

ABSTRACT

Disney enjoyed a significant market share in entertainment, film, and other industries. The Disney brand has persisted for nearly a century and will continue to exist in the business world. In contrast, as time passes, competitors become more numerous and formidable. There is no question that Disney's market share is gradually shrinking. Disney should prioritize its long-term interests, such as extending its market worldwide, over its short-term interests, which rely on the North American market it once dominated. UTV, one of India's largest media and entertainment companies, was acquired by Disney to access the worldwide market. The Walt Disney Company acquired it through a subsidiary in 2012. With the inclusion of India, Walt Disney's international business operations now include China and Europe.

Periodically, any competitive organization must re-evaluate its strategic perspective. According to Dauber and colleagues (2010), this review is a continuous kind of risk mitigation planning. Continuous evaluation enables businesses to often realign with the external competitive environment (Thompson et al., 2020). This research advocates a strategic plan to increase The Walt Disney Company's competitive strategy, particularly in the Indian media and entertainment business. The research objectives were achieved by describing the strategy followed by a critique of the strategy. The next section attempts to provide an economic justification for the recommended strategy. In addition, the plan incorporates best practices and theoretical approaches to enhance its efficacy in terms of the company's resource management capabilities. On the basis of resource-based view analysis, this study evaluates both the strategic analytical tools and the creative implications of the strategy for competitiveness aspects. Lastly, if necessary, it evaluates the current knowledge and organizational learning processes to assist the continuing reconstruction of strategy. The study concludes with an overview of competitive strategy and some research directions for future strategic recommendations to support Walt Disney Company's creative, continuous competitive improvement as the Indian market emerges.

ABSTRAK

Disney menikmati pangsa pasar yang signifikan dalam hiburan, film, dan industri lainnya. Merek Disney telah bertahan selama hampir satu abad dan akan terus eksis di dunia bisnis. Sebaliknya, seiring berjalannya waktu, pesaing menjadi lebih banyak dan tangguh. Tidak diragukan lagi bahwa pangsa pasar Disney secara bertahap menyusut. Disney harus memprioritaskan kepentingan jangka panjangnya, seperti memperluas pasarnya ke seluruh dunia, daripada kepentingan jangka pendeknya, yang bergantung pada pasar Amerika Utara yang pernah dikuasainya. UTV, salah satu perusahaan media dan hiburan terbesar di India, diakuisisi oleh Disney untuk mengakses pasar dunia. Dengan masuknya India, operasi bisnis internasional Walt Disney sekarang mencakup China dan Eropa.

Secara berkala, setiap organisasi kompetitif harus mengevaluasi kembali perspektif strategisnya. Menurut Dauber dkk (2010), kajian ini merupakan jenis perencanaan mitigasi risiko yang berkelanjutan. Evaluasi berkelanjutan memungkinkan bisnis untuk sering menyesuaikan diri dengan lingkungan kompetitif eksternal (Thompson et al., 2020). Penelitian ini menganjurkan rencana strategis untuk meningkatkan strategi kompetitif The Walt Disney Company, khususnya di bisnis media dan hiburan India. Tujuan penelitian dicapai dengan memaparkan strategi yang diikuti dengan kritik terhadap strategi tersebut. Bagian selanjutnya mencoba memberikan justifikasi ekonomi untuk strategi yang direkomendasikan. Selain itu, rencana tersebut menggabungkan praktik terbaik dan pendekatan teoretis untuk meningkatkan kemanjurannya dalam hal kemampuan manajemen sumber daya perusahaan. Atas dasar analisis pandangan berbasis sumber daya, penelitian ini mengevaluasi alat analisis strategis dan implikasi kreatif dari strategi untuk aspek daya saing. Terakhir, jika perlu, mengevaluasi pengetahuan saat ini dan proses pembelajaran organisasi untuk membantu rekonstruksi strategi yang berkelanjutan. Studi ini diakhiri dengan ikhtisar strategi kompetitif dan beberapa arah penelitian untuk rekomendasi strategis di masa depan untuk mendukung peningkatan daya saing yang kreatif dan berkelanjutan dari Walt Disney Company saat pasar India muncul.