

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pertumbuhan ERIGO dalam industri fesyen khususnya *clothing apparel* lokal di Indonesia. Beberapa strategi pertumbuhan sebelumnya telah dilakukan oleh perusahaan agar dapat terus bertahan dalam industri ini.

Ruang lingkup penelitian dalam analisis strategi pertumbuhan dibatasi yang hanya berhubungan dengan industri kreatif subsektor fesyen khususnya *clothing apparel* lokal di Indonesia terutama perusahaan PT Idea Solusi Indonesia sebagai pemilik merek dagang ERIGO. Jenis penelitian yang dilakukan dalam tesis ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat studi kasus pada ERIGO dengan cara menggambarkan kondisi eksternal dan internal perusahaan melalui wawancara serta menggunakan data kuesioner untuk mengetahui strategi pertumbuhan yang tepat untuk perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan langsung (observasi), melalui wawancara dan pengisian kuesioner, dan Data sekunder diperoleh dari katalog perusahaan, studi literatur, data dari internet, Badan Pusat Statistik, Kementerian Perindustrian, Kementerian Industri Kreatif, penelitian sebelumnya, dan data-data pendukung lainnya.

Analisa strategi pertumbuhan ERIGO dalam industri fesyen di Indonesia menggunakan teori manajemen strategi bersaing yang terdiri dari identifikasi faktor strategis internal dan eksternal, yang kemudian dituangkan dalam Matriks *IFE* dan *EFE* yang selanjutnya dianalisa menggunakan matriks *IE*. Tahap terakhir adalah pengambilan keputusan pilihan strategi pertumbuhan terbaik menggunakan matriks *QSPM* agar dapat mengetahui prioritas strategi yang paling relevan dijalankan dengan kondisi perusahaan terkini.

Dari hasil analisis menggunakan matriks *IE* diperoleh hasil bahwa posisi ERIGO berada dalam sel II, yang artinya perusahaan mempunyai posisi yang baik dalam persaingan. Strategi kedepannya yang bisa diterapkan oleh perusahaan adalah strategi *market penetration*, *market development* atau *product development*. Hasil penelitian menggunakan matriks *QSPM* menunjukan bahwa ERIGO kedepannya sebaiknya menjalankan strategi *market penetration* dengan cara meningkatkan kualitas produk dengan cara meningkatkan QC agar dapat terus bertumbuh didalam industri fesyen khususnya *clothing apparel* lokal.

Kata kunci : ERIGO, Industri Fesyen, *Clothing Apparel* Lokal, Strategi Pertumbuhan, *Porter's Five Force analysis*, *Key Success Factor*, *Framework Ansoff Matrix*, Matriks *IFE*, Matriks *EFE*, Matriks *IE*, Matriks *QSPM*

ABSTRACT

This research aims to analyze ERIGO growth strategy in fashion industry especially local clothing apparel in Indonesia. Several previous growth strategies have been done by the company in order to continue for survive in this industry.

The scope of this research in growth strategies is limited only to the creative industries of the fashion sub-sector, especially local clothing apparel in Indonesia, especially PT Idea Solusi Indonesia as the owner of ERIGO trademark. The type of research conducted in this thesis is a descriptive quantitative research that is a case study on ERIGO by describing the external and internal conditions of the company through interviews and using questionnaire data to find the right growth strategy for the company. The data used in this study consists of two types of data namely primary data and secondary data. Primary data were obtained from direct observation through interview and questionnaire filling, and secondary data were obtained from company catalog, literature study, internet data, Central Bureau of Statistics, Ministry of Industry, Ministry of Creative Industry, previous research, and data other supporters.

ERIGO's growth strategy analysis in the fashion industry in Indonesia uses competitive strategy management theory which consists of identification of internal and external strategic factors, which is then poured into IFE and EFE Matrix which then analyzed using IE matrix. The final stage is the decision of choice of the best growth strategy using QSPM matrix in order to know the priority of the most relevant strategy executed with the condition of the current company.

From the analysis using IE matrix obtained ERIGO position result are in cell II, which means the company has a good position in the competition. Future strategies that can be applied by the company is a strategy of market penetration, market development or product development. The result of research using QSPM matrix shows that ERIGO in the future should run market penetration strategy by improving product quality by increasing QC to keep growing in fashion industry especially local clothing apparel.

Keywords : *ERIGO, Fashion Industry, Clothing Apparel Local, Growth Strategy, Porter's Five Force analysis, Key Success Factor, Framework Ansoff Matrix, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, QSPM Matrix.*