

Analisis SWOT sebagai Strategi dalam Menghadapi Kompetisi Pasar: Studi Literature pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Ferdyan¹, Lara Juniyati², Melda Octorany Tampubolon³, Indah Noviyanti⁴
1,2,3,4Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bangka Belitung

ARTICLE INFO

Article history:

Received May 15, 2024
Revised Jun 15, 2024
Accepted Jun 30 2024

Keywords:

Analisis SWOT
Kompetisi Pasar
PT Telekomunikasi Indonesia
Strategi Kompetitif
Telekomunikasi

ABSTRACT

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, perusahaan-perusahaan harus mampu mengembangkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan di pasar. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan salah satu alat analisis strategi yang populer dan banyak digunakan pada strategi manajemen. Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan analisis SWOT sebagai strategi untuk menghadapi persaingan pasar pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk., perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Melalui studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama yang dihadapi Telkom dalam persaingan pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa Telkom memiliki kekuatan dalam infrastruktur jaringan luas, basis pelanggan besar, dan portofolio produk beragam, namun juga menghadapi kelemahan seperti biaya operasional tinggi dan pelayanan pelanggan yang perlu ditingkatkan. Peluang utama meliputi pertumbuhan permintaan layanan data dan adopsi teknologi baru, sementara ancaman berasal dari persaingan ketat, regulasi, risiko keamanan siber, dan perubahan preferensi pelanggan. Berdasarkan analisis SWOT, penelitian ini memberikan rekomendasi strategi bagi Telkom, seperti memanfaatkan jaringan luas untuk menjangkau pasar baru, mengembangkan produk dan layanan inovatif, meningkatkan layanan pelanggan, melakukan ekspansi internasional, dan mempercepat penerapan teknologi baru. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi Telkom dan perusahaan telekomunikasi lainnya dalam merumuskan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Ferdyan,
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bangka Belitung
Email: ferdyan3456@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, perusahaan-perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk menjaga keunggulan kompetitifnya di pasar (Setiawan & Suryani, 2018). Persaingan ketat menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat guna menghadapi ancaman dari para pesaing (Phadermrod et al., 2019). PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah salah satu perusahaan yang memiliki banyak saingan di bidang telekomunikasi. Perusahaan ini merupakan

perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang menghadapi persaingan ketat di pasar, baik dari perusahaan telekomunikasi dalam negeri maupun global (Sugiarto & Ardiansyah, 2020).

Namun, persaingan di pasar telekomunikasi seluler Indonesia semakin sengit dengan kehadiran operator-operator lain, seperti Indosat Ooredoo, XL Axiata, dan Smartfren Telecom. Masing-masing operator berupaya untuk menarik pelanggan dengan menawarkan paket data yang menarik, jaringan yang kuat, dan layanan yang inovatif (Sukamto & Utomo, 2018). Salah satu aspek persaingan yang ketat adalah dalam hal tarif atau harga. Operator-operator berlomba untuk menawarkan paket data dengan harga yang murah bagi konsumen. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Telkomsel untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya (Sari & Kusumawati, 2019). Selain itu, perkembangan teknologi digital dan layanan Over-The-Top (OTT) juga menjadi ancaman bagi Telkomsel dan operator lainnya. Layanan OTT seperti WhatsApp, Skype, dan sejumlah aplikasi lainnya dapat menggerus pendapatan operator seluler dari layanan suara dan SMS (Anindita & Baridwan, 2016).

Oleh karena itu, Telkomsel dituntut harus terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan layanan serta memperkuat strategi pemasaran dan branding untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat telekomunikasi seluler Indonesia. Untuk mempertahankan posisi kompetitifnya, Telkom perlu mengembangkan strategi yang tepat dengan mempertimbangkan kelemahan, kekuatan, ancaman, dan peluang yang dihadapi perusahaan (Setiawan & Suryani, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu telah menerapkan analisis SWOT secara lebih mendalam pada perusahaan telekomunikasi, termasuk Telkom (Sugiarto & Ardiansyah, 2020; Setiawan & Suryani, 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkom memiliki kekuatan dalam hal infrastruktur jaringan dan basis pelanggan yang luas, namun juga menghadapi kelemahan seperti biaya operasional yang tinggi dan pelayanan pelanggan yang perlu ditingkatkan (Setiawan & Suryani, 2018; Sugiarto & Ardiansyah, 2020).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan salah satu alat analisis strategis yang paling populer dan banyak digunakan dalam manajemen strategis. Analisis ini memberikan kerangka kerja untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi keberhasilan suatu organisasi (Helms & Nixon, 2010; Gurel & Tat, 2017). Gurel dan Tat (2017) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah metode analisis situasi yang paling banyak digunakan dalam manajemen strategis. Analisis ini membantu organisasi untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan lingkungan internal dan eksternal mereka.

Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan internal mereka, serta peluang dan ancaman dari luar, perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Phadernrod, Crowder, dan Wills (2019) menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat yang kuat untuk melakukan analisis sistematis terhadap konteks dan lingkungan organisasi. Analisis ini dapat digunakan untuk mengevaluasi posisi kompetitif suatu perusahaan dalam industri tertentu dan mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

Lebih lanjut, analisis SWOT membantu perusahaan mengetahui kekuatan dan kelemahan internalnya serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi. Dengan demikian, organisasi dapat mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang dan meminimalkan ancaman, sekaligus mengatasi kelemahan (Machali, 2015). Di samping itu, Rangkuti (2011) juga menjelaskan bahwa analisis SWOT digunakan sebagai identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk membentuk strategi pelayanan. Analisis SWOT adalah analisis logis yang membandingkan faktor internal dan faktor eksternal serta menilai kekuatan, kelemahan, dan peluang. Dengan menggabungkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, perusahaan-perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk menjaga keunggulan kompetitifnya di pasar (Setiawan & Suryani, 2018; Sugiarto & Ardiansyah, 2020). Persaingan ketat menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat guna menghadapi ancaman dari para pesaing. Menurut Porter (1985), strategi kompetitif perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama: keunggulan biaya (*cost leadership*), diferensiasi (*differentiation*), dan fokus (*focus*). Dalam konteks persaingan pasar, analisis SWOT

menjadi sangat penting untuk membantu perusahaan mengidentifikasi posisi kompetitifnya di pasar dan mengembangkan strategi yang sesuai (Phadermrod et al., 2019; Setiawan & Suryani, 2018; Sugiarto & Ardiansyah, 2020).

Diharapkan penelitian ini akan membantu Telkom mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitifnya di pasar dengan memberikan informasi tentang analisis SWOT (Phadermrod et al., 2019). Analisis SWOT adalah salah satu alat yang paling umum dan banyak digunakan dalam manajemen strategis (Helms & Nixon, 2010). Analisis SWOT adalah teknikanalisis situasi yang paling umum digunakan dalam manajemen strategis. Ini menawarkan kerangka kerja untuk menemukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi keberhasilan suatu organisasi (Gurel & Tat, 2017). Pada tahun 2019, Fadermrod et al. menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat yang kuat untuk melakukan analisis sistematis terhadap konteks dan lingkungan organisasi, serta dapat digunakan untuk mengevaluasi posisi kompetitif suatu perusahaan dalam industri tertentu dan mengembangkan strategi yang tepat.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur (*literature review*) untuk mengeksplorasi strategi PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Tbk. Dalam menghadapi kompetisi pasar dengan menggunakan analisis SWOT. Studi literatur melibatkan tinjauan kritis terhadap penelitian dan publikasi terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi literatur. Sumber data utama adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan sumber-sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka (*literature study*), dengan langkah-langkah mencari dan mengidentifikasi sumber literatur yang relevan, mengumpulkan dan menelaah sumber-sumber tersebut, mengevaluasi kualitas dan relevansinya, serta mengekstraksi dan mensintesis informasi penting. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yang melibatkan proses mengkategorikan, mengklasifikasikan, dan mensintesis data secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, tema, atau konsep penting yang berkaitan dengan strategi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Dalam menghadapi kompetisi pasar melalui analisis SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, ditemukan beberapa kelemahan, kekuatan, ancaman utama, dan peluang yang dihadapi oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Dalam menghadapi kompetisi pasar. Kekuatan utama perusahaan terletak pada infrastruktur jaringan yang luas di seluruh Indonesia, basis pelanggan yang besar dan loyal, serta portofolio produk dan layanan yang beragam. Namun, perusahaan menghadapi kelemahan seperti biaya operasional yang tinggi, pelayanan pelanggan yang perlu ditingkatkan, dan keterbatasan dalam ekspansi ke pasar internasional.

