

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sekilas Tentang Perusahaan

PT. Sarana Prima Solusi Indonesia dikenal sebagai SPSI adalah merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kontraktor jaringan telekomunikasi dan teknologi informasi di Indonesia. PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (PT. SPSI) didirikan sebagai badan usaha perseroan terbatas pada 12 Juni 2015. Dengan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dibidangnya, Sarana Prima Solusi Indonesia berkomitmen untuk menjadi perusahaan terkemuka dengan didukung penerapan teknologi terbaru, peningkatan kualitas pelayanan, dan secara terus menerus mengembangkan sumber daya manusia, infrastruktur bersama dengan perluasan fasilitas, dan jaringan yang lebih luas. Perusahaan ini awalnya bergerak dalam bisnis utamanya adalah sebagai mitra vendor konstruksi Outside Plan (OSP) dan pasang baru (PSB) di Telkom Group, yang hingga akhir ini lebih banyak memfokuskan diri sebagai vendor di PT. Telkom Akses Indonesia.

Dalam menjalankan bisnisnya, PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (SPSI) memiliki cita-citanya yang tertuang dalam visi dan misinya. Berikut visi dan misi dari SPSI:

Visi:

Untuk menjadi perusahaan kontraktor jaringan telekomunikasi dan teknologi informasi yang kelas dunia.

Misi:

1. Menjadi kebanggaan Indonesia dalam bidang kontraktor jaringan telekomunikasi dan teknologi informasi dengan memberikan kinerja terbaik kami.
2. Menyediakan standar operasional yang tinggi dan unggul untuk kepuasan pelanggan
3. Menjaga dan meningkatkan layanan secara terus menerus.
4. Menerapkan standar keselamatan kerja dan teknologi tepat guna.

Pada awalnya PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (PT. SPSI) memiliki dua lini fokus utama bisnis antara lain sebagai vendor pembangunan konstruksi outside plan (OSP), mitra pekerjaan pasang baru (PSB) dan distributor kabel dan tools fiber optik. Sebagai mitra vendor konstruksi outside plan (OSP) dan mitra pekerjaan pasang baru (PSB) merupakan lini bisnis utama saat ini, yang sudah beroperasi sejak perusahaan ini berdiri dan mitra pekerjaan pasang baru (PSB) yang beroperasi sejak tahun 2017. Dimana syarat sebagai mitra vendor outside plan (OSP) adalah, mitra yang sudah terdaftar yang memiliki kontrak harga satuan (KHS) sebagai rekanan di Telkom dan Telkom Akses dan mitra pasang baru (PSB) adalah mitra yang terdaftar yang memiliki kontrak harga satuan (KHS) sebagai rekanan di Telkom Akses.

Melihat potensi bisnis yang masih dapat dikembangkan lagi, maka PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (PT. SPSI) membangun unit bisnis baru yaitu sebagai distributor material dan peralatan/tools kebutuhan proyek telekomunikasi yang merupakan pengembangan turunan dari bisnis utamanya dengan nama Telkomaterial. Telkomaterial merupakan pengembangan bisnis yang dilakukan perusahaan dengan penyediaan material kabel dan tools untuk kebutuhan pekerjaan proyek telekomunikasi dengan target pasar utama nya saat ini adalah seluruh mitra vendor outside plan (OSP) dan pasang baru (PSB) yang ada di lingkungan Telkom dan Telkom Akses diseluruh Indonesia. Telkomaterial adalah unit bisnis yang sudah mulai beroperasi dari Januari 2021.

Latar belakang dari dibentuknya Telkomaterial adalah karena PT. Sarana Prima Solusi Indonesia melihat potensi peluang bisnis pada kebutuhan material dan tools fiber optik yang sangat besar di bidang telekomunikasi dan juga sebagai upaya dalam mengoptimalkan pendapatan untuk pertumbuhan perusahaan. Telkomaterial merupakan perusahaan b2b untuk support industry telekomunikasi. Dikarenakan banyaknya mitra vendor rekanan di lingkungan Telkom dan Telkom Akses yang pada awalnya merupakan saingan bisnis dalam mendapatkan proyek, tapi dalam hal ini melalui Telkomaterial dapat menjadikan vendor lainnya tersebut menjadi pelanggan dan rekan bisnis perusahaan. Dimana pandemi Covid-19 juga yang masuk di Indonesia sejak awal triwulan I 2020 berdampak signifikan terhadap

bisnis telekomunikasi dan juga memaksa bisnis untuk bertransformasi agar lebih adaptif terhadap perkembangan jaman.



