



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar dan  
Penetrasi Pasar pada CV Missouri Bandung**

Skripsi

Oleh

Fransiskus Saputra Siagian

2014320012

Bandung

2018



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar dan  
Penetrasi Pasar pada CV Missouri Bandung**

Skripsi

Oleh

Fransiskus Saputra Siagian

2014320012

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Fransiskus Saputra Siagian  
Nomor Pokok : 2014320012  
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar dan Penetrasi Pasar pada CV Missouri Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 31 Juli 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

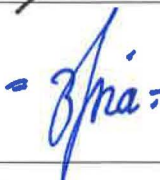
**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil

  
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil

  
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE

  
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fransiskus Saputra Siagian  
NPM : 2014320012  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Produk,  
Pengembangan Pasar dan Penetrasi Pasar pada CV  
Missouri Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya tulis sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juni 2018



Fransiskus Saputra Siagian

## ABSTRAK

Nama : Fransiskus Saputra Siagian

NPM : 2014320012

Judul : **“Analisis Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar, Dan Penetrasi Pasar pada CV Missouri Bandung”**

---

Masalah utama yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai strategi pengembangan yang dilakukan oleh CV Missouri dalam membantu manajemen menjalankan usahanya. Yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana perusahaan CV Missouri menerapkan strategi pengembangan sampai pencapaian perusahaan dan mampu bersaing dengan pesaingnya. Seperti pengembangan produk, pengembangan pasar, serta penetrasi pasar.

Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan metode deskriptif dan didukung dengan dengan sumber data berupa data primer dan data sekunder, sehingga dapat diperoleh informasi yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta peluang dan ancaman dari perusahaan. Teknik pengumpulan analisis dalam pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi yang bertujuan untuk mengetahui informasi yang akan dibahas penulis. Bagi teknik analisis data yang gunakan adalah dengan analisis SWOT, analisis internal dan eksternal, matrik SWOT, Matrik IE, Martik IFE dan EFE serta Matrik QSPM sehingga dapat merumuskan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal maupun internal yang baik, sehingga mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada dengan mengoptimalkan kekuatan dan meminimalisir kelemahan yang dimilikinya. Matrik IE menunjukkan posisi perusahaan yang berada pada kuadran IV (Grow and Build), artinya, strategi yang diusulkan ialah melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar dan penetrasi pasar.

Berdasarkan hasil analisis QSPM yang dilakukan dengan membandingkan masing-masing alternatif strategi yang diperoleh dari analisis SWOT yang telah dilakukan, maka strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi pengembangan produk dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki.

Kata Kunci : CV Missouri, Eksternal, Internal, Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar, Penetrasi Pasar, QSPM

## ABSTRACT

Name : Fransiskus Saputra Siagian

NPM : 2014320012

Title : "**Analysis of Product Development Strategies, Market Development, and Market Penetration at CV Missouri Bandung "**

---

The main problem that will be discussed in this research is about the development strategy undertaken by CV Missouri in helping management run its business. The focus of this research is to find out how the CV Missouri company implements the development strategy to the achievement of the company and is able to compete with its competitors. Such as product development, market development, and market penetration.

Based on the results of data analysis using descriptive method and supported by the data source in the form of primary data and secondary data, so that can be obtained information that can be the strengths and weaknesses of the company, as well as opportunities and threats from the company. Techniques of collecting analysis in data collection is done by interviews and observations that aim to know the information to be discussed author. For data analysis techniques that use is with SWOT analysis, internal and external analysis, SWOT matrix, IE Matrix, IFE and EFE Matrix matrix so that it can formulate

The results of the research have shown that the company has good external and internal position, so it can take advantage of opportunities and overcome the existing threat by optimizing the strength and minimize the weaknesses it has. The IE matrix shows the position of the company in quadrant IV (Grow and Build), that is, the proposed strategy is to develop product, market development and market penetration.

Based on the results of QSPM analysis conducted by comparing each alternative strategy obtained from the SWOT analysis that has been done, then the right strategy to be used is the product development strategy by optimizing the strength of the owned.

Keywords: CV Missouri, External, Internal, Product Development, Market Development, Market Penetration, QSPM

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur dan terimakasih kepada Tuhan yang Maha Esa, karena telah membimbing dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Tidak lupa juga ucapan terimakasih dari penulis kepada keluarga dan banyak pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu.

Penelitian ini di beri judul **“Analisis Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar, dan Penetrasi Pasar pada CV Missouri”**. Yang mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana strategi ekspansi yang dilakukan oleh CV Missouri sehingga dapat berkembang dan mampu bersaing dengan kompetitornya dalam industry ternak ayam. Strategi yang dilakukan CV Missori adalah berfokus pada Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar, dan Penetrasi Pasar.

