

**STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI ERA PANDEMI DAN PERAN KOPERASI
DALAM MENDUKUNG USAHA ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada UMKM ‘Arofah Food Jaya Anggota Koperasi Cipta Boga
Mandiri di Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun oleh :

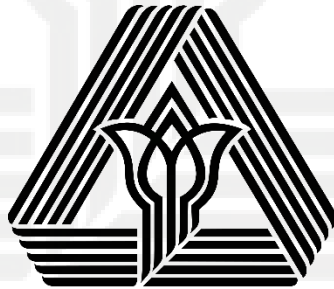
FADLA MUZAIYYANNAH

C1170381

Dosen Pembimbing :

Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

Jaka Sudewa, SE., MM



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan
Volume Penjualan Di Era Pandemi Dan Peran
Koperasi Dalam Mendukung Usaha Anggota

Nama : Fadla Muzaiyyannah

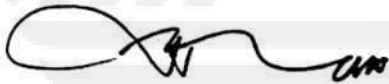
Nrp : C1170381

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1



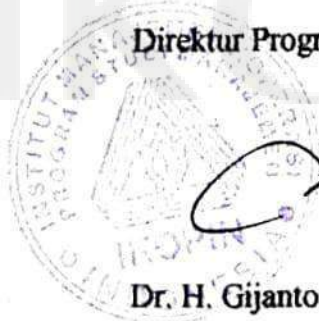
Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

Pembimbing 2



Jaka Sudewa, SE., MM

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Fadla Muzaiyyannah, lahir di Banyumas pada tanggal 02 November 1998. Merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara. Pada tahun 2017 mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Jatinangor. Berikut riwayat singkat :

Pendidikan :

