

**ANALISIS STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITIES, THREATS (SWOT)
SEBAGAI LANDASAN MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN
DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA UNIT USAHA WASERDA
(Studi Kasus Pada Koperasi Serba Usaha Budidaya Buah Batu Kota Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh :
Amanah Ruhama
C1140177**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Trida Gunadi, SE., M.Si**



IKOPIN

**KONSENTRASI MANAGEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1
INSTITUTE KOPERASI INDONESIA**

2018

LEMBAR PENGESAHAN

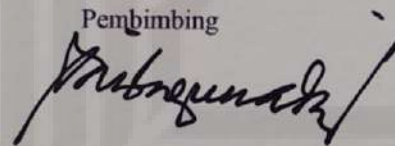
Judul : ANALISIS STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITIES, THREATS (SWOT) SEBAGAI LANDASAN MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UNIT USAHA WASERDA

(Studi Kasus Pada Koperasi Serba Usaha Budidaya Buah Batu Kota Bandung)

Nama : Amanah Ruhama
No. Pokok : C1140177
Program Studi : S-1 Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Dr. Trida Gunadi, SE., M.Si

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



Dr. H. Gilanto Purbo Suseno, M.Sc

MOTTO

*Jangan biarkan hari kemarin
Merenggut banyak hal hari ini ...*

*Bekerja keras dan bersikap baik
Maka hal luar biasa akan terjadi ...*

*Selalau berusaha menjadi lebih baik
Demí terwujudnya cita-cita dan harapan*

IKOPIN

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandung pada tanggal 6 April 1996, merupakan anak ke tiga dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak Maman Lukman dan Ibu Fatmawati.

Riwayat pendidikan yang telah ditempuh penulis meliputi :

1. SD, Negeri Kencana Indah III Bandung, lulus tahun 2008
2. SMP, Negeri 3 Rancaekek Bandung, lulus tahun 2011
3. SMA, Negeri 1 Rancaekek Bandung, lulus tahun 2014

Mencatat diri sebagai sebagai mahasiswa Institut Manajemen Indonesia pada tahun 2014, untuk menempuh pendidikan pada program S-1 Manajemen dan mengambil konsentrasi Manajemen Bisnis.

Selama kuliah penulis pernah aktif pada organisasi kemahasiswaan antara lain :

1. Anggota Member Activity Center (MAC), institut manajemen koperasi indonesia (IKOPIN), 2014

IKOPIN

RINGKASAN

Amanah Ruhama, Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Unit Usaha Waserda (Studi Kasus Pada Koperasi Serba Usaha Budidaya Buah Batu Kota Bandung) di bawah bimbingan Dr. Trida Gunadi, SE., M.Si.

Koperasi sebagai salah satu badan usaha dituntut untuk menunjukkan keberhasilannya sebagai pelaku ekonomi dalam mengisi pembangunan di bidang ekonomi, koperasi harus mampu menghidupkan dan mengangkat masyarakat dengan ekonomi lemah agar menjadi lebih kuat dan dapat bersaing dengan badan usaha besar, sehingga pada akhirnya diharapkan dapat menurunkan harga kemiskinan.

Koperasi Serba Usaha Budidaya merupakan koperasi yang memiliki 2 unit usaha, yaitu Unit Usaha Simpan Pinjam, dan Unit Usaha Waserda namun usaha yang paling berkembang adalah simpan pinjam, sedangkan waserda masih belum meningkat masih banyak kekurangan seperti kurangnya anggota berpartisipasi. Karena kurangnya partisipasi anggota unit usaha waserda dirasakan belum mampu untuk mengembangkan bisnisnya secara maksimal, berbagai kekurangan seperti belum siapnya pelayanan yang dilakukan, memenuhi kebutuhan anggota, kualitas SDM yang lemah dan manajemen unit usaha yang kurang baik diduga menjadi penghambat dalam pengembangan bisnis unit usaha.

Pelaksanaan analisis SWOT pada koperasi menghasilkan alternative strategi seperti ; melakukan kerjasama dengan relasi pada strategi SO, manfaatkan program pemerintah pada strategi WO, Atrategi ST dan Strategi WT, tingkatkan kualitas produk pada strategi ST dan beberapa strategi pemasaran lain yang terkait pada *product, price, place, dan promotion*.

Meskipun dinyatakan dalam posisi divest berdasarkan pada analisis SAP dan ETOP, unit usaha waserda diharapkan untuk memperbaiki kekurangannya agar dapat lebih kompetitif dalam bersaing.

IKOPIN

ABSTRACT

Amanah Ruhama, Analysis of Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) as a Foundation for Determining Marketing Strategies in an Effort to Increase Sales in Waserda Business Units (Studi Kasus Pada Koperasi Serba Usaha Budidaya Buah Batu Kota Bandung) under the guidance of Dr. Trida Gunadi, SE., M.Sc.

Cooperatives as one of the business entities are required to demonstrate their success as economic actors in filling development in the economic field, cooperatives must be able to abolish and elevate people with weak economies to become stronger and be able to compete with large business entities, so that ultimately the price of poverty is expected .