Penelitian dikerjakan dengan tujuan untuk memperoleh gelar akademik strata satu yang menjadi tolok ukur bagi pengajar akan kemampuan penulis sebagai mahasiswa program studi Ilmu Administrasi Bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menjadi pedoman bagi mahasiswa yang studi di program Ilmu Administrasi Bisnis terutama pada bidang Strategi Kebijakan dan Bisnis. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini, penulis akan sangat menerima jika ada kritik dan saran yang dapat membuat tulisan ini menjadi lebih baik. Selain itu, penulis juga ingin menyampakai permintaan maaf jika masih terdapat kesalahan, baik itu secara pengetikan, struktur bahasa,

maupun argument yang disampaikan. Kiranya penelitian ini mampu dikembangkan dan dievaluasi agar semakin bermanfaat bagi orang lain. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih.

Penulis ingin mengucapkan rasa syukur atas kelancaran yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa dalam menyelesaikan studi untuk mendapatkan gelar S.Ab di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih saya kepada orang tua yang senantiasa mendoakan anaknya dengan tulus serta kasih sayang dan perhatian yang diberikan sehingga membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga saya dapat terus membanggakan orang tua. Tidak lupa penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang sudah turut membantu dalam pembuatan skripsi ini, diantaranya :

1. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Banowati Thalim, Dra., M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu dan memberikan persetujuan.



4. Bapak Wiliam Karyodisa selaku pemilik CV Missouri sekaligus menjadi narasumber dari Objek penelitian telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk melakukan wawancara dengan penulis.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen, dan pegawai jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan yang telah mencurahkan waktu dan membekali ilmu kepada peneliti selama di bangku perkuliahan.
6. Keluarga besar saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberi dukungan dan doanya kepada penulis.
7. Dameria Magdalena Samosir yang telah menemani dan membantu saya dalam menyusun penelitian ini. Terimakasih atas kasih sayang dan perhatian selama ini, itu sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman bermain dan belajar yaitu Adzhar Rizalin yang sangat membantu dalam skripsi, Lutfi M Risyad yang sangat membantu saat perkuliahan, serta Alfred Timothy, Stephen Raharjo, Melky, Sebastian Wibisono, Nanda Alif, Muhammad Aditya, Victor Charles, Bilal Makarim, Victor Tan, Yusuf Lucky.
9. Teman-teman diluar kampus yaitu Yosua Nababan, Hottua Sagala, Astrid M, Fella, Ubey R, Natalia yang selalu memberikan hiburan dan perhatiannya.

10. Teman-teman kampus Raditya Aji, Bryan Kevin, Josua Manurung, Tanthowi, Reyhan, Anthony Marwan, Yunas, Agung yang selalu memberikan hiburan dan perhatian.
11. Kepada pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan, terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih kurang sempurna, penulis menerima saran, masukan dan kritik yang membangun. Semoga penelitian yang disusun ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandung, 26 Juni 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB2 KERANGKA TEORI .....	7
2.1 Strategi .....	7
2.2 Manajemen Strategi .....	8
2.3 Visi dan Misi.....	9
2.3.1 Visi.....	10
2.3.2 Misi .....	11
2.3.2.1 Tahap-tahap Penyusunan Misi .....	11
2.3.2.2 Tujuan Misi.....	12
2.4 Pengembangan Produk.....	12
2.5 Pengembangan Pasar.....	14
2.6 Penetrasi Pasar .....	15
2.7 Analisis Lingkungan .....	16
2.7.1 Analisis Lingkungan Internal.....	17
2.7.2 Analisis Eksternal.....	18
2.7.2.1 Lingkungan Umum .....	19
2.7.2.2 Lingkungan Industri.....	20

2.8 Analisis SWOT .....	23
2.9 QSPM.....	25
<b>BAB3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4 Teknik Analisis .....	29
3.5 Analisis SWOT .....	30
3.5.1 Matrik SWOT .....	31
3.6 Matrik IFE dan EFE .....	32
3.6.1 Matrik IFE (Internal Faktor Evaluation) .....	32
3.6.2 Matrik EFE (Eksternal Faktor Evaluation) .....	33
3.7 Matrik QSPM .....	35
<b>BAB4 OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Sejarah Perusahaan.....	40
4.2 Profil Perusahaan .....	41
4.2.1 Visi dan Misi .....	41
4.2.2 Lokasi.....	42
4.2.3 Struktur Orgnisasi .....	44
4.2.4 . Tugas dan Wewenang .....	46
4.2.5 Sumber Daya Manusia .....	47
4.2.5.1 Penyediaan Sumber Daya .....	47
4.2.5.2 Proses Perekrutan:.....	48
4.2.5.3 Pelatihan karyawan .....	48
4.2.5.4 Pelatihan dan Training Karywan Baru .....	49
<b>BAB5 PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
5.1 Strategi Saat Ini .....	50
5.1.1 Strategi Pengembangan Produk .....	51
5.1.2 Strategi Pengembangan Pasar .....	54
5.1.3 Strategi Penetrasi Pasar .....	56

