

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

Dari hasil penelitian yang dilakukan mulai melihat dan mengetahui kondisi Telkomsel *Distribution Center* Mediasel Sinar Baru Talang Padang Kabupaten Tanggamus saat ini. Hasil uji IFAS dan EFAS digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman utama dalam area fungsionalitas bisnis juga untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan antara area tersebut. Beberapa faktor internal dan eksternal yang penting (IFAS dan EFAS) sebagai berikut :

1. Faktor Internal (IFAS)

A. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang adalah produk operator telekomunikasi yang dikenal oleh masyarakat dan Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang sudah menjadi salah satu operator yang dipercaya masyarakat memiliki kehandalan yakni kecepatan akses tanpa *roaming*.
- b. Dalam memenuhi kebutuhan pelayanan konsumennya, Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memiliki kantor cabang (*center*) di kabupaten tanggamus. Sehingga, konsumen tidak mengalami kesusahan dalam menemukan informasi saat mengalami kendala.
- c. Untuk menunjang fasilitas pelayanan, Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang menyediakan berbagai pilihan paket data baik internet maupun telepon. Pilihannya pun beragam, mulai dari

paket harian, tiga harian, tujuh harian hingga satu bulan. Layanan ini sudah dikenal masyarakat sejak cukup lama, namun Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang selalu memiliki inofatif dalam mengembangkan layanan tersebut guna kepuasan konsumen.

- d.** Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memiliki layanan aplikasi MyTelkomsel yang di sediakan oleh pihak Telkomsel untuk memudahkan konsumen dalam mengakses keterbaruan layanan yang disediakan oleh Telkomsel, juga dapat melihat program promo yang sedang diadakan oleh Telkomsel. Dengan banyaknya layanan yang disediakan melalui aplikasi tersebut, MyTelkomsel memiliki *Virtual Assistent*, dimana pada poin tersebut konsumen dapat menanyakan produk dan layanan yang dimiliki Telkomsel.
- e.** Tidak hanya diperkotaan, Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memiliki akses jaringan sampai ke daerah pedesaan terpencil. Hal itu dilakukan untuk menunjang kepuasan dan kebutuhan konsumen di seluruh lini masyarakat.
- f.** Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memiliki program penukaran poin dengan ditukar hadiah yang menarik. Setiap pembelian pulsa minimal Rp 5000,-, Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memberikan beberapa poin yang dapat dikumpulkan hingga ratusan poin. Adapun hadiah yang disediakan mulai dari *mug*, bantal leher dan sebagainya. Hal itu dilakukan sebagai bentuk penghargaan kepada pengguna Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang.

- g. Untuk meningkatkan mutu pelayanan, Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang menggunakan layanan yang berbasis elektronik.

B. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Meskipun Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memiliki keberagaman keunikan dalam hal layanan, namun Telkomsel terlalu memberikan penawaran harga yang cukup tinggi kepada konsumen.
- b. Pada internal perusahaan, Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memiliki jumlah karyawan yang cukup besar sehingga tidak efisien dalam hal pengeluaran anggaran perusahaan yang digunakan untuk gaji karyawan.
- c. Langkah strategi mergen (suatu proses penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi 1 perusahaan saja) dan akuisisi investasi (pembelian suatu perusahaan oleh perusahaan lain atau investor) serta mengelola anak perusahaan mengandung peluang dan resiko yang dapat mempengaruhi performa keuangan perusahaan.
- d. Layanan pada Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang yang disediakan hanya buka hari Senin sampai Kamis mulai pukul 08.00-16.00 WIB. Pada hari Jumat pukul 08.00-14.00 WIB, pada hari sabtu mulai buka pukul 08.00-11.30 WIB dan pada hari minggu *close*.
- e. Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang Kurangnya promosi langsung, sehingga belum dapat banyak menarik konsumen khususnya calon konsumen yang saat ini menggunakan operator lain.

2. Faktor Eksternal (EFAS)

A. Peluang (*Opportunities*)

- a.* Kecepatan jaringan akses internet yang ditawarkan oleh Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang, menyebabkan permintaan masyarakat tinggi, hal itu merupakan peluang yang cukup potensial untuk meraup lebih banyak konsumen.
- b.* Tidak adanya layanan *Center* pada operator lain, menjadikan hal itu sebagai peluang bagi Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang menjadi peluang yang baik. Layanan center sangat dibutuhkan bagi masyarakat awam untuk mengakses informasi jika ada kendala dalam penggunaan operator Telkomsel.
- c.* Produk yang ditawarkan Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang sangat bervariasi mulai dari paket data internet, telepon dan SMS (*Short Message Service*). Konsumen dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan.
- d.* Kepercayaan masyarakat mengenai kehandalan jaringan yang dimiliki *brand* Telkomsel dapat dikenal lebih luas dari mulut ke mulut.
- e.* Telkomsel merupakan perusahaan yang menjalin kerja sama dengan perusahaan besar. Hal ini dapat menjadi peluang dalam memasarkan produk agar dikenal dalam jangkauan luas.

B. Ancaman (*Threats*)

- a.** Operator lain yang sedang berkembang berlomba-lomba menawarkan produk layanan yang menarik, sehingga mengancam keberadaan Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang dalam hal berkurangnya potensi pasar.
- b.** Kurangnya Peraturan Pemerintah dalam bidang Telekomunikasi. Sehingga, tidak ada jaminan bahwa Pemerintah akan menerapkan pertumbuhan ekonomi atau yang bisa berdampak negative terhadap kondisi telekomunikasi pada saat ini.
- c.** Kondisi ketika munculnya prodak baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen.
- d.** Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang memungkinkan untuk mengurangi laba dari penjualan dengan mengurangi harga paket data, ketika pesaing menawarkan harga yang lebih murah terhadap konsumen dengan memberikan fasilitas yang hampir sama.
- e.** Karyawan dituntut untuk lebih kreatif ketika operator lain menggunakan teknik dan sistem kerja yang sama.

Tabel 4.1

Faktor Internal dan Eksternal

| Faktor internal | Faktor eksternal |
|---|---|
| Kekuatan (Strengths) | Peluang (Opportunities) |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang merupakan brand terkenal di kabupaten tanggamus 2. Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang teredia beberapa cabang. 3. Pilihan paket internet dan telepon yang disediakan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang cukup menarik konsumen 4. Disediakkannya aplikasi My Telkomsel untuk mempermudah konsumen dalam memilih pembelian paket yang disediakan telkomsel 5. Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang menjadikan jaringannya sebagai jaringan yang bisa mencakup sampai ke tempat terpencil 6. Program penukaran poin yang bisa ditukarkan dengan pocer belanja, | <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan masyarakat yang tinggi akan akses internet yang cepat merupakan pasar yang sangat potensial 2. Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang tersedia sudah mencukupi masyarakat 3. Produk yang di tawarkan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang bervariasi mulai dari paket internet, telfon, dan sms 4. Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang merupakan salah satu brand terkenal dan memiliki keunggulan dalam bidang telekomunikasi yang cukup baik 5. Telkomsel merupakan salah satu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan perusahaan besar |

| | |
|--|--|
| <p>paket internet dan lainnya</p> <p>7. Pelayanan di Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang dilengkapi dengan berbasis elektronik yang terhubung dengan internet untuk mempermudah konsumen.</p> | |
|--|--|

| Kelemahan (Weakness) | Ancaman (threats) |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga paket internet yang cukup mahal di bandingkan kartu operator lainnya 2. Jumlah pekerjanya terlampau besar sehingga kurang efisien dan boros dalam anggaran dalam gaji karyawan 3. Langkah strategi mergen (suatu proses penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi 1 perusahaan saja) dan akuisisi investasi (pembelian suatu perusahaan oleh perusahaan lain atau investor) serta mengelola anak perusahaan mengandung peluang dan resiko yang dapat mempengaruhi peforma keuangan perusahaan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi persaingan semakin ketat, para perusahaan operator terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan 2. Tidak ada jaminan bahwa pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang Kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi atau yang bisa berdampak negative terhadap kondisi telekomunikasi pada saat ini 3. Kondisi ketika munculnya prodak baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang |

| | |
|--|--|
| <p>4. Waktu dalam pelayanan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang yang terbatas dihari senin sampai kamis mulai pukul 08.00-16.00 Di hari jumat pukul 08.00-14.00, di hari sabtu mulai pukul 08.00-11.30 dan pada hari minggu <i>close</i>.</p> <p>5. Promosi yang dilakukan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang belum menarik konsumen baru</p> | <p>Padang mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen.</p> <p>4.Ketika pesaing menawarkan harga yang lebih murah terhadap konsumen dengan memberikan fasilitas yang hampir sama dengan Telkomsel</p> <p>5.Operator lain yang menggunakan teknik dan sistem kerja yang sama.</p> |
|--|--|

