

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet yang semakin hari semakin maju mendorong persaingan antar operator penyelenggara jaringannya. Telkom melalui divisi Telkom Flexi melakukan pengembangan baru dengan mengeluarkan produk layanan jasa internet termurah yakni "FLEXINET". Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan kompetitif ini maka Telkom Flexi harus memiliki strategi bisnis yang tepat supaya dapat bersaing secara kompetitif dan memiliki pangsa pasar internet yang lebih tinggi daripada pesaingnya. Untuk mengetahui strategi yang tepat maka dilakukan Analisis secara kualitatif yang digunakan untuk menentukan point - point dari faktor kunci pada matriks EFE dan IFE yang berupa kekuatan dan kelemahan serta analisis secara kuantitatif digunakan untuk menganalisis secara deskriptif tentang langkah – langkah apa saja yang harus dilakukan untuk menjalankan strategi bisnis yang akan dikembangkan kemudian dipetakan dengan IE, dan terakhir pemilihan Strategi terbaik dengan QSPM.

Hasil perhitungan EFE dan IFE Matrix, diperoleh bahwa peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan Divisi Telkom Flexi untuk Produk FlexiNet adalah Perkembangan teknologi yang pesat, Gaya hidup masyarakat, Banyaknya jumlah pelanggan perusahaan, Banyaknya pesaing dalam industri telekomunikasi, Produk differentiation, Adanya pendatang baru, Market share yang luas sehingga memberikan potensi pasar yang baik. Arus kas dan stabilitas keuangan yang kuat, Biaya Operasional yang besar untuk produk, Sistem pemasaran yang kurang efektif. Posisi Hold and Maintain mempunyai dua alternatif strategi yang bisa diterapkan oleh Divisi Telkom Flexi yaitu Penetrasi pasar, Pengembangan Produk. Hasil QSPM memprioritaskan strategi Pengembangan Produk sebagai strategi terbaik yang bisa diambil oleh Divisi Telkom Flexi untuk produk FlexiNet.

Kata Kunci : Formulasi Strategi Bisnis, *FLEXINET, EFE & IFE Matrix*