



ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI OPTIMALISASI MENARA BERSAMA TELEKOMUNIKASI (STUDI PADA PT. DAYAMITRA TELEKOMUNIKASI Tbk REGIONAL JATENG & DIY)

Okny Sjahrlul Syah ^{1*}, dan Endang Tjahjaningsih ²

¹ Universitas Stikubank Semarang; Semarang, Jawa Tengah ; e-mail : okysjahrlul7002@mhs.unisbank.ac.id

² Universitas Stikubank Semarang; Semarang, Jawa Tengah; e-mail : naning@edu.unisbank.ac.id

* Corresponding Author : Okny Sjahrlul Syah

Abstract. Analyzing the optimization strategy for telecommunications towers as tower sharing using a SWOT analysis to support decision-making and increase company revenue. The results show that optimizing telecommunications towers as tower sharing can improve network coverage, service quality, maximize tower utilization, and efficiency, thereby increasing company revenue, improving service quality, and providing more competitive pricing.

Keywords: SWOT analysis; optimization; technology; tower sharing.

Abstrak. Menganalisis strategi optimasi menara telekomunikasi sebagai tower sharing dengan menggunakan analisis SWOT untuk mendukung pengambilan keputusan dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Hasilnya adalah optimalisasi menara telekomunikasi sebagai tower sharing yang dapat meningkatkan cakupan jaringan, kualitas layanan, memaksimalkan pemanfaatan tower serta efisiensi. sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan, Meningkatkan kualitas layanan serta memberikan harga yang lebih kompetitif.

Kata Kunci: Analisis SWOT; optimalisasi; teknologi; tower sharing.

Received: 21 Juli 2025
Revised: 29 Agustus 2025
Accepted: 5 November 2025
Published: 10 November 2025
Curr. Ver.: 10 November 2025



Copyright: © 2025 by the authors.
Submitted for possible open
access publication under the
terms and conditions of the
Creative Commons Attribution
(CC BY SA) license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan jaringan telekomunikasi, membuat operator sistem komunikasi bergerak ini berlomba-lomba meningkatkan pelayanannya. Salah satunya dengan menambah jumlah Base Transceiver Station (BTS). Karena tak dapat dipungkiri, penambahan BTS merupakan solusi yang memberikan hasil yang berarti dalam peningkatan daerah radius jangkauan sinyal (coverage) suatu provider.[2] Mitratel dituntut untuk dapat melakukan optimalisasi menara telekomunikasi sebagai tower sharing baik di wilayah urban maupun rural. Di kawasan urban, kepadatan pelanggan dan tingginya kompetisi menuntut efisiensi dalam mengelola distribusi sinyal, sementara di kawasan rural, perusahaan perlu mempertimbangkan trade-off antara jangkauan layanan dan efisiensi biaya operasional (Cost Saving). Dengan demikian, pengelolaan menara telekomunikasi sebagai tower sharing yang tidak optimal dapat berdampak pada penurunan kualitas layanan, hilangnya potensi pendapatan dan peningkatan beban biaya operasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pemanfaatan menara telekomunikasi sebagai tower sharing dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan (Sales Revenue) perusahaan sebagai bisnis tower sharing Mitratel serta memberikan rekomendasi berbasis data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik di sektor pengembangan bisnis tower sharing telekomunikasi. Salah satu masalah utama yang dihadapi dalam hal ini adalah banyaknya menara telekomunikasi milik Mitratel sebagai aset

tower sharing yang belum optimal pemanfaatannya terutama untuk memberikan peningkatan ekonomi perusahaan. Dari program Strategic Digitalization sebagai inisiatif yang dijalankan oleh Mitratel untuk meningkatkan digitalisasi dan transformasi digital di perusahaan tersebut didapatkan data jumlah tower sharing untuk area Jawa Tengah dan DIY sebagai berikut :

Tabel 1 Jumlah Tower Sharing Area Jawa Tengah dan DIY Tahun 2024 PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk

Jumlah Tower	Until 2020	2021	2022	2023	2024
Akuisisi	789	1747	1850	2414	2418
Development	641	791	840	911	1006
Total Tower	1430	2538	2690	3325	3424

Dari data diatas tampak bahwa Mitratel telah melakukan penambahan tower sharing setiap tahunnya baik dengan cara akuisisi (pembelian / pengambilalihan) tower sharing / aset dari provider lain maupun pembangunan tower sharing secara mandiri. Sebelum tahun 2020 jumlah tower sharing yang dimiliki Mitratel area Jawa Tengah dan DIY sebanyak 1430 tower dan pada tahun 2021 melakukan penambahan tower sebanyak 1.108. Tahun 2022 menambah 152 tower sharing dari total jumlah tower sharing ditahun 2021. Dan di tahun 2023 dan 2024 masing - masing melakukan penambaham tower sharing sebanyak 635 dan 99 tower sharing.[3] Artinya bahwa dari sebelum tahun 2020 sampai tahun 2024 Mitratel telah melakukan penambahan tower sharing sebanyak 58,24 %

