

**ANALISIS IMPLEMENTASI KONSEP *RELATIONSHIP MARKETING*
DALAM HUBUNGANNYA DENGAN PERKEMBANGAN USAHA**

*(Studi Kasus Pada Pengusaha Mie Sruput Desa Kuwurejo, Kec Kutoarjo, Kab
Purworejo, Jawa Tengah)*

SKRIPSI

Disusun oleh:

NURRUDIN

C1150107

Pembimbing :

Ir. H. Indra Fahmi, M.Si.



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

2019

LEMBAR PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS IMPLEMENTASI KONSEP
RELATIONSHIP MARKETING DALAM
HUBUNGANNYA DENGAN PERKEMBANGAN
USAHA**

**(Studi Kasus Pada UMKM Mie Sruput Anggota
Koperasi Surya Abadi di Kabupaten Purworejo)**

PENYUSUN : NURRUDIN

NRP : C1150107

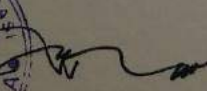
Menyetujui dan Pengesahan

Pembimbing I



(Ir. H. Indra Fahmi, M.Si)

Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Gilanto Purbo Suseno, SE., M.Sc)

MOTTO

“Jika kamu benar menginginkan sesuatu, kamu akan
menemukan caranya.
Namun jika tak serius, kamu hanya akan menemukan alasan.”
- Jim Rohn -

Biso o nyontoni ojo kur nuturi

(Sebisa mungkin memberikan contoh yang baik jangan hanya
memberikan saran)

-Sudardi-

Alhamdulillah rabbil ‘alamin,

Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu dan Ayah tercinta
yang senantiasa mendoakan dan mengusahakan yang terbaik
bagi saya

RIWAYAT HIDUP

Nurrudin, lahir pada tanggal 10 Mei 1997 di Purworejo, Jawa Tengah. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara Keluarga Bapak Sudardi dan Ibu Badriyah. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2009 lulus dari SD Negeri Suren, Kecamatan Kutoarjo , Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.
2. Tahun 2012 lulus dari SMP Negeri 3 Purworejo, Kecamatan Kutoarjo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.
3. Tahun 2015 lulus dari SMK Negeri 6 Purworejo, Kecamatan Kutoarjo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.

Pada tahun 2015 tercatat sebagai mahasiswa di Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi S1 Manajemen, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) yang beralamat di Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat penerima Beasiswa Sriboga Flour Mill. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan diantaranya:

1. Ketua FEMASI (2015-2016)
2. Asisten Laboratorium Komputer IKOPIN div kurikulum (2016-2018)
3. Ikopin mengabdikan (2016)
4. Ikopin mengabdikan (2018)

ABSTRACT

NURRUDIN, Analysis of Relationship Marketing implementation correlate with business growth is observed by sale data. (Case Study at Mie Sruput Desa Kuwurejo, Kecamatan Kutoarjo, Kabupaten Purworejo) under guidance by Ir. H. Indra Fahmi, M.Si.

Mie sruput is one of members of Koperasi Surya Abadi which operating on making mie basah for mie ayam. This business has run for 6 years and the sale is increased every years. But some time is decreased quite drastic. That can be happen assumed because new the competitors are coming in same industry and implementation of marketing strategy has not done the best.

The aim of this research is knowed correlation of marketing strategy that is relationship marketing and growth of mie sruput. This research uses quantitative approach, numeral data collected are tested by statistics method. Which only correlated consumers transaction with business growth. The sample used are 15 person from all consumers of mie sruput.

The result of test is contained correlation of relationship marketing concept with business growth, although business growth is not too significant. That because the enterprise is not maximized in implemented relationship concept and orther factor such as handle criticism and suggestion.

RINGKASAN

NURRUDIN, Analisis Implementasi Konsep Relationship Marketing Dalam Hubungannya Dengan Perkembangan Usaha Dilihat Dari Data Penjualan (Studi Kasus Pada Mie Sruput Desa Kuwurejo, Kecamatan Kutoarjo, Kabupaten Purworejo) di bawah bimbingan Ir. H. Indra Fahmi, M.Si.

