

**ANALISIS STRATEGI USAHA RITEL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN**
(Studi kasus pada Unit Usaha Jasa Perdagangan (UJP) Koperasi konsumen Mulia
RSUD Majalaya Kabupaten Bandung Jawa Barat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

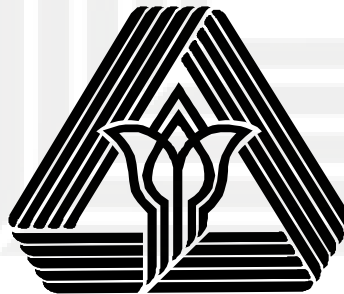
Disusun oleh:

Rini Arthathi

C1160043

Pembimbing:

Hj. Yeni Wipartini, SE, M.Ti



IKOPIN

**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Usaha Ritel Dalam Upaya
Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai
Pelanggan.
(Studi Kasus Koperasi Konsumen MULIA RSUD
Majalaya Kabupaten Bandung)

Nama Mahasiswa/I : Rini Arthathi

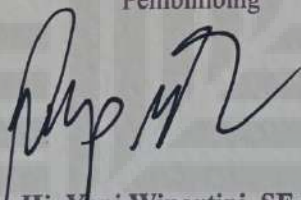
Nomor Pokok : C1160043

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Hj. Yeni Wipartini, SE, M.Ti

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



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

RIWAYAT HIDUP

Rini Arthathi, lahir di Bandung pada tanggal 12 Februari 1997, dari pasangan Alm Bapak Ida Hidayat dan Ibu Nasiyah. Merupakan anak ke dua dari dua bersaudara. Bertempat tinggal di Kp. Warung Lahang, Desa Nagrog, Kecamatan Cicalengka, Kabupaten Bandung.

1. Riwayat Pendidikan

- a. 2003 - 2009 : SD Negeri Nagrog 2
- b. 2009 - 2012 : SMP Negeri 1 Nagreg
- c. 2012 - 2015 : SMK Negeri 6 Garut
- d. 2016 - Penulis mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia dengan program studi Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis.

IKOPIN

ABSTRACT

Rini Arthathi, wrote a research entitled Analysis of Retail Business Strategies in an Effort to Increase Member Participation as Customers. Case study on trade service unit of noble consumer cooperative RSUD Majalaya at Jalan Cipaku No. 87 Paseh-Majalaya, Bandung Regency. This research was supervised by Hj. Yeni Wipartini, SE, M.Ti.

The object of this research is the trade services unit. The income of the trade services unit has increased every year, but the participation of its members is still low, the conditions that are suspected to be the factor are the unorganized layout, not many variations and varieties of goods sold, locations that are not too flashy and facilities that are still lacking such as land narrow parking.

The purpose of this study is to analyze the extent to which the retail business strategy is implemented in the noble consumer cooperative of RSUD Majalaya, the participation of members as customers, the responses and expectations of members to the implementation of the retail business strategy of the trade services unit, and the efforts that must be made to increase participation. members as customers.

This study used a sample of 40 people, consisting of 26 active respondents and 14 inactive respondents and used 2 different types of questionnaires. This study was analyzed using a Cartesian diagram. From the research results, it is found that the elements of retail business strategy included in Quadrant A are price comparisons with competitors, discounted prices for members who shop, and items that are still not neatly arranged and attractive. Quadrant B is a business location that is easily accessible, the price of the goods offered is appropriate, the service is friendly and the service is quite swift. Quadrant C: Product variation, availability of the number of items sold, promotional routines carried out by cooperatives, and the accuracy of promotions carried out. corresponding.

The implementation of the retail business strategy in the sales service unit of the noble consumer cooperative has been good. Meanwhile, members' expectations of the implementation of retail business strategy fall into an important category. This means that there is still a gap between the implementation of the retail business strategy and the expectations of members. For this reason, it is hoped that the management and employees of the sales service unit will be better and in accordance with what is expected by members, in order to attract members' interest to shop and increase member participation as customers in the sales service unit of the Mulia Consumer Cooperative at Majalaya Hospital.

