

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN KARET**

(Studi Kasus Pada Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie  
Kabupaten Tasikmalaya)

Disusun Oleh:

**Syofyan**

**C1180166**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
**Konsentrasi Pemasaran**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

**2022**

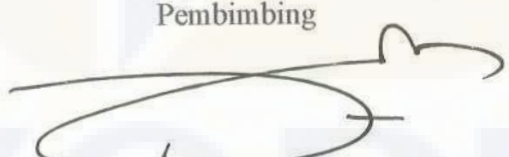
## LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Karet (Studi kasus pada koperasi produksi perkebunan karet wangunwatie Kabupaten Tasikmalaya).

Nama Mahasiswa : Syofyan  
Nomer Pokok : C1180166  
Program Studi : Sarjana Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

### MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing

  
Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M. Si

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua  
Program Studi S1 Manajemen

  
Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

  
Dr. Ami Purnamawati, Dra., Msi



## RIWAYAT HIDUP

**Syofyan**, Lahir Pada Tanggal 2 Oktober 2000 di Koto Jati. Dari keluarga Bapak Helmi (alm) dan Ibu Yuyun Yunengsih, Merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Lulus Dari Taman Kanak-kanak Dharma Wanita Eka Mulya, Tahun 2005-2006
2. Lulus dari Sekolah Dasar Negeri No 23 VI Rantau Panjang I, Tahun 2006-2011
3. Lulus dari Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Merangin, Tahun 2011-2014.
4. Lulus dari Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Merangin, Tahun 2014-2017.

Pada tahun 2018, penulis tercatat sebagai Mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) dan saat ini telah berubah nama menjadi Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN UNIVERSITY) mengambil jurusan manajemen S1 dengan Konsentrasi pemasaran. Adapun pengalaman organisasi atau komunitas yang penulis pernah ikuti baik didalam kampus maupun diluar kampus yaitu sebagai berikut:

1. EBC (ENTREPRENEUR BUSINESS CENTER) Ikopin Sebagai anggota Divisi Organization Development periode 2018-2019, Sebagai Kordinator Divisi Organization Development periode 2019-2020. Dan Sebagai anggota Divisi Human Resource periode 2020-2021.
2. IT Club Ikopin Sebagai anggota periode 2018-2019 dan Sebagai Kepala Bidang Kewirausahaan periode 2019-2020.
3. Program Hima S1 Manajemen Sebagai Mentor Perkoperasian Periode 2019-2020.
4. KOMUNITAS BISA EKSPOR Sebagai anggota pada tahun 2020.

## ABSTRACT

**Syofyan. 2022.** *Analysis Of Marketing Strategies In An Effort To Increase The Sales Volume Of Rubber (Case Study On Wangunwatie Rubber Plantation Production Cooperative Districts Tasikmalaya) Guided By H. Indra Fahmi.*

*The scope of development of the business world today is increasingly complex and today's economic system causes companies or organizations to experience challenges in selling their products in the market. The emergence of competition among manufacturers in marketing their products to the target market is an absolute problem and is a challenge that cannot be avoided by company leaders. With so many company organizations that produce the same goods and services, it will inevitably give birth to conditions, namely fierce competition in the marketing of these products, and of course those who can excel in this competition will be determined by the most effective and efficient management system and marketing strategy.*

*The objectives in this study are as follows: The first is how the marketing strategy implemented by the wangunwatie rubber plantation production cooperative, the second how are the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the wangunwatie rubber plantation production cooperative and the last how should it be implemented or used by the cooperative in increasing the sales volume of rubber with its improvement.*

*This research uses a descriptive method with a qualitative approach, for data to be collected based on the results of interviews, observations and document studies which are then processed with data reduction analysis techniques, data presentation and drawing conclusions so that the problems in this study can be resolved properly.*

*The results of this study are: One of the ways that cooperatives must take to increase sales volume is by knowing in advance the target of suggestions to be targeted, marketing mix and promotion mix. The second knows the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the cooperative both from the internal and external side of the cooperative and the latter evaluates the agreed business activities, does the sales volume increase? This will be seen in the sales volume report between the plan and the mutually agreed realization.*

*And for further research recommendations, it is advisable to first review sources or references related to the analysis of marketing strategies in an effort to increase sales volume so that the research results are more complete and better, and it is also advisable to prepare in advance what things should be needed in the process of data collection and data collection at the time of spaciousness, so that the research can be carried out properly without any obstacles when analyzing the data.*

