



## INTISARI

Persaingan perusahaan penyedia barang / jasa yang sangat ketat dan perubahan sistem lelang dari offline menjadi online menjadikan strategi bersaing merupakan hal yang sangat penting. Penelitian ini bertujuan memformulasikan strategi bersaing pada PT Nasari Bersaudara. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada penafsiran dalam fenomena sosial. Data-data yang diteliti mencakup aspek lingkungan internal maupun aspek lingkungan eksternal.

Penelitian dilakukan dengan tiga tahap. Tahap pertama adalah tahap input. Tahap input terdiri dari tiga alat bantu analisis. Alat bantu tersebut adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) untuk mengetahui faktor internal yang mempengaruhi, EFE (*External Factor Evaluation*) untuk mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi dan CPM (*Competitive Profil Matrix*) untuk mengetahui posisi perusahaan dengan pesaingnya. Tahap kedua adalah tahap pencocokan. Tahap pencocokan terdiri dari empat alat bantu analisis. Alat bantu tersebut adalah matriks SWOT untuk memberikan alternatif strategi yang layak, matriks Internal-Eksternal untuk membantu menganalisa strategi perusahaan, Matriks SPACE untuk memberikan indikasi tipe strategi yang cocok untuk perusahaan, dan Matriks Grand Strategy untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat. Tahap terakhir atau tahap ketiga adalah tahap pemilihan strategi. Tahap ketiga menggunakan alat bantu matriks QSPM yang digunakan untuk menentukan strategi perusahaan.

Melalui proses formulasi strategi yang telah dilalui, maka dapat diusulkan strategi bersaing untuk perusahaan yaitu: 1) mengekspansi target konsumen perusahaan, baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, kementerian dan swasta. 2) melakukan diversifikasi dengan menjadi distributor lampu hemat energi.

**Kata Kunci:** formulasi strategi bersaing, matriks IFE, matriks EFE, matriks CPM, matriks Internal-Eksternal, matriks SWOT, matriks SPACE, matriks Grand Strategy, matriks QSPM



## **ABSTRACT**

*Competition providers of goods / services are very strict and the system changes from offline to online auctions make competitive strategy is very important. This study aims to formulate strategies for competing in the PT Nasari Bersaudara. The research is a qualitative research, the research emphasizes on the interpretation of social phenomena. The data examined cover all aspects of internal and external environmental aspects.*

*The study was conducted in three stages. The first stage is the input stage. The input stage consists of three tools of analysis. That tool is the matrix of IFE (Internal Factor Evaluation) to determine the internal factors that affect, EFE (External Factor Evaluation) to determine the external factors that influence and CPM (Competitive Profile Matrix) to determine the position of the company with its competitors. The second phase is the phase matching is. Matching stage consists of four analysis tools. That tool is the SWOT matrix to provide a viable alternative strategy, Internal-External matrix to help analyze the company's strategy, SPACE Matrix to provide an indication of the type suitable strategy for the company, and Grand Strategy Matrix to find the right business strategy. Last stage or the third stage is the stage of the selection of strategies. The third stage uses tools QSPM matrix that is used to determine the company's strategy.*

*Through the process of strategy formulation that has passed, it can be proposed for the company's competitive strategy, namely: 1) expanding the company's target consumer, both the central government, local authorities, ministries and private sector 2) diversifying to become a distributor of energy-saving lamps.*

*Keywords: competitive strategy formulation, IFE matrix, EFE matrix, the matrix CPM, Internal-External Matrix, SWOT, SPACE Matrix, Grand Strategy matrix, the matrix QSPM.*