



ABSTRAK

ALTERNATIF STRATEGI MENINGKATKAN PENGGUNA AKTIF BLANJA.COM

Yuri Nugrahati Purba

17/417549/PEK/23112

Industri *e-commerce* berkembang sangat pesat di Indonesia. Sebagai satu-satunya *e-commerce* hasil kolaborasi strategis perusahaan telekomunikasi terbesar PT Telkom Indonesia dan eBay, Blanja.com memiliki pertumbuhan produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor salah satunya berkat kerjasama ini. Hal ini menjadi peluang dan potensi yang besar untuk meningkatkan jumlah pengguna aktif. Faktanya pengguna aktif bulanan Blanja.com masih lebih rendah dibanding rata-rata industri. Rendahnya pertumbuhan jumlah pengguna aktif ini berpengaruh pada performansi total nilai transaksi perusahaan. Mengacu pada fakta tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi untuk meningkatkan pertumbuhan pengguna aktif bulanan Blanja.com agar di atas rata-rata industri.

Pada penelitian di tesis ini, peneliti memulai dengan menganalisis kondisi eksternal dan internal perusahaan. Hasil analisis kondisi internal dengan matriks IFE dan kondisi eksternal dengan matriks EFE pada matriks IE menunjukkan implikasi strategi *hold and maintain* melalui penetrasian pasar dan pengembangan produk. Pada tahap keputusan matriks QSPM diperoleh 3 alternatif strategi yang memiliki skor total daya tarik tertinggi. Alternatif tersebut yaitu membangun super ekosistem *e-commerce*, *customer loyalty program*, dan fleksibilitas inovasi. Sedangkan menurut Porter strategi bisnis yang mengacu pada *market penetration* dan pengembangan produk pada matriks IE dan matriks SWOT maka strategi yang tepat untuk meningkatkan pertumbuhan pengguna aktif Blanja.com adalah strategi bisnis diferensiasi.

Kata kunci: *competitive strategy, EFE, IFE, value chain, QSPM, differentiation*



ABSTRACT

ALTERNATIVE STRATEGIES FOR IMPROVING BLANJA.COM'S ACTIVE USER

Yuri Nugrahati Purba

17/417549/PEK/23112

The e-commerce industry is developing very rapidly in Indonesia. As the only e-commerce strategic collaboration of the largest telecommunications company PT Telkom Indonesia and eBay, Blanja.com has higher product growth compared to competitors, one of them thanks to this collaboration. This is a great opportunity and potential to increase the number of active users. The fact is that Blanja.com's monthly active users are still lower than the industry average. The low growth in the number of active users has an effect on the total performance of the company's transaction value. Referring to this fact, this research aims to develop strategies to increase the growth of Blanja.com monthly active users to be above the industry average.

In this thesis research, the researcher begins by analyzing the company's external and internal conditions. The results of the analysis of internal conditions with the IFE matrix and external conditions with the EFE matrix on the IE matrix show the implications of a hold and maintain strategy through market penetration and product development. In the QSPM matrix decision stage 3 alternative strategies are obtained that have the highest total attractiveness score. These alternatives are building super ecommerce ecosystems, customer loyalty programs, and innovative flexibility. Meanwhile, according to Porter, a business strategy that refers to market penetration and product development in the IE matrix and the SWOT matrix, the right strategy to increase the growth of active users of Blanja.com is the differentiation business strategy

Key word: *competitive strategy, EFE, IFE, value chain, QSPM, differentiation*