biaya. Reposisi citra IndiBiz dari layanan premium menjadi solusi digital adaptif juga dapat memperluas daya tarik pasar, terutama bagi segmen UMKM dan organisasi publik yang membutuhkan layanan andal namun fleksibel.

Secara keseluruhan, hasil analisis pada *Tabel Matriks SWOT* menunjukkan bahwa peningkatan daya saing IndiBiz tidak hanya ditentukan oleh kebijakan harga, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menggabungkan kekuatan teknis, inovasi digital, serta kolaborasi antarunit dalam ekosistem Telkom Group. Dengan penerapan strategi yang tepat, IndiBiz diharapkan dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan internet bisnis yang kompetitif, berorientasi pelanggan, dan siap menghadapi dinamika pasar telekomunikasi di era

transformasi digital. Rekomendasi strategi ini menjadi dasar bagi pembahasan selanjutnya yang merangkum hasil penelitian dan implikasi strategisnya dalam bagian kesimpulan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan IndiBiz milik PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta memiliki daya saing yang bervariasi di setiap segmen pelanggan. IndiBiz unggul pada segmen *Digital Government Services (DGS)* karena memiliki jaringan yang andal, SLA tinggi, dan dukungan teknis 24 jam. Namun, pada segmen *Small and Medium Enterprise (SME)* dan *Enterprise Services (ES)*, IndiBiz masih perlu menyesuaikan harga, menambah fitur keamanan, serta meningkatkan fleksibilitas IP publik untuk bersaing dengan kompetitor seperti Biznet, MyRepublic, dan XL Axiata. Secara umum, IndiBiz memiliki kekuatan teknis yang kuat dan citra merek terpercaya, namun membutuhkan inovasi layanan dan strategi harga yang lebih adaptif. Strategi yang direkomendasikan meliputi promo instalasi gratis, pengembangan bundling digital, dan pemanfaatan sinergi ekosistem Telkom Group untuk memperkuat posisi IndiBiz sebagai penyedia layanan internet bisnis yang kompetitif di wilayah Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- [1] R. Triumphs, "Evolution of internet speed: From slow connections to the 5G era.," *International Journal of Digital Communication*, vol. 15, no. 4, pp. 215–228, 2023.
- [2] M. Puspadini, "Transformasi jaringan internet menuju era 5G di Indonesia: Peluang dan tantangan," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 11, no. 2, pp. 89–97, 2023.
- [3] T. Tambunan and I. Busnetti, "Small business use of the internet: Findings from Indonesia," *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, vol. 28, no. 1, pp. 1–14, 2018.
- [4] B. I and T. T., "Adoption of e-commerce by micro and small enterprises (MSEs) in developing countries: Evidence from Indonesia.," *Journal of Telecommunications and the Digital Economy*, vol. 8, no. 3, pp. 43–62, 2020.
- [5] A. I. Sanantagraha and E. P. Mahadewi, "The role of virtualization technology to increase operational cost efficiency of Indonesian SMEs," *International Journal of Science, Technology & Management*, vol. 5, no. 1, pp. 45–55, 2024.
- [6] A. Rahman and D. Sari, "Competitive pricing strategy in telecommunication industry: Case study on ISP services in Indonesia," *Journal of Business Strategy and Execution*, vol. 5, no. 2, pp. 45–57, 2021.
- [7] W. Sanantagraha and P. Mahadewi, "Competitive benchmarking in Indonesia's ISP market: Case study on SME, government, and enterprise segments," *Indonesian Journal of Information Systems*, vol. 12, no. 1, pp. 22–25, 2024.
- [8] G. Anand and R. Kodali, "Benchmarking the benchmarking models," *Benchmarking: An International Journal*, vol. 27, no. 2, pp. 594–619, 2020.
- [9] Wu, et al, "Quantitative SWOT analysis for strategic decision support," 2024.
- [10] Gödde and et al, "Strategic applications of SWOT analysis in digital industries," 2023.
- [11] E. K. Zavadskas, Z. Turskis, and B. Kizielewicz, "Application of Weighted Scoring and SWOT for Strategic Assessment in Industrial Systems.," *Journal of Business Economics and Management*, vol. 24, no. 3, pp. 487–502, 2023.
- [12] B. Kizielewicz, "Subjective weight determination methods in multi-criteria decision making: A comprehensive review," *Procedia Comput Sci*, vol. 242, pp. 1201–1211, 2024.
- [13] A. Pratama and S. Nugroho, "Digital economy in Indonesia: Challenges and opportunities for internet service providers," *Journal of Digital Business and Economics*, vol. 3, no. 1, pp. 15–28, 2021.
- [14] K. C. Laudon and C. G. Traver, *E-commerce 2022: Business, technology, and society (17th ed.)*, 17th ed. Pearson, 2022.
- [15] A. Triumphs, "5G and FTTH deployment impact on internet speed performance," *Telecommunication Policy*, vol. 47, no. 6, pp. 102–115, 2023.
- [16] Cisco, "Cisco Annual Internet Report (2018–2023)," Cisco Systems. [Online]. Available: <https://www.cisco.com/>
- [17] D. Teoli, N. R. Aeddula, and J. An, *SWOT Analysis. StatPearls Publishing*. 2023.
- [18] P. Su, X. Chen, and Y. Li, "The application of multi-criteria decision analysis in evaluating competitive strategies," *International Journal of Decision Sciences*, vol. 35, no. 3, pp. 215–229, 2024.