

**Arliek Nur Malikah.** 2024. Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada CV. Cariza Khansa Pratama, Sleman, Yogyakarta. Dibimbing oleh: Nanik Dara Senjawati

### **ABSTRAK**

CV Cariza Khansa Pratama merupakan usaha yang bergerak di bidang industri olahan makanan berbahan dasar pisang. Pengembangan produk perlu dilakukan oleh CV Cariza Khansa karena memiliki visi dan misi yang berorientasi pada produk yang unggul. Penelitian bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada CV Cariza Khansa Pratama 2) Menganalisis alternatif-alternatif strategi pengembangan usaha pada CV Cariza Khansa Pratama 3) Menentukan strategi prioritas pengembangan usaha yang tepat untuk CV Cariza Khansa Pratama. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus dan pengambilan data responden secara *purposive*. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner. Metode analisis menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE), *Competitive*, Matriks Internal-Eksternal (IE), dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan Faktor internal pada CV. Cariza Khansa Pratama yang memiliki skor tertinggi pada faktor kekuatan yaitu memiliki perencanaan untuk menghasilkan produk berkualitas dan pada faktor kelemahan yaitu belum ada pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan di bidang produksi. Faktor eksternal pada CV. Cariza Khansa Pratama yang memiliki skor tertinggi pada faktor peluang yaitu kemudahan mendapatkan pelatihan dan perizinan usaha dari pemerintah daerah dan pada faktor ancaman yaitu kenaikan harga bahan baku produksi; 2) Alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT yaitu alternatif strategi SO yang terdiri dari dua strategi yaitu meningkatkan kualitas produk dan standar produksi dan meningkatkan skala produksi dan memperluas pasar; 3) Strategi prioritas yang dapat diterapkan di CV. Cariza Khansa yaitu meningkatkan kualitas produk dan standar produksi.

**Kata kunci:** Strategi Pengembangan, CV. Cariza Khansa Pratama

**Arliek Nur Malikhah.** 2024. *Analysis of Product Development Strategy at CV. Cariza Khansa Pratama, Sleman, Yogyakarta. Supervised by: Nanik Dara Senjawati*

## **ABSTRACT**

*CV Cariza Khansa Pratama is a business focus on banana-processed food industry. Product development needed to carried out by CV Cariza Khansa because the vision and mission is oriented to become superior products. The research aims to 1) Identify internal factors and external factors at CV Cariza Khansa Pratama 2) analyze alternative business development strategies at CV Cariza Khansa Pratama 3) find out the right business development priority strategy for CV Cariza Khansa Pratama. The research method uses a quantitative approach with a case study method and purposive data collection of respondents. Data collection using observation, interviews, documentation, and questionnaires. The analysis method uses the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix, External Factor Evaluation (EFE) matrix, Competitive, Internal-External Matrix (IE), and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results showed that the internal factors in CV. Cariza Khansa Pratama which has the highest score on the strength factor, namely having a plan to produce quality products and on the weakness factor, namely there is no training to improve employee skills in production. External factors at CV. Cariza Khansa Pratama, which has the highest score on the opportunity factor, namely the ease of getting training and business licenses from the local government and the threat factor, namely the increase in material prices.*

**Keywords:** *Development Strategy, CV. Cariza Khansa Pratama*