

**ANALISIS CITRA TOKO DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PARTISIPASI ANGGOTA**

(Studi Kasus pada Unit Usaha Perdagangan di KPRI MULIA
Rumah Sakit Umum Daerah Majalaya Kab Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun oleh

Veny Larasati

C1140108

Dosen Pembimbing:

Ir. Nanik Risnawati, M.Si



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS CITRA TOKO DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PARTISIPASI ANGGOTA

Nama : Veny Larasati

NRP : C1140108

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan,

Dosen Pembimbing



Ir. Nanik Risnawati, M.Si

Direktur Program Studi

S-1 Manajemen



Ba Hengyanto Purbo Suseno, SE, MSc

RIWAYAT HIDUP

Veny Larasati, dilahirkan di kota Purworejo Jawa Tengah pada tanggal 07 September 1996 putri pertama dari empat bersaudara, merupakan hasil pernikahan antara Bapak Bambang Suwarsito dan Ibu Sibeng Napsiah.

Pendidikan yang pernah ditempuh penulis:

1. Sekolah Dasar (SD) Negeri X Cicalengka, lulus tahun 2008.
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Cicalengka, lulus tahun 2011.
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1, Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), lulus tahun 2014.
4. Penulis mencatatkan diri sebagai Mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) pada tahun 2014, dengan menempuh program strata-1 (S1) pada Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti aktivitas pada lembaga kemahasiswaan dan kegiatan kemahasiswaan yang ada di Institut Koperasi Indonesia sebagai berikut:

1. Anggota Divisi *Entertainment Member Activity Center* KKB IKOPIN periode 2015-2016.

ABSTRAK

VENY LARASATI (C1140108), Analisis Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota, Studi kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Mulia dibawah bimbingan NANIK RISNAWATI.

Citra toko memiliki pengertian pandangan atau persepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko tersebut atau dapat diartikan sebagai penentuan posisi toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas dan harga. Unsur yang dapat membentuk citra toko adalah unsur-unsur dari bauran ritel. Kombinasi dari bauran ritel akan memproyeksikan citra toko yang mempengaruhi persepsi para konsumen. Komponen bauran ritel antara lain produk, harga, promosi, fasilitas fisik, dan *customer service*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembentukan citra toko oleh Usaha Perdagangan KPRI Mulia, mengetahui tanggapan dan harapan yang dirasakan oleh anggota yang berpartisipasi terhadap unsur-unsur pembentuk citra toko pada Usaha Perdagangan KPRI Mulia, mengetahui upaya-upaya yang harus dilakukan KPRI Mulia untuk membentuk citra yang diinginkan agar dapat meningkatkan partisipasi anggota pada Unit Perdagangan. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode distribusi frekuensi dengan teknik skoring dan analisis pada diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan citra toko oleh KPRI Mulia pada Unit Perdagangan belum baik sehingga menyebabkan citra toko yang

dirasakan anggota juga belum baik sehingga menyebabkan tingkat partisipasi yang dilakukan oleh anggota menjadi kecil atau kurang baik. Untuk itu, KPRI Mulia perlu memperbaiki pelaksanaan bauran ritel sebagai unsur pembentuk citra toko pada Unit Perdagangan sehingga dapat membentuk citra yang diinginkan dan meningkatkan tingkat partisipasi anggota.



ABSTRACT

VENY LARASATI (C1140108), Store Image Analysis in an Effort to Increase Member Participation, Case Study at Trade Unit of Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Mulia under the guidance of NANIK RISNAWATI.

Store image has an understanding of people's views or perceptions of the name or product of the store or can be interpreted as effectively positioning the store both in terms of value, quality and price. The elements that can form a store image are elements of the retail mix. The combination of the retail mix will project store image that affects consumers' perceptions. The components of the retail mix include products, prices, promotions, physical facilities, and customer service.