Sedangkan untuk pemanfaatannya tower sharing didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 2 Pemanfaatan Tower Sharing oleh Tenant Pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk, Regional Jawa Tengah dan DIY

Jumlah Tower	Until 2020		2021		2022		2023		2024	
	Akuisisi	Devl	Akuisisi	Devl	Akuisisi	Devl	Akuisisi	Devl	Akuisisi	Devl
4 Tenant	84	86	88	87	88	87	91	87	91	88
3 Tenant	188	156	223	170	224	171	243	173	243	173
2 Tenant	330	187	487	231	493	243	569	253	569	254
1 Tenant	177	199	936	286	1032	322	1498	381	1502	474
NPA	10	13	13	17	13	17	13	17	13	17
Total Tower	789	641	1747	791	1850	840	2414	911	2418	1006

Sumber : STODA (Single Truth Of Data Asset) PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk, Regional Jateng – DIY 2024

Dari data diatas tampak bahwa pemanfaatan tower sharing oleh tenant tidak optimal. Sebagai informasi bahwa 1 tower sharing dapat dimanfaatkan dalam hal ini disewa oleh maksimal 4 tenant. Terlihat terutama pada data pemanfaatan tower sharing yang dimanfaatkan oleh 4 tenant. Jumlah tower sharing bertambah banyak namun jumlah tower sharing yang dimanfaatkan oleh 4 tenant penambahannya tidak signifikan. Demikian juga pemanfaatan tower sharing oleh 3 tenant dan 2 tenant. Pemanfaatan paling banyak 1 tower sharing hanya dimanfaatkan / disewa oleh 1 tenant. Terlebih tampak sejumlah tower sharing yang tidak dimanfaatkan yang disebut Non-Performing Asset (NPA). Sehingga dari data tersebut terlihat tidak optimalnya pemanfaatan sset menara telekomunikasi sebagai tower sharing.

Berdasarkan hasil analisa SWOT dan Ansoff yang dilakukan oleh Tovik Indrianto dan Hilda Rossieta (JIMEA Vol.8 No.1, 2024)[5] dapat disimpulkan bahwa strategi untuk optimalisasi aset adalah dengan melakukan pengembangan bisnis untuk sebagai penyedia infrastructure provider dan tower provider.

2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait

2.1 Analisis SWOT

Manfaat Analisis SWOT merupakan tujuan akhir dari analisis SWOT yaitu menghasilkan strategi alternatif yang bersifat fungsional. Berikut adalah manfaat Analisis SWOT:

- a. Bisa digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan pesaing.
- b. Dijadikan perusahaan untuk mencapai target yang dituju.
- c. Sebagai penyempurnaan strategi yang telah ada, sehingga dapat meminimalisir perubahan kondisi bisnis yang akan terjadi. (Wardoyo, 2011)

2.2 Studi Kasus Strategi Optimalisasi Aset Pada PT. ABC

Berdasarkan atas analisa SWOT dan Ansoff dapat disimpulkan bahwa strategi untuk optimalisasi aset adalah dengan melakukan pengembangan bisnis untuk sebagai penyedia infrastructure provider dan tower provider. (Tovik Indrianto, 2024)[5]

2.3 Evaluasi Menara Telekomunikasi Terpadu Dengan Menggunakan Analisis SWOT Di Kota Batam

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa evaluasi menara telekomunikasi terpadu dengan menggunakan analisis SWOT di Kota Batam belum tertata dengan baik, masih banyaknya hambatan-hambatan dalam pelaksanaan penertiban menara telekomunikasi dan akibat pesatnya industri telekomunikasi di Kota Batam, maka permintaan akan lahan untuk pembangunan menara telekomunikasi terpadu semakin tinggi, sehingga dengan keterbatasan lahan yang ada di Kota Batam maka pembangunan menara tersebut bisa di alihkan ke wilayah Hinterland. (M.Daud, 2014)[6]

2.4 Optimasi Penempatan Lokasi Potensial Menara Baru Bersama pada Sistem Telekomunikasi Seluler dengan Menggunakan Fuzzy Clustering di Daerah Sidoarjo

