

## Redefining Competition: Leveraging Advantages For Market Success

Dina Sarah Syahreza, Alya Audina, Tarisa Putri Artha, Tisa'ul  
Jannah, Juan Carmel Askelon

Universitas Negeri Medan

Email: [dinasarahsyahreza@unimed.ac.id](mailto:dinasarahsyahreza@unimed.ac.id), [alyaaudinaa@gmail.com](mailto:alyaaudinaa@gmail.com), [tarisaputriarthaaa@gmail.com](mailto:tarisaputriarthaaa@gmail.com),  
[jannahtisaul@gmail.com](mailto:jannahtisaul@gmail.com), [juancharmelaskelonsiregar@gmail.com](mailto:juancharmelaskelonsiregar@gmail.com)

**Abstract** This research analyzes the role and impact of developing competitive advantage in the context of market success and company business strategy. The integration of findings from various case studies through qualitative and quantitative approaches provides a holistic picture of how competitive advantage influences consumer preferences and company performance. The research results highlight the significant influence of competitive advantage on consumer purchasing decisions. These findings, supported by Kotler's study and other research, confirm that when companies are able to offer significant added value, whether through product innovation, superior service, or smart marketing strategies, this influences consumers' purchasing choices. Adaptive planning strategies have also proven to be an important key in winning consumer preferences. The use of technology such as big data analytics is a significant element in identifying patterns, trends and relevant information that supports intelligent decision making. Overall, this research highlights that competitive development advantage is not only a goal for companies, but also a strategic foundation that supports overall business operations. This research offers an in-depth look at how competitive advantage is an important element in attracting consumers and maintaining a strong position in a competitive market.

**Keywords:** Competitive Advantage, Consumer Preferences, Business Strategy, Strategic Planning, Big Data Analytics.

**Abstrak** Penelitian ini menganalisis peran dan dampak pengembangan keunggulan bersaing dalam konteks keberhasilan pasar dan strategi bisnis perusahaan. Integrasi temuan dari berbagai studi kasus melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif memberikan gambaran holistik tentang bagaimana keunggulan kompetitif memengaruhi preferensi konsumen dan kinerja perusahaan. Hasil penelitian menyoroti pengaruh yang signifikan dari keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini, didukung oleh studi Kotler dan penelitian lainnya, menegaskan bahwa saat perusahaan mampu menawarkan nilai tambah yang signifikan, baik melalui inovasi produk, layanan unggul, atau strategi pemasaran yang cerdas, hal ini mempengaruhi pilihan pembelian konsumen. Perencanaan strategis yang adaptif juga terbukti menjadi kunci penting dalam memenangkan preferensi konsumen. Pemanfaatan teknologi seperti big data analytics menjadi elemen yang signifikan dalam mengidentifikasi pola, tren, dan informasi relevan yang mendukung pengambilan keputusan yang cerdas. Keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa pengembangan keunggulan bersaing bukan hanya menjadi tujuan bagi perusahaan, tetapi juga menjadi fondasi strategis yang mendukung keseluruhan operasi bisnis. Penelitian ini menawarkan pandangan yang dalam tentang bagaimana keunggulan kompetitif menjadi elemen penting dalam menarik konsumen dan mempertahankan posisi kuat dalam pasar yang kompetitif.

**Kata Kunci:** Keunggulan Bersaing, Preferensi Konsumen, Strategi Bisnis, Perencanaan Strategis, Big Data Analytics.

## PENDAHULUAN

Pasar global saat ini telah menjadi medan yang sangat kompetitif bagi perusahaan di berbagai sektor. Dalam upaya untuk bertahan dan berkembang, organisasi dituntut untuk tidak hanya beradaptasi, tetapi juga mengubah persaingan menjadi sebuah keunggulan yang dapat memberikan nilai tambah. Salah satu pendekatan yang semakin menjadi perhatian adalah pemanfaatan keunggulan sebagai fondasi untuk mencapai kesuksesan pasar.

