

## Strategi bisnis PT. Komunikasi Selular Indonesia dalam menghadapi persaingan industri penyelenggara telekomunikasi seluler

Achmad A. Alfariji, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90207&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pada awal milenia ke-3 ini bangsa Indonesia dihadapkan pada banyak masalah. Utamanya pada disintegrasi bangsa dan pemulihan ekonomi nasional. Telekomunikasi yang berfungsi untuk meneniskan pesan dari asal ketujuan sangat dibutuhkan untuk mampu mendukungnya bukan saja pada masa sekarang bahkan pada masa yang akan datang diperiukan terus menerus secara lebih baik, aritara lain dengan saling berinteraksi, demi mendorong psningkatan produkiivitas dan efesisnai usaha meialui pertuksran informasi diberbagai bidang, antara lain sosial, ekonomi, teknologi dan lain sebagainya. Fungsi pertukaran informasi inilah yang perlu terus dikembangkan melalui telekomunikasi, lebih khusus melalui telckomunikasi nirkabel dimasa mendatang.

Komselindo sebagai salah satu operator seluler yang mengoperasikan dua macam teknologi yaitu AMPS (teknologi analog) dan CDMA (teknologi digital). AMPS yang memakai teknologi analog mempunyai banyak kekurangan dibandingkan GSM yang memakai teknologi digital, sehingga banyak peianggan AMPS yang beraiih ke GSM. Untuk mengimbangi GSM dan memberi pelayanan yang lebih baik kepada peianggan, PT. Komselindo mulai tahun 1997 menggunakan CDMA di seluruh wilayah layanannya. Namun sangat disayangkan krisis moneter yang melanda Indonesia, telah menyebabkan tertundanya peluncuran CDMA secara besar besaran hingga saat ini. Nilai tukar Rupiah terhadap Amerika Dollar yang terus melemah menyebabkan harga handset CDMA yang hams diimport menjadi sangat mahal saat dtjual di Indonesia, sehingga tidak terbeli oleh sebagian besar masyarakat, terlebih pada situasi krisis saat itu.

Kondisi perekonomian yang mulai membaik dan pasar telepon seluler mulai tumbuh kembali dengan pesat, tetapi CDMA belum bisa beroperasi sepenuhnya menggantikan AMPS. Penyebab yang membuat pelanggan AMPS maupun GSM enggan untuk memakai CDMA, dikarenakan antara lain harga handset yang masih lebih mahal dibandingkan handset GSM, model handset kurang menarik dan daerah pelayanan yang tidak seluas GSM. Faktor keterbatasan ini membuat pelanggan Komselindo yang kurang puas dengan AMPS berpindah ke GSM.

Menurunnya jumlah pelanggan membuat pendapatan Komselindo ikut nienurun sehingga struktur keuangan perusahaanpun tidak kuat. Struktur keuangan yang lemah membuat KomseHndo tidak mempunyai dana yang cukup untuk melakukan promosi besar-besaran, sehingga CDMA kurang dikenal oleh masyarakat luas. Seperti diketahui bahwa untuk memperkenalkan sesuatu yang baru diperlukan promosi yang besar dan intensif. Ditainbah lagi akan masuknya beberapa pemain bara yang mengoperasikan teknologi DCS 1800 (GSM 1800) pada tahun 2001 ini yang akan didukung oleh modal yang besar dan teknologi selular baru akan rrienjadi ancaman berat untuk Komselindo.

Trend teknologi seluler masa depan (3G) yang berbasis teknologi digital CDMA, pertumbuhan pasar telepon seluler yang makin pesat dan didukung faktor-faktor internal yang menguntungkan seperti pengalihan sebagai operator seluler sejak tahun 1991, bangkitnya riset dan development menjadi dasar bagi Komselindo untuk menerapkan strategi growth untuk jangka waktu lima tahun kedepan. Permasalahan internal Komselindo seperti struktur keuangan yang lemah, kondisi SDM dengan loyalitas kerja rendah, koordinasi internal kurang baik merupakan hambatan tersendiri untuk mencapai tujuan pertumbuhan jangka panjang. Untuk itu harus disusun strategi jangka pendek untuk dua tahun ke depan yang terdiri dari beberapa strategi fungsional seperti pemasaran yang selektif, keuangan mandiri, memberdayakan SDM, mengaktifkan R&D dan mengefektifkan operasional.