

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi model bisnis *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) yang diterapkan di Negara Malaysia, Australia, dan Amerika Serikat dan mengetahui model bisnis *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) yang sesuai untuk diimplementasikan di Indonesia sebagai rekomendasi bagi Kementerian Komunikasi dan Informatika. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Teknik analisis data untuk studi komparasi model bisnis MVNO di Malaysia, Australia, dan Amerika Serikat menggunakan *Modus Operandi* berdasarkan *Targeting A Market* yang terdiri dari *Regulatory openness*, *Market size*, *Mobile penetration*, dan *GDP per Capita* di Negara tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, model bisnis MVNO yang diterapkan di Negara Malaysia, Australia, dan Amerika Serikat diklasifikasikan berdasarkan pendekatan operasional (*operational approach*) dan pendekatan pemasaran (*marketing approach*). Di Malaysia model bisnis MVNO diklasifikasikan berdasarkan pendekatan operasional yaitu *Reseller*, *Enhanced Reseller*, *Enhanced Service Provider*, dan *Full MVNO*, sedangkan di Australia dan *United States* model bisnis MVNO diklasifikasikan berdasarkan pendekatan pemasaran yaitu *Discount MVNO*, *Lifestyle/Niche MVNO*, dan *Full MVNO*. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan Undang-Undang Telekomunikasi No. 36 Tahun 1999 *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) termasuk dalam klasifikasi penyelenggara jasa telekomunikasi. Apabila kedepannya pola bisnis MVNO masuk ke Indonesia, baik model bisnis *reseller*, *enhanced reseller*, *enhanced service provider*, dan *full MVNO* dapat diimplementasikan di Indonesia karena pada dasarnya peran MVNO dalam semua model bisnis tersebut sebagai penyelenggara jasa yang menyewa spektrum frekuensi dari MNO untuk menyediakan layanan seluler kepada pengguna akhir (*end users*). Dalam hal ini diharapkan bahwa MVNO yang masuk ke Indonesia dapat memberikan diferensiasi layanan dari operator yang sudah ada agar dapat memberikan dampak baru positif bagi persaingan usaha industri telekomunikasi seluler dengan menyesuaikan regulasi telekomunikasi yang ada di Indonesia tidak meninggalkan aspek-aspek terkait perlindungan konsumen (*end users*).

Kata Kunci: Telekomunikasi, Infrastructure Sharing, Mobile Network Operator (MNO), Mobile Virtual Network Operator (MVNO), Modus Operandi Targeting A Market.