

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Makanan Ternak Di Koperasi Unit Desa (KUD)
Mandiri Bayongbong)

SKRIPSI

Oleh:

Hilda Istiana Dewi

C1170282

Pembimbing:

Drs. Dadan Hamdani, MM



KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya
Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus
Pada Unit Usaha Makanan Ternak Di Koperasi
Unit Desa (KUD) Mandiri Bayongbong

Nama Mahasiswa : Hilda Istiana Dewi

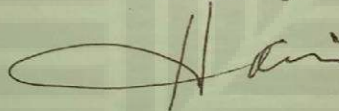
Nomor Pokok : C1170282

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing,



(Drs. Dadan Hamdani, MM)

Direktur Prodi S1 Manajemen,



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

RIWAYAT HIDUP

Hilda Istiana Dewi, lahir pada tanggal 21 Mei 1998 di Sumedang. Merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, pasangan dari Bapak Dayat (Alm) dan Ibu Atit Karyatit.

Adapun riwayat pendidikan formal dan pengalaman organisasi yang telah ditempuh oleh peneliti sebagai berikut :

1. Pendidikan Formal

- Pada tahun 2004 sampai tahun 2010, peneliti telah menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri Santaka, cimanggung.
- Pada tahun 2010 sampai tahun 2013, peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negri 2 Jatinangor.
- Pada tahun 2013 sampai tahun 2016, peneliti menyelesaikan pendidikan di Madrasah Aliyah Al-Falah Nagreg II.
- Pada tahun 2017 sampai saat ini, peneliti sedang menempuh pendidikan strata I di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).

2. Pengalaman Organisasi

- Pada tahun 2018, peneliti tercatat sebagai salah satu anggota UKM IBC.
- Pada tahun 2018, peneliti tercatat sebagai salah satu anggota BEM KM IKOPIN Kabinet Abhinaya.

- Pada tahun 2019, peneliti tercatat sebagai salah satu anggota BEM KM IKOPIN Kabinet Raksa Karya.



IKOPIN

ABSTRACT

*Hilda Istiana Dewi. C1170282. **Analysis of the Marketing Mix in an Effort to Increase Sales Volume** Case study on the forage unit of the Village Unit Cooperative Mandiri Bayongbong located on Jalan. Raya Bayongbong Timur No. 105 district. Bayongbong, Garut Regency, West Java. Under the guidance of Drs. Dadan Hamdani, MM.*

One of the problems being faced by KUD Mandiri Bayongbong is the sales volume that always does not reach the expected target for the last 5 years in the animal feed unit.

The method used in this research is a case study, the data obtained were analyzed descriptively. In order for the data to be obtained in accordance with the problem under study, the data collection method will be used, namely interviews, observations, literature studies, and questionnaires. This study took a sample of 75 people from a total of 1,127 members.

The results of the study indicate that to increase the sales volume of KUD Mandiri Bayongbong, it is necessary to review the marketing mix that has been applied in terms of product, price, place, and promotion elements. Researchers also get an assessment from members regarding the indicators of each marketing mix variable that has been implemented by KUD Mandiri Bayongbong. There are several indicators that must be maintained or improved in order to increase sales volume.

Keywords : Marketing Mix, Sales Volume.

RINGKASAN

Hilda Istiana Dewi. C1170282. **Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan** studi kasus pada unit makanan ternak Koperasi Unit Desa Mandiri Bayongbong yang bertempat di Jalan. Raya Bayongbong Timur No. 105 Kec. Bayongbong, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Dibawah bimbingan Drs. Dadan Hamdani, MM.

Salah satu masalah yang sedang dihadapi oleh KUD Mandiri Bayongbong adalah volume penjualan yang selalu tidak mencapai target yang sudah harapkan selama 5 tahun terakhir pada unit makanan ternak.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif. Agar data yang diperoleh sesuai dengan masalah yang diteliti, maka akan digunakan cara pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuesioner. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 75 orang dari total anggota 1.127 anggota.

Dari hasil penelitian menunjukan bahwa untuk meningkatkan volume penjulana KUD Mandiri Bayongbong perlu mengkaji kembali bauran pemasaran yang telah diterapkan dilihat dari unsur *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Peneliti juga mendapatkan penilaian dari anggota mengenai indikator dari tiap variabel bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh KUD Mandiri Bayongbong. Ada beberapa indikator yang harus dipertahankan atau diperbaiki agar dapat meningkatkan volume penjualan.

Kata kunci : bauran pemasaran, volume penjualan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, serta karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “analisis bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan” ini dengan lancar, sebagai salah satu syarat kelulusan pada program pendidikan Strata 1 (S1). Skripsi ini disusun untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada jurusan Manajemen Pemasaran, Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama masa proses penyusunan skripsi ini peneliti diingatkan bagaimana pentingnya untuk mempelajari ilmu serta teori perkuliahan untuk kemudian dilakukan implementasinya di lapangan khususnya pada koperasi.

Dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, peneliti banyak mendapat hambatan dan tantangan akan tetapi dengan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak tantangan dan hambatan itu bisa teratasi. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga, menjadikan peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua tersayang (Mamah Atit) yang selalu memberikan motivasi, perhatian, nasehat dan kasih sayang do'a restu yang tak akan bisa terbalaskan. Dan kaka serta adik saya Kak Pitaloka, Kak Dehan, dan Farid yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk peneliti dalam menyelesaikan studi ini.

3. Bapak Drs. Dadan Hamdani, MM selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing, meluangkan waktu, ilmu, kesabaran, bantuan, dan motivasi untuk peneliti hingga menjadikan peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku penelaah konsentrasi manajemen pemasaran dan Bapak Drs. Wahyudin, M.Ti selaku penelaah dibidang koperasi yang telah memberikan arahan dan nasihat-nasihat demi menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Civitas Akademika Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).
6. KUD Mandiri Bayongbong Garut beserta para pengurus, bapak yaya dan anggota koperasi yang telah bersedia menerima peneliti untuk melakukan penelitian di koperasi. Dengan segala keramahan dan keterbukaan data dan informasi sehingga memudahkan proses penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat saya Siti Juariah, yang sama-sama berjuang baik berorganisasi ataupun akademik. Tak lupa selalu memberi dukungan, motivasi, menemani dan memberikan support selama penyusunan dan penulisan skripsi ini.
8. Teman kecil, sahabat saya dirumah fika, ida, siti terima kasih selalu mendukung, dan mendorong saya untuk tetap semangat dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
9. Keluarga besar BEM KM IKOPIN dari tahun 2018-2020

10. Teman-teman BBC peneliti Yuni, Yohana, Elishabet, Meta, Putri, Hindun, Niken, Nadhira, Dan Rani. Terima kasih atas semangat, dukungan, kebersamaan, dan menjadi penyemangat serta teman yang baik selama penulis belajar di IKOPIN.
11. Seluruh teman-teman angkatan 2017, terutama kelas Manajemen F, Teman-teman Manajemen Pemasaran, walaupun tidak banyak kita bertatap muka untuk saling mengenak lebih jauh terima kasih atas semangat dan dukungannya.

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

Alhamdulillah, Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Jatinangor, Juli 2020

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN.....	i
RIWAYAT HIDUP.....	ii
ABSTRACT.....	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.2.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.2.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II.....	11
PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	11
2.1 Pendekatan Masalah.....	11
2.1.1 Pendekatan Koperasi.....	11
2.1.2 Pendekatan Pemasaran.....	19
2.1.3 Pendekatan Bauran Pemasaran	23
2.1.4 Pendekatan Penjualan dan Volume Penjualan.....	30
2.2. Metode Penelitian.....	33
2.2.1. Metode Penelitian yang digunakan.....	33
2.2.2 Data Yang Diperlukan	33
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	35

