

## ABSTRAK

Telkom Indonesia merupakan perusahaan yang memiliki produk pengembangan salah satunya BigBox. Telkom Indonesia merilis produk di bidang *big data* bernama BigBox, *smart platform* dan *brand* terbaru milik Telkom Indonesia, yang menyediakan solusi *big data analytics* dan layanan digital untuk sektor bisnis. BigBox merupakan solusi *platform end-to-end* secara *premise*, *cloud*, maupun *hybrid*. Produk *big data* berupa BigBox yang dimiliki Telkom Indonesia, dapat diketahui bahwa peminat dari produk *big data* masih harus dianalisis bagaimana strategi pengembangan bisnis BigBox di era digitalisasi ini karena BigBox merupakan produk *big data* yang diluncurkan oleh Telkom Indonesia dan terbilang baru.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dan juga memberikan saran mengenai penetapan alternatif strategi pengembangan yang sesuai bagi BigBox Telkom. Penulis melakukan penelitian menggunakan metode kombinasi (*mix methode*), dengan memanfaatkan metode kualitatif dan metode kuantitatif dalam pengambilan data. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner pembobotan, sedangkan data sekunder dari buku, jurnal, internet, data perusahaan dan penelitian terdahulu. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan analisis SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi yang didapatkan dari faktor internal dan eksternal. Selanjutnya matriks SWOT digunakan untuk menghasilkan alternatif strategi, yang kemudian ditentukan dengan menggunakan QSPM. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) juga digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan. Dan matriks IE (*Internal-External*) untuk mengetahui posisi strategi bisnis perusahaan. Setelah melakukan pengolahan data akan menghasilkan alternatif strategi pengembangan bisnis yang telah ditentukan.

Hasil dari penelitian ini menghasilkan skor matriks IFE sebesar 3.32 dan skor matriks EFE sebesar 3.18. Lalu menghasilkan matriks IE BigBox Telkom berada di kuadran I dengan strategi yang disarankan adalah tumbuh dan berkembang. Kemudian berdasarkan hasil QSPM dengan strategi alternatif yang telah ditentukan dan dianggap dapat diimplementasikan pada matriks SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi alternatif prioritas adalah memanfaatkan kemajuan teknologi dalam pemasaran layanan. Hal ini disebabkan karena nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) dari strategi pengembangan pasar dengan cara meningkatkan kerja sama dengan lembaga atau perusahaan dengan nilai TAS tertinggi sebesar 6.60.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan Bisnis *Big Data*, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM.