

**ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENJUALAN KEPADA NON IPS (INDUSTRI PENGOLAHAN SUSU)**
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Susu Murni Koperasi Serba Usaha Tandangsari,
Tanjungsari, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Disusun oleh :

Naufal Muzhafar

C1170104

Dosen pembimbing

Hj. Rosti Setiawati, SE., M.Si.

Nurjamil. S.H.I., MH



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2021

LEMBAR PENGSAHIAN

**Judul Penelitian : ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN
KEPADA NON IPS (INDUSTRI
PENGOLAHAN SUSU)**

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Susu Murni
Koperasi Serba Usaha Tandangsari, Tanjungsari,
Kabupaten Sumedang, Jawa Barat)

Nama Mahasiswa : Naufal Muzhafar

Nomor Pokok : C1170104

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

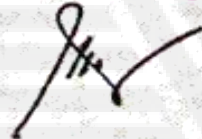
MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1



(Hj. Rosti Setiawati. SE., M.Si)

Pembimbing 2



(Nurjamil. S.H.I., MH)



Direktur Program Studi S1 Manajemen

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

RIWAYAT HIDUP

Naufal Muzhafar, lahir di Kota Sumedang, pada tanggal 10 Agustus 1999. Putra kedua dari dua bersaudara, pasangan Bapak E. Sunarta dan Popon Sopiah. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis, yaitu sebagai berikut :

1. Lulus pada tahun 2005 Taman Kanak-Kanak PGRI Harapan Bunda, Sumedang
2. Lulus pada tahun 2011 Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Tanjungsari, Sumedang
3. Lulus pada tahun 2014 Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Rancakalong, Sumedang
4. Lulus pada tahun 2017 Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri Tanjungsari, Sumedang

Pada tahun 2017, penulis mencatatkan diri sebagai mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Strata I Manajemen Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan kemahasiswaan antara lain :

- 1) Anggota IT Club ikopin pada tahun 2017
- 2) Anggota Ikopin Bandminton Club (IBC) 2018

ABSTRACT

Naufal Muzhafar (C1170104), *Analysis of Promotional Mix to Increase Sales to Non-IPS (Milk Processing Industry), Case Study on Pure Milk Business Unit of Multipurpose Cooperative Tandangsari, Tanjungsari, Sumedang Regency, West Java under the guidance of Hj. Rosti Setiawati, SE., M.Sc. and Nurjamil. SHI, MH.*

The problem faced by the pure milk business unit of KSU Tandangsari is the decline in sales, especially to Non-IPS. This decrease in sales is thought to be due to several promotional mixes such as advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing carried out by the whole milk business unit of KSU Tandangsari.

The purpose of this study was to find out how the implementation of the promotion mix in the pure milk business unit of KSU Tandangsari. The research method used is a case study method with scoring and analysis techniques on a Cartesian diagram.

Based on the results of responses and expectations from customers, on the Cartesian diagram, it can be seen that the promotion mix indicators contained in quadrant I are brochures, billboards/signboards, and websites. In quadrant II, there are discounts and community activities. Furthermore, in quadrant III, namely product publicity and sales presentation. Next in quadrant IV is the sales meeting. Based on the results of the Cartesian diagram, there are three indicators of the promotion mix that must be improved by the pure milk business unit of KSU Tandangsari in quadrant I including the distribution of brochures that can be done regularly, then billboards/ nameplates that must be improved both from the information provided and from the design displayed, and the use of promotion through the website that must be improved and improved to be able to provide information widely.

