

Perumusan strategi bisnis PT Indonesia Comnet plus dalam industri komunikasi data

Yudista Atmaji, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462185&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi data terus berkembang dengan pesat, saat ini teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dan sharing informasi tentang pelanggan, produk dan proses segera ketika dibutuhkan. Beberapa contoh aplikasi yang mengintegrasikan antara teknologi informasi dan telekomunikasi seperti :internet, automatic teller machine (ATM), reservasi tiket pesawat.

Disamping itu, sector lain yang tidak kalah menarik adalah industri televisi dan hiburan (multimedia) dengan permintaan sebelumnya hanya peningkatan jumlah kanal dan kualitas gambar yang saat dapat dilayani melalui kabel (TV cable) berkembang menjadi TV digital dan TV interaktif seperti video on demand dan pay per view TV.

Dengan memanfaatkan media transmisi saluran digital berkapasitas besar (broadband access) yang sudah ada, timbul konvergensi antara telekomunikasi (suara), computer (computing) dan industri televise hiburan (entertainment) yang akan terus berkembang mengikuti kebutuhan pelanggan yang tidak terbatas.

Industri telekomunikasi di Indonesia berkembang sangat dipengaruhi oleh perkembangan dunia yang semakin terbuka dan bebas, sehingga Pemerintah pada tahun 1999 mengeluarkan Undang-Undang Telekomunikasi No.36 tahun 1999 yang berlaku efektif tanggal 8 September 2000, untuk menggantikan Undang-Undang Telekomunikasi No.3 tahun 1989, Undang-Undang baru tersebut bertujuan untuk mendorong efisiensi pada sector telekomunikasi dan kualitas layanan yang lebih baik dan menjabarkan hal-hal prinsip dari reformasi di bidang telekomunikasi, termasuk liberalisasi industri, provisi bagi investor baru serta peningkatan yang luas dari struktur persaingan industri telekomunikasi.

Potensi yang tersimpan dalam industri telekomunikasi dan komunikasi data adalah sangat besar. Pengembangan produk dan jaringan tetap dilaksanakan oleh perusaha-perusahaan agar ketika krisis

tersebut berakhir dan daya beli perusahaan yang semakin baik permintaan untuk produk dan jasa telekomunikasi akan meledak dan hampir semua perusahaan membutuhkan sarana telekomunikasi, dan informasi data.

Untuk menunjang bisnisnya sebagai perusahaan listrik, PLN telah membangun, mengoperasikan dan memelihara infrastruktur telekomunikasi sendiri, yang terdiri dari kabel bertegangan, jaringan radio microwave, dan sejak 1994 mengembangkan jaringan broadband fiber optik digital. Sistem telekomunikasi ini digunakan untuk komunikasi internal dan transmisi data bagi keperluan operasi tenaga listrik PLN di pulau Jawa.

Sampai akhirnya pada tanggal 3 Oktober 2000 berdirilah PT Indonesia Comnet Plus sebagai anak perusahaan dari PT PLN (Persero). ICON+ didirikan untuk mendukung perkembangan teknologi telekomunikasi dan informasi di Indonesia.

Pada karya tulis ini, dicoba untuk mengembangkan strategi pemasaran saat ini bagi PT Indonesia Comnet Plus (ICON+) yang bergerak di dalam industri jasa komunikasi data dan informasi teknologi. Analisa strategi itu dimulai dari analisa eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman yang ada di industri ini. Kemudian, analisa internal perusahaan digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Kemudian hasil dari analisa internal dan eksternal tersebut diselaraskan melalui analisa TOWs yang hasilnya akan diseleksi menggunakan matriks QSPM.

Pada karya tulis ini, strategi yang paling atraktif adalah strategi penetrasi pasar untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas dan peningkatan penjualan.