

**ABSTRAK**

**ANALISIS STRATEGI EKSPANSI PT. ERAJAYA PADA PERSAINGAN PASAR INDUSTRI RETAIL PASCA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA**

Rangga Herbowo Putra  
22/500443/PEK/28602

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi ekspansi yang tepat agar dapat meningkatkan kinerja PT Erajaya serta menganalisis dampak strategi ekspansi terhadap kinerja perusahaan ini yang bergerak di bidang distribusi dan retail elektronik di Indonesia. Fokus penelitian ini penting mengingat peran strategis perusahaan dalam industri retail elektronik yang sangat dinamis dan kompetitif. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif naratif deskriptif dengan fokus pada ekspansi yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan eksekutif perusahaan. Sementara itu, data sekunder meliputi laporan tahunan, presentasi perusahaan, dan dokumen terkait lainnya. Metode analisis data yang digunakan adalah Kerangka Analisis Pembentukan Strategi Fred R. David, yang mencakup tahap input, pencocokan, dan pengambilan keputusan yang kemudian disertai dengan kesimpulan penentuan strategi. Hasil penelitian menunjukkan perusahaan menghadapi berbagai tantangan faktor eksternal yang berpengaruh adalah faktor ekonomi dan kebijakan pemerintah, faktor lingkungan industri adalah persaingan dalam industri retail elektronik, dan faktor internal adalah aspek operasional, aspek pemasaran, dan sumber daya manusia. Strategi yang digunakan PT Erajaya saat ini adalah strategi fokus pada pengembangan pasar (market development) dan pengembangan product (product development). Hasil pemetaan SPACE menunjukkan posisi perusahaan pada kuadran III, sehingga digunakan strategi competitive.

Kata Kunci: Ekspansi, Kinerja Perusahaan, Strategi, Retail Elektronik

*Kata kunci: Ekspansi, Kinerja Perusahaan, Strategi, Retail Elektronik*

**ABSTRACT**

**EXPANSION STRATEGY ANALYSIS OF PT. ERAJAYA IN RETAIL  
INDUSTRY MARKET COMPETITION POST COVID-19 PANDEMIC IN  
INDONESIA**

Rangga Herbowo Putra  
22/500443/PEK/28602

This research aims to identify the right expansion strategy in order to improve the performance of PT Erajaya and analyze the impact of the expansion strategy on the performance of this company which operates in the electronics distribution and retail sector in Indonesia. The focus of this research is important considering the company's strategic role in the electronic retail industry which is very dynamic and competitive. The research design used is a descriptive qualitative narrative with a focus on expansion carried out to improve company performance. Primary data was obtained through interviews with company executives. Meanwhile, secondary data includes annual reports, company presentations and other related documents. The data analysis method used is Fred R. David's Strategy Formation Analysis Framework, which includes input, matching and decision making stages which are then accompanied by a conclusion on determining the strategy. The research results show that companies face various challenges: external factors that influence are economic factors and government policy, industrial environmental factors are competition in the electronic retail industry, and internal factors are operational aspects, marketing aspects and human resources. The strategy currently used by PT Erajaya is a strategy to focus on market development and product development. The SPACE mapping results show the company's position in quadrant III, so a competitive strategy is used.

**Keywords:** Expansion, Company Performance, Strategy, Electronic Retail

**Say key :** *Expansion, Company Performance, Strategy, Electronic Retail*