

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha bisnis beras bagi Murni Organik. Murni Organik merupakan salah satu penyedia beras organik di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, angket dan didukung dengan studi literatur atau dokumen. Pemilihan narasumber dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Strategi pengembangan usaha dirumuskan berdasarkan pengamatan terhadap lingkungan eksternal (pasar beras organik di Yogyakarta) dan internal (melalui survei konsumen). Analisis lingkungan internal Murni Organik bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan analisis lingkungan eksternal Murni Organik bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan. Berdasarkan pengamatan lingkungan internal dan eksternal dengan analisis SWOT maka diperoleh beberapa alternatif strategi sebagai berikut: menyediakan beras organik dengan strategi kepemimpinan biaya, memenuhi persyaratan administrasi, melakukan ekspansi pasar, membangun fasilitas paska panen dan menambah peralatan yang menunjang proses produksi, menambah modal, meningkatkan kerjasama dengan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) pemasok beras, memperbaiki Sistem Informasi Akuntansi, menambah jumlah karyawan dan melakukan pengembangan produk. Sembilan alternatif strategi tersebut dituangkan pada rancangan kanvas arsitektur strategi dalam bentuk program kegiatan yang akan dilakukan dari tahun 2019-2027.

**Kata kunci :** strategi, beras organik, analisis SWOT, arsitektur strategi

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to formulate business development strategy of organic rice for Murni Organic. Murni Organic is one of the organic rice supplier in Yogyakarta. This research uses a qualitative method. Data used in this research are collected through interview, observation, questionnaires dan supported with literature or documents study. The selection of interviewees uses purposive sampling. Business development strategy is formulated based on observation to the external (organic rice market in Yogyakarta) and internal (through consumer survey). The purpose of internal environmental analysis of Murni Organik is to identify key factors of the firm's strengths and weaknesses. While the purpose of external environmental analysis of Murni Organik is to identify key factors of the firm's opportunities and threats. Based on internal and external observation using SWOT analysis, the following strategy options are formulated: provide organic rise with cost leadership strategy, fulfill the administrative requirement, expand the market, develop post harvesting facility and add equipment to support production process, increase capital, expand partnership with farmer groups of rice supplier, improve accounting information system, add the employee and develop the products. Those nine strategic alternatives are poured on strategy architecture canvas design in the form of program of activities that will be carried out from the year 2019 until 2027.*

**Keywords:** *strategy, organic rice, SWOT analysis, strategy architecture canvas*