

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Telkom *Economy Business School*

Telkom *Economy Business School* adalah perguruan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). Dewan Pembina YPT, secara *ex-officio* adalah Direksi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT.Telkom). Telkom *Economy Business School* didirikan sebagai bentuk tanggung jawab PT. Telkom untuk menjadi *Good Corporate Citizenship* yang ingin berkontribusi dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia.

Kampus Telkom *Economy Business School* berada di dua lokasi, yaitu kampus Gegerkalong dan kampus Dayeuh Kolot. Ke dua lokasi kampus tersebut berada di wilayah Bandung. Jumlah mahasiswa yang menempuh studi di Telkom *Economy Business School* pada tahun ajaran 2012 berjumlah 5.571 mahasiswa aktif, yang berasal dari seluruh daerah di Indonesia.

Untuk program pendidikan, Telkom *Economy Business School* menyelenggarakan 1 (satu) program pasca sarjana yaitu program Magister Management, 5 Program Strata-1 yaitu S-1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, S-1 Ilmu Komunikasi, S-1 Desain Komunikasi Visual, S-1 Akuntansi dan S-1 Administrasi Niaga, serta memiliki 1 (satu) Diploma-3 yaitu D-3 Pemasaran.

1.1.2. Sejarah Perkembangan Telkom *Economy Business School*

Perjalanan Telkom *Economy Business School* dimulai pada tahun 1990 dengan nama MBA-Bandung, lalu berubah menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bandung (STMB) pada tahun 1994, kemudian berganti nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom (STMB Telkom) pada tahun 2004, lalu bertransformasi menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) pada tahun 2008, dan pada akhirnya berubah kembali menjadi Telkom *Economy Business School* dan bergabung menjadi *Telkom University* bersama dengan Institut Teknologi Telkom, Politeknik Telkom dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Design Indonesia Telkom yang telah diresmikan pada tanggal 31 Agustus 2013.

MBA-Bandung adalah penyelenggara program *Master in Business Administration* pertama di Jawa Barat, mendahului program sejenis yang kemudian diselenggarakan oleh perguruan tinggi negeri di Bandung. Pada awal pendiriannya kampus pertama MBA-Bandung adalah Gedung H & I Kompleks Pusdiklat Telkom yang berlokasi di Jalan Gegerkalong Hilir 47 Bandung. MBA-Bandung mengadopsi secara utuh, *Schooling System* dari *Asian Institute of Management* (AIM) Philipines, yang pada saat itu dikenal sebagai *Harvard Business School Asia*. Ketika didirikan, para Professor dari AIM mengajar dan membimbing penyelenggaraan program MBA sampai dengan tahun 1995. Dengan kondisi ini, pada tahun 1992 MBA Bandung berhasil masuk kedalam 7 sekolah bisnis terbaik versi majalah SWA, bersama-sama dengan IPPM, IPMI, Prasetya Mulya, UI, dan ITB.

Merespon ada regulasi yang dari pemerintah mengenai penertiban penyelenggaraan program MBA di Indonesia, maka pada tahun 1994, MBA-Bandung mengubah bentuk organisasinya menjadi Sekolah Tinggi dengan nama Sekolah Tinggi Manajemen Bandung (STMB). Dengan status sekolah tinggi, STMB mengubah program MBA-nya menjadi program Magister Manajemen (MM). Selain itu, STMB juga semakin meragamkan varian program MM-nya, menjadi program MM Reguler, MM Eksekutif, dan MM *Cooperative Education*. Pada kesempatan akreditasi pertama yang diselenggarakan oleh pemerintah, program MM STMB memperoleh akreditasi A (Unggul).

Adanya tuntutan regulasi pemerintah agar sekolah tinggi tidak hanya menyelenggarakan program pasca sarjana, ditambah dengan adanya keinginan dari Direksi PT.Telkom (pada saat itu dijabat oleh AA Nasution) agar STMB makin maju dalam dunia pendidikan tinggi, pada tahun 1997 STMB menyelenggarakan program strata-1 (S-1/sarjana). Program studi yang dibuka di STMB pada saat itu adalah S-1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI). Minat masyarakat terhadap program studi ini meningkat terus disertai dengan daya serap

industri terhadap alumni STMB yang cukup tinggi. Pada kesempatan akreditasi oleh pemerintah di tahun 2002, program S-1 MBTI STMB memperoleh akreditasi A.

