

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak dapat dihindari dalam perkembangan teknologi, Internet telah mampu mengubah perilaku manusia sehari-hari baik itu dalam mendapatkan informasi, bisnis maupun untuk hiburan. Informasi yang semula sulit diperoleh kini melalui jaringan internet hampir tidak ada informasi yang sulit dicapai karena internet telah banyak memakai aplikasi-aplikasi yang membantu seperti world wide web (www), File Transfer Protocol (FTP), Electronic Mail (e-mail), Internet Relay Chatting (IRC) dan lain-lain. Melalui search engine informasi apapun dipelosok dunia dengan mudah dapat diperoleh. Kemudahan dan luasnya jangkauan yang diberikan oleh jaringan internet membuat tidak adanya lagi keterbatasan waktu dan ruang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat melahirkan konvergensi berbagai jenis media baru. Jenis media ini tidak sederhana untuk dikelompokkan ke dalam bagian dari *broadcast*, telekomunikasi ataupun internet. Hal ini dapat dimengerti karena sifatnya yang saling terhubung. Jika sebelumnya melalui teknologi televisi biasa, penonton hanya dapat bersikap pasif - pasrah pada sejumlah program yang disajikan, maka dengan kehadiran media baru ini, mereka dapat lebih aktif dan dapat berinteraksi untuk menikmati program-program sesuai pilihannya (*relying on choice*).

Salah satu media baru yang tengah berkembang di dunia adalah INTERNET TV, yaitu siaran televisi, video, teks atau data berbasis internet dengan kecepatan minimal 2 Mbps yang dapat diakses oleh para pelanggan, namun untuk mendapatkan tampilan yang ideal dengan kecepatan 10 Mbps lebih baik lagi dengan kecepatan yang lebih dari 10 Mbps. Teknologi INTERNET TV ini membawa semua keunggulan internet dan televisi bersama-sama untuk membuat kita bisa menonton acara media TV dengan media yang berbeda. Dalam hal sederhana Internet televisi berarti kita dapat menonton TV langsung dari PC desktop atau laptop. memanfaatkan jaringan internet yang berkolaborasi dengan

kabel telpon tv kabel,satelit,WIFI atau media lainnya. Internet TV memaksimalkan penggunaan komputer dan internet

Berbagai keunggulan yang ditawarkan INTERNET TV bila dibandingkan dengan TV biasa antara lain kemampuannya untuk merekam atau menghentikan gambar saat tayangan tersebut sedang disiarkan. Dengan demikian kendali atas INTERNET TV sepenuhnya ada di tangan penonton (personal). Bahkan tayangan tersebut dapat diakses secara mobile tanpa harus berada di dalam rumah, melalui alat alat seperti dekoder yang terhubung dengan internet sehingga tayangan dapat dinikmati dari jarak jauh.

Bila kita adalah seseorang yang tidak bisa punya cukup banyak waktu untuk menonton program televisi secara langsung,dan memikirkan tentang bagaimana Internet TV akan membuka pilihan baru untuk melihat bebas,kita dapat mengejar ketinggalan dengan berita cerita, menonton aksi olahraga real time, tetap up-to-date dengan pergerakan pasar saham atau menikmati sedikit acara hiburan komedi.kita disediakan berbagai hiburan kemungkinan yang terus berkembang, mendapatkan popularitas dalam setiap hari. Proses TV Internet ini hampir sama dengan TV konvensional. Bedanya pengguna TV Internet bisa memilih berita yang diinginkan

Untuk menyaksikannya Internet TV,pengguna internet tinggal mengaktifkan seluruh aplikasi multimedia di komputer internet yang digunakan. TV Internet akan terbuka dengan memakai windows media player, real player, atau aplikasi lain yang bisa menampilkan program tersebut. Tentu saja pengguna internet harus didukung bandwidth yang besar, agar visualnya kelihatan sempurna. Selain itu, akan menjadi bagus kalau dibuka di TV yang bisa berselancar di internet. Hal ini tentu membutuhkan software khusus yang diprogramkan di TV tersebut. Sama halnya dengan bermain game dan memasukan data pribadi seperti yang telah ada di beberapa TV. Hal ini lebih dikenal dengan web TV.