Tabel 4.2

Tabel IFAS (Kekuatan dan Kelemahan)

| Faktor-Faktor Strategi Internal (Kekuatan) | Jumlah | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------|-------|--------|------|
| Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang merupakan brand terkenal | 129 | 0,08 | 4,3 | 0,34 |
| Tersedianya beberapa Telkomsel <i>Distribution Center</i> di seluruh Kabupaten tanggamus | 123 | 0,08 | 4,1 | 0,32 |
| Pilihan paket internet dan | 115 | 0,07 | 3,8 | 0,26 |

| | | | | |
|---|--------|-------|--------|------|
| telfon yang disediakan telkomsel cukup menarik konsumen | | | | |
| Disediaknya aplikasi My Telkomsel untuk mempermudah konsumen dalam memilih pembelian paket yang disediakan telkomsel | 117 | 0,08 | 3,9 | 0,31 |
| Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang menjadikan jaringannya sebagai jaringan yang bisa mencakup sampai ke tempat terpencil | 134 | 0,09 | 4,5 | 0,40 |
| Program penukaran poin yang bisa ditukarkan dengan pocer belanja, paket internet dan lainnya | 119 | 0,08 | 4,0 | 0,32 |
| Pelayanan di Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang dilengkapi dengan berbasis elektronik yang terhubung dengan internet untuk mempermudah konsumen | 115 | 0,07 | 3,8 | 0,26 |
| Total | 852 | 0,55 | | 2,21 |
| Faktor-Faktor Strategi Internal (Kelemahan) | Jumlah | Bobot | Rating | Skor |

| | | | | |
|--|-----|------|-----|------|
| Harga paket internet yang cukup mahal di bandingkan kartu operator lainnya | 127 | 0,08 | 4,2 | 0,37 |
| Jumlah pekerjanya terlampau besar sehingga kurang efisien dan boros dalam anggaran dalam gaji karyawan | 133 | 0,09 | 4,4 | 0,40 |
| Langkah strategi mergen (suatu proses penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi 1 perusahaan saja) dan akuisisi investasi (pembelian suatu perusahaan oleh perusahaan lain atau investor) serta mengelola anak perusahaan mengandung peluang dan resiko yang dapat mempengaruhi peforma keuangan perusahaan | 109 | 0,07 | 3,6 | 0,25 |
| Waktu dalam pelayanan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang yang terbatas dihari senin sampai kamis mulai pukul 08.00-16.00 Di hari jumat pukul 08.00- | 123 | 0,08 | 4,1 | 0,32 |

| | | | | |
|---|------|------|-----|------|
| 14.00, di hari sabtu mulai pukul 08.00-11.30 dan pada hari minggu close | | | | |
| Promosi yang dilakukan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang belum menarik konsumen baru | 118 | 0,08 | 3,9 | 0,31 |
| Total | 610 | 0,24 | | 1,65 |
| Total Kekuatan dan Kelemahan | 1462 | 0,79 | | 3,89 |

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa dari faktor strategi internal (kekuatan), bobot x rating tertinggi dalam tabel kekuatan dengan nilai 0,40 yaitu “Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang menjadikan jaringannya sebagai jaringan yang bisa mencakup sampai ke tempat terpencil”, sedangkan untuk yang terendah dengan nilai 0,30 dalam pernyataan “Pilihan paket internet dan telepon yang disediakan Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang cukup menarik konsumen” dan pernyataan “Pelayanan di Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang dilengkapi dengan berbasis elektronik yang terhubung dengan internet untuk mempermudah konsumen”

Dari tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari faktor strategi internal (kelemahan), rating x bobot tertinggi dalam tabel kelemahan adalah 0,40 nilai tersebut hanya ada satu faktor yaitu “Jumlah pekerjanya terlampau besar sehingga kurang efisien dan boros dalam anggaran dalam gaji karyawan”, kemudian untuk yang terendah 0,25 yakni “Langkah strategi mergen (suatu proses penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi

1 perusahaan saja) dan akuisisi investasi (pembelian suatu perusahaan oleh perusahaan lain atau investor) serta mengelola anak perusahaan mengandung peluang dan resiko yang dapat mempengaruhi peforma keuangan perusahaan”.

