



ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA BIZNET BRANCH SALATIGA MENGGUNAKAN PORTER'S FIVE FORCES

Septian Hintoro¹, Agustinus Fritz Wijaya²

¹Program Studi Sistem Informasi, Universitas Satya Wacana, Salatiga, Indonesia, 682017014@student.uksw.edu

²Program Studi Sistem Informasi, Universitas Satya Wacana, Salatiga, Indonesia, agustinus.wijaya@uksw.edu

Korespondensi Penulis: Septian Hintoro¹

Abstrak: Strategi bersaing telah menjadi peranan penting bagi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Hal ini diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan dalam industri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif Biznet Branch Salatiga dalam bersaing pada industri penyedia layanan internet. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan metode *Porter's Five Forces*. Selanjutnya dilakukan analisis berdasarkan *McFarlan Strategic Grid* untuk mengelompokkan SI/TI yang telah diterapkan dan yang akan direncanakan kedepan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa posisi persaingan Biznet Branch Salatiga pada industri tergolong cukup tinggi. Melalui penelitian ini dihasilkan 5 perencanaan SI / TI yaitu SI Penilaian Kinerja, SI Kerjasama, SI Pengelolaan SDM, SI Rekrutmen, dan SI Sarana Prasarana. Dengan memanfaatkan Porter's Five Forces diharapkan Biznet mampu mengetahui posisi persaingan serta meningkatkan keunggulan kompetitif demi memenangkan pasar.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, *Porter's Five Forces*, Keunggulan Bersaing. *McFarlan Strategic Grid*.

PENDAHULUAN

Peran Perkembangan bisnis yang makin pesat ini telah mengakibatkan semakin tingginya persaingan antar bisnis. Keunggulan bersaing merupakan inti utama dalam menciptakan strategi bagi perusahaan dalam memahami kondisi pasar. Persaingan bisnis mencakup semua penawaran dan produk atau jasa serupa yang ditawarkan pesaingnya yang dapat dipertimbangkan oleh seorang konsumen. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing, perusahaan harus dapat memahami nilai yang dapat diciptakan perusahaan demi meningkatkan daya tarik pasar dalam industrinya. Membentuk nilai tersebut diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat dan optimal untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dipergunakan untuk berkompetisi dan bersaing untuk melihat manfaat yang dapat diberikan perusahaan kepada pasar dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh pesaing lainnya (Khoirunnisa, 2020). Keunggulan kompetitif dapat tercipta apabila setiap perusahaan mampu mengenali dan memanfaatkan segala peluang yang ada demi meningkatkan laba dan

citra perusahaan. Segala faktor baik secara internal maupun eksternal harus diperhatikan dalam menghadapi tekanan persaingan ini.

Untuk mengetahui strategi bersaing yang dapat dimanfaatkan perusahaan dalam industrinya maka dapat menggunakan *Porter's Five Forces Model*. Model ini digunakan untuk mengidentifikasi struktur dari industri serupa untuk meningkatkan keunggulan perusahaan. *Porter's Five Forces Model* atau yang sering dikenal sebagai Model Lima Kekuatan Porter ini merupakan pendekatan yang telah digunakan secara luas dalam pengembangan strategi pada banyak industri. Dengan memanfaatkan lima model kekuatan atau *Porter's Five Forces* sebagai dasar, disini perusahaan dapat memahami tindakan-tindakan yang diperlukan, seperti implementasi, proses lainnya, dan teknik yang dapat memberikan kontribusi dengan menciptakan nilai nilai dalam berkompetisi bagi setiap perusahaan atau organisasi (Rahma & Pradhanawati, 2018). Hal inilah yang difungsikan oleh perusahaan sebagai panduan untuk menentukan strategi yang diperlukan dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