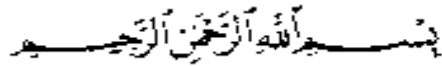
Mie Sruput adalah salah satu anggota dalam Koperasi Surya Abadi yang bergerak dalam bidang pembuatan mie basah untuk mie ayam. Usaha ini sudah berjalan selama 6 tahun, dan penjualannya dari tahun ke tahun meningkat. Namun pada tahun tertentu mengalami penurunan yang lumayan drastis. Hal ini diduga karena mulai muncul pesaing-pesaing baru dalam bidang yang sama dan strategi pemasaran yang diterapkan belum maksimal.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara strategi pemasaran yaitu relationship marketing dengan perkembangan usaha pada mie sruput, dan strategi atau tindakan apa yang akan diambil oleh pelaku usaha untuk terus meningkatkan penjualannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang terkumpul dalam bentuk angka diuji dengan metode statistik. Dan yang dihubungkan hanya transaksi pelanggan dengan perkembangan usaha. Sampel yang digunakan yaitu 15 dari keseluruhan pelanggan Mie Sruput.

Hasil dari pengujian ternyata terdapat hubungan antara konsep *relationship marketing* dengan perkembangan usaha, meskipun perkembangan usaha yang terjadi belum terlalu pesat. Hal ini dikarenakan kurang maksimalnya perusahaan

dalam menerapkan konsep relationship dan faktor lain seperti menangani kritik dan saran konsumen .

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan Nabi pembawa rahmat dan tauladan bagi seluruh umat manusia, Muhammad SAW.

Alhamdulillah, Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan pada program pendidikan Strata-1 (S1) di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) dengan judul “Analisis Implementasi Konsep Relationship Marketing Dalam Hubungannya Dengan Perkembangan Usaha (dilihat dari transaksi penjualan)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu Penulis mengharapkan akan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moral maupun materiil. Pertama, penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang mana telah memberikan kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kepada Orang tua yang memberikan kasih sayang dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Semoga Allah SWT membalas setiap tetes keringatmu dengan wewangian surganya. Tak lupa Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. H. Indra Fahmi, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu bijaksana memberikan pengarahannya serta bimbingan, nasehat serta waktunya selama penelitian dan penyusunan skripsi ini
2. Wahyudin, M.Ti selaku Penguji Konsentrasi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
3. Hj. Yeni Wipartini, SE., M.Ti. selaku Penguji Koperasi yang juga telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
4. Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc. selaku Direktur Prodi Manajemen S1 yang telah membantu kelancaran proses seminar hingga sidang skripsi saya.
5. Staf Pengajar dan Sekretariat Fakultas Manajemen S1, yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.
6. PT. Sriboga Flour Mill selaku pemberi beasiswa
7. Segenap pengurus Koperasi Surya Abadi yang telah memberikan kesempatan kepada saya dan membantu melakukan penelitian.
8. Teruntuk Ibu Badriyah yang selalu memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsinya. Teruntuk Ayah Sudardi yang tidak pernah berhenti mendoakan agar penulis selalu diberikan kelancaran dalam menjalani perkuliahan dan adik tercintaku Intan yang selalu mengingatkan agar cepat menyelesaikan skripsinya.
9. Keluarga kedua penulis di Jatinangor ini, Federasi Mahasiswa Sriboga (FEMASI) yang telah menjadi pelindung, penerah, penasehat dan penyemangat apapun yang penulis lakukan. Keluarga Federasi Mahasiswa

Ikopin terutama angkatan 2015 (Ala, Fajar, Razor, Ucen, Aldi, Diah, Sukma, Diyan, Yesi) yang selalu mewarnai hari-hari penulis dari awal memulai perkuliahan sampai selesai.

