

Analisis Formulasi Strategi Bisnis Pada Pt Idstar Cipta Teknologi Menggunakan Pendekatan Metode Swot Dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (Qspm)

Turangga Seta Heriwibowo ¹, Siska Noviaristanti ²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia, turangaseta@telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia, siskamarhen@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The information and communication technology (ICT) industry continues to experience rapid growth in line with the increasing demand for digitalization and automation. One of the significantly growing subsectors is IT outsourcing services. PT IDStar Cipta Teknologi is a company operating in this field and has served various clients from the banking, telecommunications, and manufacturing sectors. However, amid intensifying competition, the company faces challenges in achieving sales and gross profit targets. In the first and second quarters of 2024, sales achievements only reached 57.96% and 57.41%, while gross profit was 46.53% and 37.37%, respectively. The gap carryover strategy implemented has instead increased the target burden in the following quarters, particularly Q3 and Q4. This research aims to formulate a more effective and sustainable business strategy for PT IDStar. The approach used involves SWOT analysis to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats, as well as the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method to evaluate and determine priority strategies based on weights and attractiveness scores. The analysis results show that the market penetration strategy is the most optimal choice, with the highest score in QSPM. This strategy includes strengthening client relationships, improving service quality, and enhancing efficiency in IT solution delivery processes. This approach is expected to increase customer loyalty and expand the company's market.

Keywords: Business Strategy, SWOT Analysis, QSPM

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 pasar perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisis SWOT, QSPM

I. PENDAHULUAN

PT IDStar Cipta Teknologi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang layanan outsourcing IT di Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 2018, perusahaan ini telah membantu lebih dari 30 perusahaan dalam mengimplementasikan transformasi digital melalui penyediaan talenta teknologi yang terampil. Namun, perusahaan menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing dan mencapai target bisnis. 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.

Untuk meningkatkan pencapaian target keuangan dan memperbaiki strategi bisnis yang ada, diperlukan pendekatan yang lebih sistematis dalam merumuskan strategi bisnis PT IDStar. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT, yang memungkinkan perusahaan mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi. Namun, untuk menentukan strategi yang paling efektif, diperlukan metode yang lebih kuantitatif, salah satunya adalah Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi formulasi strategi bisnis PT IDStar Cipta Teknologi menggunakan analisis IFE dan EFE.
2. Mengidentifikasi strategi yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing perusahaan berdasarkan hasil analisis SWOT.
3. Menentukan strategi prioritas yang paling sesuai untuk PT IDStar Cipta Teknologi dengan menggunakan metode QSPM.

II. TINJAUAN LITERATUR

Penelitian ini berlandaskan pada teori-teori yang berkaitan dengan formulasi strategi bisnis dalam konteks industri teknologi informasi. Tinjauan pustaka disusun untuk menjelaskan konsep-konsep penting seperti manajemen strategi, analisis SWOT, IFE dan EFE Matrix, IE Matrix, serta metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Teori-teori ini menjadi dasar dalam menganalisis faktor internal dan eksternal serta dalam merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan daya saing PT IDStar Cipta Teknologi. Pada praktiknya dalam usaha IDStar diharapkan dapat mengungguli kompetitornya dengan melakukan strategi yang dapat mencapai aspek tersebut melalui SWOT dan QSPM sehingga langkah strategi yang nantinya akan dihasilkan benar-benar tepat dan dapat diimplementasikan dengan baik oleh IDStar.

A. Manajemen Strategi

Menurut Zakaria & Alfanur (2024), Manajemen strategi adalah sebuah rangkaian keputusan dan tindakan manajerial dalam menentukan target dan kinerja perusahaan dalam masa yang akan datang serta menyusun jangka panjang, manajemen strategi dapat dilakukan dengan pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian jangka panjang. Manajemen strategi melibatkan tiga tahap kunci, yakni formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. (David, 2023)

B. Perumusan Strategi

perumusan strategi melibatkan pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, pengenalan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pembuatan strategi alternatif, dan pemilihan strategi khusus untuk dikejar (David, 2023). David (2023) menjelaskan bahwa teknik perumusan strategi sangat penting untuk diintegrasikan dalam tiga kerangka pengambilan keputusan.

1. *Input Stage*

Data yang diperoleh dari Matriks EFE dan Matriks IFE memberikan dasar informasi untuk langkah pencocokan dan pengambilan keputusan selama perumusan strategi.

2. *Matching Stage*

Dalam konteks kerangka kerja perumusan strategi, langkah pencocokan melibatkan lima teknik yang dapat digunakan dalam urutan yang berbeda, yakni Matriks SPACE, Matriks BCG, Matriks IE, dan Matriks Strategi Grand.

3. *Decision Stage*

Sebagaimana telah diindikasikan sebelumnya, anggota dapat memberikan peringkat individu pada strategi dalam skala 1 hingga 4 berdasarkan potensi keinginan, dan kemudian menjumlahkan skor dari semua peserta. Dengan demikian, dapat dibuat daftar strategi terbaik yang diprioritaskan.

C. IFE Matrix

Menurut David (2023), langkah singkat dalam melakukan audit manajemen strategis internal melibatkan merangkum matriks evaluasi faktor internal (IFE). Matriks ini merupakan alat perumusan strategi yang merangkum serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama di berbagai area fungsional perusahaan, serta memberikan dasar untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan antara area tersebut. Dalam pengembangan Matriks IFE, penilaian intuitif diperlukan, dan perlu dicatat bahwa metode ini tidak selalu harus dianggap sebagai metode yang sangat ilmiah, seperti yang ditekankan oleh David (2023).

D. EFE Matrix

Menurut David (2023), matriks evaluasi faktor eksternal (EFE) memungkinkan para strategis untuk merangkum dan mengevaluasi informasi budaya, lingkungan, ekonomi, sosial, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal akan dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan masalah-masalah seperti ekonomi, sosial-budaya, lingkungan, politik, teknologi, hukum, dan persaingan di pasar industri.

E. IE Matrix

David (2023), Matriks IE digambarkan sebagai suatu diagram sistematis yang menempatkan divisi-divisi organisasi. Matriks IE dibangun berdasarkan dua dimensi utama, yakni skor total bobot Internal Factor Evaluation (IFE) pada sumbu x dan skor total bobot External Factor Evaluation (EFE) pada sumbu y. Penerapan Matriks IE bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih optimal pada tingkat perusahaan. Matriks IE dapat diartikan sebagai suatu alat yang memberikan kemampuan kepada para pengambil keputusan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor lingkungan, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum, dan teknologi, bersama dengan status pasar, dalam suatu periode tertentu. Pendekatan ini dapat diterapkan pada berbagai entitas, termasuk organisasi, pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat secara umum. Penelitian serupa juga ditunjukkan oleh Fadhian Budiman *et al.* (2024).

