

ABSTRAK

Industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terus mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kebutuhan digitalisasi dan otomatisasi. Salah satu subsektor yang berkembang signifikan adalah layanan outsourcing IT. PT IDStar Cipta Teknologi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ini dan telah melayani berbagai klien dari sektor perbankan, telekomunikasi, hingga manufaktur. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan menghadapi tantangan dalam pencapaian target penjualan dan laba kotor. Pada kuartal I dan II tahun 2024, pencapaian penjualan hanya mencapai 57,96% dan 57,41%, sedangkan laba kotor 46,53% dan 37,37%. Strategi gap carryover yang diterapkan justru meningkatkan beban target pada kuartal berikutnya, khususnya Q3 dan Q4.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan bagi PT IDStar. Pendekatan yang digunakan melibatkan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, serta metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk mengevaluasi dan menentukan strategi prioritas berdasarkan bobot dan skor daya tarik.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi penetrasi pasar merupakan pilihan paling optimal, dengan skor tertinggi dalam QSPM. Strategi ini mencakup penguatan hubungan dengan klien, peningkatan kualitas layanan, serta efisiensi dalam proses pengiriman solusi TI. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam perumusan strategi berbasis data yang dapat membantu perusahaan menghadapi dinamika industri. Disarankan juga transformasi model bisnis menuju sistem berlangganan serta peningkatan sistem internal untuk mendukung pertumbuhan yang lebih berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisis SWOT, QSPM, Penetrasi Pasar, Transformasi Digital, Keunggulan Bersaing