Business Coordination Unit is a cooperative that has 2 business units, namely the Savings and Loan Business Unit, and the Regional Business Unit, but the most developed business is savings and loans, while the Waserda is still not increasing, there are still many shortcomings such as lack of members participating. Because the lack of participation of the Waserda business unit members was felt to be unable to develop its business to its full potential, various shortcomings such as unprepared services, meeting the needs of members, poor quality of human resources and poor management of business units are believed to be obstacles to the development of business units.

SWOT analysis on implementation of cooperative produce alternative strategies such as cooperation with relation to the SO strategy, take advantage of government programs on the WO strategy, the segmenting, tergeting, positioning ST Strategy and WT Strategies, increasing the quality of the product on ST strategy and the other marketing strategies related to *product, price, place and promotion*.

Although expressed on divest position, based on the analysis of SAP and ETOP the waserda business unit is expected to correct its deficiencies in order to be more competitive in the competition.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah menuntun dan memberikan hikmat serta kekuatan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Unit Usaha Waserda”**.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan yang harus ditempuh oleh setiap mahasiswa/i untuk menyelesaikan kuliah di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) pada program S1 untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Konsentrasi Manajemen Bisnis.

Skripsi ini disusun berdasarkan data serta informasi yang diperoleh dari hasil observasi lapangan pada unit usaha Waserda dalam peranannya sebagai lembaga yang membantu anggota dalam penyediaan kebutuhan pokok rumah tangga.

Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terimakasih penulis tujukan kepada :

1. Ibu tercinta, ayah tercinta, kakak-kakak tercinta, adik-adik tercinta yang selalu memberikan do'a restu dan dukungan moril maupun materil sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

2. Bapak Dr. Trida Gunadi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing saya hingga menjadi sarjana, telah memberikan arahan dan *support* bagi kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Dadan Hamdani, MM selaku dosen penelaah koperasi.
4. Ibu Yeni Wipartini, SE., M.Ti selaku penelaah konsentrasi.
5. Bapak Drs. H. Gijanto Purbo Suseno, M.Sc selaku penelaah konsentrasi.
6. Ibu Lya setiawati selaku pengurus Koperasi Serba Usaha Budidaya yang telah membantu memberikan data, informasi, dan waktu.
7. Seluruh dosen dan karyawan IKOPIN yang telah membimbing dan memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Robby Wijaya yang telah membantu penulis, mencari koperasi, menemani menyusun skripsi dan yang selalu ada.
9. Saskia aulia terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan dari PPA sampai sarjana.
10. Mutiara Khairiah, Yasir Lukmansyah, Indri terima kasih atas segalanya.
11. Nikita, revina, fariq, dan imam terimakasih atas kerja samanya pada saat praktek lapang.
12. Wiwit dan saskia teman dari ppa, teman satu kls c, dan teman bimbingan.
13. Teman-teman angkatan 2014 yang telah memberikan motivasi dan membantu kepada penulis.
14. Teman-teman Kls C yang selalu datang paling subuh pas ujian terimakasih hurry dzilhaq, saskia, yasir, nina, rintan, anisa, indah, wiwit, aul, ayu, iis,

putri, rani, ariyani, revina, ica, empat, nova, rifa, indra, aduy, arif, ratih, dadan, adi, barbara, vera, iman, ferdi, fransisco, selly, rea, nabila, fatur, .

15. Teman-teman manajemen bisni khususnya muti, gina, rizki aulia, putri, refi, dan semua anak manajemen bisnis

16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangatlah penulis harapkan, sehingga dengan demikian skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peningkatan dan pengembangan koperasi indonesia semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca pada umumnya.

Jatinangor, Agustus 2018

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Tempat Penelitian	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	12
2.1 Pendekatan Masalah.....	12
2.1.1 Pendekatan Koperasi	12
2.1.2 Pendekatan Pemasaran	26
2.1.3 Pendekatan Strategi Pemasaran	30
2.1.4 Pendekatan Analisis SWOT	34
2.1.5 Pendekatan Analisis SAP (Strategic Advantage Profile)	39
2.1.6 Pendekatan IFAS (Internal Factors Analysis Summary).....	41
2.1.7 Pendekatan EFAS (External Factors Analysis Summary)	43
2.1.8 Konsep Penjualan	44

2.1.9 Kerangka Pemikiran	45
2.2 Metode Penelitian.....	47
2.2.1 Metode yang Digunakan.....	47
2.2.2 Data yang Diperlukan	47
2.2.3 Sumber Data	48
2.2.4 Cara Pengumpulan Data	48
2.2.5 Pengambilan Sampel	49
2.2.6 Operasionalisasi Variabel	49
2.3.7 Rancangan Analisis Data.....	51
2.3.8 Jadwal Penelitian	67
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	68
3.1 Keadaan Organisasi dan Manajemen KSU Budi Daya.....	68
3.1.1 Sejarah Berdirinya KSU Budi Daya	68
3.1.2 Struktur Organisasi KSU Budi Daya	70
3.1.3 Keadaan Keanggotaan KSU Budi Daya	81
3.1.4 Kegiatan Usaha.....	83
3.1.5 Keadaan Keuangan Koperasi.....	84
3.2 Organisasi yang berkaitan dengan Koperasi Serba Usaha Budi Daya.....	90
3.3 Keadaan Umum Wilayah Kerja Koperasi Serba Usaha Budi Daya	90
3.3.1 Keadaan Fisik dan Geografis.....	90

