



INTISARI

Industri *internet Broadband* di Indonesia saat ini berada pada tingkat persaingan yang sangat ketat. Meningkatnya pelaku industri ini tidak lain dikarenakan meningkatnya pasar pengguna *internet* di Indonesia. Perusahaan-perusahaan yang memiliki kemampuan inovasi dan strategi layanan terbaik akan menjadi pemenang dalam peta persaingan industri ini. Mengetahui nilai-nilai yang menjadi harapan pelanggan akan lebih memudahkan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Begitupun strategi yang tepat akan memuluskan perusahaan memenangkan persaingan. Strategi samudera biru merupakan pilihan strategi terbaik untuk memenangkan persaingan tanpa harus terjebak dalam persaingan yang berdarah-darah, strategi samudera biru menjadikan persaingan menjadi tidak relevan dan mengedepankan inovasi dibandingkan memperbesar biaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor persaingan yang ditawarkan industri *internet Broadband* saat ini dan mengidentifikasi *customer value proposition* yang diharapkan pelanggan, dan memberikan rekomendasi strategi bisnis yang sesuai dengan *customer value proposition* berdasarkan strategi kanvas pada strategi samudera biru. Penelitian dilakukan melalui dua tahapan survei dengan menggunakan kuesioner yaitu survei ke pakar untuk menilai variabel yang menjadi faktor persaingan dan survei terhadap pelanggan sehingga dapat menghasilkan visualisasi dari strategi samudera biru yang diharapkan.

Speedy diharapkan dapat memenangkan persaingan melalui penciptaan inovasi guna meningkatkan nilai pelanggan. Inovasi yang dilakukan dapat memberikan dampak yang positif terhadap harapan dan kepuasan pelanggan dengan biaya seefisien mungkin. Inovasi yang perlu dilakukan tersebut antara lain kecepatan akses situs favorit, kecepatan *problem solving* masalah pelanggan, kepastian & keamanan layanan, dan perhatian perusahaan secara personal

Kata Kunci:

Blue ocean strategy, Speedy, internet competition, internet broadband, nilai pelanggan.



ABSTRACT

Nowadays the competition of Indonesian Broadband internet industry is at a very tight level. Industry players increase due to the increasing market of Internet users in Indonesia. Companies that have innovation and best service strategy will be the winner in this industry competition. Knowing the values of customer expectations will facilitate the company to satisfy customer needs. The right strategy will pave the company won the competition. Blue Ocean Strategy is the best strategies choice to win the competition without having to get stuck in a bloody rivalry; Blue Ocean Strategy makes the competition becomes not relevant by prefer innovation than to enlarge cost.

The purpose of this study was to determine the competition factors offered by Broadband internet industry, identify the customer value proposition that expected by customers, and provide business strategy recommendations related to customer value proposition based on Canvas Strategy of the Blue Ocean Strategy. The study was conducted using a questionnaire in two steps survei to the expert to assess the variables that become competitive factors and a survei to customers which can lead to visualization of the Blue Ocean Strategy is expected.

Speedy expected to win the competition through the creation of innovations to enhance customer value. Innovation is done can have a positive impact on customer expectations and satisfaction with the cost efficiency. Innovation needs to be done are the speed of favorite sites access , speed of customer's problem solving, certainty and security of services, and personalized companies attention.

Key words:

Blue ocean strategy, Speedy, internet competition, internet broadband,value proposition.