

**STRATEGI PENCAPAIAN TARGET PASAR MARTABAK
BANGKA PERSIB DAN PERAN PRA KOPERASI
BINAKARYA SEJAHTERA DALAM PENGEMBANGAN
USAHA ANGGOTA**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

VIKY TAUFIK QUL IKHROM

C1190323

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Bisnis**

Dosen Pembimbing :

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



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

TAHUN 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pencapaian Target Pasar Martabak Bangka Persib
dan Peran Pra Koperasi Binakarya Sejahtera Dalam
Pengembangan Usaha Anggota.

Nama : Viky Taufik Qul Ikhrom

NRP : C1190323

Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing

Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, 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

**PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul "Strategi Pencapaian Target Pasar Martabak Bangka Persib dan Peran Pra Koperasi Binakarya Sejahtera Dalam Pengembangan Usaha Anggota" 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 di bagian akhir laporan skripsi ini.

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

Jatinangor, 26 September 2023

Viky Taufik Qul Ikhrom

C1190323

RIWAYAT HIDUP

Viky Taufik Qul Ikhrom, lahir di Nganjuk pada tanggal 01 Juli 2001. Merupakan anak sulung. Pada tahun 2019 mencatatkan diri sebagai mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN) Jatinangor. Berikut riwayat singkat :

Pendidikan :

2007 : Lulus dari TK Al-Ikhlas Bandung

2013 : Lulus dari SDN Kiaracondong 5 Bandung

2016 : Lulus dari SMPN 37 Bandung

2019 : Lulus dari SMK Kencana Bandung

Selanjutnya pada bulan September 2019 penulis tercatat sebagai mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama menjadi mahasiswa penulis telah mengikuti kegiatan kemahasiswaan yang ada di IKOPIN maupun di luar IKOPIN antara lain :

1. Wakil Ketua Federasi Mahasiswa Sriboga IKOPIN (FEMASI) tahun 2021-2022
2. Anggota Divisi Routine Sharing di English Club of IKOPIN University tahun 2020 – 2022
3. Ketua pelaksana kegiatan ECSESST (English Contest And Seminar) tahun 2020

ABSTRACT

Viky Taufik Qul Ikhrom, 2023. *"Strategy for Achieving the Martabak Bangka Persib Target Market and the Role of the Binakarya Sejahtera Pre-Cooperative in Member Business Development"*, under the guidance of H. Gijanto Purbo Suseno.

Martabak Bangka Persib business is a micro, small and medium business in the city of Bandung, West Java. The resulting products are sweet martabak and eggs. The owner of the Bangka Persib Martabak Business is an active member of the Binakarya Sejahtera Pre-Cooperative. The business has been established since 2006, but in the last five years the sales turnover target has never been achieved 100%. Due to the implementation of promotional strategies and marketing mix that have not been effective.

The purpose of this research is to determine the strategy for achieving the Martabak Bangka Persib target market by mapping Business Model Canvas and strategies that must be developed through exploiting strengths and opportunities and minimizing weaknesses and threats using the IFAS EFAS matrix, and the SWOT Matrix.

From the research results it can be seen that the Martabak Bangka Persib Target Market Achievement Strategy needs to calculate the strengths, weaknesses, opportunities and threats and the company's condition is in quadrant I, namely supporting an aggressive strategy. This is a very profitable situation because the company has opportunities and strengths such as maintaining product taste, maintaining good relationships with customers, improving market reach by expanding markets. The application of the marketing mix can be said to be quite good by distributing questionnaires evaluating consumer responses to the performance of Martabak Bangka Persib. The role of the Binakarya Sejahtera Pre-Cooperative in developing members' businesses is by providing cheap raw materials, easy distribution channels and business development training to members.

Keywords: Marketing strategy, SWOT Analysis, Pre-Cooperative Role

ABSTRAK

Viky Taufik Qul Ikhrom, 2023. “Strategi Pencapaian Target Pasar Martabak Bangka Persib dan Peran Pra Koperasi Binakarya Sejahtera Dalam Pengembangan Usaha Anggota”, di bawah bimbingan H. Gijanto Purbo Suseno.

