

INTISARI

Industri makanan dan minuman Indonesia terus berkembang dengan cepat, didorong oleh perubahan gaya hidup, pengalaman pelanggan dan permintaan konsumen untuk produk yang lebih mudah diakses dan lebih sehat. PT Agronesia Raya adalah pemain utama di industri ini dan menerapkan strategi diferensiasi melalui inovasi produk dan pengalaman pelanggan yang berfokus pada *Diamond Strategy*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bisnis PT Agronesia Raya dan preferensi pengalaman pelanggan berhubungan satu sama lain, bagaimana kedua komponen ini dapat membantu perusahaan menjadi lebih kompetitif, serta mengusulkan strategi yang tepat pada PT Agronesia Raya.

Berbagai pemangku kepentingan, termasuk pihak internal perusahaan dan pihak eksternal yaitu Asosiasi Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) serta pelanggan Lapis Bogor Sangkuriang PT Agronesia Raya diwawancarai secara menyeluruh dalam penelitian ini. Untuk menilai elemen-elemen yang diterapkan oleh perusahaan, model *Customer Experience* dan *Diamond Strategy* digunakan dalam analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan berkaitan dengan transparansi produk serta layanan digital, dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu, terbukti bahwa perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar makanan olahan dengan menerapkan *Diamond Strategy*. Dengan strategi yang fleksibel dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat memperkuat posisinya.

Kata Kunci: Customer Experience, Diamond Strategy, Pengalaman Pelanggan, Daya Saing, Industri Makanan dan Minuman

ABSTRACT

Indonesia's food and beverage industry continues to evolve rapidly, driven by changing lifestyles, customer experience and consumer demand for more accessible and healthier products. PT Agronesia Raya is a major player in this industry and implements a differentiation strategy through product innovation and customer experience focusing on Diamond Strategy. The purpose of this study is to analyze how PT Agronesia Raya's business strategy and customer experience preferences relate to each other, how these two components can help the company become more competitive, and propose appropriate strategies to PT Agronesia Raya.

Various stakeholders, including internal company parties and external parties, namely the Indonesian Food and Beverage Association (GAPMMI) as well as customers of Lapis Bogor Sangkuriang PT Agronesia Raya were interviewed thoroughly in this study. To assess the elements implemented by the company, the Customer Experience model and Diamond Strategy were used in the analysis. The results show that, a pleasant customer experience that is related to product transparency and digital services, can influence customer loyalty. In addition, it is evident that the company can improve its competitiveness in the processed food market by implementing the Diamond Strategy. With a flexible and customer needs-oriented strategy, the company can strengthen its position.

Keywords: Customer Experience, Diamond Strategy, Customer Experience, Competitiveness, Food and Beverage Industry