

## **ABSTRAK**

PT. Erafone Artha Retailindo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail handphone, yang merupakan anak perusahaan dari Erajaya Group. Didirikan pada Agustus 2002, Erafone memulai bisnisnya dengan menjadi distribusi handphone. Erafone memiliki komitmen untuk terus melakukan inovasi yang berkesinambungan guna memenuhi permintaan pasar Indonesia dengan menyediakan pelayanan yang profesional, berkualitas dan penuh nilai lebih.

PT. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh Erafone Cabang Purwakarta dalam menghadapi persaingan di industri smartphone yang semakin ketat. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan dari wawancara dengan informan internal, termasuk manajer dan staf penjualan, serta informan eksternal yang terdiri dari konsumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Erafone menerapkan strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus untuk meningkatkan daya saingnya. Kualitas pelayanan pelanggan yang unggul, variasi produk dan layanan, serta promosi yang efektif menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dari toko independen dan platform e-commerce, Erafone berhasil mempertahankan posisinya dengan menjaga ketersediaan stok, melakukan inovasi dalam layanan, dan memanfaatkan teknologi digital untuk promosi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi dari strategi yang tepat dan adaptasi terhadap dinamika pasar sangat penting bagi keberhasilan Erafone di Purwakarta.

**Kata Kunci : Strategi Bersaing, Kepemimpinan Biaya, Diferensiasi, Fokus, Penjualan.**

## **ABSTRACT**

PT. Erafone Artha Retailindo is a company operating in the cellphone retail sector, which is a subsidiary of the Erajaya Group. Founded in August 2002, Erafone started its business by distributing cellphones. Erafone is committed to continuing to carry out continuous innovation to meet the demands of the Indonesian market by providing professional services. quality and full of added value.

PT. This research aims to analyze the business strategy implemented by Erafone Purwakarta Branch in facing increasingly tight competition in the smartphone industry. Through a qualitative approach, data was collected from interviews with internal informants, including managers and sales staff, as well as external informants consisting of consumers. Research findings show that Erafone implements cost leadership, differentiation and focus strategies to increase its competitiveness. Superior quality customer service, variety of products and services, and effective promotions are key factors in attracting and retaining customers.

Despite facing challenges such as competition from independent stores and e-commerce platforms, Erafone managed to maintain its position by maintaining stock availability, innovating in services, and utilizing digital technology for promotions. This research concludes that the combination of the right strategy and adaptation to market dynamics is very important for the success of Erafone in Purwakarta.

**Keywords: Competitive Strategy, Cost Leadership, Differentiation, Focus, Sales.**

## RINGKESAN

PT. Erafone Artha Retailindo mangrupikeun perusahaan anu beroperasi dina séktor ritel ponsel, anu mangrupikeun anak perusahaan tina Grup Erajaya. Diadegkeun dina Agustus 2002, Erafone ngamimitian bisnisna ku ngadistribusikaeun telepon sélulér. Erafone komitmen pikeun terus ngalaksanakeun inovasi anu terus-terusan pikeun nyumponan tuntutan pasar Indonésia ku cara nyayogikeun jasa profésional. kualitas sarta pinuh ku nilai tambah.

PT. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nganalisis stratégi usaha anu dilaksanakeun ku Erafone Cabang Purwakarta dina nyanghareupan persaingan anu beuki ketat dina industri smartphone. Ngaliwatan pendekatan kualitatif, data dikumpulkeun tina wawancara jeung informan internal, kaasup manajer sarta staf jualan, kitu ogé informan éksternal anu diwangun ku konsumén. Papanggihan panalungtikan nunjukkeun yén Erafone nerapkeun kapamingpinan biaya, diferensiasi sareng strategi fokus pikeun ningkatkeun daya saingna. Palayanan palanggan kualitas unggul, rupa-rupa produk sareng jasa, sareng promosi anu efektif mangrupikeun faktor konci pikeun narik sareng nahan para nasabah.

Sanaos nyanghareupan tantangan sapertos persaingan ti toko mandiri sareng platform e-commerce, Erafone junun ngajaga posisina ku ngajaga kasadiaan saham, inovasi dina jasa, sareng ngamangpaatkeun téknologi digital pikeun promosi. Panaliti ieu nyimpulkeun yén kombinasi strategi anu pas sareng adaptasi kana dinamika pasar penting pisan pikeun kasuksésan Erafone di Purwakarta.

**Konci: Stratégi Kompetitif, Kapamingpinan Biaya, Diferensiasi, Fokus, Penjualan.**