3.4 Prinsip-prinsip Koperasi.....	91
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	96
4.1 Analisis SWOT Pada Unit Usaha Waserda KSU Budi Daya	96
4.1.1 Lingkungan Internal Pada Unit Usaha Waserda KSU Budi Daya.....	96
4.1.2 Lingkungan Eksternak Pada Unit Usaha Waseda	122
4.1.3 Perumusan Strategi SWOT	132
4.2. Strategi Pemasaran Yang Mempunyai Daya Saing	135
4.2.1 Strategi Manajemen.....	135
4.2.2 Strategi Pemasaran	136
4.2.3 Pemilihan Alternatif Strategi Pemasaran	142
4.3 Upaya Yang Dilakukan Untuk Meningkatkan Penjualan	144
4.3.1 Alasan Menjadi Anggota Koperasi.....	145
4.3.2 Anggota Mengetahui Unit Usaha Yang Ada Pada Koperasi Serba Usaha Budi Daya	145
4.3.4 Berpartisipasi Dalam Kegiatan Koperasi.....	147
4.3.5 Manfaat Yang Paling Dirasakan Oleh Anggota Selama Menjadi Anggota KSU Budi Daya	149
4.3.6 Manfaat Yang Diperoleh	150
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	152
5.1 Kesimpulan	152
5.2 Saran.....	153

DAFTAR TABEL

1.1 Tingkat Partisipasi Anggota Berjalan di Unit Waserda KSU Budi Daya ...	4
1.2 Perkembangan Penjualan Unit Usaha Waseda	6
2.1. Strategi Advantage Profil	54
2.2. Internal Factors Analysis Summary	60
2.3 Environmental Opportunity Elements.....	60
2.4 Environment Threat Element	61
2.5 Eksternal Factors Analysis Summary	63
2.6 Tabel SFAS	64
3.1 Tabel Karyawan KSU Budi Daya	80
3.2 Perkembangan Jumlah Anggota	81
3.3 Perkembangan Unit Usaha Waserda	83
3.4 Kondisi Perekonomian KSU Budi Daya	85
3.5 Perkembangan Jumlah SP dan SW	85
3.6 Perkembangan Rasio Rentabilitas Modal Sendiri KSU Budi Daya	87
3.7 Aplikasi Teori/Konsep Prinsip-Prinsip Koperasi KSU Budi Daya	92
4.1 Tanggapan konsumen terhadap kualitas produk yang dijual di KSU Budi Daya	95
4.2 Tanggapan konsumen terhadap ragam pilihan produk yang dijual KSU Budidaya	97
4.3 Tanggapan konsumen terhadap keaslian produk yang dijual oleh KSU Budidaya	99
4.4 Tanggapan konsumen terhadap harga produk yang ditawarkan KSU Budidaya	101

4.5	Tanggapan konsumen terhadap distribusi produk KSU Budi Daya	104
4.6	Tanggapan Konsumen terhadap kemudahan mendapatkan informasi KSU Budidaya	106
4.7	Pendekatan konsumen tentang dari manakah anggota mengetahui KSU Budidaya	107
4.8	Pendekatan konsumen tentang pelayanan KSU Budidaya.....	110
4.9	Faktor Strategi Internal	116
4.10	Strategi Advantage Profil	117
4.11	EFAS	123
4.12	EOE	125
4.13	ETE	126
4.14	Strategi Factor Analisis Summary	128
4.15	Alasan Menjadi Anggota Koperasi KSU Budidaya	141
4.16	Anggota Mengetahui Unit Usaha KSU Budidaya	142
4.17	Anggota Mengetahui Struktur Organisasi KSU Budidaya	143
4.18	Apakah Anggota Berpartisipasi Dalam Kegiatan KSU Budidaya	144
4.19	Manfaat yang Paling Dirasakan Oleh Anggota KSU Budidaya	145
5.1	Rancangan Pelaksanaan Strategi	150

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

2.1 Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio-Ekonom	15
2.2. Mekanisme pengelolaan koperasi yang bermuara padap promosi anggota	19
2.3.Diagram Analisis SWOT	33
2.4. SWOT Matrix.....	36
2.5.Tingkat Ancaman atau Resiko Gagal	40
2.6.Kerangka Berfikir	44
2.7Tingkat Ancaman Atau resiko Gagal	59
2.8Matrix SWOT	64
3.1 Struktur Organisasi KSU Budidaya	69
3.2 Struktur Organisasi KSU Budi Daya Yang Disarankan	70
4.1 Tingkat Ancaman Atau Resiko Gagal	126
4.2 SWOT Matriks	134

IKOPIN