

Pengembangan strategi perusahaan yang berorientasi pada aliansi strategi dalam rangka perluasan jaringan selular PT Indosat Tbk. = Company strategy development that orientates on strategy alliance in order to expand cellular network PT. Indosat Tbk.

Novisyal Djohansjah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109990&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemajuan teknologi telekomunikasi ternyata mampu mengubah wajah dunia yang luas dan jauh menjadi lebih dekat dan terukur. Hal itu mengakibatkan hubungan komunikasi ibarat menjadi tanpa batas. Sementara perubahan yang begitu cepat dalam dekade terakhir ini, khususnya di bidang telekomunikasi di Indonesia, telah merubah model penyelenggaraan telekomunikasi, antara lain dengan beralihnya fungsi telekomunikasi dari utilitas menjadi komoditi perdagangan; meningkatnya peran swasta sebagai-investor prasarana dan penyelenggara jasa telekomunikasi; transformasi struktur pasar telekomunikasi dari monopoli ke persaingan, dan diakuinya bahwa telekomunikasi merupakan salah satu faktor penting dan strategis dalam proses peningkatan dan daya saing ekonomi suatu bangsa.

Meskipun demikian, sampai dengan tahun 1997, Indonesia masih menempati tingkat terendah dalam hal penetrasi jaringan telepon, baik telepon tetap maupun telepon bergerak dibandingkan dengan negara-negara anggota ASEAN lainnya. Rendahnya penetrasi tersebut justru mengindikasikan bahwa masih terdapat potensi pasar yang masih dapat diraih oleh para penyelenggara jasa telekomunikasi yang sudah lebih dulu beroperasi maupun investor yang tertarik di bidang yang sama. Oleh karena itu, investasi pada pembangunan infrastruktur telekomunikasi di Indonesia masih sangat menarik dari perspektif bisnis jangka panjang.

Penelitian yang menggunakan metode deskriptif ini dilakukan suatu analisis terhadap lingkungan PT indosat baik itu lingkungan internal maupun eksternal, sehingga didapat suatu rumusan strategi orsaing yang digunakan perusahaan.

Dari eksplorasi faktor internal dan eksternal tersebut disusun matrik GE yang merupakan gabungan dari matrik daya tarik industri dan kekuatan bisnis yang dimiliki Indosat. Hasil analisis menunjukkan Indosat memiliki kekuatan bisnis moderat (rata-rata) dan daya tarik industri yang tinggi.

Untuk posisi seperti itu formulasi strategi Indosat adalah Strategi pertumbuhan (Growth Strategy) melalui integrasi horizontal. Strategi ini adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membuka jaringan di lokasi yang lain dan menaikan jenis produk serta jasa. Untuk perusahaan yang berada dalam grow attractive industry seperti industri telekomunikasi ini maka strategi yang diterapkan bertujuan untuk pengembangan pasar dan peningkatan profit.

Perusahaan dengan growth strategy dapat memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui pengembangan internal dan eksternal melalui akuisisi atau aliansi dengan perusahaan lain dalam Industri

yang sama (Rangkuti, 2003: 34).

Berdasarkan hasil penelitian dalam rangka aliansi strategis, PT Indosat Tbk memiliki beragam pilihan produk yang menekankan pada diferensiasi fitur/karakteristik seperti Layanan Selular (Matrix, Mentari dan IM3), SLI (001 dan 008) dan Multimedia (IM2). Untuk mencapai target strategik yaitu pasar yang luas mencakup SLI, Selular, Internet, Multimedia dan Data yang meliputi pelanggan ritel, korporat dan wholesale. Indosat melakukan aliansi dengan perusahaan dari industri sejenis maupun tidak sejenis dengan menawarkan dan melakukan produk inovatif seperti Layanan email Blackberry, Multimedia, TV Kabel dan jaringan perbankan.

Untuk mempertahankan aliansi strategi, beberapa alternatif strategi yang dapat ditawarkan Indosat kepada perusahaan partner agar dapat meningkatkan jaringan antara lain: Perluasan jaringan selular melalui kerjasama dengan investor asing dalam rangka pemasangan BTS baru, Inovasi Teknologi yang mengarah pada Layanan komunikasi data, Meningkatkan Brand image, Menjaga kualitas produk dan Fokus pada suatu segmen pasar tertentu.

<hr><i>Telecommunication technology advancement is proven to be able to change the wide and distance global dimension to be nearer and more measurable. It makes communication is seems to be borderless. Meanwhile, fast changes in the last decade, especially in telecommunication sector in Indonesia, has changed telecommunication implementation model such as the change in telecommunication function from utility to trade commodity; the increasing private sector as infrastructure investor and telecommunication service provider; structure transformation of telecommunication market from monopoly to competition, and the acknowledgment that telecommunication is one of important and strategic factors in the increasing process and economic competitiveness of a nation.

However until the year of 1997, Indonesia is still in the lowest rank in telephone network penetration both fixed telephone and mobile telephone compared to other ASEAN countries. The low penetration in fact indicates that there is an open market prospect that is still achievable by telecommunication providers who have been operating the business for long time or investors who are interested in the same business sector. Therefore, investment in telecommunication infrastructure development in Indonesia is still very attractive in the view of long term business perspective.

The research using descriptive method is conducted by an analysis to the PT. Indosat Tbk environment both internal and external environment in order to extract competition strategy formula that is used by company.

Matrix GE is designed from the internal and external exploration factor that is a combination of industrial attractiveness Matrix and business potential of Indosat. The analysis result shows that Indosat has moderate business potential (average) and high industry attractiveness.

For such position Indosat strategy formulation is Growth Strategy with horizontal integration. This strategy is an activity to expand the company by opening network in other-location and varying products and services. For such company that is in growing attractive industry, so the strategy that is applied is aimed to develop market and to Increase profit. Company with growth strategy can expand market, production and

technology infrastructure with internal and external development using acquisition or merger with other company of the same industry (Rangkuti, 2003:34).

Based on research in strategic alliance, PT. Indosat Tbk has various product options that are specializing in the feature differentiation/characteristic such as Cellular Service (Matrix, Mentari, and IM3), International Direct Line/SLI (001, 008) and Multimedia (IM2). To achieve strategic target namely broad market including SLI, Cellular, internet, Multimedia, and Data that include retail customer, corporate and wholesale, Indosat makes partnership with companies both of the same and different business by offering and conducting product innovation such as E-mail Service Blackberry, Multimedia, Cable TV and banking network. To maintain the strategic alliance, some strategic alternatives that are able to be offered by Indosat to other company partner in order to broaden network among others; cellular network development in cooperation with foreign investor in new BTS installment, technology innovation that is directed to data communication service, increase brand image, maintain product quality and to focus on certain market segment.</i>