

ABSTRAK

Formulasi strategi pemanfaatan aplikasi untuk sepeda motor pada PT XYZ guna meningkatkan daya saing perusahaan dan pengalaman pelanggan di era digital. Aplikasi sebagai platform digital dinilai memiliki potensi dalam memperkuat interaksi dengan konsumen, meningkatkan layanan purna jual seperti servis, suku cadang, dan lainnya, serta mengoptimalkan pengelolaan data pengguna.

Dalam menyusun kerangka sebagai landasan perumusan strategi yang adaptif dalam menghadapi persaingan pasar. Penerapan aplikasi MotorkuX sebagai sarana interaksi antara perusahaan dan pelanggan menjadi kunci dalam menciptakan nilai tambah dan efisiensi operasional.

Dengan menggunakan analisis SWOT membantu organisasi memahami posisi mereka di pasar dan merumuskan strategi untuk mengoptimalkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghindari ancaman dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi utilisasi aplikasi. Penelitian ini menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk mengevaluasi dan menentukan strategi yang paling tepat dalam meningkatkan utilisasi aplikasi MotorkuX, dengan menilai daya tarik relatif dari setiap alternatif berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Aplikasi mobile dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan menjalin interaksi yang lebih personal dan sesuai dengan target audiens. Dalam konteks ini, utilisasi aplikasi *mobile*

Dengan melakukan analisis formulasi strategi maka akan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan dalam memanfaatkan utilisasi teknologi aplikasi *mobile*.