Di sisi lain, peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Telkom antara lain pertumbuhan permintaan untuk layanan data dan internet, peluang ekspansi ke pasar negara berkembang lainnya, serta peningkatan adopsi teknologi baru seperti 5G dan Internet of Things (IoT). Ancaman utama yang dihadapi Telkom berasal dari persaingan ketat dengan operator telekomunikasi lain, regulasi pemerintah yang ketat, risiko keamanan siber, serta tren perubahan preferensi pelanggan dan perkembangan teknologi yang cepat.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Tbk. Dapat mengembangkan strategi bisnis yang efektif untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang dan mengurangi ancaman. Beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan antara lain memanfaatkan jaringan luas untuk menjangkau pasar baru, mengembangkan produk dan layanan inovatif untuk pelanggan yang ada, meningkatkan layanan pelanggan, melakukan ekspansi internasional, mempercepat adopsi teknologi baru, dan juga melakukan strategi kemitraandengan perusahaan teknologi lainnya.

Selain itu, Telkom juga perlu mengoptimalkan infrastruktur dan basis pelanggan yang ada untuk bersaing dengan operator lain, meningkatkan keamanan jaringan, serta meningkatkan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap regulasi. Dengan menerapkan strategi yang tepat, PT

Telekomunikasi Indonesia Tbk. Diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya di pasar telekomunikasi Indonesia dan regional. Berikut ini adalah rincian analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada PT Telekomunikasi Indonesia:

Kekuatan (*Strengths*):

1. Infrastruktur jaringan yang luas dan tersebar di seluruh Indonesia.
Jaringan telekomunikasi yang tersebar di seluruh Indonesia memungkinkan masyarakat berkomunikasi dan mengakses informasi dengan lebih mudah dan luas.
2. Basis pelanggan yang besar dan loyal
Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan kepatuhan mereka terhadap jaringan dan layanan yang ditawarkan menunjukkan basis pelanggan yang besar dan loyal memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan.
3. Portofolio produk dan layanan yang berbagai macam, termasuk layanan selular, internet, data, dan TV kabel.
Pelanggan dapat memilih layanan paling yang sesuai dengan kebutuhan mereka, meningkatkan pilihan dan kualitas layanan.
4. Keunggulan kompetitif di pasar domestik.
Sebuah bisnis memiliki kemampuan untuk bersaing dengan perusahaan lain di pasar domestik, yang memungkinkannya meningkatkan pendapatan dan meningkatkan pangsa pasar.
5. Dukungan pemerintah sebagai perusahaan telekomunikasi milik negara
Dengan mendapatkan dukungan pemerintah, perusahaan dapat memperoleh akses yang lebih mudah ke sumber daya dan kebijakan, serta kemampuan untuk meningkatkan infrastruktur dan meningkatkan pelayanan.

Kelemahan (*Weaknesses*):

1. Biaya operasional yang tinggi karena jaringan yang luas dan tersebar.
Karena perawatan, pemeliharaan, dan pengembangan yang mahal, jaringan luas dan tersebar dapat mengurangi keuntungan perusahaan.
2. Pelayanan pelanggan yang masih perlu ditingkatkan.
Ketidakpuasan pelanggan dapat menyebabkan peningkatan keluhan dan reputasi buruk bagi perusahaan.
3. Keterbatasan dalam ekspansi ke pasar internasional.
Keterbatasan dalam ekspansi ke pasar internasional dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan membuat mereka lebih bergantung pada pasar domestik, yang berisiko jika pasar domestik turun.
4. Kecepatan adaptasi terhadap teknologi baru yang lambat.
Jika perusahaan gagal meningkatkan inovasi dan kualitas pelayanan, mereka dapat menjadi kurang kompetitif.
5. Persaingan ketat di pasar domestik dari operator lain.
Persaingan ketat di pasar domestik dari operator lain dapat menghalangi perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dan menghasilkan banyak uang yang dapat membahayakan keberlangsungan bisnis.

