

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Seiring dengan munculnya kebutuhan masyarakat yang beragam, semakin banyak pula ide usaha bisnis yang berkembang. Kondisi ini, secara langsung maupun tidak langsung berdampak terhadap munculnya persaingan. Hal ini mendorong pelaku bisnis agar melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis secara tepat. Dengan adanya permasalahan tersebut, diperlukannya penerapan strategi bersaing dalam dunia bisnisnya. Keunggulan bersaing sangat penting untuk diterapkan dalam penyusunan perencanaan bisnis, karena agar kegiatan operasional perusahaan memiliki arah yang jelas, tepat, dan sesuai dengan tujuan.

Dalam melakukan kegiatan bisnis, maka langkah pertama yang dilakukan perusahaan adalah harus lebih mendalami perencanaannya melalui sebuah penyusunan strategi. Strategi diartikan sebagai suatu rencana yang tepat dalam suatu kegiatan untuk mencapai tujuan sesuai dengan sasaran yang diinginkan.<sup>1</sup> Strategi dilakukan perusahaan untuk mengatasi ancaman dan merebut peluang yang ada. Dengan demikian, memahami strategi merupakan modal dasar yang kuat untuk memenangkan pangsa pasar dalam persaingan antar perusahaan lain. Memenangkan pangsa pasar dalam kegiatan bisnis disini dimaksud adalah pengusaha perlu dituntut untuk menerapkan strategi bersaing.

---

<sup>1</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 423

Strategi bersaing pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang memperhatikan kondisi lingkungan terhadap peluang dan ancaman yang akan menentukan bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya, dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>2</sup> Disini perusahaan harus dapat membaca para pesaing terhadap peluang dan ancaman yang ada supaya dapat mencapai tujuan bersaing dalam rangka mempertahankan posisi bersaingnya bahkan kalau memungkinkan dapat meningkatkan penguasaan produk di hadapan pesaingnya.<sup>3</sup> Jadi inti dari strategi bersaing yaitu bagaimana upaya yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar yang menjadi pasar sasarannya dengan cara melakukan strategi bersaing yang efektif, menganalisis pesaing, serta memberikan keunggulan-keunggulan dalam bersaing.

Pentingnya mengetahui cara menciptakan keunggulan bersaing karena adanya persaingan bisnis baik dalam produk sejenis maupun tidak sejenis. Berawal dari hal tersebut, maka diharapkan agar bisnis yang dijalankan tidak kalah dengan lainnya dan terus berkembang meskipun persaingan semakin mendalam dari waktu ke waktu. Dari persaingan tersebut, perusahaan dapat mengatasinya melalui strategi bersaing yang berkualitas yang akan mendorong konsumen dalam memutuskan membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Michael Porter menjelaskan bahwa strategi bersaing yang akan memberikan organisasi suatu keunggulan bersaing diantaranya melalui strategi

---

<sup>2</sup> Michael Porter, Terjemahan Suryono Sigit, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007), hal. 35

<sup>3</sup> Harif Amali Rifai, *Strategi Analisis: Upaya Meningkatkan Nilai Tambah dan Keunggulan Bersaing Perusahaan*, (Jakarta: Usahawan, 2001), hal. 274

generik. Strategi generik merupakan salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk bersaing dalam industri. Ada tiga macam strategi generik yang kompetitif, yaitu kepemimpinan biaya, strategi fokus dan strategi diferensiasi. Macam pertama dari sisi strategi keunggulan biaya. Strategi keunggulan biaya merupakan langkah awal yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan bersaing dihadapan para pesaingnya. Keunggulan biaya merupakan salah satu strategi keunggulan bersaing yang lebih memperhitungkan keunggulan bersaing yang keberadaan pesaingnya memberlakukan harga yang lebih rendah atau menikmati margin yang lebih tinggi.<sup>4</sup>

Macam kedua dari sisi strategi fokus. Strategi fokus didasarkan pada biaya rendah maupun diferensiasi yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan dari segmen pasar tertentu. Strategi ini memusatkan (fokus) pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Perusahaan yang menerapkan strategi fokus akan bersedia melayani konsumen yang berada di wilayah- wilayah yang terisolasi.<sup>5</sup>

