**ABSTRAK**

**CV. Kawisa Pratama Bandung merupakan salah satu perusahaan di bidang industri percetakan yang ada di pusat percetakan Pagarsih, Bandung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat berbagai masalah di CV. Kawisa Pratama Bandung, diantaranya adalah CV. Kawisa Pratama belum mampu menciptakan konsumen baru karena keterbatasan SDM dan merasa bahwa konsumenlah yang akan mencari untuk menggunakan jasanya. Walaupun masih banyak konsumen yang datang untuk menggunakan jasanya, CV. Kawisa Pratama Bandung memerlukan analisis strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing karena tidak ada yang pasti dalam dunia persaingan.**

**Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah analisis strategi bisnis dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara terstuktur dan observasi non partisipan, sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan. Teknik analisa data yang digunakan yaitu dengan matriks *grand strategy* yang akan diawali dengan menganalisis faktor internal dan faktor internal perusahaan.**

**Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan matriks *grand strategy* dan pemilihan secara khusus dengan Matriks *Quantitative Strategies Planning (QSP)* dapat dipeoleh bahwa strategi yang harus dilakukan oleh CV. Kawisa Pratama Bandung adalah *market development, market penetration,* dan *product development.***

**Faktor-faktor yang menghambat berjalannya strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada CV. Kawisa Pratama Bandung dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor internal yang terdiri dari individual pegawai dan modal yang dimiliki, sedangkan faktor eksternalnya adalah ketidakpastian yang selalu datang, pesaing yang semakin banyak, dan peraturan pemerintah (izin usaha untuk memenangkan tender).**

**Saran yang diberikan antara lain: 1) Memperbaiki susunan organisasi. 2) Menambah SDM yang memiliki kompeten dibidang administrasi, manajemen dan pemasaran 3) Terus memperbaiki pelayanan dan kualitas produk agar konsumen tetap mempercayakan kebutuhannya untuk produk dan jasa percetakan pada CV. Kawisa Pratama Bandung.**

**Kata Kunci:**

**Analisis, *Grand Strategy,* Keunggulan Bersaing**

***ABSTRACT***

**CV. KawisaPratama Bandung is one of printing companies located at the printing center industry in Pagarsih, Bandung. Based on the research, there are various problems in the CV. Kawisa Pratama Bandung, ones of those include that the CV. Kawisa Pratama Bandung has not been able to find new consumers because of the limited human resources and the feeling that consumers are the ones who would seek its services. Although huge amounts of customers are in need to using its services, CV. Kawisa Pratama Bandung requires business strategy analyses in a way of increasing the competitive advantage due to the fact that there is no certainty in the business world market.**

**The aim of this research is to determine whether the analysis of business strategies can increase the competitive advantage. The method used is descriptive. The primary data collection techniques are done by a structured interview and a non-participant observation, while the secondary data collection is done by a literature study. Data analysis technique used is the matrix of the grand strategy with the former start of the internal factors and the company’s internal factors analyses.**

**The researching using the matrix of the grand strategy and the specific choice with the help of Matrix Quantitative Strategies Planning (QSP) results that the proper strategies that should be outlined by CV. Kawisa Pratama Bandung are market development, market penetration, and product development.**

**The obstacle factors that inhibit the business strategy in increasing its competitive advantage in CV. Kawisa Pratama Bandung are influenced by two factors, which are internal factors including the lack of individual employees and the owned business capital, while the external factor goes to the uncertainty that always occurs, the upcoming of a lot of competitors and the government regulations (regarding business license on winning a tender).**

**The advices given are as follows: 1) Improving the organizational structure. 2) Adding competent human resources in administration, management and marketing field, 3) Continuing in improving service and product quality to have consumers to feel rely on the products and the printing services fulfilling their needs on CV. KawisaPratama Bandung.**

**Keywords:**

**Analysis, Grand Strategy, Competitive Advantage**

**ABSTRAK**

**CV. Kawisa Pratama Bandung mangrupakeun salah sahiji pausahaan dina widang industri percetakan di pusat percetakan Pagarsih, Bandung. Dumasar kana panalungtikan anu dilakukeun, aya rupa-rupa masalah dina CV Kawisa Pratama Bandung, kaasup CV. Kawisa Pratama teu bisa mawa konsumén anyar alatan SDM diwatesan jeung ngarasa yén pamakéna anu bakal neangan maké jasana. Sanajan aya loba konsumén anu datang maké jasana, CV. Kawisa Pratama Bandung merlukeun analisis strategi bisnis pikeun ngaronjatkeun kauntungan kalapa sabab euweuh anu tangtu di dunya kompetisi.**

**Tujuan pangajaran ieu pikeun nangtukeun naha analisis strategi bisnis bisa ngaronjatkeun kauntungan kalapa. Metode anu dipaké nyaéta deskriptif. Téhnik kumpulan data primér jeung wawancara terstruktur jeung observasi non-pamilon, sedengkeun kumpulan data sekundér dipigawé ku ulikan sastra. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta matriks *grand strategy* nu dimimitian ku analisa faktor internal jeung faktor internal.**

**Dumasar hasil panalungtikan ngagunakeun matriks *grand strategy* hususna ku cara make pemilu Matriks *Quantitative Strategies Planning (QSP)* bisa dipeoleh nu strategi kudu dijieun ku CV. Kawisa Pratama Bandung téhtumuwuhna pasar, penetrasi pasar, jeung tumuwuhna produk.**

**Faktor anu ngahambat petikan tina strategi bisnis pikeun ngaronjatkeun kauntungan kalapa di CV. Kawisa Pratama Bandung téh dipangaruhan ku dua faktor, nyaéta internal diwangun ku pagawé individu jeung modal, sedengkeun faktor luar nyaéta aya kateupastian nu sok datang, beuki loba pesaing, jeung peraturan pamaéntah (lisénsi bisnis meunang lembut nu).**

**Saran dibikeun antara hal séjén: 1) Ningkatkeun struktur organisasi. 2) Nambahan SDM anu kompeten dina widang administrasi, manajemén jeung marketing 3) Teruskeun pikeun ngaronjatkeun layanan jeung produk kualitas nu pamakéna masih ngandelkeun kaperluan maranéhanana pikeun produk jeung jasa percetakan dina CV. Kawisa Pratama Bandung.**

**Konci:**

**Analisis, Grand Strategi, Kauntungan kalapa**