This study aims to find out how the formation of the store image by the KPRI Mulia Trading Business, knowing the responses and expectations felt by the participating members of the elements forming the store image in the KPRI Mulia Trading Business, knowing the efforts that must be done by KPRI Mulia to form the image what is desired in order to increase the participation of members in the Trade Unit. The research method used is to use a frequency distribution method with scoring techniques and analysis in the Cartesian diagram.

The results showed that the application of the store image by KPRI Mulia to the Trade Unit was not good so that the perceived image of the shop members was not good enough, causing the level of participation made by members to be small or not good. For this reason, KPRI Mulia needs to improve the implementation of the retail mix as an element of forming a store image in the Trade

Unit so that it can shape the desired image and increase the level of member participation.



KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “ANALISIS CITRA TOKO DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA”. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi adalah untuk menyelesaikan studi program S-1 dan meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Konsentrasi Manajemen Pemasaran Institut Koperasi Indonesia.

Sembah bakti dan terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada Ayahanda dan Ibunda tersayang atas semua ketulusan, do’a restu serta kesabaran dalam mendidik, memotivasi, dan mengarahkan dengan penuh kasih sayang kepada penulis selama ini. Semoga apa yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Aamiin.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak bekerja sendiri, selalu mendapat dukungan, dan bantuan dari orang-orang sekitar. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati dan ketulusan hati, penulis bermaksud menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yth. Ibu Nanik Risnawati., Ir., MSi selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan saran, waktu, dan pikiran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Yth. Bapak Maman Suratman, SE., MSi selaku dosen penguji koperasi yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan yang berkaitan dengan keilmuan koperasi.
3. Yth. Ibu Yeni Wipartini,, SE., M.Ti selaku dosen penguji konsentrasi yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan yang berkaitan dengan keilmuan jurusan.
4. Bapak dan Ibu dosen Konsentrasi Manajemen Pemasaran yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Segenap karyawan sekretariat Prodi S-1 yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi.
6. Sahabatku yang paling setia Hafi Aghnia Faza.
7. Teman-temanku di komunitas MAC Nina, Divy, Sindi, Ibnu, Deni, Roby, Olla, Yasir, Rizky semoga kita bisa wisuda bersama tahun ini aamiin.
8. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, yang tidak sempat disebutkan.

Akhir kata, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas semua kebaikan kita semua, Aamiin...

