

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA  
SEBAGAI PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Unit Toko Koperasi Serba Usaha Budi Daya Jln Rajamantri  
II/9 Buahbatu, Bandung).

**SKRIPSI**

Disusun Oleh :

**Yusril Pratama Layuhibu**

**C1170168**

Pembimbing

**Drs. Agus Arifin, M.Si., Ak**



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi kasus pada Unit Toko KSU Budidaya Kota Bandung)

**Nama Mahasiswa** : Yusril Pratama Layuhibu

**Nomor Pokok** : C1170168

**Program Studi** : Manajemen

**Konsentrasi** : Manajemen Bisnis

MENYUTUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



**Drs. Agus Arifin, M.Si., Ak**

Mengetahui

Direktur Program Studi S1 Manajemen



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

## **RIWAYAT HIDUP**

**Yusril Pratama Layuhibu**, Lahir di Desa Tompasobaru 1, Kecamatan Tomasobaru, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara pada tanggal 24 Mei 1999.

Adapun Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh yaitu :

1. Tahun 2008 menyelesaikan Pendidikan di TK Nurussalam Pinaesaan, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara
2. Tahun 20013 menyelesaikan Pendidikan di SD Negeri 1 Tompasobaru. Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara
3. Tahun 2015 menyelesaikan Pendidikan di SMP Negeri 1 Tompasobaru. Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara
4. Tahun 2017 menyelesaikan Pendidikan di SMA Budi Utomo Perak, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur.
5. Pada tahun 2017 penulis mencatatkan diri sebagai Mahasiswa Insitut Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat.



IKOPIN

## **ABSTARACT**

**YUSRIL PRATAMA LAYUHIBU (C1170168)**, *Analysis of Marketing Mix to Increase Member Participation as Customer,( Case Study at KSU Budi Daya Store Unit, Bandung) under guidance of Drs. Agus Arifin, M.Si., Ak.*

*The obeject of this research is the KSU Budi Daya Store Unit. The income of the KSU Budi Daya Store Unit has fluctuated, which illustrates that member participation is still low, a condition that is thought to be a factor is the price that is not much different from competitor, the absence of price promotion for members, the availability of products is still lacking, and limited parking space. These factors indicate that the implementation of the retail mix is nit expected to be well managed.*

*Purpose of this research is to determine how the effort that should be done to increase member participation as customer based on the implementation of marketing mix as a tool to achieve marketing activity that is suitable with the needs want of members in order to increase member transaction at KSU Budi Daya Store Unit. In this research, the research method used is the case study method, which is a method that studies and analyzes intensively that facts related to the problem so that it can describe the problems that have been previously identified, the analytical tool used by using a Cartesian diagram.*

*The result showed members responses to the implementation of the marketing mix in the Store Unit were quit good but there were some indicators that were some indicators that were still not such a discount for members, parking lot, product varian, and sales promotion. So that Cooperative needs to fix the implementation of marketing mix at Store Unit so it can increase member participation as customer Store Unit KSU Budi Daya.*

## RINGKASAN

**YUSRIL PRATAMA LAYUHIBU (C1170168)**, Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan, (Studi kasus pada Unit Toko KSU Budi Daya, Bandung) dibawah bimbingan Drs. Agus Arifin, M.Si., Ak.

Objek dari penelitian ini yaitu Unit Toko KSU Budi Daya. Pendapatan Unit Toko KSU Budi Daya mengalami turun naik atau fluktusasi, yang menggambarkan partisipasi anggota masih rendah, kondisi yang diduga menjadi faktornya adalah harga yang tidak jauh berbeda dengan pesaing, tidak adanya promosi harga bagi anggota, ketersediaan produk yang masih kurang, dan keterbatasan lahan parkir. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran diduga belum dikelola dengan baik

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan berdasarkan pelaksanaan bauran pemasaran sebagai alat untuk mencapai kegiatan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota agar dapat meningkatkan transaksi anggota pada unit Toko KSU Budi Daya. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, yaitu metode yang mempelajari, menganalisa secara intensif fakta-fakta yang berkaitan dengan masalah sehingga dapat menggambarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, alat analisi yang digunakan yaitu dengan menggunakan diagram kartsius.

