

## ABSTRAK

Metaverse merupakan dunia virtual yang dapat membawa suatu pengalaman mendekati dunia nyata. Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan teknologi Metaverse saat ini sedang meningkat dan diminati oleh perusahaan-perusahaan yang berbasis teknologi, PT XYZ sebagai perusahaan *start up virtual reality* di Indonesia telah berinovasi dalam dunia *Metaverse* melalui produk-produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor kunci keberhasilan dan memberikan saran atas strategi bersaing yang dapat diimplementasikan oleh PT XYZ untuk bersaing dalam industri *Metaverse* di Indonesia, serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi hambatan, peluang dan tantangan PT XYZ.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara dan observasi menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh dari pihak terkait. Analisis strategi bersaing yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis teori PESTEL, *Porter's Five Forces*, dan Faktor Kunci Keberhasilan (KSF). Kemudian untuk mengetahui kondisi internal Perusahaan yaitu menggunakan analisis VIRO yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis SWOT/TOWS, keunggulan kompetitif sebagai formulasi strategi bisnis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi PT XYZ dalam menjalankan bisnisnya di industri Metaverse di Indonesia. Penelitian ini menghasilkan beberapa rekomendasi strategi bersaing yang tepat untuk diimplementasikan oleh PT XYZ diantaranya strategi fokus diferensiasi dengan berfokus pada keunggulan kompetitif untuk *niche market* dengan membuat produk-produk metaverse yang memiliki inovasi tinggi.

Kata Kunci: Faktor Internal, Faktor Eksternal, Keunggulan Bersaing, Strategi Bisnis, Metaverse.

## **ABSTRACT**

*Metaverse is a virtual world that can bring an experience close to the real world. In recent years, the development of Metaverse technology is currently increasing and in demand by technology-based companies, PT XYZ as a virtual reality start-up company in Indonesia has innovated in the Metaverse world through its products. The purpose of this study is to know and identify key success factors and provide advice on competitive strategies that can be implemented by PT XYZ to compete in the Metaverse industry in Indonesia, as well as identify internal and external factors that become obstacles, opportunities, and challenges of PT XYZ.*

*The research method used in this study is descriptive qualitative. Data collection was carried out through interview and observation techniques using primary data and secondary data obtained from related parties. The analysis of competitive strategies used in this study is the analysis of PESTEL, Porter's Five Forces, and Key Success Factors (KSF). To find out the Company's internal condition by using VIRO analysis which is then analyzed again using SWOT / TOWS analysis, competitive advantage as a business strategy formulation.*

*The results of this study show that there are several internal and external factors that impact on PT XYZ business in the Metaverse industry in Indonesia. This research produced several recommendations for the right competitive strategy to be implemented by PT XYZ including a differentiation focus strategy by focusing on competitive advantages for niche markets by making metaverse products that have high innovation.*

**Keywords:** *Business Strategy, Competitive Advantage, External Factors, Internal Factors, Metaverse.*