

**ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK MERK REI
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DENGAN PRODUK
MERK EIGER**

TESIS



Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. Syukri Lukman, SE, MS

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAGEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS**

2017

ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK MERK REI DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DENGAN PRODUK MERK EIGER

Wili Hadiprajatna, Syukri Lukman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi-strategi apa saja yang bisa diterapkan oleh CV DBT untuk memenangkan persaingan, dan apa strategi utama yang bisa diterapkan CV DBT dalam menghadapi persaingan dengan produk merk Eiger. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan riset kepustakaan, wawancara, kuesioner dan pengamatan langsung ke lapangan. Berdasarkan data-data yang telah diidentifikasi kemudian diolah dan dianalisis melalui tiga tahapan analisis yaitu tahap pengumpulan data (analisis faktor internal dan eksternal), tahap analisis data (analisis SWOT dan Matrik IE) serta tahap pengambilan keputusan (analisis QSPM). Hasil perhitungan dan penilaian didapatkan beberapa strategi yakni strategi pengembangan pasar, strategi integrasi horisontal dan strategi integrasi ke depan. Hasil pemilihan strategi menggunakan analisis QSPM diperoleh bahwa Strategi Pengembangan Pasar adalah strategi terbaik yang bisa diterapkan oleh CV DBT. Berpijak pada hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yakni pertama, memperluas pangsa pasar serta meningkatkan penjualan dengan menyasar konsumen-konsumen yang belanja via *online (E-Commerce)*. Kedua, memperbaiki kualitas dan kemampuan SDM. Ketiga, meningkatkan dan memperbaiki sistem reseller. Empat, meningkatkan promosi. Lima, memperluas pasar dengan membuka jasa penyewaan alat outdoor, dengan berkerjasama dengan EO (Event Organizer).

Kata kunci - Strategi, SWOT, Matrix IE, QSPM