

## ABSTRAK

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan bidang industri dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar. Perusahaan juga harus mampu untuk meminimalisir kelemahan dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Persaingan bisnis tidak hanya dirasakan oleh industri-industri besar tetapi juga dialami oleh industri kecil dan menengah (IKM) di Indonesia. Seperti halnya yang dialami oleh Tanaga Racing Innovation yang merupakan salah satu IKM di Kabupaten Purbalingga yang menghasilkan salah satu komponen otomotif yaitu knalpot *racing*. Industri knalpot yang semakin berkembang, menyebabkan tingkat persaingan industri knalpot pun semakin tinggi. Hal tersebut menuntut Tanaga Racing Innovation untuk memiliki strategi bersaing yang tepat, sehingga mampu mengungguli pesaingnya dalam industri.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal, lingkungan internal, dan mengetahui alternatif strategi bersaing yang sesuai untuk Tanaga Racing Innovation dalam menjalankan bisnisnya.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studikusus. Sumber data yang digunakan adalah data primer dilakukan melalui observasi dan wawancara, data sekunder dilakukan melalui studi pustaka, buku, dan jurnal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan narasumber sebanyak empat orang, kredibilitas data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM yang berdasarkan dari hasil analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan skor Matriks EFE sebesar 2,86 dan skor Matriks IFE sebesar 2,88, sehingga posisi Tanaga Racing Innovation berada dalam Matriks IE berada pada sel V, yaitu strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Dari hasil Matriks SWOT perusahaan memiliki 5 alternatif strategi, terdiri dari 4 strategi penetrasi pasar dan 1 strategi pengembangan produk. Alternatif strategi yang menjadi prioritas utama berdasarkan evaluasi matriks QSPM adalah dengan strategi penetrasi pasar (*market penetration*).

Strategi rekomendasi bagi Tanaga Racing Innovation untuk menghadapi persaingan adalah dengan secara konsisten mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah untuk mendapatkan potensi konsumen baru.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Matriks EFE, IFE, SWOT, dan QSPM