

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bersaing yang cocok digunakan pada usaha lokawisata Lereng Anteng Bandung berdasarkan posisi menggunakan metode tiga tahap penetapan strategi Fred R. David. Pengembangan strategi diharapkan akan mampu mengatasi permasalahan menurunnya jumlah pengunjung dan pendapatan Lereng Anteng. Keadaan tersebut diperparah oleh ketatnya persaingan usaha sejenis mengingat banyaknya pesaing dalam bidang yang sama dengan jarak yang berdekatan.

Adapun pengumpulan data primer dilakukan melalui metode wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner sederhana kepada para narasumber internal pegawai Lereng Anteng yang memahami betul objek penelitian. Selain itu data sekunder penelitian ini diperoleh dari beragam sumber seperti jurnal, artikel, internet, dan sebagainya. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan matriks IFE, matriks EFE, CPM, matriks IE, matriks SWOT, matriks SPACE, dan QSPM.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa internal Lokawisata Lereng Anteng sudah cukup baik, dalam arti berhasil dalam mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Sedangkan kondisi eksternal Lereng Anteng untuk saat ini kurang menguntungkan, yang artinya Lereng Anteng belum berhasil mengatasi ancaman dengan memanfaatkan peluang yang dimilikinya. Adapun strategi pengembangan produk sebagai strategi yang paling tepat digunakan oleh lokawisata Lereng Anteng Bandung menilai dari faktor internal dan faktor eksternal yang dimilikinya dengan perolehan nilai TAS sebesar 5,26. Selain itu diperoleh beberapa alternatif strategi lainnya yang dapat membantu memenangkan persaingan, diantaranya strategi penetrasi pasar dengan nilai TAS 5,15; strategi pengembangan pasar dengan nilai TAS 4,87; serta strategi integrasi dengan nilai TAS 4,75.

Kata Kunci : Faktor Internal-Eksternal, Strategi Bersaing, Manajemen Strategis

ABSTRACT

This study aims to develop a competitive strategy that is suitable for use in the Lereng Anteng Bandung tourism business based on position using the three-stage method of determining strategy by Fred R. David. The development of the strategy is expected to be able to overcome the problem of decreasing the number of visitors and the income of Lereng Anteng. This situation is exacerbated by the intense competition for similar businesses considering that there are many competitors in the same field in close proximity.

The primary data collection was carried out through interviews, observation, documentation and simple questionnaires to the internal sources of Lereng Anteng employees who fully understood the object of research. In addition, secondary data of this study were obtained from various sources such as journals, articles, internet, and so on. Data processing in this study uses the IFE matrix, EFE matrix, CPM, IE matrix, SWOT matrix, SPACE matrix, and QSPM.

The results of the study concluded that the internal Lokawisata Lereng Anteng was quite good, in the sense that it was successful in overcoming weaknesses by utilizing its strengths. Meanwhile, Lereng Anteng's external conditions are currently unfavorable, which means that Lereng Anteng has not succeeded in overcoming threats by taking advantage of the opportunities it has. The product development strategy as the most appropriate strategy used by Lokawisata Lereng Anteng Bandung judging from its internal and external factors with the acquisition of a TAS value of 5.26. In addition, several other alternative strategies were obtained that can help win the competition, including a market penetration strategy with a TAS value of 5.15; market development strategy with a TAS value of 4.87; and the integration strategy with a TAS value of 4.75.

Keywords : *Internal-External Factors, Competitive Strategy, Strategic Management*