Hasil optimasi menunjukkan bahwa kebutuhan BTS pada tahun 2019 khusus untuk layanan jaringan 3G membutuhkan penambahan sebanyak 359 BTS dan didukung oleh 97 menara baru bersama. Dimana setiap zona mampu mengcover 2 menara baru sekaligus, jadi 97 titik menara baru dapat diwakili dengan menggunakan 49 zona. Dengan menggunakan metode Fuzzy Subtractive Clustering diperoleh 3 (tiga) jumlah cluster yang optimal di setiap kecamatan. Selain RTRW, titik potensial juga dapat ditentukan dengan menggunakan titik pusat cluster melalui metode Fuzzy C- Means. Setelah itu titik menara baru dapat dioptimasi dengan menggunakan metode Harmony Search dengan meminimalkan fungsi path loss. (Muthmainnah, 2015)[2]

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai pendekatannya karena bermaksud untuk menggunakan latar belakang alamiah, yang digunakan untuk menjelaskan kejadian yang terjadi dengan mengaitkan berbagai metode yang telah ada dalam penelitian kualitatif (Haryanti 2019). Peneliti dalam melakukan pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka mengenai industri telekomunikasi. Evaluasi dan pengolahan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi. Identifikasi terhadap aset yang menjadi objek penelitian meliputi menara telekomunikasi dan pemanfaatannya.[5] Hasil evaluasi dan pengumpulan data akan digunakan untuk menyusun strategi dalam optimalisasi pemanfaatan aset menara telekomunikasi dengan menggunakan metode analisa SWOT.

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Observasi pada objek penelitian dan wawancara yang dilakukan pada Direktorat Operasional dan Pembangunan serta Direktorat Bisnis, selain itu Riset / telaah juga menjadi penguat data dalam penelitian ini

a. Observasi

Observasi merupakan aktivitas dalam melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan penelitian. Pada penelitian ini, observasi dilakukan dengan hadir di lapangan serta dalam pembahasan terkait dengan optimalisasi menara / tower telekomunikasi bersama / sharing.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sumber informasi dan bukti penting dalam penulisan studi kasus (Yin, 2018). Wawancara dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan atas topik penelitian yang akan disampaikan kepada subjek penelitian. Tanggapan atas pertanyaan yang diberikan akan memberikan gambaran terhadap objek penelitian dan diperlukan analisis yang mendalam untuk mendapatkan kesimpulan dari masing-masing subjek penelitian. Wawancara merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang dapat dilakukan secara sistematis sistematis atau terstruktur. Pada penelitian ini, pemilihan subjek wawancara dilakukan mempertimbangkan tugas dan tanggung jawab masing-masing direktorat. Direktorat yang akan dilakukan wawancara adalah sebagai berikut:

- 1) Direktorat Bisnis yang akan diwakili oleh *Costumer Relation Management (CRM)* area.
- 2) Direktorat Operational dan Pembangunan yang diwakili oleh Manager Construction Development & Operation Maintenance (CDOM)
- 3) Direktorat Asset yang diwakili oleh Manager Asset

c. Riset / telaah :

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data internal dan melakukan riset terhadap jurnal, penelitian sebelumnya, publikasi, dan informasi lainnya yang relevan dengan objek penelitian.

Data yang diharapkan dari penelitian ini adalah tanggapan dan penilaian responden terhadap permasalahan sesuai dengan tujuan penelitian. Data tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Regulasi Tentang Menara Telekomunikasi Bersama. (lampiran)
- 2) Data jumlah menara Mitratel. (lampiran)
- 3) Pedoman tentang pembangunan dan penggunaan menara (lampiran)
- 4) Wawancara dengan masing - masing Direktorat.

3.2 Metode Analisis Data

- a. **Analisis Kuantitatif Deskriptif** yaitu menganalisa dengan menjelaskan dari perhitungan hasil wawancara dari responden, kemudian dilanjutkan dengan analisis EFAS dan IFAS
- b. **Analisis Kualitatif**, yaitu serangkaian kegiatan menganalisis data dalam obyek penelitian yang tidak dinyatakan dengan angka-angka

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-Faktor Kekuatan (Strength)

Penilaian terhadap kekuatan dari internal PT Mitratel bila dibandingkan dengan pesaing lainnya dapat diindikasikan sebagai berikut :

- 1) Merupakan perusahaan dengan kondisi yang terbukti cukup baik, sebagai perusahaan tower provider mula- mula yang bertahan sampai saat ini
- 2) Menjadi pemimpin pasar tower sharing dengan jumlah tenant terbanyak
- 3) Infrastruktur dan kapasitas jaringan yang luas
- 4) Komitmen yang kuat dari manajemen untuk membangun dan menjalankan bisnis secara profesional
- 5) Memiliki SDM yang kompetitif dan memadai baik dalam hal kualitas maupun kuantitas
- 6) Memiliki pangsa pasar layanan yang baik
- 7) Memiliki produktifitas dan pendapatan yang terus meningkat
- 8) Memiliki prosedur dan sistem informasi yang lengkap
- 9) Rata- rata klien telah terikat dengan kontrak jangka panjang meminimkan peluang berbuat kecurangan
- 10) Adanya dukungan penuh dari PT. Telkom Indonesia sebagai Stakeholders

