

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di CV. Naturafit Thibbunnabawi yang bergerak dalam industri obat-obatan tradisional atau herbal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengembangan pasar, menentukan lokasi geografis yang tepat serta menentukan strategi masuk pasar yang tepat bagi perusahaan dalam melakukan strategi pengembangan pasar. Teknik analisis data yang digunakan yaitu matrik IFE, EFE, IE dan QSPM.

Hasil dari penelitian ini adalah teridentifikasinya sepuluh faktor internal dan sepuluh faktor eksternal dari lingkungan bisnis perusahaan. Hasil dari penghitungan data, diperoleh nilai IFE sebesar 2,55 dan nilai EFE sebesar 2,71. Dalam pengkategorian IE Matrik, perusahaan berada dalam kuadran V, sehingga strategi yang paling tepat ialah untuk bertahan dan menjaga (*hold and maintain*). Pada tahap matrik QSPM, alternatif strategi terbaik untuk lokasi geografis ialah kota Solo dengan *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 5,517. Sedangkan alternatif strategi terbaik untuk strategi masuk pasar adalah dengan *internal development* dengan *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 4,689.

Model penelitian ini, berguna untuk pengembangan penelitian berkaitan dengan pengembangan pasar dalam alternatif pemilihan lokasi dan strategi masuk pasar.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Pasar, Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik QSPM

ABSTRACT

This research was conducted at CV. Naturafit Thibbunnabawi which is engaged in the traditional or herbal medicine industry. This study aims to determine the factors that encourage companies to carry out market development, determine the right geographical location and determine the right market entry strategy for companies in carrying out market development strategies. The data analysis technique used is the IFE, EFE, IE and QSPM matrix.

The result of this research is the identification of ten internal factors and ten external factors from the company's business environment. The results of calculating the data, the IFE *value* is 2.55 and the EFE *value* is 2.71. In the IE Matrix categorization, the company is in quadrant V, so the most appropriate strategy is to hold and maintain. At the QSPM matrix stage, the best alternative strategy for geographic location is the city of Solo with a Total Attractiveness Score (TAS) of 5.517. Meanwhile, the best alternative strategy for market entry is internal development with a Total Attractiveness Score (TAS) of 4.689.

This research model is useful for the development of research related to market development in alternative location selection and market entry methods.

Keywords: Market Development Strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, QSPM Matrix