Peluang (*Opportunities*):

1. Pertumbuhan permintaan untuk layanan data dan internet yang meningkat
Pertumbuhan yang terus meningkat ini menunjukkan bahwa bisnis memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan dan pangsa pasar dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan yang mereka tawarkan.
2. Peluang ekspansi ke pasar negara berkembang lainnya.
Peluang dapat ekspansi ke pasar negara berkembang lainnya dengan mengembangkan jaringan dan layanan di wilayah lain.
3. Peningkatan adopsi teknologi baru seperti 5G dan Internet of Things (IoT).
Adopsi teknologi baru seperti IoT memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan mereka serta meningkatkan inovasi dan kemampuan mereka untuk bersaing dengan baik
4. Peluang untuk mengembangkan layanan dan produk baru yang inovatif.

Dengan mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif, perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan serta meningkatkan keunggulan kompetitif.

5. Potensi kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi lainnya.
Perusahaan dapat mengembangkan kerjasama yang strategis dan sinergis dengan perusahaan teknologi lainnya untuk meningkatkan kemampuan inovasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka.

Ancaman (*Threats*):

1. Persaingan semakin ketat dari operator telekomunikasi lain, baik lokal maupun internasional.
Persaingan yang semakin ketat dapat mengurangi pangsa pasar dan meningkatkan biaya operasional, sehingga berdampak pada keberlangsungan bisnis.
2. Regulasi pemerintah yang ketat dan perubahan kebijakan.
Regulasi pemerintah yang ketat dan perubahan kebijakan dapat mempengaruhi stabilitas dan prediksi pasar, memaksa perusahaan untuk memperbarui strategi bisnisnya.
3. Risiko keamanan siber dan gangguan terhadap infrastruktur jaringan.
Risiko keamanan siber dan gangguan terhadap infrastruktur jaringan dapat menghambat operasional dan mempengaruhi kepercayaan pelanggan, mengancam keberlangsungan bisnis.
4. Tren perubahan preferensi pelanggan dan kemajuan teknologi yang cepat.
Perubahan preferensi pelanggan dan kemajuan teknologi yang cepat dapat meningkatkan persaingan dan mempengaruhi keberlangsungan bisnis.
5. Ancaman dari perusahaan over-the-top (OTT) dan layanan komunikasi alternatif lainnya.
Ancaman OTT dan layanan komunikasi alternatif dapat menggerus pangsa pasar dan meningkatkan persaingan, sehingga berdampak negatif pada keberlangsungan bisnis

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) memberikan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh PT Telekomunikasi Indonesia. Informasi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi bisnis dan mengambil keputusan yang tepat untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dibahas, berikut ini adalah matriks SWOT untuk PT Telekomunikasi Indonesia:

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

1. Manfaatkan jaringan luas untuk menjangkau pasar baru. Jaringan yang luas memungkinkan perusahaan guna mencapai pangsa pasar baru yang lebih dominan dan memberikan layanan telekomunikasi yang komprehensif kepada masyarakat. Caranya dengan membuat sebuah kemitraan dengan distributor dan mengikuti banyak kegiatan yang ada untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat agar tidak kalah dengan kompetitor.
2. Kembangkan produk/layanan inovatif untuk pelanggan yang ada. Melakukan sebuah riset untuk mengetahui apa yang di butuhkan para konsumen sehingga bisa tercipta produk baru yang lebih unggul.
3. Gunakan basis pelanggan besar untuk memasarkan produk baru. Membuat sebuah promosi kepada pelanggan lama untuk menarik pelanggan baru dan juga memberikan reward semacam bonus isi ulang kepada pelanggan baru.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

