Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strategi usaha produk jasa teknologi tinggi (very small aperture terminal) dalam pembangunan telekomunikasi di Indonesia

Deddy Hari Widodo, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20470990&lokasi=lokal

---

Abstrak

Pada saat ini telekomunikasi merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan roda-roda ekonomi nasional. Kepadatan jalur telepon terestrial (permukaan) yang sangat rendah dibandingkan negara ASEAN lainnya mengakibatkan kesenjangan Suplay dan Demand yang besar dengan akibat-akibat negatifnya misalnya SCR (Succesfull call rasio) yang rendah. Untuk memenuhi kebutuhan telekomunikasi tersebut membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit , dengan perkiraan biaya sebesar USD 2.000 persatuan sambungan.

Keterkaitan antara dunia usaha dengan pelayanan telekomunikasi dinyatakan dengan adanya hubungan positif diantara keduanya. Ini berarti, apabila terjadi peningkatan pelayanan telekomunikasi, maka akan terjadi pula peningkatan pada sektor-sektor usaha lainnya, karena sarana yang termasuk penting untuk dunia usaha adalah komunikasi. Pada kenyataannya , saat ini telekomunikasi menjadi bottle necks pembangunan di Indonesia.

Kondisi dan konst elasi fis ik-geograf is Indonesia menjanjikan tantangan sekaligus potensi bagi pembangunan telekomunikasi. Indonesia yang merupakan negara kepulauan dan alamnya yang terdiri dari banyak pegunungan, membutuhkan pendekatan tersendiri dalam pembangunan telekomunikasi. Indonesia, saat ini sudah menggunakan satelit komunikasi untuk memenuhi kebutuhan komunikasi antar daerah (SKSD Palapa). Meskipun Indonesia telah memiliki satelit komunikasi bukan berarti jalur koniunikasi lewat kabel atau stasiun pengulang (repeater) tidak diperlukan lagi.

Semakin niajunya berbagai bidang usaha, seperti perbankan, pariwisata, perhotelan, media massa, energi, pertanian, pengeboran minyak dan penerbangan, menyebabkan semakin perlunya "private line communication". Apalagi bila dikaitkan dengan begitu banyaknya daftar tunggu yang menginginkan jalur telepon.

Dengan terbatasnya dana yang ada pada Pemerintah, maka Pemerintah dalain hal ini Perumtel sebagai pengelola jasa telekontumkasi didalam negeri mengajak pihak swasta untuk membantu penyediaan jasa tersebut, yang tertuang didalam UU telekomunikasi tahun 1989, mengenai penyelenggaraan jasa telekomunikasi di Indonesia. PT.Citra Sari Makmur mendapatkan hak dan lisensi dalam penyelenggaraan jasa komunikasi data atau informasi dengan sistim pola bagi hasil, yang menggunakan teknologi tinggi melalui satelit Palapa yaitu sistem Very Small Aperture Terminal (VSAT).

Penyelenggaraan pelayanan jasa telekomunikasi tergolong dalam produk jasa, sebagai penghasil produk jasa, strategi pemasarannya berbeda jika dibandingkan dengan pemasaran barang industri. Pada produk jasa

ini juga dibedakan atas jasa yang menggunakan peralatan dan jasa yang menggunakan tenaga manusia, kesuksesan dari produk jasa tersebut diukur berdasarkan kepuasan yang diperoleh pemakai jasa tersebut. Demikian pula dengan produk jasa teknologi tinggi yang menggunakan banyak peralatan canggih, kepuasan konsumen tidak dapat dirasakan sesaat setelah penggunaannya, harus melewati masa adaptasi dan berbagai proses belajar. Beberapa saat kemudian setelah mèlalui proses tersebut, baru dirasakan manfaatnya. Yang dapat dirasakan adalah terjadinya peningkatan kualitas diberbagai aspek, baik yang bermanfaat bagi pelanggan ataupun penyelenggara. Bahkan untuk teknologi yang makin tinggi, diperlukan berbagai tahapan proses dan penyesuaian. Hal ini membutuhkan waktu yang cukup lama dan diperlukan suatu kesadaran bagi konsumen maupun penyelenggara.