Jika telah menyelesaikan analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maka harus menganalisis faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman) dengan cara yang sama, agar lebih jelas, lihat tabel EFAS (*Faktor Eksternal Analisis Summary*) berikut ini. Jadi, sebelum strategi diterapkan, perencana strategi harus menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini dapat mempengaruhi perusahaan di masa yang akan datang.

Tabel 4.3

Tabel EFAS (Peluang dan Ancaman)

| Faktor Strategi Eksternal (Peluang) | Jumlah | Bobot | Rating | Skor |
|--|--------|-------|--------|------|
| Permintaan masyarakat yang tinggi akan akses internet yang cepat merupakan pasar yang sangat potensial | 121 | 0,10 | 4,0 | 0,4 |
| Cabang Telkomsel <i>Distribution Center</i> <i>Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang Cukup untuk | 120 | 0,10 | 4,0 | 0,4 |

| | | | | |
|---|--------|-------|--------|------|
| memenuhi kebutuhan pelanggan | | | | |
| Produk yang di tawarkan Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang bervariasi mulai dari paket internet, telepon, dan sms | 118 | 0,10 | 3,9 | 0,39 |
| Telkomsel merupakan salah satu brand terkenal dan memiliki keunggulan dalam bidang telekomunikasi yang cukup baik | 133 | 0,11 | 4,4 | 0,48 |
| Telkomsel <i>Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang merupakan salah satu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan perusahaan besar | 126 | 0,10 | 4,2 | 0,42 |
| Total | 618 | 0,51 | | 2,09 |
| Faktor Strategi Eksternal (Ancaman) | Jumlah | Bobot | Rating | Skor |
| Kondisi persaingan semakin ketat, para perusahaan operator terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan | 118 | 0,09 | 3,9 | 0,39 |

| | | | | |
|---|-----|------|-----|------|
| Tidak ada jaminan bahwa pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi atau yang bisa berdampak negative terhadap kondisi telekomunikasi pada saat ini | 135 | 0,10 | 4,5 | 0,49 |
| Kondisi ketika munculnya prodak baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Telkomsel mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen. | 128 | 0,10 | 4,3 | 0,43 |
| Ketika pesaing menawarkan harga yang lebih murah terhadap konsumen dengan memberikan fasilitas yang hampir sama dengan Telkomsel. | 117 | 0,09 | 3,9 | 0,35 |

| | | | | |
|---|------|------|-----|------|
| Operator lain yang menggunakan teknik dan sistem kerja yang sama. | 123 | 0,10 | 4,1 | 0,41 |
| Total | 621 | 0,47 | | 0,41 |
| Total Peluang dan Ancaman | 1239 | 0,95 | | 4,16 |

Dari tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa dari faktor strategi eksternal, hasil yang tertinggi dalam faktor peluang adalah “Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang merupakan salah satu brand terkenal di Indonesia dan memiliki keunggulan dalam bidang telekomunikasi yang cukup baik” dengan nilai 0,48. Kemudian berikutnya dengan nilai 0,42 yaitu faktor “Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang merupakan salah satu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan perusahaan besar”.

Dari tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa dari faktor strategi eksternal, hasil yang tertinggi dalam tabel ancaman yaitu “Tidak ada jaminan bahwa pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi atau yang bisa berdampak negative terhadap kondisi telekomunikasi pada saat ini” dengan nilai 0,49, dilanjutkan dengan nilai 0,43 pada pernyataan “Kondisi ketika munculnya prodak baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen”.

Dapat dilihat total bobot x rating diatas dari masing-masing faktor-faktor IFAS dan EFAS terdapat total bobot x rating kekuatan (*strengths*) dengan total 2,21. Sedangkan kelemahan (*weakness*) dengan total 1,65. Dapat disimpulkan bahwa Telkomsel *Distributin Center* memiliki kekuatan lebih tinggi, dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada

didalam Telkomsel Distributin Center.

