

Strategi pemasaran produk mobile broadband PT SMART telcom di Indonesia

Poltak Renold, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=128552&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini bertujuan memformulasikan strategi yang tepat dalam pemasaran produk mobile broadband SMART melalui analisis Porter 5 Forces dan SWOT. Potensi kompetitif SMART bersarkan Porter 5 Forces berada di level Medium. Hasil analisis SWOT menunjukkan posisi SMART pada Kuadran IV (Kekuatan - Ancaman) yang selanjutnya mengarahkan pada alternatif strategi stabilisasi dalam Grand Strategy. Dari sejumlah strategi berdasarkan Porter 5 Forces dan Grand Strategy, dilakukan pendekatan QSPM untuk menentukan suatu strategi unggulan dalam pemasaran produk mobile broadband SMART. Hasilnya adalah strategi tetap mempertahankan diferensiasi produk unlimited murni untuk memperkuat penetrasi pasar.

<hr>The focus of this study is to formulate the best strategy of product marketing of SMART mobile broadband through Porter 5 Forces and SWOT analysis. Porter 5 shows the medium level of SMART competitive potential. SWOT results the Quadrant IV of SMART position (Strenght - Threats) that continuing into stabilization strategy in Grand Strategy. Using QSPM approach, available strategies from Porter 5 Forces and Grand Strategy are processed to perform a best strategy of product marketing of SMART mobile broadband which is to keep the product differentiation strategy of unlimited mobile broadband in strengthening the market penetration.