Hasil penelitian menunjukkan tanggapan anggota mengenai pelaksanaan bauran pemasaran oleh Unit Toko cukup baik, tapi ada beberapa indikator yang masih kurang baik seperti potongan harga, lahan parkir, varian produk dan promosi penjualan. Untuk itu Koperasi perlu memperbaiki pelaksanaan baura pemasaran pada Unit Toko sehingga dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Toko KSU Budi Daya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN, (STUDI KASUS KOPERASI SERBA USAHA BUDIDAYA KOTA BANDUNG, JAWA BARAT)”** sebagai syarat untuk menempuh ujian sarjana pada program studi Manajemen. Insitut Koperasi Indonesia

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 adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil. Ucapan tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Yang Terhormat , Bapak Dr. Burhanuddin Abdullah, Ir., MA Selaku Rektor Insitut Koperasi Indonesia
2. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc Selaku Direktur Prodi S1 Manajemen Insitut Koperasi Indonesia
3. Yang Terhormat, Bapak Drs. Agus Arifin, M.Si., Ak selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan kesempatan, memotivasi, mengarahkan, dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Yang Terhormat, Ibu Hj. Yeni Wipartini, SE., M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan yang berarti untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Yang Terhormat, Ibu Hj, Suarni Amran. MH selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan koreksi, masukan yang berarti untuk kesempurnaan skripsi ini.

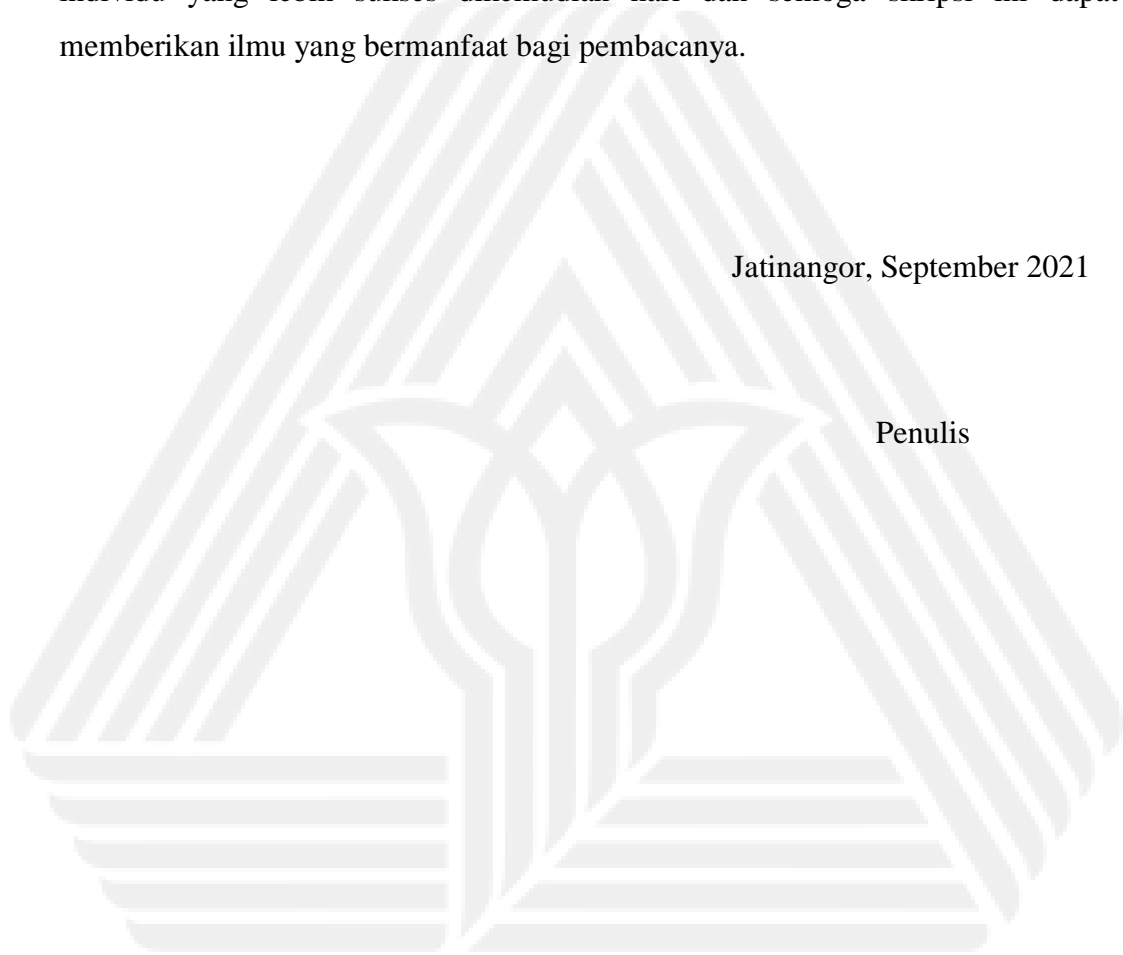
6. Yang Terhormat, Ibu Lya Setyawati selaku pengurus KSU Budi Daya Yang telah membantu penulis dalam membantu memberikan data sehingga penulis bisa menyempurnakan skripsi ini.