2.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
2.2.5. Rancangan Analisis (Pengolahan Data).....	37
2.2.6 Tempat Penelitian	43
2.2.7 Jadwal Waktu Penelitian.....	43
BAB III	44
KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	44
3.1 Sejarah Berdirinya Koperasi Unit Desa Mandiri Bayongbong Garut	44
3.1.1 Keadaan Usaha KUD Mandiri Bayongbong	63
3.2. Keadaan Permodalan Dan Keuangan KUD Mandiri Bayongbong	71
3.2.1 Keadaan Permodalan	71
3.3 Organisasi Dan Instansi Terkait	78
3.4. Keadaan Wilayah Kerja KUD Mandiri Bayongbong.....	79
3.4.1 Keadaan Fisik dan Geografis	79
3.4.2. Keadaan Sosial Dan Ekonomi	80
3.5 Implementasi Jatidiri Koperasi.....	82
3.5.1. Implementasi Definisi Koperasi	82
BAB IV	91
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Yang Telah Dilaksanakan Oleh Unit Makanan Ternak KUD Mandiri Bayongbong.....	91
4.2 Tingkat Kesesuaian Antara Pelaksanaan Bauran Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Unit Makanan Ternak KUD Mandiri Bayongbong Dengan Kepentingan (Harapan) Anggota.....	94
4.3 Faktor Apa Saja Yang Menjadi Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Bauran Pemasaran	114
BAB V.....	116
KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
5.1 kesimpulan.....	116
5.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Populasi Sapi Perah Laktasi Pada Unit Sapi Perah	4
Tabel 1. 2 Penjualan Makanan Ternak Kud Mandiri Bayongbong	6
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 2. 2 Kriteria Tanggapan Dan Harapan Anggota	38
Tabel 2. 3 Kelas Interval	39
Tabel 2. 4 Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator-Indikator Bauran Pemasaran	39
Tabel 2. 5 Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator-Indikator Bauran Pemasaran	39
Tabel 2. 6 Tabulasi Kesesuaian Antara Tingkat Pelaksanaan Dan Tingkat Harapan	40
Tabel 3. 1 Perkembangan Jumlah Anggota Peternak Sapi Perah KUD Mandiri Bayongbong Berdasarkan Wilayah Kerja.....	62
Tabel 3. 2 Perkembangan Hasil Usaha Unit Susu Sapi Perah	65
Tabel 3. 3 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Unit Makanan Ternak	66
Tabel 3. 4 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Unit Usaha Pelayanan Rekening Listrik.....	67
Tabel 3. 5 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Unit Usaha Waserda.....	68
Tabel 3. 6 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Unit Simpan Pinjam	69
Tabel 3. 7 perkembangan Sisa Hasil Usaha Unit Kredit Candak Kulak (KCK)....	70
Tabel 3. 8 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Unit Simpan Pinjam Pedagang Usaha Kecil (SP/PUK).....	70
Tabel 3. 9 Laporan Modal Sendiri KUD Mandiri Bayongbong Periode Tahun 2015-2019	72
Tabel 3. 10 Laporan Modal Asing KUD Mandiri Bayongbong Periode Tahun 2015-2019	73
Tabel 3. 11 Pedoman Penilaian Likuiditas Koperasi	74
Tabel 3. 12 Perkembangan Tingkat Likuiditas KUD Mandiri Bayongbong Tahun 2015-2019	75
Tabel 3. 13 Pedoman Penilaian Solvabilitas	76
Tabel 3. 14 Perkembangan Tingkat Solvabilitas KUD Mandiri Bayongbong Tahun 2015-2019	76
Tabel 3. 15 Pedoman Penilaian Rentabilitas.....	77
Tabel 3. 16 Perkembangan Tingkat Rentabilitas KUD Mandiri Bayongbong	78
Tabel 3. 17 Penerapan Definisi Koperasi Di KUD Mandiri Bayongbong.....	83
Tabel 3. 18 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Di Kud Mandiri Bayongbong	84

Tabel 4. 1 Rekapitulasi Penelaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Kualitas Produk.....	94
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Kualitas Produk.....	95
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Kualitas Kemasan Produk.....	95
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Kualitas Kemasan Produk.....	96
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Ketersediaan Produk.....	97
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Ketersediaan Produk.....	97
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Harga Sesuai Dengan Kualitas Produk.....	98
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Harga Sesuai Dengan Kualitas Produk.....	99
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Harga Lebih Murah Dibanding Tempat Lain.....	99
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Harga Lebih Murah Dibanding Dengan Tempat Lain.....	100
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Perbedaan Harga Untuk Anggota Dan Non-Anggota.....	101
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Perbedaan Harga Untuk Anggota Dan Non-Anggota.....	101
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Lokasi Mudah Dijangkau.....	102
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Lokasi Mudah Dijangkau	103
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Mudah Memperoleh Makanan Ternak	103
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Mudah Memperoleh Makanan Ternak.....	104
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Pelayanan Pengantaran Produk.....	105
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Pelayanan Pengantaran Produk.....	105
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Penyebaran Informasi	106
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Penyebaran Informasi	107
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Pemberian Potongan Harga	107
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Pemberian Potongan Harga	108
Tabel 4. 23 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator Bonus Bagi Anggota Yang Rajin Bertransaksi	109

Tabel 4. 24 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Harapan Indikator Bonus Bagi Anggota Yang Rajin Bertransaksi.....	109
Tabel 4. 25 Analisis Tingkat Kesesuaian Dan Kesenjangan Antara Pelaksanaan Dan Harapan Di Unit Makanan Ternak.....	111



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kartesius.....	41
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KUD Mandiri Bayongbong.....	49
Gambar 4. 2 Hasil Analisis Diagram Kartesius Pada Unit Makanan Ternak	112

