

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Minimarket, Koperasi Peternak Garut Selatan,
Cikajang, Kabupaten Garut)

SKRIPSI

Disusun oleh :

Reza Abdul Rajab

C1160132

Dosen pembimbing :

Dra.Hj. Lely Savitri Dewi, SE.,M.SI



KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

INSTITUT KOPERASI INDONESIA

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Usulan Penelitian : Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam
Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Minimarket
Koperasi Peternak Garut Selatan, Cikajang,
Kabupaten Garut)

Nama Mahasiswa : Reza Abdul Rajab

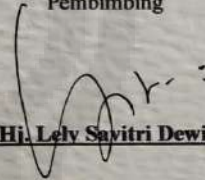
Nomor Pokok : C1160132

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing


(Dra. Hj. Lely Savitri Dewi, M.Si)

Direktur Program Studi S1 Manajemen


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

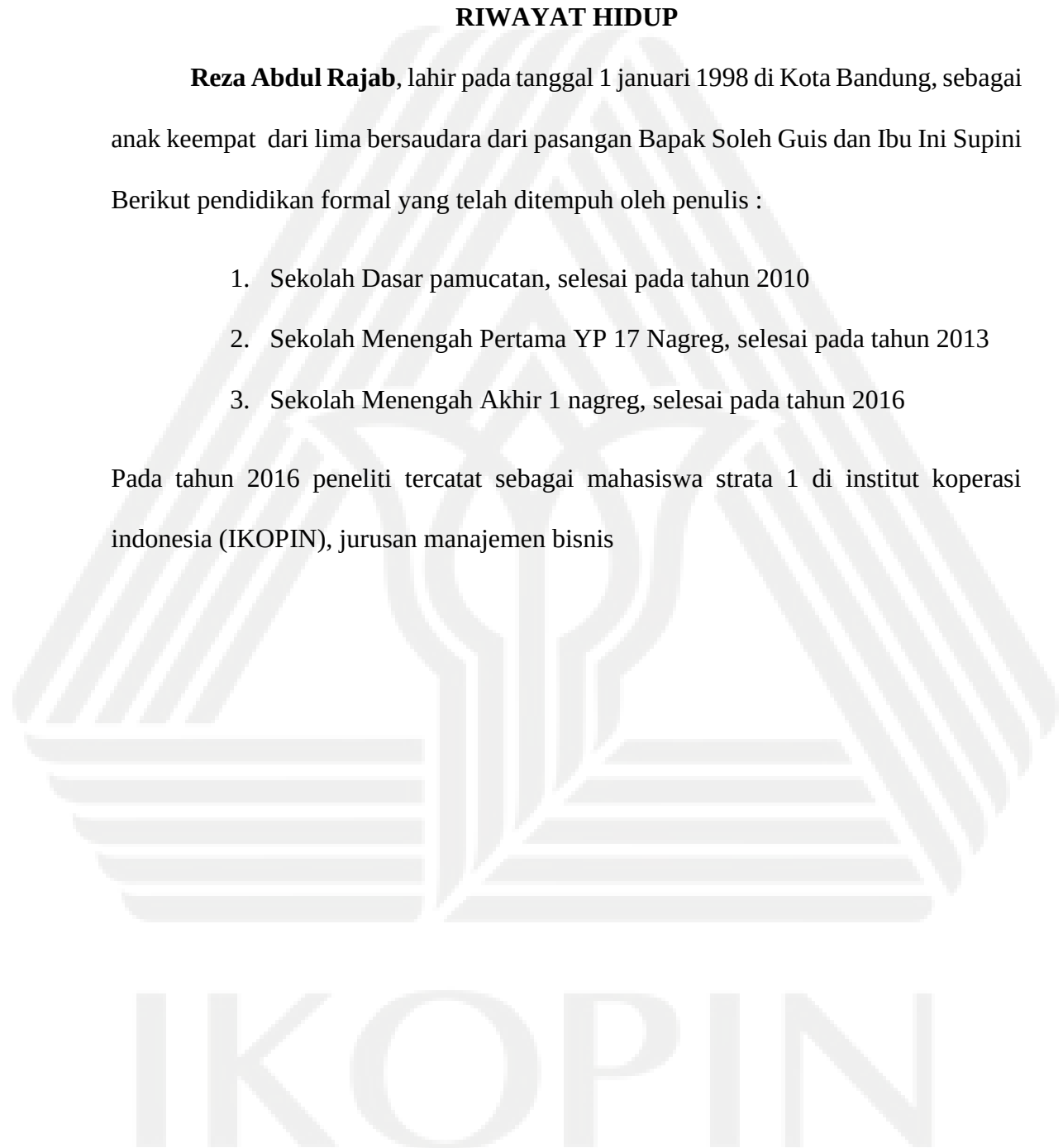


RIWAYAT HIDUP

Reza Abdul Rajab, lahir pada tanggal 1 januari 1998 di Kota Bandung, sebagai anak keempat dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Soleh Guis dan Ibu Ini Supini. Berikut pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis :

1. Sekolah Dasar pamucatan, selesai pada tahun 2010
2. Sekolah Menengah Pertama YP 17 Nagreg, selesai pada tahun 2013
3. Sekolah Menengah Akhir 1 nagreg, selesai pada tahun 2016

Pada tahun 2016 peneliti tercatat sebagai mahasiswa strata 1 di institut koperasi indonesia (IKOPIN), jurusan manajemen bisnis



ABSTRACT

Reza Abdul Rajab, "Minimarket Business Development Strategy marketing mix to increase member participation. Case study at mini market (KPGS mart) cooperative of Garut Selatan Cikajang Farmers Cooperative, Garut Regency. Guided by **Dra.Hj.Lely Savitri Dewi, SE.,M.SI**

This research aims to find out an overview of business development strategies marketing mix to increase the participation of members as customers in the Minimarket Business Unit at the South Garut Farmers Cooperative (KPGS)

Based on the survey and the results of observations through interviews, there are indications of several problems related to the marketing mix in KPGS, including the members being too far away to reach KPGSmart and local residents who do not know about KPGSmart because they think that KPGS mart is for the cooperative members and poor marketing results in the community about less interested in KPGSmart.