Macam ketiga dari sisi strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi sendiri dirancang untuk menarik pelanggan yang memiliki sensitivitas khusus untuk satu atribut produk. Atribut produk disini melibatkan penciptaan produk yang dianggap memiliki keunikan tersendiri, menyampaikan citranya akan keunggulan,

---

<sup>4</sup> Michael Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal. 32—33

<sup>5</sup> *Ibid.*, hal. 33—34

menciptakan persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik.<sup>6</sup>

Strategi bersaing sangat penting untuk diterapkan dalam perusahaan, melihat kebutuhan lingkungan yang berubah-ubah untuk mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa. Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan akan selera konsumen menerapkan beberapa kegiatan melalui proses pengembangan produk. Proses pengembangan produk terjadi karena untuk membuat produk yang lebih baik, lebih canggih, lebih berkualitas, dan lebih murah dari produk lainnya.<sup>7</sup>

Pada persaingan bisnis, tentu ada faktor pendukung dan penghambat pada strategi bersaing dalam pengembangan suatu produk. Dimana faktor pendukung, dijadikan sebagai acuan keberhasilan dalam perusahaan, begitupun sebaliknya faktor penghambat merupakan acuan yang menjadi kendala berlangsungnya suatu kegiatan perusahaan. Faktor pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk diantaranya yaitu adanya produk baru, adanya pemberian bonus, luasnya pemasaran, dan canggihnya teknologi. Sedangkan faktor penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk yaitu minimnya sumber daya manusia, kekurangan modal, dan belum adanya sertifikasi halal.<sup>8</sup> Dengan memperhatikan faktor pendukung dan penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk tersebut, dapat menentukan keberhasilan maupun kegagalan dalam bisnis dihadapan pesaingnya.

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal. 34—35

<sup>7</sup> Michael Porter, Terjemahan Suryono Sigit, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007), hal. 61—78

<sup>8</sup> Philip Kotler, Terj. Herujati Purwoko, *Marketing*, Jilid 1., (Surabaya: Erlangga, 1987), hal. 219—221

Melihat keadaan tersebut, strategi bersaing dalam pengembangan produk mempunyai peran penting serta perlu adanya penerapan dalam perusahaan besar maupun pendirian produk usaha rumahan atau home industri. Home yang berarti rumah, sedangkan industri diartikan sebagai kerajinan usaha produk barang ataupun perusahaan. Banyak produk rumahan (home industri) yang berkembang secara pesat mulai yang berasal langsung dari alam, olahan jajanan/ makanan dan minuman, industri maupun berasal dari proses olahan pabrik. Salah satu perkembangan produksi jajanan/makanan dan minuman tersebut, tersebar di sejumlah wilayah yang berupa produk olahan makanan rumahan berupa kue pia.

Di tahun 2020, perkembangan kue pia bisa ditemui di wilayah Jawa Timur tepatnya di daerah Trenggalek. Dengan munculnya produk tersebut, dijadikan peluang bagi pengusaha untuk memulai bisnis di bidang makanan/jajanan. Di Trenggalek banyak didirikan bidang jajanan jenis ini, salah satunya home industri "Pia Ethes" yang dirintis oleh Bapak Muntoha yang berada di Desa Ngadirejo, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek. Usaha tersebut sudah berdiri kurang lebih selama empat tahun dan termasuk usaha yang terakhir kali berdiri di antara usaha pia lainnya. Usaha Pia Ethes tersebut berdiri sendiri, maksudnya tanpa bekerja sama dengan orang lain. Adapun dengan modal yang digunakan ialah modalnya sendiri dan untuk saat ini dari pemerintah Kabupaten Trenggalek belum memberikan bantuan berupa modal. Usaha tersebut memproduksi jajanan khas Trenggalek yaitu Bakpia dan makanan/jajanan lainnya. Bapak Muntoha memiliki karyawan yang berjumlah 12 karyawan. Ada dua macam pia yang diproduksi, diantaranya ialah pia kering dan pia basah yang dibandrol dengan harga satuan

perbiji Rp 700,00 sampai Rp. 1.500,00 dengan rasa kacang hijau, cokelat, dan keju yang dikemas dalam kotak kardus dengan kualitas yang tinggi.

