

ANALISIS BAURAN PEMASARAN RITEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI ANGGOTA

(Studi Kasus Pada Unit Cicendomart Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata
Cicendo -Kota Bandung-Provinsi Jawa Barat)

Disusun Oleh:

Falentina Telly Matamoa

C1190372

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

ANALISIS BAURAN PEMASARAN RITEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI ANGGOTA

(Studi Kasus Pada Unit Cicendomart Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata
Cicendo Kota Bandung-Provinsi Jawa Barat)

Disusun oleh:

Falentina Telly Matamoa

C1190372

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Pembimbing : **Dra. Ucu Nurwati, M.Si**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : ANALISIS BAURAN PEMASARAN RITEL DALAM
UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI ANGGOTA
(Studi Kasus Pada Unit Cicendomart Koperasi Pegawai
Rumah Sakit Mata Cicendo Kota Bandung Provinsi Jawa
Barat)

Nama : Falentina Telly Matamoa

NIM : C1190372

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui Dan Mengesahkan

Pembimbing



Dra. Ucu Nurwati, M.Si

Dekan

Ketua

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE, M. Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra, M.Si

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Anggota “Studi Kasus Pada Unit Cicendomart Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Kota Bandung Provinsi Jawa Barat” adalah 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 dibagian akhir laporan akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia.

Jatinangor, 26 September 2023



Falentina Telly Matamoa
C1190372

MOTO HIDUP

(Markus 11:24)

“Karena itu Aku berkata kepadamu apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu.”

(Amsal 23:18)

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapan tidak akan hilang”.

(Yohanes 14:14)

“Jika kamu meminta sesuatu kepada-Ku dalam nama-Ku, Aku akan melakukannya”.

(1 Petrus 5:7)

“Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya sebab Ia yang memelihara kamu.”

Kupersembahkan Karya Kecilku Ini Kepada:

Bapak dan Ibuku Serta Semua Keluarga Yang Selalu Mendoakanku Untuk Keberhasilanku, Serta Selalu Mendukung Dalam Menyelesaikan Karya Ilmiahku Ini

RIWAYAT HIDUP



Falentina Telly Matamoa, lahir di Timika Papua pada 23 Februari 1999, anak pertama dari Bapak Davith Kameyau dan Ibu Teresya Matamoa. Adapun Riwayat Pendidikan yang telah di tempuh yaitu :

1. Tahun 2012 Menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Dasar, SD NEGERI SENTRA PENDIDIKAN TIMIKA
2. Tahun 2015 Menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama, SMP NEGERI SENTRA PENDIDIKAN TIMIKA
3. Tahun 2019 Menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan, SMK ST. YOHANIS DON BOSCO TIMIKA.

Pada tahun 2019 penulis tercatat sebagai mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia, Program Studi Sarjana Manajemen, Kosentrasi Manajemen Pemasaran. Selama Masa Perkuliahan, peneliti aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, yaitu :

1. *English Laboratory Of IKOPIN* Pada Periode 2019-2020
2. *Spiritual Leadership Training* Pada Periode 2019-2020
3. Mentoring Perkoperasian Tahun 2019 Sebagai Peserta.
4. Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PK2MB) IKOPIN Tahun akademik 2019-2020
5. Telah Mengikuti Kelas Praktikum *Business English & Toefl* Tahun Akademik 2022-2023
6. *Microsoft Office Specialist* Pada Juni 24, 2023
7. *Toefl Practice Test* Pada Agustus 03, 2023

ABSTRACT

FALENTINA TELLY MATAMOA, 2023. *Analysis of Retail Marketing Mix in an Effort to Increase Members' Buying Interest. (Case Study at the Cicendomart Cooperative Employee Unit at Cicendo Eye Hospital, Bandung City, West Java Province), under the guidance of Ucu Nurwati.*

The Cicendo Eye Hospital Employee Cooperative or abbreviated as Koprusmat is a functional cooperative whose members consist of employees, both civil servants (PNS) and non-civil servants such as CS, security guards, and parking attendants who have been running retail businesses since 1981. The problem faced by Koprusmat is the decline in revenue growth for the Cicendomart Unit since 2020, which is suspected to be due to the retail marketing mix implemented by the unit not meeting the expectations of members.