PT. Supra Primatama Nusantara (Biznet) merupakan ISP (*Internet Service Provider*) yang didirikan pada tahun 2000 dengan berfokus pada dunia korporat (Wiryanata et al., 2020). ISP adalah sebuah perusahaan yang menawarkan sebuah jasa layanan kepada masyarakat untuk dapat terhubung dengan internet (Ilham & Dirgantara, 2020). Jasa yang ditawarkan Biznet sebagai ISP berupa layanan internet, layanan jaringan, *data center* bagi perusahaan, layanan hosting, *cloud computing*, dan IPTV. Ditengah persaingan antar penyedia jasa layanan internet ini, perusahaan harus mampu mengidentifikasi lingkungan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Demi memenangkan pasar setiap perusahaan harus mampu melakukan perencanaan strategis untuk berfikir dengan lebih kreatif dan inovatif. Merumuskan strategi bisnis harus dilakukan dengan mendalam dan terperinci, sebab proses penyusunan strategi kedepan dicapai untuk menjalankan visi dan misi perusahaan (Yosita, 2017). Pada penelitian ini peneliti memilih menggunakan model ini karena peneliti sebelumnya melakukan analisis secara terbatas pada aplikasi tertentu saja dalam Biznet. Untuk itu peneliti menggunakan *Porter's Five Forces* untuk meneliti perusahaan secara menyeluruh dengan kerjasama strategi bersaing yang lebih luas dengan menitikberatkan pada banyak aspek.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar posisi ancaman persaingan industri yang dimiliki oleh penyedia jasa layanan internet saat ini di Salatiga. Yang selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk menganalisa dalam menentukan strategi bersaing berdasarkan *Porter's Five Forces* yang direncanakan Biznet dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga Biznet mampu bertahan dan mengoptimalkan keunggulan kompetitif dalam industrinya.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Bersaing

Strategi bersaing merupakan pola atau rencana yang mengintergrasikan tujuan utama dengan kebijakan perusahaan yang berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri (Rachmiarti Kusumah, 2020). Dengan strategi bersaing perusahaan mampu menentukan pengaruhnya untuk dapat bertahan dan meningkatkan kekuatan serta kinerjanya dalam industri. Meningkatkan strategi bersaing berarti mengembangkan metode

persaingan terhadap kompetitornya, proses mencapai tujuan perusahaan, dan langkah perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut.

Analisis *Porter's Five Forces*

Porter's Five Forces atau yang sering disebut dengan Analisis Lima Kekuatan Porter adalah suatu model yang diciptakan oleh Michael Porter yang bertujuan untuk menggambarkan kerangka sebagai analisis pengembangan strategi bisnis atau lingkungan persaingan yang berkontribusi terhadap daya saing dan keunggulan kompetitif (Chairunisa & Irawan, 2020). Kerangka *Porter's Five Forces Model* terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka *Porter's Five Forces Model*

Menurut *Porter's Five Forces* ada lima hal yang dapat menentukan tingkat persaingan dan daya tarik pasar dalam suatu industri. Dengan menggunakan Analisis Lima Kekuatan ini, kita dapat memahami kekuatan posisi persaingan saat ini dan kekuatan posisi persaingan pada bisnis yang sedang dan akan direncanakan. Berikut adalah penjelasan dari setiap sisinya:

1. *Threat of new entrants* (Ancaman Pendatang Baru)

Ancaman ini menentukan seberapa mudah atau sulitnya untuk masuk ke industri tertentu. Ancaman pendatang baru dalam industri serupa mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang berdampak pada penurunan laba. Tingkat ancaman pendatang baru diukur berdasarkan kemampuan pendatang baru untuk masuk dan berkompetisi dengan perusahaan lain yang sejenis (Fiorenita & Dwianika, 2021).

2. *Bargaining power of suppliers* (Daya Tawar Pemasok)

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembelinya (Pamungkas, 2016). Ketergantungan perusahaan terhadap pemasok berakibat terhadap

ancaman bagi perusahaan itu sendiri. Untuk itu perusahaan perlu memilih pemasok yang tepat dari sisi kualitas dan harga.

3. *Bargaining power of buyers* (Daya Tawar Pembeli)

Kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pembeli/konsumen, semakin tinggi daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan (Aprillia, 2020).

4. *Threat of substitutes* (Ancaman Produk Pengganti)

Hambatan atau ancaman ini terjadi apabila pembeli/konsumen berhadapan dengan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya pengalihan yang rendah (Widayani, 2018). Hal ini menyebabkan semakin banyaknya ragam produk dalam industri yang dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan.

5. *Rivalry among existing competitors* (Persaingan dengan Kompetitor Sejenis)

Dalam model ini, persaingan dengan kompetitor sejenis inilah yang menjadi faktor utama dalam persaingan bisnis. Persaingan bisnis yang kian ketat terjadi jika banyaknya perusahaan pesaing yang merebutkan pangsa pasar yang sejenis. Segala aspek diperlukan untuk mengoptimalkan posisi seperti halnya dengan taktik persaingan harga, promosi, dan peningkatan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan (Limantoro & Mustamu, 2018).