Selanjutnya terdapat total bobot x rating dengan ancaman (*threats*) total 2,07. Dan peluang (*opportunities*) memiliki total 2,09. Dapat disimpulkan bahwa Telkomsel memiliki ancaman yang lebih besar daripada peluang yakni sebesar 0,02.

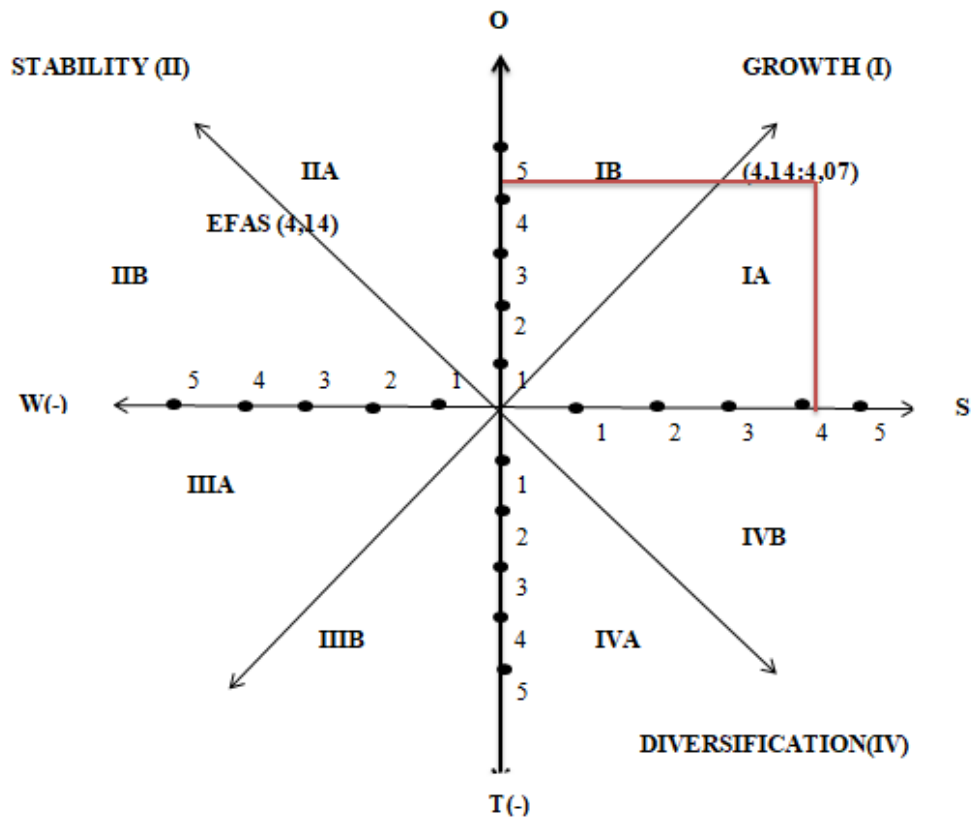
Dari hasil faktor-faktor strategi internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) menghasilkan total bobot x rating sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strengths/S) = 2,21
2. Kelemahan (Weakness/W) = 1,65
3. Peluang (Opportunities/O) = 2,09
4. Ancaman (Threats/T) = 2,07

4.2 Tahap Pembuatan Matrix SWOT

Dari hasil analisis perhitungan IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa nilai tertimbang kekuatan lebih besar daripada kelemahan, dan di saat yang sama nilai peluang lebih besar dari pada ancaman posisi strategis Telkomsel *Distributin Center* kuadran I A (Kuadran *Rapid grow*), karena kedua selisih nilai tertimbang IFAS dan EFAS adalah positif, yakni 3,89 (IFAS) dan 4,16 (EFAS). Posisi Telkomsel *Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* pada matriks kuadran SWOT 4K dapat dilihat pada

Gambar 4.1
Pilihan Strategi



Gambar 4.1

Posisi Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang Dalam Matriks SWOT -4K

Dari matriks SWOT 4K dapat dilihat bahwa Telkomsel *Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* sebenarnya berada pada Kuadran IA dimana diinterpretasikan bahwa Telkomsel merupakan operator dengan tingkat pertumbuhan yang cepat. Strategi yang bisa dilakukan bersifat *Rapid growth* atau dengan kata lain untuk dapat secara signifikan memenangkan persaingan bisnis, pengelola harus secara agresif membuat program-program yang menarik berdasarkan analisis IFAS dan EFAS.

