

ABSTRAK

Kemunculan *fintech* (*Financial Technology*) mendorong berbagai industri untuk bermain atau mendirikan bisnis di bidang tersebut. Regulasi penyelenggaraan dan lisensi atau izin sebagai pemain di bidang *fintech* awalnya hanya dimiliki oleh perbankan, akan tetapi melihat dari peluang *E-commerce* yang besar di Indonesia serta keluarnya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia maka timbulah pesaing-pesaing dari industri telekomunikasi dan *others*.

Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi bisnis pada bisnis T-Cash PT. TELKOMSEL. Formulasi strategi menggunakan tiga tahap perumusan strategi. Tahap pertama menggunakan Matriks EFE, IFE, dan CPM untuk mencari aspek internal dan eksternal yang memiliki pengaruh paling kuat. Tahap kedua menggunakan Matriks SWOT dan Matriks IE untuk mengetahui alternatif-alternatif strategi yang disarankan. Sedangkan tahap ketiga adalah tahap pengambilan keputusan yaitu menggunakan Matriks QSPM.

Data dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada 3 informan dengan tatap muka. Ketiga informan dipilih berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka dalam perusahaan. Mereka mengambil bagian sebagai manajemen puncak yang memegang kunci perusahaan.

Berdasarkan Internal-Eksternal *Matrix*, dengan nilai total skor IFE = 3,088 dan EFE = 2,3887 tampak bahwa strategi yang sesuai bagi penjualan produk T-Cash PT. TELKOMSEL adalah *grow and build strategy*. Strategi yang menjadi prioritas utama menurut matriks QSPM adalah adalah strategi pengembangan produk (*Product Development*) dengan menambah atau membuat layanan baru. Hal tersebut dapat diketahui dari total bobot sebesar 6,802.

Kata Kunci : Strategi Manajemen, Faktor Internal dan Eksternal, Matriks IE, Matriks SWOT, Matriks Grand Strategy, dan Matriks QSPM