

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola) yang merupakan sebuah perusahaan EdTech di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesaing terdekat PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola) di industri EdTech, menganalisis faktor kekuatan kompetitif di industri EdTech dalam segmen sekolah negeri dan sekolah swasta untuk pengembangan pasar PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola), menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh bagi perusahaan dalam pengembangan pasar, serta menganalisis pilihan lokasi geografis dan segmen yang paling tepat untuk pengembangan pasar PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Strategic Group Mapping*; *Porter's Five Forces Analysis*; *IFE*, *EFE*, dan *IE Matrix*; serta *QSPM*. Hasil dari penelitian ini adalah terbentuknya pemetaan kompetitor dengan *Strategic Group Map*, diketahuinya keadaan kekuatan persaingan industri EdTech di segmen sekolah negeri dan sekolah swasta, teridentifikasinya sebanyak masing-masing sepuluh faktor internal dan eksternal lingkungan bisnis perusahaan, serta dipilihnya lokasi geografis dan segmen untuk strategi pengembangan pasar perusahaan. Hasil dari penghitungan data, diperoleh nilai kekuatan persaingan di industri EdTech pada segmen sekolah negeri adalah sebesar 2,987; nilai kekuatan persaingan di industri EdTech pada segmen sekolah swasta sebesar 2,947; nilai *IFE* sebesar 2,974; dan nilai *EFE* sebesar 3,016. Dalam pengkategorian *IE Matrix*, perusahaan berada dalam Kuadran II, yang menandakan bahwa perusahaan dalam fase *grow and build*. Kemudian, pada tahap *QSPM*, alternatif strategi terbaik untuk lokasi geografis adalah Provinsi Jawa Barat dengan TAS sebesar 6,09. Sementara itu, segmen yang terbaik untuk ditargetkan perusahaan untuk pengembangan pasar adalah segmen sekolah swasta dengan TAS sebesar 6,03. Model penelitian ini berguna untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan pasar dalam pemetaan kompetitor berdasarkan kelompok strategik, melakukan analisis kekuatan persaingan, serta penentuan alternatif pemilihan lokasi geografis dan segmen dalam pengembangan pasar.

**Kata kunci:** Strategi Pengembangan Pasar, *Strategic Group Map*, *Porter's Five Forces Model*, *IFE Matrix*, *EFE Matrix*, *QSPM*

## ABSTRACT

This research was conducted at PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola) which is an EdTech company in Indonesia. This research aims to analyze the closest competitors of PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola) in the EdTech industry, analyze the competitive forces in the EdTech industry in the public school and private school segments for market development of PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola), analyze the internal and external factors that affect the company in market development, and analyze the choice of geographic location and the most appropriate segment for market development of PT Inovasi Edukasi Karya Anak Negeri (Scola). The data analysis techniques used in this research are Strategic Group Mapping; Porter's Five Forces Analysis; *IFE*, *EFE*, and IE Matrix; and *QSPM*. The results of this study are the formation of competitor mapping with the Strategic Group Map, knowing the state of the EdTech industry's competitive forces in the public school and private school segments, identifying as many as ten internal and external factors of the company's business environment each, and the selection of geographical locations and segments for the company's market development strategy. As a result of the data calculation, the strength of competition in the EdTech industry in the public school segment is 2,987; the strength of competition in the EdTech industry in the private school segment is 2,947; the *IFE* value is 2,974; and the *EFE* value is 3,016. In the IE Matrix categorization, the company is in Quadrant II, which indicates that the company is in the grow and build phase. Afterwards, at the *QSPM* stage, the best alternative strategy for geographic location is West Java Province with a TAS of 6,09. Meanwhile, the best segment for the company to target for market development is the private school segment with a TAS of 6,03. This research model is useful for further research related to market development in mapping competitors based on strategic groups, analyzing the strength of competition, and determining alternatives for geographic location and segment selection in market development.

**Keywords:** Market Development Strategy, *Strategic Group Map*, *Porter's Five Forces Model*, *IFE Matrix*, *EFE Matrix*, *QSPM*