Pia Ethes merupakan usaha bisnis bidang jajanan kue yang menyajikan berbagai jenis jajanan yang lain dengan menciptakan inovasi baru. Disini perusahaan berusaha menciptakan inovasi terbarunya melalui penciptaan varian rasa yang bermacam-macam. Dengan menciptakan varian rasa yang bermacam-macam, Pia Ethes mempunyai ciri/karakter yang membuat konsumen tidak bosan atas hanya adanya 1 varian rasa. Di Pia Ethes ini, menciptakan varian rasa terbaru yaitu selain rasa original/kacang hijau, tetapi juga ada penciptaan rasa cokelat dan keju. Untuk lebih membuat konsumen atau pelanggan lebih tertarik dengan home industri Pia Ethes, perusahaan menciptakan suatu kemasan produk yang unik dan berkesan. Dalam kemasan Pia Ethes, selain di desain dengan memperhatikan syarat kemasan tetapi juga sekaligus memperkenalkan akan sebuah wisata yang bermakna, yaitu mencantumkan Goa Lowo yang sekaligus dapat lebih memperkenalkan akan destinasi di Trenggalek.

Pia Ethes juga memberikan produk yang berinovasi lainnya dengan menciptakan jajanan sehat yang berkualitas tinggi. Dalam menciptakan jajanan yang sehat, perusahaan memilih bahan baku yang berkualitas dan tidak memberikan bahan pengawet. Di Pia Ethes, menerapkan jajanan yang tanpa pengawet dan memberikan kualitas akan ketahanan produk yang tinggi. Selain hal tersebut, produk yang diproduksi Pia Ethes bukan hanya menyediakan produk berupa pia, tetapi juga menyediakan pesanan berbagai makanan/jajanan yang lain. Di Pia Ethes selain memproduksi produk utamanya berupa pia, tetapi juga

menerima pesanan berupa bolu pisang. Dengan adanya pemberlakuan pesanan jajanan tersebut, perusahaan merasa telah berhasil menciptakan inovasi terbaru walaupun pada dasarnya hanya berangkat dari home industri.

Strategi yang telah diterapkan pada home industri Pia Ethes telah memberikan dampak pada pemasarannya. Salah satu terciptanya pemasaran karena Pia Ethes telah memperoleh target pasar yang baru. Munculnya pasar yang baru, mengakibatkan pula dampak munculnya banyaknya pelanggan. Pelanggan di Pia Ethes tidak hanya dari daerah lokal Kabupaten Trenggalek saja, tetapi memunculkan pelanggan di luar Kabupaten Trenggalek, dan yang lebih luas yaitu adanya pelanggan baru secara nasional yang berada di Bali. Dengan banyaknya pelanggan tersebut, dapat dikatakan bahwa Pia Ethes telah berhasil memasarkan produknya yang pada akhirnya mampu bersaing dengan pengusaha-pengusaha yang lain.

Selain itu, Pia Ethes juga mempunyai kemampuan pada penjualannya. Pada prakteknya, Pia Ethes mampu menjual produk yang inovatif dengan harga premium untuk memperoleh keunggulan bersaing lainnya. Di Pia Ethes memberlakukannya penciptaan harga premium untuk menghasilkan produk dengan biaya produksi yang rendah. Selain itu, di Pia Ethes memberlakukan penetapan harga melalui sifat memberikan bonus jumlah kuantitas produk bagi pelanggannya. Home industri Pia Ethes, memberikan bonus dengan ketentuan membeli produk dengan jumlah 50 biji akan mendapatkan bonus 3 biji Pia Ethes, begitupun dengan kelipatannya. Dengan memperoleh bonus tersebut, pelanggan merasa puas terhadap sistem yang dikeluarkannya.

