

## ABSTRAKSI

Program USO menargetkan bahwa pada tahun 2015, sebanyak 50% penduduk dunia harus sudah memiliki akses informasi sehingga pada tahun 2025 akan tercipta masyarakat berbasis informasi (*Information based Society*). Namun saat ini, masih ada sekitar 47.000 desa dari total 70.000 desa di seluruh Indonesia yang belum terjangkau layanan telekomunikasi. Hal ini disebabkan karena perkembangan layanan telepon lebih dikonsentrasikan di area perkotaan dan industri daripada area pedesaan yang mencakup hampir 80% dari keseluruhan wilayah. Daya beli masyarakat pedesaan yang rendah serta mahalnya investasi pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi penyebab terhambatnya pengembangan komunikasi pedesaan.

Dengan latar belakang permasalahan pedesaan seperti yang telah diuraikan tersebut, maka diperlukan suatu model bisnis untuk komunikasi pedesaan yang menarik dan sustainable. Perkembangan terbaru komunikasi didasarkan pada *Next Generation Networks* (NGN). Agar NGN ini dapat digunakan untuk komunikasi pedesaan, maka perlu dikembangkan suatu inovasi yang disebut Rural NGN (R-NGN). Penelitian tugas akhir ini memberikan usulan model bisnis untuk R-NGN.

Model bisnis dalam tugas akhir ini adalah suatu sistem yang terdiri dari sepuluh komponen. Komponen tersebut yaitu customer value, revenue source, profit site, scope, price, connected activities, implementation, cost structure, sustainability dan capabilities. Dengan mempelajari karakteristik R-NGN serta daerah yang dapat menjadi sasaran R-NGN maka dapat ditentukan customer value, revenue source, profit site dan scope. Price yang dikenakan untuk layanan R-NGN adalah tarif yang murah yang dapat dijangkau pelanggan. Implementation dan connected activities ditentukan berdasarkan customer value. Cost Structure terdiri dari CAPEX dan OPEX. Sustainability ditentukan dengan kajian kelayakan, jika tidak layak akan dikembangkan skenario bisnis lain. Capabilities yang harus dimiliki berupa sumberdaya finansial.

Pelanggan R-NGN daerah Ciwidey adalah masyarakat (rumah tangga), institusi pemerintahan (pemerintah, sekolah, dan puskesmas), organisasi (kelompok tani), UKM, dan telecenter. Dengan melihat karakteristik pelanggan, maka customer value difokuskan pada lima hal yaitu berdasarkan product feature, location, timing, service, dan low cost. Revenue source berupa layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yaitu telepon, internet, intranet, lokal web, messaging, email, dan fax dengan harga yang murah. Profit site menyatakan tekanan kompetisi yang diterima oleh R-NGN. Sedangkan scope menyatakan jumlah demand atas masing-masing layanan. Connected activities adalah aktivitas yang perlu dilakukan untuk mendukung penyelenggaraan R-NGN, yaitu sosialisasi kepada masyarakat desa. Implementation yang diperhatikan adalah kondisi teknis yang seorang lulusan STM atau sederajat.

Berdasarkan kajian kelayakan yang dilakukan, skenario bisnis pertama dikatakan tidak layak secara ekonomis. Sehingga perlu dikembangkan skenario bisnis kedua dengan jalan memberikan subsidi OPEX sebesar 50 %. Skenario bisnis kedua layak secara ekonomis. Capability adalah sumberdaya finansial yang dimiliki suatu bisnis. Skenario bisnis kedua membutuhkan sumberdaya finansial yang lebih kecil.

Kata kunci: USO, Model Bisnis, Rural NGN.