Keywords: Cartesian diagram, Promotional Mix, Sales

RINGKASAN

Naufal Muzhafar (C1170104), Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Kepada Non IPS (Industri Pengolahan Susu), Studi Kasus Pada Unit Usaha Susu Murni Koperasi Serba Usaha Tandangsari, Tanjungsari, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat di bawah bimbingan **Hj. Rosti Setiawati, SE.,M.Si.** dan **Nurjamil. S.H.I., MH.**

Permasalahan yang dihadapi pada unit usaha susu murni KSU Tandangsari ialah menurunnya penjualan khususnya kepada Non IPS. Penurunan penjualan ini diduga karena dari beberapa bauran promosi seperti *advertising, personal selling, sales promotion, public relation*, dan *direct marketing* yang dilakukan oleh unit usaha susu murni KSU Tandangsari belum optimal secara keseluruhan.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran promosi pada unit usaha susu murni KSU Tandangsari. Metode penelitian yang digunakan ialah dengan menggunakan metode studi kasus dengan teknik skoring dan analisis pada diagram kartesius.

Berdasarkan hasil tanggapan dan harapan dari para pelanggan, pada diagram kartesius, dapat diketahui bahwa indikator bauran promosi yang terdapat pada kuadran I ialah brosur, *billboard*/papan nama, dan situs web. Pada kuadran II ialah pemberian potongan harga, dan kegiatan masyarakat. Selanjutnya pada kuadran III yaitu publisitas produk dan presentasi penjualan. Selanjutnya pada kuadran IV ialah pertemuan penjualan. Berdasarkan hasil dari diagram kartesius, maka terdapat tiga indikator dari bauran promosi yang harus diperbaiki oleh unit usaha susu murni KSU Tadangsari pada kuadran I diantaranya pembagian brosur bisa dilakukan secara rutin, selanjutnya *billboard*/papan nama yang harus diperbaiki lagi baik dari informasi yang diberikan maupun dari desain yang ditampilkan, dan penggunaan promosi melalui situs web yang harus diperbaiki dan ditingkatkan guna dapat memberikan informasi secara luas.

Kata kunci : *Bauran Promosi, Diagram kartesius, Penjualan*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim, Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan kemudahan dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyusun Skripsi ini dengan lancar, Skripsi ini berjudul “**Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Kepada Non IPS (Industri Pengolahan Susu)**” (Studi Kasus Pada Unit Usaha Susu Murni Koperasi Serba Usaha Tandangsari, Tanjungsari, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Konsentrasi Manajemen Bisnis Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Dalam proses penyusunan Skripsi, penulis menghadapi berbagai macam hambatan serta tantangan akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak tantangan serta hambatan itu dapat teratasi, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Yang terhormat Hj. Rosti Setiawati. SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing pertama saya yang telah menyediakan banyak waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk memberikan bimbingan, arahan serta ilmu yang sangat berarti bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Yang terhormat Nurjamil. S.H.I., MH selaku Dosen Pembimbing kedua saya yang telah menyediakan banyak waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk memberikan bimbingan, arahan serta ilmu yang sangat berarti bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

3. Yang terhormat Dr. H. Ery Supriyadi, Ir., M. Ti selaku Dosen Penguji Konsentrasi yang telah memberi saran, arahan serta dukungan untuk penelitian ini.
4. Yang terhormat H. Dindin Burhanudin, SE. M. Sc selaku Dosen Penguji Koperasi yang telah memberi saran, arahan serta dukungan untuk penelitian ini.
5. Yang terhormat, Bapak DR.Ir. Burhanudin Abdullah, MA selaku Rektori IKOPIN.
6. Seluruh dosen IKOPIN yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama penulis menempuh pendidikan Strata I di IKOPIN,
7. Seluruh staff administrasi dan sekretariat serta karyawan IKOPIN yang telah membantu dan memberikan kelancaran dalam penyelesaian pendidikan dan penulisan skripsi ini.
8. Yang terhormat ketua, seluruh pengurus serta karyawan KSU Tandangsari atas perizinan, kesempatan, serta waktu dan informasi yang diberikan.
9. Yang tercinta, Orang tua yang telah mendidik dan membesarkan penulis. Bapak E. Sunarta dan Ibu Popon Sopiah untuk setiap do'a serta dukungan baik material, kasih, cinta, motivasi, semangat dan sabar yang diberikan.
10. Kakak tercinta, Nurul Kamilah yang telah memberi dukungan, do'a, dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada BGW Fantastik (Ikhsan Akbar Raditya, Nurwan Muharam, M. Rafli F, Yayang Trian S., Rudi Nurdiansyah, Wahyu

