

ABSTRAK

Menurut riset yang dilakukan Business Fortune Insight (2021) pertumbuhan pasar *Artificial Intelligence* (AI) diprediksi mencapai 41,6% hingga 2027. AI juga akan menjadi teknologi inti perusahaan yang akan semakin meningkat penggunaannya di masa mendatang. Hal ini merupakan suatu peluang yang sangat besar bagi perusahaan penyedia teknologi AI. Namun untuk memaksimalkan peluang tersebut diperlukan kesiapan pada internal perusahaan, salah satunya adalah memiliki strategi pemasaran yang dapat diandalkan.

Zapps merupakan perusahaan teknologi penyedia layanan AI yang baru berdiri pada 2019. Saat ini perusahaan belum memiliki strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan pada bisnis AI. Maka dari itu tugas akhir ini bertujuan untuk memformulasi strategi yang dapat diandalkan berdasarkan *resource* yang dimiliki perusahaan untuk dapat memaksimalkan peluang yang ada. Tugas akhir ini menggunakan metode SWOT dan Matriks IE untuk menghasilkan alternatif strategi dan matriks QSPM untuk memprioritaskan strategi alternatif.

Analisis menggunakan Matriks SWOT dan IE menghasilkan total 12 strategi yang dapat diimplementasikan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan melalui QSPM, strategi yang perlu diprioritaskan Zapps adalah strategi pengembangan produk dengan nilai *total attractiveness score* (TAS) sebesar 6,68. Waktu pelaksanaan strategi kemudian disusun melalui *roadmap* rencana implementasi strategi tiap tahunnya.

[*Artificial Intelligence, Strategi, QSPM, Matriks IE, Matriks SWOT, Roadmap*]