Tabel 4.4
Pilihan Strategi

| Kuadran | Pilihan Strategi |
|----------------|-------------------------|
| I A | Rapid Growth |
| I B | Stable Growth |
| III A | Turn Arround |
| III B | Guerilla |
| IV B | Conglomerate |
| IV A | Concentric |
| II A | Aggressive Maintenance |
| II B | Selective Maintenance |

Dari ketiga tahapan yang telah dilakukan saat ini managemn Telkomsel *Distribution Center* Mediasel Sinar Baru Talang Padang Kabupaten Tanggamus dapat melakukan perencanaan strategisnya secara komprehensif. Mereka dapat menggunakan indikator-indikator strategis yang telah diidentifikasi untuk membuat prioritas program-program yang memiliki dampak besar terhadap keunggulan strategis Telkomsel *Distribution Center* Mediasel Sinar Baru Talang Padang Kabupaten Tanggamus. Sebagai contoh, dari faktor Kekuatan (*Strengths*) terdapat tujuh keunggulan yang signifikan, apabila melihat nilai skor yaitu kekuatan dengan nilai 0,40 yaitu “Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang menjadikan jaringannya sebagai jaringan yang bisa mencakup sampai ke tempat terpencil”, kemudian “Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang merupakan brand terkenal” dengan nilai 0,34 dan sebagainya.

Ketujuh keunggulan tersebut dapat ditingkatkan melalui pemasaran dengan teknik yang kreatif dan unik dan dilakukan di tempat umum atau orang banyak agar dapat menarik minat pasar. Selain itu, pemberian benefit yang lebih seperti promo-promo data internet atau paket nelfon untuk mengikat konsumen yang sudah loyal.

Pihak manajemen juga dapat menfokuskan diri pada penanganan kelemahan-kelemahan signifikan yang dimiliki oleh *Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang*. Dari Total nilai skor 1,66 , terdapat kelemahan signifikan yang diperoleh, yaitu: nilai 0,40 hanya ada satu faktor yaitu “Jumlah pekerjanya terlampau besar sehingga kurang efisien dan boros dalam anggaran dalam gaji karyawan “, nilai 0,37 yaitu “Harga paket internet yang cukup mahal di bandingkan kartu operator lainnya”, nilai 0,32 yaitu “Waktu dalam pelayanan *Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* yang terbatas dihari senin sampai kamis mulai pukul 08.00-16.00 Di hari jumat pukul 08.00-14.00, di hari sabtu mulai pukul 08.00-11.30 dan minggu”.

Fokus pada pemecahan masalah pada jumlah karyawan yang terlalu banyak, hal ini dapat berdampak pada penguatan IFAS (internal) yakni dengan pengifisienan jumlah karyawan, dengan begitu anggaran yang dikeluarkan untuk gaji karyawan dapat berkurang. Hal ini dapat dimungkinkan jika anggaran bertambah, *Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* memiliki anggaran lebih untuk digunakan melakukan promosi yang lebih menarik. Pada sisi EFAS, manajemen juga dapat menggunakan hasil analisa untuk dapat dimanfaatkan sebagai peluang yang disediakan oleh lingkungan eksternal.

Adapun hal yang menjadi perhatian oleh pihak manajemen terkait peluang, yaitu: “*Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* merupakan salah satu brand terkenal dan memiliki keunggulan dalam bidang telekomunikasi yang cukup baik dengan nilai” nilai 0,48, kemudian “*Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* merupakan salah satu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan perusahaan besar” dengan nilai 0,42. Selanjutnya dengan nilai 0,4 ada dua faktor yaitu “Permintaan masyarakat yang tinggi akan akses internet yang cepat merupakan pasar yang sangat potensial” dan “*Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* menyediakan cabang yang cukup untuk konsumn”. Inisiatif strategis yang

dapat diambil oleh manajemen adalah mengembangkan program experience marketing yang melibatkan stakeholder perusahaan besar yang telah bekerja sama.

