

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia teknologi informasi khususnya dunia telekomunikasi saat ini diiringi oleh pertumbuhan bisnis telekomunikasi yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya operator telekomunikasi baik operator fix phone maupun operator selular yang terjun ke bisnis telekomunikasi. Selain itu, pesatnya perkembangan bisnis telekomunikasi ini juga ditandai dengan meningkatnya pertumbuhan populasi pengguna telepon, terutama pengguna telepon selular yang pada akhir tahun 2006 mencapai sekitar 64 juta pelanggan, yang berarti telah melampaui jumlah pengguna telekomunikasi fixed phone yang hanya sekitar 12.3 juta pelanggan.

Melihat perkembangan telekomunikasi yang pesat dan karakteristik konsumen yang ada di Indonesia saat ini, maka PT. Telkom sebagai salah satu penyedia jaringan dan penyelenggara jasa telekomunikasi di Indonesia melakukan inovasi pengembangan produk baru telekomunikasi yang dapat menggabungkan berbagai macam value added yang ada pada teknologi selular dan fix phone yang disesuaikan dengan karakteristik pasar (konsumen) di Indonesia. Telkom Flexi merupakan solusi telekomunikasi yang ditawarkan oleh PT. Telkom. Telkom Flexi adalah layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses fixed wireless dengan teknologi CDMA (Code Division Multiple Access) 2000 1x yang beroperasi pada frekuensi 1900 MHz..

Dengan hadirnya produk baru dari PT. Telkom ini, diharapkan Telkom Flexi dapat mengantisipasi meningkatnya kebutuhan akan sambungan komunikasi dan data, serta juga dapat meningkatkan penetrasi pengguna telepon di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang tingkat penetrasi penggunaan teleponnya terbilang sangat kecil, yaitu sekitar 3,7%. Dengan jumlah penduduk yang lebih dari 220 juta jiwa ini, Indonesia idealnya memiliki 20% pengguna telepon, yang berarti setidaknya terdapat 40 juta sambungan telepon di Indonesia. Namun pada kenyataannya pengguna telepon saat ini baru mencapai 42,5% sambungan (18,7 juta sambungan, baik fixed phone maupun selular) dari jumlah sambungan ideal, yang berarti 57,5% lagi (25,3 juta sambungan) merupakan pangsa pasar potensial yang harus diperebutkan (*www.Telkom.co.id*).

Pada tahun 2005 total pelanggan Flexi di Indonesia mencapai 4,1 juta sambungan. PT.Telkom sudah mematok pertambahan pelanggan Flexi secara nasional sebanyak tiga juta sambungan pada 2006, tetapi dari data yang ada hingga Quarter 3 2006, saat ini jumlah pelanggan Telkom Flexi mengalami kecenderungan penurunan, Dari jumlah sebanyak 2.895.000 pelanggan pada akhir quarter 3 2005 menjadi 2.854.000 pelanggan pada akhir

Quarter 3 2006. Salah satu penyebabnya, pasar tiba-tiba berhenti ketika pemerintah mengumumkan akan menggusur Flexi dari frekuensi 1900 MHz dan ini berarti menyangkut pelanggan Flexi dan StarOne di Jakarta, Banten, Jabar. Walaupun penurunan ini cenderung sedikit, tetapi hal ini harus diwaspadai karena PT. Bakrie Telekomunikasi Tbk. melalui produknya esia sangat berhasil dalam meningkatkan jumlah pelanggannya, dengan hanya memiliki pelanggan sebanyak 176.453 di akhir Quarter 3 2005, mereka bisa meningkatkan pelanggannya hingga 1.159.007 di akhir Quarter 3 2006. Jika hal ini tidak diwaspadai PT. Telkom Tbk. akan semakin mengalami penurunan jumlah pelanggan. Untuk ini PT. Telkom Tbk. sudah selayaknya menggunakan strategi yang tepat untuk mempertahankan bisnis Telkom Flexi ini agar tujuan perusahaan tercapai. Perkembangan dalam kecenderungan bisnis masa kini seperti ketidakpastian yang tinggi dan kompleksitas bisnis yang semakin tinggi sehingga mengharuskan pengusaha untuk mengamati perilaku pelanggan dan pesaing dengan lebih rumit dan lebih dalam serta harus memperhatikan lingkungan eksternal dan lingkungan internal dari perusahaan itu sendiri. Tinjauan aspek tersebut adalah untuk mengidentifikasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang secara signifikan dapat berpengaruh terhadap pengembangan bisnis Telkom Flexi. Untuk menghadapi kondisi seperti itu diperlukan sebuah perumusan strategi yang berbasis kompetitif untuk memenangkan persaingan.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

PT. Telkom,Tbk harus mampu menghadapi berbagai macam lingkungan baik itu lingkungan eksternal maupun internal, dimana lingkungan eksternal memungkinkan pihak perusahaan untuk mengetahui peluang-peluang serta ancaman-ancaman yang ada, dan lingkungan internal yang menunjukkan letak kekuatan serta kelemahan perusahaan.

Untuk bisa menguasai pasar di dalam bisnis ini, PT. Telkom,Tbk harus mempersiapkan strategi bisnis yang tepat untuk digunakan menghadapi persaingan bisnis ini, terutama dalam menghadapi perusahaan lain yang terjun di dalam bisnis ini.

Permasalahan utama dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah :

- a. Bagaimana posisi portofolio bisnis Telkom Flexi dalam persaingan bisnis layanan Fixed Wireless Access saat ini?
- b. Bagaimana merumuskan strategi bisnis bagi perusahaan dalam bisnis Telkom Flexi dengan menggunakan metode Intelijen Kompetitif ?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan posisi portofolio bisnis Telkom Flexi dalam persaingan bisnis layanan Fixed Wireless Access saat ini.
- b. Dapat merumuskan strategi bisnis bagi perusahaan dalam bisnis Telkom Flexi ini dengan menggunakan metode Intelijen Kompetitif.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Melalui penelitian ini diharapkan menghasilkan beberapa manfaat yang dapat menjadikan masukan bagi pihak PT. Telkom, diantaranya yaitu :

- a. Sebagai masukan bagi PT. Telkom,Tbk untuk dapat mempertahankan, dan meningkatkan pangsa pasar bisnis Telkom Flexi untuk memenangkan persaingan pada bisnis layanan Fixed Wireless Access.
- b. Untuk mengetahui gambaran posisi Telkom Flexi didalam bisnis layanan Fixed Wireless Access dengan menggunakan metode Intelijen Kompetitif.

1.5. BATASAN MASALAH

Agar dalam penelitian Tugas Akhir ini dapat fokus dan tidak terlalu melebar sehingga menjadi mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dilakukan, maka perlu dilakukannya pembatasan masalah sebagai berikut:

- a. Analisis pesaing dilakukan terhadap perusahaan yang juga bergerak di layanan Fixed Wireless Access berbasis teknologi CDMA.
- b. Analisis lingkungan internal dibatasi pada keuangan perusahaan.
- c. Analisis lingkungan eksternal dibatasi pada aspek ekonomi, pemerintah, teknologi, pesaing sejenis, pelanggan, dan pendatang baru.