

INTISARI

Perkembangan ekonomi Indonesia mendorong peningkatan potensi persaingan dalam suatu industri. Terdapat beberapa Distributor resmi produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di Sumbawa, namun para distributor ini juga bersaing dengan para penjual daring. PT Unggul Raya Lestari (PT URL) sebagai salah satu pemain dalam industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) sebagai distributor memiliki kompetensi untuk menawarkan produk-produk dari beberapa merek terkenal. Namun kinerja PT URL berdasarkan penjualan menunjukkan penurunan.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan metode wawancara, kuesioner serta studi literatur data primer dan data sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis persaingan dengan memerhatikan faktor eksternal dan faktor internal yang memengaruhi bisnis PT URL dan kemudian memformulasikan strategi bersaing yang sesuai untuk PT URL dalam menghadapi persaingan. Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis lingkungan makro atau PESTEL, analisis Lima Kekuatan Porter, Analisis Faktor Sukses Kunci, Analisis Rantai Nilai, dan Analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi strategi bersaing untuk PT URL adalah strategi kepemimpinan biaya yang menjangkau pasar luas dengan biaya rendah. Strategi ini dapat dilakukan dengan melakukan penjualan daring melalui lokapasar maupun website perusahaan.

Kata kunci: Faktor Sukses Kunci, Lima Kekuatan Porter, PESTEL, Rantai Nilai, SWOT, Strategi bersaing.

ABSTRACT

The development of the Indonesian economy encourages an increase in the potential for competition in an industry. There are several official distributors of Fast Moving Consumer Goods (FMCG) products in Sumbawa, but these distributors also compete with online sellers. PT Unggul Raya Lestari (PT URL) as one of the players in the Fast Moving Consumer Goods (FMCG) industry as a distributor has the competence to offer products from several well-known brands. But PT URL's performance based on sales showed a decline.

This study used data collection methods with interviews, questionnaires, and literature studies on primary data and secondary data. This study aims to conduct a competitive analysis by paying attention to external factors and internal factors that influence PT URL's business and then formulate appropriate competitive strategies for PT URL in facing competition. The data analysis method used in this research is macro-environmental analysis or PESTEL, Porter's Five Forces analysis, Key Success Factor Analysis, Value Chain Analysis, and SWOT Analysis.

Based on the research results, the recommended competitive strategy for PT URL is a cost leadership strategy that reaches a wide market with low costs. This strategy can be carried out by selling online through market outlets and the company's website.

Keywords: Competitive strategy, Five Forces, Key Success Factors, PESTEL, SWOT, Value Chain