

**Analisis Pengaruh Pengambilan Strategi Perusahaan PT Telekomunikasi
Indonesia, Tbk. Regional Tasikmalaya**

**(Studi Kasus divisi BGES PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional
Tasikmalaya)**

diajukan untuk memenuhi Syarat Penilaian Ujian Tengah Semester Mata Kuliah Metode Penelitian

Oleh:

Hanum Anisa Dwisanthy

1401140295



Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Telkom University

2017

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Gambaran umum PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan BUMN (Badan usaha milik negara) yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Dengan statusnya sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Telkom adalah pemegang saham mayoritas di 13 anak perusahaan. Direktur Utama PT. Telkom Indonesia, Tbk saat ini adalah Alex Janangkih Sinaga.

Sumber : <http://www.telkom.co.id/> tanggal 04 maret dan pukul 12.05

1.1.2. Visi misi dan Tujuan perusahaan

Visi :

- *"Be The King of Digital in The Region"*
- Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services* ("TIMES") di kawasan regional.

Misi :

- *"Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization"*
- Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Sumber : <http://www.telkom.co.id/tentang-telkom> tanggal 05 maret pukul 13.20

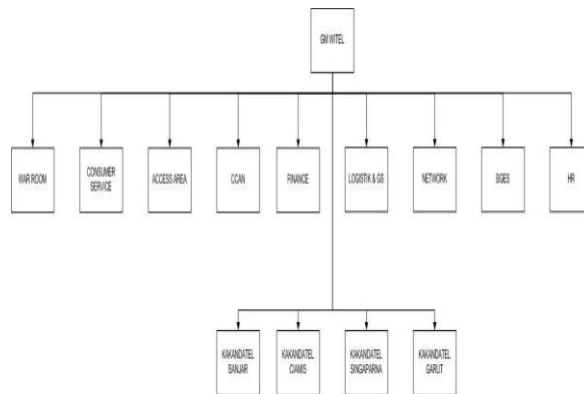
1.1.3. Logo dan Arti



- Merah – Berani, Cinta, Energi, Ulet : Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu : Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- Hitam – Warna Dasar : Melambangkan kemauan keras.
- Abu – Warna Transisi : Melambangkan teknologi

Sumber : <http://www.telkom.co.id/njcdsjcodkfcokdmfjds> tanggal 05 maret pukul 14.00

1.1.4. Struktur Organisasi (Regional Tasikmalaya)



1.1.5. Produk dan Layanan

- Jasa layanan internet : layanan dial up, flexi net, Astinet, IP transit, Hotspot /wifi
- Layanan Jaringan : Jasa Satelit
- Telepon : Telepon adalah salah satu layanan telekomunikasi yang disediakan Telkom melalui media pada berupa kabel tembaga atau optic. (SLI, SLJJ, Special Service, Inmarsat Group, Telkom Global)
- Jasa Komunikasi Data : Metro Link, Vas Datacom
- Broadband : Indihome merupakan layanan Triple Play dari telkom yang terdiri dari telepon rumah, internet on Fiber atau High Speed Internet.
- Mobile : Telkomsel menyediakan layanan telepon seluler berbasis GSM dengan koneksi tercepat dan layanan terluas. (Kartu Simpati, Hallo, As, Loop, dll).
- TV : USeeTV merupakan inovasi layanan yang menawarkan pengalaman baru dalam menonton televisi.

Sumber : <http://www.telkom.co.id/> tanggal 05 maret pukul 15.00

1.1.6. Gambaran umum Business Government & Enterprise Service

Unit BGES di Witel Tasikmalaya merupakan unit organisasi Telkom yang secara territorial berada di bawah Divisi Regional 2 dan secara Fungsional berada di bawah Divisi Business Service, Divisi Government Service dan Divisi Enterprise Service yang merupakan unit Divisi di lingkungan Direktorat Enterprise & Business Service yang diperankan untuk menyelenggarakan aktivitas pengelolaan operasi portofolio segmen business/SME.

Unit BGES Witel Tasikmalaya berperan sebagai eksekutor maupun coordinator untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan secara end to end untuk layanan utama di PT.Telkom Indonesia,Tbk regional Tasikmalaya.

Unit Business Government and Enterprise Service (BGES) Witel Tasikmalaya saat ini dipimpin oleh Dadan Syamsul sebagai Manager BGES yang membawahi empat orang Asman.

