

**ANALISIS TREND VOLUME PENJUALAN DAN STRATEGI
PEMASARAN PRODUK OLAHAN SUSU KAMBING
PERANAKAN ETAWA PADA CV. ETAWA AGRO
PRIMA DI DESA GIRIKERTO, TURI,
SLEMAN, YOGYAKARTA**

Amalia Putri

Dibimbing oleh Nanik Dara Senjawati dan Dwi Aulia Puspitaningrum

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk menganalisis trend volume penjualan susu kambing bubuk original dan kerupuk susu yang ada di CV. Etawa Agro Prima untuk 6 bulan ke depan, 2) Untuk menganalisis alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan oleh CV Etawa Agro Prima berdasarkan Matriks SWOT, 3) Untuk menganalisis alternatif strategi pemasaran yang terbaik untuk diterapkan oleh CV Etawa Agro Prima dalam memasarkan produknya. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan metode pelaksanaan menggunakan metode studi kasus. Metode pengambilan responden menggunakan metode purposif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuisioner, dokumentasi dan observasi. Macam data menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 5 responden dengan teknik analisis yang digunakan yaitu analisis trend, matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, matriks IE dan matriks QSPM. Hasil penelitian menunjukkan 1) Trend volume penjualan susu kambing bubuk original di CV. Etawa Agro Prima untuk bulan November 2020 hingga bulan April 2021 cenderung meningkat, sedangkan volume penjualan kerupuk susu cenderung menurun. 2) Alternatif strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Etawa Agro Prima berdasarkan matriks SWOT adalah strategi SO yaitu meningkatkan volume penjualan produk yang berkualitas dengan memanfaatkan media sosial dan *reseller* sebagai sarana promosi. 3) Alternatif strategi pemasaran yang terbaik untuk diterapkan oleh CV. Etawa Agro Prima berdasarkan matriks QSPM adalah strategi pengembangan pasar.

Kata kunci: Volume penjualan, strategi pemasaran, olahan susu kambing

**ANALYSIS OF SALES VOLUME TREND AND MARKETING STRATEGY
OF ETAWA GOAT MILK PROCESSED PRODUCTS IN CV. ETAWA AGRO
PRIMA AT GIRIKERTO VILLAGE, TURI, SLEMAN, YOGYAKARTA**

Amalia Putri

Supervised by Nanik Dara Senjawati and Dwi Aulia Puspitaningrum

ABSTRACT

This research aims 1) to analysis the sales volume trend of the original powder goat milk and milk crackers in CV. Etawa Agro Prima for the next 6 months, 2) to analysis alternative marketing strategies that suitable for CV. Etawa Agro Prima based on the SWOT Matrix, 3) to analyze the best alternative marketing strategies to be applied by CV. Etawa Agro Prima in marketing their products. The basic method of this research was descriptive method by using case study method approach. The respondents of this research were taken by the purposive and data collection methods approach with interview, questionnaire instrument, documentation, and observation. The type of the data are primary and secondary data. The respondents used 5 respondents with the analytical techniques uses trend analysis, IFE matrix, EFE matrix, SWOT matrix, IE matrix, and QSPM matrix. The result showed that 1) The sales trend of original powder goat milk in CV. Etawa Agro Prima from November 2020 to April 2021 tend to increase, meanwhile trend of goat milk crackers sales tend to decrease. 2) Alternative marketing strategies that was suitable for CV. Etawa Agro Prima based on the SWOT matrix was a SO strategy by increasing sales volume of good quality products by using social media and resellers as a promotion. 3) The best alternative marketing strategy to be implemented by CV. Etawa Agro Prima based on the QSPM matrix was a market development strategy.

Keyword: Sales volume, marketing strategy, goat milk processed products.