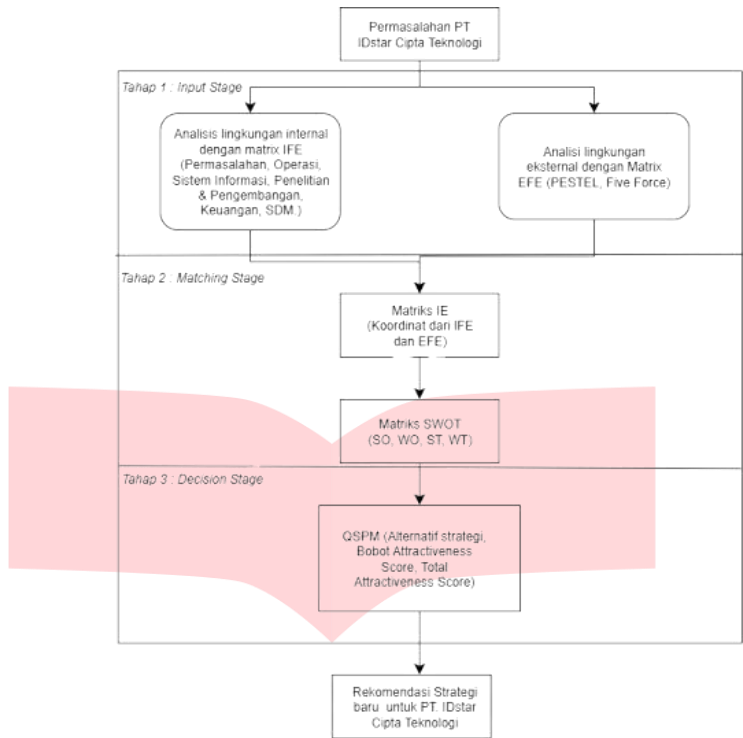
F. Analisis SWOT

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2023), analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mencocokkan faktor internal dan eksternal perusahaan guna merumuskan strategi yang tepat. Menurut Taufiqulloh & Pasaribu (2023), dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sebuah bisnis dapat menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi permasalahan dan mencapai keberhasilan. Pendekatan ini menghasilkan empat jenis strategi utama: strategi SO yang mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, strategi WO yang memanfaatkan peluang guna mengatasi kelemahan, strategi ST yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, serta strategi WT yang berfokus pada meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Keempat strategi tersebut membentuk tahapan utama dalam proses pengembangan strategi berdasarkan analisis SWOT.

G. QSMP Matrix

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk menilai berbagai alternatif strategi guna menentukan opsi yang paling tepat dan efektif. Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2023), QSPM memberikan kerangka objektif bagi para perumus strategi dalam mengevaluasi pilihan berdasarkan faktor-faktor kunci keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Seperti halnya metode analisis strategi lainnya, QSPM menggunakan sistem penilaian berupa skor daya tarik. Melalui penilaian terhadap aspek-aspek kecil ini, para pengambil keputusan dapat merumuskan keputusan besar yang lebih strategis, misalnya dalam menentukan negara tujuan investasi bernilai miliaran dolar untuk pemasaran produk.

H. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: David & David (2019), telah diolah kembali

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

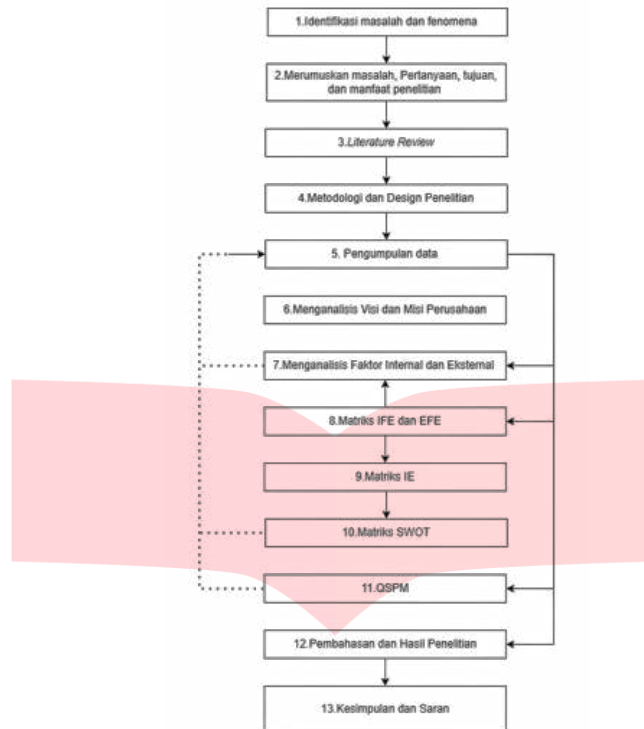
Jenis penelitian yang digunakan merupakan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu penelitian yang menganalisis menggunakan deskripsi melalui kata-kata. Menurut buku Sugiyono pada tahun 2020, bertujuan untuk mengeksplorasi, mengembangkan proposisi, atau menjelaskan makna di balik realitas yang diamati di lapangan. Metode penelitian kualitatif. Pendekatan ini lebih menekankan pada data dalam bentuk kata-kata atau gambar, dengan sedikit penekanan pada aspek-aspek numerik. Selain itu, pendekatan ini lebih mengutamakan pemahaman terhadap proses daripada produk atau hasil, seperti yang disoroti oleh (Husein, 2007).

Tabel 3.1 Jenis Penelitian

No.	Karakteristik Penelitian	Jenis
1.	Berdasarkan metode.	Kualitatif - Deskriptif
2.	Berdasarkan tujuan.	Descriptive
3.	Berdasarkan latar penelitian	Natural Setting
4.	Berdasarkan keterlibatan peneliti.	Moderate
5.	Berdasarkan unit analisis.	Organisasi.
6.	Berdasarkan waktu pelaksanaan.	Cross sectional.

Sumber: Diolah oleh Penulis (2024)

B. Tahapan Penelitian



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

Sumber: David (2023), telah diolah kembali

1. Tahap pertama melakukan Identifikasi fenomena yang terjadi di PT IDstar Cipta Teknologi.
2. Tahap kedua Peneliti Menformulasikan masalah dan menentukan tujuan penelitian.
3. Literature review dilakukan sebagai dasar untuk menyusun panduan wawancara dan sebagai pengetahuan awal sebelum melakukan pengumpulan data serta pembahasan hasil penelitian
4. Pada tahap ini, metode penelitian PT IDstar Cipta Teknologi ditetapkan, variabel dioperasionalkan, situasi sosial dan sampel penelitian dijelaskan. Pengaturan teknik pengumpulan data dilakukan, uji validitas dijalankan, dan teknik analisis data diterapkan.
5. Untuk pengumpulan data pertama pada PT IDstar Cipta Teknologi, digunakan teknik observasi dan wawancara.
6. Setelah dilakukan pengumpulan data akan dilakukan analisis terhadap visi misi perusahaan kedepannya terlebih dahulu.
7. Berdasarkan hasil proses observasi dan wawancara di PT IDstar Cipta Teknologi, dilakukan analisis untuk mengidentifikasi *strength* dan *weakness* internal, serta *opportunity* dan *weakness* eksternal.
8. Setelah mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal, dilakukan pengumpulan data kedua pada PT IDstar Cipta Teknologi menggunakan metode kuesioner. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan bobot dan peringkat yang akan digunakan dalam penyusunan Matriks IFE dan Matriks EFE.
9. Selanjutnya, dilakukan pengerjaan Matriks IE pada PT IDstar Cipta Teknologi disusun dengan menggunakan data input yang diperoleh bersumber dari Matriks IFE dan Matriks EFE
10. Langkah berikutnya adalah melakukan penyusunan Matriks SWOT dengan menggunakan data yang diperoleh bersumber dari mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PT IDstar Cipta Teknologi.
11. Setelah tahap Matriks SWOT, dilakukan pengumpulan data ketiga pada PT IDstar Cipta Teknologi menggunakan teknik kuesioner, dengan tujuan memperoleh attractiveness score pada QSPM.

