

Penentuan strategi kebijakan pengembangan produk jasa sirkit langganan jaringan multiservice (Jamus) di divisi network-Telkom

Puguh Ngudi Widodo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73005&lokasi=lokal>

Abstrak

Produk sirkit langganan Jaringan Multi Service (JAMUS) adalah produk jasa sirkit langganan digital yang biasanya digunakan untuk komunikasi data maupun suara (voice) secara permanen (dedicated), dengan menggunakan infrastruktur jaringan transmisi terrestrial digital, dan perangkat Intelligent Multiplexer (IMUX). Produk tersebut merupakan produk Divisi Network (DIVNET) yang bukan monopoli. Dibandingkan dengan produk lainnya yang masih monopoli, misalnya jasa long distance, maka strategi pengembangan JAMUS harus berbeda. Apalagi pada saat ini iklim persaingan semakin tajam.

Untuk menentukan beberapa alternatif strategi kebijakan pengembangan JAMUS, maka beberapa faktor yang harus dipertimbangkan antara lain: kondisi lingkungan strategis perusahaan, kondisi pesaing, dan kondisi produk eksisting. Sedangkan metode analisa yang dipergunakan adalah analisa Strength-Weakness-Opportunity-Threat (SWOT), analisa Boston Consulting Group (BCG), analisa produk, dan analisa persaingan.

Hasil dari analisa strategi tersebut didapatkan beberapa alternatif strategi yang selanjutnya dipilih satu atau dua strategi utama dengan menggunakan metode matrik Quantitatif Strategy Planning Matrix (QSPM). Strategi utama tersebut adalah strategi penggabungan antara sirkit langganan JAMUS dengan TELKOMnet Divisi Multimedia, serta strategi pembenahan Sumber Daya Manusia (SDM) dan struktur organisasi.

<hr>

JAMUS or Jaringan Multi Service is a Digital Leased Circuit Service applied for dedicated data and voice communication. The basic network is digital terrestrial transmission and Intelligent Multiplexer (IMUX) Equipment. Unlike long-distance service, JAMUS is a non-monopoly product offered by Divisi Network (DIVNNET). Therefore the development strategy of JAMUS should be distinguished from the previous product (long distance service) in order to compete with the other competitor.

Some factors should be consider in developing some strategy alternatives are internal and external environmental of Divisi Network, competition environment and current product performance. These factors would be analyzed by employing some method as follows: Strength-Weakness-Opportunity-Threat (SWOT) analysis, Boston Consulting Group (BCG) analysis, product analysis and competitor analysis.

The results are some strategy alternatives fit with competitive market situation. Then utilizing Quantitatif Strategy Planning Matrix (QSPM) method creates two main strategies, first is "Product bundling of JAMUS and TELKOMNET", and second is "Developing new organization and improving human resources capabilities".