

ABSTRAK

Industri penyewaan kendaraan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kebutuhan akan solusi transportasi yang aman, efisien, dan fleksibel, baik di sektor bisnis maupun individu. Saat ini, PT Prima Armada Raya (PAR) masih sangat bergantung pada pasar *captive* yaitu Pertamina Group. Ketergantungan yang tinggi tersebut menimbulkan risiko keberlanjutan dan mendorong perlunya strategi untuk memperluas pangsa pasar *non-captive*. Di tengah tren digitalisasi, perubahan perilaku konsumen, dan persaingan yang semakin kompetitif, PAR harus menyiapkan langkah strategis untuk memperkuat daya saingnya.

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan pasar *non-captive* bagi PAR melalui identifikasi visi dan misi perusahaan, analisis lingkungan internal dan eksternal hingga perumusan dan pemilihan strategi yang tepat untuk mendukung ekspansi ke pasar *non-captive*.

Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi langsung, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis lingkungan internal dilakukan melalui pendekatan fungsi manajemen dan analisis VRIO sedangkan analisis eksternal dilakukan dengan menggunakan PESTEL dan Porter's *Five Forces*. Selain itu, *Competitive Profile Matrix* digunakan untuk menilai posisi perusahaan dibandingkan dengan para kompetitor. Hasil dari Matriks IFE dan EFE selanjutnya dipetakan ke dalam Matriks IE untuk menentukan posisi strategi perusahaan yang kemudian menjadi dasar dalam merumuskan alternatif strategi melalui Matriks SWOT. Strategi terbaik dipilih melalui metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa visi dan misi PAR relevan dalam pengembangan pasar *non-captive* dalam lima tahun ke depan melalui peningkatan kontribusi pendapatan sebesar 20–30%. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kondisi internal yang cukup baik dan mampu menanggapi peluang serta tantangan dari luar dengan cukup efektif sehingga mencerminkan strategi pertumbuhan dan pengembangan dalam Matriks IE. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dirumuskan sembilan alternatif strategi yang kemudian dievaluasi menggunakan QSPM. Strategi yang terpilih adalah mengurangi ketergantungan pada pembiayaan eksternal guna meningkatkan daya saing harga dan memitigasi risiko fluktuasi ekonomi serta perubahan kebijakan, sejalan dengan tujuan memperluas pangsa pasar *non-captive* secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam merancang arah pengembangan pasar *non-captive*. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyusunan formulasi strategi yang komprehensif berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal serta evaluasi kuantitatif strategi melalui QSPM. Perusahaan juga disarankan untuk memperkuat kapabilitas internal dan memperbaiki struktur permodalan agar meningkatkan daya saing perusahaan.

Kata Kunci: industri penyewaan kendaraan, formulasi strategi, analisis SWOT, QSPM