Keywords : Retail Business Strategies, Member Participation as Customers

RINGKASAN

Rini Arthathi, menulis penelitian dengan judul Analisis Strategi Usaha Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan. Studi kasus pada unit jasa perdagangan koperasi konsumen mulia RSUD Majalaya di Jalan Cipaku No. 87 Paseh-Majalaya Kabupaten Bandung. Penelitian ini di bawah bimbingan Hj. Yeni Wipartini, SE, M.Ti.

Objek dari penelitian ini adalah unit jasa perdagangan. Pendapatan unit jasa perdagangan mengalami kenaikan setiap tahunnya, tetapi partisipasi anggotanya masih rendah, kondisi yang diduga menjadi faktornya adalah tata letak yang belum tertata rapih, belum banyaknya variasi dan ragam barang yang di jual, lokasi yang tidak terlalu mencolok dan fasilitas yang masih kurang seperti lahan parkir yang sempit.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa sejauh mana pelaksanaan Strategi Usaha Ritel yang ada di koperasi konsumen mulia RSUD Majalaya, partisipasi anggota sebagai pelanggan, tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan strategi usaha ritel unit jasa perdagangan, dan upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 40 orang, yang terdiri dari 26 orang responden aktif dan 14 orang responden yang tidak aktif dan menggunakan 2 jenis kuisioner yang berbeda. penelitian ini dianalisis menggunakan diagram cartesius. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa unsur-unsur strategi usaha ritel yang termasuk ke dalam Kuadran A adalah perbandingan harga dengan pesaing, potongan harga untuk anggota yang berbelanja, dan barang-barang yang masih kurang tertata dengan rapih dan menarik. Kuadran B yaitu lokasi usaha yang mudah di jangkau, harga barang yang di tawarkan sudah sesuai, pelayanan yang ramah dan pelayanan yang cukup sigap. Kuadran C :Variasi produk, ketersediaan jumlah barang yang di jual, rutinitas promosi yang dilakukan koperasi, dan ketepatan promosi yang di lakukan Dan Kuadran D : kelengkapan produk, lokasi usaha yang didirikan cukup strategis (dekat dengan keramaian) dan jam buka dan tutup toko yang sesuai.

Adapun pelaksanaan strategi usaha ritel di unit jasa penjualan koperasi konsumen mulia sudah baik. Sedangkan untuk harapan anggota terhadap pelaksanaan strategi usaha ritel termasuk kedalam kategori penting. Yang berarti masih adanya kesenjangan antara pelaksanaan strategi usaha ritel dengan harapan anggota. Untuk itu, diharapkan pengurus dan pegawai unit jasa penjualan agar lebih baik dan sesuai dengan yang di harapkan oleh anggota, supaya bisa menarik

minat anggota untuk berbelanja dan meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di unit jasa penjualan koperasi konsumen mulia RSUD Majalaya.

Kata Kunci : Strategi Usaha Ritel, Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan



IKOPIN

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *Subhanahu wa ta'ala*, Tuhan semesta alam yang senantiasa mencurahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada seluruh hamba-Nya. Atas berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan pada program pendidikan Strata-I (S1) di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) dengan judul “ **Analisis Strategi Usaha Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan** ”

Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan Nabi pembawa rahmat dan tauladan bagi seluruh umat manusia, Baginda Nabi Muhammad *shallahu alaihi wassallam*.

Penulis menyadari banyak sekali kekurangan dan kelemahan dalam skripsi ini, baik dari tata bahasa, penyusunan kalimat, pengolahan data maupun perhitungan. Oleh karena itu penulis mengharapkan akan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kedua orangtua, Alm. Bapak Ida Hidayat dan Ibu Nasiyah yang telah melimpahkan kasih sayangnya sehingga penulis bisa menempuh pendidikan seperti sekarang ini. Dan kepada Linda Haryati selaku kakak penulis yang telah banyak memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Serta semua pihak yang telah membantu dan mensupport dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada:

1. Hj. Yeni Wipartini, SE, M.TiSelaku pembimbing yang membimbing dan memberikan arahan kepadapenulis.
2. H. Dady Nurpadi Ir,MpSelaku Penguji Konsentrasi yang memberikan arahan dan

bimbingan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.