**Keywords: Marketing Strategy, Swot Analysis, Sales Volume.**

## ABSTRAK

**Syofyan. 2022.** Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Karet (Studi Kasus Pada Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie Kabupaten Tasikmalaya) Dibimbing oleh **H. Indra Fahmi.**

Ruang lingkup perkembangan dunia usaha saat ini semakin kompleks dan sistem perekonomian dewasa ini menyebabkan perusahaan atau organisasi mengalami tantangan dalam menjual produknya di pasar. Munculnya persaingan-persaingan diantara produsen dalam memasarkan produk mereka ke pasar sasaran merupakan persoalan yang mutlak dan merupakan tantangan yang tidak dapat dihindarkan oleh pimpinan perusahaan. Dengan banyaknya organisasi perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang sama, mau tidak mau akan melahirkan kondisi yakni persaingan yang ketat dalam pemasaran produk tersebut, dan tentu yang dapat unggul dalam persaingan ini akan ditentukan oleh sistem manajemen dan strategi pemasarannya yang paling efektif dan efisien.

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: Yang pertama bagaimana strategi pemasaran yang di terapkan oleh koperasi produksi perkebunan karet wangunwatie, Yang kedua Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman koperasi produksi perkebunan karet wangunwatie dan yang terakhir Bagaimana yang seharusnya di implementasikan atau yang digunakan koperasi dalam meningkatkan volume penjualan karet dengan perbaikannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, untuk data dikumpul berdasarkan hasil wawancara, observasi dan studi dokumen yang kemudian diolah dengan teknik analisis data reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan sehingga permasalahan dalam penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik.

Adapun hasil penelitian ini adalah: Salah satu cara yang harus di tempuh oleh koperasi untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan cara mengetahui terlebih dahulu target saran yang akan dituju, bauran pemasaran dan bauran promosi. Yang kedua mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman koperasi baik dari sisi internal maupun eksternal koperasi dan yang terakhir mengevaluasi kegiatan usaha yang sudah disepakati, apakah volume penjualan meningkat? Ini akan terlihat di laporan volume penjualan antara rencana dan realisasi yang sudah disepakati bersama.

Dan untuk rekomendasi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji terlebih dahulu sumber atau referensi yang terkait dengan analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan agar hasil penelitiannya lebih lengkap dan lebih baik lagi, dan disarankan juga untuk mempersiapkan terlebih dahulu hal apa saja yang harus diperlukan dalam proses pengambilan data dan pengumpulan data pada saat kelapangan, agar penelitian dapat dilakukan dengan baik tanpa ada kendala pada saat menganalisis data.

***Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis Swot, Volume Penjualan.***

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh*

Puji syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala limpah dan karunianya dan atas seizin-nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan mudah dan lancar. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW. Beserta keluarganya dan para sahabatnya dan seluruh umatnya yang senantiasa istiqomah hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada konsentrasi Manajemen Pemasaran Program Studi S1 Manajemen Universitas Koperasi Indonesia dengan Judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KARET”** Studi kasus pada koperasi produksi perkebunan karet wagonwatie Kabupaten Tasikmalaya. Dalam menyusun skripsi ini peneliti mengalami berbagai kesulitan dan hambatan, namun berkat dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu dengan segenap ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak berperan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Yang Terhormat, Bpk Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M.si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang Terhormat, Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku Dosen Penguji Konsentrasi yang telah memberikan pengarahan dan masukan serta saran kepada Penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

