

Agus Purnomo
NPM 0606003096
Departemen Teknik Elektro

Dosen Pembimbing :
Dr. Ir. Iwan Krisnadi, MBA
Prof. Dr. Ir. Dadang Gunawan, M. Eng

ANALISA STRATEGI BERSAING PT BAKRIE TELECOM SEBAGAI NEW ENTRANT DALAM BISNIS SLI

ABSTRAK

Pada tanggal 17 September 2007 PT. Bakrie Telecom menjadi operator telekomunikasi ketiga di Indonesia yang memperoleh lisensi Sambungan Langsung Internasional (SLI) dari pemerintah. Dengan adanya lisensi tersebut, perusahaan memerlukan strategi yang tepat untuk memasuki persaingan dengan para operator eksisting.

Bisnis SLI selama ini dikuasai oleh PT. Indosat dan PT. Telkom. Trafik percakapan SLI kedua operator tersebut pada tahun 2006 mencapai lebih dari 2 milyar menit untuk panggilan *incoming* dan *outgoing*.

Analisa strategi bersaing PT. Bakrie Telecom dalam bisnis SLI menggunakan teori manajemen strategi yang terdiri dari identifikasi faktor strategis internal dan eksternal yang kemudian dituangkan dalam Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal yang digolongkan sebagai tahap pengumpulan data. Tahap selanjutnya tahap analisa (*matching stage*) dengan menggunakan Matriks Internal Eksternal, Matriks SWOT dan Matriks *Grand Strategy*. Tahap terakhir adalah pengambilan keputusan dengan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan strategi yang akan dipilih.

Dari analisa dengan menggunakan Matriks Internal Eksternal diperoleh hasil bahwa posisi PT. Bakrie Telecom berada dalam sel II dan dalam Matriks *Grand Strategy* berada pada kuadran I. Perusahaan yang berada dalam kedua matriks tersebut mempunyai posisi yang baik dalam persaingan. Strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan adalah strategi intensif atau strategi integratif.

Pada tahap pengambilan keputusan dengan QSPM untuk menentukan apakah strategi intensif atau integratif yang akan dipilih, diperoleh hasil nilai untuk strategi intensif lebih besar daripada strategi integratif. Oleh karena itu dalam menggelar layanan SLI, PT. Bakrie Telecom dapat menerapkan strategi intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Dalam menerapkan strategi intensif, PT. Bakrie Telecom perlu melakukan berbagai kajian dalam hal penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Bisnis SLI

Agus Purnomo
NPM 0606003096
Electrical Engineering Department

Councillor
1. Dr. Ir. Iwan Krisnadi, MBA
2. Prof. Dr. Ir. Dadang Gunawan, M.Eng

ANALYSIS ON PT. BAKRIE TELECOM'S COMPETITIVE STRATEGY AS A NEW ENTRANT IN IDD SERVICE BUSINESS

ABSTRACT

On September 17, 2007, PT. Bakrie Telecom got International Direct Dialing (IDD) license from the government. With the new license, the company needs to formulate a strategy to compete with the two existing operators to get the market share.

Formerly, IDD service in Indonesia belongs to PT. Telkom and PT. Indosat. The IDD traffics of both operators in 2006 are exceeding 2 million minutes for incoming and outgoing call.

Strategic Management Theory is applied in the analysis of the competitive strategy of PT. Bakrie Telecom in IDD business, The theory consists of internal and external factors identification of the company as an input for Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix and External Factor Evaluation (EFE) Matrix. The stage is called data gathering stage. The next stage is analysis stage which consists of Internal External Matrix, SWOT Matrix and Grand Strategy Matrix. The final stage is decision making stage using Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to decide which strategy should be appointed.

In the analysis using Internal External Matrix, PT. Bakrie Telecom lies in the cell II of the matrix. While in Grand Strategy Matrix, PT. Bakrie telecom lies in Quadrant I of the matrix. The company lies in both position of the matrix has a good position in the competition. The strategies that can be applied by the company are intensive strategy or integrative strategy.

In the decision making stage with QSPM, the score of the intensive strategy is bigger than the integrative strategy. Therefore, in deploying the IDD business, PT. Bakrie Telecom can apply intensive strategy that consist of market penetration, market development and product development.

In implementing the intensive strategy, PT. Bakrie Telecom needs to conduct studies on market penetration, market development and product development along with the company's vision and mission.

Keyword : Competitive Strategy, IDD Business