Usaha Martabak Bangka Persib merupakan usaha mikro kecil menengah di Kota Bandung, Jawa Barat. Produk yang dihasilkan adalah martabak manis dan telur. Pemilik dari Usaha Martabak Bangka Persib ini adalah anggota aktif dari Pra Koperasi Binakarya Sejahtera. Usahanya sudah berdiri sejak tahun 2006, namun dalam lima tahun terakhir target omzet penjualannya belum pernah tercapai 100%. Disebabkan adanya penerapan strategi promosi dan bauran pemasaran yang belum efektif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi Pencapaian target pasar Martabak Bangka Persib dengan pemetaan *Business Model Canvas* dan strategi yang harus dikembangkan melalui pemanfaatan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman menggunakan matrik IFAS EFAS, dan Matriks SWOT.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Strategi Pencapaian Target Pasar Martabak Bangka Persib perlu melakukan perhitungan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta kondisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Hal tersebut merupakan situasi sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan seperti mempertahankan cita rasa produk, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, memperbaiki jangkauan pasar dengan memperluas pasar. Penerapan bauran pemasaran dapat dikatakan cukup baik dengan cara melakukan penyebaran kuisioner evaluasi respon konsumen terhadap kinerja Martabak Bangka Persib. Peran Pra Koperasi Binakarya Sejahtera dalam pengembangan usaha anggota yaitu dengan memberikan bahan baku yang murah, saluran distribusi yang mudah dan pelatihan pengembangan usaha kepada anggota.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, Analisis SWOT , Peran Pra Koperasi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabiyyina wa habibina wa syafi'ina wa maulana Muhammad SAW, kepada keluarganya beserta sahabatnya. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program pendidikan Strata-I (S1) di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pencapaian Target Pasar Martabak Bangka Persib dan Peran Pra Koperasi Binakarya Sejahtera Dalam Pengembangan Usaha Anggota”**.

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

Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, bantuan baik moral maupun materiil. Pertama, penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan pengarahan, bimbingan serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.
2. Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati M.Si. selaku Penguji Konsentrasi yang juga telah memberikan pengarahan dan masukan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti selaku Penguji Koperasi yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
4. Ibu Dr. Ami purnamawati, Dra., M.Si. selaku Direktur Prodi Manajemen S1 yang telah membantu kelancaran proses seminar hingga sidang skripsi.
5. Orang tua tercinta (Bapak Muhammad Zaini dan Ibu Sri Susilowati) sekaligus pemilik usaha Martabak Bangka Persib yang telah memberikan doa restu, kesabaran, semangat, dukungan dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas. Dan kepada saudara, keluarga besar tercinta yang selalu mendukung dan tak lelah memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan studi ini.
6. Segenap pengurus, pengawas dan anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan.
7. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT. Sriboga Flour Mill yang merupakan pemberi beasiswa untuk berkesempatan mengikuti perkuliahan di IKOPIN dan seluruh pihak PT. Sriboga Flour Mill yang telah

memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.

8. Bapak/Ibu Dosen pengajar IKOPIN yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan.
9. Teman sekaligus keluarga Federasi Mahasiswa Sriboga IKOPIN (Femasi 2019 yaitu Aditya Naja P, Shahnaz Shaffa dan Salsabila Tri Lestari dan adik tingkat 2020-2022) yang telah menemani dan mewarnai hari-hari penulis selama masa perkuliahan.
10. Siti Nurhanipah telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, doa serta *My Mood Booster* selama menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga Pondok Amanda Kost (Dimas Andrian, Tiara Karolina, Suryani Daeng, Dicky alang dan lainnya) yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
12. 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 para pembaca pada umumnya.

Jatinangor, September 2023

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Aspek Teoritis	11
1.4.2 Aspek Praktis	11

BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN..... 12

2.1.1	Pendekatan Perkoperasian	12
2.1.2	Pendekatan UMKM	25
2.1.3	Pendekatan Manajemen Bisnis	29
2.1.4	Pendekatan Manajemen Strategi.....	32
2.1.5	Pendekatan Bauran Pemasaran	34
2.1.6	Pendekatan Business Model Canvas.....	49
2.1.7	Pendekatan SWOT.....	69
2.1.8	Daftar Penelitian Terdahulu.....	72
2.2	Metode Penelitian.....	73
2.2.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	73
2.2.2	Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	73
2.2.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya	77
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	81
2.2.5	Analisis Data	82
2.2.6	Tempat Penelitian	89
2.2.7	Jadwal Penelitian	90

BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN 91

3.1	Keadaan Umum Usaha Martabak Bangka Persib.....	91
3.1.1	Sejarah Usaha Martabak Bangka Persib	91

3.1.2	Struktur Manajemen Usaha Martabak Bangka Persib ..	92
3.1.3	Permodalan Usaha Martabak Bangka Persib	93
3.1.4	Fungsi Manajemen Usaha Martabak Bangka Persib	94
3.2	Keadaan Umum Pra Koperasi Binakarya Sejahtera	95
3.2.1	Sejarah Pra Koperasi Binakarya Sejahtera	95
3.2.2	Struktur Organisasi Pra Koperasi Binakarya Sejahtera..	96
3.2.3	Keadaan Keanggotaan Pra Koperasi Binakarya Sejahtera	106
3.2.4	Kegiatan Usaha Pra Koperasi Binakarya Sejahtera	109
3.2.5	Keadaan Permodalan Pra Koperasi Binakarya Sejahtera	113
3.2.6	Implementasi Jatidiri Pra Koperasi Binakarya Sejahtera..	118
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		131
4.1	Profil Informan dan Responden	131
4.1.1	Profil Informan Pemilik Usaha Martabak Bangka Persib.	131
4.1.2	Profil Informan Pengurus Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	132
4.1.3	Profil Responden Konsumen Akhir Martabak Bangka Persib.....	133

4.1.4	Profil Responden Anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	135
4.2	Pemetaan Usaha Martabak Bangka Persib melalui <i>Business Model Canvas</i>	136
4.3	Strategi pencapaian target pasar yang dilakukan Martabak Bangka Persib saat ini	155
4.3.1	Produk (<i>Product</i>)	155
4.3.2	Harga (<i>Price</i>)	158
4.3.3	Tempat (<i>Place</i>).....	160
4.3.4	Promosi (<i>Promotion</i>)	161
4.3.5	Evaluasi Respon Konsumen Terhadap Strategi yang Diterapkan Martabak Bangka Persib	162
4.4.	Strategi Pencapaian target pasar yang seharusnya dilakukan Martabak Bangka Persib	169
4.4.1	Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha Martabak Bangka Persib	170
4.4.2	Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada Usaha Martabak Bangka Persib berdasarkan Pemetaan <i>Business Model Canvas</i> Nya.....	174
4.4.3	Matriks SWOT pada Usaha Martabak Bangka Persib.....	176

4.5	Peran Pra Koperasi Binakarya Sejahtera dalam mendukung Strategi Pencapaian Target Pasar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	179
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		191
5.1	Simpulan	191
5.2	Saran	192
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	UMKM di Indonesia Tahun 2018 – 2019 beserta pangsa dan perkembangannya.....	1
Tabel 1.2	Perkembangan anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera Tahun 2017-2021.....	4
Tabel 1.3	Target dan realisasi usaha Martabak Bangka Persib dari Tahun 2017-2021.....	6
Tabel 2.1	Fungsi - fungsi pelayanan Koperasi Produsen dan kemungkinan dampak ekonomis terhadap anggota.....	18
Tabel 2.2	SWOT Matrix.....	71
Tabel 2.3	Daftar penelitian terdahulu.....	72
Tabel 2.4	Operasionalisasi Variabel.....	74
Tabel 2.5	Sumber data dan cara menentukannya.....	77
Tabel 2.6	Model EFAS/IFAS terhadap Business Model Canvas.....	84
Tabel 2.7	Matrik IFAS.....	86
Tabel 2.8	Matriks EFAS.....	89
Tabel 2.9	Matrik SWOT.....	90
Tabel 2.10	Jadwal Penelitian.....	103
Tabel 3.1	Data transaksi anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	106

.

Tabel 3.2	Data pinjaman anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	109
Tabel 3.3	Barang yang disediakan Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	111
Tabel 3.4	Perkembangan volume usaha pada unit pengadaan barang.....	112
Tabel 3.5	Data Simpanan pokok anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera tahun 2019 - 2021.....	113
Tabel 3.6	Data Simpanan wajib anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera tahun 2019 – 2021.....	114
Tabel 3.7	Data Simpanan Sukarela anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera tahun 2019 - 2021.....	115
Tabel 3.8	Alokasi dana hibah Pra Koperasi Binakarya Sejahtera	115
Tabel 3.9	Dana Cadangan Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	116
Tabel 3.10	Sisa Hasil Usaha Pra Koperasi Binakarya Sejahtera tahun 2019 - 2021.....	117
Tabel 4.1	Karakteristik konsumen akhir berdasarkan jenis kelamin	134
Tabel 4.2	Karakteristik konsumen akhir berdasarkan usia	134
Tabel 4.3	Karakteristik konsumen akhir berdasarkan pekerjaan/usaha.....	134
Tabel 4.4	Karakteristik konsumen akhir berdasarkan pendapatan	134
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	135
Tabel 4.6	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	135
Tabel 4.7	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan/usaha	135

