

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI BERSAING PENJUAL MICROSOFT 365 STUDI KASUS PT REKADIA SOLUSI TEKNOLOGI

**Chandra Sutikno Oemarjadi**  
**23/525441/PEK/29585**

PT. Rekadia Solusi Teknologi (Rekadia) adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi. Salah satu solusi yang ditawarkan oleh Rekadia adalah Microsoft 365 Bisnis. Microsoft 365 Bisnis ditujukan untuk perusahaan, memberikan fasilitas untuk kebutuhan bisnis yang tidak tersedia di Microsoft 365 Family dan Personal. Pada tulisan ini, istilah Microsoft 365 mengacu kepada Microsoft 365 Bisnis.

Sebagai penjual atau *reseller* Microsoft 365, Rekadia menghadapi persaingan dengan lebih dari 100 perusahaan lain yang memasarkan Microsoft 365 di Indonesia (Microsoft AppSource, 2024). Pasar penjual Microsoft 365 tidak terkonsentrasi dan memasarkan produk Microsoft 365 yang identik, sehingga terdapat risiko pembeli memilih berdasarkan harga semata dan mengakibatkan persaingan harga yang sengit di antara penjual.

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk memformulasi strategi bersaing yang dibutuhkan Rekadia pada pasar penjual Microsoft 365 yang kompetitif di Indonesia. Kerangka yang digunakan adalah lima tekanan, pandangan berbasis sumber daya, dan analisis situasional TOWS. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer melalui wawancara mendalam dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan enam orang narasumber yang terdiri dari: pelanggan, pesaing, karyawan Microsoft, dan tim internal Rekadia. Studi dokumen dilakukan terhadap Dokumen Laporan Kinerja Rekadia dan Laporan Tahunan 2024 Microsoft. Penelitian berlangsung pada bulan Oktober 2024 sampai dengan bulan Mei 2025.

Data dikelompokkan ke dalam kategori berdasarkan kerangka lima tekanan dan pandangan berbasis sumber daya, lalu dianalisis menggunakan metode analisis konten. Analisis terhadap kelompok kategori lima tekanan menghasilkan ancaman dan peluang lingkungan eksternal. Analisis terhadap kelompok kategori pandangan berbasis sumber daya menghasilkan kelemahan dan kekuatan lingkungan internal. Peneliti memformulasi strategi bersaing menggunakan kerangka TOWS, menghubungkan ancaman dan peluang dengan kelemahan dan kekuatan.

Hasil penelitian memberikan lima alternatif strategi bersaing untuk Rekadia, yaitu: (1) menjadi partner *Solution Designation*, (2) retensi pelanggan, (3) memasarkan produk komplemen Microsoft 365, (4) penetrasi pasar, dan (5) diversifikasi memasarkan produk substitusi Microsoft 365.

**Kata Kunci:** Rekadia, reseller, Microsoft 365, strategi bersaing, lima tekanan, pandangan berbasis sumber daya, TOWS

## ABSTRACT

### COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS OF MICROSOFT 365 RESELLERS: A CASE STUDY OF PT. REKADIA SOLUSI TEKNOLOGI

**Chandra Sutikno Oemarjadi**  
**23/525441/PEK/29585**

PT. Rekadia Solusi Teknologi (Rekadia) is a company that provides information technology solutions and services. One of the solutions offered by Rekadia is Microsoft 365 Business. Microsoft 365 Business is intended for businesses, providing facilities for business needs that are not available in Microsoft 365 Family and Personal. In this document, the term Microsoft 365 refers to Microsoft 365 Business.

As a reseller of Microsoft 365, Rekadia faces competition from more than 100 companies that market Microsoft 365 in Indonesia (Microsoft AppSource, 2024). The Microsoft 365 reseller market is not concentrated, and the product offerings are identical, which creates the risk of buyers choosing based solely on price, resulting in intense price competition among resellers.

The research was conducted with the aim of formulating the competitive strategy needed by Rekadia in the competitive Microsoft 365 reseller market in Indonesia. The framework used includes the Five Forces model, Resource-Based View, and TOWS situational analysis. The research employs a qualitative approach with primary data sources through in-depth interviews and document studies. Interviews were conducted with six key informants, including customers, competitors, Microsoft employees, and Rekadia's internal team. Document studies were carried out on PT. Rekadia's Performance Report and Microsoft's 2024 Annual Report. The research was conducted from October 2024 to May 2025.

Data was categorized based on the Five Forces model and the Resource-Based View framework, and then analyzed using content analysis method. Analysis of the Five Forces categories produced threats and opportunities from the external environment. Analysis of the Resource-Based View categories revealed internal strengths and weaknesses. The researcher formulated competitive strategies using the TOWS framework, linking threats and opportunities with strengths and weaknesses.

The research findings provide five alternative competitive strategies for Rekadia: (1) becoming a Solution Designation partner, (2) customer retention, (3) offer Microsoft 365 complementary products, (4) market penetration, and (5) diversifying into marketing Microsoft 365 substitute products.

**Keywords:** Rekadia, reseller, Microsoft 365, competitive strategy, Five Forces, Resource-Based View, TOWS