Untuk memberikan identitas yang lebih kuat pada bidang keilmuan manajemen bisnis telekomunikasi, pada tahun 2004 STMB berubah nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom. Perubahan nama ini diikuti dengan peningkatan kapasitas penerimaan mahasiswa baru program S-1 MBTI, dalam rangka memenuhi permintaan pasar. Selain itu, program pasca sarjana juga menambah varian program dengan program MM Bisnis Telekomunikasi (MM Biztel).

Setelah perubahannya dari STMB menjadi IM Telkom dari tahun 2008 sampai dengan resmi bergabung menjadi *Telkom University* pada tahun 2013, IM Telkom mengalami perubahan nama kembali menjadi *Telkom Business School* yang dasar penyatuan tersebut ialah untuk mewujudkan cita-cita bersama untuk menjadi *World Class University* (WCU) pada tahun 2017 mendatang.

1.1.3. Visi dan Misi dan Tujuan

a. Visi

Menjadi Lembaga Pendidikan Tinggi bidang Bisnis dan Manajemen Konvergensi yang unggul di Asia pada tahun 2021.

b. Misi

- 1) Menyiapkan mahasiswa menjadi pemimpin Asia masa depan
- 2) Mengembangkan Institusi "*knowledge enterprise*" kelas dunia
- 3) Menghasilkan Kontribusi yang "*determinant*" bagi kemandirian bangsa dalam persaingan global

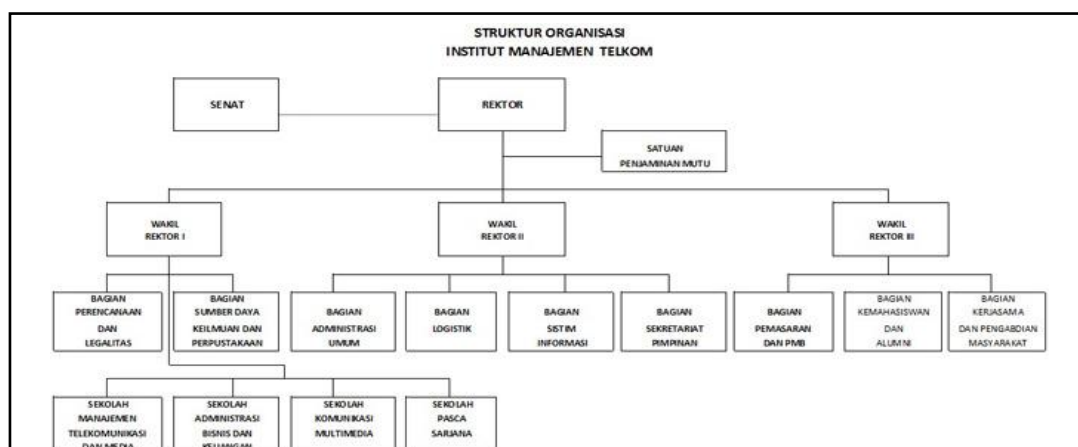
c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang profesional, berintegritas tinggi, serta memiliki semangat kewirausahaan.
- 2) Memiliki Program Studi yang terakreditasi A BAN-PT dan terakreditasi internasional seluruhnya.
- 3) Memiliki pusat penelitian bisnis dan manajemen konvergensi untuk seluruh level bisnis (korporasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah) mendapat pengakuan di Asia.
- 4) Memiliki market share dalam bidang konsultasi bisnis dan manajemen konvergensi yang terus meningkat baik secara nasional maupun secara regional di Asia.
- 5) Memiliki Jurnal IM TELKOM yang terakreditasi

1.1.4. Struktur Organisasi

Gambar 1.1. berikut ini menunjukkan struktur organisasi Institut Manajemen (IM) Telkom secara fungsional yang dipimpin oleh seorang Rektor yang memiliki 3 (tiga) orang wakil yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Gambar 1.1
Struktur Organisasi Institut Manajemen (IM) Telkom



Sumber : <http://www.telkomuniversity.ac.id/index.php/telkom-economy-business-school> (3 April 2013)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Isu perdamaian menjadi sangat hangat diperbincangkan pasca-Perang Dunia II di dunia internasional. Kesadaran akan banyaknya kerugian yang dibawa sebagai dampak perang antarpihak atau negara yang sedang bertikai adalah hal yang paling mendasar dalam pemikiran ini. Karena itu lah sehingga banyak kesepakatan-kesepakatan antar negara yang terletak di kawasan yang sama untuk mengadakan sebuah organisasi regional yang dapat memudahkan antarnegara anggotanya untuk saling menjaga dan membantu untuk kemajuan diberbagai bidang, begitu pun di kawasan Asia Tenggara.

