

Strategi bersaing satelkom dalam pasar industri transponder di kawasan Asia tenggara

Silalahi, Ursula, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20471709&lokasi=lokal>

Abstrak

Menjelang abad ke 21, situasi dunia usaha semakin bergejolak dengan tingkat ketidakpastian lingkungan yang semakin tinggi. Untuk itu dibutuhkan strategi yang mampu mengarahkan penggunaan semua sumber yang dimiliki perusahaan agar berhasil guna dengan tingkat produktivitas tinggi.

Strategi bukan merupakan alat untuk menghindari masalah atau alat yang mampu menyelesaikan semua masalah, namun dengan strategi setiap pengambilan keputusan dapat terarah dengan baik, dan pihak perusahaan dapat melakukan perencanaan lalu mengimplementasikan dengan lebih efisien dan efektif.

Pada lingkungan usaha yang semakin bergejolak, dan semakin mengarah kepada globalisasi waktu dan tempat tidak ada artinya lagi digantikan dengan informasi yang tepat, cepat dan akurat. Hal ini dapat diwujudkan dengan sarana telekomunikasi yang mampu mencakup wilayah yang luas dan dengan ongkos yang lebih murah. Salah satunya adalah dengan jasa sistem satelit, dengan menggunakan alat penguat frekuensi sinyal yakni "transponder"

Satelkom sebagai sebutan untuk Strategic Business Unit PT.TELKOM Indonesia yang khusus menangani sistem satelit, merupakan usaha jasa satelit yang mulai mengarahkan tujuan ke pasar di luar batas-batas nasional yakni ke Asia Tenggara (Go Regional). Untuk itu, pihak perusahaan membutuhkan perubahan strategi bersaing agar dapat melakukan efisiensi dan efektivitas alokasi sumber daya serta mampu memenangkan persaingan di pasar industri tersebut.

Dengan menguraikan : "nature of business", "nature of product", "serta daya tarik pasar, dapat dilakukan analisa internal maupun eksternal untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha maupun situasi persaingan.

Dari analisa strength Weakness Opportunity dan Threat (SWOT, Porter) diperoleh hasil sebagai berikut:

- Kekuatan satelkom ada pada : produk yang diandalkan, tarif sewa yang bersaing dan pengalaman di bidang komunikasi satelit.
- Kelemahan ada pada : Skill sumber daya manusia, pelayanan purna jual, serta sukarnya pengadaan modal (sisi finansial)
- Kesempatan bagi satelkom : Terbukanya pasar Asia Tenggara dan Asia Pasifik, demand yang bertambah banyak dan lebih variatif serta besarnya kesempatan pengelolaan jasa satelit di berbagai bidang.
- Ancaman dari satelkom : Datang dari pendatang baru seperti MeaSat dan ThaiCom; adanya peraturan bagi hasil bila penggunaan satelit oleh beberapa negara, serta adanya produk satelit baru. yakni "LEO (Low Earth Orbital)" dan "Mobile Satellte".

Sedangkan hasil peta persaingan dalam industri diperoleh gambaran bahwa a. perusahaan satelit yang mengelola Intelsat berada pada Kuadran Cash-Cow mengarah ke Kuadran Dog b. AsiaSat berada pada Kuadran Question Mark mengarah ke Kuadran Dog bila tidak meluncurkan satelit baru lagi c. Palapa Sat yang dikelola Satelkom pada Kuadran Question Mark mengarah kepada Star. Karena kelemahan pada pihak perusahaan dinilai sukar ditanggulangi dan dari hasil analisa pemilihan strategi maka yang dipilih dan dapat dijalani oleh Satelkom adalah strategi "Divestiture".

Strategi ini dapat dilakukan dengan 2 alternatif, yakni:

- Divest sebagian untuk penanganan satelit
- Divest seluruhnya, dalam arti tidak mengelola usaha di bidang satelit lagi.

Dengan melihat kekuatan dan kelemahan Satelkom, sebagai bagian terakhir disarankan, yang terutama dilakukan perusahaan adalah melakukan formulasi kembali misi dan tujuan usaha yang diarahkan kepada pasar regional. Dengan demikian, langkah-langkah selanjutnya dalam implementasi strategi bersaing dapat dilakukan dengan lebih terarah dan berhasil guna.