

ABSTRAKSI

Perkembangan Teknologi di bidang Telekomunikasi pada akhir-akhir dekade ini yang sangat berkembang pesat, telah menyebabkan munculnya beberapa Operator-operator telekomunikasi, baik fixed phone maupun operator seluler yang saling bersaing untuk menjadi operator telekomunikasi nomor satu atau operator telekomunikasi pilihan bagi masyarakat pengguna. Pesatnya Bisnis Telekomunikasi ini juga ditandai dengan meningkatnya pertumbuhan populasi pengguna telepon (terutama pengguna telepon seluler) dalam kurun waktu sekitar satu dekade terakhir ini. Perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi ini berdampak besar bagi PT. Telkom sebagai penyelenggara Telekomunikasi terbesar di Indonesia. Salah satu produk unggulan PT. Telkom yaitu Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) mengalami penurunan pelanggan yang cukup berarti di tengah kondisi pasar yang semakin dinamis dan ketatnya persaingan. Dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat tersebut, mengharuskan perusahaan untuk dapat mengidentifikasi hal – hal yang menjadi penyebab penurunan pendapatan tersebut dan merencanakan dan menetapkan suatu strategi guna dapat tetap bersaing di dalam bisnis telekomunikasi.

Untuk merumuskan suatu alternatif strategi perusahaan, diperlukan suatu proses identifikasi lingkungan eksternal dan internal yang diperoleh melalui proses wawancara dengan pihak yang bersangkutan yang di padukan dengan data sekunder dan studi literatur. Dengan melakukan analisa SWOT terhadap lingkungan internal dan eksternal tersebut, maka akan diketahui aspek – aspek yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Telkom SLJJ. Dengan menggunakan kuesioner untuk menentukan nilai tunggal dari kelompok responden, digunakan metode rata-rata geometrik dan penentuan bobot relatif dengan menggunakan AHP yang hasil akhirnya akan digunakan untuk merumuskan strategi dengan menggunakan Matrik IE dan Matrik MPSK.

Dari hasil pengolahan data, perumusan alternatif strategi dapat dilakukan setelah dilakukan analisa Matrik IE dan analisa SWOT. Dari hasil analisa tersebut dapat ditentukan beberapa alternatif strategi bisnis perusahaan.

Pemilihan strategi dilakukan melalui suatu matriks yang disebut Matrik Perencanaan Strategi Kuantitatif (MPSK). Dalam matrik ini secara jelas menunjukkan strategi alternatif mana yang paling baik untuk dipilih. Dari strategi yang diusulkan tersebut diharapkan dapat memberikan suatu hasil yang optimal dan nilai tambah bagi perusahaan

Kata kunci : Telkom SLJJ, SWOT, Matrik IE, Matrik MPSK

STTTTELKOM