



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam
Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT Inti di Bandung**

Skripsi

Oleh

Fario Pranadi Prakoso

2013320166

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam
Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT Inti di Bandung**

Skripsi

Oleh

Fario Pranadi Prakoso

2013320166

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph. D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Fario Pranadi Prakoso
Nomor Pokok : 2013320166
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam
Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT Inti di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 18 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 

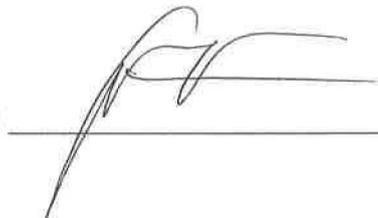
Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph. D.

: 

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama. : Fario Pranadi Prakoso
NPM : 2013320166
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam
Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT Inti di
Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditullis, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 25 Juli 2018



Fario Pranadi Prakoso

ABSTRAK

Nama : Fario Pranadi Prakoso
NPM : 2013320166
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT Inti di Bandung.

Pesatnya perkembangan teknologi dan penggunaan alat berbasis teknologi di Indonesia membuat perusahaan yang bergerak di bidang industri telekomunikasi untuk melakukan inovasi-inovasi baru untuk mengimbangi perkembangan teknologi yang ada. Perusahaan pada industri telekomunikasi akan terbilang bekerja dengan baik jika kinerja perusahaannya sesuai dengan apa yang direncanakan oleh perusahaan pada anggaran tiap awal tahun.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif, eksploratif dengan metode penelitian kualitatif. Data yang digunakan oleh penulis didapatkan melalui hasil wawancara terstruktur. Data dianalisis dengan menggunakan metode Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), dan Matriks Internal (IE).

Strategi diferensiasi yang digunakan oleh PT Inti adalah strategi diferensiasi produk. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan cukup efektif karena walaupun kinerja perusahaan menurun, tetapi realisasi perusahaan meningkat dari tahun sebelumnya, penurunan kinerja pun tidak lepas dari masih berjalannya proyek TITO. Strategi yang digunakan bisa bertahan pada situasi saat ini tapi masih bisa ditingkatkan lagi untuk mengikuti perkembangan teknologi ke depan.

Berdasarkan pada hasil analisis menggunakan Matriks Internal – Eksternal, perusahaan berada pada kuadran V dimana posisi perusahaan adalah *Hold and Maintain*. Melihat pada hasil matriks ini, perusahaan disarankan untuk menggabungkan strategi diferensiasi produk dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk untuk memperkuat posisi bersaing di industri telekomunikasi.

Kata Kunci: Strategi Diferensiasi Produk, Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

Name : Fario Pranadi Prakoso
NPM : 2013320166
Title : *Analysis of Product Differentiation Strategy in Improving PT Inti's Company Performance in Bandung.*

The rapid development of technology and the use of technology-based tools in Indonesia make the company engaged in the telecommunications industry to make new innovations to keep up with the technological development. Companies in the telecommunications industry will somewhat work well if the company's performance in accordance with what is planned by the company on a budget at the beginning of each year.

The type of research used by the author is descriptive, explorative with qualitative research methods. The data used by the authors obtained through the results of structured interviews. Data were analyzed using SWOT Matrix method, Internal Factor Evaluation Matrix (EFI), External Factor Evaluation Matrix (EFE), and Internal Matrix (IE).

The differentiation strategy used by PT Inti is product differentiation strategy developments going forward. The results of the research show that the strategy used is quite effective because although the company's performance decreased, but the realization of the company increased from the previous year, the decline in performance was not separated from the ongoing of TITO Project. The strategy used can survive in the current situation but still can be improved again to follow the development of technology in the future.

Based on the results of the analysis using Internal-External Matrix, the company is in quadrant V where the company's position is Hold and Maintain. Looking at the results of this matrix, companies are encouraged to combine product differentiation strategies with alternative market penetration strategies and product development to strengthen competitive position in the telecommunications industry.

Keywords: Product Differentiation Strategy, Company Performance

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisa Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT Inti” dengan baik.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat lulus dalam menyelesaikan studi penulis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses perkuliahan dan proses penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. terima kasih Ya Allah engkau telah memberikan tenaga, pikiran, kemudahan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi dan proses perkuliahan ini sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan proses belajar saya di UNPAR.
2. Kedua orang tua, Ayah dan Bunda, Ario Dewanto dan Farah Rita, yang telah sabar menunggu anaknya lulus. Terima kasih atas semua dukungan moril dan yang lainnya yang sangat banyak.
3. Mba Icha, Rizka, dan Cimau yang selalu memberikan support dan menghibur, namun tidak jarang juga memancing pertengkaran.

