

## Strategi bisnis produk jasa layanan telkom informasi lintas media (Infolima) sebagai media akses informasi di PT. Telkom Divre II - Jakarta

Junindo Abdillah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83186&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Telekomunikasi merupakan salah satu sektor industri strategis dalam penyediaan layanan publik untuk menyampaikan informasi. Dalam era globalisasi dan liberalisasi, sektor ini memegang peranan penting mendukung dan meningkatkan persaingan bisnis dan perekonomian. Sistem pengiriman pesan (messaging system) yang telah ada saat ini sudah banyak dikenal dan dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat baik berupa voicemail, faks, e-mail, SMS dan lain-lain.

Menangkap perkembangan ini, PT. Telkom Divre II memanfaatkan peluang tersebut dan menawarkan suatu solusi yang akan mengintegrasikan berbagai bentuk messaging system ke satu sistem, dikenal dengan nama Telkom Informasi Lintas Media (Telkom Infolima) dibangun melalui teknologi UMS (Unified Messaging System).

Dalam tesis ini mencoba menyajikan analisa peluang bisnis messages bagi PT. Telkom Divre II dilihat dari berbagai aspek, yaitu aspek pasar, aspek pesaing, aspek internal organisasi, aspek regulasi dan aspek teknis. Analisa dilakukan melalui pengolahan data dari berbagai sumber yang ada. Analisa strategi bisnis messages didasarkan pada analisa SWOT yang memperhatikan kekuatan, kelemahan internal, ancaman eksternal serta peluang yang ada, analisa kelayakan investasi dengan menggunakan metode payback period, internal rate of return, net present value dan profitability index. Dalam mengimplementasikan produk Telkom InfoLima ini dibutuhkan juga perencanaan pemasaran di antaranya segmentasi pasar, menentukan target pasar dan melakukan positioning agar bisa merumuskan strategi bauran pemasaran yang merupakan strategi pemasaran.

Dari hasil analisa peluang bisnis messages ini dapat disimpulkan bahwa produk Telkom InfoLima, di mana PT. Telkom dalam rangka untuk mencapai tujuan menjadi full service and network provider dengan kemampuan multi service bundling serta berusaha untuk menjadi leader dalam bisnis InfoCom agar dapat memimpin persaingan dan mempertahankan tingkat volume serta pendapatan. Berdasarkan hasil analisa SWOT, kelayakan investasi dan analisa bauran pemasaran tampak bahwa bisnis messages ini layak untuk diimplementasikan.

*Telecommunication is one of the strategic industry preparation public service bringing the information. In this era of globalization and liberation this sector has grabbed part of important thing for sending information and increasing competition and economy. The messaging system in this era, has been knowing and used by the community whether its voicemail, fax, email, SMS and others. Responding that, PT. Telkom Divre 11, advantage the opportunities and offering a solution to integrate many kind of messages system into one system, known as Telkom Informasi Lintas Media (Telkom InfoLima) which developed by Unified Messaging Systems concept.*

The opportunity of messages business for PT. Telkom Divre II Jakarta, consider by market aspect, competitor aspect, internal organization aspect, regulated aspect and technical aspect. Strategy business messaging based on SWOT analyzed which included internal strong and weakness, external threats and also the opportunities from any available sources. Feasible studies of investment through payback period internal rate of return, net present value and profitability index method. In implemented the Telkom InfoLima product needs marketing planning too, including market segmentation, market targeting and positioning market, then it could be formulated marketing mix as part of marketing strategy.

From opportunity messages business analyze, have end result that product of Telkom InfoLima, in purpose to be full service and network provider with ability multi service bundling and to become a leader in Information and Communication business, stronger in the competition, maintaining volume level and earning for Telkom. As the result of SWOT analyzed, study of investment and marketing mix strategy, the business of unified messaging systems as known as Telkom InfoLima is feasible to be implemented.</i>