

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DATAFEED PT BURSA EFEK INDONESIA

Putri Intan Virgin Habibah Hilal
16/407255/PEK/22490

Setiap perusahaan dituntut untuk terus memperbaharui produknya bagi masa depan perusahaan. Banyak perusahaan *startup* yang berkeinginan untuk berlangganan Datafeed PT Bursa Efek Indonesia, namun hal tersebut belum dapat dipenuhi karena produk data yang kurang sesuai dengan kebutuhan. Saat ini BEI mulai mengembangkan produk baru Datafeed dalam upaya memenuhi kebutuhan tersebut dan sebagai alternatif sumber pendapatan lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pengembangan produk Datafeed yang dilakukan BEI, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung pengembangan produk Datafeed dan juga mengetahui jenis data yang sesuai dengan kebutuhan pasar untuk produk Datafeed. Dalam penulisan penelitian ini, dilakukan analisis konsep pengembangan produk baru dengan menggunakan model *Stage-Gate System* dan juga melakukan analisis terhadap lingkungan internal maupun eksternal perusahaan (analisis sumber daya, analisis PESTEL, analisis *Porter's Five Forces*, Matriks SWOT).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk Datafeed dilakukan dengan cara mengembangkan variasi produk sesuai kebutuhan pasar, membangun kerjasama dengan Data Vendor, dan menyusun kebijakan terkait dengan penjualan Datafeed. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan produk Datafeed yaitu sumber data, reputasi, struktur organisasi dan kewenangan sebagai regulator. Konsep produk baru Datafeed yang sesuai dengan kebutuhan pasar yaitu berupa data indeks yang didistribusikan melalui jaringan internet.

Kata Kunci: Pasar Modal, Strategi Pengembangan Produk, Produk Baru, Analisis PESTEL, Model *Stage Gate System*, Analisis *Porter's Five Forces*, Matriks SWOT

ABSTRACT

STRATEGY ANALYSIS OF DATAFEED PRODUCT DEVELOPMENT INDONESIA STOCK EXCHANGE

Putri Intan Virgin Habibah Hilal

16/407255/PEK/22490

Every company is required to continue to update their products for the company's future. Many startup companies who want to subscribe to the Indonesia Stock Exchange Datafeed, but this has not been able to be fulfilled because of data products that are not in accordance with needs. The IDX is currently starting to develop Datafeed's new product in an effort to meet these needs and as an alternative source of other income.

This study aims to evaluate the Datafeed product development strategy undertaken by IDX, identify factors that support the development of Datafeed products and also find out the types of data that are appropriate to the market requirements for Datafeed products. In writing this research, an analysis of new product development concepts was carried out using the Stage-Gate System model and also an analysis of the company's internal and external environment (resource analysis, PESTEL analysis, Porter's Five Forces analysis, SWOT Matrix).

The results of this study indicate that the Datafeed product development strategy undertaken by IDX is by developing product variations according to market needs, building cooperation with Data Vendors, and formulating policies related to Datafeed sales. Factors that support the development of Datafeed products are data sources, reputation, organizational structure and authority as a regulator. Datafeed's new product concept that is suitable for market needs is index data distributed through the internet.

Keywords: *Capital Market, Product Development Strategy, New Products, PESTEL Analysis, Stage Gate System Model, Porter's Five Forces. Matriks SWOT*