

ABSTRAK

Bandung dikenal sebagai kota industri kreatif. Industri Sepatu Cibaduyut merupakan satu dari tujuh industri kreatif Bandung yang berkembang pesat. Pioncini bertempat di kompleks Situ Terate nomor 210 RT006/RW01, Cibaduyut, Bandung. Pada saat ini merek sepatu asing semakin banyak digemari masyarakat Indonesia. Untuk mempertahankan industri sepatu Cibaduyut, Pioncini harus memiliki perencanaan strategi yang baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dijalankan Pioncini di tahun 2015 dalam Industri sepatu Cibaduyut dan menyusun formulasi strategi bisnis yang bisa digunakan oleh Pioncini.

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik analisis data menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM untuk menghasilkan strategi alternatif yang didapat dari identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, sedangkan data sekunder melalui studi pustaka dan artikel.

Hasil analisis matriks yang diperoleh adalah jumlah IFE Matriks sebesar 3,05, dan jumlah EFE Matriks sebesar 2,55 yang menempatkan perusahaan pada kuadran IV menandakan dalam kondisi tumbuh dan membangun (*growth and build*). Terdapat tiga alternatif strategi yang dapat digunakan pioncini, yaitu pengembangan pasar, penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil dari QSPM menyatakan bahwa strategi terbaik yang dapat digunakan adalah pengembangan produk.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Bisnis, Formulasi Strategi, SWOT