Faktor-Faktor Kelemahan (*Weakness*)

Adanya indikasi mengenai kelemahan, terutama kelemahan yang menyangkut dalam manajemen bisnis di suatu perusahaan merupakan lawan dari kekuatan perusahaan itu sendiri. Adapun faktor-faktor kelemahan adalah sebagai berikut :

- 1) Proses prosedur bisnis kurang efektif
- 2) Pemberian harga yang kurang kompetitif
- 3) Kurangnya diferensiasi layanan
- 4) Kegiatan promosi masih kurang insentif
- 5) Organisasi perusahaan masih kurang efektif

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu label IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* produk atau perusahaan.

Setelah melalui tahapan pengumpulan dan pengolahan data hasil kuesioner, didapatkan hasil sebagaimana berikut yang dituangkan dalam matriks IFAS :

4.2 Analisa Swot

Proses analisis SWOT dilakukan untuk menguji sifat permintaan dan tekanan pihak eksternal, mengidentifikasi peluang dan kendala, sumber daya dan menilai kapasitas internal. Hasil Penilaian SWOT mengarahkan perusahaan dalam pengembangan strategi untuk membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, menangkal ancaman, dan mengeksplorasi peluang. Setelah melalui tahapan pengumpulan dan pengolahan data hasil kuesioner, didapatkan hasil sebagaimana berikut yang dituangkan dalam matriks IFAS :

Tabel 3 Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Ranking	Nilai
KEKUATAN (STRENGTHS)				
1	Merupakan perusahaan dengan kondisi yang terbukti cukup baik, sebagai perusahaan tower provider yang bertahan sampai saat ini	0,1	3	0,3
2	Menjadi pemimpin pasar tower sharing dengan jumlah tenant terbanyak	0,03	4	0,12
3	Infrastruktur dan kapasitas jaringan yang luas	0,2	4	0,8
4	Komitment yang kuat dari manajemen untuk membangun dan menjalankan bisnis secara profesional	0,02	3	0,06
5	Memiliki SDM yang kompetitif dan memadai baik dalam hal kualitas maupun kuantitas	0,1	3	0,3
6	Memiliki pangsa pasar layanan yang baik	0,1	3	0,3
7	Memiliki produktifitas dan pendapatan yang terus meningkat	0,03	4	0,12
8	Memiliki prosedur dan sistem informasi yang lengkap	0,02	4	0,08
9	Rata-rata klien telah terikat dengan kontrak jangka panjang meminimalkan peluang melakukan tindakan kecurangan	0,1	2	0,2
10	Adanya dukungan penuh dari PT. Telkom Indonesia sebagai Stakeholders	0,1	4	0,4
TOTAL		0,8		2,68
KELEMAHAN (WEAKNESSES)				
1	Proses prosedur bisnis kurang efektif	0,07	2	0,14
2	Pemberian harga yang kurang kompetitif	0,02	2	0,04
3	Kurangnya diferensiasi layanan	0,05	2	0,1
4	Kegiatan promosi masih kurang intensif	0,01	3	0,03
5	Organisasi perusahaan masih kurang efektif	0,05	1	0,05
TOTAL		0,2		0,36
Internal Score		1		2,32

Faktor-Faktor Peluang (*Opportunity*)

Peluang- peluang yang dapat diciptakan dan dapat diperoleh oleh perusahaan untuk tetap dapat tetap mengembangkan dan mempertahankan suatu bisnis berdasarkan aspek- aspek yang terkait dan berdasarkan pada kemampuan melakukan riset. Adapun peluang yang dapat diperoleh atau diciptakan oleh PT. Mitratel adalah sebagai berikut :

- 1) Demand layanan tower sharing yang besar
- 2) Cukup jauh mengungguli pesaing dari segi infrastruktur dan coverage area
- 3) Melakukan pendekatan mitra melalui customer intimacy
- 4) Pertumbuhan industri telekomunikasi yang signifikan
- 5) Terbukanya kesempatan untuk ekspansi layanan
- 6) Memiliki kesempatan untuk terus mempertahankan posisi leader layanan tower sharing

Faktor-Faktor Ancaman (*Threat*)

Ancaman bisa diperoleh dari internal perusahaan maupun dari lingkungan industri akibat kelemahan perusahaan, berikut indikasi ancaman yang ada :

- 1) Ancaman pendatang baru yang menawarkan layanan jasa yang sama
- 2) Peluang layanan sharing aktif mengungguli sharing pasif; layanan yang ditawarkan saat ini
- 3) Peraturan Pemerintah yang membatasi ekspansi area - area tertentu
- 4) Proses akusisi dengan warga yang sulit di area - area tertentu
- 5) Perubahan tren telekomunikasi yang dinamis
- 6) Mahalnya investasi untuk infrastruktur
- 7) Permintaan perubahan harga dari klien
- 8) Perekonomian secara global yang cenderung belum membaik

