

## ABSTRAK

**Latar belakang:** Pertumbuhan dan perkembangan industri di bidang informasi teknologi semakin mengalami peningkatan, hal ini dipercepat dengan adanya pandemi Covid-19 yang membuat semua orang secara tidak langsung dipaksa untuk bertransformasi. Seiring berkembangnya *digital transformation* pada setiap sektor bisnis membuat banyaknya startup edutech menyediakan pelatihan-pelatihan yang menunjang individu maupun perusahaan sehingga dapat lebih cepat dan sigap lagi dalam bertransformasi ke arah digitalisasi.

**Metode:** Tesis ini akan berfokus pada penelitian eksploratori dan deskriptif. Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Metode analisis yang dilakukan yakni berdasarkan data-data primer yang didapatkan dari wawancara langsung bersama *Chief Executive Officer, B2B Sales Manager, Business Development Specialist, Head of Marketing, Learning Manager*, dan *B2B Customers* kemudian data lain yang digunakan yakni data sekunder yang tercantum pada sumber-sumber informasi terbuka. Analisis lain yang digunakan ialah analisis secara deskriptif yang mengkorelasikan antara teori yang relevan dengan strategi yang XYZ Academy lakukan dalam menjalankan proses bisnisnya.

**Hasil:** Hasil penelitian didapatkan bahwa analisis strategi penjualan yang sedang dilakukan oleh XYZ Academy sudah memenuhi ekspektasi B2B klien untuk mencapai *competitive advantage*. Pengembangan solusi produk yang ditawarkan XYZ Academy kepada klien sudah relevan dan spesifik dengan kebutuhan B2B. Sumber daya internal XYZ Academy khususnya pada marketing dan learning journey sudah optimal dan mencapai *competitive advantage* untuk product positioning di industri EduTech

**Kata kunci:** Strategi Penjualan B2B, Startup Edutech

## **ANALYSIS AND IMPROVING B2B SALES STRATEGIES IN EDUTECH STARTUPS (CASE STUDY: XYZ ACADEMY)**

### **ABSTRACT**

**Background:** *The growth and development of the information technology industry is increasing; this has been accelerated by the Covid-19 pandemic, which has forced everyone to transform indirectly. As digital transformation develops in every business sector, many edutech startups provide training that supports individuals and companies so that they can transform towards digitalization more quickly and swiftly.*

**Method:** *This thesis will focus on exploratory and descriptive research. This type of research is a case study. The analysis method is based on primary data from direct interviews with the Chief Executive Officer, B2B Sales Manager, Business Development Specialist, Head of Marketing, Learning Manager, and B2B Customers. Other data used is secondary data listed in the source -open sources of information. Another analysis used is descriptive analysis, which correlates relevant theories with XYZ Academy's strategies in carrying out its business processes.*

**Results:** *The research results show that the sales strategy analysis by XYZ Academy has met B2B client expectations to achieve a competitive advantage. The development of product solutions offered by XYZ Academy to clients is relevant and specific to B2B needs. XYZ Academy's internal resources, especially in the marketing and learning journey, are optimal and have achieved a competitive advantage for product positioning in the EduTech industry*

**Keywords:** *B2B Sales Strategy, Edutech Startup*