Organisasi di Asia Tenggara tersebut terbentuk dari adanya Deklarasi Bangkok yang terdiri dari lima Negara Asia Tenggara yang dikenal dengan *Association of South East Asia Nation* (ASEAN) yang terbentuk pada tanggal 5 Agustus 1967 dan salah satu negara anggotanya ialah negara Indonesia. Salah satu tujuan dari adanya deklarasi tersebut ialah untuk meningkatkan kerja sama memajukan pendidikan, pelatihan, dan penelitian di kawasan Asia Tenggara melalui visi ASEAN 2020.

Dalam rangka mencapai Visi ASEAN 2020 tersebut berbagai macam kesepakatan telah dilakukan oleh negara-negara ASEAN sejak berdirinya perhimpunan tersebut, diawali dengan disepakatinya *Preferential Trading Agreement* (PTA) tahun 1977, dilanjutkan dengan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) tahun 1992 yang baru berhasil dilaksanakan, namun belum dalam proses pelaksanaan yang efektif, serta dilakukannya konferensi tingkat tinggi (KTT) ASEAN Bali Concord II pada tahun 2003, yang menghasilkan keputusan untuk mempercepat terwujudnya ASEAN Vision 2020.

Salah satu alasan dilakukan percepatan tersebut ialah karena dalam beberapa tahun terakhir posisi tawar negara-negara anggota ASEAN cenderung semakin melemah. Dan dari hasil dari KTT tersebut menghasilkan kesepakatan dari setiap perwakilan kepala negara anggota ASEAN untuk membentuk suatu komunitas antar negara ASEAN yang disebut *Asean Economy Community* (AEC) yang direncanakan akan mulai dilaksanakan pada tahun 2015 mendatang dengan salah satunya tujuannya ialah untuk memajukan perekonomian negara-negara ASEAN.

Dalam komunitas ekonomi ASEAN tersebut setiap negara telah berkomitmen untuk menjadikan ASEAN menjadi komunitas yang berkarakteristik sebagai berikut (<http://www.asean.org/communities/asean-economic-community>, akses : 5 April 2013).

1. *A single market and production base*

Pasar tunggal yang akan dibentuk oleh masyarakat ekonomi ASEAN terdiri dari 5 komponen inti yaitu pasar ASEAN yang bebas tarif dan non-tarif untuk transaksi barang maupun jasa, investasi, permodalan, dan tenaga kerja.

2. *A highly competitive economic region*

Kawasan ekonomi yang memiliki kompetensi tinggi akan dicapai oleh masyarakat ekonomi ASEAN dengan melakukan beberapa hal yaitu, kebijakan persaingan untuk menumbuhkan budaya persaingan yang sehat, perlindungan terhadap konsumen, penjaminan hak kekayaan intelektual, pengembangan infrastruktur transportasi, penghapusan pajak, dan pengembangan *e-commerce* antar negara ASEAN.

3. *A region of equitable economic development*

Kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang adil dan merata akan dilakukan oleh masyarakat ekonomi ASEAN dengan melakukan pengembangan *Small-Medium Enterprise* (SME).

Menanggapi hal tersebut, pemerintahan Indonesia sebagai motor penggerak perekonomian negara sangat berperan penting dalam pengatur stabilitas negara. Jika konteks AEC 2015 adalah *capital flow* dan *service flow* tentunya Indonesia sudah siap menghadapinya. Indonesia sudah mengalami *capital flow* dan *service flow* sejak tahun 1980-an, dimana banyak perusahaan multinasional yang berdiri di Indonesia. Perusahaan multinasional ini memiliki

modal dan tenaga kerja yang berasal dari berbagai negara. Perjanjian perdagangan internasional juga telah Indonesia jalani, misalnya *ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA)*. Sejak berlakunya ACFTA, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia terbukti stabil dikisaran 6,18 persen (2010), 6,15 persen (2011), dan 6,29 persen (2012). Walaupun untuk PDB perkapita Indonesia hanya berada dibawah Brunei, Singapore, Malaysia, Thailand, dan Filipina, seperti yang terlihat pada tabel 1.1 (www.gfmag.com/gdp-data-country-reports/254-indonesia-gdp-country-report, akses : 5 April 2013).

