

ABSTRAK

**STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK PARFUM
SEBATIN MENGGUNAKAN SWOT**

Oleh

BALQIS IKLIL HABIBA

Rencana induk pembangunan industri nasional dari kementerian perindustrian yang menetapkan industri kosmetik sebagai sektor andalan dalam perkembangannya memberikan peluang bagi pengusaha parfum untuk mengenalkan produknya. Produk sebatin yang masih baru dan banyaknya pesaing dalam pasar parfum dimasyarakat dapat menjadi permasalahan dalam daya saing pemasaran parfum sebatin. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal produk sebatin untuk menciptakan strategi serta menentukan strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing parfum sebatin. Dalam mencapai tujuan tersebut dilakukan dengan metode evaluasi faktor internal, evaluasi faktor eksternal, matriks SWOT, matriks Internal-eksternal, dan analisis matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil penelitian menunjukan kondisi parfum sebatin memiliki 6 kekuatan, 4 kelemahan, 4 peluang dan 4 ancaman. Melalui matriks IFE dan EFE diketahui parfum sebatin menunjukan posisi internal dan eksternal parfum sebatin berada posisi kuat dengan total skor matriks IE 3,63 ; 3,48. Melalui matriks SWOT dan QSPM didapatkan 11 strategi dengan prioritas strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan varian produk untuk memenuhi kebutuhan parfum dalam perkembangan gaya hidup masyarakat juga sebagai alternatif pilihan varian dalam mengenalkan produk sebagai cinderamata daerah yang didukung RIPIN tentang kosmetik yang menjadi sektor andalan

Kata kunci : Parfum, SWOT, QSPM