

Strategi Bisnis Jasa Telekomunikasi Internasional (PT. Indosat (Persero) Tbk)

Agus Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72525&lokasi=lokal>

Abstrak

Menjelang diberlakukannya pasar bebas tahun 2003 di Indonesia dalam lingkup Asean Free Trade Association (AFTA), pemerintah Indonesia salah satunya sudah mengeluarkan Undang Undang Nomor. 36 tentang Deregulasi Bisnis Telekomunikasi di Indonesia. Setelah diberlakukan pasar bebas perusahaan asing akan segera masuk ke Indonesia dan berkompetisi dengan perusahaan lokal Indonesia sendiri. Kalau perusahaan-perusahaan lokal Indonesia masih lemah dan tidak beraliansi dengan perusahaan kuat, jelas tidak akan mampu bertahan di era globalisasi.

Tujuan penulisan tesis ini adalah untuk membahas beberapa hal yaitu : Bagaimana posisi Indosat dalam persaingan bisnis telekomunikasi di Indonesia; Strategi bisnis telekomunikasi yang bagaimana yang cocok, apakah sebagai penyelenggara jasa saja, sebagai penyelenggara jaringan saja atau kombinasi keduanya; Bagaimana usaha usaha yang harus dilakukan PT. Indosat dalam menciptakan terobosan usaha untuk mendukung usaha inti perusahaan.

Metode penulisan tesis yang digunakan adalah pendekatan yang bersifat deskriptif eksplanatif dan pendekatan kualitatif, yaitu bertujuan mendapatkan gambaran yang lengkap dari subjek yang diteliti dengan cara melakukan pengamatan langsung.

Sedangkan pengumpulan data, melalui data perusahaan, dan artikel yang terkait, selanjutnya dikaji menggunakan teori yang mendukung dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhinya, dan strateginya berdasarkan pendekatan analisis matrik SWOT. Setelah dilakukan evaluasi penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa produk jasanya yang sudah dalam tahap kedewasaan menjelang masuk ketahap penurunan, namun demikian sudah ada produk penggantinya yang sudah ada pada tahap pertumbuhan. Dengan akan diberlakukannya pasar bebas AFTA pada tahun 2003 Indosat harus memperkuat bisnisnya melalui strategi korporasinya menguasai perusahaan hilir dan perusahaan hulu dengan Cara masuk ke bisnis penyelenggaraan jaringan telekomunikasi domestik dan penyelenggaraan jasa telekomunikasi domestik yang berbasis pelanggan. Untuk mempermudah dalam pemanfaatan dana investasi dan memperkuat jaringan bisnis dapat dilakukan dengan cara melakukan aliansi dengan strategi partner.

Sedangkan strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh Indosat sesuai dengan kondisi lingkungan yang dihadapinya dan sesuai dengan karakter bisnis telekomunikasi, Indosat harus selalu mempunyai produk terkini yang siap menggantikan produk sebelumnya agar dapat selalu meningkat pendapatannya. Melihat pelanggan potensial Indosat kebanyakan berada di kawasan/gedung yang dikuasai oleh pengelolanya maka Indosat lebih baik melakukan strategi distribusi selektif. Karena tarif ditentukan oleh pemerintah, maka strategi tarif yang harus digunakan Indosat adalah dapat memberikan value yang lebih baik dari

kompetitornya.