Gambar 1.1 Logo PT. Sarana Prima Solusi Indonesia

Sumber: Internal Data PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (2021)

1.1.2 Sekilas Tentang Telkomaterial

Telkomaterial merupakan unit bisnis dari PT. Sarana Prima Solusi Indonesia yang bergerak dibidang distributor yang menjual material bahan dan tools untuk kebutuhan proyek telekomunikasi. Nama Telkomaterial diambil dari dua padanan kata yang merupakan hal umum di dunia telekomunikasi:

1. *Telko* : diambil dari penyingkatan kata Telekomunikasi
2. *Material* : Merupakan merujuk pada benda yang digunakan atau dibutuhkan untuk membuat sesuatu.

Dimana sesuai dengan hal tersebut diatas, agar lebih mudah diingat dan lebih mudah familiar di kalangan konsumen yang semua nya adalah vendor yang bergerak di bidang telekomunikasi maka nama *Telkomaterial* diputuskan menjadi nama brand pada unit bisnis ini. Dimana bisnis tersebut bergerak dalam supply material telekomunikasi. Unit bisnis Telkomaterial mulai beroperasi sejak November 2020 dan berjalan hingga saat ini.



Gambar 1.2 Logo Telkomaterial

Sumber: Internal Data PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (2021)

Produk utama Telkomaterial saat ini adalah kabel fiber optic dengan berbagai macam type, pipa HDPE, splicer, OTDR, Repair tools. Yang dibagi menjadi 3 bagian yaitu material, tools dan repair, dengan mekanisme pelayanan adalah dengan penjualan langsung ke customer.

Tabel 1.1 Produk Utama dan Penyampaian

Produk	Key Success	Kontribusi	Mekanisme
Material	Price, Quality, Volume	39.99%	Langsung
Tools	Price, Quality, Volume	55.77%	Langsung
Repair	Price, Quality, Volume, service	4.24%	Langsung

Sumber: Internal Data PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (2021)

Usaha bidang distributor Telkomaterial banyak dilakukan dari kantor operasional Telkomaterial yang berada di Komplek Sahmi Village No. A-7, Jl. Sekemala Paledang, RT. 05/RW. 06, Kel. Pasanggrahan, Kec. Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40617.

Dalam menjual produknya, target pasar Telkomaterial adalah para perusahaan yang merupakan vendor/mitra proyek telekomunikasi yang banyak bergerak di lingkungan Telkom atau Telkom Akses. Potensi pelanggan Telkomaterial adalah seluruh vendor yang mengerjakan proyek jaringan akses dari PT. Telekomunikasi Indonesia dan PT. Telkom Akses, dimana ada 412 mitra yang tersebar di seluruh Indonesia.

Oleh karena ini, maka Telkomaterial menjalankan bisnis nya secara Business to Business (B2B) karena konsumen Telkomaterial bersegmentasi menysasar pasar segemen Bisnis. Dimana transaksi yang dilakukan adalah transaksi antar sesama perusahaan. Berikut beberapa perusahaan yang sudah menjadi konsumen dari Telkomaterial: PT Mitra Teknik Flobamor, PT Raja Amertha Dewata, PT. Karya Giri Permassive, PT. Abdi Siporio Sejahtera, PT. Sangsaka Surya karunia, PT. Prima Indo Sentosa, PT. Adimas Cipta Karya Pratama, PT. Jembar Sejahtera, PT Fajar Mitra Persada, PT. Surya Telindo Utama, PT. Citra Utama Insani, PT. Roxus Badar Takeindo, PT. Ria Kusuma Bersama, PT. Muhidnas Barokah Istiqomah, PT. Sangkuriang Cipta Jaya Teknindo, PT. Setia Lumban Jaya, PT. Borneo Sarana Teknik, PT. Hasina Karya Sejahtera, PT. Nusantara Andalas Teknologi, PT. Altong Jaya Abadi, PT. Sinergi Karya Abadi, PT. Kopegtel Maharani, PT. Anugerah