Setelah melalui tahapan pengumpulan dan pengolahan data hasil kuesioner, didapatkan hasil sebagaimana berikut yang dituangkan dalam matriks EFAS :

Tabel 4 Matriks EFAS

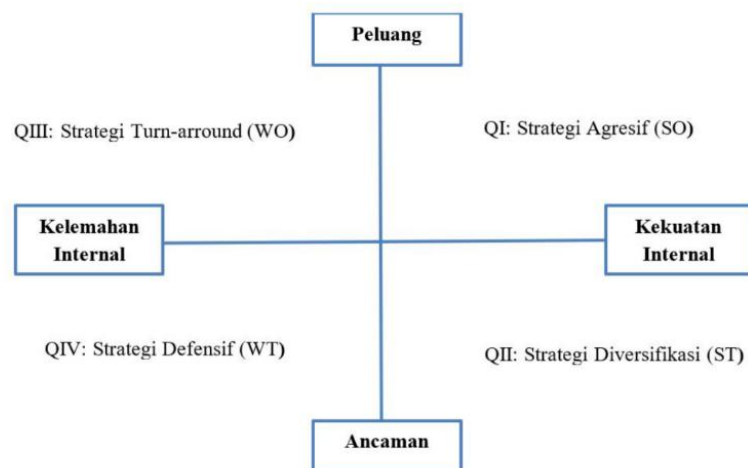
No	Faktor Eksternal	Bobot	Ranking	Nilai
PELUANG (OPPORTUNITIES)				
1	Demand layanan tower sharing yang besar	0,1	3	0,3
2	Cukup jauh mengungguli pesaing dari segi infrastruktur dan coverage area	0,15	2	0,3
3	Melakukan pendekatan mitra melalui <i>customer intimacy</i>	0,05	2	0,1
4	Pertumbuhan industri telekomunikasi yang signifikan	0,1	1	0,1
5	Terbukanya kesempatan untuk ekspansi layanan	0,05	2	0,1
6	Memiliki kesempatan untuk terus mempertahankan posisi leader layanan tower sharing	0,05	4	0,2
TOTAL		0,5		1,1
ANCAMAN (THREATS)				
1	Ancaman pendatang baru yang menawarkan layanan jasa yang sama	0,2	4	0,8
3	Peraturan Pemerintah yang membatasi ekspansi area- area tertentu	0,05	3	0,15
4	Proses akusisi dengan warga yang sulit di area- area tertentu	0,05	4	0,2
5	Perubahan tren telekomunikasi yang dinamis	0,05	3	0,15
6	Mahalnya investasi untuk infrastruktur	0,1	3	0,3
7	Permintaan perubahan harga dari klien	0,02	3	0,06
8	Perekonomian secara global yang cenderung belum membaik	0,03	4	0,12

TOTAL	0,5	1,78
Eksternal Score	1	-0,68

Selanjutnya berdasarkan data yang sama kemudian dituangkan kedalam analisa kuadran :

- 1) Nilai Matriks Evaluasi Internal = Total Kekuatan – Total Kelemahan = $2,68 - 0,36 = 2,32$
- 2) Nilai Matriks Evaluasi Eksternal = Total Peluang – Total Ancaman = $1,1 - 1,78 = -0,68$

Dimana nilai matriks evaluasi internal dimasukkan pada sumbu horizontal (kekuatan dan kelemahan), sementara nilai matriks evaluasi eksternal dimasukkan dalam sumbu vertical (peluang dan ancaman), sehingga didapatkan bisnis layanan tower sharing PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk (Mitratel) berada di Kuadran II.



Gambar 1 diagram matriks SWOT

Sumber : Rangkuti (2006:19)

Adapun positioning pada kuadran II tersebut mengindikasikan bahwa meskipun terdapat ancaman- ancaman dari industri namun perusahaan memiliki potensi atau kekuatan internal yang bisa dioptimalkan. Strategi yang harus diterapkan adalah **Strategi S/T** (*Strengths - Threats*) yakni menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Strategi ini disebut juga strategi difersifikasi (*Diversification Strategy*) (Rangkuti, 2017)[10]

TOWS ANALYSIS		KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (w)
ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	1. Merupakan perusahaan dengan kondisi yang terbukti cukup baik, sebagai penyedia tower provider yang bertahan sampai saat ini 2. Menjadikan provider tower sharing dengan jumlah tenant terbanyak 3. Infrastruktur dan kapasitas jaringan yang luas 4. Komitmen yang kuat dari manajemen untuk mendukung dan menjalankan bisnis secara profesional 5. Memiliki SDM yang kompeten dan memadai baik dari jumlah kualitas maupun kuantitas 6. Memiliki pangsa pasar layanan yang baik 7. Memiliki produktivitas dan pendapatan yang terus meningkat 8. Memiliki prosedur dan sistem informasi yang lengkap 9. Rata-rata klien telah terkait dengan kontrak jangka panjang meminimalkan peluang tindakan sepihak 10. Adanya dukungan penuh dari PT. Telkom Indonesia sebagai Stakeholder	1. Proses prosedur bisnis kurang efektif 2. Pemberian harga yang kurang kompetitif 3. Kurangnya diversifikasi layanan 4. Kegiatan promosi masih kurang inovatif 5. Organisasi perusahaan masih kurang efektif
	ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL		
PELUANG (O)		STRATEGI MENGGUNAKAN KEKUATAN UNTUK MEMANFAATKAN PELUANG (S.O)	STRATEGI MENGURANGI KELEMAHAN UNTUK MEMANFAATKAN PELUANG (W.O)
1. Demand layanan tower sharing yang besar 2. Cukup jauh mengungguli pesaing dari segi infrastruktur dan coverage area 3. Melibatkan pendataan mitra melalui customer intimacy 4. Pertumbuhan industri telekomunikasi yang signifikan 5. Terbukanya kesempatan untuk ekspansi layanan 6. Memiliki kesempatan untuk terus mempertahankan posisi sebagai layanan tower sharing		1. Mendukung pertumbuhan pasar telekomunikasi yang pesat 2. Memfasilitasi opsi teknologi baru dengan cara supporting infrastruktur tower 3. Memaksimalkan pemanfaatan tower yang sudah ada 4. Mengurangi kebutuhan investasi modal untuk pembangunan infrastruktur baru 5. Melibatkan kerja sama strategis dengan cara mendorong kerja sama antar operator untuk pengembangan lebih lanjut 6. Menciptakan lingkungan kompetitif yang sehat antar operator 7. Pengembangan bisnis baru berbasis kekinisan	1. Mengatasi kelemahan dalam interpenetrasi dengan mengembangkan standar dan protokol yang terstandarisasi 2. Peluang untuk bekerja sama dengan perusahaan lain dalam penyediaan layanan terkait 3. Meningkatkan efisiensi dan kapasitas tower sharing 4. Memonitor efisiensi penggunaan biaya pemeliharaan yang dikeluarkan
ANCAMAN (T)		STRATEGI MENGGUNAKAN KEKUATAN UNTUK MENCEGAH/MENGATASI TANTANGAN (S.T)	STRATEGI MENGURANGI KELEMAHAN UNTUK MENCEGAH/MENGATASI TANTANGAN (W.T)
1. Ancaman pendatang baru yang menawarkan layanan jasa yang sama 2. Peluang layanan sharing aktif mengungguli sharing pasif, layanan yang ditawarkan saat ini 3. Peraturan Pemerintah yang membatasi ekspansi area-area tertentu 4. Proses akuisisi dengan waktu yang sulit di area-area tertentu 5. Perubahan tren telekomunikasi yang dinamis 6. Mahalnya investasi untuk infrastruktur 7. Permintaan perubahan harga dari klien		1. Meningkatkan kualitas layanan serta memberikan harga yang lebih kompetitif 2. Perusahaan seminimal mungkin bisa menghemat pengeluaran dan dengan strategi pemasaran yang benar dan tepat pada sasaran tanpa mengesampingkan kualitas produk 3. Memanfaatkan kerja sama dan hubungan baik dengan klien untuk menekan para pesaing 4. Meminimalisasi harga produk dan meningkatkan jaminan garansi layanan	1. Membuat <i>marketing research</i> untuk mengetahui kondisi pasar dan kompetitor <i>existing</i> serta pasar dan kompetitor <i>new entry</i> 2. Mempertahankan hubungan baik kepada pelanggan yang lama dengan cara memberi <i>member bonus</i> layanan pemeliharaan eksklusif 3. Menggaet pelanggan baru dengan cara memberikan promosi pelayanan pemeliharaan dengan harga kompetitif 4. Meningkatkan <i>response time</i> dan kecepatan waktu penyelesaian masalah karena dua hal inilah yang paling mempengaruhi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan pemeliharaan yang kita berikan 5. Menggunakan pendekatan <i>preventive maintenance</i> untuk mengidentifikasi risiko-risiko kerusakan yang mungkin timbul dan menyiapkan langkah-langkah pencegahannya agar biaya <i>corrective maintenance</i> dapat ditekan

Gambar 2 Matriks TOWS

Berikut ini merupakan langkah- langkah yang bisa dilakukan PT. Mitratel dalam penerapan Strategi S/T :

Meningkatkan kualitas layanan serta memberikan harga yang lebih kompetitif. Dalam hal ini perlu meningkatkan kualitas termasuk efisiensi business process secara keseluruhan, harus bisa lebih berani perang harga dengan kompetitor, evaluasi layanan secara continue dalam upaya perbaikan dan optimalisasi layanan terlebih dengan kekuatan kepemilikan tower terbanyak akan dapat meningkatkan revenue perusahaan.

