

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait penurunan revenue Wholesale di Telkomcel, bahwa faktor internal dan eksternal dari Telkomcel mempengaruhi perkembangan bisnis internasional roaming. Perumusan strategi dilakukan melalui pendekatan manajemen strategi dengan tiga buah alat bantu, antara lain matriks SWOT, matriks IE dan Analysis of Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Hasil input stage menunjuk total skor pada matriks IFE 3.28; matriks EFE 2.57. Hasil matriks IE menunjukkan posisi di kaudran I untuk IFE dan kaudran II untuk EFE. Hasil analisa decision stage menunjukkan tiga alternatif strategi untuk Telkomcel khususnya bagian roaming, yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk. Strategi terbaik yang terpilih berdasarkan analisis QSPM untuk Telkomcel khususnya dibidang roaming adalah strategi pengembangan produk dengan total skor 3.24. Pembobotan dan penilaian pada alat bantu menggunakan teknik AHP dengan bantuan perangkat lunak expert choice 11.

Kata kunci: Manajemen Strategi, QSPM, IFE, EFE, Roaming.