7. Seluruh dosen prodi Manajemen, Ikopin yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan
8. Seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen Ikopin yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis
9. Seluruh karyawan, manajer, pengurus, dan anggota Koperasi Serba Usaha Budi Daya
10. Kardina Gusti selaku Nenek dan Wirda Ayu selaku Bibi yang selalu tiada henti memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
11. Teman-teman seperjuangan kelas D dan kelas A manajemen Bisnis
12. Teman-teman praktek lapang di Kopkar Dirgantara Kota Bandung, Jessica, widya, dan vera
13. Teman-teman Padepokan Hj. Ateng (Husnul, Dicky, Ikmal, Rifal, Nurul, Okta, Elah, Silvy, dan yang lain, yang telah menjadi teman yang memberikan hiburan kepada penulis sehingga penulis menjadi lebih termotivasi selama penyusunan skripsi
14. Teman-teman GGS Fauzan, Rezi, Toyib, Gilang, Cahyo, Kevin selaku yang bersedia memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis
15. Teman-teman Mumi Tompasobaru, Ayii, Riyan, Lulu, Aan, Oyan, Ega, Ika, yang telah memberikan semangat kepada penulis.
16. Teman-teman sepembimbingan
17. Rekan-rekan Pondok Pesantren Mahasiswa Nurul Hakim (PPM NH) Bandung Timur, terutama Bapak K.H. Syamsul Bahri sekeluarga, Bapak K.H. Zainudin sekeluarga, Bapak Paidi sekeluarga dan semua santri yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga bantuan yang diberikan, baik berupa moril maupun materil di nilai Allah sebagai ibadah.
18. Mobile Legends dan Pubg Mobile yang selalu memberikan hiburan di kala waktu senggang kepada penulis selama penyusunan skripsi.

19. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam persiapan dan pelaksanaan penyusunan skripsi ini

Semoga skripsi ini menjadi salah satu tahapan untuk penulis menjadi individu yang lebih sukses dikemudian hari dan semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat bagi pembacanya.

Jatinangor, September 2021

Penulis



IKOPIN

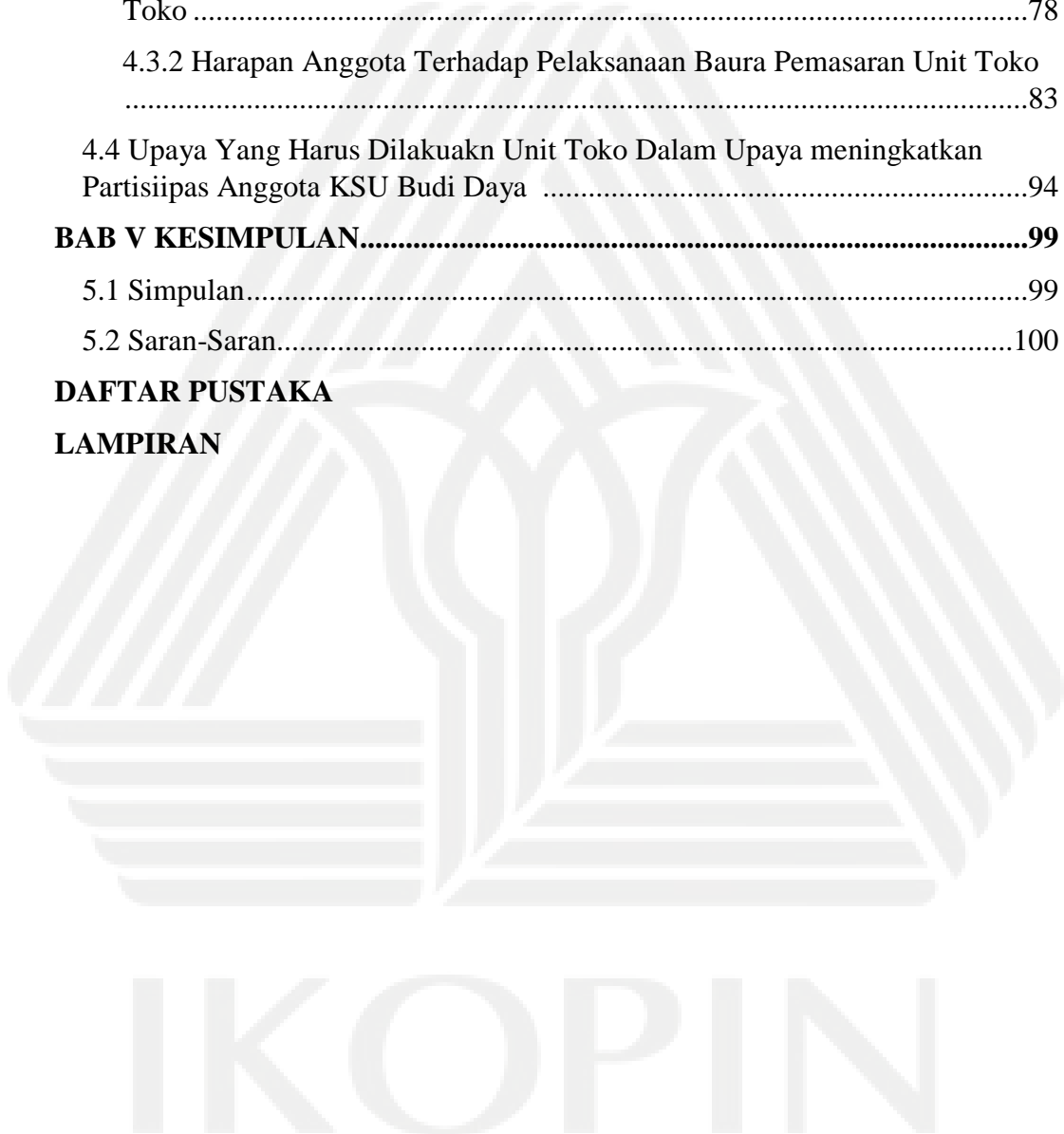


## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Aspek Teoritis .....	9
1.4.2 Aspek Praktis .....	9
<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 Definisi Koperasi .....	13
2.1.3 Ciri-Ciri Koperasi.....	15
2.1.4 Bentuk Dan Jenis-Jenis Koperasi.....	16
2.1.5 Manfaat Ekonomi Koperasi .....	19
2.1.6 Pendekatan Manajemen Bisnis .....	21
2.1.7 Pendekatan Bauran Pemasaran .....	23
2.1.8 Pengertian Bauran Pemasaran.....	29
2.1.9 Pendekatan Partisipasi Anggota .....	36
2.1.10 Bentu-Bentuk Partisipasi.....	39
2.2 Metode Penelitian.....	40

