

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN “SUSUKA” PADA CV. SAHABAT
TERNAK DESA KEMIRIKEBO GIRIKERTO TURI SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Oleh :Rani Yulia

Dibimbing Oleh : Dwi Aulia Puspitaningrum dan Budiarto

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di CV. Sahabat Ternak di Desa Kemirikebo, Girikerto, Turi, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis peramalan penjualan susu bubuk etawa *merk* susuka pada CV. Sahabat Ternak dalam 3 bulan (2) Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal untuk mengetahui posisi usaha pada CV. Sahabat Ternak (3) Menganalisis alternatif strategi yang tepat dalam upaya pemasaran susuka pada CV. Sahabat Ternak sesuai dengan 7P di CV. Sahabat Ternak. Metode dasar yang akan digunakan di penelitian ini adalah Metode *Deskriptif*. Metode pelaksanaan adalah Metode Studi Kasus. Pengambilan responden menggunakan *purposivesampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis peramalan, EFE, IFE, IE dan teknik analisis AHP. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh 1) Peramalan volume penjualan susu bubuk etawa *merk* susuka mengalami kenaikan selama 3 bulan yaitu bulan November 2020 – Januari 2021. 2) Posisi usaha CV. Sahabat Ternak berada pada posisi tumbuh dan membangun. 3) Alternatif strategi berdasarkan prioritas tujuan yaitu memanfaatkan SDA dan dari prioritas 7P yaitu produk dan diperoleh alternatif strategi pengembangan produk.

Kata Kunci : Peramalan, Penjualan, Strategi Pemasaran, Susu Kambing Etawa

**ANALYSIS MARKETING STRATEGY "SUSUKA" IN CV. SAHABAT
TERNAK KEMIRIKEBO VILLAGE GIRIKERTO SLEMAN
SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA**

By : Rani Yulia

Supervised by : Dwi Aulia Puspitaningrum dan Budiarto

ABSTRACT

This research was done at CV. Sahabat Ternak in Kemirikebo Village, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. The purpose of this research were (1) Analyze the sales forecasting of Etawa Susuka milk powder by CV. Sahabat Ternak in 3 months (2) Analyzing the internal and external factors to determine the business position on CV. Sahabat Ternak (3) Analyzing the right strategies alternative in marketing efforts Etawa Susuka on CV. Sahabat Ternak in accordance with the 7Ps. The basic method used in this research was Descriptive Method. The implementation method was the Case Study Method. Respondents were taken using purposive sampling. The analytical techniques used were forecasting analysis techniques, EFE, IFE, IE and AHP analysis techniques. Based on the results of the study, it was obtained 1) Forecasting the sales volume of milk powder etawa susuka brand increased for 3 months, namely months November 2020 - January 2021. 2) The business position of CV. Sahabat Ternak was in a position to grow and build. 3) Alternative strategies based on priority objectives, namely utilizing natural resources and from priority 7P, namely products and obtaining alternative product development strategies.

Keyword : Forecasting, Sales, Marketing Strategies, Etawa Goat Milk