Tabel 1.1
Pertumbuhan *Gross Domestic Bruto (GDP) per Kapita Negara ASEAN Tahun 2009 – 2012*

Country	GDP per Capita (US Dollar)				
	2009	2010	2011	2012	Average
Singapore	38,923	42,784	47,268	51,709	45171.00
Brunei	27,212	30,880	40,244	41,127	34865.75
Malaysia	7,278	8,729	10,012	10,381	9100.00
Tailand	3,979	4,803	5,192	5,474	4862.00
Indonesia	2,272	2,947	3,471	3,557	3061.75
Philiphine	1,832	2,136	2,365	2,588	2230.25
Vietnam	1,130	1,224	1,408	1,596	1339.50
Laos	931	1,123	1,262	1,399	1178.75
Cambodia	735	783	878	946	835.50
Myanmar	533.45	587.27	741.67	824.19	671.65

Sumber : www.gfmag.com/gdp-data-country-reports/254-indonesia-gdp-country-report (5 April 2013)

Antisipasi terhadap AEC 2015 sangat diperlukan oleh Indonesia terutama di bidang pengembangan SDM, mengingat *Elimination of Non-Tariff Barriers* dan *Single Market* mengakibatkan tenaga kerja dari luar negeri akan lebih mudah bermigrasi ke Indonesia. Mereka (tenaga kerja asing) yang memiliki keahlian di atas keahlian SDM Indonesia, tentu akan mendapat kesempatan pekerjaan lebih besar. Sulit bagi kita bersaing dengan tenaga kerja asing jika angkatan kerja di Indonesia tidak memiliki *skill* yang memadai. Akibatnya pengangguran dapat dipastikan akan meningkat. Disamping itu, *Elimination of Non-Tariff Barriers* dan *Single Market* juga membawa dampak pada pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banjirnya produk impor yang lebih murah dan berkualitas baik yang akan masuk ke pasar Indonesia yang nantinya akan menggeser produk yang dihasilkan olah UMKM yang ada di Indonesia. Di saat seperti inilah kualitas produk dengan harga terjangkau sangat berperan penting dalam mengambil perhatian konsumen.

Dengan melihat data yang dikeluarkan *United Nations Development Programme (UNDP)* tahun 2012 menunjukkan nilai *Human Development Index (HDI)* Indonesia hanya sebesar 0.632 (*Medium Human Development*) atau berada pada peringkat 121 dari 186 Negara di dunia yang masuk dalam perhitungan UNDP tahun 2012. Dan berada pada peringkat enam di ruang lingkup ASEAN.

Dengan melihat kondisi tersebut tentunya akan sulit bagi negara Indonesia dalam bersaing menghadapi masyarakat ASEAN terutama dari negara Singapore, Brunei, dan Malaysia yang masyarakatnya telah tergolong dalam *Very High Human Development* dan nantinya akan memiliki kesempatan mendapatkan lapangan kerja lebih besar di berbagai negara ASEAN. Pada tabel 1.4 dapat dilihat nilai HDI setiap Negara-negara ASEAN pada tahun 2012.

Tabel 1.4

Human Development Index (HDI) Negara ASEAN 2012

HDI ASEAN Rank	Country	HDI Value	HDI World Rank	HDI Category
1	Singapore	0.895	18	Very High Human Development
2	Brunei Darussalam	0.855	30	Very High Human Development
3	Malaysia	0.769	64	High Human Development
4	Thailand	0.691	103	Medium Human Development
5	Philippines	0.654	114	Medium Human Development
6	Indonesia	0.629	121	Medium Human Development
7	Vietnam	0.617	127	Medium Human Development
8	Cambodia	0.543	138	Medium Human Development
9	Laos	0.543	138	Medium Human Development
10	Myanmar	0.498	149	Low Human Development