2005 : Lulus dari TK Alam Ar-Ridho Semarang

2011 : Lulus dari SD N Sumurboto Semarang

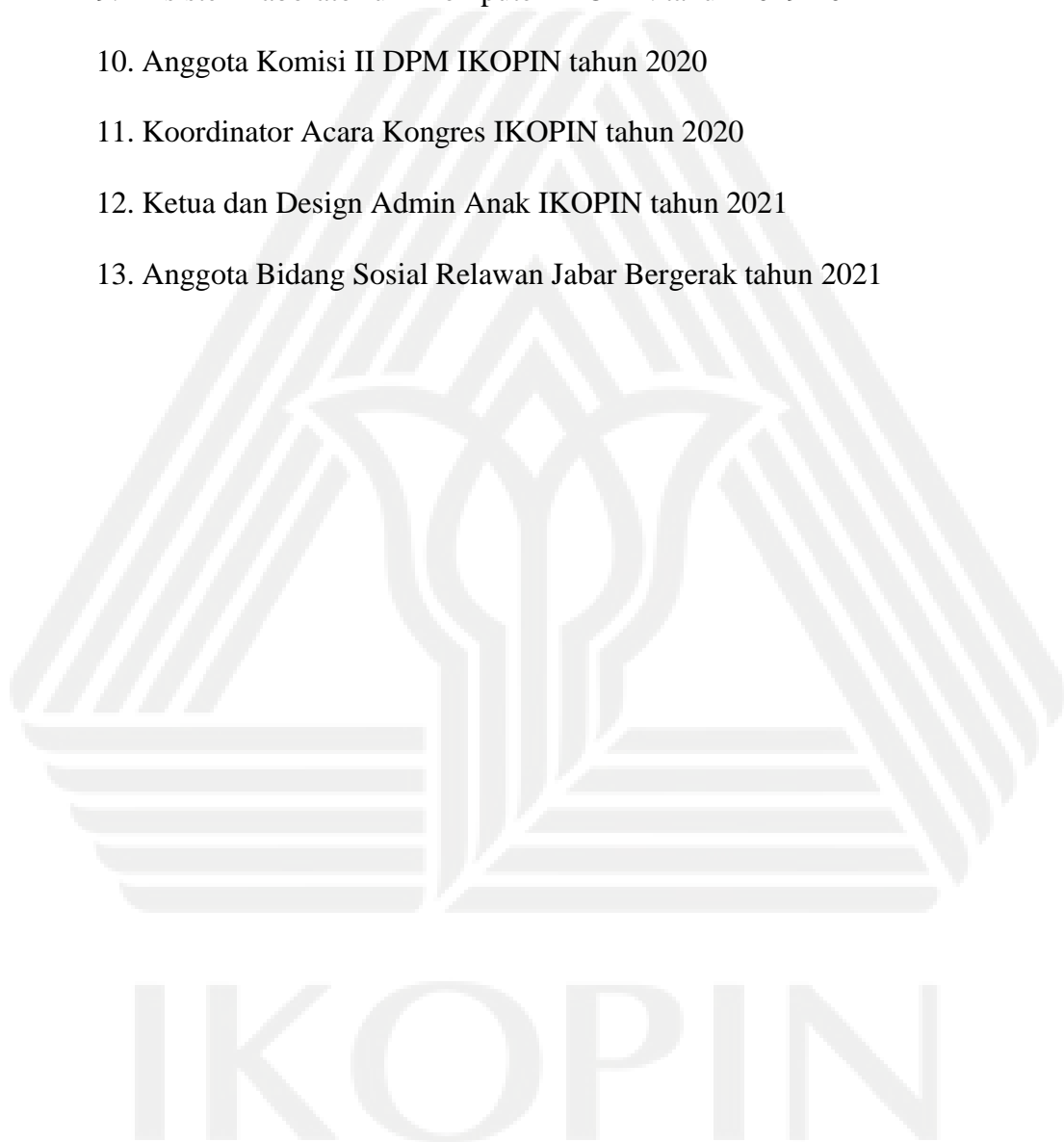
2014 : Lulus dari SMP N 12 Semarang

2017 : Lulus dari SMA N 9 Semarang

Selanjutnya pada bulan september 2017 penulis tercatat sebagai mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama menjadi mahasiswa penulis telah mengikuti kegiatan kemahasiswaan yang ada di IKOPIN maupun di luar IKOPIN antara lain:

1. Federasi Mahasiswa Sriboga IKOPIN (FEMASI) tahun 2017-2021
2. Anggota Divisi Publikasi PEMIRA IKOPIN tahun 2017
3. Anggota Divisi Desain Panitia Diesnatalist tahun 2018
4. Koordinator Divisi Desain PEMIRA IKOPIN tahun 2018
5. Koordinator Divisi Publikasi&Dokumentasi Panitia Kongres IKOPIN tahun 2018
6. Pimpinan Redaksi LPM I-MAGE tahun 2019

7. Koordinator Wilayah Jawa Barat 3&4 Komunitas Rantau Indonesia tahun 2019
8. Ketua Komisi II PEMIRA IKOPIN tahun 2019
9. Asisten Laboratorium Komputer IKOPIN tahun 2019-2021
10. Anggota Komisi II DPM IKOPIN tahun 2020
11. Koordinator Acara Kongres IKOPIN tahun 2020
12. Ketua dan Design Admin Anak IKOPIN tahun 2021
13. Anggota Bidang Sosial Relawan Jabar Bergerak tahun 2021



RINGKASAN

Fadla Muzaiyyannah, 2021. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Era Pandemi Dan Peran Koperasi Dalam Mendukung Usaha Anggota” (Studi Kasus pada UMKM ‘Arofah Food Jaya Anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri di Kota Semarang), di bawah bimbingan Bapak Gijanto Purbo Suseno dan Bapak Jaka Sudewa.

Usaha ‘Arofah Food Jaya merupakan usaha mikro kecil menengah di Kota Semarang, Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan adalah bolu kukus. Pemilik dari UMKM ‘Arofah Food Jaya ini adalah anggota dari Koperasi Cipta Boga Mandiri. Usahanya sudah berjalan sejak tahun 2010 serta sudah memiliki sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan beberapa surat ijin lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan di era pandemi dan peran koperasi dalam mendukung usaha anggota.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa ‘Arofah Food Jaya dalam meningkatkan volume penjualan di era pandemi perlu perhitungan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta koordinator posisi ‘Arofah Food Jaya yang berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Hal tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada seperti menambah jumlah produksi produk-produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah di dapat untuk meningkatkan kualitas produk. Memperbaiki jangkauan pasar dengan memperluas pangsa pasar seperti lebih memperbanyak kerjasama dengan PUJASERA di berbagai wilayah yang ada di Kota Semarang, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, facebook dan *story* whatsapp agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak dengan begitu ketika di saat pandemi ‘Arofah Food Jaya akan tetap eksis dan volume penjualan akan terus meningkat. Adanya strategi pemasaran dengan melihat pada dua faktor yaitu yang pertama ada pasar target/sasaran yang berisi segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran dan penempatan produk, lalu yang kedua ada bauran pemasaran yang berisi produk, harga, promosi dan saluran distribusi/tempat. Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam mengembangkan usaha anggota yaitu dengan memberikan harga bahan baku yang lebih murah dari pasaran, saluran distribusi yang mudah dan pelatihan pengembangan usaha kepada anggota.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Peran Koperasi Kepada Anggota