The purpose of this study is to analyze the extent to which the implementation of the marketing mix in the KPGSmart business unit, member participation, responses and expectations of the implementation of the marketing mix in the KPGSmart business unit and what efforts should be made by the KPGSmart business unit in increasing the participation of members.

From the results of the research conducted, it was found that the implementation of the marketing mix at KPGSmart was good. Based on the Cartesian diagram analysis carried out, at the Mini Market Business Unit that there were several indicators that had to be improved because the implementation of expectations was very important such as several indicators that had to be improved, namely sales promotion. which is done directly, the number of products to meet the demands of members and non-members, KPGS mart locations

RINGKASAN

Reza Abdul Rajab, “Strategi bauran pemasaran Dalam upaya Meningkatkan partisipasi Anggota. Studi kasus pada mini market (KPGS mart) koperasi Peternak Garut Selatan Cikajang, Kabupaten Garut. Dibimbing oleh **Dra.Hj.Lely Savitri Dewi, SE.,M.SI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai strategi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Usaha Minimarket di Koperasi Peternak Garut Selatan (KPGS)

Berdasarkan survei dan hasil observasi melalui wawancara terdapat indikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan bauran pemasaran di KPGS di antaranya adalah anggota terlalu jauh untuk menjangkau KPGSmart dan warga sekitar kurang mengetahui KPGSmart karena di anggap KPGS mart itu untuk anggota koperasi tersebut serta pemasaran yang kurang baik berakibat masyarakat sekitar kurang tertarik dengan KPGSmart.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa sejauh mana pelaksanaan bauran pemasaran yang ada di unit usaha KPGSmart, partisipasi anggota, tanggapan dan harapan terhadap pelaksanaan bauran pemasaran di unit usaha KPGSmart dan upaya - upaya apa yang harus dilakukan oleh unit usaha KPGSmart dalam meningkatkan partisipasi anggota.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka diperoleh hasil bahwasanya penerapan bauran pemasaran di KPGSmart baik, Berdasarkan analisis diagram kartesius yang dilakukan, pada Unit Usaha Mini Market bahwa ada beberapa indikator yang harus ditingkatkan karena pelaksanaan terhadap harapan sangat penting seperti beberapa indikator yang harus ditingkatkan adalah Promosi penjualan yang dilakukan secara langsung, Jumlah produk dalam memenuhi permintaan anggota dan non anggota, Lokasi KPGS mart