Menangkap esensi strategi keunggulan ini memerlukan pemahaman mendalam tentang bagaimana perusahaan dapat mengubah persaingan menjadi sebuah alat yang memungkinkan pengambilan keputusan yang cerdas, pengelolaan risiko yang efektif, dan

Received: Oktober 29, 2023; Accepted: Desember 11, 2023; Published: Januari 31, 2024

\* Dina Sarah Syahreza, [dinasarahsyahreza@unimed.ac.id](mailto:dinasarahsyahreza@unimed.ac.id)

pencapaian tujuan jangka panjang. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk tidak hanya memiliki visi yang jelas, tetapi juga kemampuan untuk mengadaptasi strategi yang efektif dalam menghadapi perubahan dinamika pasar.

Dalam konteks ini, penelitian-penelitian sebelumnya telah menyoroti berbagai strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memanfaatkan keunggulan mereka. Studi oleh (Tambahkan nama penelitian/peneliti di sini, dengan kutipan referensi jika ada) menunjukkan bahwa penggunaan strategi diferensiasi produk, fokus pada efisiensi operasional, integrasi teknologi baru, dan peningkatan kualitas layanan dapat menjadi poin-poin kunci dalam mengubah persaingan menjadi keunggulan kompetitif.

Dalam konteks teori manajemen strategis, kerangka analisis Porter tentang strategi kompetitif telah menjadi salah satu landasan untuk memahami bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitifnya. Teori ini menyoroti pentingnya pemilihan strategi yang tepat untuk mengatasi kekuatan persaingan dalam industri yang berbeda.

Dalam tulisan ini, kami akan mengeksplorasi konsep memanfaatkan keunggulan dalam konteks strategi bisnis, menyoroti relevansi kerangka analisis Porter serta berbagai strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengubah persaingan menjadi keunggulan pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi para pemangku kepentingan dalam memahami dinamika pasar yang semakin kompleks dan tuntutan persaingan yang berkembang.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Analisis Industri**

- **Studi Literatur:** Melakukan tinjauan literatur untuk memahami tren industri, faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan, dan perubahan dalam permintaan pasar.

### **2. Kerangka Analisis Porter**

- **Identifikasi Kekuatan Persaingan:** Menerapkan kerangka analisis Porter untuk memahami kekuatan persaingan dalam industri yang dipilih.
- **Penentuan Strategi:** Menyusun strategi berdasarkan kerangka analisis Porter, seperti diferensiasi produk, fokus biaya, atau fokus pasar.

### **3. Studi Kasus Perusahaan**

- **Pemilihan Perusahaan:** Memilih beberapa perusahaan dalam industri yang relevan sebagai studi kasus.
- **Analisis Komparatif:** Menganalisis bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut memanfaatkan keunggulan untuk bersaing dan mempertahankan posisi di pasar.

## 5. Analisis Data

- **Analisis Kualitatif:** Menganalisis data survei dan hasil wawancara untuk mengevaluasi sejauh mana keunggulan berkontribusi terhadap kinerja perusahaan.

## 6. Kesimpulan dan Rekomendasi

- **Penarikan Kesimpulan:** Merangkum hasil penelitian untuk menyoroti temuan utama terkait dengan penggunaan keunggulan dalam mencapai keberhasilan pasar.
- **Rekomendasi:** Menyajikan rekomendasi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi keunggulan mereka.

## HASIL

### 1. Studi Kasus Perusahaan: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebersihlan Produk Sepeda Motor Kawasaki di Kota Manado oleh Henro Suryano Rompas

Penelitian ini menganalisis segmen pasar, kualitas produk, dan posisi produk terhadap keberhasilan produk pada Dealer Kawasaki Bahu Manado. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmen pasar, kualitas produk, dan posisi produk secara simultan dan parsial memiliki pengaruh terhadap keberhasilan produk Dealer Kawasaki Bahu Manado.

### 2. Studi Kasus Perusahaan: Analisis Pengaruh Strategic Planning Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Strategic Planning terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Metode yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Langkah-langkah dalam proses perencanaan strategis diperkirakan untuk menyelaraskan karakteristik perusahaan dengan tantangan yang ditimbulkan oleh lingkungan eksternal.

