

INTISARI

Pasar untuk industri sepeda di Indonesia masih memiliki trend positif. Produsen sepeda lokal di Indonesia dapat mengembangkan usahanya untuk melanjutkan bisnisnya. PT. WJSI merupakan salah satu produsen sepeda lokal di Indonesia yang memproduksi sepeda untuk kelas menengah. Untuk memenangkan persaingan maka perlu dimiliki strategi yang tepat. Oleh karena itu diformulasikan strategi yang dapat membantu badan usaha tersebut agar mampu memenangkan persaingan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode wawancara, pengamatan dan analisis dokumen untuk memperoleh data. Penelitian ini berusaha menggabungkan hasil analisis dan intuitif untuk menyusun strategi yang tepat bagi PT. WJSI. Tahapan formulasi strategi yaitu *input stage*, *matching stage* dan *decision stage*. Pada *input stage* dilakukan *internal* dan *external assessment* untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman badan yang dihadapi. Pada *matching stage* dilakukan analisis berdasarkan input dengan berbagai alat. Analisis strategi menggunakan *Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats Matrix (SWOT matrix)* dan *The Grand Strategy Matrix (GSM)*. *Decision stage* merupakan analisis alternatif strategi untuk menentukan strategi yang cocok untuk diterapkan. Alternatif strategi yang muncul dari SWOT Matrix dan GSM tersebut akan dianalisis secara kuantitatif melalui *Quantitative Strategi Planning Matrix (QSPM)*. Dengan menggunakan metode manajemen stratejik yang analitis dan intuitif, untuk keberlanjutan bisnis bagi PT. WJSI maka diusulkan strategi *product development*.

Kata kunci : formulasi strategi, SWOT Matrix, *The Grand Strategy Matrix (GSM)*, *product development*

ABSTRACT

The market for the bicycle industry in Indonesia still has a positive trend. Local bicycle manufacturers in Indonesia can expand its to continue their business. PT. WJSI is one of the local bicycle manufacturers in Indonesia, which produces bicycles for the middle class. To win the competition, they need to have the right strategy. Formulated a strategy that can help them to be able to win the competition. This study is a qualitative research using interviews, observation and document analysis to obtain the data. This research tries to combine the results of the analysis and intuitive to formulate strategies for the PT. WJSI. Stages of strategy formulation is the input stage, matching stage and the decision stage. At the input stage there are internal and external assessment to determine strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by PT.WJSI. In the matching stage, analysis based input with a variety of tools. Analysis strategy using Strength, Weaknesses, Opportutnities, Threaths Matrix (SWOT matrix) and The Grand Strategy Matrix (GSM). Decision stage is the analysis of alternative strategies to determine a suitable strategy to be applied. Matching stage suggest some alternative strategies. It will be analyzed quantitatively through the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). By using the analytical method strategic management and an intuitive, PT. WJSI can continue their business with product development strategy.

Keyword : Formulation strategy, SWOT Matrix, The Grand Strategy Matrix (GSM), product development