

## ABSTRAK

### **Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo “(Studi Kasus Industri Meubel di Kota Gorontalo)**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis dan mengetahui Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal dalam rangka mempertahankan keunggulan bersaing dari UKM; (2) Untuk mengetahui dan menganalisis upaya apakah yang dilakukan baik pelaku usaha (UKM) dan pemerintah daerah dalam rangka menjaga maupun mendukung keunggulan bersaing dari pada UKM di Kota Gorontalo; (3) untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing yang dilakukan setiap UKM yang ada di kota Gorontalo dalam memenangkan persaingan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan melakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan melalui kuisioner. Pengkajian dilakukan dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal saat ini sehingga mencapai kondisi yang diharapkan dimasa mendatang terkait dengan strategi keunggulan bersaing industri meubel di Kota Gorontalo. Untuk menganalisis faktor-faktor tersebut dalam rangka merumuskan strategi keunggulan bersaing UKM khususnya industri meubel maka dilakukan dengan pendekatan Analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi meraih keunggulan bersaing industri meubel yang ada dikota Gorontalo dimasa yang akan datang dapat dilakukan dengan strategi *Agresif* yaitu dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk dan meningkatkan akses kepasar yang lebih luas. Disamping strategi utama di atas, juga ada beberapa strategi alternatif berdasarkan matrix SWOT yang dapat digunakan yakni: membuka usaha lain yang mendukung usaha sebelumnya; memperluas jalur pemasaran; merancang perencanaan bisnis; Inisiatif kredit untuk menambah modal; Memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk; Memberikan jaminan keselamatan kerja kepada pekerja; Memasuki dan menguasai daerah pemasaran; Meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen; Intensitas melakukan promosi usaha.

**Kata Kunci:** Strategi, Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*)