

ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi memberikan dampak positif dalam dunia bisnis, hal dimulainya dengan perubahan perilaku konsumen yang lebih memahami dunia digital dan terjadi transformasi bisnis dimana bisnis dapat dilakukan kapanpun, dimana pun dan oleh siapa pun. Tidak hanya tantangan perubahan perilaku konsumen, pada masa periode 2013-2016 X memiliki tantangan penjualan yang menurun akibat oli palsu yang berdampak pada penurunan penjualan. Untuk menjawab tantangan ini dan bisa kembali meningkatkan penjualan serta dipercayai oleh konsumennya, PT X melakukan inovasi dengan peluncuran aplikasi online *XARE (X Advantage Reward)* sebagai sarana untuk menciptakan keunggulan bersaing dan memenangkan persaingan di pasar. Proses inovasi digital oleh PT X dilakukan mulai awal tahun 2017 sampai dengan percobaan implementasi pada *partner* distributornya di Jakarta pada tahun 2018 dan pertengahan tahun 2019 di implementasi di area provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. PT X merupakan bukan perusahaan pertama yang meluncurkan strategi aplikasi digital, nilai keunikan dan manfaat yang diterima oleh konsumen merupakan keunggulan perusahaan untuk bersaing dan dapat diterima oleh pasar.

Penulis melakukan penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor keunggulan PT X melalui strategi aplikasi online *XARE* yang diluncurkan serta menganalisis tingkat keberterimaan aplikasi *XARE* oleh para pelanggannya di area provinsi DI Yogyakarta dengan 5 kota kabupaten. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis studi kasus dengan analisis *Five Force Analysis Porter*, *Resources Based View (RBV)*, *PESTLE Analysis*, serta Inovasi Adopsi dan Difusi untuk mengetahui tingkat keberterimaan atas aplikasi online *XARE*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT X memiliki faktor-faktor keunggulan secara internal yaitu sumberdaya manusia yang kuat dengan persiapan yang terencana serta kebutuhan struktur organisasi yang terpenuhi sampai dengan tingkatan rekan distributor serta dukungan internal di aspek finansial yang kuat. Serta mempertimbangkan segala aspek eksternal yang dapat mempengaruhi keputusannya dalam menentukan strategi yang diambil dan dijalankan oleh perusahaan. Aplikasi digital yang diluncurkan berdasarkan hasil penelitian dapat diterima dengan baik oleh para pelanggannya. Konsumen secara sadar mau menerima inovasi yang ditawarkan serta menggunakannya, tingkat keberterimaan akan aplikasi ini dapat dikatakan baik dan berhasil. Rekomendasi berdasarkan penelitian ini diharapkan perusahaan bisa terus meningkatkan daya saing dengan inovasi yang kontinyu dengan memperbaharui aplikasi digitalnya secara berkala agar bisa terus diterima dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

Kata kunci: aplikasi *online*, five forces analysis Porter, RBV, inovasi dan difusi, keunggulan bersaing.

ABSTRACT

Developments in the world of technology have had a positive impact on the business world, starting with changes in consumer behavior that are more understanding of the digital world and business transformation occurs where business can be done anytime, anywhere and by anyone. Not only the challenge of changing consumer behavior, during the 2013-2016 period, X experienced declining sales challenges due to counterfeit oil which resulted in a decrease in sales. To answer this challenge and be able to increase sales again and be trusted by its customers, PT X innovated by launching an online application XARE (X Advantage Reward) to create competitive advantage and win the competition in the market. The digital innovation process by PT X was carried out from early 2017 until the trial implementation by partner distributor in Jakarta in 2018 and in mid-2019 it was implemented in the areas of Central Java and the Special Region of Yogyakarta. PT X is not the first company to launch a digital application strategy, the unique value and benefits received by consumers are the company's advantages to compete and be accepted by the market.

The author conducted a study aimed at identifying PT X's superiority factors through an online application strategy XARE launched and analyzed the level of acceptance of the application XARE by its customers in the DI Yogyakarta province area with 5 regency cities. This study uses qualitative research methods with analysis of case studies with analysis Five Force Analysis Porter, Resources Based View (RBV), PESTLE Analysis, as well as Adoption and Diffusion Innovation to determine the level of acceptance of the application online XARE.

The results of the study show that PT X has internal superiority factors, namely strong human resources with planned preparations and organizational structure requirements that are met up to the level of fellow distributors and strong financial support. As well as considering all external aspects that can influence the decision in determining the strategy taken and executed by the company. Digital applications launched based on research results are well received by its customers. Consumers consciously want to accept the innovations offered and use them, the level of acceptance of this application can be said to be good and successful. Recommendations based on this research are expected that companies can continue to improve competitiveness with continuous innovation by updating their digital applications regularly so that they can continue to be accepted and in accordance with dynamic market needs.

Keywords: *online application, Porter's five forces analysis, RBV, innovation and diffusion, competitive advantage*