4. Kepada Bapak Sanerya Hendrawan sebagai pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan sabar untuk membimbing saya sehingga skripsi saya selesai.
5. Bapak Rudy Lizwaril selaku SPI dari PT Inti dan sekaligus menjadi pembimbing kedua saya di PT Inti yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Mangadar Situmorang, Ph. D. selaku Rektor UNPAR. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik., Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
7. Kepada Bapak Yoke selaku dosen wali yang sabar dan mendukung saya disaat-saat kelam semester 1 sampai 4 dan hingga akhirnya saya lulus. Kepada Mas Alto, Kom. DK (Daniel Karim), Bu Fransisca Mulyono sebagai dosen terbaik dan ter-ramah selama saya belajar di Adbis Unpar.
8. Seluruh staff Fisip Unpar, TU, pekarya, satpam yang telah membantu dan mengayomi saya disaat berada di kampus.
9. Lancang Grup dan Pengadilan Negeri dan KP35, Ozan, Algi, Papoy, Rian, Imam, Lukman, Tri, Jordy, Aji, Tabi, Alshad, Anung, Biu, Koko, Hasbi, Uwi, Dadun, Jinora, Peko. Nuhun barudak jangan pisah sampe tua.
10. Seluruh staff & kordiv yang pernah bekerjasama terima kasih sudah mau menerimaku (i know you're grateful that i was on your team), dan juga staff-staff ku tercinta yang sudah mau disuruh & disiksa oleh semua

jobdesc yang ada. Tunas 30, tunas yang tidak pantas disebut tunas tp membanggakan.

11. Kostan Wateronethree yang diisi orang-orang tidak benar Ewing, Adsol, Papoy, Anung, Osat, Nizar, Uji, Manos, Tomo, Derry, Koko, Mondy, Tama, Pepen, Angel terimakasih sudah menyediakan tempat tinggal dan tempat kabur dari rumah.
12. Kamplai! Felix, Alex, Mikky, Wira, Bocis, Adsol, Octav, Evan, dan semua yang tidak bisa disebutkan satu-satu karena perputaran tim kamplai sangatlah cepat. Kalian selalu mendapat tempat di hatiku. Terimakasih atas gelar-gelar yang kita raih bersama selama kuliah di UNPAR.
13. Oca, Ewing, Icel, Adsol, Katya, Dadun, Lana, Nissa, Uthe yang sudah membantu dalam pengerjaan skripsi, grazie!
14. Abang Fakhri dan Mondy selaku ketua angkatan FISIP dan Bisnis, walaupun ketua angkatan bisnis nya sedikit tidak berguna.
15. Untuk gerombolan tua yang masih suka di Samping = Armand, Abab, Tama, Anung yang selalu dapat menghibur baik dengan cara yang benar dan salah.
16. Untuk semua kakak dan adik angkatan yang telah menemani disaat suka dan duka, disaat harus ngulang atau membantu yang ngulang matakuliah.
17. Dan tentunya seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-satu selama perkuliahan baik di dalam atau diluar kampus, mohon maaf jika saya tidak dapat menyebutkan nama kalian satu persatu.

18. Team Sekala yang berisi Nizar, Fikran, Kemal, Bara, Reza yang sudah melayani dengan semena-mena selama saya disana untuk mengerjakan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih adanya beberapa kekurangan dikarenakan adanya keterbatasan kemampuan atau ketidak telitian penulis. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritikan yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan tersebut.

Akhir kata penulis berharap bahwa hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya dan berguna di masa yang akan datang.

Bandung,

Peneliti,

Fario Pranadi Prakoso

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KERANGKA TEORI	8
2.1 Definisi Strategi	8
2.1.1 Strategi Bisnis	9
2.2 Strategi Generik Porter	10
2.3 Strategi Diferensiasi	11
2.3.1 Tahapan Diferensiasi.....	12
2.4 Diferensiasi Produk	13
2.5 Formulasi Strategi	13
2.6 Analisis SWOT	14
2.7 Kinerja	16
2.7.1 Kinerja Perusahaan	17
2.7.2 Pengukuran Kinerja.....	17
2.7.3 Indikator Kinerja.....	19