ABSTRACT

Fadla Muzaiyyannah, 2021. "Marketing strategy in increase sales volume in pandemic era and the role of Cooperatives in Member Business Supporting" Case study at MSME 'Arofah Food Jaya Member of Cipta Boga Mandiri Cooperative in Semarang City. This research was supervised by Mr. Gijanto Purbo Suseno and Mr. Jaka Sudewa.

Business 'Arofah Food Jaya is Micro, Small and Medium Enterprises in Semarang City. The product produces is steamed sponge cake. The owner of 'Arofah Food Jaya is a member of Cipta Boga Mandiri Cooperative. The business has been run since 2010 and has a home industry food production certificate (PIRT) and several of the other licences.

The result of the research is to find of the marketing strategy in increase sales volume in pandemic era and the role of cooperative in member business supporting.

The results of this research show that 'Arofah Food Jaya in increase sales volume in pandemic era need calculation in strengths, weakness, opportunities and threats and coordinate position 'Arofah Food Jaya is in quadrant 1 namely supporting aggressive strategies. This is profitable situation because business has opportunities and strengths like increase the total of products with use the raw materials that easy to get for increase the quality of product. Improve the market range by expanding market share like increase more cooperation with PUJASERA in various areas in Semarang City, increase the promotion by use social media like instagram, facebook and story whatsapp to reach consumers so when pandemic 'Arofah Food Jaya will be still famous and the sales volume will continue to increase. The marketing strategy is look two factors, first which is the target market/target are the market segments, make target market and positioning produk then the second is marketing mix are product, price, promotion and distribution channels/place. The role of Cipta Boga Mandiri cooperative in developing member businesses is among others by providing raw material that the price is cheaper than the market, easier distribution channels and business development training.

Keywords: Marketing Strategy, The role of Cooperative for Members.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan. Tidak lupa shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panutan serta sunnah-sunnahnya yang menjadi pedoman bagi umatnya.

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan Di Era Pandemi Dan Peran Koperasi Dalam Mendukung Usaha Anggota.”** Maksud penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan yang harus ditempuh oleh mahasiswi Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Program Studi S-1 untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen, khususnya pada Konsentrasi Manajemen Bisnis.

Skripsi ini disusun berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari wawancara dan pengumpulan data historis dari UMKM 'Arofah Food Jaya dan Koperasi Cipta Boga Mandiri, Kota Semarang, Jawa Tengah.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya, baik dari tata bahasa, kalimat, pengambilan teori-teori yang berhubungan dengan judul skripsi yang penulis susun serta penggunaan rumus-rumus dalam perhitungan untuk analisis. Oleh karena itu penulis berharap akan adanya saran dan kritik demi kesempurnaan serta perbaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan tersebut disampaikan kepada :

1. Yang terhormat, Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc dan Jaka Sudewa, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, serta tenagannya dalam memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Mudah-mudahan Allah SWT yang membalas semua kebaikan Bapak dengan pahala yang berlipat dan semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
2. Yang terhormat, Drs. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc selaku Dosen Penguji Koperasi yang telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis. Mudah-mudahan Allah SWT yang membalas semua kebaikan Bapak dengan pahala yang berlipat dan semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Yang terhormat, Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku Dosen Penelaah Konsentrasi Manajemen Bisnis yang telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis. Mudah-mudahan Allah SWT yang membalas semua kebaikan Bapak dengan pahala yang berlipat dan semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
4. Yang terhormat, Dr. (HC) Burhanuddin Abdullah, MA selaku Rektor Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).