Rahma Jaya, PT Appatunru Chandra Erlangga, PT. Pionir Dharma Praya, PT. Galfa Redja Insani, PT. Sembada Maju Bersama, PT. Harita, PT. Garindo Techno Mandiri, PT Basudewa Ekakarsa Anargya Raynor Sadajiwa, dan lain-lain.

Telkomaterial memiliki database para konsumen dan potensi konsumen yang akan disasar oleh perusahaan. Database ini berupa contact email, telegram, nomor Handphone, whatsapp dan alamat semua perusahaan yang akan ditarget menjadi konsumen Telkomaterial. Dengan mengandalkan salah satu kekuatan ini perusahaan dapat menjangkau semua konsumennya dengan kekuatan teknologi informasi. Hal ini didapatkan karena PT. Sarana Prima Solusi Indonesia merupakan salah satu vendor yang bergerak di bidang telekomunikasi jaringan akses di lingkungan Telkom dan Telkom Akses. Dengan demikian juga menjadikan salah satu nilai positif karena mensupply kepada sesama rekan vendor, menjadi dapat dengan lebih mudah untuk saling dipercaya.

Dalam menjalankan bisnisnya, Telkomaterial memiliki cita-citanya yang tertuang dalam visi dan misinya. Berikut visi dan misi dari Telkomaterial:

Misi:

1. Mengelola bisnis distributor dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan harga yang murah dan mengedepankan kualitas produk dan jasa sesuai standar bidang telekomunikasi
2. Menjalankan bisnis dengan ramping dan efisien
3. Berusaha memenuhi segala kebutuhan pelanggan

Visi:

“Menjadi perusahaan yang efisien dan kolaboratif yang menguasai supply material di industry telekomunikasi nasional”

Dalam menjalankan tugas nya, unit bisnis Telkomaterial memiliki team yang memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan maupun keberlanjutan bisnis ini. Dimana unit bisnis ini saat ini memiliki personil yang sangat efisien, berikut profil team unit bisnis Telkomaterial:

1. Profil team/personel pada posisi juli 2021
 - a. Jumlah, 5 personel.

- b. Persyaratan, personel harus mampu melaksanakan multitask
 - c. Latar belakang Pendidikan SLTA hingga S1
 - d. Struktur organisasi, flat dan matrix
2. Persyaratan khusus dalam hal kesehatan dan keselamatan pegawai dalam operasional sehari-hari, personel diwajibkan memiliki BPJS atas biaya perusahaan.
 3. Personel terdiri dari 7 orang yang merupakan team inti.

Media Komunikasi Internal antar personel menggunakan metode interpersonal communication secara oral dan written menggunakan telepon, telegram dan whatsapp. Pelaporan menggunakan spreadsheet serta rapat bulanan untuk review program dan kinerja layanan.

1.2 Latar Belakang

Sebagai perusahaan konstruksi telekomunikasi dan teknologi informasi, PT. Sarana Prima Solusi Indonesia (PT. SPSI) banyak bergerak dalam mengerjakan proyek-proyek infrastruktur telekomunikasi di PT. Telkom dan groupnya. Dalam Mengerjakan berbagai proyek yang di dapat nya, PT. SPSI selalu membutuhkan material dalam pengerjaan proyek seperti kabel fiber optik, aksesoris tiang, tiang telepon, dll. Perusahaan juga membutuhkan alat-alat yang dipakai dalam setiap pengerjaan proyek seperti Splicer, Optical Time Domain Reflectometer (OTDR), Optical Power Meter (OPM), Optical Light Source (OLS), Visual Fault Locator (VFL), dll. Dimana kebutuhan material bahan dan alat tersebut adalah wajib untuk disediakan oleh perusahaan dalam pekerjaan proyek fiber optik.

