

Strategi usaha PT. Kompas Cyber Media di tengah persaingan bisnis internet di Indonesia

Didit Prahadi Arianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71035&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi telah berhasil menciptakan infrastruktur informasi Baru yang dikenal dengan istilah internet. Peluang bisnis melalui internet menyebabkan banyak berdirinya perusahaan-perusahaan internet, dimana salah satu diantaranya adalah PT. Kompas Cyber Media (PT. KCM), yang meluncurkan Kompas.com pada bulan Agustus 1998. Kompas.com merupakan lengan komersil Kompas internet atau Kompas on-line, dimana selain harian Kompas juga terdapat link untuk sejumlah harian lain, majalah dan tabloid terbitan Grup Kompas Gramedia. Sebagai market leader, PT. KCM harus mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan PT.KCM dalam mengelola web site-nya serta menjelaskan strategi yang digunakannya untuk mempertahankan posisinya sebagai market leader. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang dianggap ahli dalam masalah yang diteliti, dan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan strategi yang harus diambil.

Guna mengembangkan strategi bersaing dilakukan analisis AHP yang terdiri dari satu hirarki utama dan tiga sub hirarki. Hasil pemrosesan pendapat gabungan para responden dengan metode AHP ini adalah strategi biaya rendah, dengan pilihan utama melakukan peningkatan teknologi untuk menekan biaya. Dengan landasan strategi biaya rendah dan penekanan kegiatan peningkatan teknologi selanjutnya dapat dikembangkan produk dan langkah pemasaran sesuai dengan strategi tersebut.