The purpose of this study was to obtain an overview of the retail marketing mix implemented by the Cicendomart Unit, members' responses to the retail marketing mix implemented by the Cicendomart Unit, members' responses to the interests of the retail marketing mix implemented by the Cicendomart Unit, and the efforts that must be made by the Cicendomart Unit to increase members' buying interest through implementing the retail marketing mix. This study uses a problem approach with cooperative theories, marketing management, marketing mix, retail marketing mix, consumer buying interest.

The method used in this research is a case study, the data obtained is analyzed descriptively. The results of data processing obtained through observation, interviews, questionnaires, literature study were analyzed descriptively. By using the frequency distribution method with scoring techniques, the results can be concluded which indicators of the retail marketing mix must be considered and improved or maintained by the cooperative.

The results of the study show that members expect the retail marketing mix provided by the Cicendomart Cooperative Unit of the Cicendo Eye Hospital to be further enhanced so that members can experience the benefits of shopping at the Cicendomart Unit, the indicators most expected by members are fast service and higher selling prices. cheap.

Keywords: Retail Marketing Mix, Member Purchase Interest, Cooperative

ABSTRAK

FALENTINA TELLY MATAMOA, 2023. Analisis Bauran Pemasaran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Anggota. (Studi Kasus Pada Unit Cicendomart Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat), di bawah bimbingan Ucu Nurwati.

Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo atau yang disingkat Koprusmat merupakan koperasi fungsional yang memiliki anggota terdiri dari karyawan atau pegawai, baik pegawai negeri sipil (PNS) maupun non pegawai negeri sipil seperti CS, satpam, dan tukang parkir yang menjalankan usaha ritel sejak tahun 1981. Permasalahan yang dihadapi Koprusmat yaitu penurunan pertumbuhan pendapatan Unit Cicendomart sejak tahun 2020 yang diduga karena bauran pemasaran ritel yang dilaksanakan oleh unit tersebut kurang sesuai dengan harapan anggota.

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh gambaran tentang bauran pemasaran ritel yang dilaksanakan oleh Unit Cicendomart, tanggapan anggota terhadap bauran pemasaran ritel yang dilaksanakan oleh Unit Cicendomart, tanggapan anggota terhadap kepentingan bauran pemasaran ritel yang dilaksanakan oleh Unit Cicendomart, dan upaya-upaya yang harus dilakukan oleh Unit Cicendomart untuk meningkatkan minat beli anggota melalui pelaksanaan bauran pemasaran ritel. Penelitian ini menggunakan pendekatan masalah dengan teori-teori perkoperasian, manajemen pemasaran, bauran pemasaran, bauran pemasaran ritel, minat beli konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif. Hasil pengolahan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dianalisis secara deskriptif. Dengan menggunakan metode distribusi frekuensi dengan teknik skoring, hasilnya bisa disimpulkan indikator-indikator bauran pemasaran ritel mana saja yang harus diperhatikan dan ditingkatkan atau dipertahankan oleh koperasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para anggota mengharapkan bauran pemasaran ritel yang diberikan oleh Unit Cicendomart Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo lebih ditingkatkan lagi agar para anggota bisa merasakan manfaat berbelanja di Unit Cicendomart, indikator yang paling diharapkan oleh para anggota yaitu pelayanan yang cepat dan harga jual yang lebih murah.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Ritel, Minat Beli Anggota, Koperasi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan.