Didalam pengerjaan proyek konstruksi jaringan akses telekomunikasi di lingkungan Telkom, ada terdapat banyak perusahaan vendor konstruksi jaringan yang sejenis dengan PT. SPSI, yang menjadi rekanan para operator telekomunikasi. Banyak para perusahaan vendor telekomunikasi tersebut mendapatkan proyek konstruksi telekomunikasi untuk pengerjaan jaringan akses di PT. Telkom, dari anak perusahaannya yang mengelola jaringan adalah PT. Telkom Akses Indonesia (PT.TAI) yang biasa disebut Telkom Akses (TA). Para perusahaan vendor konstruksi tersebut dinamakan dengan Mitra. Dimana Mitra yang berada dibawah

naungan atau yang mendapatkan order pekerjaan dari Telkom Akses (TA) cukup banyak, dimana ada 412 mitra yang tersebar di seluruh Indonesia. Dan semua perusahaan vendor konstruksi telekomunikasi tersebut juga membutuhkan material bahan dan alat untuk setiap proyek yang dikerjakannya. Melihat peluang ini PT. SPSI membuat unit bisnis yang bergerak dalam penyediaan material bahan dan alat untuk kebutuhan pekerjaan proyek konstruksi telekomunikasi, dengan nama Telkomaterial

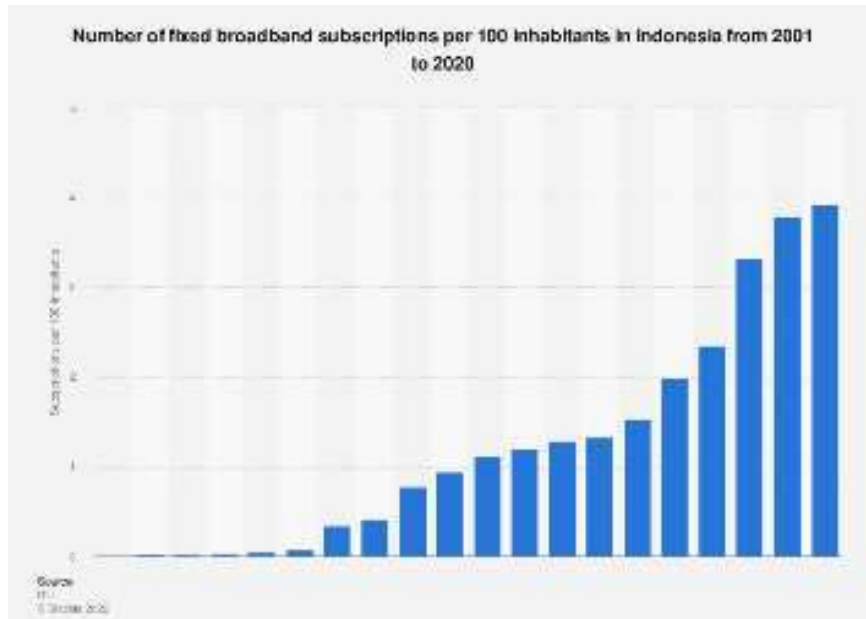
Di era serba digital saat ini, perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap semua lini kehidupan manusia, termasuk dalam hal bisnis dan melakukan pengembangan perusahaan. Berkembangnya teknologi menciptakan sebuah budaya dan kondisi masyarakat yang berorientasi pada teknologi. Juga penggunaan platform dan media sosial menjadi salah satu hal yang tidak lepas dari lingkungan aktifitas masyarakat saat ini. Lima dari sepuluh orang di Indonesia, aktif di media sosial seperti Whatsapp yang memiliki 2 Milyar pengguna Lidwina (2021), Facebook yang memiliki 2.7 Milyar pengguna, Telegram yang memiliki 525 juta pengguna dan lain lain Lidwina (2021).

Sekarang ini setiap aktifitas yang dilakukan secara tradisional, telah berubah menjadi digital, dimana semua transaksi perdagangan, komunikasi, keuangan, semuanya digerakkan secara digital. Dengan semakin berkembang nya budaya digital tersebut, tidak lepas dari penggunaan jaringan data oleh masyarakat dalam menggunakan berbagai platform termasuk melakukan berbagai aktivitas digital.

Dengan pengguna yang sangat tinggi tersebut, menunjukkan permintaan masyarakat akan internet akan semakin berkembang pula setiap tahunnya. Tentunya kebutuhan akan material untuk menyokong perkembangan pertumbuhan internet akan sangat dibutuhkan dalam menjaga kualitas dan bahkan penyebaran pertumbuhan pengguna internet. Terlebih lagi penggunaan internet yang terus meningkat tiap tahun, menimbulkan terjadinya permintaan kebutuhan yang banyak dan juga persaingan yang semakin kompetitif antar perusahaan supplier dan vendor telekomunikasi.

Menurut informasi kementerian perindustrian juga menyatakan bahwa kebutuhan kabel fiber optik di Indonesia mencapai 9 juta kilometer/tahun Buana

(2018) untuk mendukung telekomunikasi di Indonesia. Hal ini merupakan salah satu peluang bisnis, dimana kabel fiber optik adalah salah satu produk yang banyak dijual melalui Telkomaterial. Terkait dengan hal tersebut maka berikut juga dengan kebutuhan material lainnya.



Gambar 1.3

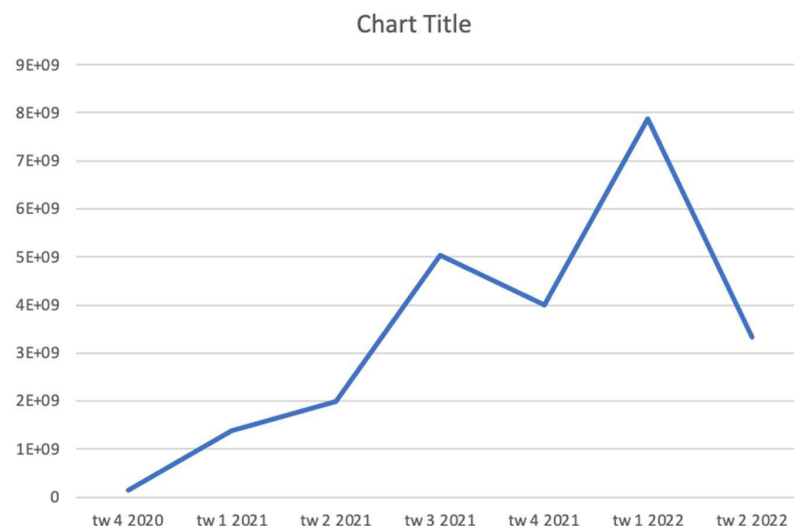
fixed broadband subscriptions per 100 inhabitants in Indonesia from 2001 to 2020

Sumber: <https://www.statista.com/> (2021)

Di Indonesia kebutuhan pasar akan fixed broadband mengalami naik turun namun tetap membentuk kurva naik keatas dari tahun 2001 sampai 2020 ini menggambarkan bahwa pada Industri ini memiliki peminat yg cukup tinggi dan persaingan dalam industri yang ketat.

Dikarenakan melihat peluang bisnis akan perkembangan industry telekomunikasi tersebut, membuat PT. Sarana Prima Solusi Indonesia mendirikan unit bisnis Telkomaterial yaitu merupakan perusahaan yang memiliki fokus B2B untuk support bisnis telekomunikasi. Melalui Telkomaterial menjual material proyek telekomunikasi kepada para vendor yang menggelar jaringan fiber optik. Yang paling utama adalah kabel dan splicer, karena kedua kebutuhan ini adalah yang paling sangat dibutuhkan dalam proyek telekomunikasi.

Juga terkait akan pandemi Covid-19 merupakan wabah penyakit yang melanda Indonesia dinyatakan mulai masuk Indonesia pada 2 Maret 2020 Pranita (2020) yang diumumkan oleh pemerintah, dimana wabah ini memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap segala jenis bisnis dan juga memaksa bisnis untuk bertransformasi. Kondisi tersebut membuat bisnis banyak yang bertransformasi untuk menyesuaikan keadaan digital saat ini. Dan hal tersebut juga sesuai dengan rencana dan cita-cita awal Telkomaterial didirikan dengan tujuan memaksimalkan manfaat teknologi informasi yang merupakan salah satu resource atau kekuatan dari Telkomaterial.



