

ABSTRAK

Dunia *fashion* muslim tidak akan pernah mati untuk menciptakan inovasi-inovasi sesuai perkembangan zaman. Persaingan dalam dunia bisnis di Indonesia semakin hari semakin ketat. Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dengan berbagai cara, inovasi dan strategi. Perusahaan harus dapat menentukan strategi yang pas dan cocok yang dapat digunakan untuk mencapai target pasar dan meluasnya pangsa pasar yang ada. Sehingga bisnisnya dapat bertahan dan memenangi persaingan. Semakin banyak pesaing-pesaing yang ada akan memunculkan banyak pilihan bagi para konsumen. Sehingga menyebabkan konsumen lebih jeli dan lebih cerdas dengan pilihan mereka. Mengetahui ruang lingkup persaingan dan penetapan strategi yang tepat merupakan hal yang penting untuk CV. Rabbani Asysa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor eksternal dan faktor internal pada CV. Rabbani Asysa, posisi perusahaan dalam Matrik SWOT, dan formulasi strategi bisnis yang akan dilakukan perusahaan dalam mengatasi kelemahan dan menggunakan kekuatan, memanfaatkan peluang serta mengatasi ancaman berdasarkan matrik QSPM. Ketiga hal ini berguna untuk perumusan strategi guna membantu perusahaan dalam bersaing dengan para kompetitor. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data primer didapatkan melalui observasi, wawancara dan studi literatur.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan total skor Matrik IFAS sebesar 3,16 (posisi internal perusahaan tinggi) dan total skor Matrik EFAS sebesar 3,08 (posisi eksternal perusahaan juga tinggi). Hasil IE Matrix menunjukkan CV. Rabbani Asysa berada pada sel I yaitu tumbuh dan membangun (*grow and build*). Hasil Matrik QSPM didapatkan dari Matrik SWOT yang menghasilkan 6 strategi alternatif.

Kata kunci : Manajemen Strategi, IFAS Matrix, EFAS Matrix, IE Matrix, Analisis SWOT, QSPM Matrix, Industri Tekstil