Bagi perusahaan penyelenggara jasa tersebut, hal diatas harus diantisipasi sebeluninya, dengan melakukan peruinusan strategi inanajemen, strategi persaingan, strategi teknologi yang akan dipakai dan strategi pemasaran produk jasa teknologi tinggi. Dengan meinperhatikan lingkungan external maupun lingkungan internal perusahaan, maka diharapkan dapat dirumuskan strategi perusahaan secara umuni. tJntuk menyusun strategi operasional, harus diperhatikan juga tujuan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan. Keinudian dari strategi operasional dapat ditentukan kebijakan yang akan ditempuh oleh perusahaan, sehingga ineinpermudah kontrol dan evaluasi tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Faktor yang terpenting dari suatu usaha adalah memenangkan persaingan diantara perusahaan sejenis yang ada. untuk menghadapi persaingan, ada lima faktor penting yang harus diperhatikan, yaitu kemungkinan masuknya pesaing baru, banyak sedikitnya barang substitusi, kekuatan suplier dan konsumen, ketatnya persaingan diantara perusahaan yang ada. Untuk menghadapi persaingan, maka PT CSM melakukan strategi differensiasi dibidang teknologi yang digunakan.

Dengan hak monopoli yang diberikan Peinerintah kepada PT CSIVI, maka hal terpenting yang harus diperhatikan oleh PT CSM adalah pemilihan teknologi yang tepat dan pemasaran beserta servis yang baik terhadap konsumen.

Sebagai negara yang masih berada dalain taraf berkembang, dimana kebijakan Pemerintah sering berubah, inaka PT CSM harus cepat mengantisipasi perubahan kebijakan Penterintah. Dalam hal ini, monopoli yang diberikan kepada PT CSM terancam dengan adanya perusahaan-perusahaa yang memperoleh hak mengelola jasa VSAT untuk pemakaian sendiri (closed user). Naka PT CSM harus mulai mempertimbangkan tentang persaingan dan hal-hal yang tadinya tidak terfikirkan misalnya mengenai harga sewa.

Harga sewa sistim VSAT yang ditawarkan kepelanggan, sudah ditentukan dalam kontrak pola bagi hasil antara Perumtel dengan PT CSM, maka PT CSM terikat dengan perjanjian tersebut. sedangkan harga merupakan salah satu kendala didalam pemasaran sistim VSAT ini, yang menyebabkan target pelanggan tidak tercapai. Untuk mengatasi masalah ini seharusnya perjanjian antara kedua belah pihak dapat ditinjau kembali. Disamping itu, PT CSM harus melakukan perbaikan dibidang pelayanan dan sistim yang digunakan, untuk memperbaiki citra perusahaan.

Strategi usaha produk jasa teknologi tinggi adalah dengan menahami secara keseluruhan kebutuhan dari

calon pelanggan dan pengetahuan mengenai teknologi yang akan dipakai dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Penyebaran informasi mengenai produk jasa teknologi tinggi lebih ditingkatkan agar para calon pelanggan lebih rnengetahui teknologi yang dipakai (awareness), baik kelebihan dan kekurangannya, sehingga nantinya akan meningkatkan pemanfaatan teknologi tersebut secara optimum. Bagi penyelenggara produk jasa teknologi tinggi, peningkatan dalam kemampuan, teknologi, dan organisasi terutama dari segi pelayanannya dibutuhkan untuk survive. Tantangan utama bagi penyelenggara produk jasa teknologi tinggi adalah bagaimana menyesuaikan teknologi yang digunakan dengan kebutuhan pasar.

Dalam karya akhir ini terlihat bahwa strategi usaha dan produk jasa teknologi yang tadinya merupakan monopoli berubah menjadi strategi usaha jasa teknologi tinggi yang ada persaingannya atau kompetisi dengan adanya kebijakan baru pemerintah, sehingga terlihat bahwa peran pemenintah dalam menentukan kebijakan teknologi sangat besar pengaruhnya bagi dunia usaha di Indonesia khususnya penyelenggara jasa yang menggunakan sistein VSAT yaitu PT.CSM.