UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Market Development Strategy Pada CV Purnama Putra Sehati
Tsabita Rifda Annafi, Dr. Rangga Almahendra, S.T., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Pertumbuhan sektor perdagangan yang didukung oleh tingginya penggunaan internet yang berdampak pada agresivitas ekspansi *retail modern* dan perubahan perilaku pelanggan menggunakan layanan digital. CV Purnama Putra Sehati merupakan salah satu perusahaan yang sedang menghadapi tantangan penurunan kinerja ditengah dinamika lingkungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas *market development* (antara ekspansi toko fisik dan integrasi *online channel*) serta prioritas *digital platform* (antara membangun *website* atau aplikasi sendiri dan memanfaatkan *e-commerce platform*). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Analisis data ini menggunakan *IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix,* dan *QSPM*. Hasil perhitungan pengambilan keputusan melalui QSPM, alternatif strategi untuk menentukan *market development* adalah integrasi *online channel* dengan total skor STAS 6,140 dibandingkan alternatif ekspansi toko fisik dengan skor STAS 6,078. Alternatif strategi penentuan *digital platform* untuk merespon strategi integrasi *online channel*, membangun *website* atau aplikasi sendiri menjadi prioritas perusahaan dengan skor STAS 6,500 dibandingkan memanfaatkan *e-commerce platform* dengan total skor STAS 6,036. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, CV Purnama Putra Sehati dapat mengimplementasikan integrasi *online channel* dengan memanfaatkan bangunan yang tidak terpakai sebagai lokasi pemenuhan pesanan *online* dan mengalokasikan modal untuk membangun ekosistem digital yang terintegrasi dengan *database* pelanggan agar perusahaan memiliki posisi daya saing dalam jangka panjang.

***Kata Kunci**: Market Development Strategy, Digital Platform, Industri Retail*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Market Development Strategy Pada CV Purnama Putra Sehati
Tsabita Rifda Annafi, Dr. Rangga Almahendra, S.T., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

The growth of the retail industry, driven by widespread internet usage, has fueled aggressive expansion in modern retail and shifted customer behavior toward digital services. CV Purnama Putra Sehati is one of the companies currently facing the challenge of declining performance amid these dynamic market conditions. This study aims to determine market development priorities (between physical store expansion and online channel integration) as well as digital platform priorities (between building a proprietary website or app and leveraging e-commerce platforms). The study employs a quantitative descriptive approach through interviews and questionnaire distribution. Data analysis employs the IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, and QSPM. The QSPM decision-making calculation results indicate that the strategic alternative for market development is online channel integration, with a total STAS score of 6.140, compared to the physical store expansion alternative with a STAS score of 6.078. Regarding the strategic alternative for selecting a digital platform to support the online channel integration strategy, developing the company's own website or application is prioritized with a STAS score of 6.550, compared to utilizing an e-commerce platform, which has a total STAS score of 6.144. Based on these calculations, CV Purnama Putra Sehati can implement online channel integration by utilizing unused buildings as fulfillment centers for online orders and allocating capital to build a digital ecosystem integrated with the customer database, ensuring the company maintains a competitive position in the long term.

***Keywords**: Market Development Strategy, Digital Platform, Retail Industry*