

PEMILIHAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN YOGHURT DRINK YOGURI YOGHURT DI YOGYAKARTA

INTISARI

Septian Wahyu Nugraha Adi

18/429174/TP/12210

Produsen perlu mempertahankan bisnis dengan memaksimalkan strategi pemasaran sebagai alat guna mencapai tujuan organisasi. Produksi susu di Indonesia yang terus meningkat disertai Yogyakarta sebagai salah satu produsen susu terbesar di Indonesia menjadi peluang bagus untuk pelaku usaha susu dan produk turunannya. Perubahan sistem belanja yang terjadi pada masyarakat saat ini mengalami perubahan dari sistem belanja konvensional menuju belanja online.

Salah satu produsen susu fermentasi yang ada di Yogyakarta adalah Yoguri Yoghurt, CV Natura Utama. Berdasarkan data penjualan produk dari tahun 2018 hingga 2022, penjualan Yoguri Yoghurt mengalami penurunan. Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan penyusunan strategi pemasaran yang baru diawali penentuan kriteria dengan mendefinisikan masalah terkait pemasaran. Dari permasalahan pemasaran diketahui solusi berupa alternatif strategi pemasaran, kemudian dari alternatif ditentukan kriteria dan subkriterianya. Tujuan, kriteria, subkriteria, dan alternatif strategi pemasaran disusun menjadi hirarki AHP untuk dilakukan pembobotan atau perbandingan berpasangan. Pembobotan antar kriteria menghasilkan kriteria yang paling penting yaitu ketersediaan alat dan teknologi yang mendukung strategi pemasaran sebagai kriteria dengan ranking 1 (42%).

Berdasarkan hasil dari perhitungan pembobotan antar alternatif berdasar masing-masing kriteria yang ada, dilakukan sintesis global kemudian dihasilkan perankingan alternatif strategi pemasaran. Alternatif 2 yaitu perluasan pasar dengan mengadakan *open reseller* dan mendirikan outlet lain di sekitar Kota Yogyakarta menjadi alternatif dengan ranking 1 dengan nilai priority 0,565.

Kata kunci: Yoghurt *Drink*, Strategi Pemasaran, *Analytical Hierarchy Process*

SELECTION OF ALTERNATIVE MARKETING STRATEGY FOR YOGURI YOGHURT DRINK IN YOGYAKARTA

ABSTRACT

Septian Wahyu Nugraha Adi
18/429174/TP/12210

Producers need to sustain business by maximizing marketing strategies as a tool to achieve organizational goals. Milk production in Indonesia, which continues to increase with Yogyakarta as one of the largest milk producers in Indonesia, is a good opportunity for dairy business actors and derivative products. Changes in the shopping system that occur in society today have undergone a change from a conventional shopping system to online shopping.

One of the producers of fermented milk in Yogyakarta is Yoguri Yoghurt, CV Natura Utama. Based on product sales data from 2018 to 2022, sales of Yoguri Yoghurt have decreased. To overcome this, it is necessary to develop a new marketing strategy starting with determining criteria by defining problems related to marketing. From marketing problems, solutions are known in the form of alternative marketing strategies, then from alternatives, criteria and subcriteria are determined. The objectives, criteria, subcriteria, and alternative marketing strategies are structured into an AHP hierarchy for weighting or comparison in pairs. Weighting between criteria results in the most important criterion, namely the availability of tools and technologies that support marketing strategies as a criterion with a rank of 1 (42%).

Based on the results of the calculation of weighting between alternatives based on each of the existing criteria, a global synthesis is carried out and then an alternative ranking of marketing strategies is produced. Alternative 2 is to expand the market by holding open resellers and establishing other outlets around Yogyakarta City to become an alternative with a rank of 1 with a priority value of 0.565.

Keywords: Yoghurt Drink, Marketing Strategy, Analytical Hierarchy Process