3. Yang Terhormat, Drs. H. Dindin Burhanudin, M.Sc selaku Dosen Penguji Koperasi yang telah memberikan pengarahan dan masukan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Yang Terhormat, Dr. H. Wawan Lulus Setiawan, Ir, M.Sc selaku Ketua Sidang Skripsi Penulis.
5. Yang Terhormat, Dr. Heri Nugraha, SE., M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, di Universitas Koperasi Indonesia.
6. Yang Terhormat, Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, di Universitas Koperasi Indonesia.
7. Yang Terhormat, Drs. H. Sofwan Azhar Solihin, M.Sc selaku Dosen Wali sekaligus menjadi Dosen Pemasaran penulis di Universitas Koperasi Indonesia.
8. Yang Terhormat, Bapak/Ibu Dosen Ikopin University yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Koperasi Indonesia.
9. Yang Terhormat, Kepada pengurus, pengawas, anggota koperasi produksi perkebunan karet wangunwatie. Kabupaten Tasikmalaya.
10. Yang Terhormat, Kepada Dinas Koperasi Kabupaten Tasikmalaya.
11. Kepada Kakek Dan Nenek Tercinta, Ishak Efendi Dan Leha yang telah mengganti peran seorang bapak sebagai orang yang memberikan pengorbanan baik moril maupun materiil yang tiada henti hingga saat ini.
12. Kepada Bapak Tercinta, Helmi (alm) terima kasih telah mendidik dan membesarkan penulis, penulis selalu mendoakan agar mendapatkan tempat terbaik disisinya. Aamiin.
13. Kepada Ibu Tercinta, Yuyun Yunengsih yang selalu memberikan doa, restu, kasih sayang yang tulus, kesabaran serta segala pengorbanan baik moril maupun materiil yang tiada henti sampai saat ini.
14. Kepada Kakak Tercinta, Robi Gunawan yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
15. Kepada diri sendiri yang telah berjuang hingga di titik ini.

16. Kepada Adik Tercinta, Novia Nurhasanah yang telah memberikan semangat kepada penulis.
17. Kepada seluruh keluarga yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
18. Kepada sahabat terdekat yang selalu ada membantu dan menemani penulis pada saat masa perkuliahan yaitu Putri Dwi Agustine, Anindya Wijayanti, Novianty, Wildania Amini, dan Novi Setiawati.
19. Kepada teman-teman di kelas Manajemen D pada saat masa perkuliahan.
20. Kepada teman-teman di kelas Konsentrasi Pemasaran pada masa perkuliahan.
21. Kepada teman-teman seperjuangan di Praktek Lapang yaitu Irsan Nurfiqri, Pasha Ardianto, Anoegrah Nurwulantari Dan Dini Susilawati. Yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
22. Kepada temen-teman sebimbangan yaitu Ronal Nanda Pratama, Hasan Fauzi Akbar, Fajar Nur Firdaus, Zahrotul, Irma Gustiani dan Handika. Yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
23. Kepada teman-teman seperjuangan di Kos Sukapura yaitu Ronal Nanda Pratama dan Muhammad Ilza Zulkifli, Arif Ahmad Zaelani, Muhamad Yusuf, Ihsan Taufik, Firdaus dan Tatang Wahyudi yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
24. Kepada teman-teman seperjuangan di Kos Sekar Tanjung yaitu Annida Fauziah, Amelia Fidhayanti, Siti Badriyatun, Linda Andara dan Eka Nanda Lisyana yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
25. Kepada teman-teman di organisasi EBC (ENTREPRENEUR BUSINESS CENTER) Ikopin.
26. Kepada teman-teman di organisasi IT CLUB Ikopin.
27. Kepada teman-teman di program Mentoring Hima S1 Manajemen
28. Kepada mentor dan teman-teman di Komunitas Bisa Ekspor.
29. Dan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis. Terima kasih atas doa dan dukungannya.



Akhir kata harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis pada khususnya dan kepada pembaca pada umumnya. Dan semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dari semua pihak kebajikannya dapat berlipat ganda dari tuhan yang maha esa. Aamiin

Jatingor, Agustus 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Aspek Teoritis.....	9
1.4.2 Aspek Praktis.....	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	11
2.1 Pendekatan Masalah.....	11
2.1.1.1 Pengertian Koperasi.....	11
2.1.1.2 Prinsip Koperasi.....	13
2.1.1.3 Nilai-Nilai Koperasi.....	16
2.1.1.4 Landasan Dan Asas Koperasi.....	16
2.1.1.5 Tujuan Koperasi.....	18
2.1.1.6 Fungsi Dan Peranan Koperasi.....	18
2.1.1.7 Jenis Koperasi Berdasarkan Tingkat Dan Luas Daerah Kerja.....	19
2.1.1.8 Jenis Koperasi Berdasarkan Fungsingnya.....	20
2.1.1.9 Jenis Koperasi Berdasarkan Jenis Usahanya.....	21
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	24
2.1.2.3 Konsep Pemasaran.....	32
2.1.2.4 Tujuan Dan Fungsi Pemasaran.....	34
2.1.2.5 Pengertian Analisis Swot Dan Matriks Swot.....	35

