

ABSTRAK

Purpose – Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Blitzmegaplex sebagai pendatang baru memilih suatu strategi dalam memasuki pasar dan menghadapi strategi bertahan dari 21 Cineplex sebagai penguasa pasar dalam industri bioskop di Indonesia.

Methodology – Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang menggunakan metode field research dan desk research.

Findings – Penelitian ini menemukan bahwa Blitzmegaplex memasuki pasar dengan strategi flanking attack yang kemudian bergeser menjadi frontal attack ketika 21 Cineplex bergerak dengan strategi pertahanan blocking.

Limitation – Penelitian ini berfokus pada strategi warfare antara Blitzmegaplex dan 21 Cineplex pada kurun waktu 2006 sampai 2009

Implication – Dalam situasi kompetisi, suatu perusahaan harus mengetahui di mana posisi mereka serta kompetitornya sehingga dapat memilih dan menerapkan strategi menyerang serta bertahan yang paling tepat.

Originality / Value – Mempelajari bagaimana mengetahui posisi suatu perusahaan serta kompetitornya dalam situasi kompetisi, memilih suatu strategi menyerang atau bertahan yang paling tepat sehingga terhindar dari kegagalan.

Paper Type – Case Study

Keyword : Competition, Blitzmegaplex, 21 Cineplex, Warfare Strategy, Market Leader, Market Challenger, Theater