Sugiyanto, Dendi Serviana, Rian Maulana, Alwan Ubaydillah, Iqbal Hanafi, Eko Romi S., Haditya Pamungkas, Ahmad Sugih M., Reval Aditya, Wina Hamidah, Chintya F.Y, Wafa Arubaiah, dan Fitrotul Khasanah) atas bantuan, semangat dan motivasi kepada penulis selama ini yang tidak akan terlupakan.

12. Terima kasih kepada teman-teman kelas Manajemen C dan Manajemen Bisnis yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan bantuannya dalam penulisan skripsi ini.
13. Terima kasih kepada Keluarga Besar Unit Kegiatan Mahasiswa Ikopin Badminton Club (IBC) dan segenap kepengurusan yang telah memberikan banyak pengalaman dan nilai kehidupan.
14. Terima kasih kepada Keluarga Besar Unit Kegiatan IT Club Ikopin dan segenap kepengurusan yang telah memberikan banyak pengalaman dan nilai kehidupan.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam persiapan hingga selesainya skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap Skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak. Penulis sadar dalam penulisan ini masih banyak kekurangan. Penulis memohon maaf sebesar-besarnya karena dalam penulisan ini masih banyak kekurangannya. *Allhamdulillah.*

Jatinangor, Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGASAHAN	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 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
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	11
2.1 Pendekatan Masalah	11
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	11
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	24
2.1.3 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	29

5.1.4 Pendekatan Bauran Promosi	31
5.1.5 Pendekatan Industri Pengolahan Susu (IPS) & Non IPS.....	39
5.1.6 Pendekatan Penjualan	41
5.1.7 Penelitian Terdahulu.....	46
2.2 Metode Penelitian	47
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	47
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	48
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	49
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
2.2.5 Teknik Pengambilan Sampel	50
2.2.6 Analisis Data.....	51
2.2.7 Tempat Penelitian	61
2.2.8 Jadwal Penelitian	62
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	63
3.1 Keadaan Umum Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari	63
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari	63
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Serba Usaha Tandangsari.....	71
3.2 Keanggotaan Koperasi.....	79
3.3 Kegiatan Usaha Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari.....	79
3.3.1 Unit Usaha Susu Murni.....	80
3.3.2 Unit Usaha Pakan Ternak dan Sarana Produksi Peternakan.....	81
3.3.3 Unit Usaha Jasa Sapi Perah	81
3.3.4 Unit Usaha Pelayanan Kesehatan dan Inseminasi Buatan (IB)	82
3.3.5 Unit Usaha Simpan Pinjam.....	82
3.4 Keadaan Permodalan dan Keuangan KSU Tandangsari	83