Puji Tuhan penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Analisis Bauran Pemasaran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Anggota (Studi Kasus Pada Unit Cicendomart Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Kota Bandung Provinsi Jawa Barat)”**

Penulisan skripsi ini disusun guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada jurusan Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Koperasi Indonesia. Selama proses penyusunan skripsi, penulis mengingat pentingnya mempelajari ilmu dan teori dari bangku kuliah untuk implementasi dilapangan, khususnya di koperasi. Dan penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa adanya keterbatasan akan kemampuan, tenaga dan pengetahuan yang masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang ditujukan kepada penulis merupakan suatu penghargaan demi kemajuan penelitian lebih lanjut.

Dalam penulisan ini, penulis mendapatkan dukungan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu penulis ingin mengucapkan Terima Kasih dan Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dra. Ucu Nurwati, M.Si, selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, arahan, saran, dan dengan sabar membimbing dan memberi motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si, dan Hj. Lely Savitri Dewi, SE, M.Si selaku dosen penelaah Koperasi yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, serta dukungan kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
3. Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc, dan Mohamad Fahreza, SE., MAB selaku dosen penelaah Konsentrasi yang telah memberikan bimbingan,

arahan, saran dan dukungan kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.

4. Ketua prodi manajemen Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si dan jajarannya yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan kepada penulis.
5. Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo, Kota Bandung, yang telah memberi izin penelitian.
6. Teh Intan, Manajer Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo dan Ibu Merry, Asisten Manajer serta seluruh anggota Koprusmat yang telah memberikan kesempatan bagi penulis dan memberikan izin untuk melakukan penelitian di Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.
7. Direktur PIBI IKOPIN Bapak Drs. Deddy Supriyadi., M.Sc yang juga selaku orang tua di asrama.
8. Seluruh Pembina PIBI IKOPIN Kakak Indra Supriyadi, umi Ipah Marifah, kakak Rilda Apriardi, Teh Gita Kusumanagara, kakak H. Fredrick Siahaan, kakak Dikdik, bapak Maman
9. Seluruh Staff karyawan IKOPIN yang telah memberikan pelayanan selama di bangku kuliah.
10. Dr. H. Indra Fahmi. Ir. M.Si selaku orang tua di tanah rantao ini terima kasih atas cinta dan kasih sayang, motivasi dan doa bagi penulis.
11. Seluruh dosen pengajar IKOPIN yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
12. Pemberi beasiswa Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro (YPMK) kabupaten Mimika yang telah memberi peluang untuk menumpuh pendidikan di perguruan tinggi, Universitas Koperasi Indonesia.
13. Kedua Orang Tua Penulis, Yang Tercinta ayahanda Davitht Kameyau dan Ibunda Teresya Matamoa. Terima Kasih atas segala didikan, pelajaran kasih sayang dukungan baik moral maupun materil dan semangat, serta doa yang tak pernah habisnya sehingga semangat dan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan studi pendidikan sarjana.

