



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Publik Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Analisis Strategi Bersaing Adelle Jewellery

Skripsi

Oleh

Dimas Putra Widyotomo

6081901154

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Publik Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Analisis Strategi Bersaing Adelle Jewellery

Skripsi

Oleh

Dimas Putra Widyotomo

6081901154

Pembimbing

Theresia Gunawan, Ph. D

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi


Nama : Dimas Putra Widyotomo
Nomor Pokok : 6081901154
Judul : Analisis Strategi Bersaing Adelle Jewellery

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 5 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji


Ketua sidang merangkap anggota

Adrianus Tirta, S.E., M.M.

: 


Sekretaris

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

: 

Anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dimas Putra Widyotomo

NPM : 6081901154

Judul : Analisis Strategi Bersaing Adelle Jewellery

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

Pernyataan yang telah saya buat dan ditulis langsung oleh penulis yakni, saya sendiri, merupakan pernyataan yang dapat dipertanggungjawabkan dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar atau tidak valid.

Bandung, 23 Juni 2023

A 10,000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPLAS RIBU RUPIAH', '10000', 'METRIS', and 'TEMPEL'. The serial number 'A7C35AKX416867017' is visible at the bottom.

Dimas Putra Widyotomo

ABSTRAK

Dikarenakan kondisi pandemi covid-19 yang terjadi di tahun 2019, maka tidak dapat dipungkiri bahwa sempat terjadinya kemunduran yang dialami oleh perkembangan industri di setiap sektornya khususnya di Indonesia. Industri berlian menjadi salah satu sektor industri di Indonesia yang terkena dampak dari pandemi covid-19, namun seiring berjalannya waktu setiap sektor industri yang terdampak mulai mengalami pemulihan dengan strategi yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan di sektor industri nya sendiri.

Adelle Jewellery merupakan perusahaan yang berada di dalam industri berlian yang sudah berdiri sejak tahun 2013. Adelle Jewellery terbukti sebagai merek premium dengan desain produk yang memiliki keunikan tersendiri beserta kualitas yang tinggi. Adelle Jewellery adalah sebuah *retail store brand* yang berarti bahwa bisnis model yang dimiliki oleh perusahaan adalah *business to customer (B2C)*.

Untuk dapat memulihkan perusahaan, Adelle Jewellery mempertimbangkan perubahan tren pasar dan pergeseran pole penggunaan teknologi. Sehingga dengan adanya pertimbangan yang dilakukan dan dilaksanakan oleh Adelle Jewellery, maka Adelle Jewellery dapat memulihkan perusahaan dengan cepat sesuai dengan strategi yang sudah dijalankan selama ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang selama ini digunakan oleh Adelle Jewellery dan menganalisis kondisi perusahaan agar dapat mengetahui apakah strategi yang digunakan masih relevan serta dapat merekomendasikan strategi bersaing yang sesuai untuk masa yang akan datang.

Metode penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif analisis yang digunakan untuk menganalisis fenomena yang terjadi di perusahaan berdasarkan data primer maupun sekunder yang dapat digambarkan melalui penelitian ini. Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari 3 macam, yaitu analisis internal yang mencakup empat aspek dalam fungsi bisnis; analisis eksternal yang meliputi *Porter's Five Forces* dan PESTEL; serta analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bersaing yang digunakan oleh Adelle Jewellery saat ini adalah *focused differentiation strategy* yang dimana strategi bersaing yang saat ini diadaptasi oleh Adelle Jewellery sudah relevan dengan kondisi dan kebutuhan perusahaan. Rekomendasi strategi bersaing yang sesuai untuk digunakan di masa mendatang yaitu tetap mempertahankan *focused differentiation strategy* yang selama ini sudah dilaksanakan oleh perusahaan. Saran yang dapat diberikan peneliti yaitu melakukan campaign dengan tema peduli lingkungan, pengadaan program pelatihan peningkatan etos kerja pegawai perusahaan, dan pengoptimalisasian pabrik di Indonesia yang dimiliki oleh perusahaan.

Kata kunci: Strategi bersaing, empat fungsi bisnis, Porter's Five Forces, PESTEL, analisis SWOT, *focused differentiation strategy*

ABSTRACT

Due to the conditions of the covid-19 pandemic that occurred in 2019, it cannot be denied that there was a setback experienced by industrial development in each sector, especially in Indonesia. The diamond industry is one of the industrial sectors in Indonesia that has been affected by the covid-19 pandemic, but over time each affected industrial sector has begun to experience recovery with strategies carried out by each company in its own industrial sector.

Adelle Jewellery is a company in the diamond industry that has been established since 2013. Adelle Jewellery has proven to be a premium brand with unique product designs and high quality. Adelle Jewellery is a retail store brand, which means that its business model is business to customer (B2C).

To be able to recover the company, Adelle Jewellery considers changes in market trends and shifts in the pole of technology use. So that with the considerations made and implemented by Adelle Jewellery, Adelle Jewellery can recover the company quickly in accordance with the strategies that have been implemented so far.

This study aims to determine the competitive strategy that has been used by Adelle Jewellery and analysed the condition of the company in order to determine whether the strategy used is still relevant and can recommend appropriate competitive strategies for the future.

This research method is a qualitative descriptive analysis used to analyse phenomena that occur in companies based on primary and secondary data that can be described through this research. The results of this study were obtained through interviews and literature studies. The data analysis technique in this research consists of 3 kinds, namely internal analysis which includes four aspects of business functions; external analysis which includes Porter's Five Forces and PESTEL; and SWOT analysis.

The results of this study indicate that the competitive strategy used by Adelle Jewellery is currently a focused differentiation strategy, which is a competitive strategy currently adapted by Adelle Jewellery is relevant to the conditions and needs of the company. Recommendations for competitive strategies that are suitable for use in the future are to maintain the focused differentiation strategy that has been implemented by the company. Suggestions that can be given by researchers are conducting campaigns with the theme of care protect, procuring training programs to increase the work ethic of company employees, and optimizing factories in Indonesia owned by the company.

Key Words: Competitive strategy, four business functions, Porter's Five Forces, PESTEL, SWOT analysis, focused differentiation strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan YME karena hanya dengan kehendaknya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Adelle Jewellery”. Penciptaan skripsi ini dibuat dengan maksud agar dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan yang ditetapkan demi mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis menyadari masih banyaknya kekurangan yang dimiliki dalam skripsi ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu penulis tetap memerlukan bimbingan, arahan, dan saran agar skripsi ini bisa menjadi lebih sempurna, dan dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai macam pihak dalam bentuk bimbingan, semangat, dan doa. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ani Tidara Sari selaku ibunda penulis yang selalu mendukung penulis dari berbagai macam aspek selama ini mulai dari kecil hingga penulis menjalankan dan menyelesaikan skripsi penulis di Universitas Katolik Parahyangan.
2. Keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan secara jasmani maupun rohani dalam proses penyelesaian skripsi penulis.
3. Ibu Theresia Gunawan, Ph. D., selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam membimbing penulisan skripsi ini dari awal hingga selesai. Penulis memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya atas

segala waktu, tenaga, dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.

4. Bapak Prof. Tri Basuki Joewono Ph. D., selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan FISIP Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Shelvi, S.AB., MM., selaku Ketua Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
7. Seluruh dosen beserta staf Program Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
8. Salah satu pendiri sekaligus CEO (*Chief Executive Officer*) dari Adelle Jewellery yang telah membantu penulis dalam memperoleh data pendukung sebagai kelengkapan hasil skripsi penulis.
9. Seluruh jajaran staf Biro Kemahasiswaan dan Alumni yang selama ini telah membantu penulis sehingga bisa selalu lancar dalam proses perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
10. Febianna Adriano dan Febianne Adriano yang baik hati mau meluangkan waktu untuk memberi arahan dalam tahapan penulisan skripsi penulis.
11. Viona Ruth, David Hudijana, dan Fahdan Tandri Faadila yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi hingga tahap pengumpulan.
12. Sahabat penulis yaitu Philodiva Taufiq Khalish yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi penulis agar berjalan sesuai dengan batas yang sudah ditentukan.
13. Keluarga besar Tata Tertib 2019 yang menemani dan memberikan dukungan dalam situasi dan kondisi apapun khususnya dalam proses penulisan skripsi
14. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut terlibat dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	<i>i</i>
ABSTRACT	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 KERANGKA TEORI & METODOLOGI	7
2.1 Strategi	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2 Tingkatan Strategi	8
2.2 Strategi Bersaing	9
2.2.1 Pengertian Strategi Bersaing	9
2.3 Strategi Generik	9
2.3.1 Lima Strategi Generik Michael Porter	9
2.4 Manajemen Strategi.....	15
2.4.1 Pengertian Manajemen Strategi	15
2.4.2 Tahapan Manajemen Strategi	16
2.4.3 Analisis Eksternal dan Internal	19
2.5 Penelitian Terdahulu	33
2.6 Jenis Penelitian	36
2.7 Metode Penelitian	37
2.8 Operasional Variabel.....	38
2.9 Teknik Pengumpulan Data.....	41
2.10 Wawancara	41
2.11 Studi Kepustakaan.....	42
2.12 Sumber Data	43
2.12.1 Data Primer	43
2.12.2 Data Sekunder	44
2.13 Teknik Analisis Data	44

2.13.1 Analisis Internal	44
2.13.2 Analisis Eksternal.....	45
2.13.3 Model Penelitian.....	45
BAB 3 TEMUAN & HASIL	48
3.1 Objek Penelitian.....	48
3.1.1 Profil Perusahaan.....	48
3.1.2 Sejarah Perusahaan	49
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	50
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
3.1.5 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....	58
3.2 Pembahasan Hasil	59
3.2.1 Strategi yang Selama Ini Diterapkan Perusahaan.....	59
3.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	60
3.2.3 Analisis Lingkungan Internal	73
3.2.4 Analisis Internal dan Eksternal	82
3.2.5 Strategi Bersaing yang Direkomendasikan untuk Perusahaan	94
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN	97
4.1 Kesimpulan	97
4.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dari Berpikir Strategis tentang Situasi Perusahaan hingga Memilih Startegi	19
Gambar 2.2 The Five-Forces Model of Competition.....	23
Gambar 2.3 Struktur Model Penelitian	46
Gambar 3.1 Logo Adelle Jewellery	48
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	51
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	52
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	53
Gambar 3.5 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	54
Gambar 3.6 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	55
Gambar 3.7 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	56
Gambar 3.8 Struktur Organisasi Adelle Jewellery.....	57

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Table 2.2 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.1 Competitive Profile Matrix Adelle Jewellery	72
Tabel 3.2 SWOT Analisis Adelle Jewellery	82
Tabel 3.3 Matrix SWOT Analisis Adelle Jewellery	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat perkembangan industri, tidak dapat kita pungkiri bahwa perkembangan industri yang ada sempat mengalami kemunduran dan tidak berjalan dengan mulus dikarenakan kondisi pandemi global yang melanda. Meski sempat mengalami kemunduran dan keterpurukan, perkembangan industri terbukti mulai mengalami kemajuan seiring dengan berjalannya waktu. Tahun 2020 tercatat telah menjadi tahun yang sulit bagi banyak industri. Salah satu perusahaan yang terdampak dari hantaman covid pada tahun 2020 yaitu perusahaan yang bergerak di industri berlian. Hal ini terlihat dari laporan tahun 2020 dimana penjualan perhiasan berlian tercatat turun sebanyak 14% dan penjualan berlian kasar turun sebanyak 31% (The Business Research Company, 2023). Namun menurut kementerian PPN / Bappenas dalam hal ini Indonesia juga melakukan upaya percepatan pemulihan sektor industri dengan membidik skenario pertumbuhan industri yang positif meski ekonomi sedikit melambat. “Mengacu rilis BPS, pada triwulan I perekonomian Indonesia tumbuh 3 persen. Bandingkan dengan negara lain, China -6,8 persen, Hongkong -8 dan Eropa turun cukup besar. Nah, yang turun relatif kecil, 60 persen atau lebih kecil dari biasanya adalah Indonesia dan Korea untuk triwulan I,” jelas Deputy Bidang Ekonomi Kementerian PPN / Bappenas Bambang Prijambodo dalam KSIxChange, Kamis (14/5) (Kementerian PPN/Bapenas, 2020). Sebagai hasilnya, industri berlian terbukti memberikan

pertumbuhan spektakuler di tahun 2021. Secara umum industri berlian berkinerja sangat baik dan keluar dari situasi krisis dengan posisi yang baik untuk pertumbuhan masa depan. Hal ini dapat dibuktikan melalui pendapatan industri pulih lebih cepat dari yang diharapkan dan dengan cepat melampaui hasil 2019. Pada tahun 2021, pendapatan meningkat 62% di segmen penambangan berlian, 55% untuk pemotongan dan pemolesan, dan 29% untuk ritel perhiasan berlian (Linde et al., 2021). Adapun, pasar berlian global sendiri dilaporkan mengalami pertumbuhan dari \$2,43 miliar pada tahun 2022 menjadi \$2,55 miliar pada tahun 2023 dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 5,2%. Pertumbuhan ini sendiri didorong oleh meningkatnya populasi di negara-negara berkembang, meningkatnya pendapatan, meningkatnya permintaan, dan juga ketersediaan kredit (The Business Research Company, 2023).

Berkaitan dengan perkembangan industri berlian global, Indonesia sendiri merupakan salah satu pemain penting. Hal ini berkaitan dengan Indonesia yang menjadi salah satu negara dengan produksi dan ekspor berlian dalam jumlah besar. Pasar berlian Indonesia tercatat mengalami lonjakan pada tahun 2021 dan naik 37% dibandingkan tahun sebelumnya. Selama periode yang ditinjau, total konsumsi menunjukkan peningkatan yang kuat dari tahun 2012 hingga 2021 dimana nilainya meningkat pada tingkat tahunan rata-rata +5,1% selama sembilan tahun terakhir. Berdasarkan angka tahun 2021, konsumsi meningkat sebesar +144,3% terhadap indeks tahun 2017. Konsumsi berlian terbukti juga memuncak pada tahun 2021 dan kemungkinan akan terus tumbuh dalam waktu dekat (IndexBox, 2023). Membahas mengenai dengan perkembangan pasar berlian di Indonesia yang semakin

berkembang pesat, Adelle Jewellery sebagai salah satu pilar dari perusahaan berlian terkemuka di Indonesia tentunya tidak jauh dari sorotan.

Adelle Jewellery merupakan perusahaan berlian yang sudah berdiri sejak tahun 2013. Adelle Jewellery sendiri memiliki misi untuk membuat mahakarya yang berkonsep dan memiliki *emotional value*. *emotional value* sendiri dapat diartikan sebagai produk yang menciptakan sebuah afeksi atau perasaan tersendiri yang tertempel dalam stigma konsumen yang membeli produk tertentu sesuai dengan yang mereka inginkan dan rasakan. Adelle Jewellery terkenal dengan produknya yang memiliki desain indah serta berkualitas tinggi. Adelle Jewellery juga terbukti telah memantapkan dirinya sebagai merek premium di industri berlian melalui fokusnya pada kualitas dan desain yang diciptakannya. Perusahaan Adelle Jewellery sendiri menawarkan berbagai produk, termasuk cincin pertunangan, cincin pernikahan, anting, kalung, dan masih banyak lagi. Sebagai bagian dari industri perhiasan yang sangat kompetitif, Adelle Jewellery harus terus beradaptasi dengan perubahan tren pasar, preferensi konsumen maupun perubahan teknologi untuk mempertahankan posisinya sebagai perusahaan berlian terkemuka. Kemampuan adaptasi Adelle Jewellery yang baik dapat dibuktikan pada saat pandemi Covid-19 terjadi, penurunan tingkat pendapatan (*financial*) yang cukup signifikan mampu diatasi dengan melakukan upaya yang mempertimbangkan perubahan tren pasar dan pergeseran pola penggunaan teknologi. Adapun upaya yang dilakukan yaitu dengan mengadakan lelang secara online pertama di Indonesia yang dilakukan secara periodik dan diikuti oleh ratusan peserta dalam hal ini adalah segmen pasar yang ditargetkan. Selain itu Adelle Jewellery juga mengubah

paradigma perusahaan bisnis konvensional menjadi bisnis daring (*online*) atau berbasis digital sesuai dengan perubahan pola tren pasar dan teknologi yang terjadi.

Menjadi sesuatu hal yang menarik untuk diteliti selain karena kemampuan perusahaan dalam bertahan di Industri sejenis, perusahaan juga dapat bersaing dengan pesaingnya. Adelle Jewellery dapat terbilang baru dalam industri berlian, hal ini dikarenakan pesaing-pesaingnya jauh lebih dulu berdiri di bandingkan Adelle Jewellery. Mondial yang berdiri di tahun 1979, Frank & Co yang berdiri di tahun 1996, dan The Palace yang berdiri di tahun 2013 merupakan pesaing yang dimiliki oleh Adelle Jewellery sejak berdirinya perusahaan tersebut di tahun 2013. Berdasarkan kemampuan eksistensi dan daya saing yang dimiliki Adelle Jewellery dalam mempertahankan keberadaan dan posisinya sebagai salah satu merk berlian terkemuka di Indonesia, maka dari itu penulis melihat hal tersebut menjadi hal yang menarik untuk diteliti guna dapat memahami lanskap strategi persaingan perusahaan dan menganalisis strategi bersaing perusahaan yang tepat untuk kesuksesan perusahaan yang berkelanjutan di kemudian hari. Berkaitan dengan hal ini maka penulis memilih “Analisis Strategi Bersaing Adelle Jewellery” sebagai judul atau topik penelitian.

1.2 Identifikasi Masalah

Berlian dengan signifikansi permintaan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun telah menimbulkan persaingan di pasar berlian di Indonesia semakin meningkat. Persaingan yang semakin ketat di pasar berlian tentunya membuat berbagai perusahaan berlian berupaya untuk mengatur strategi bersaingnya agar tetap dapat bertahan dan bersaing dalam pasar. Melihat Adelle Jewellery sebagai salah satu perusahaan berlian terkemuka di Indonesia yang mampu mempertahankan posisinya dalam pasar berlian di Indonesia. Maka dari itu ada beberapa perumusan masalah yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Strategi bersaing apa yang sudah digunakan oleh Adelle Jewellery ?
2. Apakah strategi Adelle Jewellery yang sudah digunakan relevan dengan perusahaan ?
3. Strategi bersaing apa yang sesuai untuk digunakan Adelle Jewellery di masa yang akan datang ?

1.3 Tujuan Masalah

Tujuan yang ingin dicapai dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi bersaing apa yang sudah digunakan oleh Adelle Jewellery
2. Untuk mengetahui apakah strategi Adelle Jewellery yang sudah digunakan relevan dengan perusahaan selama ini
3. Untuk mengetahui strategi bersaing apa yang sesuai untuk digunakan Adelle Jewellery di masa yang akan datang

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis dalam hal ini berharap agar bentuk penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan sarana pembelajaran serta evaluasi bagi pihak perusahaan, pihak yang memerlukan, maupun penulis sendiri.

Adapun harapan penulis sebagai berikut :

- **Bagi Pihak Perusahaan**

Membantu perusahaan agar perusahaan dapat mengetahui strategi bersaing yang tepat untuk dapat mempertahankan posisinya pada pasar berlian di Indonesia pada masa kini dan masa mendatang. Penelitian ini juga diharapkan dapat meminimalisir dan mencegah kejadian yang tidak diharapkan serta dapat membangun strategi inovasi yang baru guna memajukan perusahaan.

- **Bagi Pihak yang Memerlukan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memaparkan informasi serta dijadikan sebagai sumber informasi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait dengan strategi bersaing perusahaan.

- **Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat menjadi sebagai pengalaman yang bernilai dalam upaya untuk menambah kemampuan penulis dalam mengembangkan ilmu terutama berkaitan dengan memahami gambaran mengenai bagaimana strategi bersaing yang tepat bagi sebuah perusahaan. Adapun penelitian ini bermanfaat sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir penulis.