2.1.2.6 Pendekatan Volume Penjualan.....	38
2.1.2.7 Pengertian Penjualan.....	39
2.1.2.8 Tujuan Penjualan.....	39
2.1.2.9 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penjualan.....	39
2.1.2.0 Strategi Harga Jual.....	41
2.1.3 Penelitian Terdahulu.....	42
2.1.4 Kerangka Berfikir.....	50
2.2 <i>Metode Penelitian</i> .....	52
2.2.1 Sumber Data.....	52
2.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
2.2.3 Operasional Variabel.....	55
2.2.4 Teknik Analisis Data.....	57
2.2.5 Tempat Penelitian.....	59
2.2.6 Jadwal Dan Waktu Penelitian.....	59
<b>BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....</b>	<b>60</b>
3.1 <i>Keadaan Umum Koperasi</i> .....	60
3.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya Koperasi.....	60
3.1.2 Landasan Dan Asas Koperasi.....	63
3.1.3 Struktur Organisasi Koperasi.....	65
3.1.4 Data Produksi, Penjualan Dan Produk Koperasi 2017-2021.....	71
3.1.5 Kegiatan Usaha Koperasi.....	76
3.1.6 Keadaan Keuangan Koperasi.....	79
3.1.7 Keadaan Keanggotaan Koperasi.....	89
3.1.8 Implementasi Jati Diri Koperasi.....	93
3.1.8.1 Definisi Koperasi.....	93
3.1.8.2 Prinsip Koperasi.....	96
3.1.8.3 Nilai Koperasi.....	101
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>106</b>
4.1 Identitas Informan.....	106
4.2 Strategi Pemasaran yang diterapkan di koperasi KPPKW.....	109
4.3 Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman di Koperasi KPPKW... 113	113
4.4 Strategi yang Seharusnya Digunakan di Koperasi KPPKW.....	119
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>124</b>
5.1 <i>Simpulan</i> .....	124
5.2 <i>Saran</i> .....	125
5.2.1 Aspek Teoritis.....	125
5.2.2 Aspek Praktis.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rencana Dan Realisasi Penjualan Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie Dari Tahun 2017 – 2021 .....	6
Tabel 1.2 Data Perkembangan Penjualan Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie Dari Tahun 2017-2021 .....	6
Tabel 2.1.3.1 Penelitian Terdahulu .....	43
Tabel 2.2.3.1 Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.1.4.5 Produk Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie .....	75
Tabel 3.1.6.1 Perkembangan Modal Kerja KPPKW.....	81
Tabel 3.1.6.2 Perkembangan Aktiva KPPKW .....	82
Tabel 3.1.6.3 Perkembangan SHU KPPKW.....	83
Tabel 3.1.6.4 Perkembangan Aspek Rasio Liquiditas Pada KPPKW .....	84
Tabel 3.1.6.5 Perkembangan Aspek Rasio Solvabilitas KPPKW.....	86
Tabel 3.1.6.6 Perkembangan Aspek Rasio Rentabilitas KPPKW .....	87
Tabel 3.1.8.1.1 Implementasi Definisi Koperasi.....	94
Tabel 3.1.8.2.1 Implementasi Prinsip Koperasi .....	96
Tabel 3.1.8.3.1 Implementasi Nilai Koperasi .....	101
Tabel 4.2.1 Data Perkembangan Penjualan Karet Leump .....	110
Tabel 4.2.2 Data Perkembangan Penjualan Karet Sheet.....	111
Tabel 4.2.2.1 Analisis Faktor Internal.....	113
Tabel 4.2.2.2 Analisis Faktor Eksternal .....	114
Tabel 4.2.2.3 Matrik Analisis SWOT .....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6.1 Kerangka Berfikir.....	51
Gambar 3.1.3.1 Struktur Organisasi Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie.....	66
Gambar 3.1.3.2 Struktur Organisasi Pengurus Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie.....	67
Gambar 3.1.4.1 Data Produksi Karet Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie 2017-2021 .....	72
Gambar 3.1.4.2 Data Volume Penjualan Karet Leump Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie 2017-2021 .....	73
Gambar 3.1.4.3 Data Volume Penjualan Karet Sheet Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie 2017-2021 .....	73
Gambar 3.1.4.4 Data Volume Penjualan Produk Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie 2017-2021 .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Prosedur Wawancara .....	132
Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....	133
Lampiran 3 Pedoman Observasi .....	134
Lampiran 4 Hasil Wawancara dan Hasil Penelitian .....	135
Lampiran 5 Lampiran-lampiran Lainnya .....	140

