

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN KOPI PADA CV. BOLA DUNIA  
LAHAT SUMATERA SELATAN**

***MARKETING STRATEGY IN INCREASING COFFEE  
SALES VOLUME IN CV. BOLA DUNIA LAHAT  
SOUTH SUMATRA***



**Dinda Elindah  
05011281823069**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

## SUMMARY

**DINDA ELINDAH**, Marketing Strategy In Increasing Coffee Sales Volume At CV. Bola Dunia Lahat South Sumatra (supervised by **THIRTAWATI**).

The purpose of this research are (1) to describe the coffee processing business in CV. Bola Dunia Lahat. (2) to analyze external and internal factors that affect coffee sales in CV. Bola Dunia Lahat. (3) to analyze the marketing strategy applied by CV. Bola Dunia Lahat in increasing the volume of coffee sales. This research was conducted at CV. Bola Dunia, Lahat Regency by taking research respondents and submitting a list of questions to manager of CV. Bola Dunia, coffee consumers and the Department of Industry and Trade of Lahat Regency. Data collection methods were carried out through in-depth interviews, field observations, and filling out questionnaires. This location determination was carried out purposively by considering that Lahat Regency is the center of coffee production and the third largest land area in South Sumatra besides that CV. Bola Dunia is the largest coffee industry in Lahat Regency which has existed since 1980. Data collection was carried out in December 2021. The steps of process a coffe in CV. Bola Dunia Lahat consist of drying coffee beans, roasting, cooling roasted beans, grinding roasted coffee beans, and packaging coffee. The results of the SWOT analysis on the SWOT diagram show that the efforts of CV. Bola Dunia Lahat is in quadrant II, which is to support a diversification strategy through product expansion or additions to increase company profitability through product innovation by utilizing technology. The results of the SWOT matrix show that CV. Bola Dunia Lahat should implement an alternative ST (Strength-Threats) strategy by utilizing machine technology to optimize production, innovate products to be competitive, and use information technology in marketing during a pandemic.

keywords: coffee, marketing, sales volume, swot analysis

## RINGKASAN

**DINDA ELINDAH**, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kopi Pada CV. Bola Dunia Lahat Sumatera Selatan (dibimbing oleh **THIRTAWATI**).

Tujuan Penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan usaha pengolahan kopi pada CV. Bola Dunia Lahat. (2) Menganalisis faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi penjualan kopi di CV. Bola Dunia Lahat. (3) Menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan CV. Bola Dunia Lahat dalam meningkatkan volume penjualan kopi. Penelitian ini dilakukan di CV. Bola Dunia yang berlokasi di Kabupaten Lahat. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan pengisian kuesioner. Penentuan lokasi ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa Kabupaten Lahat merupakan sentra produksi kopi dan lahan terluas ke tiga di Sumatera Selatan serta CV. Bola Dunia merupakan industri pengolahan kopi terbesar di Kabupaten Lahat yang telah berdiri sejak tahun 1980. Waktu pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2021. Tahapan-tahapan pembuatan CV. Bola Dunia Lahat yaitu penjemuran biji kopi, penyangraian, pendinginan biji sangrai, penggilingan biji kopi sangrai, dan pengemasan kopi bubuk. Hasil analisis SWOT pada diagram SWOT menunjukkan bahwa usaha CV. Bola Dunia Lahat berada pada kuadran II yaitu mendukung strategi diversifikasi melalui perluasan atau penambahan produk untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi. Hasil matriks SWOT menunjukkan bahwa usaha CV. Bola Dunia Lahat sebaiknya menerapkan alternatif strategi ST (*Strength-Threats*) dengan cara memanfaatkan teknologi mesin untuk mengoptimalkan produksi, melakukan inovasi produk agar dapat bersaing, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran di saat pandemi.

Kata kunci: analisis SWOT, kopi, pemasaran, volume penjualan.

# **SKRIPSI**

## **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KOPI PADA CV. BOLA DUNIA LAHAT SUMATERA SELATAN**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Dinda Elindah  
05011281823069**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN KOPI PADA CV. BOLA DUNIA  
LAHAT SUMATERA SELATAN**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

**Dinda Elindah  
05011281823069**

**Indralaya, April 2022**

**Pembimbing,**



**Thirtawati, S.P., M.Si  
NIP. 198005122003122001**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya**



**Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.  
NIP. 196412291990011001**


Skripsi dengan Judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Bola Dunia Lahat Sumatera Selatan” oleh Dinda Elindah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 21 Maret 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Thirtawati, S.P., M.Si. Ketua

  
(.....)

