

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan inisiatif riset strategis yang bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan bagi ReviveAuto Paintworks, sebuah usaha jasa pengecatan kendaraan bermotor di Kota Bandung. Riset ini dilatarbelakangi oleh tantangan persaingan di era digital serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan dan kualitas layanan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis praktik bisnis aktual dan mengembangkan formulasi strategi bisnis berbasis analisis internal dan eksternal yang relevan terhadap dinamika industri otomotif lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus tunggal. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Teknik analisis data mencakup pendekatan analisis lingkungan eksternal menggunakan kerangka PESTLE (Political, Economic, Sociocultural, Technological, Environmental, dan Legal), serta analisis internal melalui model Value Chain, SWOT, dan formulasi strategi dengan Matriks TOWS.

Hasil analisis PESTLE menunjukkan bahwa faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan mencakup kebijakan pemerintah yang mendukung kendaraan ramah lingkungan (Political), perkembangan teknologi digital yang pesat dalam pemasaran dan operasional (Technological), serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk ramah lingkungan (Environmental). Namun, tantangan yang dihadapi meliputi tingginya biaya bahan baku ramah lingkungan (Economic), persaingan yang semakin ketat di media sosial (Sociocultural), serta kebutuhan untuk mematuhi regulasi yang terus berkembang dalam industri otomotif (Legal).

Berdasarkan analisis SWOT-TOWS, perusahaan memiliki kekuatan dalam kualitas layanan dan penggunaan teknologi pengecatan modern, tetapi kelemahan terletak pada keterbatasan strategi pemasaran digital dan manajemen yang belum sepenuhnya terstruktur. Strategi S-O disarankan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memperluas pangsa pasar dan menarik pelanggan yang peduli lingkungan. Strategi W-O mengusulkan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan mencari mitra yang menyediakan bahan baku ramah lingkungan dengan biaya lebih rendah. Strategi S-T mendorong perusahaan untuk memperkuat daya saing melalui inovasi dan layanan purna jual yang berkualitas untuk mengurangi dampak persaingan ketat, sementara strategi W-T menekankan pentingnya diversifikasi produk dan perbaikan dalam struktur manajerial untuk mengatasi tantangan eksternal.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam merumuskan strategi bisnis yang dapat memperkuat daya saing ReviveAuto Paintworks dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis dan meningkatkan posisinya dalam industri otomotif. Semua temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan, teknologi, dan kualitas layanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan repaint kendaraan di ReviveAuto Paintworks.

**Kata Kunci:** strategi bisnis, PESTLE, SWOT-TOWS, ReviveAuto Paintworks, teknologi pengecatan, pemasaran digital, keberlanjutan, industri otomotif.