3. Hj. Nanik Risnawati Ir, M.Si selaku Penguji Koperasi yang memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
4. Keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan dukungannya.
5. Seluruh pegawai dan civitas akademika Institut Koperasi Indonesia.
6. Kepada Bapak Dedih Cahyadin selaku pegawai RSUD Majalaya yang membantu dalam penyebaran kuisioner.
7. Seluruh pengurus, pegawai, karyawan dan anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.
8. Teman seperjuangan Irma, Habibah, Jeni, Neti, Zulfa, dan yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu.
9. Teman-teman satu bimbingan Ibu Yeni Wipartini yang selalu saling support dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman kelas karyawan manajemen bisnis 2016.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam persiapan dan pelaksanaan penyusunan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung penulis ucapkan banyak terima kasih. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca pada umumnya.

Jatinangor, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1 Maksud Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.4.1 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	15
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	16
2.1 Pendekatan Perkoperasian	16
2.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	29
2.3 Pendekatan Pemasaran	33

2.3.1	Pendekatan Ritel	34
2.4	Kerangka Berfikir	42
2.5	Metode Penelitian	43
2.5.1	Metode Yang Digunakan	43
2.5.2	Data Yang Diperlukan	43
2.5.3	Sumber Data Dan Cara Menentukannya	45
2.5.4	Teknik Pengumpulan Data	45
2.5.5	Rancangan Analisis Data	47
2.6	Tempat Penelitian	53
2.7	Jadwal Penelitian	54
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		55
3.1	Keadaan Organisasi	55
3.1.1	Sejarah terbentuknya koperasi konsumen mulia RSUD Majalaya	55
3.1.2	Struktur organisasi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya..	57
3.1.3	Kegiatan Unit Usaha Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	69
3.2	Keadaan Permodalan Dan Keuangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	73
3.2.1	Keadaan Permodalan Koperasi Konsumen Mulia	73
3.2.2	Keadaaan Keuangan Koperasi Konsumen Mulia	74
3.3	Organisasi Yang Berkaitan Dengan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	80
3.4	Keadaan Umum Wilayah Organisasi Yang Berkaitan Dengan Koperasi Konsumen Mulia	82
3.4.1	Keadaan Fisik Dan Geografis	82
3.4.2	Keadaan Sosial Wilayah Kerja Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	82

3.4.3	Keadaan Ekonomi Di Wilayah Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	83
3.5	Implementasi Jati Diri Koperasi	84
3.5.1	Implementasi Definisi Koperasi	84
3.5.2	Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	85
3.5.3	Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		90
4.1	Pelaksanaan Strategi Usaha Ritel Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia	90
4.2	Partisipasi Anggota Di Unit Jasa Penjualan	94
4.3	Tanggapan Dan Harapan Anggota Terhadap Strategi Usaha Ritel Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	97
4.4	Upaya-Upaya Yang Harus Dilakukan Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan	114
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		119
5.1	Kesimpulan	119
5.2	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA		123
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Unit Jasa Perdagangan.....	6
1.2	Rincian Nilai Transaksi Anggota.....	7
1.3	Presentase (%) Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Unit Jasa Perdagangan	7
1.4	Perkembangan Unit Simpan Pinjam.....	8
1.5	Perkembangan Unit Rekanan.....	10
1.6	Presentase (%) Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Unit Jasa Simpan Pinjam	11
1.7	Persentase (%) Partisipasi Anggota sebagai pelanggan unit jasa perdagangan	11
2.1	Ovar (Operasionalisasi Variabel)	44
2.2	Jenjang Dan Kriteria Tanggapan Dan Harapan Anggota.....	49
2.3	Skala Kriteria Pelaksanaan.....	50
2.4	Skala Kriteria Harapan.....	50
2.5	Sistem Penilaian Skoring Pada Setiap Indikator	51
2.6	Rekapitulasi Nilai Tingkat Pelaksanaan Dan Harapan Anggota.....	51
3.1	Daftar Karyawan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Per Desember 2019.....	67
3.2	Perkembangan Unit Perdagangan.....	71
3.3	Perkembangan Permodalan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	74
3.4	Perkembangan Rasio Likuiditas Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya 2015-2019	75
3.5	Perkembangan Solvabilitas Pada Koperasi Konsumen Mulia	77
3.6	Perkembangan Rentabilitas Modal Sendiri Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	79
3.7	Rekapitulasi Nilai Koperasi	85
3.8	Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	87
4.1	Frekuensi transaksi anggota dalam 1 bulan.....	95