Bandung, Juni 2018

Penulis

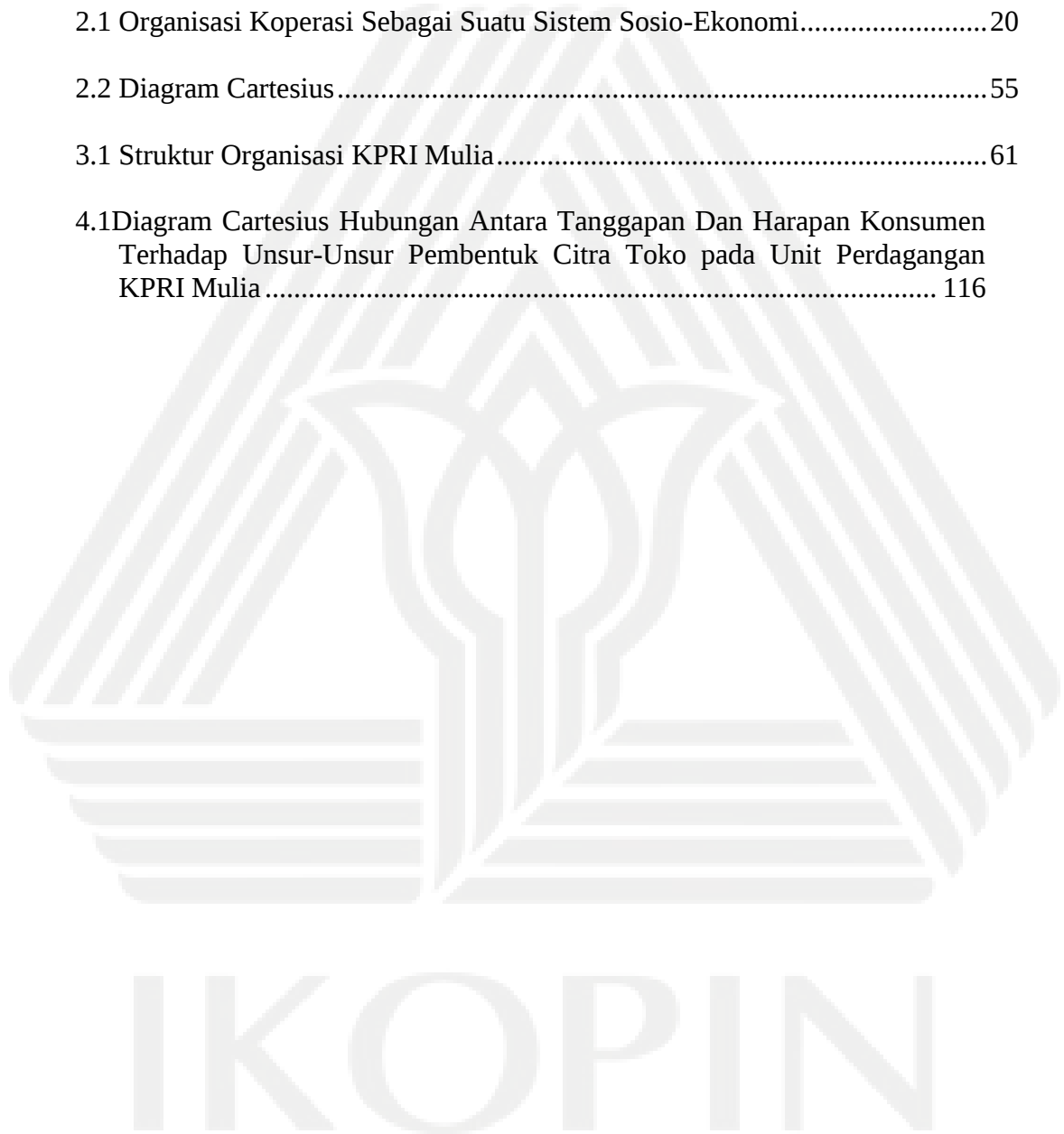
DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Aspek Keilmuan	12
1.4.2. Aspek Guna Laksana	12
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	13
2.1 Pendekatan Masalah	13
2.1.1 Pendekatan Koperasi	13
2.1.2 Pendekatan Pemasaran	27
2.1.3 Konsep Ritel	30
2.1.4 Pelayanan.....	33
2.1.5 Citra Toko.....	33
2.2 Metode Penelitian.....	44
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	44
2.2.2 Data yang Diperlukan	45
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	45
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	46
2.2.5 Teknik Pengambilan Sampel	47
2.2.6 Operasionalisasi Variabel	48
2.2.7 Rancangan Analisis Data.....	50
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	57
3.1. Keadaan Organisasi dan Manajemen KPRI Mulia.....	57

3.1.1. Sejarah Berdirinya KPRI Mulia	57
3.1.2 Struktur Organisasi KPRI Mulia	61
3.1.3 Keadaan Keanggotaan	71
3.1.4 Kegiatan Usaha	73
3.1.5 Keadaan Keuangan Koperasi	78
3.2 Keadaan Umum Wilayah Kerja KPRI Mulia	89
3.2.1. Keadaan Fisik dan Geografis	89
3.2.2. Keadaan Sosial	90
3.2.3. Keadaan Ekonomi	90
3.3 Implementasi Jati diri KPRI Mulia	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	100
4.1 Identitas Responden	100
4.2 Pelaksanaan Pembentukan Citra Toko Unit Perdagangan KPRI Mulia	100
4.3 Tanggapan dan Harapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur- unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia ...	104
4.2.1 Tanggapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia	104
4.2.2 Harapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia	109
4.4 Tanggapan Anggota yang Tidak Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia	121
4.5 Upaya-Upaya yang Harus Dilakukan untuk Membentuk Citra Toko yang Diinginkan agar dapat Meningkatkan Partisipasi Anggota pada Unit Perdagangan KPRI Mulia	123
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Simpulan	126
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio-Ekonomi.....	20
2.2	Diagram Cartesius.....	55
3.1	Struktur Organisasi KPRI Mulia.....	61
4.1	Diagram Cartesius Hubungan Antara Tanggapan Dan Harapan Konsumen Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia	116