Ada 5 fitur dari internet TV ini,yaitu

1. Stasiun yang tersedia secara internasional. Saat ini lebih dari 150 negara memiliki akses internet sehingga kita dapat yakin bahwa negara kita memiliki minimal satu stasiun TV Internet yang dapat menonton

2. Tidak ada tambahan perangkat keras (hardware) yang diperlukan. Pada masa lalu, menonton televisi di komputer kita akan membutuhkan pas dari PC TV kartu tetapi ini tidak lagi diperlukan. Perbaikan dalam industri telekomunikasi telah membuat koneksi broadband lebih banyak tersedia dan lebih murah dibandingkan sebelumnya dan memungkinkan lebih banyak orang untuk melihat kualitas tinggi streaming media pada komputer mereka.
3. Siapapun yang memiliki koneksi internet dapat menonton dan minimum kecepatan koneksi 2 Mbps yang dianjurkan. Menonton di kecepatan ini harus memberikan gambaran yang wajar. Sambungan kecepatan tinggi akan meningkatkan kualitas gambar (tergantung pada kemampuan server) dan koneksi tercepat dapat memungkinkan untuk melihat program-program dalam kualitas DVD.
4. Channel baru ditambahkan setiap saat. Pemain utama dalam industri Internet baru mulai muncul signifikan dalam pasar berkembang pesat ini. Google mengembangkan Google TV dan telah mendaftar Amerika saluran UPN dan sedang dalam pembicaraan dengan BBC di Inggris untuk menyediakan konten. AOL meluncurkan IN2TV yang akan menampilkan ribuan jam program dari Warner Brothers di berbagai saluran 6 dan Yahoo memiliki rencana untuk menampilkan Internet TV di Jepang yang dapat mengakibatkan layanan di seluruh dunia jika berhasil.
5. Televisi internet memberikan kesempatan untuk penunjuk stasiun favorit kita sehingga apabila hendak menonton kembali stasiun favorit kita dapat kembali kepada stasiun tersebut dengan cepat tanpa harus melalui ceklikan yang lainnya tersedia. Biasanya terdapat pilihan untuk melihat baik dalam modus layar penuh atau dalam jendela yang lebih kecil yang memungkinkan kita untuk mendapatkan dengan hal-hal lain di komputer saat menonton.

Pada saat ini layanan INTERNET TV telah banyak di nikmati. Jumlah pengguna televisi Internet (INTERNET TV) di Asia Pasifik melonjak dengan cepat. Pada akhir 2006, jumlah pengguna layanan ini telah mencapai 2,7 juta orang atau naik sebesar 87,4% dibandingkan periode yang sama tahun

lalu. Pengembangan layanan INTERNET TV di kawasan Asia Pasifik sangat bervariasi. Pasar yang sudah berkembang, seperti Jepang dan HongKong, menyumbang sekitar 60% dari total pelanggan pada 2006. Para pengguna di dua negara tersebut diharapkan dapat terus memimpin proses perkembangan layanan INTERNET TV di Asia Pasifik. Multimedia research group memprediksi pada tahun 2009 ini di perkirakan pengguna INTERNET TV akan meningkat menjadi 36,9 juta.

Menurut survei dari i-suppli pangsa pasar dari internet TV ini pada tahun 2011 akan mencapai angka 10 milyar US. Oleh karena internet TV kemungkinan besar menjadi komoditas yang paling disukai karena bersifat *web-connected*. Bandwith yang dibutuhkan untuk internet TV akan bertambah 44 kali dari tahun 2006 ke 2009 hingga mencapai 7 milyar tebibyte (Tibs)^[16].

Di Indonesia sendiri Layanan INTERNET TV masih belum berkembang, di karenakan infrastruktur broadband yang belum meluas mencakup seluruh wilayah Indonesia.

Globaltri.tv yang diluncurkan PT Global Intermedia (PT GTI) pada tahun 2008 menangkap peluang ini dengan membuka bisnis internet TV yang membuka konten siaran lokal untuk dapat dinikmati siapa saja terutama Warga Negara Indonesia baik itu yang ada di dalam maupun luar negeri.. Untuk perkembangan ke depan PT GTI diharapkan dapat mengkaji dan lebih memperbaiki strategi bersaing perusahaan dengan membuat inovasi-inovasi baru. Dengan demikian diharapkan PT GTI dapat bertahan dan dapat meningkatkan pangsa pasarnya

Perkembangan internet di dunia menunjukkan kemajuan luar biasa yang di tunjukkan dengan perkembangan yang pesat dari jumlah pengguna setiap tahunnya. Saat ini pengguna internet di dunia berjumlah 1,596,270,108 pada akhir maret 2009^[9]. Internet bagi perorangan sudah merupakan komoditas penting untuk komunikasi dan untuk mendapatkan informasi bagi pengguna internet.