2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	40
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	41
2.2.3 Sumber Data Dan Cara Menemukan Sumber Data.....	42
2.2.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
2.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
2.2.6 Rancangan Analisis Data .....	44
2.2.7 Tempat Penelitian.....	49
2.2.8 Jadwal Penelitian.....	49
<b>BAB III KEADAAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Keadaan Umum Organisasi.....	50
3.1.1 Sejarah Terbentuknya KSU Budi Daya .....	50
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi .....	51
3.2 Keanggotaan Koperasi.....	58
3.3 Kegiatan Usaha.....	59
3.3.1 Kegiatan Usaha KSU Budi Daya .....	59
3.3.2 Permodalan KSU Budi Daya .....	62
3.3.3 Organisasi Yang Berkaitan Dengan KSU Budi Daya.....	64
3.4 Keadaan Organisasi Dan Manajemen.....	64
3.4.1 Keadaan Fisik Dan Geografis .....	64
3.4.2 Keadaan Ekonomi .....	65
3.4.3 Keadaan Sosial.....	65
3.4.4 Wilayah Jangkauan Anggota.....	65
3.4.5 Wilayah Jangkauan Unit Usaha .....	65
3.5 Implementasi Jatidiri Koperasi.....	66
3.5.1 Implementasi Definisi Koperasi di KSU Budi Daya .....	66
3.5.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi di KSU Budi Daya.....	66
3.5.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi di KSU Budi Daya .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
4.1 Bauran Pemasaran Yang Diterapkan Unit Toko KSU Budi Daya .....	73
4.1.2 Variabel Produk .....	74
4.1.3 Variabel Harga .....	74
4.1.4 Variabel Tempat.....	75