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Hal
Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Anggota koperasi KPRI Mulia.....	6
Tabel 1.2	Perkembangan Partisipasi Pembelian Anggota.....	7
Tabel 1.3	Perkembangan Penjualan pada Unit Perdagangan.....	8
Tabel 2.1	Unsur-unsur Pembentuk Citra Toko.....	37
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 2.3	Jenjang dan Kriteria Penilaian Anggota.....	51
Tabel 2.4	Kelas Interval setiap Indikator pada Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	52
Tabel 2.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan/Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI.....	52
Tabel 2.6	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan/Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	52
Tabel 2.7	Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Mengenai Tanggapan/Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	53
Tabel 2.8	Analisis Kesesuaian dan Kesenjangan.....	53
Tabel 3.1	Daftar Karyawan KPRI Mulia per 31 Desember 2017.....	70
Tabel 3.2	Perkembangan Jumlah Anggota KPRI Mulia Tahun 2013-2017.....	71

Tabel 3.3	Unit Usaha Simpan Pinjam KPRI Mulia Tahun 2013-2017...	75
Tabel 3.4	Perkembangan Unit Usaha Perdagangan Tahun 2013-2017...	76
Tabel 3.5	Perkembangan Unit Usaha Rekanan Tahun 2013-2017.....	77
Tabel 3.6	Kondisi Permodalan KPRI Mulia Tahun 2013-2017.....	79
Tabel 3.7	Perkembangan Jumlah Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib KPRI RSUD Majalaya Mulia Tahun 2013-2017.....	80
Tabel 3.8	Perkembangan Rasio Likuiditas KPRI Mulia Tahun 2013-2017.....	82
Tabel 3.9	Pedoman Penilaian Likuiditas.....	82
Tabel 3.10	Perkembangan Rasio Solvabilitas KPRI Mulia Tahun 2013-2017.....	84
Tabel 3.11	Pedoman Penilaian Solvabilitas.....	85
Tabel 3.12	Perkembangan Rasio Rentabilitas Ekonomi KPRI Mulia Tahun 2013-2017.....	86
Tabel 3.13	Penilaian Rentabilitas Ekonomi.....	87
Tabel 3.14	Perkembangan Rasio Rentabilitas Modal Sendiri KPRI Mulia Tahun 2013-2017.....	88
Tabel 3.15	Penilaian Rentabilitas Modal sendiri.....	89
Tabel 3.16	Implementasi Definisi KPRI Mulia.....	91
Tabel 3.17	Implementasi Prinsip-Prinsip KPRI Mulia.....	92
Tabel 3.18	Implementasi Nilai-nilai Koperasi pada KPRI Mulia.....	96
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	100
Tabel 4.2	Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring	

	Mengenai Tanggapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	104
Tabel 4.3	Nilai Median Tanggapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	106
Tabel 4.4	Rata-rata Harapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	110
Tabel 4.5	Nilai Median Harapan Anggota yang Berpartisipasi Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	111
Tabel 4.6	Kesesuaian dan Kesenjangan Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko pada Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	114
Tabel 4.7	Rekapitulasi skor dan Perhitungan Median.....	115
Tabel 4.8	Tanggapan Anggota yang Tidak Berpartisipasi di Unit Perdagangan KPRI Mulia.....	121