2. Ir. Yulius, M.M. Sekretaris

  
(.....)


3. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. Anggota

  
(.....)



Indralaya, April 2022  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



  
Dr. Ir. Maryadi, M.Si.  
NIP. 196501021992031001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Dinda Elindah

NIM : 05011281823069

Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kopi Pada  
CV. Bola Dunia Lahat Sumatera Selatan.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah bimbingan pembimbing akademik, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, April 2022



Dinda Elindah

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis lahir di kota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 1 Desember 1999. Penulis adalah anak ketiga diantara empat bersaudara dari pasangan Bapak Syarifudin Choliz dan Ibu Dewi Elvida. Riwayat pendidikan yang pernah ditempuh penulis yaitu pendidikan taman kanak-kanak Aisyah selama 1 tahun. Pendidikan Dasar Di Sekolah Dasar Negeri 22 Lahat selama 6 tahun dan dinyatakan lulus pada tahun 2012. Pendidikan Menengah Pertama di Sekolah Menengah Pertama Negeri 5 Lahat selama 3 tahun dan dinyatakan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di sekolah menengah atas negeri 2 Lahat selama 3 tahun dan dinyatakan lulus pada tahun 2018.

Pada bulan Agustus 2018 tercatat sebagai mahasiswi Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN), selama perkuliahan penulis aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA), dan Ikatan Mahasiswa Lahat (IKAMALA).



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Bola Dunia Lahat Sumatera Selatan” dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. selaku ketua jurusan program studi agribisnis dan Ibu Thirtawati, S.P., M.SI selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih kepada ibu Dr. Riswani, S.P., M.SI selaku dosen penelaah saat seminar proposal penelitian. Terima kasih kepada ibu Henny Malini S.P.,MSI selaku dosen penelaah seminar hasil penelitian. Terima Kasih kepada ibu Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.SI selaku dosen penguji saat ujian skripsi.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua, meski tidak dapat dipungkiri masih terdapat banyak kekurangan di dalam ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan penulisan berikutnya.

Indralaya, April 2022

Dinda Elindah

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DATAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1. Konsepsi Kopi.....	6
2.1.2. Konsepsi Strategi .....	7
2.1.3. Konsepsi Pemasaran.....	8
2.1.4. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	10
2.1.5. Konsepsi Volume Penjualan .....	12
2.1.6. Konsepsi Analisis SWOT .....	13
2.2. Penelitian Terdahulu .....	15
2.3. Model Pendekatan.....	17
2.4. Batasan Operasional.....	18
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	19
3.2. Metode Penelitian.....	19
3.2. Metode Penelitian.....	19
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	19
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	20
3.5. Metode Pengolahan Data .....	21
3.5.1. Tahap Pemasukan ( <i>The Input Stage</i> ).....	21
3.5.2. Tahap Menentukan Kuadran .....	23

	Halaman
3.5.3. Tahap Menentukan Matriks SWOT .....	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian .....	26
4.1.1. Lokasi dan Batas Wilayah Administrasi Kabupaten Lahat.....	26
4.1.2. Keadaan Penduduk .....	27
4.1.3. Sarana dan Prasarana .....	27
4.2. Gambaran Umum CV. Bola Dunia Lahat .....	28
4.3. Proses Usaha Pembuatan Kopi Bubuk Cap Bola Dunia Lahat .....	30
4.3.1. Penjemuran Biji Kopi .....	30
4.3.2. Penyangraian .....	31
4.3.3. Pendinginan Biji Kopi Sangrai.....	32
4.3.4. Penggilingan Biji Kopi Sangrai .....	33
4.3.5. Pengemasan Kopi Bubuk .....	34
4.4. Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> CV. Bola Dunia Lahat .....	35
4.4.1. Segmentasi .....	35
4.4.2. <i>Targeting</i> .....	36
4.4.2. <i>Positioning</i> .....	36
4.5. Analisis Pendapatan .....	37
4.5.1. Biaya Investasi .....	37
4.5.2. Biaya Operasional .....	37
4.5.2.1. Biaya Tetap .....	37
4.5.2.2. Biaya Variabel .....	38
4.5.3. Biaya Overhead .....	39
4.5.4. Biaya Produksi .....	39
4.5.5. Penerimaan dan Pendapatan .....	40
4.6. Strategi Pemasaran (Bauran Pemasaran) .....	41
4.6.1. Strategi Produk .....	41
4.6.2. Strategi Harga .....	41
4.6.3. Strategi Promosi .....	42
4.6.4. Strategi Tempat .....	43
4.7. Analisis SWOT .....	44

	Halaman
4.7.1. Faktor Internal .....	44
4.7.1.1. Kekuatan ( <i>Strength</i> ) .....	44
4.7.1.2. Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) .....	46
4.7.2. Faktor Eksternal .....	48
4.7.2.1. Peluang ( <i>Opportunity</i> ) .....	48
4.7.2.2. Ancaman ( <i>Theats</i> ) .....	49
4.7.3. Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) .....	50
4.7.4. Analisis Matriks External Factor Evaluation (EFE) .....	51
4.7.5. Hasil Analisis Diagram SWOT .....	52
4.7.6. Hasil Analisis Matriks SWOT .....	54
4.7.7. Hasil Analisis SWOT .....	56
4.7.7.1. Strategi SO .....	56
4.7.7.2. Strategi ST .....	57
4.7.7.3. Strategi WO .....	58
4.7.7.4. Strategi WT .....	58
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....	60
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Luas lahan dan Produksi Kopi Menurut Provinsi di Pulau Sumatera tahun 2020 .....	2
Tabel 1.2. Luas Lahan dan Produksi Kopi Menurut Kab/Kota di Sumatera Selatan 2020 .....	3
Tabel 3.1. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	22
Tabel 3.2. Matriks External Factor Evaluation (EFE) .....	22
Tabel 3.3. Matriks SWOT .....	24
Tabel 4.1. Biaya Investasi CV. Bola Dunia Lahat .....	37
Tabel 4.2. Biaya Tetap dan Penyusutan CV. Bola Dunia Lahat .....	38
Tabel 4.3. Rincian Biaya Variabel CV. Bola Dunia Lahat .....	38
Tabel 4.4. Biaya Overhead CV. Bola Dunia Lahat .....	39
Tabel 4.5. Biaya Produksi CV. Bola Dunia Lahat .....	39
Tabel 4.6. Penerimaan CV. Bola Dunia Lahat Selama Sebulan .....	40
Tabel 4.7. Pendapatan CV. Bola Dunia Lahat Selama Sebulan.....	40
Tabel 4.8. Harga Produk Setiap Ukuran Kopi CV. Bola Dunia Lahat .....	42
Tabel 4.9. Hasil Analisis Matriks IFE pada CV. Bola Dunia Lahat .....	50
Tabel 4.10. Hasil Analisis Matriks EFE pada CV. Bola Dunia Lahat .....	52
Tabel 4.11. Nilai Titik Koordinat X Diagram SWOT .....	53
Tabel 4.12. Nilai Titik Koordinat Y Diagram SWOT .....	53
Tabel 4.13. Matriks SWOT dan Perumusan Strategi dalam Pemasaran Produk Kopi CV. Bola Dunia Lahat .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan Secara Diagramatis .....	17
Gambar 3.1. Kuadran Analisa SWOT .....	23
Gambar 4.1. Alur Proses Pengolahan .....	30
Gambar 4.2. Proses Penjemuran Biji Kopi CV. Bola Dunia Lahat .....	31
Gambar 4.3. Proses Penyangraian Biji Kopi CV. Bola Dunia Lahat.....	32
Gambar 4.4. Proses Pendinginan Kopi CV. Bola Dunia Lahat .....	33
Gambar 4.5. Proses Penggilingan Kopi CV. Bola Dunia Lahat .....	34
Gambar 4.6. Proses Pengemasan Kopi CV. Bola Dunia Lahat .....	35
Gambar 4.7. Hasil Analisis Diagram SWOT .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pembagian Wilayah Administratif Kabupaten Lahat.....	66
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 3. Pembobotan Matriks IFE.....	69
Lampiran 4. Pembobotan Matriks EFE.....	70
Lampiran 5. Dokumentasi di Kopi CV. Bola Dunia Lahat.....	71
Lampiran 6. Diskusi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan.....	72
Lampiran 7. Strategi Promosi CV. Bola Dunia Lahat .....	73
Lampiran 8. Produk Kopi Bubuk Asli Lahat Cap Bola Dunia .....	74

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Komoditas perkebunan merupakan salah satu penyumbang terbesar devisa negara Indonesia. Pada tahun 2019 secara total nilai ekspor perkebunan mencapai Rp359,14 triliun. Sebagai produsen biji kopi terbesar ke empat di dunia, Indonesia menempatkan kopi sebagai salah satu komoditas unggulan perkebunan. Tahun 2019, nilai ekspor kopi menempati urutan ke empat komoditas terbesar di Indonesia setelah kelapa sawit, karet, dan kelapa. Fokus pemerintah saat ini adalah meningkatkan produksi komoditas kopi dalam negeri. Menurut Ditjen Perkebunan dalam renstra tahun 2019 menempatkan komoditas kopi menjadi salah satu komoditas yang menjadi sasaran pokok sub agenda prioritas peningkatan agroindustri yaitu peningkatan produksi komoditas andalan dan prospektif ekspor serta mendorong perkembangan agroindustri di pedesaan. Pengembangan kopi ke depan akan lebih memperhatikan aspek kearifan lokal, sehingga dapat dihasilkan jenis-jenis kopi *specialty* yang bernilai tinggi dari berbagai daerah. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri selama periode tahun 2010 sampai dengan 2019 cenderung meningkat. Pada tahun 2010 tercatat sebesar 0,80 Kg/kapita/tahun. Pada tahun 2019 konsumsi kopi meningkat menjadi 1,13 Kg/kapita/tahun (Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan kopi untuk luas areal, produksi dan produktivitas mengalami fluktuatif. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan tahun 2019 produksi kopi di Pulau Sumatera mencapai 552.640 ton, Jawa 97.973 ton, Nusa Tenggara dan Bali 44.712 ton, Kalimantan 5.953 ton, Sulawesi 48.019 ton, Maluku dan Papua 3.215 ton. Sumatera memiliki persentase areal kopi yang besar pada tingkat nasional, dibandingkan dengan pulau-pulau yang lain. Hal ini tentu tidak lepas dari peran provinsi yang ada di Pulau Sumatera. Lima provinsi produsen kopi terbesar di Indonesia yaitu Sumatera Selatan, Lampung, Aceh, Sumatera Utara dan Bengkulu (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019).



Tabel 1.1. Luas lahan dan Produksi Kopi Menurut Provinsi di Pulau Sumatera Tahun 2020

No.	Provinsi	Luas Lahan (ha)	Produksi (ribu ton)
1.	Aceh	126,00	73,40
2.	Sumatera Utara	95,50	75,00
3.	Sumatera Barat	25,20	12,30
4.	Riau	4,20	2,40
5.	Jambi	30,70	18,70
6.	Sumatera Selatan	250,20	191,20
7.	Bengkulu	85,50	62,70
8.	Lampung	156,90	118,10
9.	Kep. Bangka Belitung	0,10	0,00
10.	Kep. Riau	0,00	0,00
	Sumatera	774,30	553,80

sumber: Badan Pusat Statistik, 2020.

Sumatera Selatan memiliki perkebunan kopi paling luas diantara wilayah lainnya. Luas areal perkebunan kopi di Sumatera Selatan sekitar 250,20 Ha. Sedangkan total produksi kopi sekitar 191,20 ton. Dalam lima tahun terakhir, produksi kopi di Sumatera Selatan mengalami tren yang positif. Berdasarkan Angka Tetap Statistik Perkebunan Indonesia (Direktorat Jendral Perkebunan, 2019), produksi kopi Sumatera Selatan di tahun 2015 tercatat sebesar 110.350 ton, tahun 2016 sebesar 120.904 ton, tahun 2017 naik signifikan hingga 52,3 persen yaitu sebesar 184.166 ton, tahun 2018 mencapai 193.507 ton dan tahun 2019 sebesar 196.016 ton. Daerah penghasil kopi Sumatera Selatan berada di Dataran Tinggi yang mencakup beberapa kabupaten seperti Lahat, Muara Enim, Oku Selatan, Empat Lawang dan Pagar Alam.

