



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan bisnis internal dan eksternal pada PT Kharisma Rotan Mandiri, melihat kesiapan PT Kharisma Rotan Mandiri dalam melakukan pengembangan pasar ke pasar furnitur domestik, memilih lokasi geografis yang terbaik, serta memilih strategi masuk pasar terbaik yang sesuai dengan kondisi bisnis PT Kharisma Rotan Mandiri dalam memasuki industri furnitur domestik.

Penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan, serta faktor-faktor utama dalam memilih lokasi geografis. Faktor internal dan eksternal perusahaan akan dianalisis menggunakan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE), kemudian mencocokkan dengan kondisi bisnis perusahaan dengan Matriks *Internal-External* (IE), dan menetapkan lokasi geografis dan strategi masuk pasar yang terbaik dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penelitian ini menggunakan metode *Paired Comparison* untuk menghitung pembobotan setiap faktor.

Peneliti menyimpulkan bahwa PT Kharisma Rotan Mandiri berada pada kuadran I jika dipetakan pada Matriks IE. Hal ini menandakan bahwa PT Kharisma Rotan Mandiri sudah siap untuk melakukan pengembangan pasar ke pasar furnitur domestik. Pada tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan QSPM, lokasi geografis yang terbaik adalah DKI Jakarta karena memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding kota lain. Sedangkan strategi masuk pasar terbaik adalah pengembangan internal.

Kata Kunci : Matriks *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).



ABSTRACT

This research purpose to identify the internal and external business environment of PT Kharisma Rotan Mandiri, to look at the readiness of PT Kharisma Rotan Mandiri in developing market for the domestic furniture market, to choose the best geographical location as well as market entry strategy that suits the business conditions in entering the domestic furniture industry.

The research begins by identifying the company's internal and external environmental factors, as well as the main factors in choosing a geographical location. The company's internal and external factors will be analyzed using the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix and the External Factor Evaluation (EFE) Matrix. Next is matching the company's business conditions with Internal-External Matrix (IE), then lastly determining the best geographical location and market entry strategies using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). This study uses the Paired Comparison method to calculate the weighting of each factor.

Researcher concluded that PT Kharisma Rotan Mandiri is in quadrant I in the IE Matrix. This indicates that PT Kharisma Rotan Mandiri is ready to develop the market into the domestic furniture market. At the decision making stage using QSPM, the best geographical location is DKI Jakarta because it has a higher value than other cities. On the other hand, the best market entry strategy is internal development.

Keywords : External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).