BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Praktek

Dewasa ini, dimana zaman terus berubah di segala bidang dan manusia hidup semakin mobile, orang semakin sadar akan pentingnya menjalin hubungan antara individu maupun kelompok, sehingga sekarang ini telekomunikasi menjadi sangat individu maupun kelompok, sehingga sekarang ini telekomunikasi menjadi sangat vital bagi manusia, hal inilah yang menyebabkan lading bisnis ini pun semakin terbuka lebar. Negara Indonesia tidak kalah dengan Negara berkembang dan Negara maju lainnya, dimana bisnis telekomunikasi ini mengalami perkembangan yang pesat.

Sejak diberlakukannya Undang-undang No.36/1999 mengenai telekomunikasi dan regulasi pemerintah tahun 2002 yang mengijinkan operator lain selain incumbent ikut bermain dalam industry ini, sejak saat itulah industry telekomunikasi Indonesia masuk pada sebuah kondisi liberalisasi telekomunikasi. Semakin banyak inovasi, kreativitas yang tergali, serta adu strategi baik di bidang SDM, SDA, marketing, operasi, maupun keuangan menyebabkan semakin ketatnya persaingan diantara para pelaku industry ini, baik incumbent maupun operator baru berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen dan meraih pangsa pasar yang lebih besar.

PT Telkom Tbk sebagai incumbent dan pemain besar dalam industry ini tentu memiliki strategi-strategi untuk mempertahankan dirinya agar tetap survive dalam iklim persaingan bisnis yang semakin runcing. Strategi Bisnis Perusahaan merupakan salah satu factor yang sangat penting bagi Perusahaan. Membuat Strategi Bisnis Perusahaan dapat dipergunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai tujuan dan juga memungkinkan pimpinan Perusahaan mengukur bagaimana Bisnis yang dilakukan dalam menciptakan nilai dengan tetap mempertimbangkan kepentingan-kepentingan pada masa yang akan datang Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kendala yang dihadapi Perusahaan, dalam menjalankan usahanya dan untuk menganalisis Strategi Bisnis yang harus dilakukan Perusahaan. Persaingan antar perusahaan tentu tidak dapat dihindari. Untuk menghadapi persaingan tersebut, diperlikan strategi bisnis yang tepat agar target perusahaan tercapai. Perumusan startegi bisnis tidak cukup dengan menganalisis factor internal perusahaan, tetapi juga menganalisis factor eksternal perusahaan. Perusahaan banyak menerapkan strategi bisnis yang mengandalkan kekuatan untuk menciptakan peluang. Perusahaan juga perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dan factor eksternal lainnya, dalam merumuskan strategi.

Perencanaan strategi merupakan proses penyusunan perusahaan jangka panjang dengan menggunakan proses analisis lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Tujuan perencanaan strategi adalah untuk menyusun strategi sesuai dengan misi sasaran perusahaan, sehingga perusahaan dapat melihat

secara obyektif kondisi internal dan eksternal perusahaan agar dapat mengantisipasi perubahan-perubahan lingkungan tersebut. Selanjutnya informasi-informasi internal maupun eksternal tersebut di manfaatkan untuk perumusan strategi dalam model-model kuantitatif, sehingga diperoleh formulasi strategi yang akan diimplementasikan perusahaan untuk mencapai target perusahaan. Adanya umpan balik, evaluasi dan control pada setiap proses dan situasi yang secara berkala berubah akan mempengaruhi hubungan antar aktifitas. Berdasarkan latar belakang kerja praktek diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul " **Suatu Tinjauan Mengenai Strategi Binsis Pada PT. Telkom Purwakarta".**

1.2. Tujuan Kerja Praktek

Tujuan Penulis Melakukan Kerja Praktek Adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi Bisnis pada PT. Telkom Purwakarta
2. Untuk menngetahui hambatan-hambatan dalam pelaksanaan Strategi Bisnis PT. Telkom Purwakarta
3. Untuk mengetahui upaya dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan Strategi Bisnis PT.Telkom Purwakarta

1.3. Kegunaan Kerja Praktek

Kegunaan yang diharapkan penulis adalah:

1. **Bagi penulis**
   a. Memperoleh pengalaman yang berharga guna mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja atau dunia usaha.

b. Menambah ilmu pengetahuan, khususnya praktek dan wawasan yang belum didapat di bangku kuliah.
c. Mengetahui persis keadaan lingkungan kerja yang sebenarnya sebagai bahan perbandingan bagi pengetahuan teoritis yang didapat diperkuliahan.

2. Bagi perusahaan

a. Ikut menunjang program akademik, serta membantu pemerintah dalam menyiapkan tenaga kerja yang berpengalaman di bidangnya.
b. Sebagai upaya untuk membantu menyiapkan tenaga terampil bagi mahasiswa yang akan terjun ke dunia kerja.
c. Menjalin kerjasama dan saling mengenal antara Instansi kerja dan pendidikan, sehingga bisa dijadikan referensi untuk menyiapkan tenaga kerja yang lebih maju dan kompetitif.

3. Bagi Pihak Luar

Penelitian dalam Kerja Praktek ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan.

1.4. Lokasi dan Waktu Kerja Praktek

Penulis melaksanakan kegiatan magang pada Kancatel Purwakarta dibagian Administration Support yang bertempat di Jl. K. Singawinata No. 106 Purwakarta. Kegiatan sehari-harinya berlangsung diruang secretariat Kancatel Purwakarta membantu bagian administrasi untuk menjalankan tugas hariannya.

Pelaksanaan kegiatan Kerja Praktek Kancatel Purwakarta dilakukan setiap hari kerja selama 30 hari terhitung sejak tanggal 26 Juli 2010 sampai dengan 25 Agustus 2010.

Waktu pelaksanaan Kerja Praktek adalah sebagai berikut:

Hari Senin – Kamis	:	07.00 – 16.00 WIB
Hari Jumat	:	07.00 – 16.00 WIB
Jam istirahat hari Senin – Jumat	:	12.00 – 13.00 WIB
Hari Saptu – Minggu	:	Libur