ABSTRAK

Berdasarkan data dari salah satu perusahaan penyedia produk *sparepart* otomasi di PT. X Area Bandung. Perbandingan antara target dan realisasi yang dicapai masih kurang. Maka diperlukan penelitian yang merumuskan masalah tentang "Bagaimana rumusan usaha yang sesuai untuk PT. X Area Bandung ?" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rumusan usaha yang sesuai.

Metode penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan memakai pendekatan bauran pemasaran (4P) yang dinilai oleh responden internal dan eksternal. Pengolahan data yang dipakai yaitu matriks SWOT untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari PT. X lalu dinilai dengan matriks IFAS dan EFAS. Hasil analisis penelitian memakai Matriks IE PT. X Area Bandung berada di sel V dengan koordinat X yaitu 2,99 dan koordinat Y yaitu 2,89. Setelah mendapatkan beberapa strategi alternatif diputuskan strategi yang cocok dengan matriks QSPM.

Setelah dianalisis maka dapat diputuskan startegi usaha untuk PT. X Area Bandung adalah penetrasi pasar, pengembangan produk. Penetrasi pasar yang perlu dikembangkan (*market share*) di *customer* dengan bidang baru seperti *garment*, pendidikan, *carpet*, *towel*. Pengembangan produk yang diperlukan yaitu memberikan *material product* baik dan tahan lama, *product energy saving*, *education product*, menginformasikan *new product*, *training* untuk *improvement customer*.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Matriks SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks IE, Matriks QSPM