10. Sahabatku Wachid Yulianto, Budi Santoso, Tunggul Prayogo yang menjadi teman dari kecil sampai saat ini dan selalu memberikan segala macam pertolongan ketika penulis membutuhkan serta tak pernah menghilang ketika sama-sama senang maupun sedih.
11. Teman-teman asisten laboratorium komputer dari angkatan 2015-2017 yang banyak memberikan pengalaman mengajar serta menambah wawasan penulis.
12. Teman-teman di Wisma Arimbi semester 8 (Razor, Rika, Sukma, dan Diyan) yang telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
13. Teman-teman se-bimbingan yang juga telah banyak membantu serta memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
14. Teman ekspedisi dan pecinta alam (Ricky, Ramdhan, Ala, Razor, Faisal, Renaldi) yang tiada henti memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi agar segera melakukan perjalanan lagi.
15. Seluruh rekan-rekan kelas B Be brave dan kelas Manajemen Bisnis A yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan.
16. Terimakasih untuk teman seperjuangan Yogi Prabowo, Agung Ismoyo, Ririn Aldya, Elys, Ratih, Uli, Fifit N, Qisthi, yang telah membantu baik doa maupun dukungan serta masukan untuk kepenulisan skripsi ini.
17. 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, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Maksud Dan Tujuan.....	11
1.3.1 Maksud.....	11
1.3.2 Tujuan.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	14
2.1 Pendekatan Masalah.....	14
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	14
2.1.1.1 Definisi Koperasi.....	14
2.1.1.2 Prinsip dan Nilai Koperasi	15
2.1.1.3 Tujuan Koperasi	18

2.1.1.4 Jenis-Jenis Koperasi.....	18
2.1.1.5 Bentuk Koperasi	20
2.1.1.6 Organisasi Koperasi	21
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	24
2.1.3 Pendekatan Manajemen Pemasaran	27
2.1.4 Pendekatan Relationship Marketing	28
2.1.4.1 Pengertian Relationship Marketing.....	28
2.1.4.2 Manfaat Relationship Marketing	34
2.2 Metode Penelitian	36
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	36
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Konsep/ Variabel)	36
2.2.3 Operasionalisasi Konsep/Variabel	38
2.2.4 Sumber Data dan Cara Pengumpulannya.....	39
2.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
2.2.6 Rancangan Analisis Data	42
2.2.7 Tempat/ Lokasi Penelitian.....	53
2.2.8 Jadwal Waktu Penelitian	53
BAB III KEADAAN UMUM PENELITIAN	54
3.1 Keadaan Umum Usaha Mie Sruput	54
3.1.1 Sejarah Berdirinya Usaha Mie Sruput.....	54
3.1.2 Struktur Organisasi.....	56
3.1.3 Kegiatan Usaha Mie Sruput	57
3.1.4 Kondisi Pasar Mie Sruput	58
3.2 Fungsi Manajemen Usaha Mie Sruput.....	58

3.2.1	Manajemen Produksi.....	58
3.2.2	Manajemen Pemasaran.....	59
3.2.3	Manajemen Sumberdaya Manusia	59
3.2.4	Manajemen Keuangan.....	60
3.3	Keadaan Umum Koperasi Surya Abadi	60
3.3.1	Sejarah Berdirinya Koperasi Surya Abadi	60
3.3.2	Struktur Organisasi Koperasi Surya Abadi	61
3.3.3	Keadaan Keanggotaan Koperasi Surya Abadi	69
3.3.4	Kegiatan Usaha Koperasi Surya Abadi.....	70
3.3.5	Keadaan Permodalan Koperasi Surya Abadi	73
3.3.6	Implementasi Jati Diri Koperasi Surya Abadi	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		82
4.1	Karakteristik Responden	82
4.2	Penerapan Konsep Relationship Marketing Pada Usaha Mie Sruput.	82
4.3	Perkembangan Bisnis “Mie Sruput” (Y).....	103
4.4	Hubungan Antara Relationship Marketing dengan Perkembangan Usaha..	105
4.5	Upaya- upaya yang Harus Dilakukan Mie Sruput dalam Meningkatkan Transaksi Pelanggan Melalui Penerapan Konsep <i>Relationship Marketing</i>	107
4.6	Peran Koperasi Terhadap Perkembangan Usaha Mie Sruput	108
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		111
5.1	Simpulan	111
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Daftar Pesaing Usaha Mie Sruput Dilihat Dari Hasil Penjualan Mie Basah Setiap Harinya	7
Tabel 2. 1	Operasional Konsep/ Variabel	38
Tabel 2. 2	Sumber data dan cara penarikannya.....	41
Tabel 2. 3	Teknik Pengumpulan Data.....	42
Tabel 2. 4	Kelas Interval untuk Mengetahui Tanggapan Responden pada Masing masing Indikator.....	46
Tabel 2. 5	Format Jawaban Responden Terhadap Setiap Indikator.....	46
Tabel 2. 6	Format Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Masing masing Dimensi	47
Tabel 2. 7	Standar Pengukuran Omset.....	47
Tabel 2. 8	Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach.....	49
Tabel 2. 9	Keeratan Hubungan Antara Variabel X dan Y	52
Tabel 3. 1	Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Surya Abadi Tahun 2014 - 2018.....	70
Tabel 3. 2	Perkembangan Simpanan di Koperasi Surya Abadi	71
Tabel 3. 3	Perkembangan Pinjaman Koperasi Surya Abadi Tahun 2014 – 2018.	72
Tabel 3. 4	Perkembangan Permodalan Koperasi Surya Abadi	74
Tabel 3. 5	Implementasi prinsip-prinsip yang Melandasi Kegiatan Koperasi	75
Tabel 3. 6	Pengembangan Koperasi.....	77
Tabel 3. 7	Implementasi Nilai yang Melandasi Kegiatan Koperasi.....	78
Tabel 4. 1	Tanggapan Responden Mengenai Harga Yang Ditawarkan Perusahaan.	83
Tabel 4. 2	Tanggapan Responden Pemberian Potongan Harga	84
Tabel 4. 3	Tanggapan Responden Keeratan Hubungan Perusahaan Dengan Pelanggan	86
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Keramahan Pelayanan Saat Malayani Konsumen	87

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Sikap Perusahaan Melayani Keluhan Pelanggan	87
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Pemberian Informasi Kepada Pelanggan.....	89
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Pemberian Fasilitas Kepada Pelanggan.....	90
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Konsep Relationship Marketing Mie Sruput Terhadap Pelanggan	90
Tabel 4. 9 Tanggapan pegawai Mengenai Kompensasi yang Diberikan Perusahaan	92
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Kondisi Tempat Kerja Perusahaan	93
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Perlakuan yang Diberikan Kepada Pegawai	93
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Prestasi Kerja yang Didapat oleh Pegawai	94
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Tanggapan Pegawai Terhadap Relationship Marketing yang Dilakukan Oleh Mie Sruput.	95
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Perusahaan dalam Menjalankan Usahanya	96
Tabel 4. 15 Kejujuran perusahaan dalam menjalankan usahanya.....	96
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Pandangan Pemasok mengenai Keramahan Perusahaan	97
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Tanggapan Pemasok Terhadap Relationship Marketing yang Dilakukan Mie Sruput.	98
Tabel 4. 18 Tanggapan Koperasi mengenai keikutsertaan pemilik perusahaan dalam pengambilan keputusan dalam rapat anggota.....	99
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Keikutsertaan Pemilik Perusahaan sebagai Anggota dalam Kontribusi Modal sebagai Pelanggan di Koperasi	100
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai Keikutsertaan Pemilik Perusahaan sebagai Anggota dalam Menanggung Resiko Usaha Koperasi.....	100
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Tanggapan Koperasi Terhadap Relationship Marketing yang Dilakukan Mie Sruput.	101

Tabel 4. 22 Perubahan transaksi pelanggan pada tahun 2014-2018	104
Tabel 4. 23 Hasil Penilaian Responden terhadap Perkembangan Bisnis Mie Sruput	105
Tabel 4. 24 Hubungan relationship marketing dengan perkembangan usaha.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Jenis Produk Usaha Anggota Koperasi Surya Abadi	4
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio Ekonomi	22
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Mie Sruput.....	57
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Koperasi Surya Abadi	62