14. Nenek dan kakek (Alm) yang selalu menjadi orang tua kedua bagi penulis, menjadi pendukung sejati dari Sejak Sekolah Dasar hingga tercapainya tujuan dan cita-cita penulis.
15. Teguh Wardoyo ayahanda sosok ayah yang patut ditiru teladan yang baik, yang sudah mendukung penulis dengan dukungan moril, materi dan doa kepada penulis.
16. Saudara/i Lilisanti Matamoa, Dewi Antonia Matamoa, Merry Kameyau dan saudara Yoris Kameyau yang turut mendukung penulis sehingga penulis bisa bersemangat dan kuat dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Mama Karolina Matamoa, Mama Ursula Matamoa, Mama Maria Matamoa, Mama Agustina Matamoa, Om Alex Matamoa, Om Willem Matamoa, Mama Ancelina Matamoa serta Keluarga besar Matamoa yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan moril, materi dan doa kepada penulis.
18. Anak-anak tercinta Rolando Rival Iko Monaweyauw, Davith Fralo Monaweyauw, Adriella Felly Monaweyauw, Jeyfiolla Monaweyauw yang menjadi penghibur dalam rumah dan semangat penuh kepada penulis.
19. Suami Tercinta Rikardus Monaweyauw yang menemani, memberi dukungan moril, materi dan doa bagi penulis.
20. Ibu-ibu tersayang di asrama PiBi IKOPIN yang selalu masak dan memberi dukungan doa bagi penulis.
21. Terima kasih kepada teman-teman manajemen F yang dari awal hingga akhir kuliah kelasnya seru.
22. Terima kasih teman-teman kelas Manajemen Pemasaran atas kebersamaannya, memori yang indah akan terus dikenang.
23. Terima kasih teman-teman Mopina Kogoya dan Delila Olivia Wayega yang telah meluangkan waktu, bertukar pikiran dalam penyusunan skripsi.
24. Terima kasih kepada keluarga dari ayahanda tante Sri Ubayati, Om Budi, Tante Imah, Om Joko, tante Ninik, Oma ibu dari ayah dan Opa (Alm) atas dukungan doa dan motivasinya kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan Hikmat pada kita semua. Akhir kata, tiada hal yang paling membahagiakan dalam hidup ini selain dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, oleh karena itu akan menambah kebahagiaan penulis apabila skripsi ini menjadi sumbangsih pemikiran yang bermanfaat bagi keluarga besar Universitas Koperasi Indonesia khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya atas keterbatasan dan kemampuan sebagai manusia biasa, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Jatinangor, 26 September 2023

Falentina Telly Matamoa
C1190372

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Maksud Dan Tujuan.....	7
1.3.1. Maksud Penelitian.....	7
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Aspek Teoritis.....	7
1.4.2. Aspek Praktis	8
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	9
2.1. Pendekatan Masalah	9
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	9
2.1.1.1. Definisi Koperasi	9
2.1.1.2. Nilai-Nilai Koperasi.....	10
2.1.1.3. Prinsip-prinsip Koperasi	12
2.1.1.4. Tujuan Koperasi.....	14
2.1.1.5. Fungsi dan Peran Koperasi	15
2.1.1.6. Bentuk dan Jenis Koperasi.....	16
2.1.1.7. Partisipasi Anggota	19
2.1.1.8. Partisipasi Anggota Sebagai Pemilik	21
2.1.1.9. Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan.....	22
2.1.2. Pendekatan Manajemen Pemasaran	26

2.1.3.	Pendekatan Bauran Pemasaran	26
2.1.4.	Pendekatan Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retail Marketing Mix</i>).....	28
2.1.5.	Pendekatan Minat Beli Konsumen	32
2.2.	Metode Penelitian	37
2.2.1.	Metode Penelitian Yang Digunakan	37
2.2.2.	Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	37
2.2.3.	Sumber Data dan Cara Menentukannya	39
2.2.4.	Teknik Pengumpulan Data	40
2.2.5.	Analisis Data.....	42
2.2.6.	Tempat Penelitian.....	47
2.2.7.	Jadwal Penelitian.....	47
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		48
3.1.	Keadaan Umum Organisasi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo	48
3.1.1.	Sejarah Terbentuknya Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	48
3.1.2.	Visi dan Misi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	48
3.1.2.1.	Visi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo	48
3.1.2.2.	Misi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo	48
3.1.3.	Struktur Organisasi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	49
3.1.3.1.	Rapat Anggota.....	51
3.1.3.2.	Pengurus.....	52
3.1.3.3.	Pengawas	55
3.1.3.4.	Manajer dan Karyawan.....	56
3.2.	Keanggotaan Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo	57
3.2.1.	Persyaratan Keanggotaan Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	57
3.2.2.	Partisipasi Anggota	59
3.3.	Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	61
3.3.1.	Simpan Pinjam.....	62