Sumber : <http://hdr.undp.org/en/reports/> (Akses : 5 April 2013)

Maka dari itu, Indonesia perlu mengembangkan kualitas SDM untuk dapat bersaing menghadapi masyarakat ASEAN 2015. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan meningkatkan kualitas pendidikan dari setiap lapisan masyarakat Indonesia yang merupakan salah satu indikator penilaian *Human Development Index*. Melihat sistematis pendidikan di Indonesia, perguruan tinggi merupakan tahap akhir dari proses pendidikan yang harus dilalui oleh setiap individu sebelum mereka diakui untuk dapat masuk ke dalam lapangan pekerjaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, seluruh perguruan tinggi baik perguruan tinggi negeri maupun swasta di Indonesia akan menghadapi dua tantangan besar yaitu untuk melanjutkan Tri Dharma perguruan tinggi dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dengan tantangan harus meningkatkan kualitas SDM di Indonesia yang masih tertinggal oleh beberapa negara masyarakat ASEAN lainnya dan untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan dalam mempertahankan eksistensi di industri pendidikan dengan tantangan meningkatnya persaingan yang bukan hanya datang dari perguruan tinggi dalam negeri namun juga dari perguruan tinggi di negara masyarakat ASEAN.

Selain itu, dengan adanya AEC 2015 tersebut akan memberi dampak pada dunia pendidikan tinggi di seluruh negara ASEAN yaitu adanya standarisasi tingkat lulusan yang harus dicapai oleh setiap perguruan tinggi di ASEAN. Untuk menjamin kesetaraan tingkat lulusan yang dihasilkan tersebut negara-negara ASEAN sepakat untuk membentuk badan yang mengatur penjaminan standar kualitas lulusan yang bernama ASEAN Quality Assurance Network (AQAN). Dan untuk penjaminan kualitas lulusan yang dihasilkan perguruan tinggi yang ada di negara ASEAN, AQAN memberi wewenang kepada masing-masing penyelenggara akreditasi di setiap negara untuk memenuhi standar yang harus dipenuhi oleh setiap lulusan yang dihasilkan. Untuk di Indonesia sendiri penyelenggara akreditasi perguruan tinggi ialah Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT).

Telkom *Economy Business School* merupakan salah satu penyelenggara perguruan tinggi swasta di Indonesia. Berdiri dibawah *Telkom University* dengan sekolah lainnya, *Telkom Economy Business School* menawarkan berbagai macam program studi khusus ilmu manajemen bisnis. *Telkom Economy Business School* yang saat ini berusaha untuk mejadi perguruan tinggi yang berbasis ICT yang memiliki cita-cita untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi bidang bisnis dan manajemen konvergensi yang unggul di Asia pada tahun 2021.

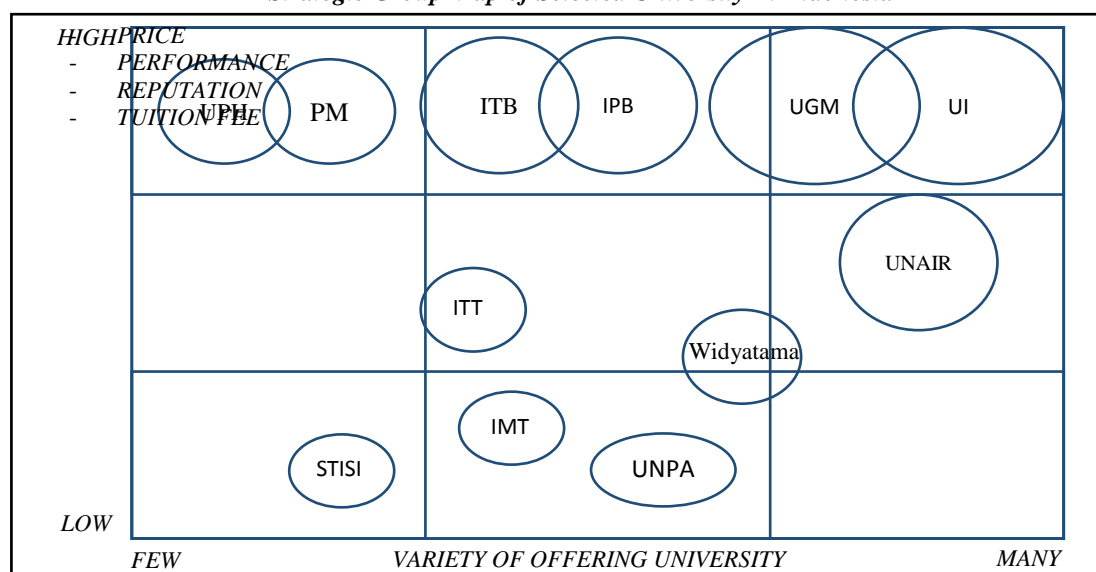
Berdasarkan cita-cita tersebut, adanya fenomena AEC 2015 dapat dijadikan suatu batu loncatan yang dapat dijadikan acuan oleh *Telkom Economy Business School* untuk mengukur sampai dimana *Telkom Economy Business School* dapat bersaing dalam ruang lingkup Internasional selain menjadi suatu tahapan sebelum menjadi pendidikan tinggi yang unggul di Asia.