Disisi lain, pihak manajemen Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang juga perlu mewas padai beberapa ancaman yang dapat menurunkan keunggulan produknya hingga menurunkan nilai kuantitas konsumen. Adapun hal yang harus menjadi perhatian pengelola yaitu : Tidak ada jaminan bahwa pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi atau yang bisa berdampak negative terhadap kondisi telekomunikasi pada saat ini dengan nilai 0,49, kemudian Kondisi ketika munculnya prodak baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen dengan nilai 0,43 dan Operator lain yang menggunakan teknik dan sistem kerja yang sama dengan nilai 0,37.

Dari matriks SWOT 4K dapat dilihat bahwa Telkomsel *Distribution Center Mediasel* Sinar Baru Talang Padang Kabupaten Tanggamus berada pada kuadran 1A. Strategi yang bisa dilakukan bersifat *rapid growth* atau dengan kata lain untuk dapat secara signifikan memenangkan persaingan bisnis, pengelola harus secara agresif membuat program-program yang menarik berdasarkan analisis IFAS dan EFAS.’

Berbagai macam inisiatif strategi dapat dikaji secara lebih detil dengan menggunakan skema matriks SWOT-K yang secara rinci disajikan pada Tabel 4.5

| | | |
|--|---|--|
| <p>PELUANG (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan masyarakat yang tinggi akan akses internet yang cepat merupakan pasar yang sangat potensial 2. Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang tersedia sudah mencukupi kebutuhan konsumen 3. Produk yang di tawarkan Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang bervariasi mulai dari paket internet, telfon, dan sms 4. Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang merupakan salah satu brand terkenal dan memiliki keunggulan dalam bidang telekomunikasi yang cukup baik 5. Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang merupakan salah satu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan perusahaan besar | <p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat program terbaru dengan membuat kerja sama dengan kampus yang berada di kabupaten tanggamus dengan mengadakan acara-acara yang melibatkan mahasiswa khususnya di bidang telekomunikasi informasi dan konsentrasi pemasaran. 2. Memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyediakan layanan terbasik untuk membuat konsumen memiliki loyalitas yang tinggi kepada Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang. | <p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai akses jaringan 4G yang cepat untuk mengakses internet 2. Dengan karyawan yang cukup memadai membuat pelayanan Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang lebih cepat. |
| <p>ANCAMAN (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi persaingan semakin ketat, para perusahaan operator terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan 2. Tidak ada jaminan bahwa pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi atau yang bisa berdampak negative terhadap kondisi telekomunikasi pada saat ini 3. Kondisi ketika munculnya prodak baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Tersedianya <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen. 4. Ketika pesaing menawarkan harga yang lebih murah terhadap konsumen dengan memberikan fasilitas yang hampir sama 5. Operator lain yang menggunakan teknik dan sistem kerja yang sama | <p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan diskon bagi setiap konsumen yang membeli paket internet melalui My <i>Telkomsel</i>. 2. Mengeluarkan program terbaru yang belum pernah di lakukan oleh jaringan operator jaringan seluler lain. | <p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih mengedepankan promosi di tempat-tempat keramaian dengan menyediakan berbagai prodak yang menarik minat konsumen. 2. Melibatkan kritik dan saran konsumen untuk memberikan strategi baru guna memunculkan strategi pemasaran baru pada <i>Telkomsel Distribution Center Mediasel</i> Sinar Baru Talang Padang. |

4.3 Pembahasan

Dari hasil analisis diatas menjelaskan adanya penurunan penjualan pada tahun 2019 dengan demikian dapat menghasilkan analisis dari faktor internal dan faktor eksternal yang bisa menjadikan suatu kesimpulan kenapa terjadinya penurunan dan juga dengan adanya hasil analisis dapat memanfaatkan potensi yang ada pada Telkomsel Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang Kabupaten Tanggamus dan dapat menjadikan sebuah ancaman untuk terus berinovatif menciptakan produk layanan yang lebih unggul. Kondisi persaingan yang semakin ketat, para perusahaan operator terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan, pada kondisi demikian munculnya produk baru dari pesaing yang lebih menarik konsumen membuat Tersedianya Telkomsel *Distribution Center Mediasel Sinar Baru Talang Padang* mencari strategi yang lebih baik lagi untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Dengan meningkatkan mutu kualitas, harga yang lebih kompetitif dengan para pesaing serta memberikan promo menarik, dapat menarik perhatian konsumen, terlebih lagi Telkomsel sudah memiliki merek yang dinilai canggil pada pandangan masyarakat.