

INTISARI

PT. Pagilaran merupakan perusahaan yang berada dalam industri teh yang berasal dari Jawa Tengah dan memiliki perkebunan teh yang tersebar di beberapa daerah di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Dalam pemasarannya, perusahaan mampu untuk memasarkan di pasar lokal dan internasional, tetapi hanya berperan sebagai supplier. Namun seiring pertumbuhan pasar minuman teh di Indonesia, hal ini coba ditangkap oleh perusahaan. Pertumbuhan ini juga didukung oleh Dewan Teh Indonesia dengan mengeluarkan Sertifikat Teh Indonesia sebagai bantuan bagi produk teh dalam negeri untuk membantu meningkatkan daya saing dari produk teh dalam negeri. Keadaan ini tentu memberikan kesempatan besar bagi perusahaan untuk merambah pasar baru di dalam negeri. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan matriks *Internal Factors Evaluation* (IFE), *External Factors Evaluation* (EFE) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis strategi masuk pasar yang tepat bagi PT. Pagilaran untuk dapat menerapkan strategi pengembangan pasar di dalam industri. Hasil penelitian ini yaitu teridentifikasinya faktor internal dan eksternal dari lingkungan bisnis perusahaan serta alternatif strategi masuk pasar yang tepat bagi perusahaan. Didapatkan hasil perhitungan nilai IFE sebesar 2,544 dan nilai EFE sebesar 3,031. Dalam kuadran matriks IE, perusahaan terletak pada fase tumbuh dan berkembang (*grow and build*). Sehingga melalui analisis matriks QSPM, alternatif strategi masuk pasar terbaik bagi perusahaan yaitu PT. Pagilaran dalam pengembangan pasar yaitu dengan melakukan kerjasama berupa aliansi untuk memasuki pasar baru dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 6,831.

Hasil analisis yang didapatkan yaitu sebanyak 10 faktor internal dan 10 faktor eksternal. Metode penelitian ini berguna untuk pengembangan pasar melalui pemilihan strategi masuk alternatif strategi.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Pasar, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks QSPM, Alternatif Strategi

ABSTRACT

PT. Pagilaran is a company in the tea industry originating from Central Java and has tea plantations spread across several areas in Central Java and Yogyakarta. In marketing, the company is able to market in local and international markets, but only acts as a supplier. However, as the tea drink market grows in Indonesia, the company is trying to capture this. This growth is also supported by the Indonesian Tea Council by issuing an Indonesian Tea Certificate as assistance for domestic tea products to help increase the competitiveness of domestic tea products. This situation certainly provides a great opportunity for companies to penetrate new markets within the country. The analysis technique in this research uses the Internal Factors Evaluation (IFE), External Factors Evaluation (EFE) and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) matrices. The purpose of this research is to analyze the appropriate market entry strategy for PT. Pagilaran to be able to implement market development strategies in the industry.

The results of this research are the identification of internal and external factors from the company's business environment as well as alternative market entry strategies that are appropriate for the company. The calculation results obtained were an IFE value of 2.544 and an EFE value of 3.031. In the IE matrix quadrant, the company is located in the grow and build phase. So through QSPM matrix analysis, the best alternative market entry strategy for the company is PT. The reason for market development is by collaborating in the form of an alliance to enter new markets with a Total Attractiveness Score (TAS) of 6.831.

The analysis results obtained were 10 internal factors and 10 external factors. This research method is useful for market development through selecting alternative entry strategies.

Keywords: *Market Development Strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, QSPM Matrix, Strategy Alternatives*