Gambar 1.34 Data Penjualan per Triwulan Telkomaterial 2020-2022

Sumber: Olahan Internal Data Telkomaterial (2022)

Berdasarkan hasil penjualan milik Telkomaterial yang sejak tahun 2020-20222 memperlihatkan bahwa penjualan per triwulannya mengalami naik turun/ tidak stabil dimana Telkomaterial merupakan perusahaan yang baru berdiri sejak 2020 sehingga memerlukan strategi khusus untuk mengungguli persaingan pasar telekomunikasi.

Menurut Markus (2005) bahwa suatu perusahaan sebelum menentukan suatu tindakan yang sifatnya strategis, maka perlu melakukan scanning terhadap lingkungan eksternal dalam rangka mendapatkan informasi sebanyak mungkin

sebagai dasar untuk melakukan analisa dan menggunakannya untuk mengambil keputusan. Demikian pula dengan Telkomaterial yang merupakan bagian dari perusahaan yang bergerak di bidang infrastruktur proyek telekomunikasi di mana setiap langkahnya tidak terlepas dari kondisi lingkungan eksternal bisnisnya.

Dengan mempertimbangkan arah pengembangan bisnis yang ditetapkan oleh perusahaan serta untuk mengurangi ketergantungan terhadap ketersediaan pekerjaan proyek, maka perusahaan melalui bisnis Telkomaterial perlu untuk mulai mempertimbangkan bisnis distribusi material dan tools yang tidak terpengaruh secara langsung oleh kebijakan salah satu area proyek pemberi kerja. Salah satu alternatif yang dapat dikembangkan adalah bisnis pada Telkomaterial, mengingat produk dan jasa yang dijual melalui bisnis ini secara umum mempunyai keterkaitan dengan bisnis utama yang selama ini sudah dijalankan oleh PT. SPSI.

Juga Telkomaterial memiliki visi yang besar di dunia telekomunikasi, yaitu *Menjadi perusahaan yang efisien dan kolaboratif yang menguasai supply material di industry telekomunikasi nasional*, maka sangat dibutuhkan strategi bisnis untuk mewujudkannya.

Dari besarnya peluang bisnis, fenomena terkait transformasi bisnis kearah digital, dan pemanfaatan kekuatan dari perusahaan dan juga dikarenakan peneliti adalah pelaku dan pemilik bisnis, dengan latar belakang diatas maka perlu bagi peneliti untuk merancang strategi bisnis untuk unit bisnis ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERANCANGAN FORMULASI STRATEGI BISNIS TELKOMATERIAL”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, karena besarnya peluang bisnis, fenomena terkait transformasi bisnis kearah digital, dan pemanfaatan kekuatan dari perusahaan dan juga dikarenakan peneliti adalah pelaku dan pemilik bisnis, maka perlu bagi peneliti untuk merancang strategi bisnis untuk unit bisnis ini seiring berkembangnya era digitalisasi. Karena berbagai aktivitas seperti transaksi perdagangan, komunikasi, dan aktivitas lainnya tidak luput dari penggunaan internet. Dan kondisi pandemi covid-19 juga yang

memaksa setiap bisnis untuk bertransformasi ke arah digital. Dimana era digitalisasi telah mendorong semua kebutuhan terhadap internet dan semua aktivitas terhadap internet semakin meningkat tiap harinya.

Terkait hal tersebut, urgent menurut peneliti untuk menyusun strategi bisnis Telkomaterial bagi sustainability dan pembentukan competitive advantages Telkomaterial di masa depan. Maka dilihat dari bisnis eksisting atau pengembangan bisnisnya, PT Sarana Prima Solusi Indonesia banyak berfokus kepada skema Business to Business (B2B) dengan pelanggan utamanya yaitu dengan Telkom Akses, maka melalui Telkomaterial mengcreate bisnis dengan pelanggan tambahannya adalah para vendor di lingkungan Telkom dan Telkom Akses dengan melakukan penyediaan dan supply bahan material dan tools kebutuhan proyek implementasi jaringan akses fiber optik.

