

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi PT Purnama Manggala Prima agar dapat beradaptasi dengan dinamika industri telekomunikasi Indonesia yang semakin kompetitif, khususnya setelah terjadinya merger antara Smartfren dan XL Axiata pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi perusahaan.

Kerangka teori yang digunakan adalah manajemen strategis dengan pendekatan Market-Based View (MBV). Analisis dilakukan melalui berbagai tahapan, dimulai dari identifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan menggunakan IFE dan EFE Matrix, kemudian pemetaan posisi strategis dengan IE dan SPACE Matrix, hingga akhirnya dilakukan formulasi dan penentuan prioritas strategi menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Purnama Manggala Prima berada pada posisi strategi agresif menurut hasil SPACE Matrix, dan IE Matrix menempatkan perusahaan dalam kuadran I (*grow and build*). Strategi prioritas yang dihasilkan melalui QSPM adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan layanan berbasis teknologi terkini, dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi sebesar 6.89, yang mencerminkan urgensi adaptasi terhadap perubahan teknologi pascamerger.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan bisnis di tengah lanskap industri yang terus berubah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Market-Based View, QSPM, Industri Telekomunikasi