Perusahaan seminimal mungkin bisa menghemat pengeluaran terutama meminimalkan tower NPA sehingga dapat meningkatkan profit serta dibantu dengan strategi pemasaran yang benar dan tepat pada sasaran tanpa mengesampingkan kualitas tower. Penghematan pengeluaran dapat dilakukan dengan memaksimalkan pemanfaatan tower yang sudah ada yang sebelumnya hanya disewa oleh 1 tenant dapat ditingkatkan penyewaan oleh 4 tenant, meningkatkan efisiensi dan kapasitas tower sharing dan mengurangi kebutuhan investasi modal untuk pembangunan infrastruktur baru.

Memanfaatkan kerja sama dan hubungan baik dengan klien untuk meredam para pesaing termasuk membuat marketing research untuk mengetahui kondisi pasar dan kompetitor existing serta pasar dan kompetitor new entry. Selain itu meningkatkan respond time dan kecepatan waktu penyelesaian masalah karena dua hal inilah yang paling mempengaruhi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan pemeliharaan yang kita berikan.

Meminimalisasi harga sewa tower dan meningkatkan jaminan garansi layanan. Untuk meminimalkan harga sewa yang terlalu tinggi maka dapat dilakukan dengan optimalisasi pemanfaatan tower yang akan dapat mengurangi biaya pemeliharaan tower serta melakukan adaptasi dan implementasi teknologi pendukung. Selain itu dapat memberikan jaminan garansi pemeliharaan yang cukup lama. Penggunaan pendekatan preventive maintenance juga dapat mengidentifikasi risiko-risiko kerusakan yang mungkin timbul sehingga dapat menyiapkan langkah-langkah pencegahannya agar biaya corrective maintenance dapat ditekan.

6. Kesimpulan

Dari penelitian yang penulis lakukan dalam tugas akhir ini, kesimpulan yang dapat ditarik berkenaan dengan analisis swot terhadap strategi optimalisasi menara bersama telekomunikasi (studi pada PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk Regional Jateng & DIY) adalah:

- a. Optimalisasi menara telekomunikasi sebagai tower sharing dapat meningkatkan cakupan jaringan dan kualitas layanan.
- b. Optimalisasi menara telekomunikasi sebagai tower sharing masih dapat dilakukan dengan memaksimalkan pemanfaatan tower yang sudah ada, meningkatkan efisiensi dan kapasitas tower sharing dan mengurangi kebutuhan biaya pemeliharaan dan biaya investasi modal untuk pembangunan infrastruktur baru sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan
- c. Strategi optimalisasi menara telekomunikasi sebagai tower sharing guna peningkatan pendapatan perusahaan adalah :
 - 1) Meningkatkan kualitas layanan serta memberikan harga yang lebih kompetitif.
 - 2) Perusahaan seminimal mungkin bisa menghemat pengeluaran sehingga dapat meningkatkan profit serta dibantu dengan strategi pemasaran yang benar dan tepat pada sasaran tanpa mengesampingkan kualitas produk.
 - 3) Memanfaatkan kerja sama dan hubungan baik dengan klien untuk meredam para pesaing termasuk membuat marketing research untuk mengetahui kondisi pasar dan kompetitor existing serta pasar dan kompetitor new entry.
 - 4) Meminimalisasi harga sewa tower dan meningkatkan jaminan garansi layanan.

Implikasi

Implikasi dari temuan penelitian mencakup pada dua hal, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis.

Implikasi teoritis :

- a. Dengan mengembangkan standar dan protokol yang terstandarisasi akan mendukung *preventive maintenance* dalam rangka mengidentifikasi risiko-risiko kerusakan yang mungkin timbul dan menyiapkan langkah- langkah pencegahannya agar biaya *corrective maintenance* dapat ditekan.
- b. Bahwa optimalisasi pemanfaatan tower merupakan proses pengelolaan aset untuk dapat meningkatkan pendapatan, menekan biaya pemeliharaan, mendukung pembangunan berkelanjutan dan menciptakan pertumbuhan ekonomi. Dalam hal penelitian kali ini adalah dengan optimalisasi pemanfaatan menara bersama akan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan Mitratel.

