

ABSTRAK

ANALISIS FORMULASI STRATEGI PT. XYZ SEBAGAI PERUSAHAAN TEKNOLOGI INFORMASI MENGHADAPI ERA DIGITAL

Kevin Pradipta Narendratama

Peluang bisnis industri layanan teknologi informasi di Indonesia belum dapat dimanfaatkan PT XYZ untuk menguasai pasar. Penyedia layanan teknologi informasi eksisting yang mengembangkan infrastruktur dan layanan serta bertambahnya pesaing baru pada industri ini menjadi tantangan bagi PT XYZ untuk meningkatkan kapabilitas perusahaan untuk berkompetisi. Diperlukan strategi bersaing alternatif yang dapat diterapkan PT XYZ sehingga dapat meningkatkan posisi kompetitifnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi bersaing alternatif yang dapat dilakukan oleh PT XYZ untuk meningkatkan posisi kompetitifnya dalam bisnis layanan teknologi informasi di Indonesia.

Penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumen. Wawancara dan observasi dilakukan untuk mendapatkan data primer, sedangkan studi dokumen dilakukan untuk mendapatkan data sekunder. Pengolahan data dilakukan melalui analisis lingkungan eksternal dan internal untuk mendapatkan faktor-faktor berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi PT XYZ. Berdasarkan hasil analisis, ditentukan empat strategi alternatif yang diprioritaskan karena sesuai dengan konsep strategi ofensif yaitu: (1) Memperluas target segmen pelanggan, (2) Mengembangkan produk sesuai prioritas pemerintah, (3) *Maintain* pelanggan eksisting melalui program CRM, (4) Berinvestasi pada R&D untuk pengembangan layanan. Keseluruhan strategi alternatif tersebut kemudian dicari kesesuaiannya dengan konsep strategi bersaing Porter dan termasuk strategi diferensiasi. Strategi alternatif yang diusulkan diharapkan dapat meningkatkan keunikan yang dimiliki PT XYZ sehingga mampu meningkatkan daya tariknya bagi pelanggan.

Kata Kunci: Layanan Teknologi Informasi, Faktor Eksternal, Faktor Internal, Strategi Alternatif, Strategi Bersaing

ABSTRACT

STRATEGY FORMULATION ANALYSIS OF PT. XYZ AS AN INFORMATION TECHNOLOGY COMPANY FACING THE DIGITAL ERA

Kevin Pradipta Narendratama

The business opportunities in the information technology services industry in Indonesia have not been fully utilized by PT. XYZ to dominate the market. Existing information technology service providers that are developing infrastructure and services, as well as the emergence of new competitors in this industry, pose challenges for PT. XYZ to enhance the company's capabilities to compete. An alternative competitive strategy is needed to be implemented by PT. XYZ in order to improve its competitive position. This research aims to identify alternative competitive strategies that can be undertaken by PT. XYZ to enhance its competitive position in the information technology service business in Indonesia.

This study began by collecting data through interviews, observations, and document analysis. Interviews and observations were conducted to obtain primary data, while document analysis was performed to gather secondary data. Data processing was carried out through the analysis of external and internal environments to identify factors such as strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by PT. XYZ. Based on the analysis results, four alternative strategies were determined and prioritized due to their alignment with concept of offensive strategy, namely: (1) Expanding the target customer segments, (2) Developing products in line with government priorities, (3) Maintaining existing customers through CRM programs, and (4) Investing in R&D for service development. The overall suitability of these alternative strategies was then examined based on Porter's competitive strategy concept, including differentiation strategy. It is expected that the proposed alternative strategies will enhance PT. XYZ's uniqueness and increase its attractiveness to customers.

Keywords: *Information Technology Services, External Factors, Internal Factors, Alternative Strategies Competitive Strategy*