BAB III	METODE PENELITIAN	21
3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2	Metode Penelitian.....	21
3.3	Tahapan Penelitian	22
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5	Jenis dan Sumber Data	23
3.6	Teknik Analisis Data	24
3.6.1	Matriks SWOT.....	24
3.6.2	Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI)	26
3.6.3	Matriks Evaluasi Eksternal (EFE)	27
3.6.4	Matriks Internal – Eksternal (IE)	28
BAB IV	OBJEK PENELITIAN	30
4.1	Sejarah Perusahaan.....	30
4.2	Profil Perusahaan.....	31
4.2.1	Logo Perusahaan.....	32
4.2.2	Visi dan Misi Perusahaan	32
4.2.3	Bagan Organisasi Perusahaan.....	33
4.3	Proses Bisnis	35
4.4	Produk.....	36
4.4.1	Converter Kit Nelayan (Energy & Banking).....	36
4.4.2	TPE Smart Parking (Infrastructure & Government).....	36
4.4.3	ONT Homegateway (ICT).....	37
4.4.4	ADS-B (Transport & Cellular)	38
BAB V	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
5.1	Analisis Strategi Diferensiasi Produk.....	39
5.1.1	Analisis Tahapan Diferensiasi	40
5.1.2	Diferensiasi Produk.....	47
5.2	Analisis Efektifitas Strategi PT Inti.....	50
5.2.1	Kondisi Kinerja Perusahaan; tahun 2016	50
5.3	Analisis Posisi Strategis Perusahaan dan Alternatif Strategi.....	52
5.3.1	Analisis SWOT	52
5.3.2	Posisi Strategis PT Inti (Matriks SWOT).....	58
5.3.3	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	60
5.3.4	Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI)	62
5.3.5	Matriks Internal – Eksternal (IE Matrix).....	64

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	70
Daftar Pustaka	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Penggunaan Internet di Indonesia	3
Gambar 3. 1	Tahapan Penelitian	22
Gambar 3. 2	Matriks SWOT	25
Gambar 3. 3	Matriks IE	28
Gambar 4. 1	Sejarah Perusahaan.....	30
Gambar 4. 2	Logo Perusahaan	32
Gambar 4. 3	Struktur Organisasi.....	33
Gambar 4. 4	Proses Bisnis	35
Gambar 4. 5	Converter Kit Nelayan.....	36
Gambar 4. 6	TPE Smart Parking.....	37
Gambar 4. 7	ONT Homegateway	37
Gambar 4. 8	ADS-B	38

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1	Penjualan PT Inti	44
Tabel 5. 2	Karyawan berdasarkan Usia.....	46
Tabel 5. 3	Data Keuangan	51
Tabel 5. 4	Matriks SWOT	58
Tabel 5. 5	Matriks EFE	60
Tabel 5. 6	Matriks IFE	62
Tabel 5. 7	Matriks IE.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

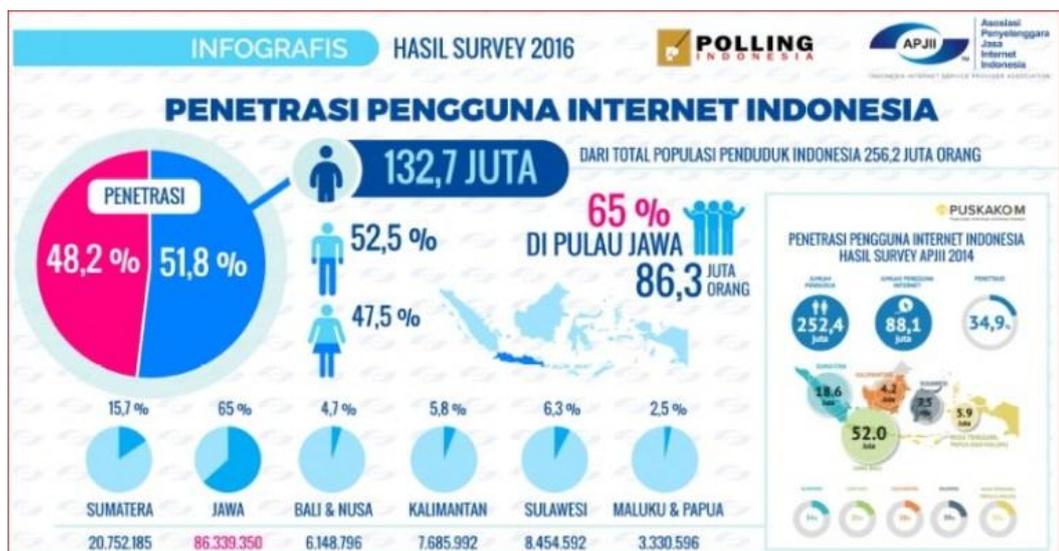
Dunia bisnis semakin berkembang pada saat ini, perkembangan ini pun ditambah dengan banyaknya pemain bisnis baru yang bergabung pada dunia bisnis. Kebebasan seseorang dalam mendirikan suatu bisnis membuatnya menarik untuk ditekuni. Tidak adanya persyaratan dalam mendirikan atau membangun sebuah bisnis adalah nilai lebih untuk orang-orang dari berbagai kalangan. Tetapi tentunya dalam menjalankan sebuah bisnis itu tidak semudah yang diperkirakan, didalam sebuah bisnis diperlukan beragam aspek untuk membantu menjalankan sebuah bisnis, salah satunya adalah Strategi Bisnis. Strategi bisnis sendiri adalah sebuah rencana jangka panjang yang diharapkan dapat membantu meningkatkan segala aspek yang ada didalam sebuah perusahaan. Strategi bisnis diciptakan merujuk dari hasil atau data yang telah didapatkan selama proses kegiatan bisnis berjalan dan masukan dari pegawai yang lain. Namun sebuah strategi bisnis tidak bisa dibuat tanpa didukung data karena diharuskan ada korelasi dengan tujuan agar dapat menjadi sebuah strategi yang tepat. Sebuah strategi bisnis dalam suatu perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk meningkatkan seluruh aspek pekerjaan dalam sebuah perusahaan dan salah satunya adalah kinerja perusahaan dalam proses bersaing di industrinya.