C. Situasi Sosial

Spradley seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2020). Spradley mengemukakan bahwa situasi sosial dapat dipahami melalui tiga elemen utama, yaitu pelaku (*actor*), tempat (*place*), dan aktivitas (*activity*), yang berinteraksi secara sinergis. Dengan fokus pada kasus-kasus tertentu dalam situasi sosial yang spesifik, penelitian kualitatif dapat memberikan pemahaman mendalam terhadap dinamika hubungan

antara tempat, pelaku, dan aktivitas dalam konteks yang diuji. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kompleksitas dan konteks spesifik yang mungkin sulit dipahami jika diterapkan pada populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, situasi sosial terkait dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Elemen Utama Situasi Sosial

Sumber: Sugiyono (2020)

D. Pengumpulan dan Sumber Data

Sugiyono (2020) berpendapat bahwa proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan melalui berbagai sumber, setting, dan metode. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam kondisi alamiah atau natural setting. Dari segi sumber data, metode ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sementara itu, dari aspek teknik pengumpulan data, dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, angket, dokumentasi, atau kombinasi dari keempatnya. Ditinjau dari konteks pengaturan, dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode pengaturan alamiah atau "Natural Setting" (Sugiyono, 2020). Jika diperhatikan dari segi teknik pengumpulan data.

Tabel 3.2 Narasumber

No	Narasumber		Kode	Keterangan	Alasan
1.	Indah Ananthi		N1	General Manager	Untuk menganalisa keadaan aktual internal dan eksternal
2.	Dewi Mulyakarti	Ani	N2	Finance Manager	Untuk menganalisa keadaan aktual internal
3.	Angga Pradipto Wibowo		N3	Manajer of Sales	Untuk menganalisa keadaan aktual internal
4.	Sukrysman		C1	Pelanggan	Untuk Menganalisa keadaan aktual eksternal
5.	Ariq Zufar		K1	Kompetitor	Untuk menganalisa keadaan aktual eksternal

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2024)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Lingkungan Internal

Dalam menganalisis kondisi lingkungan internal PT. IDstar Cipta Tekonologi yang meliputi kekuatan dan kelemahan, perlu menggunakan Matriks IFE. Matriks IFE merupakan tahap pertama (*Input Stage*) dalam keseluruhan tiga tahap formulasi strategi.

Tabel 4.1 Matrix IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
Struktur organisasi yang hierarkis dan sistematis mendukung kejelasan alur kerja serta efektivitas dalam pembagian tanggung jawab antar level manajemen.	0,0339934	3	0,10198
Strategi peningkatan kompetensi melalui pelatihan teknologi terkini dan pendekatan agile menunjukkan kemampuan perusahaan beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan industri digital.	0,0339943	4	0,135977

Penerapan sistem gaji berdasarkan jenjang pengalaman serta penggunaan aplikasi HRIS mempermudah pengelolaan administrasi karyawan secara transparan, efisien, dan terintegrasi.	0,0311615	4	0,124646
Penetapan target pasar yang spesifik pada sektor-sektor strategis seperti telco, perbankan, dan pemerintahan memperkuat posisi perusahaan dalam menjawab kebutuhan teknologi berskala besar dan berkelanjutan.	0,0283286	4	0,113314
Mampu membedakan diri dari kompetitor dengan memberikan nilai tambah pada layanannya, serta menjalin kerja sama strategis dengan kompetitor untuk mengisi kekosongan talent.	0,0311615	4	0,124646
Kombinasi nilai inti perusahaan (T.O.P.C.E), kualitas SDM yang tinggi, dan layanan berkelanjutan (CM/CI) menjadi daya tarik utama yang membedakan IDStar dari pesaing, serta membangun kepercayaan jangka panjang dengan klien.	0,0339943	4	0,135977
Memiliki visi strategis jangka pendek dan panjang yang ambisius, seperti IPO, otomasi keuangan, pengembangan produk baru, serta ekspansi global untuk memperkuat daya saing.	0,0339943	3	0,101983
Strategis dalam mengintegrasikan teknologi digital pada setiap aspek operasional dan pemasaran, termasuk penggunaan CRM untuk pengelolaan hubungan pelanggan secara efektif dan peningkatan kualitas pelayanan	0,0311615	3	0,093485
Laporan keuangan dievaluasi secara berkala (bulanan, triwulanan, dan tahunan), menunjukkan adanya komitmen terhadap transparansi dan pengendalian keuangan yang baik	0,0339943	4	0,135977
Pemanfaatan teknologi digital telah diintegrasikan secara strategis di berbagai lini (CRM, media sosial, data analytics), sehingga mendukung efektivitas pemasaran, efisiensi operasional, dan transparansi keuangan.	0,0339943	4	0,135977
Sistem informasi berperan strategis dalam operasional dan pengambilan keputusan karena mendukung pengelolaan proyek, penjualan, dan keuangan secara terintegrasi dan real-time.	0,0283286	3	0,084986
Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi (skor 4,5–4,9 dari 5) mencerminkan pelayanan yang memuaskan dan komitmen perusahaan terhadap peningkatan kualitas secara berkelanjutan.	0,0339943	4	0,135977
Perusahaan memiliki pendekatan adaptif dalam menghadapi tantangan operasional, terutama dalam menyesuaikan diri terhadap dinamika generasi baru dan perubahan lingkungan kerja.	0,0311615	4	0,124646
Memiliki keunggulan dalam kualitas talent dan kemampuan delivery yang kuat dalam memenuhi kebutuhan klien secara spesifik.	0,0339943	4	0,135977
Memiliki sistem pengelolaan talent yang menyeluruh dan terstruktur, mencakup seluruh siklus manajemen dengan dukungan pelatihan, career path, dan pengendalian kualitas untuk memastikan kesiapan layanan.	0,0311615	3	0,093485

Operasional PT IDStar dinilai efisien, fleksibel, dan andal, dengan sistem kerja yang cepat, responsif, dan transparan sehingga meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan.	0,0339943	4	0,135977
Secara rutin melakukan riset pasar melalui pendekatan praktis dan integratif, yang mendukung pengambilan keputusan strategis dan menjaga daya saing layanan.	0,0311615	4	0,124646
Menunjukkan komitmen kuat terhadap inovasi dengan pendekatan desain sistem, teknologi, dan implementasi yang adaptif, efisien, serta relevan terhadap kebutuhan pasar dan industri.	0,0339943	4	0,135977
Total	0,583569		2,175634
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Struktur yang terlalu hierarkis berpotensi memperlambat pengambilan keputusan jika tidak diimbangi dengan komunikasi yang efisien antar jenjang	0,0283286	2	0,056657
Ketergantungan pada penguasaan teknologi baru memerlukan investasi waktu dan sumber daya yang besar, yang dapat menjadi tantangan jika tidak diimbangi dengan perencanaan dan evaluasi berkelanjutan.	0,0311615	2	0,062323
Belum disebutkan adanya sistem verifikasi atau evaluasi terhadap keakuratan data absensi mandiri, yang berpotensi menimbulkan kesalahan atau penyalahgunaan.	0,0283286	2	0,056657
Ketergantungan pada pasar besar seperti enterprise dan BUMN dapat menjadi risiko jika terjadi perubahan regulasi atau ketidakstabilan ekonomi di sektor-sektor tersebut.	0,0339943	2	0,067989
Ketergantungan pada kompetitor yang juga berperan sebagai partner dalam pemenuhan talent dapat menjadi kelemahan jika terjadi konflik kepentingan atau ketidaksesuaian kualitas talent yang disediakan.	0,0339943	1	0,033994
Rencana-rencana besar tersebut berpotensi menghadirkan risiko finansial yang tinggi jika tidak diimbangi dengan manajemen risiko dan perencanaan yang matang.	0,0254958	2	0,050992
Target tahunan belum selalu tercapai sepenuhnya, menandakan masih adanya ruang untuk perbaikan dalam perencanaan dan eksekusi strategi.	0,0283286	1	0,028329
Tidak semua laporan bulanan diperbarui secara menyeluruh, yang dapat mengurangi efektivitas pemantauan keuangan jangka pendek.	0,0311615	2	0,062323
Tidak disebutkan adanya evaluasi efektivitas atau tantangan implementasi sistem informasi, yang bisa menjadi potensi kelemahan dalam memastikan sistem tersebut benar-benar optimal dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan bisnis.	0,0254958	2	0,050992
Keterlambatan pembayaran dari pelanggan dan distribusi data yang cepat berpotensi menimbulkan gangguan terhadap arus kas dan akurasi informasi operasional	0,0254958	2	0,050992