Pemerintah Provinsi (Pemprov) Sumatera Selatan berusaha menjadikan kopi sebagai salah satu bagian dari wisata kuliner mulai dari tahun 2017. Beberapa kegiatan yang diadakan Pemprov Sumatera Selatan yaitu *event South Sumatera Coffee Trips* (Wisata Kopi Sumatera Selatan) yang kegiatan mengunjungi tiga tempat utama penghasil kopi (Lahat, Muara Enim, Pagar Alam). Selain itu Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan mengadakan festival kopi rakyat setiap tahun untuk mengembangkan potensi kopi di daerah.

Tabel 1.2. Luas Lahan dan Produksi Kopi Menurut Kab/Kota di Sumatera Selatan Tahun 2020

No.	Kabupaten/Kota	Luas Lahan(Ha)	Produksi (ribu ton)
1.	Ogan Komering Ulu	2208,0	2070,9
2.	Ogan Komering Ilir	81,4	33,1
3.	Muara Enim	2310,1	2630,9
4.	Lahat	5444,1	2160,0
5.	Musi Rawas	381,7	262,9
6.	Musi Banyuasin	-	-
7.	Banyuasin	254,6	72,4
8.	Ogan Komering Ulu Selatan	7079,9	4945,8
9.	Ogan Komering Ulu Timur	48,3	204,2
10.	Ogan Ilir	-	-
11.	Empat Lawang	6207,1	5359,2
12.	Pali	-	-
13.	Musi Rawas Utara	26,0	18,4
14.	Palembang	-	-
15.	Prabumulih	-	-
16.	Pagar Alam	832,7	1278,2
17.	Lubuk Linggau	147,3	72,1
Sumatera Selatan		25021,2	19108,1

Sumber : Data Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan

CV. Bola Dunia Lahat merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pengolahan biji kopi yang terletak di jalan Rambaian Desa Karang Anyar Kabupaten Lahat. Proses pengolahan biji kopi terdiri dari proses penjemuran, sortasi, penggorengan, penggilingan dan pengemasan. Semua proses pengolahan menggunakan alat dan mesin canggih berstandar SNI sehingga kopi bola dunia memiliki mutu yang baik. Kopi bola dunia memiliki empat bentuk kemasan yaitu 50 gram, 100 gram, 250 gram dan 500 gram. Pemasaran dilakukan melalui toko sebagai agen penjualan untuk didistribusikan ke warung yang ada di kabupaten Lahat. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi seperti sekarang ini, pemasaran pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Laba adalah salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Agar laba yang dimaksud dapat dicapai maka perusahaan harus mampu mencapai volume penjualan sebagaimana yang ditargetkan. Dengan adanya laba yang

diperoleh perusahaan, maka produktivitas perusahaan dari tahun ke tahun akan meningkat. Untuk mencapai tujuan ini setiap perusahaan harus berusaha mendayagunakan setiap peluang dan sumber daya yang ada dengan sebaik baiknya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang dapat dikuasai dan faktor-faktor yang tak dapat dikuasai oleh perusahaan.

Beberapa tahun terakhir perusahaan mengalami penurunan penjualan. Omset rata-rata setiap bulan CV. Bola Dunia lahat pada tahun 2018-2019 mencapai Rp900.000.000-Rp1.000.000.000 namun di tahun 2020-2021 omset rata-rata per bulan menurun menjadi Rp400.000.000-Rp500.000.000. Penurunan yang cukup drastis ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu dikarenakan adanya efek dari pandemi covid-19 dan semakin banyak pesaing baru yang muncul. Persaingan yang semakin ketat dan tajam.

