



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Strategi Bersaing terhadap
Perusahaan *Amity Studio***

Skripsi

Oleh

Alfiah Falakh Zein

2015320190

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing
Amity Studio

Skripsi

Oleh

Alfiah Falakh Zein

2015320190

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Alfiah Falakh Zein
Nomor Pokok : 2015320190
Judul : Analisis Strategi Bersaing terhadap perusahaan Amity Studio

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 20 Desember 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. M. Banowati Talim, M.Si

Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

Anggota

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alfiah Falakh Zein
NPM : 2015320174
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing perusahaan
Amity Studio

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 6 Desember 2019

Alfiah Falakh Zein

ABSTRAK

Nama : Alfiah Falakh Zein
NPM : 201530190
Judul : Analisis Strategi Bersaing terhadap perusahaan Amity Studio

Analisis strategi bersaing pada Amity Studio memiliki tujuan untuk menilai dan mengetahui posisi Amity Studio yang berlokasi di Jalan Gandapura No.55 Bandung dalam persaingan bisnis di bidang industri jasa kebugaran di Kota Bandung, serta mengetahui strategi alternatif apa yang tepat digunakan oleh Amity Studio dalam tercapainya keunggulan bersaing.

Penelitian ini digunakan dengan studi kasus jenis deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Data bersumber dari hasil observasi dan wawancara yang terstruktur. Data dianalisis dengan metode analisis matriks eksternal dan matriks internal, untuk mengetahui strategi yang tepat dan efektif bagi Amity Studio. Tahap selanjutnya adalah penentuan strategi dengan cara memasukan strategi dan memilih strategi yang paling tepat dengan menggunakan analisis Swot dan matriks SWOT ke dalam metode QSPM untuk mendapatkan strategi yang paling dinilai efektif digunakan untuk Amity Studio.

Berdasarkan pada hasil analisis dari peneliti, Amity Studio telah menunjukkan beberapa karakteristik yang mengacu pada strategi fokus diferensiasi, dan strategi yang paling efektif digunakan adalah product development, dengan mengembangkan produk baik melakukan inovasi atau memperbaiki jasa yang sudah berjalan sebelumnya.

Saran yang diberikan oleh penulis adalah Amity Studio adalah menyelenggarakan event olahraga pada saat *weekend* seperti kelas Zumba di *public area* seperti Car Free Day (CFD) atau sarana olahraga lainnya yang bertujuan untuk mempromosikan jasa yang dimiliki oleh Amity Studio.

Kata kunci : Strategi Bersaing, Pusat Kebugaran, Studio Fitness, PESTLE, Lima Kekuatan Porter. Product Development.

ABSTRACT

Name : Alfiah Falakh Zein
NPM : 2015320190
Title : *Competitive Strategy Analysis of Lexzi Salon*

Analysis of competitive strategies in Amity Studio has the aim to assess and find out the position of Amity Studio located at Jalan Gandapura No.55 Bandung in business competition in the fitness services industry in Bandung, and to find out what alternative strategies are appropriate for use in the Amity Studio in achieving excellence compete.

This research is used in describing type case studies with qualitative research methods.

Data sourced from the results of structured observations and interviews. Data were analyzed using external matrix and internal matrix analysis methods, to find out SWOT analysis and SWOT matrix into the QSPM method to get the most effective strategy used in Amity Studio.

Based on the results of the analysis from researchers, Amity Studio has shown several characteristics that refer to the differentiation focus strategy, and the most effective strategy used is product development, by developing products to either innovate or improve services that have run previously.

The advice given by the author is that Amity Studio is organizing sports events on weekends such as Zumba classes in public areas such as Car Free Day (CFD) or other sports facilities that aim to promote the services owned by Amity Studio.

Key words : Competitive Strategy, Fitness Studio, Fitness Studio, PESTLE, Porter's Five Force

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan karunia dan rahmat Nya kepada peneliti sehingga skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bersaing terhadap perusahaan Amity Studio Bandung dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun dalam rangka untuk dapat memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam prosesnya, penyusunan dari penelitian ini dapat terselesaikan berkat dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Kepada Orangtua saya tercinta Ayah dan Mama yang selalu memberikan doa dan dukungan setiap hari tanpa henti dan adik saya tersayang Robby Alfiansyah yang selalu memberikan support.
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan waktu serta arahnya yang sangat membantu dalam penulisan penelitian ini hingga selesai.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan
4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas

Katolik Parahyangan.