5. Yang terhormat, Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku Direktur Program Studi S-1 Manajemen.
6. Yang terhormat, Drs. Dadan Hamdani, MM selaku Dosen Wali.
7. Yang terhormat seluruh dosen mata kuliah dan dosen konsentrasi Manajemen Bisnis yang sabar mendidik, memberikan ilmu dan pengalamannya yang sangat berharga untuk penulis.
8. Seluruh civitas akademika Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN), bapak dan ibu karyawan Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN), akademik, sekretariat, perpustakaan dan UPT, satpam dan *cleaning service* terimakasih sudah banyak membantu dan sabar melayani kami mahasiswa dan mahasiswi.
9. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT. Sriboga Flour Mill yang merupakan pemberi beasiswa untuk berkesempatan mengikuti perkuliahan di IKOPIN kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
10. Orang tua dan keluarga yang telah membesarkan, mendidik, mencintai, memberikan dorongan, doa dan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Kakak tersayang Teh Ira, yang selalu memberikan motivasi, saran, semangat serta doa selama proses penulisan skripsi ini.
12. Saudara tersayang Seranita Mega Lelie Nusenda yang selalu memberikan semangat serta doa selama proses penulisan skripsi ini.

13. Teman dan keluarga FEMASI 2017 yaitu Kania Sekar Nuraini, Hesti Mutrika, Aneu Putri Bungsu, Theresia Ossy Indah Permata Sari, Wakhid Ikhwanudin Palgunadi, Zelly Rozalia, Anggie Risvianti.
14. Teman LPM I-MAGE terimakasih telah memberikan semangat, doa dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman Asisten Laboratorium IKOPIN 2016, 2017, 2018 dan 2019.
16. Teman mahasiswa IKOPIN mulai dari teman kelas Manajemen G, Manajemen Bisnis B, Kelompok 49 Praktek Lapang, DPM IKOPIN, Admin Anak IKOPIN, dan PEMIRA IKOPIN.
17. Komunitas diluar kampus yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas dorongan, doa, semangat dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
18. Diri sendiri yang telah bertahan dan berjuang dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.

Akhirnya penulis sampaikan, semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis secara khususnya maupun bagi pembaca secara umumnya. Kurang lebihnya mohon dimaafkan. Semoga Allah SWT membalas semua yang telah mereka berikan kepada penulis dan menjadikan sesuatu yang bernilai ibadah dihadapan-Nya serta membalas dengan pahala dan kebaikan. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Jatinangor, Agustus 2021

Fadla Muzaiyyannah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
RINGKASAN.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	13
1.3.1 Maksud Penelitian	13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	15
2.1 Pendekatan Masalah.....	15
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	15
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	26
2.1.3 Pendekatan Perubahan Perilaku Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 Khususnya di Bidang Kuliner.....	28

2.1.4 Pendekatan Manajemen Strategi	30
2.1.5 Pendekatan Strategi	30
2.1.6 Pendekatan Strategi Pemasaran.....	33
2.1.7 Pendekatan Analisis SWOT.....	38
2.1.8 Pendekatan Volume Penjualan.....	42
2.1.9 Kerangka Berfikir	44
2.2 Metode Penelitian.....	44
2.2.1 Metode Penelitian	44
2.2.2 Data yang diperlukan	45
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
2.2.5 Rancangan Analisis (Pengolahan Data)	50
2.2.6 Tempat Penelitian	56
2.2.7 Jadwal Penelitian	56
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	57
3.1 Keadaan Umum UMKM ‘Arofah Food Jaya Ibu Sujiyati.....	57
3.1.1 Sejarah UMKM ‘Arofah Food Jaya Ibu Sujiyati.....	57
3.1.2 Struktur Organisasi UMKM ‘Arofah Food Jaya	58
3.1.3 Pemodalan Usaha ‘Arofah Food Jaya	59
3.1.4 Fungsi Manajemen UMKM ‘Arofah Food Jaya.....	59
3.2 Keadaan Umum Koperasi Cipta Boga Mandiri	61
3.2.1 Sejarah Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	61
3.2.2 Struktur Organisasi Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	62
3.2.3 Kegiatan Usaha Koperasi Cipta Boga Mandiri	69
3.2.4 Keadaan Permodalan Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	71
3.2.5 Keadaan Keuangan Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	74