3.3.2.	Unit Cicendomart 1.....	66
3.3.3.	Unit Cicendomart 2.....	68
3.3.4.	Pengadaan Barang dan Jasa	69
3.3.5.	Unit Usaha Fotocopy dan Alat Tulis Kantor.....	70
3.3.6.	Unit Usaha Parkir	71
3.4.	Keadaan Permodalan dan Keuangan Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	73
3.4.1.	Keadaan Permodalan Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	73
3.4.2.	Keadaan Keuangan Koperasi	78
3.4.3.	Implementasi Jati Diri Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	84
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		88
4.1.	Identitas Responden dan informan.....	88
4.2.	Bauran Pemasaran Ritel Yang Dilaksanakan Oleh Unit Cicendomart.....	90
4.2.1.	Lokasi	91
4.2.2.	Produk/ <i>Merchandise</i>	91
4.2.3.	Harga/ <i>Pricing</i>	91
4.2.4.	Promosi.....	91
4.2.5.	Suasana Toko.....	91
4.2.6.	Pelayanan	92
4.3.	Tanggapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran Ritel Yang Dilaksanakan Oleh Unit Cicendomart	92
4.4.	Kesesuaian Antara Bauran Pemasaran Ritel Yang Dilaksanakan Oleh Unit Cicendomart Dengan Harapan Anggota.....	103
4.5.	Upaya Yang Harus Dilakukan Oleh Unit Cicendomart Untuk Meningkatkan Minat Beli Anggota Melalui Pelaksanaan Bauran Pemasaran Ritel.....	113
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		118
5.1.	Simpulan	118
5.2.	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....		123
LAMPIRAN.....		125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan pendapatan Unit Cicendomart Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo Pada Tahun 2015-2022	3
Tabel 1.2	Perbandingan Jumlah Transaksi Anggota dan Non Anggota di Koperasi Rumah Saktit Mata Cicendo Pada Tahun 2016-2022.	5
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu Yang Relevan.....	33
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel.....	38
Tabel 2.3	Analisis Data	43
Tabel 2.4	Penilaian Skoring Untuk Setiap Indikator	46
Tabel 2.5	Analisis Kesesuaian dan Kesenjangan	46
Tabel 3.1	Perkembangan Anggota Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2021-2022	58
Tabel 3.2	Perkembangan Simpanan Pokok Dan Simpanan Wajib Anggota Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo Pada Akhir 2022	59
Tabel 3.3	Jumlah Partisipasi Anggota Koprusmat Cicendo Tahun 2021-2022	60
Tabel 3.4	Persentase Partisipasi Anggota Koprusmat Cicendo pada Unit Cicendomart Tahun 2021 - 2022.....	61
Tabel 3.5	Persentase Partisipasi Anggota Koprusmat Cicendo pada Unit Simpan Pinjam Tahun 2021 - 2022	63
Tabel 3.6	Pendapatan Bruto Cicendomart 2 tahun 2021-2022.....	68
Tabel 3.7	Pendapatan Pengadaan Barang Tahun 2021-2022	70
Tabel 3.8	Pendapatan Bruto Unit Fotocopy Tahun 2021-2022.....	71
Tabel 3.9	Pendapatan Bruto Unit Parkir tahun 2021-2022	72
Tabel 3.10	Perkembangan Permodalan Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	78
Tabel 3.11	Standar Penilaian Rasio Likuiditas.....	79