5.2 Analisis Lingkungan Internal .....	57
5.3 Analisis Lingkungan Eksternal .....	62
5.3.1 Analisis Lingkungan Umum .....	63
5.3.2 Analisis Lingkungan Industri .....	68
5.4 Analisis SWOT .....	74
5.5 Analisis IFE dan EFE .....	78
5.5.1 Analisis EFE .....	78
5.5.2 Analisis IFE .....	80
5.6 Analisis IE .....	82
5.7 Analisis QSPM .....	83
<b>BAB6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
6.1 Kesimpulan .....	87
6.2 Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1-Rata-rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan .....	1
Table 2-Populasi Ternak Ayam di Bandung .....	3
Table 4 – Tingkat Inflasi di Indonesia 2016-2018 .....	64
Table 5 – Matrik Competitive CV Missouri .....	72
Table 6 – Analisis IFE.....	79
Table 7 – Analisis EFE .....	81
Table 8 – Analisis QSPM CV Missouri .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-Model 5 Force M. Porter.....	23
Gambar 2 - Struktur Organisasi CV Missouri .....	45
Gambar 3 – Prosedur Produksi Grand Parent Stock .....	52
Gambar 4 – Prosedur Produksi Parent Stock .....	53
Gambar 5 – Analisis IE.....	83

# BAB1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring meningkatnya kondisi jumlah penduduk saat ini di Indonesia secara tidak langsung akan semakin meningkatkan konsumsi pangan masyarakat Indonesia terutama dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Masyarakat saat ini pun mulai menyadari pentingnya manfaat protein hewani untuk pertumbuhan dan pemeliharaan kesehatan. Fenomena ini pun menjadi salah satu faktor peningkatan konsumsi pangan seperti ayam, sapi, ikan, ataupun kambing. Tingkat konsumsi daging ayam merupakan faktor yang paling diminati oleh masyarakat.

Dibawah ini merupakan data yang menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi daging ayam lebih tinggi dibandingkan daging lainnya.

<b>Jenis Bahan Makanan</b>	<b>Satuan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Daging sapi/kerbau	Kg	0.009	0.007	0.005	0.005	0.008
Daging ayam ras/kampung	Kg	0.083	0.076	0.076	0.086	0.103
Telur ayam ras/kampung	Kg	0.199	0.178	0.169	0.171	1.94
telur itik/manila/asin	Butir	0.080	0.068	0.055	0.047	0.041

**Table 1-Rata-rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan**

**Sumber : Badan Pusat Statistik**



Fenomena yang terjadi pada tingkat konsumsi terhadap daging ayam pun membuat pengusaha-pengusaha dalam industri tersebut terpancing untuk melakukan tindakan-tindakan untuk memenuhi kebutuhan permintaan ayam dengan melakukan pengembangan dalam usahanya. Namun, untuk melakukan tindakan tersebut para pengusaha harus bisa memilih dan memperhatikan tindakannya dalam melakukan pengembangan usaha atau ekspansi tersebut terlebih untuk mengantisipasi salah kaprah dalam membuat keputusan. Para peternak ayam biasanya melakukan pengembangan usahanya dengan melakukan penambahan kapasitas dengan cara ekspansi seperti membuka cabang atau memperluas lahan peternakan yang ada. Hal ini merupakan cara yang mudah dilakukan namun diperlukan adanya dana yang mendukung. Dengan kata lain perusahaan dituntut untuk meningkatkan produktivitas usahanya. Produktivitas ini bisa dilakukan dengan cara mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas.

Selain itu, pada era globalisasi saat ini persaingan usaha semakin ketat, ini dikarenakan masuknya era pasar bebas yang menuntut perusahaan untuk dapat berkompetitif dengan baik dan lebih kreatif agar tetap dapat bertahan dalam dunia usaha. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat bertahan, berdaya saing, dan terus berkembang di tengah gencarnya persaingan usaha. Ekspansi perusahaan umumnya dipandang sebagai salah satu strategi keberhasilan suatu perusahaan. Dalam perkembangan dunia bisnis yang saat ini, untuk menjalankan suatu bisnis sangat dibutuhkan ekspansi. Ekspansi

dibutuhkan agar perusahaan mampu terus bersaing dengan kompetitornya. Dalam membuat membuat strategi ekspansi bisa saja berhubungan dengan segi pengembangan produk, pengembangan pasar, serta penetrasi pasar.

