

## **ANALISIS PRODUK SPEEDY TELKOM SUSTAIN TERHADAP KOMPETITOR (STUDI KASUS : PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA SEMARANG)**

**RIZA BUDI DARMAWAN**

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : user*

### **ABSTRAK**

Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi di Indonesia, PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk (selanjutnya disingkat Telkom), merupakan perusahaan yang selalu berinovasi dalam bidang teknologi telekomunikasi. Pengembangan terus dilakukan oleh Telkom agar layanan produk speedynya dapat menjadi unggulan di Indonesia. Banyaknya kompetitor yang muncul dengan pilihan produk speedy yang sejenis dengan produk speedy Telkom, membuat persaingan pasar antara Telkom dengan para kompetitornya semakin sengit. Tantangan utama saat ini Telkom adalah bagaimana agar produk speedy Telkom dapat Sustain terhadap kompetitor. Tempat yang dijadikan bahan penelitian yaitu Telkom. Menggunakan metode penelitian model analisa diagram ishikawan dan kosep metode 7S McKinsey, penulis mengalisa proses bisnis pada Telkom dengan memakai diagram ishikawa untuk mendapat penyebab suatu masalah. Lalu dilanjutkan menerapkan 7S Mckinsey sehingga mendapatkan solusi strategi dengan tujuan agar produk speedy Telkom dapat Sustain terhadap kompetitor. Dengan persaingan globalisasi saat ini dan perkembangan teknologi informasi maka Telkom berusaha untuk tetap meningkatkan proses bisnis dan pelayanan kepada konsumennya. Lebih jauh lagi Telkom dalam hal ini membutuhkan strategi yang efektif dan efesien sehingga Telkom dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang bertaraf internasional. Telkom di daerah Jawa Tengah dan DIY berkolaborasi dengan Telkom pusat guna meningkatkan pembelajaran yang menunjang peningkatan proses bisnis yang dapat lebih baik daripada kompetitornya dan untuk dapat menghasilkan pelayanan bertaraf nasional dan internasional.

Kata Kunci : Diagram Ishikawa, Analisis Proses Bisnis, 7S McKinsey, Kompetitor, Sustain.

## **ANALYSIS TELKOM SPEEDY PRODUCT SUSTAIN TO COMPETITORS (CASE STUDY: PT. TELECOMMUNICATIONS INDONESIA SEMARANG)**

**RIZA BUDI DARMAWAN**

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : user*

### **ABSTRACT**

As one telecommunications company in Indonesia, PT . Telekomunikasi Indonesia . Ltd ( hereinafter abbreviated as Telkom ) , is a company that is constantly innovating in the field of telecommunications technology . Development continues to be done by us so that services can be seeded speedynya products in Indonesia. Many competitors are emerging with similar speedy product options with Telkom speedy products , create market competition between Telkom and the increasingly fierce competitors . The main challenge today is how to Telkom Telkom speedy product can Sustain against competitors . Place used as research material that is Telkom . Using the methods of research and analysis model diagram ishikawan kosep McKinsey 7S method , the authors mengalisa on Telkom's business processes using ishikawa diagram to find the cause of a problem . Then proceed to apply McKinsey 7S so getting the solution strategy in order to Sustain Telkom speedy products against competitors . With the globalization of competition and the development of information technology, Telkom trying to keep improving business processes and services to customers . Telkom further in this regard requires an effective and efficient strategy that Telkom can compete with companies of international standard . Telkom in the area of "Central Java and Yogyakarta collaborate with Telkom in order to improve the learning centers that support business process improvement that can be better than its competitors and to be able to generate national and international services .

**Keyword** : Ishikawa Diagram , Analysis Process Business, 7S McKinsey, Kompetitor, Sustain.