3.2.6 Keadaan Keanggotaan	81
3.2.7 Implementasi Jati Diri.....	82
BAB IV Hasil dan Pembahasan	87
4.1 Kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM ‘Arofah Food Jaya.	87
4.1.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha ‘Arofah Food Jaya	89
4.1.2 Matriks SWOT UMKM ‘Arofah Food Jaya.....	92
4.2 Strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan di era pandemi pada UMKM ‘Arofah Food Jaya.	95
4.2.1 Pasar Target/Sasaran.....	96
4.2.2 Bauran Pemasaran	99
4.3 Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam mendukung usaha anggota.	104
4.3.1 Harga Bahan Baku.....	104
4.3.2 Saluran Distribusi Barang	105
4.3.3 Pelatihan Pengembangan Usaha	105
BAB V Kesimpulan dan Saran	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xix

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	UMKM di Indonesia Tahun 2017-2018 Beserta Pangsa dan Perkembangannya	4
1.2	Produk yang dibuat oleh Usaha Mikro Kecil Menengah 'Arofah Food Jaya	7
1.3	Nama Usaha Mikro Kecil Menengah Pesaing	8
1.4	Perkembangan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah 'Arofah Food Jaya dari tahun 2016 sampai 2020	9
1.5	Perkembangan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Pesaing dari tahun 2016 sampai 2020	9
2.1	Fungsi-Fungsi Pelayanan Koperasi Produsen dan Kemungkinan Dampak Ekonomis Terhadap Anggota	24
2.2	Langkah-Langkah Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran, Penempatan Pasar	34
2.3	Diagram Matriks SWOT	41
2.4	Operasionalisasi Variabel	46
2.5	Matrik IFAS	52
2.6	Matrik EFAS	54
2.7	Matrik SWOT	55
3.1	Susunan Pengurus dan Pengawasan Periode 2018-2019	62
3.2	Daftar Produk Unit WASERDA	70
3.3	Perkembangan Simpanan Anggota di Koperasi Cipta Boga Mandiri	71
3.4	Perkembangan Permodalan Koperasi Cipta Boga Mandiri	73
3.5	Pedoman Penilaian Likuiditas	74
3.6	Current Ratio Koperasi Cipta Boga Mandiri	75
3.7	Pedoman Penilaian Rasio <i>Total Asset Turn Over</i>	76
3.8	<i>Total Asset Over</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri	76
3.9	Pedoman Penilaian Rasio Perputaran Piutang	78
3.10	Perputaran Piutang Koperasi Cipta Boga Mandiri	78
3.11	Pedoman Penilaian Solvabilitas	79
3.12	<i>Total Debt To Total Equity Ratio</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri	79
3.13	Pedoman Penilaian <i>Return On Equity</i>	81
3.14	<i>Return On Equity</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri	81
3.15	Data Jumlah Anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri Tahun 2018 dan 2019	82
3.16	Implementasi Definisi Koperasi	83

3.17	Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	84
3.18	Implementasi Prinsip Koperasi	85
4.1	IFAS UMKM ‘Arofah Food Jaya	88
4.2	EFAS UMKM ‘Arofah Food Jaya	88
4.3	Matrik Faktor Strategi IFAS UMKM ‘Arofah Food Jaya	89
4.4	Matrik Faktor Strategi EFAS UMKM ‘Arofah Food Jaya	91
4.5	Matrik SWOT UMKM ‘Arofah Food Jaya	92
4.6	Daftar Produk UMKM ‘Arofah Food Jaya	99
4.7	Daftar Harga Produk UMKM ‘Arofah Food Jaya	101



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Perkembangan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah 'Arofah Food Jaya dari tahun 2016 sampai 2020	9
2.1	Sistem Ekonomi Pasar	16
2.2	Struktur Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio Ekonomi dan Kedudukannya pada Lingkungan Ekonomi Pasar	21
2.3	Alur Sistem Ekonomi Produsen Kepada Anggota Koperasi (Konsumen Pasar)	26
2.4	Kurva Peningkatan Penjualan Produk Makanan dan Minuman di Berbagai Platform E-Commerce	29
2.5	Diagram Analisis SWOT	38
2.6	Diagram Kerangka Berfikir	44
2.7	Diagram Analisis SWOT	55
3.1	Struktur Organisasi UMKM 'Arofah Food Jaya	59
3.2	Struktur Organisasi Koperasi Cipta Boga Mandiri (yang disarankan)	63
4.1	Diagram SWOT UMKM 'Arofah Food Jaya	94