Belum optimalnya standarisasi produk menyebabkan rendahnya skalabilitas dan ketergantungan pada model bisnis berbasis proyek, bukan pendapatan berulang.	0,0339943	2	0,067989
Belum semua pihak memahami detail teknis dari proses pengelolaan talent dan kesiapan produk, yang dapat menjadi kendala dalam koordinasi lintas divisi.	0,0311615	2	0,062323
Belum disebutkan tantangan atau keterbatasan operasional secara spesifik, sehingga potensi risiko atau area perbaikan mungkin tidak terdokumentasi dengan jelas.	0,0283286	2	0,056657
Riset pasar belum sepenuhnya diformalisasi, sehingga potensi dokumentasi dan standarisasi data bisa kurang konsisten atau terstruktur.	0,0311615	2	0,062323
Total	0,416431		0,770539
Total Keseluruhan	1		2,946172

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal PT IDstar Cipta Teknologi, total skor matriks IFE yang diperoleh adalah 2,946172, seperti yang dilihat di table 4.1.

B. Analisis Lingkungan Eksternal

Untuk menganalisis kondisi lingkungan internal PT. IDstar Cipta Teknologi, khususnya dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, diperlukan penggunaan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE). Matriks IFE ini berperan sebagai langkah awal atau tahap input dalam proses formulasi strategi yang terdiri dari tiga tahapan keseluruhan.

Tabel 4.2 Matrix EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (Opportunity)			
Tingginya permintaan pasar pada sektor tertentu ditengah ketida pastian ekonomi menciptakan peluang bagi penyedia layanan TI untuk mempertahankan stabilitas bisnis dan menangkap segmen pasar baru melalui penyesuaian strategi pemasaran serta penguatan arus kas.	0,0714286	4	0,285714
Tren meningkatnya kebutuhan perusahaan akan mitra outsourcing yang adaptif terhadap kondisi skala proyek dan tenaga kerja sesuai prioritas klien, membuka peluang bagi penyedia layanan IT untuk menjalin kerja sama baru dan mempertahankan hubungan jangka panjang.	0,0676692	4	0,270677
Perubahan preferensi terhadap sistem kerja fleksibel menciptakan peluang besar bagi PT IDStar untuk memperluas layanan outsourcing TI dan menawarkan solusi kerja jarak jauh yang sesuai dengan tren pasar dan ekspektasi tenaga kerja saat ini.	0,0639098	3	0,191729
Peningkatan penegakan hukum dan regulasi seperti UU PDP mendorong peluang bagi pelaku industri untuk menjadi lebih proaktif dan terpercaya, terutama dalam memenuhi kepatuhan yang dapat meningkatkan kredibilitas serta daya saing di pasar.	0,056391	3	0,169173
Perbedaan strategi teknologi di pasar membuka ruang bagi PT IDStar untuk memosisikan diri sebagai penyedia layanan yang fleksibel dan klien-sentris, sehingga dapat menjangkau segmen pasar yang membutuhkan solusi yang lebih customized	0,0676692	4	0,270677

dibandingkan pendekatan teknologi yang kaku atau generik.

Pendekatan adaptive & agile serta investasi dalam R&D dan pelatihan SDM memberikan peluang bagi PT IDStar untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis, sehingga dapat memperkuat posisi kompetitif di industri teknologi.	0,0676692	4	0,270677
Tingginya apresiasi pasar terhadap citra merek yang kuat serta keunggulan dalam kualitas layanan dan kecepatan delivery memberikan peluang bagi pelaku industri untuk mempertahankan daya tarik di mata klien, meskipun berada di tengah persaingan yang ketat.	0,0639098	3	0,191729
Pendekatan engagement yang intensif dan berkelanjutan, serta penerapan sistem Continuous Monitoring dan Continuous Improvement (CM/CI), membuka peluang untuk memperkuat loyalitas klien dan membangun kemitraan jangka panjang, sekaligus meningkatkan citra perusahaan sebagai penyedia layanan berkualitas tinggi.	0,0676692	4	0,270677
Total	0,526316		1,921053
Ancaman (Threats)			
Sikap kehati-hatian dalam investasi dan selektivitas dalam penggunaan talent dapat membatasi pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang, terutama jika pasar membaik namun perusahaan belum siap secara sumber daya maupun strategi ekspansi.	0,0639098	3	0,191729
Ketergantungan pada kondisi finansial klien dapat mengganggu stabilitas arus kas dan kelangsungan operasional PT IDStar, terutama jika banyak klien mengalami penurunan anggaran atau menunda proyek secara bersamaan. Hal ini berisiko menurunkan pendapatan dan meningkatkan idle resources.	0,056391	3	0,169173
Adaptasi terhadap ekspektasi kerja fleksibel dan dinamika media sosial dapat menjadi tantangan jika perusahaan tidak mampu menyesuaikan kebijakan internal, budaya kerja, dan strategi digital secara cepat, sehingga berisiko tertinggal dalam persaingan pasar.	0,0451128	3	0,135338
Ketergantungan pada kebijakan pemerintah dan dinamika regulasi yang cepat berubah dapat menjadi ancaman, karena dapat menyebabkan ketidakpastian operasional dan finansial, terutama jika adaptasi internal tidak berjalan cukup cepat atau efisien.	0,0526316	3	0,157895
Adopsi teknologi yang lebih canggih oleh kompetitor, seperti AI dan platform low-code/no-code, dapat menjadi ancaman serius jika IDStar tidak melakukan inovasi berkelanjutan, karena klien cenderung memilih mitra yang menawarkan efisiensi tinggi dan implementasi lebih cepat.	0,0601504	3	0,180451
Perubahan teknologi yang sangat cepat menuntut respons dan adaptasi yang konsisten; tanpa eksekusi yang tepat dan berkelanjutan, strategi yang telah dirancang dapat kehilangan efektivitas, terutama jika pesaing lebih agresif dalam inovasi teknologi.	0,0601504	3	0,180451

Tekanan dari kompetitor melalui perang harga, terutama dalam proyek-proyek beranggaran rendah, dapat mengurangi peluang PT IDStar untuk memenangkan tender dan berpotensi menekan margin keuntungan.

0,0639098

3

0,191729

Ketergantungan pada kualitas talent dan intensitas hubungan dengan klien membutuhkan konsistensi tinggi; jika terjadi penurunan kualitas atau gangguan dalam proses engagement, maka keunggulan kompetitif dapat melemah dan memberi celah bagi kompetitor untuk masuk.

0,0714286

4

0,285714

Total

0,473684

1,492482

Total Keseluruhan

1

3,413535

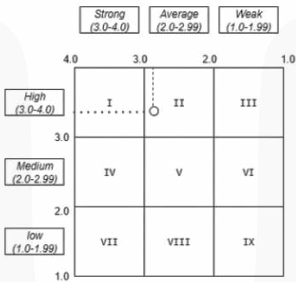
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal PT IDstar Cipta Teknologi, total skor matriks EFE yang diperoleh adalah 3,413535, seperti yang dilihat di table 4.2.

C. IE Matrix

Untuk mengetahui suatu perusahaan ataupun bisnis berdasarkan sembilan sel dan mengetahui jenis strategi yang tepat untuk diaplikasikan dalam perumusan alternatif strategi, maka digunakan Matriks IE. Matriks ini merupakan tahapan kedua dari tiga tahapan dalam formulasi strategi.

Untuk sumbu X atau garis horizontal, posisi yang didapat didasarkan terhadap hasil akhir Matriks IFE, sedangkan sumbu Y atau garis vertikal, posisi yang didapat didasarkan terhadap hasil akhir Matriks EFE.



Gambar 4.1 IE Matrix

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

D. Matiks SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam suatu model bisnis. Informasi ini kemudian diintegrasikan melalui Matriks SWOT guna merumuskan strategi bisnis baru yang lebih menyeluruh dan dapat diterapkan secara praktis (Pasaribu *et al.*, 2023).

Tabel 4.3 Matriks SWOT

Faktor Internal
Faktor Eksternal

<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
1. Struktur organisasi yang hierarkis dan sistematis mendukung kejelasan alur kerja serta efektivitas dalam pembagian tanggung jawab antar level manajemen.	1. Struktur yang terlalu hierarkis berpotensi memperlambat pengambilan keputusan jika tidak diimbangi dengan komunikasi yang efisien antar jenjang.
2. Strategi peningkatan kompetensi melalui pelatihan teknologi terkini dan pendekatan agile menunjukkan kemampuan perusahaan beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan industri digital.	2. Ketergantungan pada penguasaan teknologi baru memerlukan investasi waktu dan sumber daya yang besar, yang dapat menjadi tantangan jika tidak diimbangi dengan perencanaan dan evaluasi berkelanjutan.
3. Penerapan sistem gaji berdasarkan jenjang pengalaman serta penggunaan aplikasi HRIS mempermudah pengelolaan administrasi karyawan secara transparan, efisien, dan terintegrasi.	3. Belum disebutkan adanya sistem verifikasi atau evaluasi terhadap keakuratan data absensi mandiri, yang berpotensi menimbulkan kesalahan atau penyalahgunaan.
4. Penetapan target pasar yang spesifik pada sektor-sektor strategis seperti telco, perbankan, dan pemerintahan memperkuat posisi perusahaan dalam menjawab kebutuhan teknologi berskala besar dan berkelanjutan.	4. Ketergantungan pada pasar besar seperti enterprise dan BUMN dapat menjadi risiko jika terjadi perubahan regulasi atau ketidakstabilan ekonomi di sektor-sektor tersebut.
5. Mampu membedakan diri dari kompetitor dengan memberikan nilai tambah pada layanannya, serta menjalin kerja sama strategis dengan kompetitor untuk mengisi kekosongan talent.	5. Ketergantungan pada kompetitor yang juga berperan sebagai partner dalam pemenuhan talent dapat menjadi kelemahan jika terjadi konflik kepentingan atau ketidaksesuaian kualitas talent yang disediakan.
6. Kombinasi nilai inti perusahaan (T.O.P.C.E), kualitas SDM yang tinggi, dan layanan berkelanjutan (CM/CI) menjadi daya tarik utama yang membedakan IDStar dari pesaing, serta membangun kepercayaan jangka panjang dengan klien.	6. Rencana-rencana besar tersebut berpotensi menghadirkan risiko finansial yang tinggi jika tidak diimbangi dengan manajemen risiko dan perencanaan yang matang.
7. Memiliki visi strategis jangka pendek dan panjang yang	

- ambisius, seperti IPO, otomasi keuangan, pengembangan produk baru, serta ekspansi global untuk memperkuat daya saing.
8. Strategis dalam mengintegrasikan teknologi digital pada setiap aspek operasional dan pemasaran, termasuk penggunaan CRM untuk pengelolaan hubungan pelanggan secara efektif dan peningkatan kualitas pelayanan
 9. Laporan keuangan dievaluasi secara berkala (bulanan, triwulanan, dan tahunan), menunjukkan adanya komitmen terhadap transparansi dan pengendalian keuangan yang baik
 10. Pemanfaatan teknologi digital telah diintegrasikan secara strategis di berbagai lini (CRM, media sosial, data analytics), sehingga mendukung efektivitas pemasaran, efisiensi operasional, dan transparansi keuangan.
 11. Sistem informasi berperan strategis dalam operasional dan pengambilan keputusan karena mendukung pengelolaan proyek, penjualan, dan keuangan secara terintegrasi dan real-time.
 12. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi (skor 4,5–4,9 dari 5) mencerminkan pelayanan yang memuaskan dan komitmen perusahaan terhadap peningkatan kualitas secara berkelanjutan.
 13. Perusahaan memiliki pendekatan adaptif dalam menghadapi tantangan operasional, terutama dalam menyesuaikan diri terhadap dinamika generasi baru dan perubahan lingkungan kerja.
 14. Memiliki keunggulan dalam kualitas talent dan kemampuan delivery yang kuat dalam
 7. Target tahunan belum selalu tercapai sepenuhnya, menandakan masih adanya ruang untuk perbaikan dalam perencanaan dan eksekusi strategi.
 8. Tidak semua laporan bulanan diperbarui secara menyeluruh, yang dapat mengurangi efektivitas pemantauan keuangan jangka pendek.
 9. Tidak disebutkan adanya evaluasi efektivitas atau tantangan implementasi sistem informasi, yang bisa menjadi potensi kelemahan dalam memastikan sistem tersebut benar-benar optimal dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan bisnis.
 10. Keterlambatan pembayaran dari pelanggan dan distribusi data yang cepat berpotensi menimbulkan gangguan terhadap arus kas dan akurasi informasi operasional
 11. Belum optimalnya standardisasi produk menyebabkan rendahnya skalabilitas dan ketergantungan pada model bisnis berbasis proyek, bukan pendapatan berulang.
 12. Belum semua pihak memahami detail teknis dari proses pengelolaan talent dan kesiapan produk, yang dapat menjadi kendala dalam koordinasi lintas divisi.
 13. Belum disebutkan tantangan atau keterbatasan operasional secara spesifik, sehingga potensi risiko atau area perbaikan mungkin tidak terdokumentasi dengan jelas.

- memenuhi kebutuhan klien secara spesifik.
15. Memiliki sistem pengelolaan talent yang menyeluruh dan terstruktur, mencakup seluruh siklus manajemen dengan dukungan pelatihan, career path, dan pengendalian kualitas untuk memastikan kesiapan layanan.
16. Operasional PT IDStar dinilai efisien, fleksibel, dan andal, dengan sistem kerja yang cepat, responsif, dan transparan sehingga meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan.
17. Secara rutin melakukan riset pasar melalui pendekatan praktis dan integratif, yang mendukung pengambilan keputusan strategis dan menjaga daya saing layanan.
18. Menunjukkan komitmen kuat terhadap inovasi dengan pendekatan desain sistem, teknologi, dan implementasi yang adaptif, efisien, serta relevan terhadap kebutuhan pasar dan industri.
14. Riset pasar belum sepenuhnya diformalisasi, sehingga potensi dokumentasi dan standarisasi data bisa kurang konsisten atau terstruktur.

Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Tingginya permintaan pasar pada sektor tertentu ditengah ekonomi menciptakan peluang bagi penyedia layanan TI untuk mempertahankan stabilitas bisnis dan menangkap segmen pasar baru melalui penyesuaian strategi pemasaran serta penguatan arus kas.	1. Memperkuat layanan outsourcing TI dan solusi kerja fleksibel Dengan sistem kerja yang efisien, responsif, dan adaptif (Strength 2, 13, 16), serta pemanfaatan teknologi digital seperti HRIS dan CRM (Strength 3, 8, 10), PT IDStar dapat menangkap peluang dari meningkatnya preferensi pasar terhadap remote dan hybrid working (Opportunity 3). Hal ini juga didukung oleh sistem pengelolaan talent yang terstruktur (Strength 15).	1. Dengan adanya peluang dari tren kerja fleksibel dan perubahan kebutuhan pasar yang dinamis (Opportunity 1, 3, 5), PT IDStar perlu mengatasi kelemahan struktur yang terlalu hierarkis (Weakness 1) dengan memperkuat komunikasi lintas jenjang dan mempercepat proses pengambilan keputusan melalui digitalisasi workflow dan sistem koordinasi real-time.
2. Tren meningkatnya kebutuhan perusahaan akan mitra outsourcing yang adaptif terhadap kondisi skala proyek dan tenaga kerja		2. Untuk memanfaatkan peluang sebagai perusahaan yang

- sesuai prioritas klien, membuka peluang bagi penyedia layanan IT untuk menjalin kerja sama baru dan mempertahankan hubungan jangka panjang.
3. Perubahan preferensi industri terhadap sistem kerja fleksibel menciptakan peluang besar bagi penyedia layanan outsourcing TI untuk menawarkan solusi kerja jarak jauh yang selaras dengan tren pasar dan ekspektasi tenaga kerja saat ini
 4. Peningkatan penegakan hukum dan regulasi seperti UU PDP mendorong peluang bagi pelaku industri untuk menjadi lebih proaktif dan terpercaya, terutama dalam memenuhi kepatuhan yang dapat meningkatkan kredibilitas serta daya saing di pasar.
 5. Perbedaan strategi teknologi di pasar membuka ruang bagi PT IDStar untuk memosisikan diri sebagai penyedia layanan yang fleksibel dan klien-sentris, sehingga dapat menjangkau segmen pasar yang membutuhkan solusi yang lebih customized dibandingkan pendekatan teknologi yang kaku atau generik.
 6. Pendekatan adaptive & agile serta investasi dalam R&D dan pelatihan SDM memberikan peluang bagi PT IDStar untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis, sehingga
 2. Menjadi mitra strategis bagi perusahaan dengan kondisi keuangan fluktuatif PT IDStar memiliki fleksibilitas layanan dan efisiensi operasional (Strength 14, 16), sehingga dapat memenuhi kebutuhan klien yang membutuhkan penyesuaian skala proyek dan anggaran (Opportunity 2), memperluas basis klien di masa ekonomi tidak stabil (Opportunity 1).
 3. Mengoptimalkan keunggulan teknologi dan SDM untuk inovasi pasar Kombinasi SDM unggul dan pelatihan berkelanjutan (Strength 2, 6, 15), ditambah investasi R&D dan kemampuan adaptif (Strength 18), bisa dimanfaatkan untuk mempercepat pengembangan layanan baru dan customized, sesuai tren teknologi dan kebutuhan spesifik klien (Opportunity 5 & 6).
 4. Meningkatkan kredibilitas sebagai penyedia layanan berbasis kepatuhan regulasi Dengan struktur organisasi yang sistematis (Strength 1) dan kemampuan koordinasi lintas fungsi (Strength 7, 11), PT IDStar dapat memanfaatkan peluang dalam menghadapi regulasi baru seperti UU PDP secara proaktif (Opportunity 4), sekaligus memperkuat brand positioning sebagai mitra yang andal dan legal-compliant.
 5. Mendorong loyalitas klien melalui pendekatan engagement dan layanan berkelanjutan
 - proaktif terhadap regulasi (Opportunity 4), IDStar perlu memperkuat sistem verifikasi data internal seperti absensi (Weakness 3), laporan keuangan (Weakness 8), dan efektivitas sistem informasi (Weakness 9) guna meningkatkan akurasi, akuntabilitas, dan kepatuhan terhadap standar hukum dan industri.
 3. Ketergantungan pada klien BUMN dan enterprise (Weakness 4) dapat dikurangi dengan menangkap peluang ekspansi ke segmen pasar baru yang muncul akibat ketidakpastian ekonomi dan tren digitalisasi (Opportunity 1, 2), serta memperluas layanan untuk perusahaan menengah dan startup yang memerlukan solusi TI fleksibel.
 4. Ketergantungan pada kompetitor-partner untuk suplai talent (Weakness 5) dapat dikurangi dengan memanfaatkan peluang pelatihan internal berbasis tren teknologi (Opportunity 6) dan membangun pipeline talent sendiri yang terstandarisasi agar lebih mandiri dan konsisten dalam kualitas layanan.
 5. Potensi dari perbedaan strategi teknologi di pasar (Opportunity 5) akan lebih optimal jika PT IDStar mengatasi kelemahan riset pasar yang belum terstruktur (Weakness 14), serta meningkatkan dokumentasi

- dapat memperkuat posisi kompetitif di industri teknologi.
7. Tingginya apresiasi pasar terhadap citra merek yang kuat serta keunggulan dalam kualitas layanan dan kecepatan delivery memberikan peluang bagi pelaku industri untuk mempertahankan daya tarik di mata klien, meskipun berada di tengah persaingan yang ketat.
 8. Pendekatan engagement yang intensif dan berkelanjutan, serta penerapan sistem Continuous Monitoring dan Continuous Improvement (CM/CI), membuka peluang untuk memperkuat loyalitas klien dan membangun kemitraan jangka panjang, sekaligus meningkatkan citra perusahaan sebagai penyedia layanan berkualitas tinggi.
- Keunggulan IDStar dalam pendekatan CM/CI dan hubungan jangka panjang dengan klien (Strength 6, 17) dapat dimaksimalkan untuk mengembangkan kemitraan strategis jangka panjang (Opportunity 8), serta mempertahankan kepercayaan di tengah persaingan.
6. Untuk menjawab peluang dari engagement berkelanjutan dan loyalitas klien (Opportunity 8), PT IDStar perlu mengatasi kelemahan pada skalabilitas produk (Weakness 11) dengan mulai mengembangkan layanan berlangganan (subscription-based) dan produk digital yang lebih modular agar tidak hanya bergantung pada model proyek.

Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Sikap kehati-hatian dalam investasi dan selektivitas dalam penggunaan talent dapat membatasi pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang, terutama jika pasar membaik namun perusahaan belum siap secara sumber daya maupun strategi ekspansi.	1. Ancaman terhadap kualitas talent dan engagement klien (Threat 8) dapat ditangkal melalui sistem pengelolaan talent yang menyeluruh dan career path yang jelas (Strength 15), serta melalui SDM unggul dan pendekatan CM/CI (Strength 6) yang menjaga konsistensi performa.	1. Struktur hierarkis yang terlalu kaku (Weakness 1) berisiko memperlambat respons terhadap perubahan pasar dan regulasi (Threat 4 & 6). Diperlukan optimalisasi komunikasi horizontal dan penerapan sistem pengambilan keputusan yang lebih agile untuk mengurangi hambatan birokrasi.
2. Ketergantungan pada kondisi finansial klien dapat mengganggu stabilitas arus kas dan kelangsungan operasional PT IDStar, terutama jika banyak klien mengalami penurunan anggaran atau menunda	2. Untuk menghadapi ancaman dari kompetitor yang mengadopsi teknologi canggih seperti AI dan low-code/no-code (Threat 5, 6), PT IDStar dapat mengandalkan kekuatan dalam peningkatan kompetensi melalui pelatihan terkini dan pendekatan agile	2. Ketergantungan pada proyek dan belum optimalnya standarisasi produk (Weakness 11) dapat memperbesar risiko saat menghadapi perang harga atau penundaan proyek oleh klien

- proyek secara bersamaan. Hal ini berisiko menurunkan pendapatan dan meningkatkan idle resources.
3. Adaptasi terhadap ekspektasi kerja fleksibel dan dinamika media sosial dapat menjadi tantangan jika perusahaan tidak mampu menyesuaikan kebijakan internal, budaya kerja, dan strategi digital secara cepat, sehingga berisiko tertinggal dalam persaingan pasar.
 4. Ketergantungan pada kebijakan pemerintah dan dinamika regulasi yang cepat berubah dapat menjadi ancaman, karena dapat menyebabkan ketidakpastian operasional dan finansial, terutama jika adaptasi internal tidak berjalan cukup cepat atau efisien.
 5. Adopsi teknologi yang lebih canggih oleh kompetitor, seperti AI dan platform low-code/no-code, dapat menjadi ancaman serius jika IDStar tidak melakukan inovasi berkelanjutan, karena klien cenderung memilih mitra yang menawarkan efisiensi tinggi dan implementasi lebih cepat.
 6. Perubahan teknologi yang sangat cepat menuntut respons dan adaptasi yang konsisten; tanpa eksekusi yang tepat dan berkelanjutan, strategi yang telah dirancang dapat kehilangan efektivitas, terutama jika pesaing lebih agresif dalam inovasi teknologi.
 3. Ancaman regulasi yang berubah cepat (Threat 4) dapat diantisipasi dengan sistem informasi yang terintegrasi dan real-time (Strength 11) serta struktur organisasi yang jelas (Strength 1), sehingga proses adaptasi internal menjadi lebih cepat dan terkoordinasi.
 4. Dalam menghadapi kompetitor yang menekan harga (Threat 7), PT IDStar bisa menonjolkan kekuatan diferensiasi layanan (Strength 5), kecepatan delivery (Strength 14), dan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi (Strength 12) sebagai nilai kompetitif yang tak mudah ditiru oleh pesaing berbiaya rendah.
 5. Ancaman dari sikap investor atau pasar yang berhati-hati (Threat 1) bisa ditanggulangi dengan visi jangka panjang yang ambisius (Strength 7), serta evaluasi keuangan rutin dan transparan (Strength 9), sehingga perusahaan tetap siap mengeksekusi ekspansi saat momentum pasar membaik.
 6. Untuk menghadapi tantangan dari ekspektasi kerja fleksibel dan perubahan sosial digital (Threat 3), perusahaan dapat mengandalkan integrasi teknologi digital (CRM, media sosial, data analytics) dalam operasional dan pemasaran (Strength 10), serta pendekatan adaptif terhadap lingkungan kerja (Strength 13).
 7. Ancaman dari kondisi finansial klien yang tidak stabil (Threat 2) dapat diatasi dengan strategi pengelolaan hubungan pelanggan berbasis CRM (Strength 8) dan (Threat 2 & 7). Solusinya adalah mempercepat pengembangan produk berulang (recurring revenue) yang lebih stabil dan scalable.
 3. Ancaman keterlambatan pembayaran klien dan ketergantungan finansial (Threat 2) diperparah dengan kelemahan dalam pembaruan laporan dan verifikasi data absensi (Weakness 3, 8, 10). Maka, diperlukan sistem pengawasan arus kas dan absensi yang lebih otomatis dan akurat berbasis dashboard real-time.
 4. Riset pasar yang belum terstruktur (Weakness 14) dan kurang terdokumentasinya tantangan operasional (Weakness 13) membuat perusahaan rentan terhadap perubahan teknologi dan pasar (Threat 5 & 6). Dibutuhkan formalisasi riset dan audit proses agar strategi bisa berbasis data yang andal.
 5. Ketergantungan pada kompetitor sebagai penyedia talent (Weakness 5) sangat berisiko di tengah persaingan talent dan ancaman gangguan hubungan klien (Threat 8). Perusahaan perlu meningkatkan investasi pada rekrutmen mandiri, program internship, dan talent pool internal agar lebih otonom.
 6. Kurangnya pemahaman teknis oleh semua pihak (Weakness 12) dapat memperlambat respons terhadap disrupsi teknologi dan preferensi pasar (Threat 5 & 6). Maka,

7. Tekanan dari kompetitor melalui perang harga, terutama dalam proyek-proyek beranggaran rendah, dapat mengurangi peluang PT IDStar untuk memenangkan tender dan berpotensi menekan margin keuntungan.

pendekatan partnership jangka panjang berbasis nilai (Strength 6), yang membangun loyalitas dan keberlanjutan kerja sama.

pelatihan lintas divisi dan knowledge-sharing internal harus diperluas untuk membangun kapabilitas organisasi secara merata.
8. Ketergantungan pada kualitas talent dan intensitas hubungan dengan klien membutuhkan konsistensi tinggi; jika terjadi penurunan kualitas atau gangguan dalam proses engagement, maka keunggulan kompetitif dapat melemah dan memberi celah bagi kompetitor untuk masuk.

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

E. QSPM

Setelah menyusun Matriks IFE dan EFE serta melakukan tahap pencocokan strategi melalui Matriks IE dan analisis SWOT, langkah berikutnya adalah tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). QSPM merupakan metode yang digunakan untuk menentukan prioritas strategi secara objektif, dengan membandingkan alternatif strategi berdasarkan daya tarik relatifnya (Fred R. David, 2023). Penilaian dalam QSPM dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada narasumber internal, karena mereka memiliki pemahaman yang lebih mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal yang secara langsung memengaruhi aktivitas bisnis PTIDstr Cipta Teknologi. Dalam QSPM, terdapat bagian yang memuat faktor-faktor kunci internal dan eksternal, serta memerlukan pengisian skor daya tarik (*Attractiveness Score/AS*) dan total skor daya tarik (*Total Attractiveness Score/TAS*).

Tabel 4.4 QSPM

No.		Alternatif Strategi									
1.		Mendorong loyalitas klien melalui pendekatan engagement dan layanan berkelanjutan.									
2.		Menjaga kualitas talent dan engagement klien melalui CM/CI dan career path yang jelas.									
3.		Menyesuaikan strategi kerja dan digital engagement terhadap perubahan sosial dan ekspektasi pasar.									
4.		Tingkatkan riset & dokumentasi untuk mendukung inovasi produk.									
5.		Inovasi teknologi untuk menghadapi kompetitor AI/low-code.									
Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi 1		Alternatif Strategi 2		Alternatif Strategi 3		Alternatif Strategi 4		Alternatif Strategi 5	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (<i>Strenght</i>)											
S1	0,0340	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360
S2	0,0340	3	0,1020	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360	4	0,1360
S3	0,0312	4	0,1246	3	0,0935	2	0,0623	4	0,1246	4	0,1246
S4	0,0283	4	0,1133	3	0,0850	3	0,0850	4	0,1133	4	0,1133
S5	0,0312	3	0,0935	4	0,1246	3	0,0935	4	0,1246	4	0,1246
S6	0,0340	4	0,1360	4	0,1360	3	0,1020	4	0,1360	3	0,1020
S7	0,0340	4	0,1360	4	0,1360	3	0,1020	4	0,1360	3	0,1020
S8	0,0312	4	0,1246	3	0,0935	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246

