

## ABSTRAK

Industri fashion dan F&B merupakan dua industri yang saat ini banyak mendapat daya tarik masyarakat. Alra group merupakan salah satu yang aktif dalam dua industri tersebut, yang pada awalnya hanya bergerak di bidang tas kulit namun dengan adanya Covid-19 maka kemudian memutuskan untuk melakukan diversifikasi dengan membuka lini bisnis usaha Café & Restaurant. Perusahaan ini kedepannya akan berencana untuk melakukan pengembangan bisnisnya.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengevaluasi kinerja dari kedua lini bisnis di Alra group, kemudian berdasarkan hasil evaluasi tersebut dapat dirancang masukan dan strategi yang tepat untuk pengembangan bisnis Alra group kedepannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan data primer yang didapat dari wawancara dengan pihak perusahaan dan data sekunder yang merupakan data tertulis dari perusahaan berupa angka penjualan perusahaan. Hasil analisis *Product Life Cycle* & BCG Matriks menunjukkan kedua lini bisnis mengalami peningkatan penjualan tiap tahunnya, Namun terdapat perbedaan dimana Tas kulit pada kondisi pertumbuhan pasar yang relatif stabil, Sedangkan café & restaurant berada pada kondisi pertumbuhan pasar yang rendah, sehingga diperlukan adanya perombakan pada strategi yang diterapkan perusahaan saat ini.

**Keyword : Diversifikasi, Strategi Pengembangan Bisnis, Product Life Cycle, BCG Matriks**

## ABSTRACT

The fashion and F&B industries are currently attracting significant public interest. Alra Group is one of the companies active in these two industries. Initially, it was only involved in the leather bag sector, but due to the COVID-19 pandemic, it decided to diversify by opening a Café & Restaurant business line. The company plans to expand its business in the future.

The aim of this research is to evaluate the performance of the two business lines within Alra Group and, based on the evaluation results, to design appropriate inputs and strategies for Alra Group's future business development.

This research uses a descriptive qualitative approach, utilizing primary data obtained from interviews with company representatives and secondary data consisting of written company data in the form of sales figures. The analysis results from the Product Life Cycle & BCG Matrix show that both business lines have experienced annual sales growth. However, there is a difference: the leather bag sector is in a relatively stable market growth condition, while the café & restaurant sector is in a low market growth condition. Thus, a revamp of the company's current strategy is necessary.

**Keyword: Diversification, Strategies, Product Life Cycle, BCG Matrix**