

**ANALISIS *PROMOTIONAL MIX* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

(Studi Kasus pada Unit Niaga pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Disusun Oleh

Paulina Ketty

C1170323

Pembimbing:

Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

INSTITUT KOPERASI INDONESIA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Analisis *Promotional Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan**
(Studi Kasus Pada Unit Niaga Pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung)

Nama Mahasiswa : **PAULINA KETTY**

NRP : **C1170323**

Program Studi : **Strata 1 Manajemen**

Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

MENYETUJUI DAN MENGESAHAN

Dosen Pembimbing



Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc

Direktur Program Studi S1 Manajemen



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

RIWAYAT HIDUP

Paulina Ketty, dilahirkan di Selabih pada tanggal 28 Juni 1999. Anak kedua dari empat bersaudara pasangan Bapak Alfonsius Acim dan Ibu Karmila yang saat ini menetap di Bengkayang, Kalimantan Barat. Pendidikan yang telah ditempuh :

TAHUN	NAMA SEKOLAH
2005-2011	SDN 2 Bengkayang
2011-2014	SMPN 1 Bengkayang
2014-2017	SMAN 1 Bengkayang
2017-2021	Tercatat sebagai mahasiswi Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) jurusan Manajemen Pemasaran

Selama Menempuh pendidikan di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN), penulis aktif di beberapa organisasi mahasiswa dan kepanitiaan di internal kampus diantaranya :

Organisasi/ Kepanitiaan	Jabatan	Periode (Tahun)
Himpunan Mahasiswa S1 Manajemen (HIMA)	Bendahara	2017-2018
Panitia Komisi Pemilu Raya (KPR)	• Anggota Divisi Liaison Officer (LO)	2017
	• Koordinator Divisi Liaison Officer (LO)	2018
	• Bendahara	2019
	• Bendahara	2020
Ikatan Volly Mahasiswa (IVOMA)	Anggota	2017
Kepanitiaan Natal	• Anggota Divisi Dekorasi	2017
	• Koordinator Divisi Dekorasi	2019
Kepanitiaan Dies Natalis IKOPIN Ke 37	Anggota Divisi Acara	2018

ABSTRACT

Paulina Ketty, 2021. *Promotional Mix in an Effort to Increase Sales Volume, a case study on the Bandung City Government Employee Cooperative Commerce unit, under the guidance of Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc*

Bandung City Government Employee Cooperative has 4969 members consisting of Civil Servants, in this study took 40 members as research samples using non-probability sampling with incidental sampling techniques.

The purpose of this research is to find out the promotional mix used in the Bandung City Government Employee Cooperative Commerce unit and become the material for further business development in the Bandung City Government Employee Cooperative Commerce unit.

This research was conducted to find out the promotional mix implemented in the Bandung City Government Employee Cooperative Trading unit, while to find out the members' responses and expectations of the promotional tools that must be used in the Bandung City Government Employee Cooperative Trading unit with a descriptive analysis design using a Likert scale using diagrams. cartesian.

From the results of the research, the Bandung City Government Employees Cooperative has carried out and implemented promotional mix a limited including giving coupons, flyers and conducting exhibitions. Efforts to increase sales volume by carrying out promotions that prioritize the knowledge of the general public and members in particular about the products available in the cooperative.



RINGKASAN

Paulina Ketty, 2021. *Promotional Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan , studi kasus pada unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung, dibawah bimbingan bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc

Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung memiliki anggota 4969 orang yang terdiri dari Pegawai Negeri Sipil, dalam penelitian ini mengambil 40 orang anggota menjadi sampel penelitian menggunakan non probability sampling dengan teknik sampling insidental .

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *promotional mix* yang digunakan pada unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung dan menjadi bahan untuk perkembangan usaha selanjutnya pada unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu *promotional mix* yang diimplementasikan pada unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung, adapun untuk mengetahui tanggapan dan harapan anggota terhadap alat promosi yang harus digunakan pada unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung dengan rancangan analisis menggunakan deskriptif dengan skala likert menggunakan diagram kartesius.

