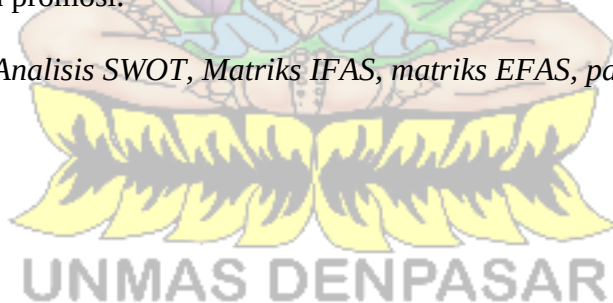


ABSTRAK

Tujuan penelitian dari Strategi Pengembangan Usaha Produksi Tanaman Herbal di CV Nadis Herbal adalah mengidentifikasi faktor internal, faktor eksternal dan faktor alternatif strategi. Penelitian ini dilakukan di CV Nadis Herbal, Desa Mekar Bhuana, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Responden internal dalam penelitian ini berjumlah 15 orang, sedangkan responden eksternal berjumlah 10 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis matriks IFAS, matriks EFAS dan metode analisis SWOT. Penetapan responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *sensus sampling* dan *accidental sampling*, karena berdasarkan jumlah responden yang sedikit, sehingga dapat lebih mudah dalam menggali data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatan adalah kualitas produk yang baik, jaringan pemasaran produk luas, sarana dan prasarana yang memadai dan faktor kelemahan adalah lokasi tempat usaha yang kurang strategis, persediaan bahan baku kurang memadai dan kurang promosi. Faktor peluang adalah daya beli konsumen yang meningkat, trend gaya hidup sehat, pola pikir konsumen semakin maju dan faktor ancaman adalah naiknya biaya produksi, perusahaan pesaing, posisi tawar konsumen semakin tinggi. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa CV Nadis Herbal berada pada kondisi bina dan tumbuh sehingga membutuhkan strategi yang agresif. Alternatif strategi yang dapat dijalankan pada pengembangan usaha produk herbal di CV Nadis Herbal yaitu meningkatkan pangsa pasar (menambah *Show Room/Outlet* baru), meningkatkan kerja sama dan pelayanan dan juga meningkatkan promosi.

Kata kunci: Analisis SWOT, Matriks IFAS, matriks EFAS, pangsa pasar



ABSTRACT

The research objective of the Herbal Plant Production Business Development Strategy at CV Nadis Herbal is to identify internal factors, external factors and alternative strategy factors. This research was conducted at CV Nadis Herbal, Mekar Bhuana Village, Abiansema District, Badung Regency. Internal respondents in this study amounted to 15 people, while the external respondents amounted to 10 people. The analytical method used in this study uses the IFAS matrix, EFAS matrix and SWOT analysis methods. Determination of respondents used in this study using census sampling and accidental sampling methods, because based on a small number of respondents, so it can be easier to dig up data. The results showed that the strength factor was good product quality, extensive product marketing network, adequate facilities and infrastructure and weakness factor was the location of the business place which was less strategic, raw material inventory was inadequate and lacked promotion. Opportunity factors are increasing consumer purchasing power, healthy lifestyle trends, increasingly advanced consumer mindsets and threat factors are rising production costs, competing companies, consumers' bargaining position is getting higher. Based on the analysis of internal and external factors, it can be stated that CV Nadis Herbal is in a state of development and growth so that it requires an aggressive strategy. Strategies that can be implemented in the development of the herbal product business at CV Nadis Herbal are increasing market share (adding new Show Rooms/Outlets), increasing cooperation and service and also increasing promotions.

Keywords: SWOT analysis, IFAS matrix, EFAS matrix, market share