Adanya penerapan strategi bersaing, pengembangan produk Pia Ethes semakin maju dan berkembang serta perusahaan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Hal ini dapat dilihat dari data home industri Pia Ethes yang omset selama satu tahunnya dengan jumlah penjualan sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Laporan Penjualan Pia Ethes dari Tahun 2016-2019**

Tahun	Penjualan
2016	395.000.000,00
2017	435.000.000,00
2018	655.000.000,00
2019	720.000.000,00

Sumber: Home Industri Pia Ethes

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui penjualan home industri Pia Ethes dalam setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 sebesar 395.000,00, tahun 2017 sebesar 435.000.000,00, tahun 2018 sebesar 655.000.000,00, dan pada tahun 2019 sebesar 720.000.000,00. Peningkatan ini dikarenakan perusahaan menciptakan inovasi produk yang unik, penetapan harga yang premium, perbaikan produk yang lebih berkualitas, dan berhasil memperoleh target pasar yang baru. Namun, diawal tahun 2020, penjualan Pia Ethes sempat terpukul akibat mewabahnya Covid-19. Kegiatan produksi Pia Ethes menjadi berhenti, karena tidak diperbolehkannya acara/hajatan yang berakibat berkurangnya jumlah pesanan produk. Selain itu, dalam hal pendistribusian produk ketangan konsumen untuk dikirim ke daerah luar, terhambat karena adanya pemberlakuan PSBB. Selang beberapa bulan kemudian, Pia Ethes mulai

memproduksi lagi meskipun jumlahnya masih sedikit, namun sudah mulai berjalan dengan lancar.

Home industri Pia Ethes ini bukan satu-satunya perusahaan kue pia yang ada di Trenggalek, melainkan ada banyak persaingan diluar sana yang menjadi pesaing usaha sejenisnya, salah satunya adalah sentra Bakpia di Desa Gembleb Kecamatan Pogalan. Dengan munculnya pesaing usaha tersebut, pengusaha harus menerapkan strategi bersaing yang tepat agar perusahaan bisa terus maju dan berkembang. Melihat akan hal tersebut, pengusaha harus bisa membaca peluang yang ada, dengan membuat sesuatu yang unik berbeda dengan yang lain dan melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya. Pengusaha dituntut untuk mampu menciptakan inovasi-inovasi dalam bisnisnya supaya membawa perubahan yang lebih baik dari sebelumnya yang mampu bersaing dan memenangkan persaingan dihadapan para pesaing lainnya.

Pia Ethes telah melakukan strategi bersaing tersebut dengan kegiatan pengembangan produk. Tujuannya adalah tidak lain agar semakin maju dan perusahaan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Dari persaingan home industri, Pia Ethes menjadikan motivasi untuk menciptakan produk yang lebih baik dan berkualitas bagi perusahaan lainnya. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi bersaing dan pengembangan produk yang dilakukan oleh pengusaha home industri Pia Ethes dalam sebuah penelitian yang berjudul **"Strategi Bersaing dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek"**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada konteks penelitian, maka fokus yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan strategi bersaing melalui strategi keunggulan biaya dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana penerapan strategi bersaing melalui strategi fokus dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek?
3. Bagaimana penerapan strategi bersaing melalui strategi diferensiasi dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek?
4. Apa faktor penghambat dan pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan strategi bersaing melalui strategi keunggulan biaya dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan.

2. Untuk menganalisis penerapan strategi bersaing melalui strategi fokus dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan.
3. Untuk menganalisis penerapan strategi bersaing melalui strategi diferensiasi dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan.
4. Untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek.

#### **D. Identifikasi Penelitian**

Pada penelitian yang akan dilakukan, terdapat identifikasi yang diberikan oleh peneliti dalam melakukan kajian pembahasan yaitu hanya berfokus pada bagaimana strategi bersaing melalui strategi keunggulan biaya, strategi fokus, dan strategi diferensiasi dalam pengembangan pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Sebagaimana yang diuraikan penulis mengenai tujuan penelitian yang telah di tulis sebelumnya, maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi bersaing untuk menghadapi persaingan bisnis. Dengan adanya strategi bersaing, perusahaan akan mampu membaca keadaan lingkungan agar tetap bisa bersaing dan

meminimalisir ancaman yang terjadi pada dunia bisnis. Melihat hal tersebut, perusahaan harus menciptakan inovasi produk melalui varian rasa, produk yang berkualitas tinggi, kemasan yang unik, fokus pasar pada geografis tertentu, dan penjualan dengan harga yang premium. Dengan menerapkan strategi tersebut, maka kegiatan pengembangan produk dapat semakin maju dan perusahaan mampu bersaing dengan pesaingnya meskipun menciptakan produk yang sama.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Praktisi/ Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi pengusaha untuk mengatasi persaingan dalam pengembangan produk Pia Ethes ke jenjang yang lebih baik dan maksimal.