Implikasi praktis :

- a. Meningkatkan kualitas layanan sesuai standar dan protokol yang ada serta memberikan harga yang lebih kompetitif.
- b. Lebih memanfaatkan tower yang telah ada dengan cara meningkatkan efisiensi dan kapasitas tower sharing.
- c. Memaksimalkan marketing untuk mendapatkan pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama dengan cara memberikan promosi peningkatan pelayanan pemeliharaan dengan harga kompetitif.

Daftar Pustaka

- [1] Sasongko,E & Mauludiyanto,A. (2015). *Perencanaan dan Penataan Menara Telekomunikasi Seluler Bersama di Kabupaten Sidoarjo Menggunakan MapInfo*, JURNAL TEKNIK ITS Vol. 4, No. 1, (2015) ISSN: 2337-3539
- [2] Muthmainnah (2015). *Optimasi Penempatan Lokasi Potensial Menara Baru Bersama pada Sistem Telekomunikasi Seluler dengan menggunakan Fuzzy Clustering di Daerah Sidoarjo*, JURNAL TEKNIK ITS Vol. 4, No. 1, (2015) ISSN: 2337-3539
- [3] <http://www.mitratel.co.id/>
- [4] Simbar, V. (2013). *Optimalisasi Strategi Bisnis Tower Sharing*, IncomTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer, vol.4, no.2, 2013
- [5] Indrianto,T & Rossieta, H (2024). *Studi Kasus Strategi Optimalisasi Aset Pada PT. ABC*, JIMEA Vol.8 No.1, 2024

- [6] Daud. M, Tarigan. T & Afma. V (2014), *EVALUASI MENARA TELEKOMUNIKASI TERPADU DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI KOTA BATAM*, PROFESIENSI, 2(1): 28-35 Juni 2014 ISSN Cetak: 2301-7244
- [7] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Gsm_network.png
- [8] Siregar, Doli D. 2004. Manajemen Aset. Jakarta: Gramedia
- [9] A. Gima Sugiana (2013). Manajemen Aset Pariwisata Bandung : Guardaya Intimarta.
- [10] Rangkuti, Freddy.(2014). *Analisis SWOT dan Teknik Bedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- [11] Jazuli, S. (2016). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT El-Syifa Ciganjur. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- [12] Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Application Design and Methods (Sixth Edition)*. California: SAGE Publications, Inc.
- [13] David, Fred R. dan David, Forest R. (2017). *Strategic Management concepts and cases A Competitive Advantage Approach*. Sixteenth Edition. England. Pearson Education Limited.
- [14] <https://bumn.go.id/profil/erabarukami/nilai-organisasi>
- [15] <http://www.mitratel.org/>
- [16] PT. Dayamitra Telekomunikasi, Tbk (2024). *Single Truth of Data Asset* Regional Jateng & DIY
- [17] <https://www.neraca.co.id/article/217353/tower-bersama-catat-pendapatan-rp68-triliun>
- [18] <https://www.protelindo.net/about-us/towers>
- [19] Wardoyo, Paulus. 2011. Alat Analisis Manajemen. Semarang. University Press.
- [20] <http://www.lppslh.or.id/artikel/analisis-swot/>
- [21] Azwar Azis. (2009). *Implementasi Kebijakan Pembangunan dan Penggunaan Menara Bersama Telekomunikasi*. Jurnal Pos Dan Telekomunikasi. Jakarta, Vol. 1, p75-102
- [22] Olga Korzachenko. (2010). *Improvement of Business-Activities in Telecommunication Enterprises*. Journal of Information Technology and Management Science, Vol. 44, p45
- [23] Sri Wahyuni, S. M. (2020). *Pengantar Manajemen Aset*. Makasar: Penerbit Nas Media Pustaka.
- [24] Admin Aptika. (2022, November 19). <https://aptika.kominfo.go.id>. Retrieved from Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika: <https://aptika.kominfo.go.id/2022/11/akselerasi-transformasi-digital-pacu-pertumbuhan-ekonomi-digital/>
- [25] Selang, K. (2022). Strategi Optimalisasi Aset Daerah untuk Penguatan Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Pemerintah Provinsi Maluku). *Jurnal Widyaiswara Indonesia*, 241-252.
- [26] George R. Terry. (2010). *The Geometry of Strategy: Concepts for Strategic Management*. Kindle Edition, Routledge.
- [27] David Fred R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. 13th Edition. Pearson.
- [28] Certo, Samuel C dan Paul J.Peter. *Strategic Management, Concept and Applications*. Mc-Graw Hill.
- [29] Sri Wahyuningsi. (2012). *“Analisis SWOT untuk Penentuan Strategi Optimalisasi Infrastruktur”*. Publikasi Seminar Proposal Penelitian Mandiri, Puslitbang Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika
- [30] Annual Report PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. 2024
- [31] <http://www.mastel.or.id/>
- [32] <http://komdigi.go.id/>
- [33] <http://www.strategimanajemen.net/>