McFarlan Strategic Grid

McFarlan Strategic Grid digunakan untuk memetakan aplikasi melalui kontribusinya terhadap suatu organisasi (Supriyantoko, 2019). Berikut ini penjelasan setiap sisi pada *McFarlan Strategic Grid* terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. McFarlan Strategic Grid

Strategic	High Potential
Aplikasi paling kritis terhadap persaingan bisnis	Aplikasi potensial dalam meningkatkan kemajuan dimasa mendatang
Aplikasi kebergantungan kesuksesan bagi perusahaan	Aplikasi berharga yang belum menjadikan kebergantungan kesuksesan dalam perusahaan
Key Operational	Support

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran yang mengkombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode ini menjelaskan strategi bersaing berdasarkan analisis *Porter's Five Forces* pada Biznet. Pendekatan kuantitatif digunakan sebagai proses menemukan data berupa angka sebagai bahan untuk menganalisis. Pendekatan kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk mengeksplorasi menggunakan analisis berdasarkan *Porter's Five Forces Model*. Lokasi penelitian ini adalah Biznet yang merupakan pemberi layanan jaringan, layanan internet, pusat data, serta layanan hosting dan cloud computing di Kota Salatiga. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode wawancara dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merencanakan strategi dalam menghadapi persaingan bisnis penting untuk mengetahui lingkungan persaingan. Segala aspek perlu diperhatikan, baik dalam segi internal dan eksternal wajib untuk diperhatikan.

Analisis *Porter's Five Forces*

Peneliti melakukan analisis strategi bersaing pada Biznet dengan menggunakan kelima variabel dalam *Porter's Five Forces*. Perencanaan strategi bersaing berguna agar Biznet mampu menghadapi sulitnya persaingan dengan lingkungan sekitar. Proses analisis dilakukan berdasarkan penilaian sangat rendah hingga sangat tinggi melalui skor 1 hingga 5.

a. *Threat of new entrants* (Ancaman Pendetang Baru)

Ancaman dari pendatang baru dalam industri ini bukanlah hal pokok yang perlu diperhatikan dengan berlebihan. Meskipun kehadiran dari pendatang baru dalam industri penyedia layanan internet menambah semakin ketatnya persaingan bagi Biznet. Akan tetapi, peneliti melihat dalam waktu dekat ini pendatang baru belum akan hadir di Kota Salatiga. Ancaman pendatang baru dalam industri bertumpu pada tingkat kesulitan serta rintangan pendatang untuk masuk pada industri bersama dengan pesaing yang telah hadir untuk diperhitungkan kepada pendatang baru. Hal ini tercermin pada kebutuhan infrastruktur yang cukup besar dalam membangun perusahaan serta tingginya tingkat persaingan oleh perusahaan dan loyalitas dari para pelanggannya. Walaupun dalam jangka waktu yang panjang dengan memperhatikan kemajuan teknologi yang makin pesat ini, tidak menutup kemungkinan bagi pendatang baru memiliki peluang untuk merebut pasar melalui semakin banyaknya inovasi yang tercipta. Justru melalui kondisi inilah Biznet mampu memberikan implikasi melalui segala aspek untuk terus berinovasi ditengah tingginya persaingan. Analisis ancaman pendatang baru terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Ancaman Pendetang Baru

Indikator	Deskripsi	Skor
Jumlah pesaing	Tingkat keketatan persaingan oleh perusahaan yang telah hadir dalam industri	2
Terbentuknya loyalitas pelanggan	Tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang sudah ada	2
Kebutuhan modal	Kemudahan modal yang diperlukan untuk membangun perusahaan	1
Kebijakan pemerintah	Kemudahan kebijakan pemerintah bagi perusahaan baru	4
Rata-rata		2.25

b. *Bargaining power of suppliers* (Daya Tawar Pemasok)

Kekuatan pemasok merupakan variabel yang tidak perlu dikhawatirkan pada Biznet bersama dengan industri terkait. Pasokan penyediaan layanan internet seperti kabel *fiber optic* serta peralatan pendukung lainnya tidak tergantung pada pemasok tertentu saja. Faktor yang diutamakan pada hal ini ialah kualitas dari produk serta biaya yang

dikeluarkan untuk melebarkan jangkauan jaringan internetnya. Analisis daya tawar pemasok terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Daya Tawar Pemasok

Indikator	Deskripsi	Skor
Dominasi pemasok	Tingkat dominasi pemasok terhadap infrastruktur yang diperlukan	3
Tingkat kualitas produk pemasok	Tingkat kesulitan perusahaan dalam memperoleh produk pemasok yang berkualitas	2
Perubahan kualitas produk pemasok	Perbedaan kualitas produk pasokan pada suatu pemasok	1
Biaya peralihan	Biaya yang diperlukan untuk berpindah ke pemasok lain	2
Rata-rata		2

c. *Bargaining power of buyers* (Daya Tawar Pembeli)

Setiap konsumen tentunya akan memilih produk dan jasa yang memiliki kualitas terbaik dengan harga ekonomis. Disaat perusahaan mampu memuaskan konsumen dengan menyediakan kualitas internet dan jasa lainnya dengan baik dan juga murah, maka konsumen akan merasa puas sehingga akan terus menggunakan jasanya. Pelanggan dari Biznet cenderung memiliki loyalitas yang tinggi dalam industri ini, namun yang perlu diperhatikan adalah perluasan jangkauan wilayah pada kawasan tertentu. Hal lain yang perlu diperhatikan ialah pemberian paket promo atau penawaran dengan harga yang murah untuk menarik pelanggan lebih banyak lagi ditengah persaingan dalam industri ini. Lebih jauh dari itu Biznet juga harus mampu memberikan kualitas internet yang baik untuk memuaskan pengguna agar terus tetap menggunakan jasanya. Analisis daya tawar pembeli terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Daya Tawar Pembeli

Indikator	Deskripsi	Skor
Dominasi pembeli	Tingkat dominasi dari pembeli dalam keterkaitannya pada jasa yang dipakai	5
Daya beli konsumen	Tingkat ketergantungan pembeli terhadap jasa yang disediakan	4
Kejelasan informasi	Kejelasan informasi dalam memilih jasa yang digunakan pelanggan	4
Biaya peralihan	Biaya yang diperlukan pengguna untuk berganti pada perusahaan lain	3
Rata-rata		4

d. *Threat of substitutes* (Ancaman Produk Pengganti)

Ancaman produk pengganti merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan oleh Biznet. Biznet tidak memandang bisnisnya hanya penyedia jasa layanan internet, melainkan penyedia layanan komunikasi lainnya seperti penyedia *data center*, *cloud computing*, dan IPTV. Kondisi ini juga tercermin dari pesaing Biznet yang juga memberikan penawaran serta promo jasa yang sangat beragam. Untuk itu penting bagi Biznet untuk melakukan inovasi secara aktif dengan menyediakan berbagai penawaran jasa yang lebih bervariasi dan menarik, tidak hanya terfokus pada layanan yang telah dimiliki oleh Biznet saat ini. Aspek ini juga dilakukan dengan tetap memperhatikan harga yang

ditetapkan pada suatu jasa yang diberikan oleh Biznet. Analisis ancaman produk pengganti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Ancaman Produk Pengganti

Indikator	Deskripsi	Skor
Kebutuhan produk pengganti	Tingkat kebutuhan pelanggan terhadap produk pengganti yang ditawarkan	4
Kemudahan mendapat produk pengganti	Kemudahan pelanggan dalam memperoleh produk penggantinya	4
Rata-rata		4

e. *Rivalry among existing competitors* (Persaingan dengan Kompetitor Sejenis)

