

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat performa Industri Telekomunikasi Selular di Indonesia pada saat ini dan mengetahui posisi bersaing Jasa Industri Telekomunikasi di Indonesia dibandingkan dengan pesaingnya serta merumuskan alternative strategi bersaing yang dapat diterapkan dalam pemasaran Jasa Industri Telekomunikasi di Indonesia dengan menggunakan salah satu tools yang ada dalam manajemen strategi. Metode dasar yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah *Competitive Profile Matrix* (CPM). CPM dipilih karena merupakan salah satu tool dalam manajemen strategi yang dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi bisnis agar mampu bersaing dengan perusahaan pesaing dengan menggunakan faktor penentu keberhasilan. Faktor-faktor keberhasilan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Marketshare, Service Quality, Customer Loyalty, Brand Reputation, Customer Satisfaction, Financial Position, Differentiation of Product, Price Competitiveness*. Hasil penelitian ini adalah dari 9 faktor penentu keberhasilan ada 2 faktor yang memiliki bobot yang paling besar dan merupakan faktor penting untuk Industri Telekomunikasi Selular di Indonesia yaitu memiliki bobot sebesar 0.2 dimana faktor tersebut adalah *marketshare* dan *financial position*. Pada penelitian ini Telkomsel menjadi *Leader* dengan *total weighted score* paling tinggi dibanding pesaing nya yaitu sebesar 3.85 sedangkan untuk Indosat dan XL memiliki *total weighted score* sebesar 3.1 dan 2.55 . Hal ini menunjukkan dari 9 faktor penentu keberhasilan operator-operator ini masih belum memberikan performa terbaik dan masih memerlukan peningkatan kualitas baik itu kualitas pelayanan, kualitas jaringan bahkan juga tariff yang akan diberikan kepada pelanggan walaupun dibanding dengan Telkomsel operator ini memberikan tariff yang lebih murah kepada pelanggan.