### 3. Studi Kasus Perusahaan: Penggunaan Big Data Analytics dalam Mencapai Keunggulan Bisnis yang Kompetitif

Studi ini menjelaskan bagaimana big data analytics dapat digunakan dalam mencapai keunggulan bisnis yang kompetitif. Teknik ini memungkinkan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data dalam skala besar untuk mengidentifikasi pola, tren, dan informasi yang relevan. Dengan memanfaatkan teknik-teknik seperti analisis statistik, pemodelan prediktif, dan kecerdasan, big data analytics dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan menghadapi tantangan yang dihadapi oleh perusahaan.

### 4. Studi Kasus Perusahaan: "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian" oleh Kotler (2005)

Penelitian yang dilakukan oleh Kotler pada tahun 2005 menyoroti hubungan yang signifikan antara keunggulan bersaing suatu perusahaan dengan keputusan pembelian pelanggan. Dalam konteks ini, keunggulan bersaing merujuk pada kemampuan perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan cara yang signifikan dan memengaruhi pilihan pembelian konsumen.

Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa saat sebuah perusahaan mampu menonjolkan keunggulan kompetitifnya baik melalui kualitas produk, layanan pelanggan, inovasi, atau strategi pemasaran yang unggul hal ini secara positif mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini, konsumen cenderung lebih memilih produk atau layanan dari perusahaan yang mampu menawarkan nilai yang lebih tinggi atau berbeda dari pesaingnya.

Penelitian ini memiliki implikasi yang kuat dalam dunia bisnis karena menekankan pentingnya pengembangan keunggulan bersaing dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Menyoroti bahwa bukan hanya kualitas produk atau harga yang memengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga bagaimana perusahaan memposisikan dirinya dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan perusahaan dalam mengembangkan keunggulan bersaing dapat menjadi kunci penting dalam memenangkan preferensi konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **PEMBAHASAN**

### **Integrasi Temuan Studi Kasus**

Penelitian ini mengintegrasikan temuan dari berbagai studi kasus yang menyoroti beragam aspek yang memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar yang dinamis. Dari analisis faktor-faktor keberhasilan produk hingga pengaruh perencanaan strategis terhadap keunggulan bersaing, penelitian ini memberikan gambaran yang holistik tentang pentingnya beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang terus berubah.

### **Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian**

Temuan yang menonjol dari hasil penelitian adalah pengaruh positif dan signifikan dari keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam studi Kotler dan penelitian lainnya, terlihat bahwa saat perusahaan mampu menawarkan nilai tambah atau perbedaan yang signifikan, ini mempengaruhi preferensi konsumen dan keputusan mereka dalam memilih produk atau layanan tertentu.

### **Relevansi Strategi Bisnis yang Adaptif**

Hasil dari berbagai studi kasus menggarisbawahi pentingnya mengembangkan strategi bisnis yang adaptif. Pemanfaatan big data analytics, perencanaan strategis yang terarah, serta fokus pada kualitas produk dan layanan menjadi kunci dalam memenangkan preferensi konsumen. Dalam persaingan yang intensif, perusahaan yang mampu berinovasi dan memahami kebutuhan pasar memiliki keunggulan yang signifikan.

### **Implikasi untuk Dunia Bisnis**

Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi dunia bisnis. Perusahaan-perusahaan diharapkan untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk atau layanan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana mereka memposisikan diri dalam pasar, membedakan diri dari pesaing, serta memahami dan memanfaatkan teknologi dan data dengan efektif untuk memenangkan preferensi konsumen.

