

INTISARI

Persaingan media massa semakin ketat dengan hadirnya industri media berbasis digital. Tumbuhnya media digital di Indonesia menjawab tantangan jaman yang semakin canggih. Media digital semakin digemari masyarakat karena penyajian yang cepat dan bisa diakses dimana saja. Kompas terus berinovasi dalam menyajikan jurnalistik yang berkualitas melalui produk digitalnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor sukses kunci dalam industri dan persaingannya, menganalisis dan mengidentifikasi keunggulan bersaing produk digital Kompas, serta memformulasi strategi bersaing produk digital Kompas. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan melakukan analisis lingkungan eksternal perusahaan menggunakan analisis lingkungan makro-PESTEL, analisis industri menggunakan *Five Forces Porter*, dan analisis menggunakan faktor sukses kunci. Analisis lingkungan internal perusahaan dilakukan dengan analisis rantai nilai, dan VRIO-keunggulan kompetitif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diterapkan Kompas adalah strategi diferensiasi produk, karena strategi ini dinilai yang paling sesuai dengan kondisi perusahaan. Strategi diferensiasi dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keunikan terhadap pesaing

Kata Kunci: strategi bersaing, faktor sukses kunci, keunggulan bersaing,

ABSTRACT

Mass media competition is getting tighter with the presence of digital-based media industry. The growth of digital media in Indonesia answers the challenges of an increasingly sophisticated era. Digital media is increasingly popular with the public because of its fast presentation and can be accessed anywhere. Kompas continues to innovate in presenting quality journalism through its digital products.

. This study aims to analyze and identify the key success factors in the industry and its competition, analyze and identify competitive advantages of Kompas digital products, and formulate competitive strategies for Kompas digital products. This research is qualitative descriptive, by analyzing the external environment of the company using macro-PESTEL environmental analysis, the industry analysis using Five Forces Porter, and the analysis using the key success factors. The analysis of the internal environment of the company is done by the value chain analysis, and VRIO-competitive advantage.

The results of this study indicate that the strategy applied by Kompas is a product differentiation strategy because this strategy is considered to be the most appropriate to the conditions of the company. Differentiation strategies are carried out by the companies to get uniqueness towards competitors.

Keywords: *competitive strategy, key success factors, competitive advantage*