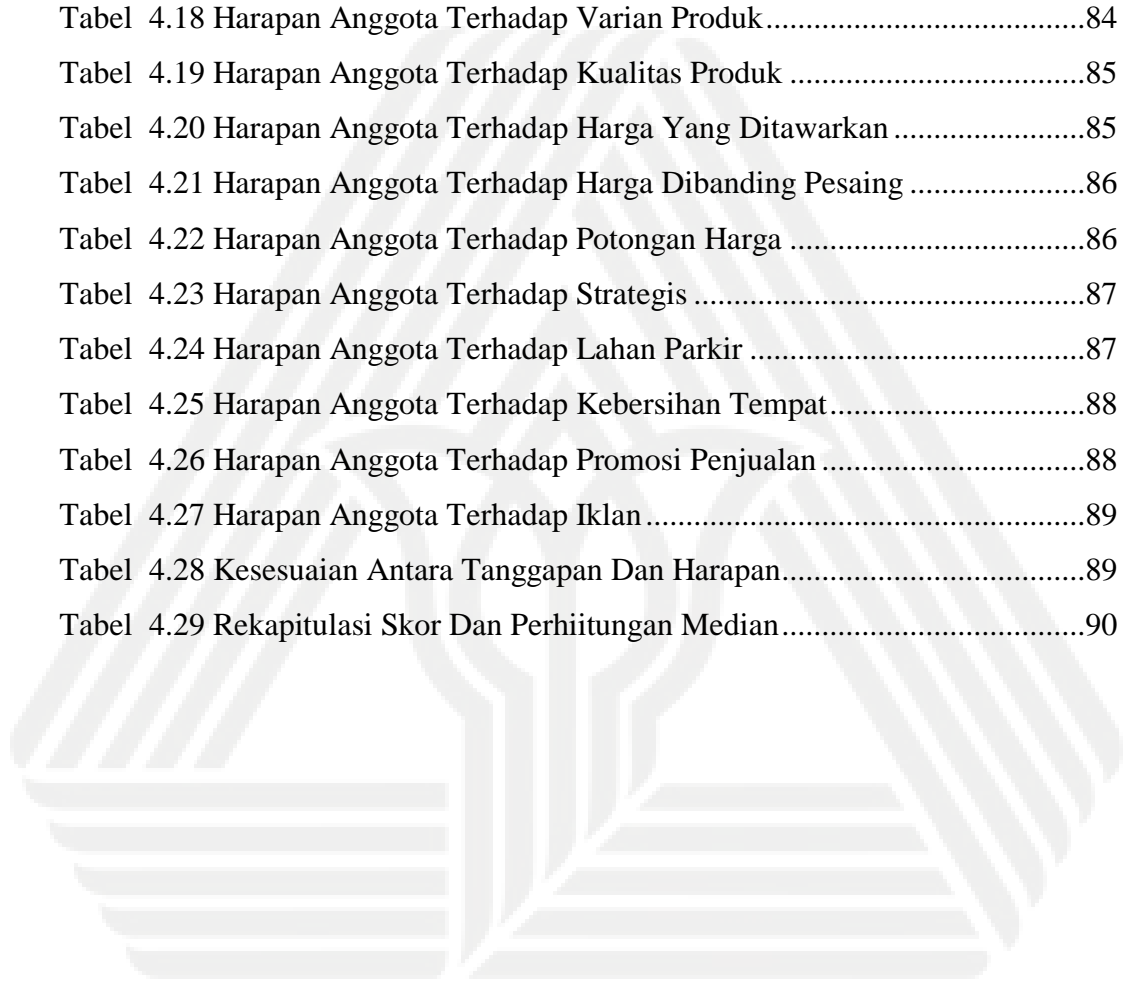
4.2.5 Variabel Promosi.....	75
4.2 Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan .....	76
4.3 Tanggapan Dan Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Unit Toko KSU Budi Daya .....	78
4.3.1 Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Baura Pemasaran Unit Toko .....	78
4.3.2 Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Baura Pemasaran Unit Toko .....	83
4.4 Upaya Yang Harus Dilakuakn Unit Toko Dalam Upaya meningkatkan Partisiipas Anggota KSU Budi Daya .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>99</b>
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Saran-Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Volume Penjualan .....	4
Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota .....	4
Tabel 1.3 Perbandingan Harga Produk Dengan Pesaing .....	6
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel .....	41
Tabel 2.2 Sistem Penilaian Skoring .....	45
Tabel 2.3 Tabulasi Tingkat Kesesuaian .....	47
Tabel 3.1 Susunan Pengawas KSU Budi Daya.....	54
Tabel 3.2 Susunan Pengurus KSU Budi Daya .....	55
Tabel 3.3 Susunan Karyawan KSU Budi Daya .....	57
Tabel 3.4 Jumlah Anggota KSU Budi Daya .....	59
Tabel 3.5 Perkembangan Unit Toko KSU Budi Daya .....	60
Tabel 3.6 Perkembangan Unit Simpan Pinjam Budi Daya.....	61
Tabel 3.7 Kondisi Permodalan KSU Budi Daya.....	63
Tabel 3.8 Perkembangan jumlah SP SW .....	63
Tabel 3.9 Implementasi Nilai-Nilai Pada KSU Budi Daya.....	67
Tabel 3.10 Implementasi Prinsip-Prinsip Pada KSU Budi Daya.....	70
Tabel 4.1 Perbandingan Harga Jual Unit Toko Dengan Pesaing .....	74
Tabel 4.2 Tanggapan Anggota Terhadap Pembelian Per Bulan .....	76
Tabel 4.3 Tanggapan Anggota Terhadap Frekuensi Pembelian .....	76
Tabel 4.4 Tanggapan Anggota Terhadap Kritik Dan Saran .....	77
Tabel 4.1 Rekapitulasi Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan.....	77
Tabel 4.6 Penialain Anggota Terhadap Kelengkapan Produk .....	78
Tabel 4.7 Penialain Anggota Terhadap Varian Produk .....	79
Tabel 4.8 Penialain Anggota Terhadap Kualitas Produk .....	79
Tabel 4.9 Penialain Anggota Terhadap Harga Yang Ditawarkan.....	80
Tabel 4.10 Penialain Anggota Terhadap Harga Dibanding Pesaing.....	80
Tabel 4.11 Penialain Anggota Terhadap Potongan Harga .....	81
Tabel 4.12 Penialain Anggota Terhadap Strategis.....	81
Tabel 4.13 Penialain Anggota Terhadap Lahan Parkir .....	82