Dari hasil penelitian, Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung telah melakukan dan melaksanakan *promotional mix* yang terbatas meliputi pemberian kupon, selebaran brosur dan melakukan pameran-pameran. Upaya untuk meningkatkan volume penjualannya dengan melaksanakan promosi yang bersifat memprioritaskan pengetahuan masyarakat umum dan anggota pada khususnya akan produk yang tersedia di koperasi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan YME, karena atas berkat dan karuniannyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis *Promotional Mix* dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan” studi kasus pada Unit Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) yang beralamat di jalan Wastukencana No. 5 Bandung Jawa Barat.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Yang terhormat, Bapak Dr. Ir Burhanuddin Abdullah, MA selaku rektor Institut Koperasi Indonesia.
2. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, M.Sc selaku direktur Program Studi Manajemen Strata 1 (S1) Institut Koperasi Indonesia.
3. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang selalu bersabar memberikan arahan, bimbingan, ilmu dan memotivasi penulis dalam penyusunan penelitian ini. *You're the best, pak, Thanksyou so much!*
4. Yang terhormat, Bapak Iwan Mulyana, SE, M.Sc selaku dosen penelaah atau penguji Koperasi yang memberikan masukan dan saran dalam penyusunan penelitian ini.

5. Yang terhormat, Ibu Hj. Yeni Wipartini, SE, M.Ti selaku dosen penelaah atau penguji Konsentrasi yang memberikan masukan dan saran dalam penyusunan penelitian ini.
6. Kedua orang tua tercinta bapak Alfonsius Acim dan ibu Karmila, terimakasih untuk setiap doa, dukungan, motivasi dan bersabar dalam memberikan masukan sebagai pendorong kekuatan bagi penulis.
7. Kakak dan adik tersayang Eneliana Apriana, Agustina Angelia, dan Laura Fourtunata yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Yang terhormat Suryadman Gidot, M. Pd selaku Bupati Bengkayang yang telah memberikan kesempatan atas beasiswa utusan daerah kepada penyusun penelitian ini.
9. Untuk Pemerintah Daerah Bengkayang khususnya dinas koperasi yang telah memberikan kesempatan dan selalu memotivasi untuk terus semangat sampai akhir.
10. Seluruh dosen Institut Koperasi Indonesia atas ilmu yang telah diberikan dan bermanfaat bagi penulisan ini.
11. Semua teman-teman Manajemen A “Pasukan Paskibra”, terimakasih telah mengisi cerita, pengalaman dan menjadi teman selama perkuliahan.
12. Teman-teman jurusan pemasaran, terimakasih untuk satu semester yang berarti dan luar biasa walaupun melaluinya dengan serba online.
13. Teman-teman beasiswa pemda Bengkayang “Komunitas Mahasiswa Bengkayang”, terimakasih sudah menjadi keluarga ditanah perantauan yang

telah bertukar cerita, pengalaman dan memberi semangat langsung dalam penulisan ini.

14. Pembina dan sekaligus sebagai orang tua ditanah perantauan, Pak Didi , Pak Yaya dan Alm. Pak Odhi yang selalu memberikan dorongan dan motivasi secara langsung.
15. Rekan-rekan organisasi Komisi Pemilu Raya, Himpunan Mahasiswa Manajemen, dan Ikatan Volly Mahasiswa terimakasih telah memberikan pelajaran baru dan melengkapi dalam berbagi ilmu.
16. Semua pengurus dan anggota Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan kepada penulis demi kelancaran penelitian.
17. Teman-teman seperjuangan dan satu tempat penelitian yang selalu *okey gass* Defri dan Lora dalam menemani dan bertukar pendapat dalam penyusunan ini.
18. Sabahat julidku tersayang Sifa Alyananda, terimakasih telah memberikan motivasi dalam penyusunan penelitian ini dan telah menjadi pendengar terbaik di tanah perantauanku.
19. *My Support System* Romanus Krispianus Rawi yang selalu memberikan *positive vibes*, menjadi teman berbagi, bertukar pendapat, dan berkeluh kesah terimakasih selalu ada.
20. Grup Arantau (Defiti, Lora, Ega, Riri, Meta, Karina dan Evi) yang telah menjadi teman baik, saling bertukar kisah dan menjalani hari-hari bersama. Terimakasih selalu baik dan mendukung dalam segala hal.

