

## ABSTRAKSI

Pada saat ini posisi PT Telkom untuk produk yang memiliki posisi lokal di pasaran adalah sebagai pemimpin pasar. Namun secara grafik dapat terlihat bahwa ternyata kontribusi pendapatan dari TelkomLokal ini cenderung menurun walaupun posisinya masih tetap berada di atas para pesaingnya. Beberapa operator atau penyedia layanan lokal lainnya adalah operator CDMA, seperti Mobile8, Esia, StarOne, dan operator GSM, seperti Telkomsel, Indosat – Satelindo, dan Excelcomindo.

Data-data yang telah diperoleh kemudian diolah untuk menentukan bobot tiap faktor SWOT dan matriks GE dibantu dengan metode AHP. Dari pengolahan data tersebut dapat diketahui posisi daya saing strategis dan posisi portofolio dari TelkomLokal. Dilihat dari matriks strategi utama, lingkungan eksternal perusahaan memberikan peluang yang besar dalam bisnis ini dan dengan faktor internal perusahaan yang sebenarnya juga mendukung untuk mengambil peluang yang ada.

Dari hasil pengolahan data, maka dapat diketahui posisi daya saing TelkomLokal berada pada kuadran I (*Growth/Aggressive*). Kemudian dari analisa portofolio bisnis dengan menggunakan matriks GE, posisi TelkomLokal berada pada sel *Growth*.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari analisa tersebut yaitu bahwa strategi yang dapat diusulkan untuk TelkomLokal adalah strategi fokus, dengan mengutamakan kualitas produk, dan tarif serta didukung oleh strategi S/O (*Strength/Opportunity*) dari perumusan strategi SWOT, dimana strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada.