

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN JASA DI LABORATORIUM KALIBRASI PT PAL INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*

Oleh:

Dimas Arya

NIM: 1719101

(Administrasi Bisnis Otomotif)

Berdasarkan data yang diperoleh dari tahun 2020 hingga 2022, Laboratorium Kalibrasi PT PAL Indonesia mengalami ketidakstabilan dalam memperoleh omset eksternal. Hal tersebut tentunya menjadi perhatian perusahaan karena laboratorium kalibrasi ini dinilai sebagai bisnis bagi perusahaan. Penelitian yang dilakukan ini terdapat tujuan agar mampu memberikan penentuan strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan jasa di laboratorium kalibrasi PT PAL Indonesia dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Subjek penelitian ini yaitu Kepala Departemen ISO, Standarisasi & Kalibrasi dan Kepala Biro Kalibrasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memakai teknik pengumpulan data kuesioner, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Penelitian ini memperlihatkan hasil skor berdasarkan matriks IFAS dan EFAS sebesar 0.07 dan -1.14. Pada analisis kuadran SWOT didapatkan hasil bahwa laboratorium kalibrasi ini berada pada Kuadran II dengan kondisi perusahaan memiliki kekuatan internal yang baik dan ancaman eksternal yang besar. Strategi utama yang sesuai dengan perusahaan yaitu strategi diversifikasi. Setelah didapatkan hasil analisis kuadran, dilakukan analisis QSPM dengan memperoleh hasil strategi prioritas yang dapat diterapkan perusahaan yaitu melakukan inovasi dalam kegiatan promosi.

Kata Kunci: Strategi, Analisis SWOT, Analisis QSPM.