Tabel 1.1 Pengguna internet dunia^[10]

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS						
World Regions	Population (2008 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Users Growth 2000-2008	Users % of Table
Africa	975,330,899	4,514,400	54,171,500	5.6 %	1,100.0 %	3.4 %
Asia	3,780,819,792	114,304,000	657,170,816	17.4 %	474.9 %	41.2 %
Europe	803,903,540	105,096,093	393,373,398	48.9 %	274.3 %	24.6 %
Middle East	196,767,614	3,284,800	45,861,346	23.3 %	1,296.2 %	2.9 %
North America	337,572,949	108,096,800	251,290,489	74.4 %	132.5 %	15.7 %
Latin America/Caribbean	581,249,892	18,068,919	173,619,140	29.9 %	860.9 %	10.9 %
Oceania / Australia	34,384,384	7,620,480	20,783,419	60.4 %	172.7 %	1.3 %
WORLD TOTAL	6,710,029,070	360,985,492	1,596,270,108	23.8 %	342.2 %	100.0 %

Di Indonesia sendiri, menurut Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), kategori pengguna internet di Indonesia dapat dibagi dua yaitu : pelanggan dan pengguna. Jumlah pelanggan dan pengguna internet sangat jauh berbeda, dikarenakan pengguna internet sangat jauh berbeda, dikarenakan pengguna internet dapat mengakses dimana saja, apakah itu di kantor, warnet atau di rumah. Sedangkan pelanggan yang terdaftar atau terdata sebagai pengakses internet di penyedia jasa internet (ISP/Internet Service Provider)^[11].

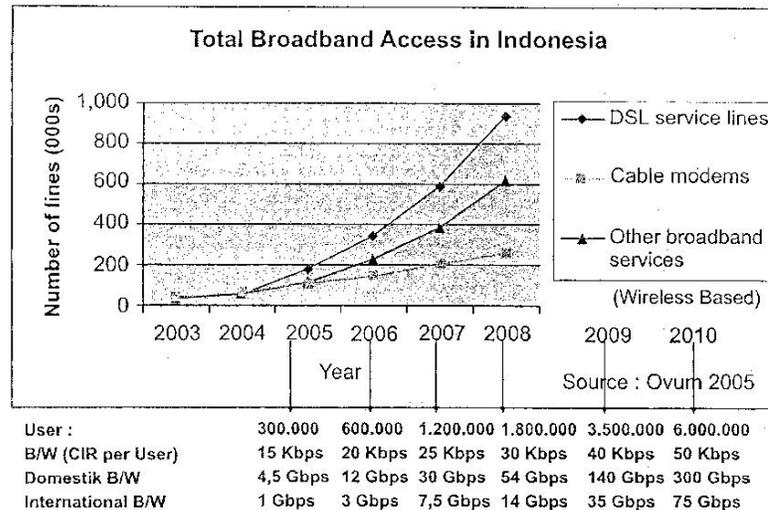
Tabel 1.2 Pertumbuhan Pengguna Internet Asia^[10]

ASIA INTERNET USAGE AND POPULATION						
ASIA	Population (2008 Est.)	Internet Users (Year 2000)	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	(%) Users in Asia	Use Growth (2000-2008)
Afghanistan	32,738,376	1,000	580,000	1.8 %	0.1 %	57,900.0 %
Armenia	2,968,586	30,000	172,800	5.8 %	0.0 %	476.0 %
Azerbaijan	8,177,717	12,000	1,035,600	12.7 %	0.2 %	8,530.0 %
Bangladesh	153,546,901	100,000	500,000	0.3 %	0.1 %	400.0 %
Bhutan	682,321	500	40,000	5.9 %	0.0 %	7,900.0 %
Brunei Darussalem	381,371	30,000	176,029	46.2 %	0.0 %	486.8 %
Cambodia	14,241,640	6,000	70,000	0.5 %	0.0 %	1,066.7 %
China *	1,330,044,605	22,500,000	253,000,000	19.0 %	43.7 %	1,024.4 %
East Timor	1,108,777	-	1,200	0.1 %	0.0 %	0.0 %
Georgia	4,630,841	20,000	360,000	7.8 %	0.1 %	1,700.0 %
Hong Kong *	7,018,636	2,283,000	4,878,713	69.5 %	0.8 %	113.7 %
India	1,147,995,898	5,000,000	60,000,000	5.2 %	10.4 %	1,100.0 %
Indonesia	237,512,355	2,000,000	25,000,000	10.5 %	4.3 %	1,150.0 %
Japan	127,288,419	47,080,000	94,000,000	73.8 %	16.2 %	99.7 %
Kazakhstan	15,340,533	70,000	1,400,000	9.1 %	0.2 %	1,900.0 %
Korea, North	23,479,089	--	--	--	--	0.0 %
Korea, South	49,232,844	19,040,000	34,820,000	70.7 %	6.0 %	82.9 %
Kyrgyzstan	5,356,869	51,600	750,000	14.0 %	0.1 %	1,353.5 %
Laos	6,677,534	6,000	100,000	1.5 %	0.0 %	1,566.7 %
Macao *	460,823	60,000	238,000	51.6 %	0.0 %	296.7 %
Malaysia	25,274,133	3,700,000	14,904,000	59.0 %	2.6 %	302.8 %
Maldives	379,174	6,000	33,000	8.7 %	0.0 %	450.0 %
Mongolia	2,996,081	30,000	320,000	10.7 %	0.1 %	966.7 %
Myanmar	47,758,181	1,000	40,000	0.1 %	0.0 %	3,900.0 %
Nepal	29,519,114	50,000	337,100	1.1 %	0.1 %	574.2 %
Pakistan	167,762,040	133,900	17,500,000	10.4 %	3.0 %	12,969.5 %
Philippines	92,681,453	2,000,000	14,000,000	15.1 %	2.4 %	600.0 %
Singapore	4,608,167	1,200,000	2,700,000	58.6 %	0.5 %	125.0 %
Sri Lanka	21,128,773	121,500	771,700	3.7 %	0.1 %	535.1 %
Taiwan	22,920,946	6,260,000	15,400,000	67.2 %	2.7 %	146.0 %
Tajikistan	7,211,884	2,000	19,500	0.3 %	0.0 %	875.0 %
Thailand	65,493,298	2,300,000	13,416,000	20.5 %	2.3 %	483.3 %
Turkmenistan	5,179,571	2,000	70,000	1.4 %	0.0 %	3,400.0 %
Uzbekistan	28,268,440	7,500	1,745,000	6.2 %	0.3 %	23,166.7 %
Vietnam	86,116,559	200,000	20,159,615	23.4 %	3.5 %	9,979.8 %
TOTAL ASIA	3,776,181,969	114,304,000	578,538,257	15.3 %	100.0 %	406.1 %

Dapat dilihat dari tabel 1.2 pertumbuhan pemakai internet di Indonesia bertumbuh dari tahun 2000 berjumlah 2.000.000.000 pengguna internet Indonesia pada tahun 2008 meningkat menjadi 25.000.000 orang.

Disamping itu kebutuhan akan bandwidth domestik akan meningkat menjadi 300 Gbps di tahun 2010 dan kebutuhan bandwidth internasional mencapai

75 Gbps di tahun 2010 seperti yang terlihat di gambar 1.1



Gambar 1.1 Potensi Broadband akses Indonesia 2003-2010^[9]

1.3 Permasalahan

berdasarkan uraian latar belakang dapat diidentifikasi beberapa hal yang dihadapi PT GTI untuk bisnis INTERNET TV, yaitu sebagai berikut :

- a. Adanya potensi pasar bisnis INTERNET TV
- b. Terjadinya kenaikan revenue dari bisnis INTERNET TV
- c. Bagaimana peta persaingan layanan INTERNET TV

Dari identifikasi di atas diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana menganalisis peluang bisnis INTERNET TV?
- b. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal dalam menentukan strategi dan kebijakan perusahaan dalam pengelolaan bisnisnya?
- c. Seberapa besar market space yang ada, bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap produk yang akan di hasilkan.

Agar pengembangan bisnis INTERNET TV ini berhasil maka perlu dilakukan analisis strategi perusahaan dan perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis ini bertujuan untuk mempertajam rencana-rencana yang dikehendaki agar dapat diketahui posisi perusahaan saat ini, arah dan tujuan perusahaan, dan cara mencapai sasaran yang ingin di capai.

1.4 Maksud dan Tujuan

Adapun yang menjadi tujuan penulisan tesis adalah menganalisa ancaman, kekuatan dan kelemahan pada lingkungan usaha layanan internet TV PT GTI dan memberikan perencanaan strategi untuk pengembangan bisnisnya.