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Allhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota” Di koperasi peternak garut selatan (KPGS) cikajang, kabupaten garut.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen konsentrasi Manajemen Bisnis di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN), Penulis menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, Bapak Soleh Guis dan Ibu Ini Supini. untuk setiap do'a, dukungan baik moral maupun materil, kasih, cinta, motivasi, semangat dan sabar yang diberikan. Semoga ini dapat menjadi salah satu persembahan terbaik dan berguna bagi penulis dan keluarga.
2. Ibu Hj. Lely Savitri Dewi,SE,.M.SI selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi.
3. Ibu Hj. Suarny Amran, SH., MH selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan masukan dan arahnya.
4. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang memberikan

masuk dan arahnya.

5. Bapak Dr.(HC) Ir. Burhanuddin Abdullah, MA selaku Rektor IKOPIN.
6. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., MSc selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen IKOPIN.
7. Ibu Dra. Yeni Wipartini, M.Ti selaku Sekertaris program Studi S1 Manajemen IKOPIN.
8. Seluruh dosen IKOPIN atas bantuan yang diberikan selama perkuliahan dan penulisan skripsi.
9. Teman-teman seperjuangan selama 6 semester Jimi Gunawan, Dwindi Julian, Razi Rustandi, Regi Purnama, Rizky Aditya, Adi Fitrianto, Nisrina, Fitriani, Nurmala, Neng chintya, Savitri, Rere, yang selalu mendampingi dan memberikan motivasi dorongan ketika penulis merasa jenuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini terimakasih atas Persaudaraan yang kita jalani selama ini.
10. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa angkatan 2016 dan Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan.

Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan baik bagi penulis sendiri maupun bagi pihak yang berkepentingan.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Jatinangor, November 2020

Reza abdul rajab



IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II PENDEKATAN MASALAH	9
2.1 Pendekatan Masalah	9
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	9
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	22
2.1.3 Pendekatan Manajemen Strategi	23
2.1.4 Pendekatan Retail	36
2.1.5 Pendekatan Bauran Pemasaran.....	38

2.2 Metode Penelitian	40
2.2.1Metode Penelitian Yang Digunakan.....	40
2.2.2Data Yang Diperlukan	41
2.2.3Sumber Data dan Cara Menentukannya	43
2.2.4Teknik Pengumpulan Data	44
2.2.5Rancangan Analisis (Pengolahan Data)	45
2.2.6Tempat Penelitian	50
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	63
3.1 Keadaan Umum Organisasi	63
3.1.1Sejarah Terbentuknya KPGS.....	63
3.1.2Struktur organisasi KPGS.....	65
3.2 Keanggotaan Koperasi Peternak Garut Selatan.....	83
3.3 Kegiatan Usaha Dan Permodalan Koperasi	84
3.3.1Kegiatan Usaha Koperasi Peternak Garut Selatan	84
3.3.2Permodalan Koperasi Peternak Garut Selatan.....	90
3.3.3Rasio Keuangan Koperasi Peternak Garut Selatan	92
3.4 Implementasi Jatidiri Koperasi.....	96
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi KPGS Cikajang	97
3.4.2Implementasi Prinsip – Prinsip Koperasi	99
3.4.3Implementasi Nilai-nilai Koperasi KPGS Cikajang.....	102
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	107
4.1 Strategi Bauran Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Unit Minimarket KPGS	107

4.2	Tanggapan Angggota Terhadap Pelaksanaan Dan Tanggapan Anggota Terhadap Harapan Berkaitan Dengan Pelayanan Yang Diberikan Oleh Unit Usaha KPGS Mart	109
4.3	Strategi Bauran Pemasaran Yang Harus Diterapkan Oleh Minimarket KPGS Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota.	128
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	129
5.1	Kesimpulan.....	129
5.2	Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA		132



IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Operasional Variabel.....	42
Tabel 2. 3	Tanggapan Responden Tentang Pelaksanaan Pelayanan Dilakukan Oleh Pengelola Pada Unit Mini Market	46
Tabel 2. 4	Tanggapan Responden Tentang Harapan (kepentingan)	46
Tabel 2. 5	kelas interval	48
Tabel 2. 6	Tingkat Kesesuaian Antara Pelaksanaan Dengan Kepentingan (Harapan) Anggota.....	48
Tabel 3. 1	Perkembangan jumlah Anggota KPGS Tahun 2017-2019	84
Tabel 3. 2	Perkembangan penjualan dan SHU Unit Usaha Susu Sapi Perah Terhadap Koperasi 2015-2019.....	85
Tabel 3. 3	Perkembangan penjualan dan SHU unit makanan ternak terhadap SHU koperasi periode 2015-2019	87
Tabel 3. 4	perkembangan pendapatan dan SHU perkembangan pendapatan SHU USP terhadap SHU koperasi SHU koperasi periode 2015-2019	88
Tabel 3. 5	Perkembangan Pendapatan dan Perkembangan Pendapatan SHU KPGSmart Terhadap SHU Koperasi Periode 2015-2019	90
Tabel 3. 6	Perkembangan permodalan Koperasi Peternak Garut Selatan Tahun 2018-2019.....	91
Tabel 3. 7	Perkembangan Likuditas Koperasi Peternak Garut Selatan Tahun 2015-2019.....	92
Tabel 3. 8	Pedoman Penilaian Likuditas Koperasi.....	93
Tabel 3. 9	Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Peternak Garut Selatan Tahun 2015-2019	94
Tabel 3. 10	Pedoman Penilaian Solvabilitas Koperasi.....	94
Tabel 3. 11	Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Peternak Garut Selatan Tahun 2015-2019	95
Tabel 3. 12	Pedoman Penilaian Rentabilitas Modal Sendiri Koperasi	96

Tabel 3. 13 Implementasi Pengertian Koperasi	98
Tabel 3. 14 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pada KPGS	101
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Kesesuaian Harga Dengan Produk Yang Ditawarkan.....	110
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Kesesuaian Harga Dengan Produk Yang Ditawarkan.....	110
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Harga Yang Ditawarkan Kompetitif Dibanding Non Koperasi	111
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Harga Yang ditawarkan Kompetitif dibanding Non Koperasi.....	112
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Variasi Produk Yang disediakan	112
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Variasi Produk Yang Disediakan.....	113
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Produk Yang Ditawarkan Dapat Bersaing Dengan Non Koperasi	114
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Produk Yang Ditawarkan Dapat Bersaing Dengan Non Koperasi	114
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Kelengkapan Produk Yang Ditawarkan Dikoperasi	115
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Kelengkapan Produk Yang Ditawarkan Koperasi	116
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Jumlah Produk Dalam Memenuhi Permintaan Anggota Dan Non Anggota	116
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Jumlah Produk Dalam Memenuhi Permintaan Anggota Dan Non Anggota	117

Tabel 4. 16 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Promosi	
Yang Dilakukan Kpgsmart.....	118
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Promosi	
Yang Dilakukan Kpgsmart.....	118
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator	
Promosi Penjualan Yang Dilakuukan Secara Langsung	119
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Promosi	
Penjualan Yang Dilakukan Secara Langsung	120
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator	
Sistem Delivery Order Yang Dilakukan Koperasi	120
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Sistem	
Delivery Order Yang Dillakukan Koperasi.....	121
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Indikator Lokasi	
Kpgsmart	121
Tabel 4. 23 Rekapitulasi Penilaian Angggota Terhadap Harapan Indikator Lokasi	
KPGSmart	122
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator	
Ketersediaan Lahan Parkir Di KPGSmart.....	122
Tabel 4. 25 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator	
Ketersediaan Lahan Parkir Di KPGSmart.....	123
Tabel 4. 26 Analisis Tingkat Kesesuaian Dan Kesenjangan Antara Pelaksanaan	
Dana Harapan Di Unit Mini Market KPGS	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peran Timbal Antara Dimensi-Dimensi Koperasi	16
Gambar 2. 3 Diagram Kartesius.....	50
Gambar 4. 2 hasil analisis diagram kartesius pada unit usaha mini market KPGS ..	125