1.2. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan diberbagai aspek sosial. Penggunaan teknologi yang disediakan perusahaan Telekomunikasi sangat membantu manusia dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan. Hal ini sudah menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan Telekomunikasi dalam menciptakan suatu produk teknologi yang dapat menjangkau seluruh pengguna. Salah satu perusahaan telekomunikasi di Indonesia adalah PT Telekomunikasi, Tbk. Yang juga akan menjadi objek penelitian penulis.

Strategi Manajemen Pada sebuah perusahaan merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting. Sebuah strategi merupakan sebuah pendorong untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan untuk mencapai suatu target. Sebuah strategi akan sangat berpengaruh kepada perusahaan saat dihadapkan kepada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan dan tidak mencapainya suatu target perusahaan. Kedua hal tersebut dapat menyebabkan melambatnya pertumbuhan suatu perusahaan.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk saat ini sudah banyak menjual produk yang tinggi akan teknologi juga penggunaan Internet. Pengguna Internet di Indonesia pun selalu bertambah. Dikutip <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. Dikatakan bahwa, hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang tahun 2016 tersebut, ditemukan bahwa 132,7 juta orang di Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta orang.

Pesaing pada perusahaan atau Industri Telekomunikasi sangat meningkat setiap tahunnya seperti yang dikutip pada Jurnal "Refleksi persaingan usaha pada industri telekomunikasi di Indonesia" yang ditulis oleh M.Fadhil Hasan". Hal itu membuat PT Telekomunikasi, Tbk harus memanfaatkan produk teknologi yang dimiliki dengan menggunakan sebuah strategi mendukung agar perusahaan bisa tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan Telekomunikasi lainnya.

Dengan adanya permasalahan seperti diatas, terkait dengan sebuah perencanaan atau pembuatan strategi, sebuah perusahaan memerlukan suatu kemampuan untuk berpandangan ke depan dalam mengarahkan dan mengambil tindakan suatu strategi untuk mencapai perusahaan. Itu adalah hal yang sulit untuk dicapai perusahaan, oleh sebab itu, perusahaan memerlukan sebuah inisiatif yang tinggi dalam mempelajari suatu strategi untuk dapat menguasai hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya sebuah target perusahaan.

Strategi Manajemen adalah serangkaian dari pada keputusan majerial dan kegiatan-kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Kegiatan tersebut terdiri dari

perumusan / perencanaan strategi, pelaksanaan / implementasi, dan evaluasi sumber dari Thomas L. Wheelen – J. David Hunger 1996. Sehubungan dengan definisi yang diberikan tentang Strategi Manajemen, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk diharuskan mengambil suatu tindakan untuk membuat sebuah strategi. Dikarenakan hal itu dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengambilan strategi yang diterapkan oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang berpengaruh terhadap pencapaian target perusahaan di kota Tasikmalaya, dengan judul “Analisis Pengaruh Pengambilan Strategi Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Regional Tasikmalaya (Studi Kasus divisi BGES PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional Tasikmalaya)”

1.3. Pertanyaan penelitian

Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang melatar belakangi pengambilan Strategi divisi Business Government & Enterprise Service PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk?
2. Apa saja dampak yang diperoleh setelah menerapkan Pengambilan Strategi ?

DAFTAR PUSTAKA

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Gambaran umum: Google Chrome [online]. Tersedia : <http://www.telkom.co.id/> [Sabtu, 04 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Visi misi: Google Chrome [online]. Tersedia : <http://www.telkom.co.id/> [Minggu, 05 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Logo: Google Chrome [online]. Tersedia : <http://www.telkom.co.id/> [Minggu, 05 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Produk dan layanan: Google Chrome [online]. Tersedia : <http://www.telkom.co.id/> [Minggu, 05 Maret 2017]

Yoga Hastyadi Widiartanto. Pengguna Internet di Indonesia capai 132 juta: Google Chrome [online]. Tersedia: <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta> [Jumat, 03 Maret 2017]

LAMPIRAN :

