



Analisis strategi bersaing produk Speedy :: Studi kasus pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk
APERDANI, Muhammad Adi, Supriyadi, M.Sc

UNIVERSITAS GADJAH MADA, 2009 | Diunduh dari <http://rujukan.ugm.ac.id>
APERDANI, MUHAMMAD ADI, SUPRIYADI, M.Sc. PRODUK SPEEDY
(STUDI KASUS PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK.)

ANALYSIS OF COMPETING STRATEGIES SPEEDY PRODUCTS (CASE STUDY: PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK.)

Oleh : Muhammad Adi Perdana
Program Studi : Magister Manajemen
Pembimbing : Dr. Supriyadi, M.Sc.
Tanggal Wisuda : 27 Januari 2010

INTISARI

Studi ini bertujuan untuk mempelajari: strategi bersaing PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. dalam memasarkan produk *Speedy* dan menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam bisnis layanan internet di Indonesia, meneliti tentang dampak perubahan lingkungan bisnis terhadap perkembangan perusahaan, sumber daya perusahaan yang sudah memadai untuk menghadapi persaingan bisnis, dan meneliti apakah perusahaan sudah tepat dalam menggunakan sumber dayanya guna menghadapi perubahan lingkungan bisnis tersebut.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah dengan melakukan studi pustaka dan wawancara langsung dengan AVP Market Analysis TELKOM. Metode analisis yang digunakan adalah analisis struktural industri (*five forces of competition*), analisis peluang dan ancaman, analisis faktor keberhasilan utama (KSF), analisis kekuatan dan kelemahan, analisis rantai nilai, dan analisis strategi bersaing.

Hasil dari analisis yang telah dilakukan adalah produk *Speedy* merupakan satu-satunya produk layanan internet yang menggunakan teknologi ADSL dan teknologi ini membuat *Speedy* menjadi *market leader* pada bulan Agustus hingga Oktober 2008 menurut data dari TELKOM. Strategi yang digunakan dalam memasarkan *Speedy* lebih kepada strategi pemasaran varian paket. TELKOM menyediakan sumber daya yang handal dalam memberikan pelayanan.

Kata Kunci: *strategi bersaing, persaingan, produk Speedy, internet, perubahan lingkungan bisnis, market leader, teknologi ADSL,*



ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK SPEEDY (STUDI KASUS PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK.)

Oleh : Muhammad Adi Perdana
Program Studi : Magister Manajemen
Pembimbing : Dr. Supriyadi, M.Sc.
Tanggal Wisuda : 27 Januari 2010

ABSTRACT

This study aims to learn: competitive strategies of PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. to markets *Speedy* and faces increasingly tight competition in internet services business in Indonesia, examining the effects of changes in the business environment for enterprise development. company resources that has been adequate to face the business competition, and to examine whether the company has used its resources appropriately to deal with changing business environment.

Research methods that used in this research are by doing literature study and direct interview with AVP Market Analysis TELKOM. Analysis method which used are industry structural analysis (*five forces of competition*), opportunities and threats analysis, key success factors analysis, strength and weakness analysis, value chain analysis, and competitive strategy analysis.

The result of analysis has been done is *Speedy* is the only one internet service product using ADSL technology and this technology makes *Speedy* become market leader in August to October 2008 according to data from TELKOM. Strategy that used in marketing *Speedy*, over to marketing strategy package variants. TELKOM provides a reliable resource in providing services.

Keywords: *competitive strategy, competition, Speedy product, internet, changing business environment, market leader, ADSL technology.*