

## ABSTRAK

Pertumbuhan download aplikasi yang sangat tinggi serta potensi bisnis yang menggiurkan membuat Telkom melalui RDC telah mengembangkan platform *app store* yang dikenal dengan nama *Telkom Store* untuk dikomersialisasi menjadi bisnis B2B *white label app store* dengan target pelanggan operator - operator telekomunikasi di Asia Pasifik. Komersialisasi *platform* *Telkom Store* telah sesuai dengan visi, misi, objektif, inisiatif strategi Telkom dan diharapkan secara langsung akan meningkatkan *revenue*, *market share*, dan portofolio bisnis *Telkom Group*.

Pergerakan bisnis B2B *white label app store* pada dasarnya telah dilakukan para perusahaan besar dunia lainnya seperti Appia, Getjar, dan Handster. Dengan kata lain Telkom akan bersaing dengan perusahaan - perusahaan besar yang sudah lebih dahulu bergerak di industri *white label app store*, lebih berpengalaman, serta memiliki pangsa pasar yang lebih besar dibandingkan *Telkom Store*. Untuk dapat bangkit bersaing dan memenangkan persaingan, Telkom harus dapat mengelola sumber daya dan kapabilitas yang dimilikinya secara maksimal agar tercipta *Sustainable Competitive Advantage* serta mengatasi *resource gap* yang mungkin terjadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif triangulasi dengan teknik analisis *Resource Based View* dimana sumber daya dan kapabilitas perusahaan akan dianalisa untuk mengetahui apakah perusahaan dapat menciptakan *sustainable competitive advantages* atau tidak. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pihak terkait, analisis dokumen – dokumen perusahaan, serta jurnal penelitian lainnya. Data kemudian dikelompokkan dan dianalisis kemudian ditarik kesimpulan di setiap indikator dari sumber daya, kapabilitas, analisis *competitive advantage*, analisis *resource gap*, dan formulasi strategi untuk mengatasi *resource gap*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *White Label* *Telkom Store* belum memiliki sumber daya dan kapabilitas yang mumpuni dalam menjalankan bisnis *app store*. Sumber daya dan kapabilitas *Telkom Store* hanya berada di posisi *competitive parity* serta memiliki *resource gap* pada dua hal yaitu jumlah aplikasi dan dukungan perangkat serta platform yang masih terbatas.

Untuk mengatasi kekurangan tersebut, maka *Telkom Store* harus meningkatkan jumlah aplikasi yang dimilikinya serta memperbanyak dukungan kepada berbagai perangkat dan platform yang dapat dilakukan dengan memperbanyak jumlah *developer*, membuka pintu untuk *developer* diluar Telkom untuk ikut mengembangkan aplikasi, bekerja sama dengan komunitas *developer* dan perusahaan *developer* aplikasi, serta bekerja sama dengan *app store OS native* agar aplikasi milik mereka dapat dibeli melalui *Telkom Store* dengan pemanfaatan operator billing.

**Kata Kunci:** Visi, Misi, *Corporate Strategic Objective*, *Strategic Initiatives*, *Resource Based View*, Sumber Daya, Kapabilitas, *Competitive Advantage*, *Resource Gap*, Strategi Bisnis