Tabel 4.8	Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan.....	136
Tabel 4.9	Data Jumlah penduduk & pendapatan masyarakat Kota Bandung 2023.....	137
Tabel 4.10	Arus Pendapatan Martabak Bangka Persib.....	143
Tabel 4.11	Daftar Aset yang dimiliki oleh Martabak Bangka Persib.....	146
Tabel 4.12	Rincian Biaya penyusutan Aset.....	152
Tabel 4.13	Biaya tetap produksi pada Usaha Martabak Bangka Persib.....	152
Tabel 4.14	Biaya Variabel Martabak Manis dan Telor per hari.....	153
Tabel 4.15	Varian rasa dan topping Martabak Manis dan telor.....	155
Tabel 4.16	Penilaian konsumen terhadap kinerja pada kualitas produk dari segi rasa.....	162
Tabel 4.17	Penilaian konsumen terhadap varian produk martabak.....	163
Tabel 4.18	Penilaian konsumen terhadap kemasan produk.....	164
Tabel 4.19	Penilaian konsumen terhadap Harga yang ditetapkan dibandingkan pesaing.....	164
Tabel 4.20	Penilaian konsumen terhadap kinerja kemudahan dijangkau....	165
Tabel 4.21	Penilaian konsumen terhadap kinerja pada Lahan Parkir.....	166
Tabel 4.22	Penilaian konsumen terhadap kinerja pada promosi melalui Spanduk atau Banner.....	166
Tabel 4.23	Penilaian konsumen terhadap kinerja pada promosi melalui market place atau campaign.....	167
Tabel 4.24	Rekapitulasi respon konsumen terhadap strategi yang diterapkan.....	168

Tabel 4.25	Unsur – Unsur Faktor IFAS Usaha Martabak Bangka Persib....	170
Tabel 4.26	Unsur – Unsur Faktor EFAS Usaha Martabak Bangka Persib...	170
Tabel 4.27	Analisa Faktor Internal Martabak Bangka Persib.....	171
Tabel 4.28	Analisa Faktor Eksternal Martabak Bangka Persib.....	173
Tabel 4.29	SWOT Martabak Bangka Persib berdasarkan pemetaan Business Model Canvas-Nya.....	175
Tabel 4.30	Matrik SWOT pada Usaha Martabak Bangka Persib.....	176

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	4
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio-Ekonomi Dan Kedudukannya Pada Lingkungan Ekonomi Pasar.....	15
Gambar 2.2	Sembilan Bagian dalam <i>Business Model Canvas</i>	50
Gambar 2.3	Saluran distribusi untuk barang konsumsi.....	57
Gambar 2.4	Diagram analisis SWOT.....	69
Gambar 3.1	Struktur organisasi Martabak Bangka Persib.....	93
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	98
Gambar 3.3	Struktur Organisasi Pra Koperasi Binakarya Sejahtera (Yang disarankan).....	98
Gambar 4.1	Dus Martabak yang digunakan	140
Gambar 4.2	Daftar Menu Martabak Bangka Persib	140
Gambar 4.3	Order via Grab Food, Shopee Food dan Go Food	141
Gambar 4.4	Arus Pendapatan Martabak Bangka Persib	144
Gambar 4.5	Saluran Penjualan Martabak Bangka Persib.....	145
Gambar 4.6	Pemetaan Business Model Canvas pada Usaha Martabak Bangka Persib.....	154
Gambar 4.7	Tepung Terigu Ninja dari PT. Sriboga Flour Mill.....	157

Gambar 4.8	Kemasan dus martabak.....	158
Gambar 4.9	Daftar Menu Martabak Bangka Persib.....	159
Gambar 4.10	Lokasi Usaha Martabak Bangka Persib.....	160
Gambar 4.11	Diagram SWOT Martabak Bangka Persib.....	180

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Observasi.....	195
Lampiran 2	Pedoman Wawancara Business Model Canvas.....	197
Lampiran 3	Pedoman Wawancara IFAS/EFAS.....	202
Lampiran 4	Pedoman Wawancara Evaluasi Respon Konsumen.....	204
Lampiran 5	Pedoman Wawancara Anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	207
Lampiran 6	Pedoman Wawancara Pengurus Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	209
Lampiran 7	Lembar Kuisisioner.....	211
Lampiran 8	Rekapan perhitungan hasil IFAS/EFAS.....	213
Lampiran 9	Hasil Perhitungan Kuisisioner Analisis SWOT.....	217
Lampiran 10	Hasil Jawaban Kuisisioner Anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera.....	221
Lampiran 11	Karakteristik Konsumen Akhir Martabak Bangka Persib...	224
Lampiran 12	Karakteristik Anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera...	226
Lampiran 13	Data Simpanan Anggota Pra Koperasi Binakarya Sejahtera tahun 2022.....	229
Lampiran 14	Dokumentasi.....	231