

Analisis Strategi Bersaing untuk Meningkatkan Pangsa Pasar di Segmen B2B: Studi Kasus Perusahaan Telekomunikasi Asing di Indonesia = Competitive strategy analysis to increase market share in B2B segment: case study of a foreign telecom company in Indonesia

Purwindro Setianto Tjokrodipo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20502848&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan para penyedia jasa telekomunikasi belum pernah setinggi ini terutama di segmen B2B. Karena persaingan ini, PT. XYZ mengalami kesulitan yang diindikasikan dari pendapatan yang tidak tumbuh dan penurunan pangsa pasar dari tahun sebelumnya. Untuk meningkatkan pangsa pasar, perlu dilakukan analisis internal dan eksternal untuk mengidentifikasi strategi yang dibutuhkan dan bisa dilakukan untuk menguatkan sumber daya tangible dan intangible untuk mendapatkan keunggulan dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Studi ini juga akan menganalisis strategi menggunakan beberapa cara seperti Pareto Analysis, Strategy Canvas from the Blue Ocean Strategy, dan Business Model Canvas from the Business Model. Analisis bisa dilakukan setelah laporan tahunan dari PT. Telkom Indonesia dan PT. XYZ dibandingkan dan didapatkan data pangsa pasar B2B dari sumber internal. Setelah semua data dianalisis, dapat disimpulkan strategi yang dibutuhkan untuk meningkatkan pangsa pasar.

<hr />

The competition in the telecommunication service provider has never been this tight especially in B2B segment. Because of the competition, PT. XYZ is suffered from this competition and indicated by the stagnant revenue and declining market share from the previous year. In order to increase PT. XYZs market share, it is necessary for external and internal analysis to identify the strategies needed and can be done to strengthen the resources both tangible and intangible to gain the competitive advantages over other competitors.

This research will analyze the strategies using several tools including Pareto Analysis, Canvas Strategy from Blue Ocean Strategy, and Business Model Canvas. The analysis can be done after the analysis from the annual report from Telkom Indonesia and PT. XYZ gathered and compared and get the B2B market share from the internal sources. After all the data been analyzed, the strategies needed could be concluded based on the analysis.