Strategi pemasaran merupakan langkah yang harus ditempuh dan direalisasikan oleh setiap perusahaan agar dapat bertahan di pasar. Usaha yang bersifat dinamis dengan perubahan waktu ke waktu dipengaruhi oleh selera masyarakat akan suatu produk. Strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar, dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada sasaran pasar.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus dalam menghadapi tentang kedepannya. Penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa yang akan datang. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Melihat fenomena di atas tentang pentingnya suatu strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kopi Pada CV. Bola Dunia Lahat Sumatera Selatan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran usaha pengolahan kopi CV. Bola Dunia Lahat?
2. Apa saja faktor eksternal dan internal dalam meningkatkan volume penjualan Kopi di CV. Bola Dunia Lahat?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Bola Dunia Lahat dalam meningkatkan volume penjualan kopi?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan usaha pengolahan kopi pada CV. Bola Dunia Lahat.
2. Menganalisis faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi penjualan kopi di CV. Bola Dunia Lahat.
3. Menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan CV. Bola Dunia Lahat dalam meningkatkan volume penjualan kopi.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya di ambil dalam mengatur strategi pemasaran pada CV. Bola Dunia Lahat.
2. Diharapkan dapat menjadi bahan literatur studi pustaka dan sebagai sumber informasi serta pengetahuan bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, C.L dan Lia. N. 2021. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Kerupuk UD. Adam Jaya. Jurnal Revolusi Indonesia. Volume 1, No. 6.
- Andria dan Sugiono. S. 2016. Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis Toko Agung Di Kota Tanjung Selor Kalimantan Utara. Agro Vol 4, No. 2.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2020. Provinsi Sumatera Selatan Dalam Angka. Sumatera Selatan: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia menurut Lapangan Usaha 2015-2019. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Kopi Indonesia. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Budio, S. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. Jurnal Menata. Volume 2, No. 2.
- Desiana, C., Dini. R., Cecep. P. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh. Volume 4 Nomor 2.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2019. Statistik Perkebunan Unggulan Nasional Tahun 2019-2021. Direktorat Jendral Perkebunan, Departemen Pertanian. Jakarta.
- Fahlevi, E.R dan Munawaroh. R.S. 2016. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Indocitra Niaga Jaya Banjarmasin. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi. Volume 17 Nomor 1.
- Fawaid, A., Suharyono., M. Kholid.M. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Yang Berorientasi Ekspor Dalam Peningkatan Volume Penjualan. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 39 No.1.
- Haerawan dan Yulius. H.M. 2019. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga di PT Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. Volume 5 No. 2.
- Kustiyah, E Dan Irawan. 2014. Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan Di Pasar Malam Ngarsopura Surakarta. Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 01.
- Lestari, O. 2016. Analisis Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea Sp*) Di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus. Skripsi. Universitas Lampung.

- Makmur dan Saprijal. 2015. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol.3 No.1.
- Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Nikmah, F. 2018. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pabri The Kaligus Pandansari Panguyungan)”. Skripsi Purwokerto: Iain Purwokerto.
- Nuary, N.S. 2016. Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada PT Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol 2, No 1.
- Rangkuti, F. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.
- Rasmikayati, E., Pandi. P., Hepi.H.,Risyad.M.I.,Bobby.R.S.2017. Kajian Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk Dan Potensi Kedainya.*Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2):117-133.
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 6 (2).
- Sefudin, A. 2014. Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix) “4P” ke “4C” (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17–23.
- Septia, E. dan Samsul.A. 2020. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Ud Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*. Vol. 5 No. 1.
- Sitanggang, J.T.N. 2013. Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*. Vol. 1 No.6.
- Soetrono., Ariel, H., Fike, M dan Dwi, R. 2017. *Daya Saing Agribisnis Kopi Robusta: Sebuah Perspektif Ekonomi*. Malang: Intimedia. Buku Agribisnis.
- Subaktilah, Y., Nita. K. Dan Sih. Y. 2018. Analisis Swot: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Studi Kasus Di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Agroteknologi*. Vol. 12 No. 02.

- Sulaiman dan Ririn. D.L. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Ayam Bakso Podomoro. Jurnal Adminika Volume 6. No. 1.
- Wawolumaya, E.D., Dolina. L.T.,Joula.J.R. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection Manado. Jurnal Unsrat. Vol 1 No 2.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z dan Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batikdijeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis. 29(1), 59–66.
- Yunus, E. 2016. Manajemen Strategi. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Zefi, I. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri. Skripsi. Jakarta : Uin Syarif Hidayatullah.