

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN BAB

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai latar belakang yang mendasari adanya penelitian mengenai evaluasi strategi dalam menghadapi persaingan bisnis pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Bab ini juga akan memaparkan rumusan masalah yang akan dijelaskan pada bab selanjutnya. Selain itu, bab ini juga membahas mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

1.2 LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi sekarang ini, telekomunikasi menjadi salah satu peranan yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memudahkan manusia untuk dapat saling tukar menukar informasi secara mudah, dengan waktu yang relatif cepat dan efisien. Seiring dengan berubahnya gaya hidup masyarakat saat ini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, cepat, mudah dan handal maka merupakan peluang sekaligus tantangan bagi para penyedia layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menjadi sebuah hal yang mendasar terhadap perekonomian di Indonesia, hal ini

dapat dilihat dari perkembangan pesatnya yang terus berkembang sejak abad 20 hingga saat ini. Hal ini dapat memacu bagi perkembangan ekonomi maupun sosial yang ada. Jaringan telekomunikasi memberikan dampak positif bagi dunia bisnis dan dapat mendorong perekonomian. Saat ini telekomunikasi dapat dijangkau baik secara lokal maupun global. Dengan cara ini, perkembangan dunia telekomunikasi di Indonesia akan semakin maju.

Perkembangan dari Industri ini dapat dibuktikan dengan adanya perhatian serta pengamatan terhadap orang yang mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi dan mengakses suatu informasi dengan cepat dan praktis sesuai dengan kondisi yang ada pada saat ini. Perkembangan tersebut membawa industri komunikasi pada sebuah komunikasi yang cepat dan dapat dilakukan dimana saja. Pertumbuhan alat komunikasi seperti telepon dan *handphone* mendorong tumbuhnya penyedia layanan jasa komunikasi yang pesat yang pada akhirnya menimbulkan persaingan antara penyedia layanan jasa komunikasi.

Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan, disamping itu terdapat pula tekanan atas dorongan dari pemerintah untuk melakukan registrasi kartu prabayar. Oleh karena itu tercatat beberapa perusahaan besar telekomunikasi mengalami penurunan pendapatan. Hal tersebut ditandai dengan pendapatan PT Indosat Tbk (ISAT) turun sebesar 26,78% pada semester I 2018, secara tahunan (YoY) dan terdapat induk usaha Telkomsel, yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM), yang mengalami penurunan laba bersih sebesar 28,1% menjadi Rp 8,69 triliun Sedangkan PT XL Axiata Tbk (EXCL) tercatat tumbuh 1,03% pada periode yang sama menjadi Rp 11,04 triliun

dibandingkan semester I tahun lalu senilai Rp 10,93 triliun (Bosnia, 2018)

Dengan adanya persaingan yang ketat antar perusahaan telekomunikasi memacu perusahaan tersebut untuk dapat memenangkan persaingan agar tetap unggul. Hal tersebut ditandai dengan terjadinya peningkatan pertumbuhan Industri telekomunikasi. Menurut Mirae Asset Sekuritas dalam simamora (2018) mengatakan, Industri telekomunikasi mengalami pertumbuhan pendapatan sebesar 7,7% yang meningkat dari sepanjang tahun lalu yang hanya meningkat sebesar 7,5%. Mirae Sekuritas memprediksi persaingan tidak akan memukul margin dengan signifikan.

Dengan melihat persaingan yang terjadi pada industri Telekomunikasi saat ini, selain harga persaingan juga terjadi pada layanan. Perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif untuk menghadapi para pesaing industri yang ada dengan menjaga pangsa pasarnya. Untuk memenangkan persaingan sektor privat maupun sektor publik harus memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) tertentu dibandingkan dengan organisasi lainnya. Salah satunya dengan menganalisis strategi perusahaannya. Strategi merupakan bagaimana suatu perusahaan mampu mengelola sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut untuk dapat disampaikan kepada konsumen (Gamble, 2015)

Kelangsungan hidup suatu perusahaan di era kompetisi global saat ini mengharuskan manajemen untuk menyusun bagaimana perusahaan tersebut dapat bersaing, diantaranya yaitu dengan menerapkan perencanaan strategis yang baik dalam menghadapi segala perubahan yang terjadi. Segala perubahan yang

terjadi perlu direspon penuh oleh perusahaan bukan hanya berfokus pada suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut saja, melainkan aspek-aspek penting yang berhubungan dengan kinerja suatu perusahaan sebagai suatu entitas yang berada dibawah masyarakat. Oleh karena itu kinerja suatu perusahaan dinilai sangat penting dan terlihat baik tergantung bagaimana seorang manajemen dapat mengelola dan melaksanakan aktivitas tersebut.

Kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing ditentukan oleh kinerja perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang tidak mampu bersaing untuk mempertahankan kinerja perusahaannya lambat laun akan tergeser dan akan mengalami kebangkrutan. Disamping itu juga terdapat persaingan yang terjadi pada perusahaan telekomunikasi pada tahun ini yang semakin ketat. Hal ini bukan hanya berfokus pada sebuah harga, melainkan terhadap suatu layanan yang baik dari sebuah perusahaan. Dalam hal ini *selling point* berada pada suatu layanan (*coverage*, kualitas jaringan, ragam inovasi fitur yang melekat pada produk, dan pelayanan pelanggan)

Setiap perusahaan atau organisasi khususnya yang bergerak dibidang jasa, bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya. Oleh karena itu, setiap strategi pada suatu perusahaan atau organisasi harus diarahkan bagi para pelanggan. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan selalu menampilkan kualitas yang prima dalam pelayanannya yakni PT Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan BUMN yang telah melakukan perubahan mendasar dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM). Mereka telah mengubah konsep *human resources* menjadi *human*

capital, di mana mereka melihat kapabilitas yang ada pada setiap karyawannya seperti keterampilan, individu, pengetahuan, *attitude*, *intelligence*, *experience*. Mereka menganggap hal tersebut menjadi salah satu aset yang penting bagi perusahaan tersebut.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yg berfokus pada penyedia informasi dan telekomunikasi (*InfoComm*) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. TELKOM juga menyediakan jasa telepon tidak bergerak kabel (*fixed wire line*), jasa tidak bergerak nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*cellular*), data&internet dan network interkoneksi baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

Seiring dengan berkembangnya persaingan dalam industri global serta pengaruh globalisasi yang semakin meningkat pada era ini menyebabkan mayoritas perusahaan kerap bersaing dalam menunjukkan dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, dengan melakukan inovasi serta pembelajaran dalam setiap elemen dari kegiatan ekonomi perusahaan tersebut, Sehingga kondisi tersebut menuntut suatu perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat bertahan, berdaya saing dan terus berkembang di tengah gencarnya persaingan usaha.

Berdasarkan hal tersebut PT Telkom juga di tuntut mampu mewujudkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumennya dengan semaksimal mungkin

dibandingkan dengan pesaingnya. Seperti persaingan pelayanan jasa telekomunikasi di Indonesia ialah banyaknya konsumen yang dimiliki setiap perusahaan serta perbedaan jumlah pelanggan yang tidak terlalu banyak. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat memperbaiki kinerja perusahaan. Untuk menjalankan bisnis memang diperlukan perencanaan yang baik, perencanaan strategi yang dapat memberikan arah yang jelas kepada perusahaan.

Dengan berkembangnya persaingan dalam industri global serta pengaruh globalisasi yang semakin meningkat pada era ini menyebabkan mayoritas perusahaan kerap bersaing dalam menunjukkan dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, dengan melakukan inovasi serta pembelajaran dalam setiap elemen dari kegiatan ekonomi perusahaan tersebut, Sehingga kondisi tersebut menuntut suatu perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat bertahan, berdaya saing dan terus berkembang di tengah gencarnya persaingan usaha. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat memperbaiki kinerja perusahaan. Untuk menjalankan bisnis memang diperlukan perencanaan yang baik, perencanaan strategi yang dapat memberikan arah yang jelas kepada perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian dengan mengambil judul “Evaluasi strategi yang diterapkan oleh PT Telekomunikasi

Indonesia Tbk Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada tahun 2018” yang bertujuan untuk meneliti evaluasi strategi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2018 yang dibuat dalam tugas akhir ini.

1.3 RUMUSAN MASALAH

1. Strategi apa yang diterapkan oleh Telkom dalam menghadapi persaingan bisnis?
2. Apakah analisis SWOT yang diterapkan oleh TELKOM pada tahun 2018 masih relevan sampai dengan tahun 2019?
3. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan TELKOM pada tahun 2018?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui serta mengevaluasi strategi yang diterapkan oleh TELKOM saat ini sudah efektif dalam mencapai target dan realisasi perusahaan tersebut atau belum
2. Untuk memastikan apakah kinerja keuangan perusahaan dapat dikatakan baik dengan diberlakukannya strategi diferensiasi tersebut
3. Untuk mengetahui strategi yang layak untuk diterapkan pada TELKOM

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan serta wawasan dalam menerapkan strategi yang baik dan tepat dalam menjalankan sebuah bisnis agar dapat terus bersaing di pasar global khususnya pada bidang telekomunikasi
- b. Sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam memahami strategi yang telah dilakukan dalam upaya mempertahankan usahanya dalam persaingan yang kompetitif

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. dalam meningkatkan pelayanan yang prima bagi pelanggannya dengan disusunnya visi, misi, tujuan, sasaran serta strategi keberhasilan yang dalam mewujudkan kinerja perusahaan yang baik.
- b. Sebagai bahan evaluasi strategi yang diterapkan oleh TELKOM apakah sudah mencapai target dan realisasi yang diharapkan oleh perusahaan tersebut atau tidak.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan sistematika pembahasan dimulai dengan latar belakang masalah hingga diakhiri dengan kesimpulan, adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar pembahasan pada penelitian ini yang meliputi tentang pengertian strategi, penerapan pendekatan analisis swot, formulasi strategi, pengimplemetasian strategi, dan evaluasi strategi.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang bersifat kualitatif yang mendasarkan asumsi serta pembahasan kondisi yang diteliti atas dasar telaah teoritis dari sudut pandang objektif. Penjabaran dengan menggunakan metode deskriptif, dan data yang digunakan dari data sekunder, serta penjelasan mengenai berbagai macam metode yang digunakan.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi perusahaan yang diteliti, membahas tentang hasil dari analisis data yang telah dilakukan serta menginterpretasikan hasil tersebut.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan yang didapatkan dari analisis penelitian dan implikasinya. Bagian ini juga menjelaskan tentang keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

