

ABSTRAK

Agit Prasetya. 212310081. "Strategi Pengembangan Usaha Manisan Carica (Studi Kasus Di Kelompok Tani Al Fatah Desa Patakbanteng Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo)". Skripsi Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui faktor internal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha manisan carica di Kelompok Tani Al Fatah Desa Patakbanteng, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo. 2) Mengetahui faktor eksternal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha manisan carica di Kelompok Tani Al Fatah Desa Patakbanteng Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo. 3) Merumuskan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan pendapatan usaha manisan carica di Kelompok Tani Al Fatah Desa Patakbanteng Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo.

Pengambilan sampel daerah penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini terdiri dari informan kunci 1 orang, informan utama 9 orang, dan informan pendukung 6 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan: faktor kekuatan ada pada alat produksi carica Poktan Al Fatah yang berfungsi normal dan rata-rata berusia di atas satu tahun. Kelemahan ada pada produksi carica Poktan Al Fatah belum terjadwal, dimana produksi dilakukan jika ada pesanan dan sisa produksi digunakan sebagai stok. Peluang ada pada bahan-bahan produksi carica Poktan Al Fatah, seperti carica diperoleh dari petani berada di satu desa dengan lokasi produksi. Serta ancaman yang ada yaitu terdapat beberapa produk lain yang sejenis dengan kemasan lebih praktis karena menggunakan kemasan sekali konsumsi dan lebih menarik karena kemasan memuat informasi lebih lengkap dibandingkan produk kelompok. Posisi usaha manisan carica Poktan Al Fatah berada pada kuadran 1 sehingga strategi yang dapat dilakukan yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk sebagai upaya memperluas pasar produk carica sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Strategi, Carica.

ABSTRACK

Agit Prasetya. 212310081. "Carica Processing Business Development Strategy (Case Study in the Al Fatah Farmers Group, Patakbanteng Village, Kejajar District, Wonosobo Regency)". Agribusiness Study Program Thesis. Faculty of Agriculture. Purworejo Muhammadiyah University. 2025.

Objectives of the study: 1) To find out the internal factors owned by business actors in the carica candied business in the Al Fatah Farmers Group, Patakbanteng Village, Kejajar District, Wonosobo Regency. 2) To find out the external factors owned by business actors in the carica candied business in the Al Fatah Farmers Group, Patakbanteng Village, Kejajar District, Wonosobo Regency. 3) To formulate a development strategy that can increase the income of the carica candied business in the Al Fatah Farmers Group, Patakbanteng Village, Kejajar District, Wonosobo Regency. Sampling of the research area uses a purposive sampling technique. The informants in this study consisted of 1 key informant, 9 main informants, and 6 supporting informants. The results of the study showed: the strength factor exists in the carica production equipment of Poktan Al Fatah which functions normally and is on average over one year old. The weakness is that the production of Poktan Al Fatah carica has not been scheduled, where production is carried out if there is an order and the rest of the production is used as stock. The opportunity lies in the ingredients for the production of carica by Poktan Al Fatah, such as carica obtained from farmers in one village with a production location. And the threat that exists is that there are several other products that are similar to packaging that are more practical because they use single-consumption packaging and are more attractive because the packaging contains more complete information than group products. The position of Poktan Al Fatah's carica candies business is in quadrant 1 so that the strategies that can be carried out are market penetration, market development, and product development as an effort to expand the market for carica products so that they can increase sales.

Keywords: Internal Factors, External Factors, Strategy, Carica