Menurut (Junaedi, 2002) “*Pengukuran kinerja merupakan proses mencatat dan mengukur pencapaian pelaksanaan kegiatan dalam arah pencapaian misi melalui hasil-hasil yang ditampilkan berupa produk, jasa, ataupun proses*”. Hasil dari pengukuran kinerja adalah salah satu faktor penting untuk keberlangsungan sebuah perusahaan. Pengukuran itu nantinya akan menjadi bahan untuk evaluasi perusahaan agar dapat memperbaiki kekurangan yang telah dialami pada periode sebelumnya agar lebih baik di periode selanjutnya.

Kinerja perusahaan merupakan salah satu bagian yang harus diukur oleh perusahaan karena kinerja perusahaan menentukan baik atau buruknya perusahaan. Kinerja perusahaan adalah sebuah indikator untuk seberapa baik atau buruk perusahaan itu telah menjalankan pekerjaannya. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui beberapa sisi, baik dari sisi finansial, produksi meningkat, waktu kerja, dan lainnya. Strategi bisnis dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, sebuah strategi dapat membuat pegawai pada suatu perusahaan menjadi memiliki dasar atas apa yang sebaiknya mereka lakukan sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan tersebut sehingga kinerja mereka lebih efektif dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kinerja perusahaan diharapkan meningkat pada suatu perusahaan karena itu berarti bahwa perusahaan telah sukses untuk menorganisir seluruh aspek dan divisi yang berada di perusahaan tersebut. Berikut ini adalah kutipan beberapa ahli mengenai kinerja perusahaan yakni, Ilgen dan Schneider (Williams, 2002) mengemukakan bahwa “*Performance is what the the person or system does*” dan juga Mohrman et al (Williams, 2002) juga mengemukakan bahwa “*A performance consist of a performer engaging in*

behavior in a situation to achieve result". Dapat dilihat bahwa dua ungkapan tersebut menegaskan bahwa kinerja perusahaan adalah proses untuk mencapai hasil yang ditargetkan oleh perusahaan.

Statistik penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2016 berdasarkan hasil survey "Polling Indonesia" adalah sebesar 132,7 juta atau sekitar 51,5% dari jumlah total penduduk Indonesia, angka ini mengalami kenaikan sebesar 44,6 juta user selama 2 tahun dimana pada tahun 2014 pengguna internet Indonesia sebesar 88,1 juta user. (Isparmo SEO, 2016)



Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di Indonesia

Menurut Rudiantara (Kominfo, 2016) selaku Menteri Komunikasi dan Informatika dalam diskusi Percepatan Pita Lebar Indonesia yang Efisien Melalui Kebijakan Network Sharing, menegaskan bahwa efisiensi Industri Komunikasi untuk meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat harus ditingkatkan, beliau juga menegaskan bahwa pihaknya akan terus mendorong pertumbuhan efisiensi penerapan jaringan telekomunikasi di Tanah Air. Menurut pengamat tenaga kerja dari Universitas Gadjah Mada (Izzudin, 2017), Tadjadin Nur Effendi mengatakan bahwa perubahan core bisnis teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi saat ini memuntut perusahaan mengurangi tenaga kerja sebagai bentuk efisiensi, baik dengan cara merger maupun PHK, hal ini disebabkan tingginya biaya operasi yang tidak seimbang dengan nilai tambah, tetapi hal ini juga belum tentu bisa meningkatkan kinerja perusahaan. Lalu yang terakhir adalah pernyataan dari Diketur Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (SDPPI) (Akhir, 2017), Ismail mengatakan bahwa untuk menopang ekonomi digital, Industri Telekomunikasi diminta untuk berkolaborasi, Industri telekomunikasi dianggap sedang balapan tapi tidak dalam lintasan yang sama atau bisa dibilang setiap perusahaan yang berbeda tetapi berada di satu industri seperti memiliki jalurnya masing-masing. Oleh karena itu bisnis yang bergerak di bidang Telekomunikasi yang memiliki peranan penting dalam perkembangan zaman seperti ini harus meningkatkan layanan dalam penyampaian informasi maupun teknologi peralatan yang mumpuni. Salah satunya adalah PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT INTI. PT Inti adalah sebuah BUMN yang bergerak di industri telekomunikasi.

PT Inti adalah salah satu penyokong industri telekomunikasi terbesar di Indonesia, PT Inti berfokus pada penciptaan barang-barang elektronik baru yang diharapkan dapat membantu dan mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari dan juga memberikan solusi kesisteman yang menjadi permasalahan masyarakat. PT Inti memiliki core bisnis yang bergerak pada bidang solution, dimana produk-produk PT Inti bertujuan untuk membantu proses penyelesaian masalah yang ada dengan pembuatan Genuine Product yang bertujuan untuk menyelesaikan solusi kesisteman yang menjadi masalah masyarakat. Kerasnya industri telekomunikasi di Indonesia membuat PT.Inti harus memiliki strategi yang tepat agar tidak jatuh oleh kompetitornya. PT.Inti membutuhkan strategi yang tepat untuk tetap dapat bersaing dalam industrinya.

PT Inti dipilih karena di jaman yang semakin modern seperti sekarang maka proses penyampaian informasi harus semakin mudah dan penggunaan alat-alat yang ketinggalan jaman akan mulai menghilang, keinginan manusia atas barang elektronik baru yang diharapkan semakin memudahkan kegiatan sehari-hari akan terus meningkat, dimana itu berarti sebuah strategi bisnis yang tepat sangatlah dibutuhkan agar terciptanya efisiensi yang baik dan hasil yang terbaik untuk kemudian didistribusikan kepada masyarakat. PT Inti memiliki beberapa pelanggan utama yakni PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom), PT Indosat, PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), PT XL Axiata.

1.2 Identifikasi Masalah

Industri Telekomunikasi yang dituntut semakin berkembang dan efisien membuat persaingan usaha semakin meningkat. Sehingga sebuah strategi yang tepat sangatlah dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja pada sebuah perusahaan. Melalui penelitian ini, penulis berusaha untuk mengidentifikasi dan menjawab pertanyaan:

1. Apakah diferensiasi produk yang dilakukan oleh PT Inti dalam persaingan di industri telekomunikasi?
2. Bagaimana efektifitas strategi ini berdasarkan pengukuran kinerja BUMN menurut PER-03-MBU-2011?
3. Apakah strategi alternatif yang dapat digunakan oleh PT Inti?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok-pokok persoalan yang telah dirumuskan pada identifikasi masalah, berikut ini adalah garis besar hasil yang ingin diperoleh penulis setelah melalui proses analisis:

1. Mengetahui apakah diferensiasi yang dipergunakan oleh PT Inti dalam persaingan di industri telekomunikasi.
2. Mengetahui apakah strategi diferensiasi yang digunakan oleh PT Inti sudah efektif berdasarkan pengukuran kinerja BUMN menurut PER-03-MBU-2011.
3. Mengetahui apakah strategi alternatif yang dapat digunakan oleh PT Inti.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini merupakan analisis sebuah strategi bisnis yang ada di PT Inti dan juga kajian terkait teori-teori mengenai proses perumusan strategi pada sebuah perusahaan. Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini maka pembaca dapat memiliki pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh sebuah strategi bisnis terhadap kinerja suatu perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini menjadi pembelajaran untuk penulis dalam mengidentifikasi kondisi sebenarnya pada perusahaan PT Inti selain itu penelitian ini juga memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan. Hasil yang didapat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa saran dan kejelasan apakah langkah strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk saat ini sudah tepat atau belum. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai alat pembantu pengambilan keputusan strategis perusahaan di masa mendatang.