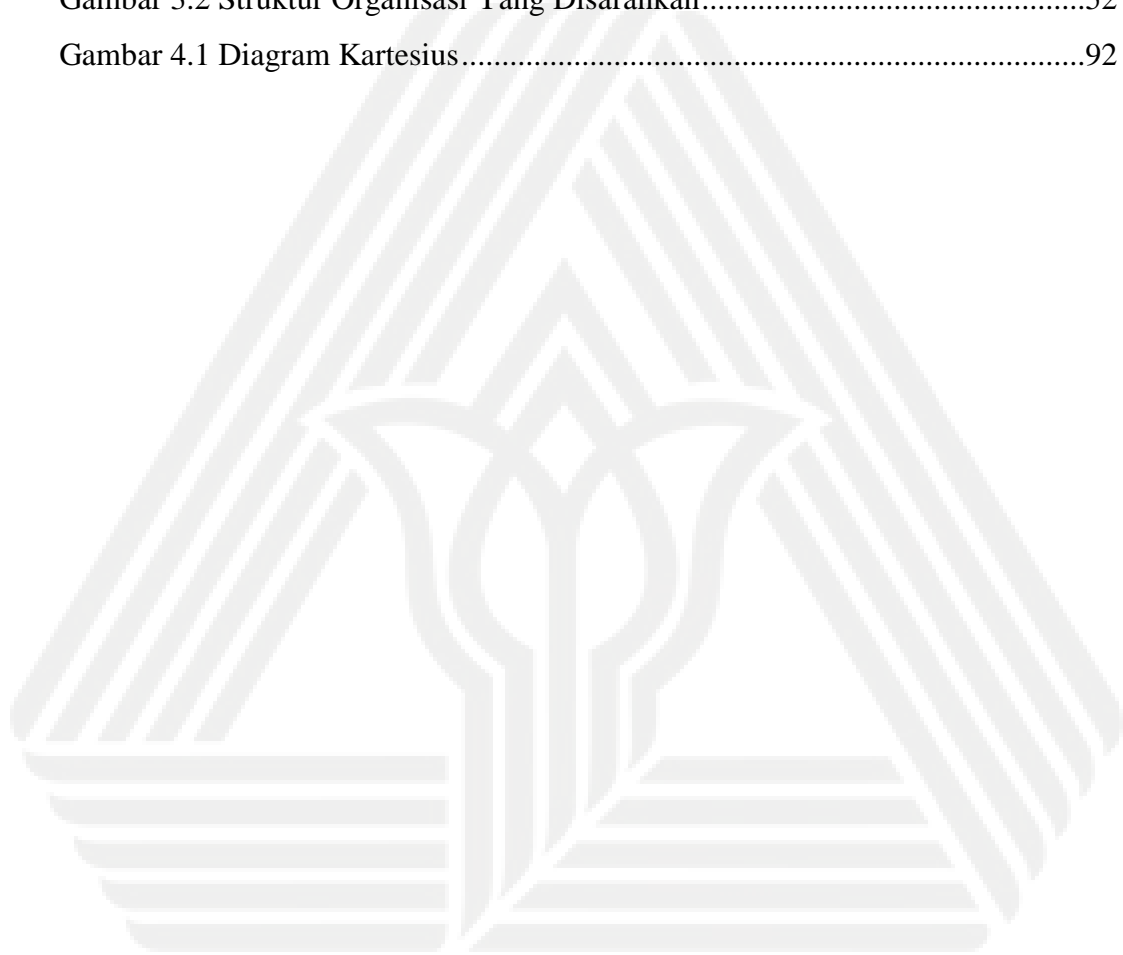
Tabel 4.114 Penialain Anggota Terhadap Kebersihan Tempat .....	82
Tabel 4.15 Penialain Anggota Terhadap Promosi Penjualan.....	83
Tabel 4.16 Penialain Anggota Terhadap Iklan.....	83
Tabel 4.17 Harapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk.....	84
Tabel 4.18 Harapan Anggota Terhadap Varian Produk.....	84
Tabel 4.19 Harapan Anggota Terhadap Kualitas Produk .....	85
Tabel 4.20 Harapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditawarkan .....	85
Tabel 4.21 Harapan Anggota Terhadap Harga Dibanding Pesaing .....	86
Tabel 4.22 Harapan Anggota Terhadap Potongan Harga .....	86
Tabel 4.23 Harapan Anggota Terhadap Strategis .....	87
Tabel 4.24 Harapan Anggota Terhadap Lahan Parkir .....	87
Tabel 4.25 Harapan Anggota Terhadap Kebersihan Tempat.....	88
Tabel 4.26 Harapan Anggota Terhadap Promosi Penjualan .....	88
Tabel 4.27 Harapan Anggota Terhadap Iklan.....	89
Tabel 4.28 Kesesuaian Antara Tanggapan Dan Harapan.....	89
Tabel 4.29 Rekapitulasi Skor Dan Perhiitungan Median.....	90



IKOPIN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkat Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan .....	48
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSU Budi Daya .....	51
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Yang Disarankan.....	52
Gambar 4.1 Diagram Kartesius.....	92



IKOPIN