21. Lelaki asrama yang selalu siap siaga dimintai tolong oleh penulis dan terimakasih selalu berbagi cerita Gabrius Vhirqi Ragafi dan Felix.
22. Teman yang selalu memberikan informasi pergibahan *ter-up to date* dan kehidupan yang penuh drama Gres Jessica. Terimakasih selalu berbagi dan memotivasi.
23. Teman-teman satu bimbingan yang selalu memberikan semangat serta motivasi dalam penelitian ini. Khususnya Karia, Chelsi, Yalenta dan Cinda.
24. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam persiapan sampai terselesaikannya penelitian ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pengembangan literasi di Indonesia. Dan semoga Tuhan YME membalas semua kebaikan orang-orang bersangkutan.

Jatinangor, April 2021

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
Nama Mahasiswa : PAULINA KETTY	Error! Bookmark not defined.
NRP : C1170323	Error! Bookmark not defined.
Program Studi : Strata 1 Manajemen	Error! Bookmark not defined.
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
MENYETUJUI DAN MENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
Dosen Pembimbing	Error! Bookmark not defined.
Direktur Program Studi S1 Manajemen	Error! Bookmark not defined.
Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	ii
ABSTRACT	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1 Maksud Penelitian	14
1.3.2 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Aspek Teoritis	15
1.4.2 Aspek Praktis	15
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	16
2.1 Pendekatan Masalah	16
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	16
2.1.2 Pendekatan Manajemen Pemasaran	27
2.1.3 Pendekatan Promosi	33
2.1.4 Pendekatan Volume Penjualan	37
2.2 Metode Penelitian	38

2.2.1	Data yang Diperlukan.....	39
2.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	39
2.2.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	40
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
2.2.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	42
2.2.6	Analisis Data.....	42
2.2.7	Tempat Penelitian.....	48
2.2.8	Jadwal Penelitian.....	49
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....		50
3.1	Sejarah Berdirinya Koperasi.....	50
3.2	Struktur Organisasi Koperasi.....	52
3.3	Keanggotaan Koperasi.....	80
3.4	Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) 81	
3.4.1	Kegiatan Usaha.....	81
3.4.2	Keadaan Permodalan.....	86
3.4.3	Keadaan Keuangan.....	87
3.5	Implementasi Jati Diri.....	93
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		99
4.1	Karakteristik Responden.....	99
4.2	Profile Unit Niaga.....	100
4.3	<i>Promotional mix</i> yang dilakukan Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung (KPKB).....	107
4.4	Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Alat Promosi Yang Digunakan di Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung.....	112
4.4.1	Pembahasan Sub Variabel Personal Selling (Penjualan Pribadi).....	112
4.4.2	Pembahasan Sub Variabel <i>Sales promotion</i> (Promosi penjualan).....	115
4.4.3	Pembahasan Sub Variabel Advertising (periklanan).....	118
4.4.4	Pembahasan Sub Variabel Direct Marketing (Pemasaran Langsung).....	121
4.4.5	Pembahasan Sub Variabel Public relation and publicity (Hubungan masyarakat dan publisitas).....	125
4.4.6	Pembahasan Volume Penjualan.....	127

4.5 Upaya-Upaya Yang Harus Dilakukan Dalam <i>Promotional Mix</i> Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung (KPKB)	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 SARAN	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	143



IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Penjualan Usaha Niaga Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung	4
Tabel 1. 2 Persentase Penjualan Secara Kredit Usaha Niaga Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung.....	5
Tabel 1. 3 Persentase Penjualan Secara Tunai Usaha Niaga Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung.....	5
Tabel 1. 4 Persentase Volume Penjualan Usaha Niaga Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung.....	6
Tabel 1. 5 Perkembangan Anggota Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung.....	8
Tabel 1. 6 Sebaran Anggota Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung.....	9
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 2. 2 Kriteria Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap unsur Promotional Mix.....	43
Tabel 2. 3 Skala Kelas Interval Pada Unit Usaha Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	44
Tabel 2. 4 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan Promotional Mix Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	45
Tabel 2. 5 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan Promotional Mix Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	45
Tabel 2. 6 Rekapitulasi Pelaksanaan dan Harapan Promotional Mix Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	46
Tabel 3. 1 Daftar Karyawan di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB).....	68
Tabel 3. 2 Perkembangan Anggota Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB).....	81
Tabel 3. 3 Perkembangan Sisa Hasil Usaha (SHU) Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	85

