

## ABSTRAK

PT Valeo AC Indonesia – Batam merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang memproduksi suku cadang mobil berupa *wiper*. Kapasitas produksi yang dimiliki oleh PT Valeo AC Indonesia – Batam berdasarkan kemampuan mesin dan pekerja dapat menghasilkan lebih dari satu juta wiper setiap bulannya. Namun penjualan produk yang dilakukan oleh PT Valeo Indonesia – Batam mulai mengalami penurunan sejak bulan Februari 2022. Penurunan penjualan tersebut perlu ditingkatkan kembali oleh PT Valeo AC Indonesia – Batam agar tetap dapat bertahan dan berkembang dengan membuat formulasi strategi bersaing yang tepat dalam memperoleh keunggulan bersaing.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi lingkungan internal serta eksternal dari PT Valeo AC Indonesia - Batam. Selain itu, perlu dirumuskan metode persaingan lain yang sesuai bagi perusahaan yang berbisnis dan berhadapan dengan pesaing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran analisis kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Sumber data adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Pada saat yang sama, data sekunder diperoleh dari literatur perusahaan, buku, majalah, dan catatan internal. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dua belas sumber, dan keabsahan data yang digunakan berdasarkan metode triangulasi sumber. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks QSPM berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal PT Valeo AC Indonesia – Batam.

Hasil penelitian menunjukkan skor matriks IFE sebesar 2.780 dan skor matriks EFE sebesar 3.266, sehingga posisi PT Valeo AC Indonesia – Batam pada matriks IE berada pada sel II, yaitu strategi tumbuh serta membangun (*growth and build*). Dari hasil matriks SWOT perusahaan memiliki 7 alternatif strategi, terdiri dari 6 strategi

penetrasi pasar dan 1 strategi pengembangan pasar. Alternatif strategi yang menjadi prioritas utama berdasarkan evaluasi matriks QSPM adalah dengan strategi pengembangan pasar.

Strategi rekomendasi bagi PT Valeo AC Indonesia – Batam untuk menghadapi persaingan adalah dengan memasuki pasar yang terdekat seperti ASEAN untuk dapat membantu perusahaan untuk memperluas basis pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mengurangi ketergantungan pada pasar yang sudah ada.

**Kata Kunci:** Formulasi Strategi Bersaing, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM