



**IMPLEMENTASI STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING  
(*COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGY*) DALAM  
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN  
PADA MEREK (*BRAND TRUST*) SEBAGAI PRODUK  
ASLI NEGARA (*COUNTRY OF ORIGIN*) PRODUK PUPUK  
DI PT PETROKIMIA GRESIK**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Laila Sofiyanna**

**NIM : 3119043**

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM  
JOMBANG**

**2023**



**IMPLEMENTASI STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING  
(*COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGY*) DALAM  
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN  
PADA MEREK (*BRAND TRUST*) SEBAGAI PRODUK  
ASLI NEGARA (*COUNTRY OF ORIGIN*) PRODUK PUPUK  
DI PT PETROKIMIA GRESIK**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis



**OLEH :**

**Laila Sofiyanna**

**NIM : 3119043**

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM  
JOMBANG  
2023**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT dan ucapkan alhamdulillahirobbil`alamin. Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat, dan cinta kasih yang tulus kepada :

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua saya yang paling saya sayangi dan paling saya cintai di dunia ini, dua orang yang paling berharga, tidak ada harta yang lebih berharga selain mereka yaitu bapak (Moch Syukur) dan Ibu saya (Supatmah) tercinta yang tanpa lelah selalu menyanyangi, membimbing, menuntun, mengingatkan dan mendukung keputusan saya, pilihan dalam hidup saya serta tidak pernah putus mendoakan saya.
2. Para guru-guru, dosen pembimbing saya, bapak Mohammad Imsin, S.E.,M.P dan Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos.,M.Si serta dosen-dosen lain yang ada di prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis dan Bahasa, Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang, terimakasih atas ilmu yang telah di amalkan kepada saya, terimakasih atas perhatian, kesabaran dalam membimbing dan menasehati sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah saya.
3. Skripsi ini saya persembahkan juga kepada keluarga besar saya yang ada di Bojonegoro, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Kepada sahabat-sahabat dan teman-teman lama, terima kasih selalu mendukung saya di fase-fase terpuruk saya, terima kasih mensupport saya dalam pengerjaan tugas akhir.
5. Kepada teman-teman saya terutama kelas A2 Administrasi Bisnis angkatan 2019 yang memberikan semangat serta dukungan kepada saya.



## HALAMAN MOTTO

Guna menghadapi perubahan yang semakin cepat ini tidak sebatas diperlukan strategi hebat untuk bertahan dan strategi hebat untuk bertahan dan berkembang, tapi juga kecepatan dalam eksekusi strategi tersebut sehingga dapat memberikan dampak lebih nyata bagi perusahaan.

– Dwi Satriyo (Direktur Utama PT Petrokimia Gresik)<sup>1</sup>

Keberadaan perempuan dalam top management dapat memberi perspektif yang berbeda. Itulah mengapa inklusivitas sangat penting dalam sebuah perusahaan, khususnya untuk posisi *leader*, agar dapat menciptakan sebuah keputusan maupun kebijakan yang sifatnya lebih menyeluruh atau holistik. – Digna Jatiningsih (Direktur Operasi dan Produksi PT Petrokimia Gresik)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> (Gema (Optimis Hadapi Tantangan), 2022)

<sup>2</sup> (Gema (Bekerja Dengan Hati), 2022)



**IMPLEMENTASI STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING  
(COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGY) DALAM  
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN  
PADA MEREK (BRAND TRUST) SEBAGAI PRODUK  
ASLI NEGARA (COUNTRY OF ORIGIN) PRODUK PUPUK  
DI PT PETROKIMIA GRESIK**

Oleh :

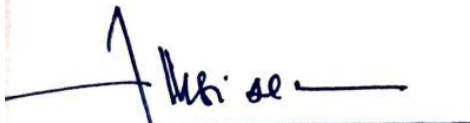
Laila Sofiyanna

NIM : 3119043

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing I ,

Dosen Pembimbing II

  
Muhammad Imsin, S.E., M.P.  
Tanggal : 20 Juli 2023

  
Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si.  
Tanggal : 24 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis :

  
  
Rini Susilawati, S.H.I., M.E.I



**IMPLEMENTASI STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING  
(COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGY) DALAM  
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN  
PADA MEREK (BRAND TRUST) SEBAGAI PRODUK  
ASLI NEGARA (COUNTRY OF ORIGIN) PRODUK PUPUK  
DI PT PETROKIMIA GRESIK**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Laila Sofiyanna**

**NIM : 3119043**

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 29 bulan Juli tahun 2023. Dan dinyatakan lulus.

Ketua,

Muhammad Imsin, S.E.,M.P.

Penguji 1 :

Bambang Setyobudi, S.E.,M.M

Penguji 2 :

Ririn Susilawati, S.H.I.,M.E.I

Mengetahui :



Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa dan  
Pendidikan

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M



## PERNYATAAN

Nama : Laila Sofiyanna

NIM : 3119043

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage Strategy*) Dalam Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan Pada Merek (*Brand Trust*) Sebagai Produk Asli Negara (*Country Of Origin*) Produk Pupuk di PT Petrokimia Gresik adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya di dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 30 Juli 2023

Yang membuat  
pernyataan

10000  
SEPULUH RUPIAH  
METERAI  
STAMP  
6B0FBAKX601509256

Laila Sofiyanna



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan nilai akhir pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT. Penguasa Tertinggi Alam Semesta, atas izin dan ridho- Nya dapat menyelesaikan skripsi ini dan Nabi tercinta kita Nabi Agung Nabi Muhammad saw.
2. Segenap orangtua dan keluarga besar di Bojonegoro yang selalu memberikan cinta, semangat dan dorongan positif disetiap harinya.
3. Umik Ita dan Ayah Ali selaku Pengasuh Asrama XI Muzamzamah Chosiyah Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang.
4. Segenap jajaran keluarga Yapetidu (Yayasan Pesantren Tinggi Darul Ulum).
5. Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M selaku Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan Universitas Pesantren Darul Ulum Jombang.
6. Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.



7. Mohammad Imsin Mustofa, S.E, M.P dan Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
8. Pihak PT Petrokimia Gresik telah banyak membantu, memberikan bimbingan, yang telah menerima dengan baik dan yang sudah menganggap sebagai keluarga sendiri yang selama melaksanakan Magang hingga terselesainya skripsi ini dan juga membantu penulis dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
9. Segenap keluarga kamar 16 A Asrama Muzamzamah Chosiyah Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang yang selalu memberikan support penuh kepada penulis.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman terdekatku (Dinda, Putri, Natul, Mbak Rifka, Kiki, Ita dan Yaya serta teman kelas A2) dan sekaligus sahabat-sahabat yang selalu memberikan pelukan hangat, partner tersolid, dan supporter terdebest.
11. Dan teman baikku yang insyaallah calon suami masa depanku yang selalu baik, yang menjadi pendengar, dan juga menjadi salah satu support system terbaik.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini membawa manfaat dan keberkahan.

Jombang, 22 Juli 2023

Penulis,



## ABSTRAK

**Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage Strategy*) Dalam Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan Pada Merek (*Brand Trust*) Sebagai Produk Asli Negara (*Country Of Origin*) Produk Pupuk di PT Petrokimia Gresik**; Laila Sofiyanna; 3119043; 2023; 104 halaman; Program Studi Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Dilihat dari fenomena sekarang ini yang mana persaingan dunia bisnis semakin ketat, dan bagi perusahaan pentingnya melakukan inovasi untuk menjadi unggul dari perusahaan lain. Perusahaan yang mampu bersaing di pasar pasti memiliki produk yang lebih unggul dari produk perusahaan lain, oleh karena itu menjaga kepercayaan pelanggan harus di prioritaskan. Produk-produk di PT Petrokimia menjadi salah satu produk kebanggaan bangsa yang bisa bersaing di pasar internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan implementasi *competitive advantage strategy* di PT Petrokimia Gresik, untuk mengetahui dan menjelaskan cara untuk mempertahankan *trust in local brand* pada pelanggan dengan *country of origin* produk pupuk di PT Petrokimia Gresik. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, informannya adalah beberapa staff administrasi pemasaran, teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*.

*Competitive advantage strategy* yang diimplementasikan di PT Petrokimia Gresik ada beberapa strategi diantara *cost leadership*, *differentiation*, *focus*, *innovation*, pertumbuhan dan *alliance*. Upaya untuk mempertahankan *trust in local brand* pada petani yakni ada beberapa program-program yang dibuat untuk menyejahterakan petani salah satunya dengan memberikan bantuan kepada petani. *Country of origin* yang diusung sebagai identitas produk pupuk PT Petrokimia karena dipengaruhi komposisinya yang menggunakan hampir 80% asli negara dan beberapa komposisi lainnya berasal dari manca negara.

Kata kunci : *Competitive advantage strategy*, *brand trust*, *country of origin*.



## ABSTRACT

**Implementation of Competitive Advantage Strategy (Competitive Advantage Strategy) in Maintaining Trust in Local Brand (Brand Trust) as the Country of Origin (Country Of Origin) of Fertilizer Products at PT Petrokimia Gresik;** Laila Sofiyanna; 3119043; 2023; 104 pages; Business Administration Science Program; Faculty of Business, Languages and Educations; Darul Ulum Higher Islamic Boarding School, Jombang.