S9	0,0340	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020
S10	0,0340	4	0,1360	4	0,1360	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020
S11	0,0283	3	0,0850	3	0,0850	3	0,0850	4	0,1133	4	0,1133
S12	0,0340	4	0,1360	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360	4	0,1360
S13	0,0312	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246
S14	0,0340	4	0,1360	4	0,1360	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360
S15	0,0312	3	0,0935	4	0,1246	3	0,0935	4	0,1246	4	0,1246
S16	0,0340	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360
S17	0,0312	3	0,0935	3	0,0935	3	0,0935	4	0,1246	4	0,1246
S18	0,0340	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020	4	0,1360	3	0,1020
Kelemahan (Weakness)	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
W1	0,0283	3	0,0850	3	0,0850	2	0,0567	4	0,1133	4	0,1133
W2	0,0312	3	0,0935	3	0,0935	3	0,0935	3	0,0935	3	0,0935
W3	0,0283	3	0,0850	3	0,0850	3	0,0850	4	0,1133	4	0,1133
W4	0,0340	3	0,1020	4	0,1360	3	0,1020	3	0,1020	3	0,1020
W5	0,0340	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360	4	0,1360	3	0,1020
W6	0,0255	3	0,0765	3	0,0765	4	0,1020	4	0,1020	4	0,1020
W7	0,0283	3	0,0850	3	0,0850	4	0,1133	3	0,0850	3	0,0850
W8	0,0312	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246	3	0,0935	3	0,0935
W9	0,0255	4	0,1020	4	0,8215	4	0,1020	3	0,0765	4	0,1020
W10	0,0255	4	0,1020	3	0,0765	4	0,1020	3	0,0765	3	0,0765
W11	0,0340	4	0,1360	3	0,1020	3	0,1020	4	0,1360	4	0,1360
W12	0,0312	4	0,1246	3	0,0935	3	0,0935	4	0,1246	4	0,1246
W13	0,0283	4	0,1133	4	0,1133	4	0,1133	4	0,1133	4	0,1133
W14	0,0312	3	0,0935	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246	4	0,1246
Peluang (Opportunity)	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
O1	0,0714	3	0,2143	4	0,2857	4	0,2857	3	0,2143	3	0,2143
O2	0,0677	4	0,2707	4	0,2707	4	0,2707	3	0,2030	3	0,2030
O3	0,0639	4	0,2556	4	0,2556	4	0,2556	4	0,2556	4	0,2556
O4	0,0564	4	0,2256	4	0,2256	4	0,2256	3	0,1692	3	0,1692
O5	0,0677	3	0,2030	4	0,2707	4	0,2707	3	0,2030	3	0,2030
O6	0,0677	3	0,2030	4	0,2707	4	0,2707	4	0,2707	4	0,2707
O7	0,0639	4	0,2556	4	0,2556	4	0,2556	4	0,2556	3	0,1917
O8	0,0677	3	0,2030	3	0,2030	3	0,2030	3	0,2030	3	0,2030
Ancaman (Threats)	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
T1	0,0639	3	0,1917	3	0,1917	4	0,2556	3	0,1917	3	0,1917
T2	0,0564	3	0,1692	3	0,1692	3	0,1692	4	0,2256	4	0,2256
T3	0,0451	3	0,1353	4	0,1805	4	0,1805	4	0,1805	3	0,1353
T4	0,0526	3	0,1579	3	0,1579	4	0,2105	4	0,2105	4	0,2105
T5	0,0602	4	0,2406	3	0,1805	3	0,1805	3	0,1805	3	0,1805
T6	0,0602	3	0,1805	4	0,2406	3	0,1805	3	0,1805	3	0,1805
T7	0,0639	2	0,1278	3	0,1917	2	0,1278	3	0,1917	3	0,1917
T8	0,0714	3	0,2143	3	0,2143	3	0,2143	3	0,2143	3	0,2143
Total			6,7155		7,6971		6,8567		7,1060		6,8865

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi **penetrasi pasar** merupakan pilihan paling optimal bagi PT IDStar Cipta Teknologi. Strategi ini menempati skor tertinggi dalam QSPM, mencerminkan daya tarik dan kesesuaiannya dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Pendekatan ini menitikberatkan pada peningkatan kualitas layanan, penguatan hubungan dengan klien, serta efisiensi proses pengiriman solusi TI. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.

Selain itu, analisis SWOT berhasil mengidentifikasi berbagai kekuatan seperti kualitas SDM dan efisiensi proses internal, serta kelemahan yang perlu diperbaiki seperti struktur organisasi yang terlalu hierarkis. Peluang seperti tren kerja fleksibel dan meningkatnya digitalisasi pasar juga dapat dimanfaatkan melalui strategi yang tepat. Ancaman eksternal seperti tekanan harga dan perubahan regulasi menjadi faktor penting yang harus diantisipasi melalui pendekatan strategis berbasis data dan inovasi.

B. Saran

Perusahaan PT IDStar Cipta Teknologi perlu fokus pada implementasi strategi penetrasi pasar dengan memperkuat layanan dan komunikasi dengan klien, serta terus berinovasi mengikuti perkembangan teknologi. Transformasi model bisnis ke arah layanan berbasis langganan (subscription-based) juga disarankan guna menciptakan pendapatan yang lebih berulang dan stabil. Selain itu, peningkatan sistem internal seperti laporan keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan sistem evaluasi proyek perlu dilakukan agar strategi yang diterapkan berjalan efektif dan dapat terukur dengan baik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan mempertimbangkan lebih banyak faktor internal dan eksternal, serta mengombinasikan metode SWOT-QSPM dengan pendekatan lain seperti Balanced Scorecard atau PESTEL. Penelitian lanjutan juga dapat diarahkan pada studi komparatif dengan perusahaan outsourcing IT lainnya untuk memberikan gambaran industri yang lebih luas dan komprehensif.

REFERENSI

- David, F. R. (2023). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson.
- Fadhian Budiman, M., Pasaribu, R. D., Sutjipto, M. R., & Tricahyono, D. (2024). Strategic Formulation Towards A Prosperous Mosque : Case Study Of Izzatul Mu'minin Mosque Lembang. <http://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
<http://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Husein, U. (2007). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Refika Aditama.
- Novia, C., Pasaribu, R. D., Sutjipto, M. R., & Bustomi, D. (2022). Analisis Business Model Canvas (BMC) CV Munjul Jaya Karawang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 943–956. <https://ppl-ai-file-upload.s3.amazonaws.com/web/direct-files/attachments/52018129/9b8a5c78-86c3-4ec7-8354-00347c3314c1/rina-riza-sinta.pdf>
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Heritage and Sustainable Development*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.37868/hsd.v5i1.125>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiqulloh, R., & Pasaribu, R. D. (2023). Improving Business Model Canvas (BMC) with the Approach of Strength, Weakness, Opportunity and Threat Factors at Seymour Business Unit. *Journal of Humanities and Social Studies*, 7(3), 849–854. <https://doi.org/10.33751/jhss.v7i3.8555>
- Zakaria, M. A., & Alfianur, F. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Bisnis Model Kanvas pada Industri Logistik: Studi PT XYZ. *El-Mal: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(12), 4833–4861. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i12.4750>
- Zakaria, M. A., & Alfianur, F. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Bisnis Model Kanvas pada Industri Logistik: Studi PT XYZ. *El-Mal: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(12), 4833–4861. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i12.4750>