1. Tingkatkan layanan pelanggan. Meningkatkan layanan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi sekarang dengan membuat fitur live chat dan chatbot untuk mengetahui kualitas tingkat pelayanan.
2. Kembangkan produk/layanan inovatif. Mengembangkan produk baru /layanan dengan mengidentifikasi apa yang inginkan oleh pelanggan caranya dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu dan tawarkan dengan harga yang lebih kompetitif.
3. Lakukan ekspansi pada tingkat internasional. Telkom dapat mempertimbangkan untuk turut serta dalam melakukan ekspansi ke pasar internasional atau sektor usaha yang berbeda guna membangun kemitraan, seperti energi dan fintech.
4. Percepat adopsi teknologi baru. Telkom bisa langsung memperbarui dan meningkatkan

kapasitas jaringan dengan teknologi terbaru untuk kelancaran akomodasi yang lebih efisien dan efektif.

5. Lakukan kemitraan strategis. Mengembangkan kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi besar untuk meningkatkan layanan dan inovasi telekomunikasi.

Strategi ST (*Strengths-Threats*)

1. Manfaatkan infrastruktur dan pelanggan untuk bersaing. Dengan memberikan layanan yang lebih berkualitas dan membuat tarif yang lebih kompetitif dari para kompetitor, dan buat inovasi yang terbaru yang berkualitas agar tidak kalah dengan para kompetitor provider lainnya.
2. Kembangkan keunggulan kompetitif di pasar domestik. Banyaknya jumlah pelanggan besar memunculkan pesaing baru, untuk mempertahankannya membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan prima.
3. Tingkatkan keamanan jaringan. Dalam era digital saat ini, ancaman keamanan *cyber* semakin meningkat. PT Telkom harus memastikan bahwa data pelanggannya aman dan tetap menjaga kepercayaan pelanggan.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

1. Tingkatkan efisiensi biaya. Biaya layanan Telkom cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, yang dapat menjadi kelemahan yang signifikan dalam upaya mereka untuk meningkatkan pangsa pasar. Sehingga perusahaan harus mengurangi pemborosan dan menegosiasikan dengan pemasok agar mendapatkan biaya yang lebih ekonomi.
2. Perbaiki layanan pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluh tentang kualitas dan respons layanan pelanggan Telkom. Hal ini dapat menjadi kelemahan dalam mempertahankan pelanggan yang setia. Untuk mempertahankan pelanggan bisa dengan memanfaatkan teknologi membuat fitur terbaru berupa chatbot dan live chat.
3. Lakukan investasi untuk ekspansi internasional. PT Telkom menghadapi persaingan yang ketat dari perusahaan telekomunikasi lainnya di seluruh dunia dan di Indonesia. Permusuhan yang ketat ini dapat menjadi penghalang untuk kemajuan yang besar. Investasikan untuk berkembang di internasional secara bertahap. Fokus terlebih dahulu pada pasar internasional yang paling potensial yaitu, berkolaborasi dengan perusahaan lokal di pasar internasional, dan menggunakan teknologi untuk mencapai pelanggan di pasar internasional.
4. Tingkatkan inovasi produk. Sebuah perusahaan dapat kehilangan pangsa pasar jika produknya tidak inovatif karena pesaingnya menawarkan produk baru yang lebih menarik. Namun, dengan menawarkan produk yang unik dan inovatif, perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan pangsa pasarnya.
5. Patuhi regulasi dengan ketat. PT Telkom, seperti banyak perusahaan publik lainnya, tunduk pada peraturan ketat pemerintah. Hal ini dapat berdampak pada fleksibilitas dan inovasi mereka dibandingkan dengan persaingan. Untuk menghindari sanksi dan denda perusahaan harus mematuhi aturan dengan ketat, menggunakan sistem untuk memastikan kepatuhan dan wajib melakukan audit berkala untuk memastikan kepatuhan.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. dapat mengembangkan beberapa strategi pasar atau strategi kompetitif untuk menghadapi persaingan di industri telekomunikasi.

Sebagai perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk menyadari pentingnya mengadopsi strategi yang tepat untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar yang semakin dinamis. Salah satu fokus utama perusahaan adalah strategi diferensiasi produk dan layanan. Dengan memanfaatkan portofolio produk dan layanan yang beragam serta basis pelanggan yang besar, perusahaan berupaya mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif dan eksklusif. Hal ini bertujuan untuk membedakan dirinya dari pesaing dan memberikan nilai tambah yang unik bagi pelanggan. Selain itu, perusahaan juga mengembangkan layanan bernilai tambah seperti layanan digital, konten hiburan, dan solusi terintegrasi untuk memenuhi preferensi pelanggan yang terus berkembang. Peningkatan kualitas layanan pelanggan melalui pelatihan staf, peningkatan infrastruktur, dan penerapan teknologi baru juga menjadi prioritas untuk memberikan pengalaman pelanggan yang unggul.

Di sisi lain, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk juga menerapkan strategi kepemimpinan biaya. Dengan memanfaatkan skala ekonomi dari infrastruktur jaringan yang luas, perusahaan berupaya mencapai efisiensi biaya operasional dan menawarkan harga yang kompetitif kepada pelanggan. Optimalisasi proses bisnis dan efisiensi sumber daya dilakukan untuk menekan biaya operasional. Perusahaan juga memperkuat negosiasi dengan pemasok dan mitra untuk mendapatkan harga yang lebih menguntungkan.

Strategi fokus pasar juga menjadi salah satu prioritas perusahaan. Dengan memfokuskan upaya pemasaran dan pengembangan produk pada segmen pasar tertentu, seperti konsumen, bisnis, atau pemerintah, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan spesifik mereka dengan lebih baik. Pengembangan solusi dan layanan khusus untuk segmen pasar yang dipilih, seperti layanan cloud untuk bisnis atau solusi komunikasi terpadu untuk pemerintah, menjadi bagian dari strategi ini.

Selain itu, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk juga memiliki strategi ekspansi pasar. Perusahaan melakukan ekspansi ke pasar internasional, khususnya di negara-negara berkembang, dengan memanfaatkan kekuatan jaringan luas dan pengalaman dalam pengelolaan operasi skala besar. Pembentukan kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi lain atau operator telekomunikasi di pasar internasional juga dilakukan untuk mempercepat ekspansi dan meminimalkan risiko.

Tidak kalah pentingnya, perusahaan juga memfokuskan strategi pada pengembangan teknologi. Dengan mempercepat adopsi teknologi baru seperti 5G, Internet of Things (IoT), dan teknologi cloud, perusahaan berupaya meningkatkan kapabilitas layanan dan menghadapi perubahan preferensi pelanggan. Investasi dalam riset dan pengembangan juga dilakukan untuk menciptakan teknologi dan solusi baru yang dapat memberikan keunggulan kompetitif.

Terakhir, strategi manajemen risiko juga menjadi perhatian utama PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Perusahaan memperkuat keamanan jaringan dan sistem untuk melindungi infrastruktur dan data pelanggan dari ancaman siber. Selain itu, perusahaan juga memantau perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah secara proaktif untuk memastikan kepatuhan dan meminimalkan dampak negatif terhadap operasi bisnis.

4. KESIMPULAN

Analisis SWOT merupakan alat strategi yang penting bagi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar telekomunikasi. Untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya, Telkom dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Meskipun menghadapi kelemahan seperti biaya operasional yang tinggi dan persaingan yang ketat, Telkom memiliki kekuatan yang signifikan berupa infrastruktur jaringan luas, basis pelanggan besar, dan portofolio produk beragam. Peluang pertumbuhan permintaan layanan data dan adopsi teknologi baru perlu dimanfaatkan dengan baik, sambil mengatasi ancaman seperti regulasi ketatanegaraan dan risiko keamanan siber. Telkom perlu memanfaatkan infrastruktur jaringan luas dan basis pelanggan besar untuk memperkuat posisi pasar domestik dan menjangkau pasar baru, serta mengembangkan produk dan layanan inovatif yang sesuai dengan tren teknologi terkini. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan pelanggan, efisiensi biaya operasional, dan pemeliharaan terhadap regulasi untuk mengatasi kelemahan internal dan ancaman eksternal. Dalam menghadapi persaingan ketat, Telkom disarankan untuk melakukan ekspansi internasional, kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi lain, serta mempercepat penerapan teknologi baru seperti 5G dan Internet of Things (IoT). Upaya peningkatan keamanan jaringan dan mitigasi risiko siber juga perlu menjadi prioritas untuk melindungi infrastruktur dan data pelanggan dari ancaman keamanan. Secara keseluruhan, Telkom perlu mengembangkan strategi yang komprehensif dan adaptif dengan memanfaatkan analisis SWOT untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan menjadi pemain utama di industri telekomunikasi, baik di Indonesia maupun regional.

