

**RANCANGAN STRATEGI PEMASARAN YOGHURT DALAM UPAYA  
MEMPERLUAS PASAR**

(Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Susu Bandung Utara Lembang, Jawa Barat)

**SKRIPSI**

**(Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen)**

**Disusun oleh:  
Hanida Azka Syafira  
C1160060**

**Dosen Pembimbing:  
Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Si**



**IKOPIN**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
INSTITUT KOPERASI INDONESIA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : **Rancangan Strategi Pemasaran Yoghurt Dalam Upaya  
Memperluas Pasar. (Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Susu  
Bandung Utara Lembang, Jawa Barat)**

**Nama Mahasiswa** : **Hanida Azka Syafira**

**Nomor Pokok** : **C1160060**

**Program Studi** : **S1 Manajemen**

**Konsentrasi** : **Pemasaran**

**MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN**

**Dosen Pembimbing**



**Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Si**



**Direktur Program Studi S1-Manajemen**

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

## RIWAYAT HIDUP

**Hanida Azka Syafira**, lahir pada tanggal 3 Februari 1998 di Subang, Jawa Barat. Merupakan anak ke empat dari empat bersaudara, pasangan dari Bapak Ahmad Kafrawi Bahama dan Ibu Ida Syamsiah.

Adapun riwayat pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut:

1. Tahun 2009 menyelesaikan pendidikan di SDN 2 Purwadadi
2. Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan di SMPN 1 Cileunyi
3. Tahun 2015 menyelesaikan pendidikan di SMAN 26 Bandung

Pada tahun 2016 peneliti tercatat sebagai mahasiswa di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Jawa Barat. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, yaitu:

1. Sanggar Seni 12 Juli periode 2016-2019
  - Koordinator Humas
  - Anggota Divisi Musik
2. Humas dan Tim Promosi IKOPIN 2017-2019

IKOPIN

## ABSTRACT

*Hanida Azka Syafira, 2020. Marketing Strategic Plan in the Effort to Expand the Market. Case study at North Bandung Dairy Farmer Cooperative (KPSBU), Lembang, West Java under the guidance of Ir.Hj. Nanik Risnawati, M.Si.*

*North Bandung Dairy Farmer Cooperative is a producer cooperative, which is engaged in providing goods or services needed by the members. There are five business units owned by North Bandung Dairy Farmer Cooperative, namely concentrate Feed, Milk Processing, Waserda, Dairy Farming, and Credit. However, in running the business, the cooperative experiences several problems such as lack of marketing which makes sales especially not many people know about Yoghurt product.*

*The purpose of this research is to find out how the marketing of Yoghurt product has been carried out by KPSBU, how the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by KPSBU in the effort to market the Freshtime Yoghurt, and how about a good marketing strategic plan to market the Freshtime Yoghurt. The research method used is a case study method with descriptively analysis.*

*The results showed that the form of marketing of North Bandung Dairy Farmer Cooperative has not been optimal. This has resulted in not many people knowing the Yoghurt product even though the product has a high selling value compared to other dairy products.*

*Keywords: Marketing Strategy*

## RINGKASAN

**Hanida Azka Syafira, 2020.** Rancangan Strategi Pemasaran Yoghurt Dalam Upaya Memperluas Pasar Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Susu Bandung Utara Lembang, Jawa Barat dibawah bimbingan **Ir.Hj. Nanik Risnawati, M.Si**

Koperasi Peternak Susu Bandung Utara adalah salah satu koperasi produsen, yang bergerak dalam penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh anggotanya. Terdapat Lima unit usaha yang dimiliki Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara yaitu Pakan Konsentrat, Pengolahan Susu, Waserda, Peternakan Sapi, dan Perkreditan. Namun dalam menjalankan usahanya, koperasi mengalami beberapa persoalan seperti kurangnya pemasaran yang membuat penjualan khususnya produk Yoghurt tidak banyak orang yang mengetahuinya.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk Yoghurt yang dilakukan selama ini oleh KPSBU, bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi KPSBU dalam upaya memasarkan Yoghurt Freshtime, dan bagaimana rancangan strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan Yoghurt Freshtime. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*), dengan analisis data yang dilakukan secara deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk pemasaran Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara belum maksimal. Hal ini yang mengakibatkan produk Yoghurt belum banyak orang yang tahu padahal produk tersebut memiliki nilai jual yang tinggi dibandingkan dengan produk susu lainnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran



IKOPIN

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya. Karena keridhoan-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Rancangan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Memperluas Pasar”** pada Koperasi Peternak Susu Bandung Utara Lembang, Jawa Barat.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia program Studi S1 Manajemen Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, semangat yang telah diberikan, waktu yang telah diluangkan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankan lah penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. (HC) Ir. Burhanuddin Abdullah, MA selaku Rektor Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).
2. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).

3. Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Siselaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ir. H. Indra Fahmi. M.si Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Shofwan Azhar S, M.sc selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).
7. Pengurus beserta karyawan Koperasi Peternak Susu Bandung Utara Lembang.
8. Koperasi Peternak Susu Bandung Utara Lembang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian ini, khususnya Bapak darajat, bapak jajang yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan informasi kepada peneliti.
9. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta do'a restu yang tak akan bisa terbalaskan. Dan kakak saya kak fida, kak jehan, kak yuda yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan studi ini.
10. Sahabat saya zulfitrinur, luthfi, riry, diki, popy, fitri, nando yang selalu memberikan motivasi, semangat dan perhatiannya selama penyusunan



dan penulisan skripsi ini serta selalu menemani dan memberikan support satu sama lain dari SMA hingga sekarang.

11. Keluarga besar Sanggar Seni 12 Juli, terutama angkatan 2016.

12. Keluarga besar Humas & Tim Promosi IKOPIN

13. Mahmud, Aulia, Fitri, Mitha, Mia, Elisha, Dita, Sonia, Dwima, Novie.

Terimakasih atas semangat, dukungan, dan menjadi penyemangat serta teman yang baik selama penulis belajar di IKOPIN.

14. Seluruh teman-teman angkatan 2016, terutama kelas Manajemen A, teman-teman Manajemen pemasaran terutama Renatta, septa, desca, terimakasih atas dukungannya dan bantuannya.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan saudara-saudara semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

**Jatinangor, Oktober 2020**

**Penulis**

IKOPIN

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	7
1.3.1. Maksud Penelitian .....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	8
<b>BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN</b> .....	<b>10</b>
2.1. Pendekatan Masalah .....	10
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	10
2.1.2. Pendekatan Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.3. Pendekatan analisis SWOT .....	19
2.1.4. Pendekatan IFAS dan EFAS .....	27
2.1.5. Pendekatan Strategi Pemasaran.....	32
2.2. Metode Penelitian .....	41
2.2.1. Metode Penelitian yang digunakan .....	41

2.2.2. Data yang Digunakan (Operasional Variabel) .....	41
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data.....	42
2.2.4. Operasionalisasi Variabel.....	43
2.2.5. Teknik Pengumpulan Data .....	45
2.2.6. Rancangan Analisis Data .....	47
2.2.7. Tempat Penelitian.....	54
2.2.8. Jadwal Penelitian.....	54
<b>BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1. Keadaan Umum Organisasi.....	55
3.1.1. Sejarah Terbentuknya Koperasi .....	55
3.1.2. Struktur organisasi Koperasoi Peternak Sapi Bandung Utara.....	56
3.1.3. Keanggotaan.....	61
3.1.4. Peran dan Fungsi Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara .....	63
3.1.5. Kegiatan Usaha Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara .....	64
3.1.6. Keadaan Permodalan dan Keuangan Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara .....	65
3.1.7. Organisasi Pendukung KPSBU .....	72
3.1.8. Keadaan Umum Wilayah Kerja KPSBU .....	73
3.1.9. Implementasi Jati Diri Koperasi.....	74
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>82</b>
4.1. Pemasaran Produk Yoghurt Yang Dilakukan Oleh KPSBU Lembang.....	82
4.1.1. Product .....	82
4.1.2. Price.....	82
4.1.3. Place .....	83
4.1.4. Promotion.....	83
4.2. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi KPSBU Lembang dalam upaya memasarkan Yoghurt Freshtime .....	83
4.2.1. Faktor – Faktor Internal Usaha Yoghurt Freshtime .....	84
4.3.2. Faktor – Faktor Eksternal Usaha Yoghurt FreshTime .....	86
4.3. Bagaimana rancangan strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan Yoghurt Freshtime.....	89

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
5.1. Simpulan.....	96
5.2. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