Perusahaan pesaing Biznet Branch Salatiga memanglah tidak terlalu banyak, akan tetapi industri ini memiliki tingkat persaingan yang sangat ketat terkhusus dalam penyedia jasa layanan internet oleh perusahaan yang telah hadir. Kenyataannya pada industri ini beberapa pelanggan belum pasti memilih jasa layanan internet tertentu dikarenakan loyalitasnya terhadap suatu merk, akan tetapi tidak adanya pilihan lain bagi konsumen terhadap jasa layanan tertentu. Situasi ini disebabkan karena tidak meratanya jaringan internet di setiap wilayah, sehingga terjadi keterpaksaan konsumen untuk menggunakan produk tertentu. Kondisi ini juga dapat dilihat dari beberapa RT di Kota Salatiga tidak dapat dijangkau oleh Biznet dalam berlangganan internet, meskipun daerah disekitarnya mampu menggunakan layanan internet dari Biznet. Konteks demikianlah yang perlu diperhatikan Biznet untuk memberikan jangkauan yang lebih luas lagi pada setiap daerah di Kota Salatiga untuk dapat bersaing. Analisis persaingan dengan kompetitor sejenis terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Persaingan dengan Kompetitor Sejenis

Indikator	Deskripsi	Skor
Jumlah pesaing	Tingkat banyaknya pesaing pada industri	3
Peningkatan jumlah pesaing	Peningkatan jumlah pesaing baru pada industri	3
Diferensiasi produk pesaing	Perbedaan produk pada perusahaan sejenis	4
Diferensiasi bahan baku	Kesamaan bahan baku yang diperlukan perusahaan	5
Loyalitas pelanggan	Terbentuknya loyalitas pelanggan terhadap suatu jasa pada perusahaan	3
Rata-rata		3.6

Analisis Lingkungan Internal / Eksternal SI / TI

Analisis lingkungan internal / eksternal SI/TI ini digunakan untuk melihat pemanfaatan SI/TI yang telah dipergunakan pada Biznet Branch Salatiga dalam menjalankan proses bisnisnya. Analisis lingkungan internal / eksternal SI/TI terlihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Lingkungan Internal / Eksternal SI / TI

Nama SI / TI	Pengguna	Jenis Aplikasi
SI Biznet Networks	Konsumen	Web
SI Penggajian	Bagian Akuntansi	Desktop
My Biznet	Konsumen	Web dan Android
SI CMS Order and Sales System	Bagian Keuangan	Desktop

Nama SI / TI	Pengguna	Jenis Aplikasi
SI Biznet Home	Konsumen	Web
SI Biznet Data Center	Konsumen	Web
SI Biznet Hotspot	Konsumen	Web
SI Biznet IPTV	Konsumen	Web
SI Inspire Biznet	Konsumen	Web
SI Presensi	Karyawan	Desktop

Selanjutnya dilakukan pemetaan berdasarkan *McFarlan Strategic Grid* untuk mengelompokkan aplikasi yang telah ada pada Biznet. Analisis pemetaan *McFarlan Strategic Grid* terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Pemetaan *McFarlan Strategic Grid*

Strategic	High Potential
SI Biznet Networks	My Biznet
SI Penggajian	SI CMS Order and Sales System
SI Biznet Home	SI Inspire Biznet
SI Biznet Data Center	SI Presensi
SI Biznet Hotspot	
SI Biznet IPTV	
Key Operational	Support

Rencana Implementasi SI / TI

Analisis ini dilakukan untuk menentukan SI / TI yang akan diperbarui dan direncanakan pada Biznet Branch Salatiga. Perencanaan implementasi SI/TI terlihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Rencana Implementasi SI / TI

Nama SI / TI	Diperbarui	Direncanakan
My Biznet	✓	
SI Presensi	✓	
SI Penilaian Kinerja		✓
SI Kerjasama		✓
SI Pengelolaan SDM		✓
SI Rekrutmen		✓
SI Sarana Prasarana		✓

Kemudian dilakukanlah pemetaan untuk perencanaan implementasi SI / TI untuk memetakan aplikasi SI/TI berdasarkan kontribusinya pada Biznet Branch Salatiga di masa mendatang. Analisis rencana portofolio aplikasi SI / TI berdasarkan *McFarlan Strategic Grid* terlihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Rencana Portofolio Berdasarkan *McFarlan Strategic Grid*

Strategic	High Potential
SI Biznet Networks	My Biznet
SI Penggajian	SI CMS Order and Sales System
SI Penilaian Kinerja	SI Pengelolaan SDM
SI Kerjasama	SI Rekrutmen
SI Biznet Home	SI Inspire Biznet
SI Biznet Data Center	SI Presensi
SI Biznet Hotspot	SI Sarana Prasarana
SI Biznet IPTV	
Key Operational	Support

