

ABSTRAK

Indonesia memiliki keragaman budaya yang memiliki keunikan sehingga perlu dilestarikan. Salah satu alternatif yang digunakan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia adalah memproduksi dan menggunakan produk asli Indonesia. Produk yang diproduksi oleh berbagai perusahaan untuk menciptakan produk dengan konsep mengenalkan budaya Indonesia, salah satunya dilakukan oleh industri Kadai Tangkelek. Kadai tangkelek merupakan salah satu industri yang memiliki visi untuk mengenalkan kebudayaan Minangkabau di Sumatera Barat melalui produk yang dipasarkan berupa kaos, jaket, gelang, bantal, sandal, tas dan topi. Banyaknya harapan yang diungkapkan oleh pihak Kadai Tangkelek melalui tujuan jangka panjang yang ingin dicapai adalah dapat menguasai pasar di Sumatera Barat bahkan nasional serta menjadi satu-satunya brand yang khas dengan produknya dari Sumatera Barat. Kondisi ini tentunya mengharuskan Kadai Tangkelek untuk memiliki strategi agar dapat bertahan dan mengembangkan bisnisnya sehingga dapat mencapai tujuan jangka panjang Kadai Tangkelek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara terhadap Kadai Tangkelek Kota Padang untuk merumuskan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Kadai Tangkelek. Kemudian melakukan perumusan strategi melalui tiga tahap, yaitu tahap input menggunakan matriks EFE (External Factor Evaluation) dan IFE (Internal Factor Evaluation), tahap pencocokan menggunakan matriks SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threats) dan IE (Internal-External) dan tahap keputusan menggunakan metode QFD (Quality Function Deployment) melalui HOQ (House Of Quality). Dari hasil identifikasi posisi bisnis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa Kadai Tangkelek Kota Padang berada pada kuadran V, dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa Kadai Tangkelek Kota Padang dalam keadaan menjaga dan mempertahankan eksistensi produknya. Sedangkan untuk prioritas strategi berdasarkan metode QFD melalui HOQ, dari 11 strategi yang diperoleh dari matriks SWOT maka urutan prioritas pertama dari strategi yang diperoleh adalah memperluas pangsa pasar.

Kata kunci : HOQ, Kadai Tangkelek, QFD