

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Pelayanan Umum KPRI HANUKARYA Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh :

Muhammad Alamsyah Rangkuti

C1190218

Dosen Pembimbing :

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



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan
Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Unit Usaha Pelayanan
Umum KPRI HANUKARYA Bandung)

Nama : Muhammad Alamsyah Rangkuti

NRP : C1190218

Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing

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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Alamsyah Rangkuti

NRP : C1190229

Tempat Tanggal Lahir : Runding, 22 November 2000

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul “Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan” adalah hasil karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir bagian laporan skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada pihak Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN UNIVERSITY).

Jatinangor, Agustus 2023

Muhammad Alamsyah Rangkuti
C1190218

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Alamsyah Rangkuti dilahirkan pada tanggal 22 November Tahun 2000 di Runding, Sumatera Utara sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara yang lahir dari pasangan bapak Martua Syarif Rangkuti dan ibu Siti Aliyah Lubis. Pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ditempuh di sekolah MA Al fatah Cileungsi Kabupaten Bogor dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis diterima sebagai mahasiswa sarjana (S-1) pada program Studi Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia. Selama berkuliah di Universitas Koperasi Indonesia, penulis aktif mengikuti beberapa kegiatan organisasi di kampus yaitu menjadi anggota dan pengurus organisasi Olahraga UBBI periode 2019-2022 dan organisasi Bisnis EBC Universitas Koperasi Indonesia periode 2019-2022.

ABSTRACT

Muhammad Alamsyah Rangkuti, 2023 Marketing Mix Implementation in an Effort to Increase Sales Volume. Case study on KPRI Hanukarya Jl. Suryani Dalam No.16 Muncang, Bandung Kulon, West Java, under the guidance of H. Dandan Irawan.

KPRI Hanukarya is one of the cooperatives in Indonesia that seeks to improve the welfare of its members by forming business units, one of which is the Public Service Business Unit in meeting the needs of members, by providing various kinds of basic needs for members. The problem faced by the Public Service business unit itself is the lack of sales volume caused by the implementation of the marketing mix in the public service business unit which has not been maximized and must be increased.

The purpose of this research is to find out how the marketing mix is implemented in the public service business unit, to find out the level of sales volume at KPRI Hanukarya and to find out what efforts the cooperative should improve to increase sales volume. The method used in this research is a case study with descriptive analysis.

By maximizing a good marketing mix so that sales volume in the public service business unit under study will increase through several implementations of the marketing mix in an effort to increase sales volume in the public service business unit. The results of this study indicate that the implementation of the marketing mix has not been optimal because some implementations have not been carried out optimally and members hope that the marketing mix carried out by the public service business unit will be further enhanced so that members feel comfortable and their needs are met.

Keywords: Marketing Mix Implementation, Sales Volume, Cooperative

ABSTRAK

Muhammad Alamsyah Rangkuti, 2023 Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. Studi kasus pada KPRI Hanukarya Jl. Suryani Dalam No.16 Muncang, Bandung Kulon, Jawa Barat, dibawah bimbingan H. Dandan Irawan.

KPRI Hanukarya merupakan salah satu koperasi yang ada di Indonesia yang berusaha meningkatkan kesejahteraan anggotanya dengan cara membentuk unit usaha, salah satunya yaitu Unit Usaha Pelayanan Umum dalam memenuhi kebutuhan anggota, dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok untuk anggota. Masalah yang dihadapi oleh unit usaha Pelayanan Umum sendiri adalah kurangnya volume penjualan yang disebabkan karena implementasi bauran pemasaran di unit usaha pelayanan umum belum maksimal dan harus ditingkatkan lagi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi bauran pemasaran di unit usaha pelayanan umum, mengetahui tingkat volume penjualan pada KPRI Hanukarya dan mengetahui upaya-upaya apa saja yang harus diperbaiki oleh koperasi untuk meningkatkan volume penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan analisis secara deskriptif.

Dengan memaksimalkan bauran pemasaran yang baik agar volume penjualan pada unit usaha pelayanan umum yang diteliti menjadi meningkat melalui beberapa implementasi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Unit usaha pelayanan umum. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi bauran Pemasaran belum maksimal disebabkan karena beberapa penerapan kurang dijalankan secara maksimal dan anggota berharap bauran pemasaran yang dijalankan oleh unit usaha pelayanan umum lebih ditingkatkan lagi agar para anggota merasa nyaman dan kebutuhannya terpenuhi.

Kata Kunci : Implementasi Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Koperasi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb. Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena kuasa dan Ridha nya lah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) dengan judul **IMPLEMENTASI METODE BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**". (Studi Kasus Pada Unit Usaha Pelayanan Umum KPRI HANUKARYA) dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat Akademik dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University).