3.4.1 Perkembangan Perodalan KSU Tandangsari.....	83
3.4.2 Keadaan Keuangan Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari	85
3.5 Implementasi Jati Diri Koperasi pada KSU Tandangsari.....	89
3.5.1 Implementasi Definisi Koperasi pada KSU Tandangsari	89
3.5.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Pada KSU Tandangsari	91
3.5.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pada KSU Tandangsari.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1 Hasil Penelitian.....	99
4.1.1 Identitas Responden.....	99
4.2 Hasil Pembahasan.....	99
4.2.1 Bauran Promosi Yang Digunakan Oleh Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari	99
4.2.2 Tanggapan Dan Harapan Pelanggan Terhadap Bauran Promosi Pada Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari.....	102
4.2.3 Upaya Yang Dilakukan Untuk Meningkatkan Penjualan Kepada Non IPS Melalui Bauran Promosi Yang Digunakan Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari.	119
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	122
5.1 Simpulan.....	122
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perkembangan Produksi Dan Penjualan Susu Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari Tahun 2016-2020.....	4
Tabel 1. 2	Perkembangan Penjualan Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari Kepada IPS & Non IPS Tahun 2016-2020.....	5
Tabel 1. 3	Peluang Pasar Absolut Pada Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari	7
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	47
Tabel 2. 2	Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 2. 3	Tabel Penilaian Tiap Indikator.....	53
Tabel 2. 4	Tabel Rekapitulasi Tanggapan Konsumen	55
Tabel 2. 5	Tabel Penilaian Tiap Indikator.....	57
Tabel 2. 6	Tabel Rekapitulasi Harapan Konsumen.....	58
Tabel 2. 7	Tabel analisis kesesuaian dan kesenjangan.....	59
Tabel 3. 1	Perkembangan Modal Sendiri dan Modal Asing KSU Tandangsari Tahun 2016-2020.....	84
Tabel 3. 2	Perkembangan Likuiditas KSU Tandangsari Tahun 2016-2020 ...	86
Tabel 3. 3	Perkembangan Solvabilitas KSU Tandangsari Tahun 2016-2020.	87
Tabel 3. 4	Perkembangan Rentabilitas KSU Tandangsari Tahun 2016-2020	88
Tabel 3. 5	Implementasi Definisi Koperasi pada KSU Tandangsari	90
Tabel 3. 6	Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Pada KSU Tandangsari.....	91
Tabel 3. 7	Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pada KSU Tandangsari...	94
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden	99

Tabel 4. 2	Tanggapan Pelanggan Mengenai Brosur	103
Tabel 4. 3	Tanggapan Pelanggan Mengenai <i>Billboard</i> /Papan Nama	103
Tabel 4. 4	Tanggapan Pelanggan Terhadap Pemberian Potongan Harga	104
Tabel 4. 5	Tanggapan Pelanggan Terhadap Publisitas Produk	105
Tabel 4. 6	Tanggapan Pelanggan Terhadap Kegiatan Masyarakat	106
Tabel 4. 7	Tanggapan Pelanggan Terhadap Presentasi Penjualan	106
Tabel 4. 8	Tanggapan Pelanggan Terhadap Pertemuan Penjualan	107
Tabel 4. 9	Tanggapan Pelanggan Terhadap Situs Web.....	108
Tabel 4. 10	Harapan Pelanggan Mengenai Brosur.....	109
Tabel 4. 11	Harapan Pelanggan Mengenai <i>Billboard</i> /Papan Nama.....	109
Tabel 4. 12	Harapan Pelanggan Terhadap Pemberian Potongan Harga	110
Tabel 4. 13	Harapan Pelanggan Terhadap Publisitas Produk	110
Tabel 4. 14	Harapan Pelanggan Terhadap Kegiatan Masyarakat	111
Tabel 4. 15	Harapan Pelanggan Terhadap Presentasi Penjualan	112
Tabel 4. 16	Harapan Pelanggan Terhadap Pertemuan Penjualan	112
Tabel 4. 17	Harapan Pelanggan Terhadap Situs Web.....	113
Tabel 4. 18	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Mengenai Bauran Promosi Pada Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari	114
Tabel 4. 19	Hasil Rekapitulasi Harapan Pelanggan Mengenai Bauran Promosi Pada Unit Usaha Susu Murni KSU Tandangsari.....	115
Tabel 4. 20	Kesesuaian Dan Kesenjangan Dari Indikator-Indikator Dalam Bauran Promosi	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosial-Ekonomi.....	20
Gambar 2. 2 Proses Bisnis Bermula Dari Konsumen Sebagai Sumber Faktor Produksi Dan Berakhir Pada Konsumen Sebagai Hasil Produksi ...	27
Gambar 2. 3 Diagram <i>Cartesius</i>	60
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KSU Tandangsari.....	72
Gambar 3. 2 Struktur Oranisasi KSU Tandangsari Yang Disarankan.....	73
Gambar 4. 1 Diagram <i>Cartesius</i>	117

