

Syahrial Khais Arozy. 2024. Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Cokelat Di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran Kabupaten Gunungkidul. Dibimbing Oleh Indah Widowati.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis *trend* nilai penjualan produk olahan cokelat Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran pada 12 bulan mendatang (Januari – Desember 2024), 2) menganalisis faktor internal dan eksternal dari Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran berdasarkan bauran promosi, 3) menganalisis strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk olahan cokelat Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran. Penelitian ini dilakukan melalui metode deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Metode penentuan responden dilakukan melalui metode *purposive*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, kuesioner, wawancara, *focus group discussion*, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis *trend*, matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks *Internal External* (IE), matriks SWOT, dan *Quantitative Strategic Planing Matrix* (QSPM) Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) nilai penjualan produk olahan cokelat Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran pada 12 bulan mendatang cenderung menurun; 2) faktor internal kekuatan utama adalah membuka program kunjungan edukasi dan pelatihan pembuatan produk, sedangkan faktor kelemahan utama adalah kurangnya jumlah dan kemampuan tenaga kerja pada bagian promosi. Faktor eksternal peluang utama adalah adanya relasi kerjasama dengan pihak luar, sedangkan faktor ancaman utama adalah adanya persaingan dengan produsen produk olahan cokelat lain; 3) strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk olahan cokelat Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran adalah dengan melakukan *brand activation*.

Kata kunci: Peramalan, *Trend*, Strategi Promosi, SWOT, QSPM

Syahrial Khais Arozy. 2024. *Analysis of Promotional Strategies in Increasing Sales of Processed Chocolate Products at Nglanggeran Agricultural Technology Park, Gunungkidul Regency. Supervised by Indah Widowati.*

ABSTRACT

This study aimed to 1) analyze the trend of sales value of chocolate processed products in the next 12 months (January – December 2024), 2) analyze the internal and external factors of Nglanggeran Agricultural Technology Park based on the promotion mix, 3) analyze appropriate promotion strategy to increase sales of chocolate Processed Products in Nglanggeran Agricultural Technology Park. This research is carried out through quantitative descriptive methods with the case study type of research. The method of determining respondents is purposive. The data types used are primary data and secondary data. Data collections are done through questionnaires, interviews, Focus Group Discussions, observations, and documentation. The analytical techniques used are the trend analysis, Internal Factor Evaluation (IFE), external factor evaluation (EFE), internal external matrix (IE), SWOT matrix, and the Quantitative Strategic Planing Matrix (QSPM). The results of the research showed that 1) the sales value of chocolate processed products in the next 12 months tends to decline; 2) the main internal strength factor is the opening of an educational and manufacturing training visit program, while the main weakness factor is a lack of workforce in the promotion section. The primary external factor of opportunity is the existence of cooperative relations with external parties, whereas the primary threat factor is competition with other manufacturers of processed chocolate products; 3) the appropriate promotion strategy to increase the sales of chocolate processed products is by doing brand activation.

Keywords: *Forecasting, Trend, Promotion Strategy, SWOT, QSPM*