### b. Bagi Akademik

Secara akademik, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait strategi bersaing dan pengembangan produk.

### c. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang strategi bersaing dan pengembangan produk.

## F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam pemahaman judul skripsi di atas dan agar memahami gambaran yang jelas, maka penyusun perlu menjelaskan istilah-istilah berikut:

### 1. Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan "Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes Di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek" adalah sebagai berikut:

#### a. Strategi

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>9</sup>

#### b. Strategi Bersaing

Strategi bersaing adalah langkah-langkah strategis yang terencana atau tidak untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, dan bertahan terhadap tekanan persaingan.<sup>10</sup>

#### c. Pengembangan Produk

Pengembangan produk yaitu pembuatan produk baru oleh suatu perusahaan untuk menggantikan produk yang sudah tidak ada.

---

<sup>9</sup> Husein Umar, *Strategi Manajemen In Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustakama, 2003), hal. 31

<sup>10</sup> Michael Parter, *Strategi Bersaing...*, hal. 35

Pengembangan produk sangatlah penting untuk mempertahankan pengistimewaan produk dan untuk meningkatkan pangsa pasar.<sup>11</sup>

d. Home Industri

Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman yang menjadi pusat lembaga sosial dalam kehidupan manusia yang bersifat seimbang, tempat manusia mengadakan tatap muka dan membina hubungan kekeluargaan. Sedang Industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, Home Industri (atau biasanya ditulis/ dieja dengan “Home Industri”) adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil.<sup>12</sup>

## 2. Operasional

Secara operasional yang dimaksud dari penelitian ini adalah bagaimana strategi bersaing dalam pengembangan produk pada usaha PIA Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek.

### G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari 6 (enam) bab pembahasan, yaitu:

Bab I: Pendahuluan: dalam bab ini membahas tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan untuk mengetahui arah penulis pada penelitian.

Bab II: Kajian Pustaka, dalam bab ini membahas tentang kajian teori yang berguna sebagai alat analisa pada penelitian ini. Bab ini terdiri dari 4 sub bab yang

---

<sup>11</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT. Linda Krya, 2006), hal. 14

<sup>12</sup> Alkim, *Pemberdayaan Home Industri Terhadap Masyarakat Pesisir*, (Jakarta: Gramedia, 2005), hal. 3

mencakup tentang definisi strategi, strategi bersaing, pengembangan produk, dan home industri.

Bab III: Metodologi Penelitian, dalam bab ini digunakan untuk menentukan jenis penelitian yang berisi tentang menggali data dan analisis data. Bab ini terdiri dari 8 sub bab yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan data, dan tahap-tahap dalam penelitian.

Bab IV: Hasil Penelitian, dalam bab ini menguraikan mengenai deskripsi data, temuan penelitian, dan analisis temuan penelitian yang berkaitan dengan tema skripsi. Pada bab ini terdiri dari 4 sub bab yang mencakup tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, temuan penelitian, dan analisis temuan penelitian. Adapun deskripsi data, temuan penelitian, dan analisis temuan penelitian terdiri dari empat poin yaitu poin pertama tentang penerapan strategi bersaing melalui strategi keunggulan biaya dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, poin kedua yaitu penerapan strategi bersaing melalui strategi fokus dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, poin ketiga yaitu penerapan strategi bersaing melalui strategi fokus dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, dan poin keempat yaitu menguraikan tentang faktor pendukung dan penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek.

Bab V: Pembahasan, dalam bab ini berisi tentang pembahasan terkait dengan hasil temuan yang di analisa dengan teori-teori yang disajikan dalam bab 2. Bab ini terdiri dari 4 sub bab yaitu mencakup tentang, pertama pembahasan penerapan strategi bersaing melalui strategi keunggulan biaya dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, kedua penerapan strategi bersaing melalui strategi fokus dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, ketiga penerapan strategi bersaing melalui strategi diferensiasi dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, keempat pembahasan tentang faktor pendukung dan penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek.

Bab VI: Penutup, dalam bab terakhir ini adalah hasil akhir dalam penelitian dan memberikan kesimpulan serta saran dalam skripsi.