

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Formulasi Strategi Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pada PT Krakatau Daya Tirta (AMDK Quelle). Industri AMDK masih memiliki jumlah permintaan yang besar khususnya pada Provinsi Banten, banyaknya produsen AMDK di Banten serta brand nasional yang ada menjadikan persaingan industri AMDK semakin ketat. Formulasi strategi dibutuhkan untuk dapat menghadapi persaingan tersebut. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi bisnis PT Krakatau Daya Tirta serta mendapatkan strategi alternatif untuk dapat diterapkan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif melalui wawancara dan kuantitatif melalui kuesioner yang disebarakan kepada enam narasumber internal maupun eksternal. Pada penelitian ini menggunakan tiga tahapan yaitu *Input Stage*, *Matching Stage* dan *Decision Stage* untuk dapat melakukan perumusan strategi. Hasil penelitian yang didapatkan melalui tahap *Input Stage* dengan menggunakan matriks EFE sebesar 2,694 dan matriks IFE sebesar 2,742. Pada tahap *Matching Stage* menggunakan matriks IE diketahui posisi perusahaan berada pada kuadran V dengan strategi *hold and maintain* (Pertahankan dan Pelihara). Selanjutnya menggunakan matriks SWOT memperoleh empat strategi alternatif yaitu (1) Penambahan micro filtrasi sehingga dapat meningkatkan kualitas air serta bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk penggunaan AMDK Quelle, (2) Memperkuat media promosi yang ada dan memanfaatkan media sosial sebagai bagain promosi yang murah dan luas, (3) Melakukan efisiensi biaya melalui perbaikan sistem pengupahan berbasis kinerja (Variabel) dan pemakaian bahan baku untuk memperoleh harga yang kompetitif, (4) Melakukan kerja sama yang bersifat mengikat dengan pemasok bahan baku sehingga dapat mempertahankan harga yang kompetitif dan memperluas gudang untuk dapat menyimpan persediaan. Tahap terakhir yaitu *Decision Stage* menggunakan matriks QSPM mendapatkan hasil strategi prioritas yaitu Penambahan micro filtrasi sehingga dapat meningkatkan kualitas air serta Memperluas jangkauan distribusi dan melakukan penetrasi pasar baru dengan membuka distributor baru dengan perolehan hasil 6,334 dan juga Menerapkan sistem pengupahan berbasis kinerja (Variabel) dan melakukan efisiensi terhadap pemakaian bahan baku sehingga dapat memperoleh harga yang kompetitif dengan perolehan hasil 6,290.

Kata Kunci: Strategi, AMDK, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM.