

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategy Competitive Advantage Pada Pusat Souvenir (Studi Kasus CV Nabata Souvenir, Desa Kendalrejo, Kecamatan Talun Kabupaten Blitar)” ini ditulis oleh Dinnia Ainul Farah, NIM. 1742143069 dengan dibimbing oleh Rokhmat Subagiyo, M. E. I

CV Nabata Souvenir adalah perusahaan atau pabrik yang bergerak dalam bidang pembuatan dan penyediaan souvenir. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Bersaing Pada CV Nabata Souvenir Desa Kendalrejo, Kecamatan Talun Kabupaten Blitar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner yang dilakukan terhadap pihak-pihak terkait dalam perusahaan. Teknik analisis data menggunakan konsep Fredd, R. David yaitu melalui tiga tahap perumusan strategis yaitu tahap pemasukan, tahap pencocokan, dan tahap pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan data kuantitatif untuk menentukan faktor-faktor penentu strategi bersaing perusahaan pertiap tahapnya. Pada tahap pemasukan penganalisaan menggunakan matrik IFE, dan matrik EFE. Pada tahap selanjutnya yaitu tahap pencocokan dianalisis menggunakan matrik IE, matrik Grand Strategy, dan matrik SWOT. Dan pada tahap terakhir pengambilan keputusan menggunakan matrik QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan pada tahap pemasukan nilai hasil dari matrik IFE sebesar 3,244 dan matrik EFE sebesar 3,476. Selanjutnya pada tahap pencocokan diketahui CV Nabata Souvenir berada pada posisi sel 1, masuk pada strategi pertumbuhan. Strategi yang cocok adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. Selanjutnya pada matrik *grand strategy* posisi CV Nabata Souvenir berada pada kuadran 1 dan strategi yang cocok adalah strategi penetrasi pasar, dan pengembangan pasar. dan strategi yang dihasilkan adalah strategi SO yang dirumuskan pada matrik SWOT. Dan pada tahap terakhir, tahap pengambilan keputusan, dari hasil matrik QSPM diperoleh alternatif strategi keunggulan bersaing CV Nabata Souvenir adalah strategi penetrasi pasar. dengan Total Nilai Daya Tarik (TAS) sebesar 6,409.

Kata Kunci: Strategi Keunggulan Bersaing, Analisis SWOT

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "SWOT Analysis in Determining Strategy Competitive Advantage at the Souvenir Center (Case Study of Nabata Souvenir CV, Kendalrejo Village, Talun District, Blitar Regency)" was written by Dinnia Ainul Farah, Student ID Number 1742143069 guided by Rokhmat Subagiyo Master Of Islamic Economics. CV Nabata Souvenir is a company or factory engaged in the manufacture and supply of souvenirs. The purpose of this study was to find out the SWOT Analysis in Determining Competitive Strategies in the Nabata Souvenir CV in Kendalrejo Village, Talun District, Blitar Regency.

The research method used in this study is a qualitative descriptive method with a type of case study research. Data collection techniques using interviews, observations, and questionnaires conducted on the parties involved in the company. Data analysis techniques using the concept of Fredd, R. David, namely through three stages of strategic formulation, namely the entry stage, matching stage, and decision making stage. In this study researchers also used quantitative data to determine the determinants of the company's competitive strategy at each stage. In the analysis entry stage using the IFE matrix, and the EFE matrix. In the next stage, the matching stage is analyzed using IE matrix, Grand Strategy matrix, and SWOT matrix. And in the final stage of decision making using the QSPM matrix.

The results of the study show that at the entry stage the yield value of the IFE matrix is 3,244 and EFE matrix is 3,476. Then at the matching stage, it is known that the Nabata Souvenir CV is in cell 1 position, entering the growth strategy. Suitable strategies are intensive strategies (market penetration, market development, and product development) or integration (backward integration, forward integration, and horizontal integration) can be the most appropriate for these divisions. Furthermore, in the grand strategy matrix the position of Nabata Souvenir CV is in quadrant 1 and a suitable strategy is the strategy of market penetration and market development. and the resulting strategy is the SO strategy formulated in the SWOT matrix. And at the last stage, the decision-making stage, from the results of the QSPM matrix obtained an alternative competitive advantage strategy Nabata Souvenir CV is a market penetration strategy. with a Total Value of Attractiveness (TAS) of 6,409.

Keywords: Competitive Advantage Strategy, SWOT Analysis