

## ABSTRAK

Data *E-commerce X* menunjukkan peningkatan jumlah merek mobil yang diakuisisi berbanding lurus dengan penjualan mobil di *E-commerce X*. Namun konversi GMV (*Gross Merchandise Value*) mobil kepada penjualan bersih menunjukkan angka yang paling kecil di antara sub kategori lain.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pada *E-commerce X* dalam meningkatkan penjualan mobil lewat *platform* mereka. Serta untuk mengetahui aspek apa yang berperan dalam implementasi strategi pada perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Data primer didapatkan dari hasil wawancara mendalam dengan pemangku jabatan pada *E-commerce X*. Hasil wawancara dianalisis menggunakan teori *Porter's Five Forces*, VRIO dan analisis SWOT.

Hasil analisis menunjukkan strategi yang diterapkan *E-commerce X* dalam meningkatkan penjualan mobil berdasarkan pada kekuatan internal dan peluang perusahaan. *E-commerce X* perlu mengoptimalkan sumber daya dan kapabilitasnya hingga mampu menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, strategi bisnis yang dilakukan dapat fokus kepada penguatan pemasaran, kemampuan finansial, kompetensi karyawan serta *branding* perusahaan.

Kata kunci: Strategi Bisnis, *E-commerce*, Penjualan Mobil, *Porter's Five Forces*, VRIO, Analisis SWOT.

## ABSTRACT

*E-commerce X data shows an increase in the number of car brands acquired in direct proportion to car sales in E-commerce X. However, the conversion of car GMV (Gross Merchandise Value) to net sales shows the smallest number among other sub-categories.*

*The purpose of this study was to determine the effectiveness of the strategy on E-commerce X in increasing car sales through their platform. As well as to find out what aspects play a role in strategy implementation in the company. This research was conducted with a qualitative method. Primary data was obtained from in-depth interviews with job holders in E-commerce X. The results of the interviews were analyzed using Porter's Five Forces theory, VRIO, and SWOT analysis.*

*The results of the analysis show the strategy applied by E-commerce X in increasing car sales based on the company's internal strengths and opportunities. E-commerce X needs to optimize its resources and capabilities to become a sustainable competitive advantage. Thus, the business strategy carried out can focus on strengthening marketing, financial capabilities, employee competencies, and company branding.*

*Keywords: Business Strategy, E-commerce, Car Sales, Porter's Five Forces, VRIO, SWOT Analysis.*