Judging from the current phenomenon where competition in the business world is getting tougher, and for companies it is important to innovate to be superior to other companies. Companies that are able to compete in the market must have products that are superior to those of other companies, therefore maintaining customer trust must be a priority. PT Petrokimia's products are one of the nation's proud products that can compete in the international market.

This study aims to determine and explain the implementation of a competitive advantage strategy at PT Petrokimia Gresik, to find out and explain ways to maintain trust in local brands to customers with country of origin fertilizer products at PT Petrokimia Gresik. The type of research used was qualitative with phenomenological approach, the informants were several marketing administration staff, the sampling technique used was snowball sampling.

The competitive advantage strategy implemented at PT Petrokimia Gresik includes several strategies including cost leadership, differentiation, focus, innovation, growth and alliance. Efforts to maintain trust in local brands to farmers include several programs made to improve the welfare of farmers, one of which is by providing assistance to farmers. Country of origin is carried as the identity of PT Petrokimia's fertilizer products because it is influenced by its composition which uses almost 80% of the country's origin and several other compositions come from foreign countries.

*Keywords: Competitive advantage strategy, brand trust, country of origin.*



## DAFTAR ISI

|                                      |          |
|--------------------------------------|----------|
| SAMPUL .....                         | i        |
| HALAMAN SAMPUL .....                 | ii       |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....             | iii      |
| HALAMAN MOTTO .....                  | iv       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....            | v        |
| HALAMAN PENGESAHAN.....              | vi       |
| PERNYATAAN.....                      | vii      |
| PRAKATA .....                        | viii     |
| ABSTRAK .....                        | x        |
| ABSTRACT .....                       | xi       |
| DAFTAR GAMBAR.....                   | xiv      |
| DAFTAR TABEL.....                    | xv       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>        | <b>1</b> |
| 1.1. Latar Belakang .....            | 1        |
| 1.2. Rumusan Masalah .....           | 6        |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....          | 6        |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....         | 7        |
| 1.4.1. Manfaat Akademis .....        | 7        |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....         | 7        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>  | <b>9</b> |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....       | 9        |
| 2.2. Landasan Teori .....            | 15       |
| 2.3. Kerangka Pemikiran .....        | 37       |
| 3.1. Desain Penelitian .....         | 38       |
| 3.2. Lokasi & Waktu Penelitian ..... | 39       |



|                                           |            |
|-------------------------------------------|------------|
| <b>DAFTAR ISI</b>                         |            |
| 3.3. Fokus Penelitian .....               | 40         |
| 3.4. Pemilihan Informan .....             | 41         |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data .....        | 43         |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....           | 45         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>48</b>  |
| 4.1 Penyajian Data.....                   | 48         |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 48         |
| 4.1.2 Data Fokus Penelitian .....         | 56         |
| 4.2 Analisis Data .....                   | 56         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                 | <b>101</b> |
| 5.1 Simpulan.....                         | 101        |
| 5.2 Saran .....                           | 102        |
| 5.3 Penutup.....                          | 103        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>               | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                      | <b>107</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Proses Perubahan PT Petrokimia Gresik.....                        | 49 |
| Gambar 2. Peta Lokasi PT Petrokimia Gresik .....                            | 49 |
| Gambar 3. Logo PT Petrokimia Gresik.....                                    | 50 |
| Gambar 4. Struktur PT Petrokimia Gresik.....                                | 54 |
| Gambar 5. Anak Perusahaan PT Petrokimia Gresik .....                        | 55 |
| Gambar 6. Harga Pupuk NPK di <i>Marketplace</i> Shoppe.....                 | 77 |
| Gambar 7. Informasi Produk Pupuk Nitralite .....                            | 79 |
| Gambar 8. Produk Pupuk Nitralite .....                                      | 80 |
| Gambar 9. K-Mart K3PG .....                                                 | 83 |
| Gambar 10. Pujasera Joglo Petro .....                                       | 84 |
| Gambar 11. Program kerja sama PT Petrokimia Gresik dengan beberapa mitra... | 86 |
| Gambar 12. Mobil Uji Tanah .....                                            | 87 |
| Gambar 13. Program Makmur PT Petrokimia Gresik .....                        | 89 |
| Gambar 14. Demplot Pupuk Indonesia Petrokimia di lahan jagung.....          | 90 |
| Gambar 15. Podcast Pupuk Indonesia di kawasan lahan kebun buah naga .....   | 91 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Jurnal-jurnal Penelitian Terdahulu .....                                          | 11 |
| Tabel 2. Data Informan .....                                                               | 56 |
| Tabel 3. Harga Pupuk Non-Subsidi pada tahun 2022 .....                                     | 76 |
| Tabel 4. Perbandingan Produk Pupuk Petrokimia dengan anak perusahaan Pupuk Indonesia ..... | 82 |