1.5 Batasan Permasalahan

Dengan maksud agar penelitian ini menjadi lebih terarah serta dengan dukungan data yang tersedia, maka ruang lingkup penulisan dibatasi sebagai berikut :

1. Studi Kasus PT GTI
2. Melakukan Analisa terhadap situasi faktor internal dan eksternal PT GTI
3. Pembahasan tidak menyangkut masalah teknis secara mendetail.
4. Pembahasan tidak menyangkut masalah keuangan secara mendetail.

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini diarahkan kepada analisis peluang dan strategi bisnis INTERNET TV melalui metode manajemen stratejik. Metoda penelitian diawali dengan identifikasi masalah, kemudian dilanjutkan dengan tahapan – tahapan berikut :

1. Tahap pengumpulan data

Metoda pengumpulan data sangat penting dalam membantu penyusunan laporan penelitian, karena dengan menggunakan metoda yang dirancang dan direncanakan dengan baik, diharapkan akan memudahkan dalam proses penyusunan laporan penelitian. Metoda pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Studi Pustaka

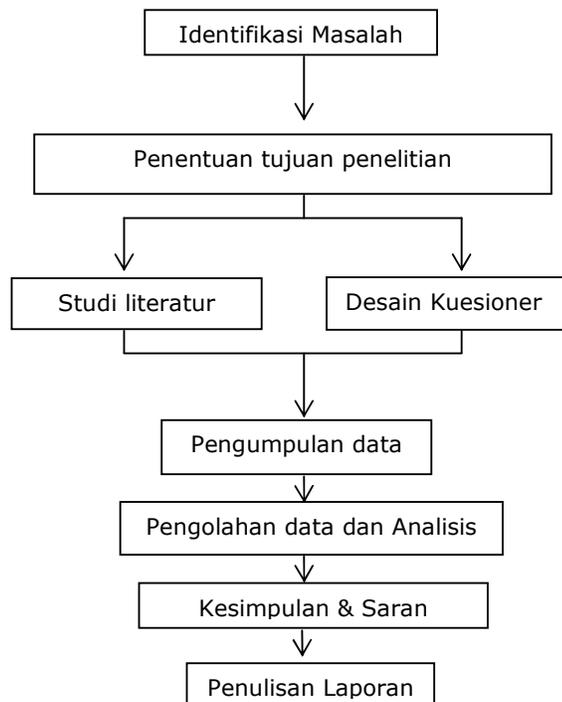
Dilakukan untuk mendapatkan konsep-konsep teoritis dan informasi-informasi lain yang dapat mendukung penelitian. Studi pustaka merujuk pada jurnal-jurnal, buku teks dan artikel-artikel yang menunjang pada penelitian yang dilakukan.

- b. Melakukan pengambilan data yang akan diolah untuk menunjang penelitian
- c. Mengadakan korespondensi dan wawancara dengan beberapa pihak yang berkompeten dalam bidang analisis strategi perusahaan

2. Tahap Analisis

Analisis dilakukan terhadap data – data yang telah dikumpulkan, untuk kemudian dijadikan dasar terhadap penyusunan strategi bisnis sebagai tujuan dari penelitian ini.

Secara garis besar tahapan penelitian dapat dilihat pada bagan alur berikut :



Gambar 1.2 Tahapan Penelitian

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dibagi kedalam empat bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dipaparkan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, batasan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Manajemen Strategik dan INTERNET TV

Bab ini menguraikan tentang teori –dan konsep dasar bisnis INTERNET TV , juga konsep manajemen strategi yang berasal dari buku, jurnal maupun sumber-sumber lain yang terkait dan dapat mendukung penelitian.

Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini akan diuraikan tentang lingkungan bisnis PT GTM yang berisi jenis-jenis data (primer dan sekunder) tentang kondisi internal dan eksternal perusahaan yang diperlukan sebagai informasi untuk membantu dalam analisis formulasi strategi perusahaan

Bab IV Analisa Strategi Perusahaan

Bab ini menguraikan tentang profil perusahaan yang terdiri dari identifikasi peluang,ancaman,kekuatan dan kelemahan perusahaan yang selanjutnya diperlukan dalam menganalisis formulasi strategi pengembangan perusahaan. Berupa analisis dan perencanaan pasar,teknis,organisasi dan financial perusahaan.

Bab V Kesimpulan

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian ini.