5. Kepada Ibu Fiona selaku dosen wali saya, terimakasih atas bimbingan serta arahan yang saya dapatkan selama saya menuntut ilmu di bangku perkuliahan.
6. Ibu Rina selaku pemilik dari Amity Studio yang bersedia meluangkan waktunya serta memberikan izinnya untuk membantu penulisan skripsi ini hingga selesai.
7. Kepada Qhian Dave Franco, yang selalu memberikan saya arti semangat dan tidak mudah menyerah walau di saat titik tersulit. Terimakasih banyak untuk selalu menjadi teman baik di segala kondisi.
8. Sahabat SMP dan SMA ku tersayang Farras, Kirana, Bunga, Firna, Achi, Eca, Dara dan Triwahyu yang tidak pernah lelah dengar keluh kesah penulis.
9. Terimakasih kepada teman-teman sebimbingan SKB terutama Ghaliya Silka Nadhira selaku pendengar yang sangat baik, dan selalu ada jika penulis butuh tempat untuk bercerita apapun.
10. Terimakasih kepada Jemima Amalia dan Sherly selaku sahabat, teman jalan-jalan dan partner simbis .
11. Terimakasih kepada TIM GABUT teruntuk gea selaku teman pertama penulis di Adbis, Sapi, Felisitas, Tiara, Monik, Ica, dan Cecilia.
12. Untuk teman seangkatan VISNIS 15 yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mewarnai perkuliahan selama ini. Sukses semuanya!

Peneliti menyadari masih banyaknya kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini karena segala keterbatasan yang peneliti miliki. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya, di masa ini ataupun di masa yang akan datang.

Bandung, 6 Desember 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	10
2.1 Definisi Strategi.....	11
2.2 Manajemen Strategis	11
2.2.1 Tahap-Tahap Manajemen Strategis	11
2.2.2 Istilah Manajemen Strategis	13
2.2.3 Manfaat Manajemen Strategis	15
2.3 Tingkatan Strategi	15
2.4 Strategi Bersaing	17
2.4.1 Strategi Generik Michael Porter	18
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal	19
2.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal Mikro.....	19

2.5.3 Analisis Lingkungan Eksternal Makro	20
2.6 Analisis Lingkungan Internal	24
2.7 Analisis SWOT	27
2.7.1 Matriks SWOT	28
2.8 Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	29
2.9 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Metode Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Objek Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Sumber Data.....	33
3.6 Metode Analisis Data.....	34
3.6.1 Tahap Reduksi Data.....	34
3.6.2 Tahap Pengumpulan Data.....	34
3.6.3 Penyajian Data	39
3.6.4 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi QSPM	41
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN.....	44
4.1 Sejarah Perusahaan.....	44
4.2 Visi dan Misi	45
4.2.1 Visi.....	45
4.2.2 Misi.....	46
4.3 Lokasi Penelitian	46
4.4 Struktur Organisasi dan Tugas	46
4.5 Jasa yang ditawarkan Amity Studio	47

4.6 Produk yang ditawarkan Amity Studio	48
BAB V PEMBAHASAN	51
5.1 Strategi Amity Studio saat ini	51
5.2 Analisis Lingkungan Eksternal Makro.....	56
5.2.1 Analisis PEST.....	56
5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal Mikro.....	61
5.3 Analisis Lingkungan Internal	65
5.3.1 Segmentasi, Target Pasar, Positioning	71
5.4 Analisis SWOT.....	72
5.4.1 Analisis Lingkungan Eksternal-Internal (IE Matriks).....	76
5.5 Tabel Matriks IE.....	77
5.6 Pemilihan Strategi Alternatif.....	79
5.7 Strategi yang disarankan	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	85
6.1 Kesimpulan.....	85
6.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fitness Studio di Kota Bandung.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Matriks Evaluasi Eksternal	37
Tabel 3.2 Matriks Evaluasi Internal	38
Tabel 3.3 EFAS dan IFAS	41
Tabel 3.4 Quantitative Strategic Planning Matrix.....	43
Tabel 4.1 Jasa dan Harga yang ditawarkan	48
Tabel 4.2 Produk yang ditawarkan Amity Studio	49
Tabel 5.2 Matrix Competitive	62
Tabel 5.3 Jasa dan Harga yang ditawarkan Amity Studio	67
Tabel 5.4 Matriks SWOT	75
Tabel 5.5 QSPM.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Orang untuk Menurunkan Berat Badan	2
Gambar 1.2 Survey Nielson Global terhadap Perilaku Market 18 tahun Ke atas.....	3
Gambar 1.3 Survey Nielson Global tentang Alasan Berolahraga dan Gambaran Kebugaran yang Ideal	4
Gambar 2.1 Competitive Advantage	18
Gambar 3.1 Nilai Bobot IFE	40
Gambar 4.1 Pencarian Fitness Studio di Kota Bandung	45
Gambar 4.2 Produk yang dijual di Amity Studio.....	49
Gambar 4.3 Jadwal Kegiatan Amity Studio.....	50
Gambar 5.1 Strategic Advantage	52
Gambar 5.2 Reformer dan Tower	54
Gambar 5.3 Kegiatan workshop dan Charity di Amity Studio	55
Gambar 5.4 Physical Evidence Amity Studio.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

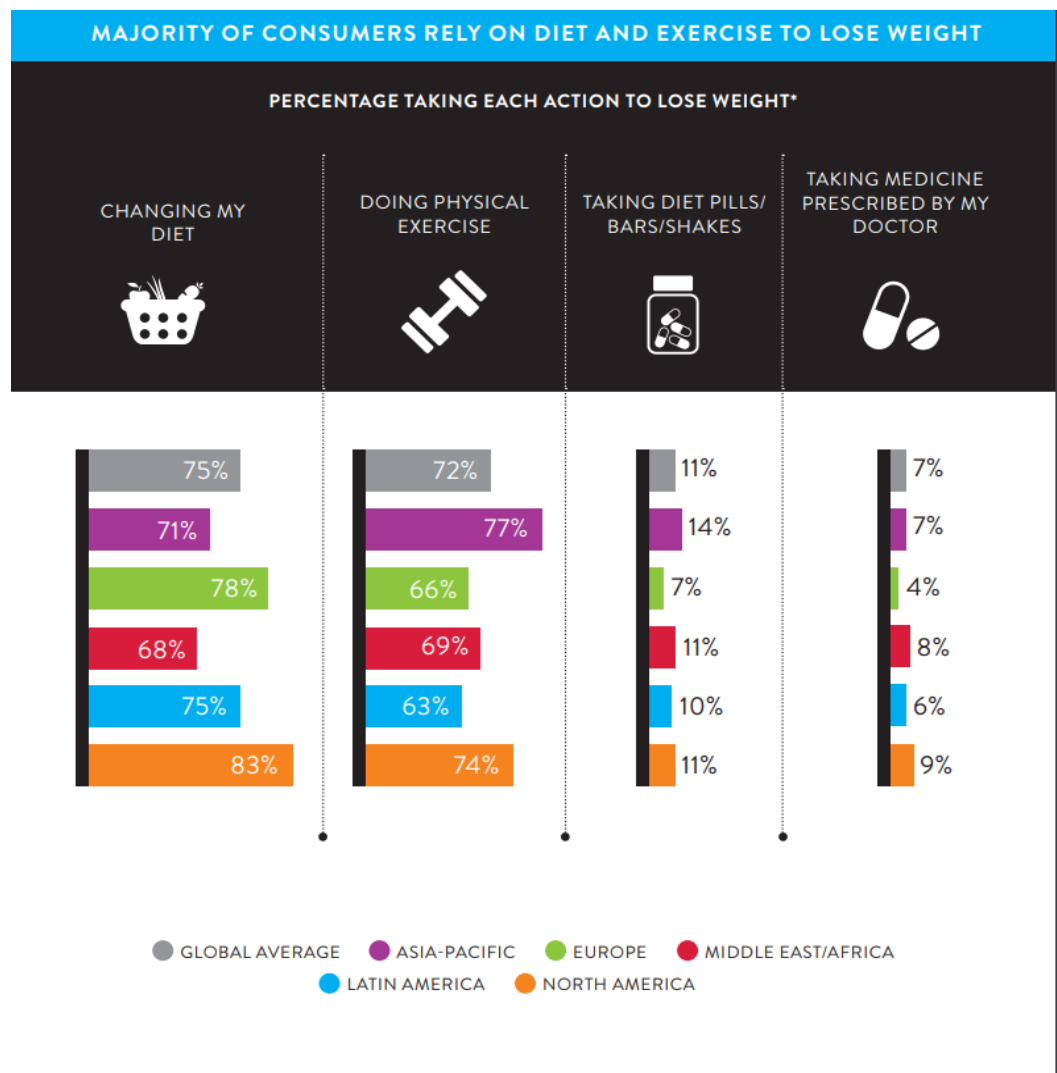
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan rutinitas sehari-hari yang semakin padat dan perubahan gaya hidup, pentingnya menjaga kesehatan sangat diutamakan. Banyak orang yang berusaha mengubah pola hidupnya demi mendapatkan tubuh yang sehat. Untuk menerapkan gaya hidup sehat, terdapat beberapa pola yang harus diperhatikan. Menurut Irianto (2000:16) yang dikutip oleh (Suharjana, 2012) menjelaskan bahwa seseorang harus mengontrol makanan apa yang dikonsumsi sehari-hari, beristirahat yang cukup, dan berolahraga secara teratur untuk meraih fisik yang sehat dan bugar.

Kesadaran setiap individu sangat dibutuhkan untuk selalu menjaga pola hidup seimbang. Banyak sekali cara untuk menjaga kesehatan fisik, salah satu caranya adalah dengan cara berolahraga. Aktivitas fisik atau berolahraga merupakan suatu kewajiban untuk memenuhi kebutuhan biologis setiap individu. Selain itu, olahraga dapat membantu meningkatkan kesehatan, menjernihkan pikiran, menghilangkan stress, meningkatkan koordinasi tubuh dan mengurangi resiko terkena penyakit.

Mengutip riset yang dilakukan oleh Nielsen pada Nielsen Global Wellness and Health Survey pada tahun 2013 bahwa secara global sebagian responden telah menerapkan berbagai metode untuk menurunkan berat badan. Tiga perempat dari responden mencoba menggunakan metode diet dan sebanyak 72 persen lainnya

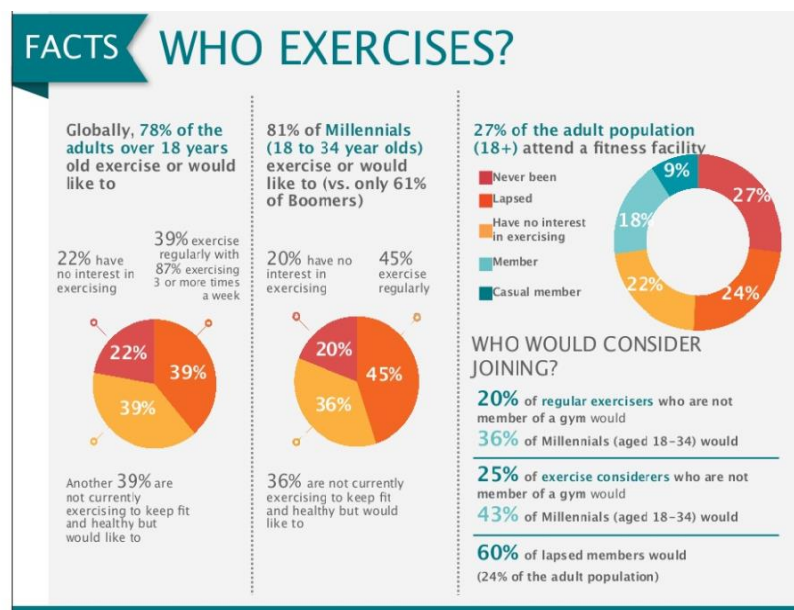
menggunakan cara olahraga. Sisanya adalah responden yang meminum pil diet sebanyak 11 persen, menggunakan obat yang telah di resepkan oleh dokter sebanyak 7 persen dan sisanya menggunakan metode yang tidak di sebutkan dalam survey sebanyak 6 persen (Nielsen, 2015).



Gambar 1.1 Metode orang untuk menurunkan berat badan

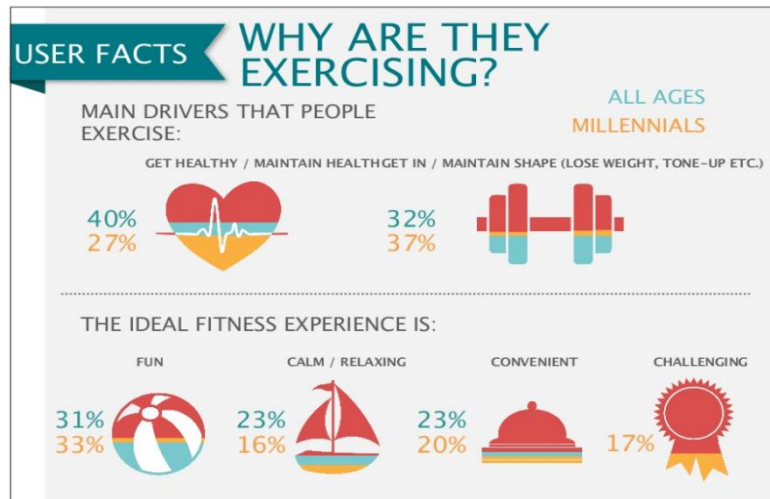
Sumber : Nielsen Report

Dilansir dari situs Nielsen pada tahun 2014 kebiasaan masyarakat secara global sebanyak 39 persen orang dewasa yang usianya lebih dari 18 tahun telah melakukan olahraga secara teratur dimana telah berolahraga sebanyak tiga kali atau lebih dalam seminggu. Sebanyak 39 persen usia diatas 18 tahun juga terdapat potensi melakukan olahraga secara rutin. Untuk mendapatkan kondisi tubuh yang prima. Survey yang dilakukan oleh Nielsen juga mencatat alasan terpenting orang berolahraga saat ini adalah menjaga kesehatan sebanyak 40 persen dan untuk mendapatkan atau menjaga tubuh agar tetap ideal sebanyak 3 persen. Gambaran olahraga yang ideal yang tercantum dalam survey tersebut adalah yang menyenangkan atau *fun*, menyenangkan dan memberikan kemudahan atau *convenient* (Nielsen, 2014).



Gambar 1.2 Survey Nielsen Global Terhadap Perilaku Market 18 Tahun Keatas.

Sumber : Nielsen Report



Gambar 1.3 *Survey Nielsen Global Tentang Alasan Berolahraga dan Gambaran Kebugaran yang Ideal.*

Sumber: Nielsen Report

Menurut kumparan, dari survey menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia tentang pentingnya olahraga masih tergolong rendah dibanding negara lainnya di Asia Pasifik. Hanya tercatat sebanyak 63 yang didalamnya tercatat bahwa sebanyak 69 persen laki-laki melakukan olahraga sekitar 2-3 jam per minggu. Sedangkan 58 persen perempuan hanya menghabiskan 1,7 jam setiap minggunya (Dimara, 2017).

Mengutip dari Kompas, riset telah dilakukan dengan melibatkan 11.000 responden yang memiliki rentang usia diatas 18 tahun dari sebanyak 16 negara termasuk Indonesia. Riset ini dilakukan oleh AIA Healthy Living Index 2019 yang menuturkan bahwa di negara Indonesia rata-rata masyarakat mengalokasikan pengeluarannya hanya sebesar 5 persen untuk kegiatan olahraga. Sebanyak 50 persen untuk pembelian makanan dan 30 persen lainnya untuk mengikuti tes kesehatan. Selain itu terdapat beberapa alasan mengapa sebagian orang malas untuk berolahraga, antara lain karena memerlukan usaha yang banyak sebanyak

37 persen, memilih melakukan hal selain olahraga sebanyak 32 persen dan merasa tidak efektif sebanyak 30 persen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar orang merasa membutuhkan waktu dan biaya jika ingin berolahraga secara rutin (Tashandra, 2018).

Dikutip dari Berita Satu, berdasarkan laporan dari International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) pada tahun 2016, industri pusat kebugaran di seluruh dunia mencapai pendapatan senilai US\$ 81 miliar. Survey dari MarketResearch.com mencatat bahwa pada tahun 2018 di Asia Pasifik, industri pusat kebugaran mencapai US\$ 21,27 miliar (Suhartadi, 2017). Situs Markeeter.com menyebutkan bahwa di Indonesia sendiri, CEO Gold's Gym, Francis Wanandi menuturkan, pertumbuhan industri pusat kebugaran penetrasinya hanya sebesar 1,2 persen. Lebih rendah jika dibandingkan negara tetangga lainnya seperti Malaysia sebesar 4,3 persen dan Singapura sebesar 8 persen. Hal ini disebabkan karena faktor kesadaran dari diri sendiri yang masih rendah. Masyarakat cenderung cepat bosan dan masih banyak yang beranggapan olahraga untuk bersenang-senang padahal olahraga sangat berkaitan dengan komitmen.

Dalam bahasa Inggris, arti kata *fitness center* berasal dari kata *fitness* dan *center*, yang jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti *fitness* artinya kebugaran dan *center* artinya pusat, maka *fitness center* adalah pusat kebugaran.

Menurut Giriwijoyo yang dikutip oleh (Suharjana, 2013) menjelaskan bahwa pusat kebugaran / *fitness center* merupakan sarana untuk memfasilitasi aktivitas olahraga baik menggunakan alat maupun tidak menggunakan alat yang

berada di area dalam ruangan. Fitness center merupakan usaha perekonomian yang dibentuk berdasarkan kesadaran masyarakat sekitar akan pentingnya menjaga kesehatan.

Maka dari itu, olahraga merupakan salah satu faktor pendukung tercapainya gaya hidup yang sehat dan memiliki beragam manfaat. Jenis kegiatan olahragapun beragam, mulai dari berenang, olahraga atletik sampai fitness. Bagi mereka yang berada di lingkungan perkotaan, sangat mudah ditemui berbagai studio untuk berolahraga mulai di pusat perbelanjaan, perkantoran atau area strategis lainnya.

Dilihat dari segi kebutuhan tersebut, ditangkap oleh berbagai pusat kebugaran / *fitness center* yang berbentuk *fitness studio*.

Di kota Bandung sendiri, terdapat beragam *fitness center* dalam bentuk *fitness studio* diantaranya Amity Studio, Amora Studio, Sensa Studio dan masih banyak lagi. *Fitness Studio* sendiri adalah pusat kebugaran yang bentuk tempatnya layaknya sebuah studio, terdapat alat-alat yang digunakan untuk menunjang setiap aktivitas dan pada umumnya area tersebut digunakan untuk melakukan beberapa aktivitas olahraga seperti Pilates, Yoga, Zumba, Aerobik, TRX, Muay Thai dll.

Berikut merupakan beberapa fitness studio yang terdapat di kota Bandung yang disajikan pada Tabel 1.1

No	Nama Fitness Studio	Alamat
1.	Amora Studio	Jl. Tamansari No.48, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116
2.	Sensa Studio	Jl. Terusan Jakarta No.174, Antapani Tengah, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat 40291
3.	Seira Studio	Jl. Buah Batu No.27, Burangrang, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262
4.	Amity Studio	Jl. Gandapura No.55, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40113

Tabel 1.1 Tempat Fitness Studio di Kota Bandung

Sumber : Google.com

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa Amity Studio memiliki beragam kompetitor yang menimbulkan persaingan antar usaha kebugaran (*fitness center*), khususnya di Kota Bandung. Penyedia jasa dituntut untuk semakin meningkatkan mutu perusahaan yang bertujuan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Hal yang perlu diperhatikan juga yaitu ketepatan dari seri harga , strategi pemasaran sampai strategi bersaing yang tepat untuk menghadapi persaingan yang tinggi agar mendapatkan konsumen yang loyal sangat dibutuhkan pada situasi ini.

Amity Studio adalah salah satu pemain industry jasa di bidang *Fitness Center* yang sudah berdiri sejak tahun 2015 yang terletak Jl. Gandapura No.55,

Kota Bandung, Jawa Barat. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk membuat strategi bersaing untuk objek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan mengetahui strategi yang tepat digunakan Amity Studio untuk mencapai keunggulan bersaing. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat digunakan Amity Studio untuk mencapai keunggulan bersaing

1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat 3 buah pertanyaan yang terkait dalam penelitan strategi bersaing Amity Studio di Kota Bandung, yaitu:

1. Strategi bersaing apa yang dilakukan oleh Amity Studio sekarang ini?
2. Bagaimana analisis lingkungan internal dan eksternal pada Amity Studio?
3. Apa strategi yang tepat dilakukan oleh Amity Studio berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan identifikasi masalah yang akan diteliti di dalam penelitian mengenai strategi bersaing Amity Studio dalam menghadapi persaingan industri usaha kebugaran (Fitness Center), memiliki tujuan:

1. Strategi bersaing seperti apa yang sudah diterapkan oleh Amity Studio
2. Mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal Amity Studio dalam menghadapi persaingan
3. Merancang strategi bersaing yang tepat berdasarkan SWOT untuk Amity Studio

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis yang didapatkan dari penelitian ini adalah dapat menambah pustaka didalam bidang ilmu teori-teori dalam menerapkan strategi bersaing

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran yang memiliki nilai manfaat terhadap perusahaan, khususnya dalam pandangan mengenai strategi bersaing yang bertujuan untuk menarik konsumen.