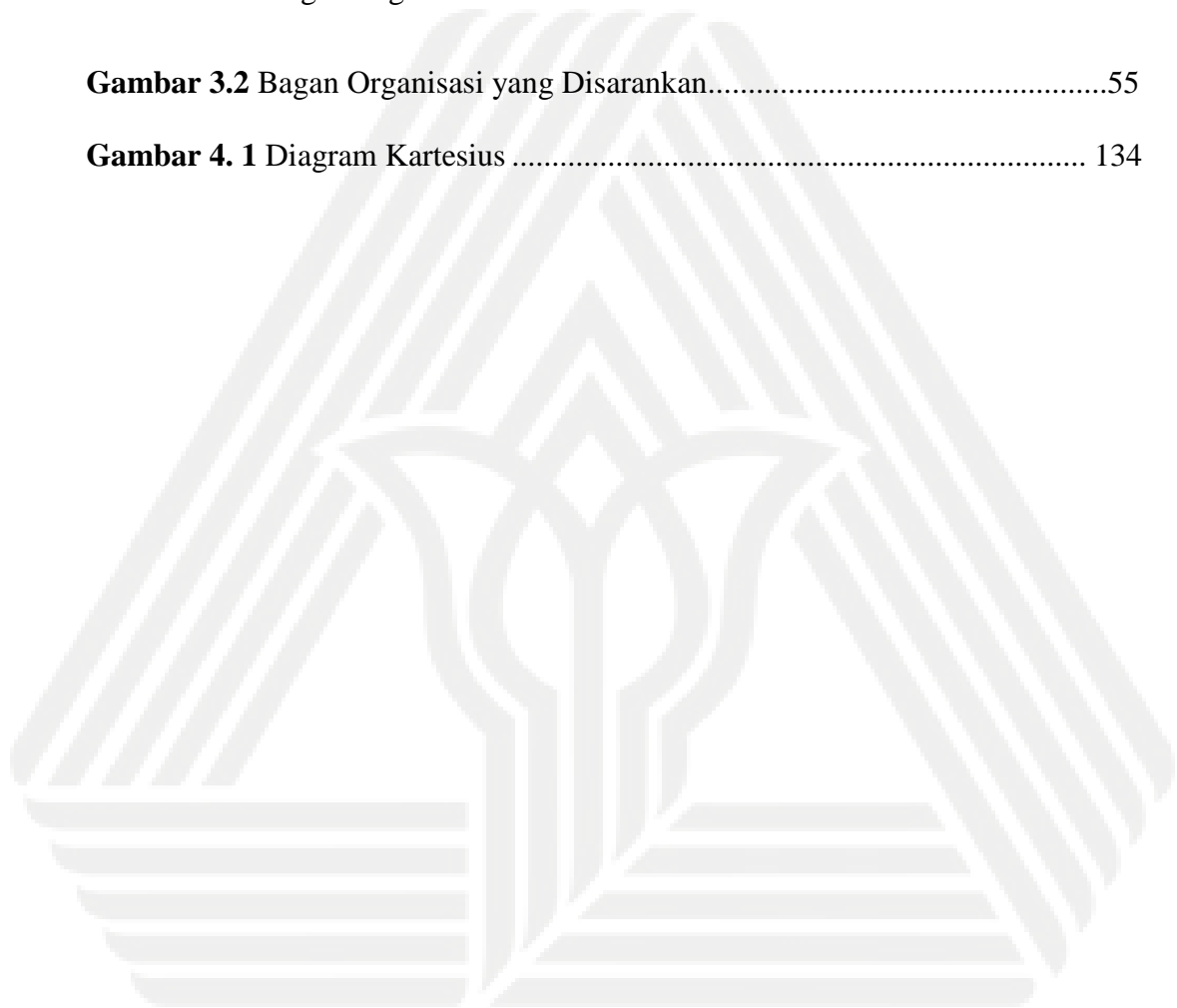
Tabel 3. 4 Perkembangan Modal Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung (KPKB).....	86
Tabel 3. 5 Standar Penilaian Rasio Likuiditas	87
Tabel 3. 6 Perkembangan Likuiditas Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung (KPKB).....	88
Tabel 3. 7 Standar Penilaian Rasio Likuiditas	90
Tabel 3. 8 Perkembangan Solvabilitas Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB).....	90
Tabel 3. 9 Standar Penilaian Rasio Rentabilitas.....	92
Tabel 3. 10 Perkembangan Solvabilitas Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB).....	92
Tabel 3. 11 Implementasi Definisi Koperasi di Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung (KPKB)	94
Tabel 3. 12 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB).....	95
Tabel 3. 13 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB).....	96
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	99
Tabel 4. 2 Tanggapan Anggota terhadap Pelaksanaan Promosi yang digunakan koperasi membuat konsumen Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	112
Tabel 4. 3 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan Promosi yang digunakan koperasi membuat konsumen Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	113
Tabel 4. 4 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan Promosi yang disampaikan koperasi menarik minat pembeli Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	114
Tabel 4. 5 Tanggapan Anggota terhadap Harapan Promosi yang disampaikan koperasi menarik Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	114