Industri peternakan ini pun cukup banyak berkembang di provinsi Jawa Barat, di samping itu dari segi jumlah penduduk provinsi Jawa Barat merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah penduduk yang tinggi yaitu sekitar 46.709.600 jiwa penduduk (Badan Pusat Statistik, 2015). Jumlah penduduk yang banyak ini memungkinkan permintaan pasar terhadap daging ayam pun tinggi dan keadaan kondisi inilah yang membuat jumlah bisnis industri ayam di Bandung semakin berkembang. Dan hal ini terlihat dari data sebagai berikut :

Wilayah Kecamatan	Populasi Ternak		
	Ayam Lokal	Ayam Ras Petelur	Ayam Ras Pedaging
	2013	2013	2013
Kota Bandung	21742	51160	3089066

**Table 2-Populasi Ternak Ayam di Bandung**

**Sumber : Badan Pusat Statistik**

CV Missouri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri peternakan ayam di Bandung. Selain membudidayakan ayam, perusahaan ini juga memproduksi pakan ayamnya sendiri. CV Missouri yang berdomisili di Bandung ini sudah lama berdiri yaitu pada tahun 1935. Pada tahun 1947 pengelola memutuskan untuk membuat CV Missouri sebagai industri peternakan ayam dan mampu memenuhi persediaan kebutuhan untuk konsumsi terhadap daging ayam yang terjadi

saat ini di Bandung. Berbekal kemampuan dan pengalaman yang dimiliki dalam melakukan ternak ayam pedaging maupun petelur, perusahaan ini pada awalnya mencoba untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Waktu ke waktu ternyata perusahaan ini dapat melihat peluang lain seperti menyediakan ayam bibit pedaging maupun petelur bagi peternak ayam dan telur di daerah Bandung dan sekitarnya. Pada tahun 1992 mereka berhasil mendirikan perusahaannya menjadi berbadan hukum dengan nama “CV. Missouri”. Pada langkah selanjutnya mereka bekerjasama dengan distributor bibit ayam yaitu Cobb Vantress Inc pada tahun 1997 dan Hy-line International pada tahun 2000.

Saat ini perusahaan mampu memenuhi permintaan para peternak ayam lainnya dan memasok hingga keluar kota serta sudah menjadi salah satu peternakan besar di Bandung. Keberhasilan CV. Missouri ini salah satunya berkat Visi dan Misi mereka yang berfokus pada pengembangan produk yaitu dari segi kualitas produk, pengembangan pasar dengan memasuki daerah geografis baru, dan penetrasi pasar yang mereka lakukan dalam memperkenalkan CV. Missouri kepada Masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, penulis terdorong untuk memilih CV Missouri untuk mengetahui bagaimana **Strategi Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar, dan Penetrasi Pasar** yang dilakukan perusahaan tersebut sehingga mampu berkembang dan melihat peluang baru.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun masalah-masalah yang berkaitan dengan uraian diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah CV Missouri dalam melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar, dan penetrasi pasar ?
2. Bagaimana kondisi faktor internal dan eksternal CV Missouri dengan analisis SWOT ?
3. Apakah dalam pengembangan produk, pengembangan pasar dan penetrasi pasar dapat diketahui strategi yang lebih unggul untuk dikembangkan dengan menggunakan analisis QSPM ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dari uraian diatas adalah :

1. Mengidentifikasi langkah-langkah CV Missouri dalam mengembangkan produk, mengembangkan pasar, serta dalam penetrasi pasar.
2. Mengetahui kondisi internal dan eksternal CV Missouri dengan analisis SWOT.
3. Merekomendasikan strategi yang lebih dapat dikembangkan dan memberikan hasil yang maksimal serta mendapatkan pangsa yang tepat. Sehingga dapat mendukung perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan yang ingin dicapai saat ini maupun dimasa yang akan datang.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini, maka penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi:

### **1. Penulis**

Penelitian ini diharapkan akan membuka wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang masalah yang diteliti, khususnya pemahaman penelitian yang dilakukan yaitu strategi pengembangan produk, pengembangan pasar dan penetrasi pasar.

### **2. Pembaca**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam pengembangan ilmu strategi bisnis khususnya tentang strategi pengembangan produk, pengembangan pasar, dan penetrasi pasar. Selain itu juga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

### **3. Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi CV Missouri dalam melaksanakan bisnisnya serta dalam keputusan melakukan ekspansi.