Tabel 3.12	Likuiditas Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2020-2022.....	79
Tabel 3.13	Standar Rasio Solvabilitas.....	81
Tabel 3.14	Rasio Solvabilitas Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2020-2022	81
Tabel 3.15	Standar Penilaian Rasio Rentabilitas.....	83
Tabel 3.16	Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2020-2022.....	83
Tabel 3.17	Penilaian Implementasi Jati Diri Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo	87
Tabel 4.1	Karakteristik Sampel Penelitian	88
Tabel 4.2	Karakteristik Responden	89
Tabel 4.3	Frekuensi Transaksi.....	89
Tabel 4.4	Karakteristik Responden	90
Tabel 4.5	Tanggapan Anggota Terhadap Lokasi Unit Cicendomart.....	93
Tabel 4.6	Tanggapan Anggota Terhadap Jenis Produk Yang Ditawarkan Unit Cicendomart	93
Tabel 4.7	Tanggapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Yang Ada Di Unit Cicendomart	94
Tabel 4.8	Tanggapan Anggota Terhadap Variasi Produk Yang Ada Di Unit Cicendomart	95
Tabel 4.9	Tanggapan Anggota Terhadap Merek Produk Yang Ada Di Unit Cicendomart	96
Tabel 4.10	Tanggapan Anggota Terhadap Harga Jual Produk Yang Ada Di Unit Cicendomart	97
Tabel 4.11	Tanggapan Anggota Terhadap Promosi dan Periklanan Yang Dilaksanakan Oleh Unit Cicendomart.....	97
Tabel 4.12	Tanggapan Anggota Terhadap Suasana Toko Unit Cicendomart	98
Tabel 4.13	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Cepat Pada Unit Cicendomart	99

Tabel 4.14	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Tepat Pada Unit Cicendomart	100
Tabel 4.15	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Ramah Karyawan Unit Cicendomart	100
Tabel 4.16	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Nyaman Unit Cicendomart	101
Tabel 4.17	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Ritel Pada Unit Cicendomart Koprusmat Cicendo.....	102
Tabel 4.18	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan <i>Delivery Service</i> Unit Cicendomart	103
Tabel 4.19	Harapan Anggota Terhadap Jenis Produk Yang ditawarkan Oleh Unit Cicendomart.....	104
Tabel 4.20	Harapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Yang Ditawarkan Oleh Unit Cicendomart.....	105
Tabel 4.21	Harapan Anggota Terhadap Variasi Produk Yang Ditawarkan Oleh Unit Cicendomart.....	105
Tabel 4.22	Harapan Anggota Terhadap Merek Produk Yang ditawarkan Oleh Unit Cicendomart.....	106
Tabel 4.23	Harapan Anggota Terhadap Harga Jual Produk Yang Murah Ditawarkan Oleh Unit Cicendomart.....	106
Tabel 4.24	Harapan Anggota Terhadap Informasi Produk Yang Ditawarkan Melalui Via Whatsaap Oleh Unit Cicendomart...	107
Tabel 4.25	Harapan Anggota Terhadap Suasana Toko Unit Cicendomart	108
Tabel 4.26	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Cepat Yang Diberikan Karyawan Unit Cicendomart.....	108
Tabel 4.27	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Tepat Yang Diberikan Karyawan Unit Cicendomart.....	109
Tabel 4.28	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Ramah Diberikan Karyawan Unit Cicendomart.....	109

Tabel 4.29	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Nyaman Diberikan Karyawan Unit Cicendomart.....	110
Tabel 4.30	Rekapulasi Kepentingan/Harapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran Ritel Yang Dilaksanakan Oleh Unit Cicendomart.	111
Tabel 4.31	Rekapulasi Antar Skor Kenyataan Dengan Skor Harapan	112
Tabel 4.32	Upaya-Upaya Yang Harus Dilakukan Oleh Unit Cicendomart Untuk Meningkatkan Minat Beli Anggota Melalui Pelaksanaan Bauran Pemasaran Ritel.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rak/Tempat Penyimpanan Barang Yang Kosong, Harga dan Pelayanan Karyawan Kepada Konsumen Yang Berbelanja Di Unit Cicendomart	5
Gambar 2.1	Peran timbal balik antara dimensi-dimensi Koperasi	24
Gambar 3.1	Sumber Struktur Organisasi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Struktur Organisasi yang Disarankan	125
Lampiran 2	Foto Dokumentasi di Unit Cicendomart Tahun 2023	126
Lampiran 3	Produk-Produk Pada Unit Cicendomart Koprusmat	127
Lampiran 4	Harga Produk Unit Cicendomart Koprusmat	128
Lampiran 5	Foto Bersama Karyawan Unit Cicendomart Koprusmat.....	129