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak mudah dan banyak sekali terdapat kendala-kendala yang dilalui penulis, namun penulis sadari bahwa skripsi yang baik adalah bukan yang sempurna tetapi skripsi yang selesai. Karya ini tidak akan selesai dan tepat waktu tanpa adanya berbagai pihak yang mendukung serta orang-orang tercinta di sekeliling saya, Namun berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah mendukung dan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktu untuk membantu penulis dan memberikan motivasi serta Doa kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan meraih gelar sarjana manajemen.
2. Dra. Sukmahadi, M,Si.,Ak sebagai dosen penelaah Koperasi yang telah memberikan Saran dan Masukan terhadap skripsi ini.
3. Dr. Sir Kalifatullah Ermaya, ST., SM., MM sebagai dosen penelaah konsentrasi Manajemen Pemasaran yang telah memberikan Saran dan Masukan terhadap skripsi ini.
4. Dr.Ami Purnamawati, S.E.,M.Si selaku Direktur Prodi Strata 1 Manajemen IKOPIN University.
5. Seluruh Dosen IKOPIN University yang telah menjadi orang tua pada saat di kampus serta memberikan banyak sekali bekal ilmu kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di IKOPIN University.
6. Seluruh staf administrasi, akademik dan sekretaris IKOPIN University, untuk karyawan maupun karyawan perpustakaan IKOPIN University, serta tidak lupa pula untuk CS dan Satpam IKOPIN University yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Terimakasih kepada kedua orang tua, yang telah mendoakan penulis dalam meraih gelar sarjana.
8. Terimakasih kepada Ibu Penulis, Paman dan Tante penulis tanpa kerja keras dan dukungan beliau penulis tidak akan bisa sampai di titik ini.

9. Kepada kakak penulis, Murti Sari dan Mutia Sari, yang selalu menanyakan progres skripsi Terimakasih telah memberikan support serta semangatnya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman penulis, Yana, Nova, Dobleh, Orin terimakasih sudah menjadi teman yang baik semasa di perkuliahan, dan memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan, Husnullah, Risky, Fikri yang sudah memberi dukungan dan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini..
12. Teman seperjuangan penulis, Akbar Aziz Al-Karim, Dandi Yusuf Terimakasih atas segala bentuk Support serta dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Rekan-rekan Unit Bola Basket Ikopin (UBBI) periode 2019/2022 terimakasih atas segala ilmu dan pengalamannya.
14. Rekan-rekan EBC periode 2019/2022 terimakasih atas segala ilmu dan pengalamannya.
15. Sahabat seperjuangan kelas Manajemen E 2019 dan teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Pemasaran.
16. Semua teman-teman serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala bentuk dukungan dan Doa nya.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. untuk itu, kritik,

saran dan masukan yang membangun sangat membantu penulis dalam skripsi ini.

Akhir kata, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi bagi rekan-rekan Mahasiswa dalam pengembangan ilmu yang lebih baik. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kita Rahmat dan Ridha-Nya kepada kita semua. Terima kasih.
wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jatinangor, Agustus 2023

Muhammad Alamsyah Rangkuti

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	10
2.1 Pendekatan Masalah.....	10
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	10
2.1.2 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Strategi pemasaran.....	19

2.1.4 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.4 Pendekatan Volume Penjualan	23
2.2 Metode Penelitian.....	28
2.2.3 Metode Penelitian Yang Digunakan	28
2.2.4 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	28
2.2.5 Sumber Data Dan Cara Menentukan Sumber Data	29
2.2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
2.2.7 Analisis Data.....	31
2.2.8 Tempat/Lokasi Penelitian	40
2.2.9 Jadwal Penelitian	40
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	41
3.1 Kebutuhan Umum Organisasi	41
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	41
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi.....	41
3.2 Keanggotaan Koperasi	51
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	53
3.3.1 Keadaan Permodalan dan Keuangan KPRI Hanukarya.....	56
3.3.2 Keadaan Keuangan	57
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi.....	61
3.4.1 Implementasi Prinsip-Prinsip KPRI Hanukarya	63
3.4.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Identifikasi Responden dan Informan	68
4.1.1 Umur Responden	68
4.1.2 Jenis Kelamin.....	68

4.2.3 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	69
4.2 Implementasi Bauran Pemasaran	70
4.3 Volume Penjualan	80
4.4 Upaya-Upaya yang Harus dilakukan Oleh Unit Usaha Pelayanan Umum Untuk Meningkatkan Volume Penjualan	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran-Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96