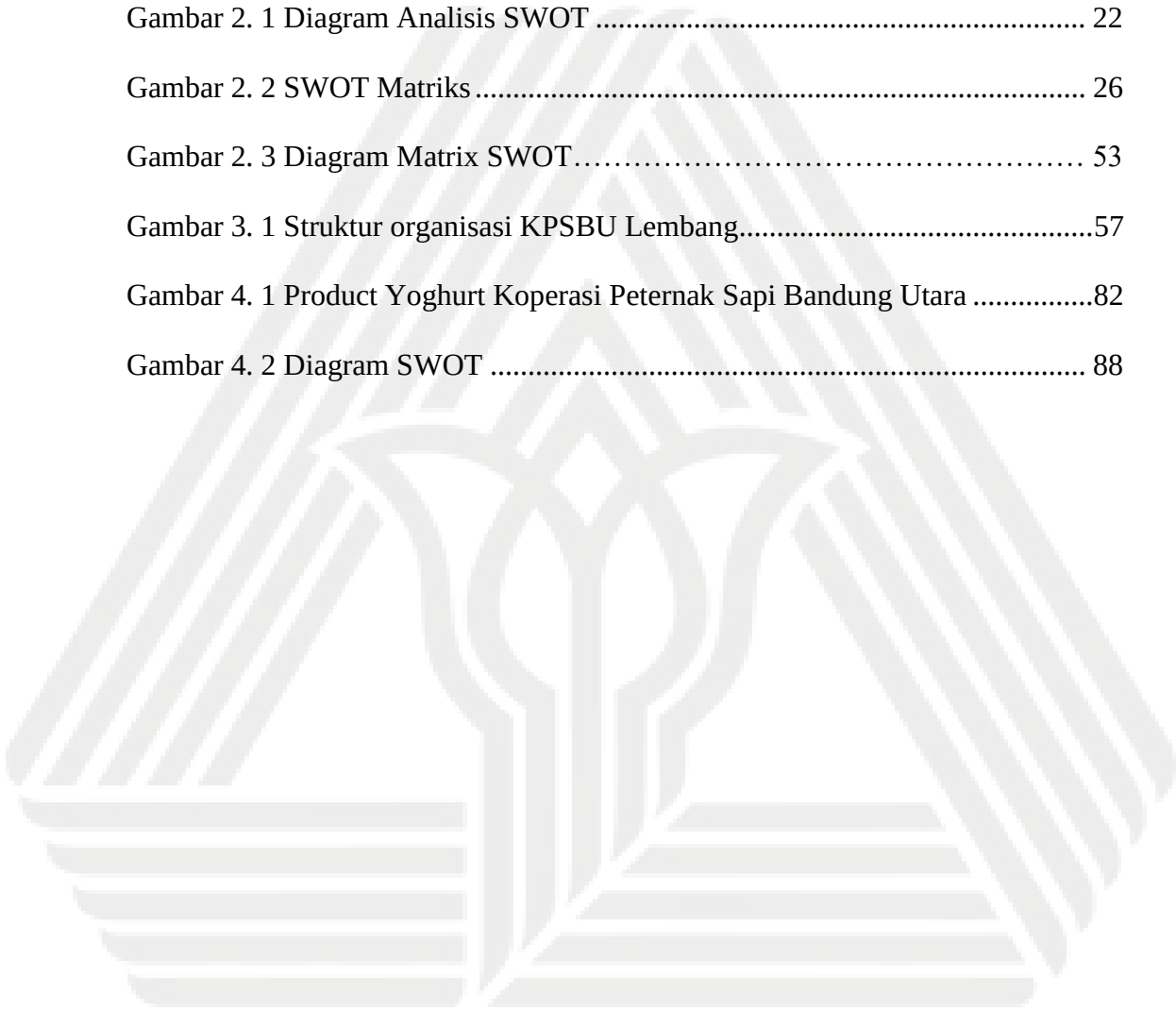
**IKOPIN**

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1. 1	Jumlah penampungan Susu dan Jumlah Pengolahan Susu .....	3
Tabel 1. 2	Hasil Penjualan Produksi Susu Olahan KPSBU .....	4
Tabel 1. 3	Jumlah Produksi Susu KPSBU Lembang .....	5
Tabel 1. 4	Harga produk olahan KPSBU Lembang .....	6
Tabel 2. 1	Fungsi – fungsi Ekonomi Koperasi Produsen dan Dampak Ekonominya terhadap anggota.....	17
Tabel 2. 2	Operasionalisasi Variabel .....	43
Tabel 2. 3	Tabel IFAS .....	50
Tabel 2. 4	Tabel EFAS .....	52
Tabel 3. 1	Perkembangan keanggotaan KPSBU tahun 2015-2018.....	62
Tabel 3. 2	Perkembangan Sisa Hasil Usaha KPSBU Tahun 2015-2018 .....	64
Tabel 3. 3	Implementasi Definisi Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara .....	75
Tabel 3. 4	Implementasi Nilai-nilai Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara.....	76
Tabel 3. 5	Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara	79
Tabel 4. 1	IFAS (Intrnal Factor Analisis Summary Yoghurt KPSBU Lembang	85
Tabel 4. 2	EFAS (External Factor Analisis Summary) Yoghurt KPSBU Lembang .....	87
Tabel 4. 3	Diagram analisis matrik SWOT .....	89

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
	Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT .....	22
	Gambar 2. 2 SWOT Matriks .....	26
	Gambar 2. 3 Diagram Matrix SWOT.....	53
	Gambar 3. 1 Struktur organisasi KPSBU Lembang.....	57
	Gambar 4. 1 Product Yoghurt Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara .....	82
	Gambar 4. 2 Diagram SWOT .....	88



IKOPIN