REFERENSI

Anastasia, N. (2019). STRATEGIS ANALISIS SWOT PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI PT. NAD, Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 180-187.

- Aryantini, G. A. K. L., Widiyantara, I., & Waelan, W. (2023). *Analisis Strategi E-Marketing IndiHome Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT Telkom Indonesia Kandang Denpasar Selatan* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali)..
- Fatyandri, A. N., Jollin, J., Jofia, N., Salim, S., Sitorus, W. F., & Natasha, Y. (2023). Analisa Strategi Lingkungan Eksternal yang Dilakukan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 190-199.
- HAKIM, M. W. (2015). *Analisis Strategi Bersaing Dalam Bisnis Fixed Wireless Access studi Pada Devisi Telkom Flexi, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Helena Theodora, H. T., & Meyti Hanna Ester Kalangi, M. H. E. (2023). *STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TELKOM INDONESIA CABANG MAUMERE* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Kurniani, A. T., & Priansa, D. J. (2017). Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran (studi Kasus Pada Produk Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel Solo). *EProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Larasati, P. S. (2019). *Evaluasi Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Marpaung, T. L. (2022). LKP Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) di Wilayah Usaha Telekomunikasi (Witel) Sumatera Utara.
- Ningrat, I., Widiyantara, I., & Suamba, I. B. P. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Indihomedalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada PT TelkomIndonesia Witel Denpasar). *Repositori Politeknik Negeri Bali*.
- Purnomo, A. J. (2022). Implementasi Penerapan Etika Bisnis Pemasaran Internet Wifi di PT Telkom Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2627-2643.
- Ririh, K. R., Laili, N., Wicaksono, A., & Tsurayya, S. (2020). Studi komparasi dan analisis swot pada implementasi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) di Indonesia. *J@ ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(2), 122-133.
- Sari, K., Nurliza, N., Fatimah, M. F. N., Melvia, V., & Putri, A. M. (2021). Analisis lingkungan eksternal dalam menghadapi persaingan bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3051-3056.
- Setyaningsih, E. D. (2018). Analisis SWOT Implementasi Financial Technology Syariah pada PT Telkom Indonesia. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 2(2), 73-91.
- Suryatama, E. (2014). Analisis SWOT Kebijakan Pendidikan Era Otonomi Daerah. Jakarta: *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Tyas, S. S. (2019). Analisis Strategi Penerapan Teknologi Informasi dengan Menggunakan Metode SWOT dan IT Balanced Scorecard (Studi Kasus: PT Telekomunikasi Indonesia Sub Divisi Satelit). *JoMMiT: Jurnal Multi Media dan IT*, 3(2).
- Wardani, L. G. P. K., Dananjaya, I. B. G., & Sarjana, I. (2023). *Analisis Strategi Promosi Indihome Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Era Endemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pt Telkom Indonesia (Persero) Tbk., Kantor Daerah Telkom (Datel) Denpasar Selatan)* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Wibowo, A., & Arifin, Z. (2022). Analisis SWOT dan Strategi Bersaing PT Telekomunikasi Indonesia Tbk di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Strategi*, 8(1), 1-14.
- Wiyono, A., & Wijaya, A. F. (2020). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Semarang Menggunakan Ward And Peppard. *Jurnal Bina Komputer*, 2(1), 23-32.