NO	JUDUL PENELITIAN	PENULIS	NAMA JURNAL	PERUMUSAN MASALAH	METODE/TEORI YANG DIGUNAKAN	VARIABEL	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	strategic thinking and decision making: literature riviw	Gail Steptoe-Warren, Douglas Howat and Ian Hume	Journal of Strategy and Management, Vol. 4 Iss 3 pp. 238 - 250	1. apakah sebuah kognisi manajerial, nilai-nilai individu serta perusahaan dapat berdampak pada pengambilan keputusan strategis?	Menggunakan pendekatan kualitatif. Menggunakan analisis model bisnis.	-Independen: strategic thinking -Dependen: pengambilan keputusan	memperkenalkan strategi pengambilan keputusan dengan pilihan seperti kognisi, nilai-nilai individu manajerial dan keyakinan serta nilai-nilai perusahaan.	bertujuan untuk perencanaan strategi dalam lingkup kognisi manajerial yang digunakan untuk pengambilan keputusan	terletak pada objek yang akan di teliti, yaitu divisi Goverment ,busi ness and enterprise service PT Telekomunikasi indonesia Regional Tasikmalaya
2.	The development of strategy scenarios based on prospective hindsight An approach to strategic decision	Philip Meissner Torsten Wulf	Journal of Strategy and Management, Vol. 8 Iss	1. apakah terdapat manfaat dari sebuah perencanaan berbasis skenario untuk pengambilan keputusan strategis? 2. adakah manfaat dari suatu perencanaan berbasis skenario untuk pengambilan keputusan strategis	menggunakan pendekatan kualitatif. Menggunakan pendekatan strategi skenario.	-Independen: strategy scenarios -Dependen: strategic decision	memperkenalkan sebuah metodologi baru untuk perencanaan berbasis skenario yang dapat dengan cepat dan langsung diterapkan dalam proses pengembangan strategi didalam suatu perusahaan	bertujuan untuk mencari sebuah metodologi baru untuk perencanaan strategi baru didalam sebuah perusahaan.	terletak pada objek yang akan di teliti, yaitu divisi Goverment ,busi ness and enterprise service PT Telekomunikasi indonesia Regional

									Tasikmalaya
3.	studying strategy formation in small companies- a cognitive perspective	Thomas Wrona and Tina Ladwig	Journal of Strategy and Management, Vol. 8 Iss 1 pp. 2 - 20	1.apakah ada sebuah kerangka yang membantu untuk mendapatkan gambaran proses strategi dapat melewati dalam organisasi.?	menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu memberikan pendekatan empiris dengan menerapkan teknik kolektif kausal pemetaan	-Independen: strategy formation -Dependen: cognitive perspective	bertujuan untuk membuat sebuah strategi untuk perusahaan dengan menggunakan sebuah proses dan teknik baru	bertujuan untuk membuat sebuah strategi untuk perusahaan dengan menggunakan sebuah proses dan teknik baru	terletak pada objek yang akan diteliti, yaitu divisi Government ,business and enterprise service PT Telekomunikasi Indonesia Regional Tasikmalaya
4.	corporate strategic responses to foreign entry: insight from prospect theory	Thomas Hutzschenreuter	The Multinational Business Review, Vol. 22 Iss 3 pp. 294 - 323	bagaimanakah perusahaan menyesuaikan produk mereka sebagai respon terhadap persaingan asing?	menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan sebuah framing yang terbagi menjadi strategi komponen dan diversifikasi pasar geografis	-Independen: prospect theory -Dependen: corporate strategic	memperkenalkan sebuah cara untuk membuat strategi dengan beberapa pendekatan untuk mengurangi sebuah diversifikasi geografis ketika menghadapi peningkatan penetrasi impor.	untuk memperkenalkan kepada perusahaan untuk menghadapi pesaing dengan membangun sebuah strategi dengan menggunakan framing	terletak pada objek yang akan diteliti, yaitu divisi Government ,business and enterprise service PT Telekomunikasi Indonesia Regional Tasikmalaya

5.	A holistic framework to embed good company practice for customer relentation	Barbara McCrory Nick Pilcher Janice McMillan	The TQM Journal, Vol. 29 Iss 2 pp.	1.apakah kerangka holistik dapat meningkatkan pelanggan retensi dengan efektif? 2.bagaimanakah cara menanamkan budaya layanan pelanggan menggunakan kerangka holistik?	menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan Teknik Delphi.	-Independen: holistic framework -Dependen: customer relantation	memperkenalkan sebuah strategi untuk membuat layanan kepada pelanggan dengan menggunakan sebuah kerangka holistik	Bertujuan untuk membuat sebuah pengembangan kerja yang digunakan untuk pembuatan strategi penjualan.	terletak pada objek yang akan di teliti, yaitu divisi Government ,busi ness and enterprise service PT Telekomunikasi indonesia Regional Tasikmalaya
----	--	--	--	---	--	--	---	--	---

