

ABSTRAK

Perkembangan industri fashion di Indonesia membawa pengaruh terhadap pelaku bisnis di provinsi Sumatera Barat terutama di Kota Bukittinggi, untuk membuat produk-produk distribution outlet bertemakan Minangkabau. Distribution outlet atau lebih dikenal dengan distro khas Minangkabau Kapuyuak merupakan salah satu distro tertua dari beberapa distro yang ada di Kota Bukittinggi. Namun perkembangan dan munculnya pesaing baru distro khas Minangkabau di Kota Bukittinggi menjadi ancaman bagi distro khas Minangkabau Kapuyuak untuk mengembangkan usahanya. Agar dapat bertahan dan memenangkan kompetisi dalam persaingan industri busana ini, maka perusahaan harus memiliki manajemen strategi yang tepat. Oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan perancangan strategi bisnis yang tepat bagi distribution outlet khas Minangkabau Kapuyuak dalam menghadapi persaingan pasar.

Data yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah aspek dan faktor SWOT untuk menilai kondisi bisnis distribution outlet khas Minangkabau Kapuyuak, penilaian hubungan aspek dan faktor SWOT serta tingkat kepentingan aspek, penilaian rating faktor SWOT, dan penilaian hubungan faktor SWOT dan alternatif strategi. Langkah-langkah penyelesaian penelitian ini adalah menentukan tingkat kepentingan dari masing-masing faktor SWOT menggunakan metode Fuzzy Quality Function Deployment (Fuzzy QFD). Kemudian dilakukan perumusan strategi melalui tiga tahapan, yaitu input stage (matrik Internal Factor Evaluation dan matrik External Factor Evaluation), tahap pencocokan (matriks Strengths Weaknesses Threats Opportunities, matrik Strategic Position and Action Evaluation, matrik Boston Consulting Group, matrik Grand Strategy, matrik Internal Eksternal), dan tahap keputusan (matrik Quantitative Startegic Planning Matrix).

Berdasarkan hasil identifikasi dan validasi faktor SWOT yang telah dilakukan, didapatkan 39 faktor internal dan 43 faktor eksternal untuk menilai kondisi bisnis distribution outlet khas Minangkabau Kapuyuak. Dari hasil pengolahan data pada matrik Internal Factor Evaluation (IFE) dan matrik External Factor Evaluation (EFE) diketahui bahwa kondisi eksternal dan bisnis distribution outlet khas Minangkabau Kapuyuak berada pada posisi yang baik. Hal ini dapat dilihat dari total skor bobot eksternal dan internal yang berada diatas rata-rata (2.5), yaitu 3,1557 untuk kondisi internal dan 2.7945 untuk kondisi eksternal. Dari hasil perumusan strategi pada decision stage didapatkan 10 alternatif strategi yang dapat digunakan untuk strategi bisnis distribution outlet khas Minangkabau Kapuyuak. Kemudian ditentukan prioritas strategi menggunakan Attactiveness Scores (AS). Hasilnya alternatif strategi yang memiliki nilai Total Attactiveness Scores (TAS) tertinggi adalah strategi 5 "menjaga, mengembangkan, dan meningkatkan kualitas produk" dan strategi yang memiliki tingkat kepentingan terendah adalah strategi 6 "meningkatkan kemampuan tenaga kerja untuk marketing, sales, service, dan manajemen keuangan".

Kata Kunci : SWOT, SPACE, BCG, GS, IE, dan QSPM