

Strategi bisnis telkom memasuki bisnis sambungan langsung internasional (SLI)

Yandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73123&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan semakin meningkatnya kegiatan perdagangan internasional yang dilakukan oleh para pengusaha di Indonesia, bisnis sambungan langsung internasional (SLI) juga mengalami peningkatan pertumbuhan yang tinggi. Hal ini terlihat dari meningkatnya volume trafik percakapan dari 492,5 juta menit di tahun 1994 menjadi 644,7 juta menit serta kenaikan pertumbuhan pelanggan dari 18 % di tahun 1998 menjadi 36,5 % di tahun 1999 yang diterima INDOSAT selaku operator telekomunikasi internasional di Indonesia.

Munculnya UU telekomunikasi yang baru yaitu UU no. 36 tahun 1999, serta akan datangnya era globalisasi, akan membuat bisnis ini diselenggarakan secara kompetisi yang akan dimulai pada tahun 2004. TELKOM melihat hal ini sebagai suatu peluang yang baik untuk dapat mengembangkan bisnis portofolionya di masa mendatang. Untuk dapat memasuki bisnis yang baru diperlukan suatu strategi yang tepat, maka dari itu tujuan dari penulisan tesis ini yaitu memberikan usulan mengenai strategi bisnis apa yang akan dilakukan TELKOM memasuki bisnis SLI untuk meningkatkan pendapatan usahanya dengan melakukan analisa terhadap faktor eksternal dan internal TELKOM.

Metoda analisa yang dipakai adalah menggunakan matrik internal, matrik eksternal, matrik internal-eksternal, matrik Boston Consulting Group (BOG), dan matrik SWOT. Hasil dari analisa tersebut akan berupa beberapa alternatif strategi, yang kemudian dengan menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), akan didapatkan strategi mana yang paling tepat dilakukan TELKOM.

Berdasarkan hasil dari matrik QSPM diperoleh hasil bahwa alternatif strategi yang tepat adalah dengan melakukan aliansi strategis dengan perusahaan telekomunikasi lain. Untuk mendapatkan keberhasilan dari strategi ini, ada beberapa faktor penting yang harus diperhatikan yaitu pemerintah dengan regulasinya, pemasaran, SDM, Divisi RisTI serta infrastruktur yang dimiliki TELKOM.

<hr>

As well as the high demands of international trading to Indonesian merchant, business in International Direct Connection (SLI) also has grown rapidly. This is shown from volume of communication traffic. In 1994, the volume of communication traffic is 492, 5 millions minutes and become 644, 7 millions minutes in 1998. Also, the level of customer that is served by INDOSAT as International telecommunication operator in Indonesia has grown from 18, 4 % in 1998 to 36, 5 % in 1999. Recently, government has issued a new policy in telecommunication, which is UU no. 36/1999. Besides that, there will be globalization era when we must compete not only with Indonesian business companies but also with internationals. TELKOM sees this globalization era as a great opportunity to develop portfolio business in future. The aim of this thesis is to give input about strategy to start this new business. The strategy has a goal to raise the income of the company by analyzing the external and internal factors to TELKOM.

Analyzing method uses internal matrix, external matrix, internal-external matrix, Boston Consulting Group (BCG) matrix, and SWOT matrix. The result of the analyzing system will be an alternative strategy, which uses QSPM and it, will get the right strategy for TELKOM.

According to the result of Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) matrix, it will sum up the best strategy for TELKOM. Based on the result of QSPM matrix, the best alternative strategy is doing strategy alliance with other telecommunication company. However, to get the best result of this strategy, there are some important factors that should be considered such as government and its policy, marketing, SDM (the source of human quality), RisTI Division, and the TELKOM infrastructure.