Tabel 4. 6 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan Promosi melalui Pameran-Pameran dan Kupon Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	115
Tabel 4. 7 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan Promosi melalui Pameran-Pameran dan Kupon Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	116
Tabel 4. 8 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan Pelanggan Mengetahui Produk yang Dijual Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	117
Tabel 4. 9 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan Pelanggan Mengetahui Produk yang Dijual Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	117
Tabel 4. 10 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan pesan Yang Disampaikan Jelas Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	118
Tabel 4. 11 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan Pesan yang disampaikan jelas Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	119
Tabel 4. 12 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan Promosi melalui sebaran brosur (iklan) Unit.....	120
Tabel 4. 13 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan Promosi melalui sebaran brosur (iklan) Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	120
Tabel 4. 14 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan harga murah dan terjangkau Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.	121
Tabel 4. 15 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan harga murah dan terjangkau Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	122
Tabel 4. 16 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan pelayanan penjualan memuaskan Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	123
Tabel 4. 17 Harapan Anggota terhadap pelayanan penjualan memuaskan Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	123
Tabel 4. 18 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan pengunjung membeli produk yang relatif murah Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	124

Tabel 4. 19 Harapan Anggota terhadap pengunjung membeli produk yang relatif murah Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	125
Tabel 4. 20 Tanggapan Anggota terhadap pelaksanaan keikutsertaan dalam acara Bakti Sosial Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	126
Tabel 4. 21 Harapan Anggota terhadap pelaksanaan keikutsertaan dalam acara bakti sosial Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	126
Tabel 4. 22 Tanggapan Anggota terhadap Mencapai target penjualan di Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	127
Tabel 4. 23 Harapan Anggota terhadap Mencapai target penjualan di Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	127
Tabel 4. 24 Tanggapan Anggota terhadap Produk Terjual dengan Mudah di Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	128
Tabel 4. 25 Harapan Anggota terhadap Produk Terjual dengan Mudah di Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	129
Tabel 4. 26 Tanggapan Anggota terhadap Tidak Kesulitan saat menjual Produk Kepada Anggota maupun Non anggota di Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	130
Tabel 4. 27 Harapan Anggota terhadap Tidak Kesulitan saat menjual Produk Kepada Anggota maupun Non anggota di Unit Usaha Niaga di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung	130
Tabel 4. 28 Rekapitulasi Pelaksanaan dan Harapan Promotional Mix di Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Kartesius	47
Gambar 3. 1 Bagan Organisasi KPKB.....	53
Gambar 3.2 Bagan Organisasi yang Disarankan.....	55
Gambar 4. 1 Diagram Kartesius	134



IKOPIN