### **Keunggulan Kompetitif Sebagai Fondasi Strategis**

Dengan demikian, keunggulan kompetitif bukan hanya menjadi tujuan, tetapi fondasi strategis yang mendukung keseluruhan operasi perusahaan. Penelitian ini memberikan penekanan kuat pada pentingnya terus beradaptasi, berinovasi, dan berfokus pada nilai tambah bagi konsumen untuk berhasil dalam pasar yang kompetitif.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menggambarkan pentingnya pengembangan keunggulan bersaing dalam konteks kesuksesan pasar. Temuan dari berbagai studi kasus menyoroti hubungan yang signifikan antara keunggulan kompetitif suatu perusahaan dengan preferensi konsumen. Dengan menonjolkan nilai tambah atau perbedaan yang signifikan, perusahaan memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, pentingnya strategi adaptif terungkap dalam perencanaan strategis yang terarah, penggunaan teknologi seperti big data analytics, dan fokus pada inovasi. Perusahaan yang mampu beradaptasi dan berinovasi untuk memberikan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen memiliki keunggulan dalam pasar yang kompetitif. Keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana keunggulan kompetitif bukan hanya tujuan, tetapi fondasi strategis yang mendukung keseluruhan operasi perusahaan dalam pasar yang terus berubah-ubah.

## **SARAN**

Untuk meningkatkan keberhasilan dalam pasar yang kompetitif, sejumlah saran strategis dapat diusulkan berdasarkan temuan dari penelitian ini. Pertama, penting bagi

perusahaan untuk terus mengembangkan dan mempertajam keunggulan bersaing mereka. Ini dapat dicapai melalui inovasi produk, pelayanan yang unggul, atau strategi pemasaran yang membedakan dari pesaing. Kedua, implementasi strategi adaptif menjadi krusial. Perusahaan harus berfokus pada perencanaan strategis yang responsif terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis eksternal. Ketiga, pemanfaatan teknologi, terutama big data analytics, akan menjadi aset yang signifikan. Dengan analisis data yang mendalam, perusahaan dapat mengidentifikasi tren, pola, dan peluang bisnis yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih cerdas. Terakhir, investasi dalam pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) untuk memastikan bahwa karyawan memiliki keterampilan yang sesuai dengan tuntutan pasar yang dinamis akan menjadi strategi yang menguntungkan. Dengan menerapkan saran-saran ini, perusahaan dapat memperkuat posisi mereka di pasar, menarik lebih banyak konsumen, dan meningkatkan kesuksesan bisnis mereka secara keseluruhan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- An-nur.ac.id. (n.d.). Menggunakan Data Analytics dalam Pemasaran: Mengoptimalkan Keuntungan Bisnis Anda. Diakses dari <https://an-nur.ac.id/esy/menggunakan-data-analytics-dalam-pemasaran-mengoptimalkan-keuntungan-bisnis-anda.html>
- <https://docplayer.info/193680364-Analisis-faktor-faktor-keunggulan-bersaing-pada-dafa-kafe-bulukumba.html>
- <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/emba/article/view/2731>  
[https://www.academia.edu/44504205/Faktor\\_Faktor\\_Yang\\_Mempengaruhi\\_Strategi\\_Rantai\\_Nilai\\_and\\_Keunggulan\\_Bersaing\\_Harga\\_Kualitas\\_Produk\\_Kualitas\\_Layanan\\_Kepuasan\\_Pelanggan](https://www.academia.edu/44504205/Faktor_Faktor_Yang_Mempengaruhi_Strategi_Rantai_Nilai_and_Keunggulan_Bersaing_Harga_Kualitas_Produk_Kualitas_Layanan_Kepuasan_Pelanggan)
- <https://repository.ung.ac.id/get/kms/9440/Analisis-Strategi-Keunggulan-Bersaing-Competitive-Advantage-Sektor-Usaha-Kecil-Menengah-di-Kota-Gorontalo-Studi-Kasus-Industri-Meubel-di-Kota-Gorontalo.pdf>
- <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/apa-saja-faktor-keberhasilan-wirausaha-simak-penjasannya-di-si>
- Johnson, R., et al. (2012). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 112-125.
- Kotler, P. (2005). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 840-851.
- Rompas, H. S. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Produk Sepeda Motor Kawasaki di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 571-580.