4.2	Nilai transaksi anggota dalam 1 bulan	96
4.3	Tanggapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Yangdi Jual Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	98
4.4	Tanggapan Anggota Terhadap Variasi Prodak Yang Di Jual Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.....	98
4.5	Tanggapan Anggota Terhadap Lokasi Yang Mudah Dijangkau Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.....	99
4.6	Tanggapan Anggota Terhadap Lokasi Usaha Yang Didirikan Cukup Strategis (Dekat Dengan Keramaian) Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	99
4.7	Tanggapan Anggota Terhadap Ketersediaan Prodak (Right Quantity) Yang Di Jual Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia....	100
4.8	Tanggapan Anggota Terhadap Kesesuaian Harga Yang Ditawarkan Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	101
4.9	Tanggapan Anggota Terhadap Perbandingan Harga Dengan Pesaing Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	101
4.10	Tanggapan Anggota Terhadap Potongan Harga Yang Dilakukan Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	102
4.11	Tanggapan Anggota Terhadap Ketepatan Waktu Buka Dan Tutup Toko (Right Time) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	102
4.12	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Ramah (Right Service) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	103
4.13	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Sigap (Right Service) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	104
4.14	Tanggapan Anggota Terhadap Penataan Barang Yang Tertata Rapih Dan Menarik (Right Service) Di Unit Jasa Penjualan.....	104
4.15	Tanggapan Anggota Terhadap Rutinitas Promosi (Right Appeals/Promition) Yang Dilakukan Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	105
4.16	Tanggapan Anggota Terhadap Ketepatan Promosi (Right Appeals/Promition) Yang Dilakukan Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	105
4.17	Harapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Yangdi Jual Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	106
4.18	Harapan Anggota Terhadap Variasi Prodak Yang Di Jual Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.....	106
4.19	Harapan Anggota Terhadap Lokasi Yang Mudah Dijangkau Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.....	107
4.20	Harapan Anggota Terhadap Lokasi Usaha Yang Didirikan Cukup Strategis (Dekat Dengan Keramaian) Unit Jasa Penjualan.....	107
4.21	Harapan Anggota Terhadap Ketersediaan Prodak (Right Quantity) Yang Di Jual Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia....	108
4.22	Harapan Anggota Terhadap Kesesuaian Harga Yang Ditawarkan Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	108

4.23	Harapan Anggota Terhadap Perbandingan Harga Dengan Pesaing Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	109
4.24	Harapan Anggota Terhadap Potongan Harga Yang Dilakukan Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	109
4.25	Harapan Anggota Terhadap Ketepatan Waktu Buka Dantutup Toko (Right Time) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	110
4.26	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Ramah (Right Service) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	110
4.27	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Sigap (Right Service) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	111
4.28	Harapan Anggota Terhadap Penataan Barang Yang Tertata Rapih Dan Menarik (Right Service) Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	111
4.29	Harapan Anggota Terhadap Rutinitas Promosi (Right Appeals/Promition) Yang Dilakukan Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	112
4.30	Harapan Anggota Terhadap Ketepatan Promosi (Right Appeals/Promition) Yang Dilakukan Di Unit Jasa Penjualan Koperasi Konsumen Mulia.	112
4.31	Rekapiulasi Nilai Tingkat Pelaksanaan Dan Harapan Anggota.	113
4.32	Keterangan setiap indikator pada diagram cartesius.....	116

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Jumlah Koperasi Provinsi Jawa Barat.....	3
1.2	Perkembangan Jumlah Anggota	5
2.1	A Typical Chanel Of Distribution	35
2.2	Kerangka Berfikir	42
2.3	Diagram Cartesius	52
3.1	Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Mulia Rsud Majalaya.....	58
4.1	Denah lokasi RSUD Majalaya ke Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	91
4.2	Usaha ritel sejenis dan warung yang ada di dalam lokasi RSUD Majalaya	92
4.3	Diagram Cartesius	115

IKOPIN