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persaingan industri ISP (*Internet Service Provider*) tergolong cukup tinggi. Hasil pemetaan *Porter's Five Forces Model* pada Biznet Branch Salatiga menunjukkan ancaman pendatang baru cukup rendah, daya tawar pemasok cukup rendah, daya tawar pembeli cukup tinggi, ancaman produk pengganti cukup tinggi, persaingan dengan kompetitor sejenis cukup tinggi. Faktor persaingan dikategorikan tinggi karena perbedaan harga dan kualitas internet, jangkauan area layanan internet, keberagaman jenis layanan internet disediakan. Ancaman pendatang baru belum menjadi perhatian utama yang disebabkan oleh banyaknya hambatan bagi pendatang untuk masuk ke dalam industri, seperti besarnya infrastruktur yang diperlukan. Faktor daya tawar pemasok cukup rendah karena penggunaan bahan baku untuk mendukung pelayanan internet tidak hanya tergantung pada pemasok tertentu saja. Faktor daya tawar pembeli cukup tinggi karena pelanggan mengutamakan perusahaan yang menyediakan kualitas internet yang baik dengan harga murah. Ancaman produk pengganti sedang karena Biznet juga terus melakukan inovasi untuk menarik pelanggan melalui variasi jasa yang beragam, tidak terbatas pada layanan internet saja. Persaingan dengan kompetitor sejenis tinggi terlihat dari perusahaan yang telah hadir pada industri ini sangat kompetitif dalam menentukan harga dan perluasan jangkauan untuk memenangkan pasar. Dengan memanfaatkan kerjasama kelima kekuatan inilah diharapkan Biznet Salatiga mampu meningkatkan keunggulan kompetitifnya untuk mampu bersaing pada industri penyedia layanan internet. Perencanaan strategi dalam bersaing menghasilkan 5 rencana SI/ TI yaitu SI Penilaian Kinerja, SI Kerjasama, SI Pengelolaan SDM, SI Rekrutmen, dan SI Sarana Prasarana.

DAFTAR RUJUKAN

- Aprillia, Z. Z. (2020). "Rancangan Sistem Informasi Penilaian Kinerja Koordinator Proyek PT Atrium Propugnatorum Teknika". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16 (1), pp: 86–102.
- Chairunisa, R., & Irawan, F. (2020). "Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk". *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 (2), pp: 105–116.
- Fiorenita, F., & Dwianika, A. (2021). "Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection)". *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi (JSMA)*, Vol. 13 (1), pp: 37–47.
- Ilham, Y., & Dirgantara, I. M. B. (2020). "Analisis pengaruh kualitas jaringan, kualitas layanan, kualitas informasi, keamanan dan privasi pada penyedia layanan internet terhadap kepuasan pelanggan dan dampak pada niat pembelian ulang". *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 9 (4), pp: 1–7.
- Khoirunnisa, A. (2020). "Analisis Penerapan Strategi Generik Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat "Naturicha Healthy Food and Drink")". *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol. 1 (1), pp: 274–291.
- Limantoro, L. V., & Mustamu, R. H. (2018). "Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Jasa Kebersihan". *Agora*, Vol. 6 (2), pp: 1–7.
- Pamungkas, D. P. (2016). "Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus : Kulina.id)". *Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, Vol. 1 (2), pp: 118–127.
- Rachmiarti Kusumah, J. (2020). "Usulan Perumusan Strategi Perusahaan Dengan Analisis Swot Untuk Pencapaian Target Penjualan Cat". *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem*

- Informasi*, Vol. 1 (5), pp: 475–489.
- Rahma, A. N., & Pradhanawati, A. (2018). "Strategi Bersaing Produk Ukm Lunpia dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter dan SWOT (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 7 (2), pp: 171–185.
- Supriyantoko, I. (2019). "Perancangan Strategis Sistem Informasi di Smk Diponegoro 1 Jakarta". *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, Vol. 3 (2), pp: 10–18.
- Widayani, A. (2018). "Daya Saing Program Studi". *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 7 (2), pp: 37–56.
- Wiryanata, I. M. J., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). "Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Biznet Networks di Kota Denpasar". *VALUES*, Vol. 1 (4), pp: 201–208.
- Yosita, R. O. (2017). "Strategi Bersaing Kaos Khas Banyuwangi “Blam Tees”". *Journal for Business and Entrepreneur*, Vol. 1 (1), pp: 91–99.