Terkait dengan strategi menggali potensi bisnis untuk meningkatkan pendapatan ataupun perkembangan perusahaan diluar pelanggan utamanya, PT. Sarana Prima Solusi Indonesia membentuk unit bisnis bernama TELKOMATERIAL dengan fokus bisnis penyediaan material dan tools di lingkungan para vendor Telekomunikasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian dalam peta keilmuan yang menjadi perhatian peneliti dan strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk bisnis Telkomaterial, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah:

1. Penelitian ini akan melakukan perencanaan strategi bisnis dengan skema B2B pada segmentasi pasar di lingkungan vendor telekomunikasi, secara langsung akan membantu meningkatkan revenue dan perkembangan Telkomaterial dan otomatis berdampak pada PT. Sarana Prima Solusi Indonesia.
2. Bagaimana rancangan strategi bisnis Telkomaterial.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan fenomena yang ada dari penelitian ini, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja dan bagaimana menganalisis *Competitive Advantage* di Telkomaterial dalam menghadapi persaingan yang tinggi?
2. Identifikasi maupun analisis *resources* dan *capabilities* apa yang dimiliki Telkomaterial dikaitkan dengan peluang dan ancaman pada lingkungan strategis agar dapat menghadapi persaingan?
3. Bagaimana *formulasi strategi* bisnis yang harus disusun Telkomaterial agar dapat memenangkan persaingan untuk mencapai visinya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang penelitian yang telah diuraikan oleh penulis, tujuan penelitian yang akan dilakukan, adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui *competitive advantage* apa yang dimiliki Telkomaterial dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi di masa sekarang maupun yang akan datang.
2. Mengetahui *resources* dan *capabilities* dalam bisnis Telkomaterial dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi di masa sekarang maupun yang akan datang.
3. Mengetahui dan merancang *formulasi strategi* bisnis yang akan disusun untuk Telkomaterial agar dapat memenangkan persaingan demi mencapai visinya.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian thesis ini diharapkan penulis dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi pada Telkomaterial untuk mengetahui lingkungan internal dan eksternal apa saja yang berperan penting dalam usaha yang dijalankan. Sehingga dengan mengetahui aspek-aspek internal dan eksternal yang dimiliki dapat lebih membuka mata mengenai keadaan usaha yang sedang dijalani. Selain itu

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Telkomaterial dalam merumuskan strategi bersaing untuk mengembangkan usahanya dalam mencapai visinya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Telkomaterial agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) agar dapat bersaing dalam persaingan yang semakin tinggi di masa sekarang dimana pada masa pandemi Covid-19 maupun yang akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna bagi peneliti dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan kehidupan bisnis yang sesungguhnya di lapangan dan diharapkan dapat memberikan pengetahuan juga dapat digunakan sebagai salah satu referensi dalam bidang ilmu manajemen strategi yang memiliki manfaat akademis bagi pemahaman bagaimana menyusun strategis bisnis pada masa pandemi Covid.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab memiliki keterkaitan secara keseluruhan dan tersusun secara berurutan, sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tesis.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang mendukung penelitian dari umum sampai ke khusus, disertai gambaran penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian untuk mencapai tujuan dari penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, yaitu dengan metode kualitatif, pendekatan/framework yang digunakan, situasi sosial (untuk kualitatif), pengumpulan data, teknik analisa data dan pengujian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara detail mengenai uraian penelitian yang telah dilakukan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah yang ditetapkan pada bab I, beserta hasil analisa penelitian yang diuraikan secara sistematis. Secara garis besar terdiri dari dua bagian utama yaitu hasil penelitian dan analisa dari hasil penelitian. Dari hasil-hasil analisa yang didapatkan akan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya atau teori pendukung, Kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan poin-poin pembahasan yang disajikan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian yang disampaikan pada bab 1, kemudian dengan tambahan saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian baik secara teoritis maupun secara praktis untuk keperluan bisnis.