Untuk persaingan di ruang lingkup Nasional berdasarkan penelitian internal yang dilakukan oleh *Telkom Economy Business School* yang pada saat itu masih bernama Institut Manajemen Telkom (IM) Telkom, (IM) Telkom

dalam indikator penilaian harga, performansi, reputasi dan *Tuition Fee* masih berada pada level rendah jika dibandingkan dengan IT Telkom yang sekarang telah menjadi *Telkom Engineering School*. Persaingan lengkap dapat terlihat pada gambar 1.2 berikut ini.

Gambar 1.2

Strategic Group Map of Selected University In Indonesia



Sumber : Penelitian Internal Telkom *Economy Business School*

Dengan melihat peta persaingan tersebut Telkom *Economy Business School* dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan tidak hanya untuk meningkatkan kemampuan bersaing di lingkup Nasional namun juga pada lingkup Internasional terutama untuk menghadapi fenomena AEC 2015. Dengan begitu Telkom *Economy Business School* perlu melakukan penilaian eksternal termasuk adanya fenomena AEC 2015 untuk melihat peluang dan ancaman dari fenomena yang ada dan menilai kondisi internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan internal, yang akhirnya akan dijadikan landasan dalam merumuskan strategi dalam menghadapi AEC 2015. Sehingga judul yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah **“Formulasi Alternatif Strategi Telkom *Economy Business School* dalam menghadapi ASEAN ECONOMY COMMUNITY (AEC) 2015”**

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini ialah :

1. Apa saja faktor-faktor eksternal yang akan mempengaruhi eksistensi Telkom *Economy Business School*?
2. Bagaimana kondisi Internal Telkom *Economy Business School* saat ini?
3. Rencana Strategi apakah yang tepat dilakukan oleh Telkom *Economy Business School* dalam menghadapi *Asean Economy Community* (AEC) 2015?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Mengetahui faktor-faktor eksternal apa saja yang akan mempengaruhi eksistensi Telkom *Economy Business School*
2. Mengetahui kondisi Internal Telkom *Economy Business School* saat ini
3. Memformulasikan rencana strategi Telkom *Economy Business School* dalam menghadapi *Asean Economy Community* (AEC) 2015

1.5. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan memperoleh manfaat dari aspek teoritis berupa dapat memahami cara mengimplementasikan konsep perencanaan strategi pada industri pendidikan.

2. Aspek Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini ialah :

- a. Dapat menghasilkan rencana strategi yang tepat dan dapat digunakan oleh Telkom *Economy Business School* dalam menghadapi *Asean Economy Community* (AEC) 2015.
- b. Dapat dimanfaatkan sebagai tahapan dalam mencapai Visi Telkom *Economy Business School* untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi bidang bisnis dan manajemen konvergensi yang unggul di Asia pada tahun 2021.

1.6. Sistematika Penulisan

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan secara umum dan ringkas mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian serta Sistematika Penulisan.

B. BAB II KERANGKA TEORITIS

Bab ini berisi tinjauan pustaka mengenai teori yang berkaitan dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode dan teknik yang digunakan, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan berupa analisis pengolahan data sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan berupa penyajian secara singkat dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang ditujukan untuk perbaikan terhadap hasil penelitian dan anjuran kepada pihak yang berkepentingan terhadap penelitian.