

**ANALISIS BAURAN ECERAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN**

(Studi Kasus pada Unit Intimart Koperasi INTI Kota Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

Lusti Destianti

C1150387

Dosen Pembimbing :

Drs. H. Iwan Mulyana, M.Si



KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : ANALISIS BAURAN ECERAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN
Studi kasus pada unit Intimart Koperasi INTI Kota
Bandung.
NAMA : LUSTI DESTIANTI
NRP : C1150387
PROGAM STUDI : MANAJEMEN SI
KONSENTRASI : MANAJEMEN BISNIS

MENYEUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



(Drs. H. Iwan Mulyana, M.Si)

Direktur Program Studi Manajemen SI



(Dr.H.Gijanto Purbo Suseno,SE.,MSc)



RIWAYAT HIDUP

Lusti Destianti, lahir di Sumedang, Jawa Barat pada 22 Maret 1997. Putri kedua dari 3 (tiga) bersaudara dari keluarga Tito Sucipto dan Cucu Karyati. Adapun riwayat pendidikan yang telah ditempuh yaitu :

- Tahun 2003 menyelesaikan pendidikan TK di TK Darul Hikam.
- Tahun 2009 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri Mekarsari.
- Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Jatinangor.
- Tahun 2015 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Rancaekek.

Pada tahun 2015 tercatat sebagai mahasiswa di Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Sarjana Manajemen, Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Jatinangor, Jawa Barat. Selama masa perkuliahan, peneliti aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, yaitu :

- Swara Radio IKOPIN Jatinangor pada periode 2015-2017 sebagai penyiar Swara Radio.
- Swara Radio IKOPIN Jatinangor pada periode 2016-2017 sebagai produser dalam program Made in Indonesia Swara Radio.
- Swara Radio IKOPIN Jatinangor pada periode 2017-2018 sebagai *Program Director*.

RINGKASAN

LUSTI DESTIANTI, Analisis Bauran Eceran dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Studi kasus pada Unit Intimart Koperi Inti Kota Bandung Provinsi Jawa Barat, dibawah naungan **Drs. H. Iwan Mulyana, M.Si.**

Koperasi INTI merupakan koperasi serba usaha (*multipurpose*). Permasalahan yang dihadapi Koperasi INTI khususnya Unit Intimart yaitu penjualan yang terus menurun setiap tahunnya. Hal ini diduga karena barang yang tersedia tidak lengkap, perubahan *lay-out* toko yang mempengaruhi *impulsive buying*, serta harga yang semula lebih murah dibandingkan pesaing kini menjadi sama atau bahkan lebih mahal. Oleh karena itu, diperlukan Analisis terhadap Bauran Eceran yang telah dilaksanakan sebagai upaya memperbaikinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran eceran, penilaian dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran; kinerja pemasaran; dan upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja pemasaran melalui unsur-unsur bauran eceran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dan analisis diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur bauran eceran yang dianggap penting namun pelaksanaannya belum sesuai yaitu jumlah produk, kualitas produk, *lay-out*, dan menjaga kualitas produk. Unsur bauran eceran yang dianggap penting dan pelaksanaannya baik (kuadran I) yaitu penanganan keluhan, cara pembayaran, penetapan harga, dan kestrategisan toko. Unsur bauran eceran yang dianggap penting namun pelaksanaannya biasa-biasa (kuadran II) saja yaitu pelaksanaan transaksi, jenis produk, variasi produk, potongan harga, identitas toko, dan papan promosi, sedangkan unsur bauran eceran yang dianggap tidak penting namun pelaksanaannya sangat baik (kuadran IV) yaitu kapasitas parkir, pengiriman barang, pengetahuan produk, kesiapan melayani, dan kebersihan toko.

Pertumbuhan anggota dan volume penjualan cenderung terus menurun setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena pembayaran kredit terjadi begitu banyak setiap tahunnya sehingga perputaran uang mengalami perlambatan. Berdasarkan penelitian tersebut para anggota mengharapkan bauran eceran yang diberikan lebih ditingkatkan. Dengan penerapan bauran eceran yang baik maka diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota yang pada akhirnya kinerja pemasaran dapat dengan mudah tercapai.

ABSTRACT

LUSTI DESTIANTI, *Analysis of Retailing Mix in Efforts to Improve Marketing Performance. Case study on the Intimart Unit of Koperasi Inti in Bandung, West Java Province, under the guidance of Drs. H. Iwan Mulyana, M. Si.*

INTI Cooperative is a multipurpose cooperative. The problems of INTI Cooperative on Unit Intimart are the decline sales every year. This is presumably because the goods available are incomplete, changes in store layouts that affect impulsive buying, and prices that were originally cheaper than competitors have now become equal or even more expensive. Therefore, an analysis of the Retailing Mixes are necessary in order to improve of performance analysis

The purpose of this study is to determine the implementation of retailing mix, assessment and expectations of members towards the implementation of the retailing mix; marketing performance; and efforts that can be made to improve marketing performance through elements of the retailing mix. The research method used is using the case study and analysis in the cartesian diagram.

The results of the research indicate that the retailing mix elements are considered important but the implementation is not yet appropriate, namely the number of products, product quality, layout, and maintaining product quality. The retailing mix element which is considered important and its implementation is good (quadrant I), namely handling, payment methods, pricing, and strategic shop. Retailing mix elements that are considered important but are usually implemented (quadrant II), namely the implementation of transactions, types of products, product variations, discounts, store identity, and promotion boards, while the retail mix elements that are considered not important but are very good implementation (quadrant IV) namely parking capacity, delivery, product knowledge, readiness to serve, and shop cleanliness.

Member growth and sales volume tend to decline every year. This is causes by credit payments as a result the money turnover decreases. Based on the research, the members expect the retailing mix to be increased. by well implementing retailing mix, it's expected able to fullfill member needs and wants, till markerting performance can be achieved easily.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah swt. yang mana telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran”. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw., kepada keluarganya, para sahabatnya, serta pengikutnya, sampai akhir zaman. Skripsi ini didedikasikan kepada kedua orang tua penulis, ibu Cucu Karyati dan Bapa Tito Sucipto serta keluarga tercinta yang telah banyak memberikan kasih sayang, dan dukungan baik secara moral maupun material, pengorbanan serta do’a yang tidak pernah terputus untuk penulis.

Selama penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dikarenakan keterbatasan dan pengetahuan dari penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya penelitian berikutnya yang dapat menyempurnakan penelitian ini.

Penulisan skripsi ini tidak dapat selesai jika tidak ada bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis menghaturkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Iwan Mulyana, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ir. Nanik Risnawati, M.Si selaku dosen penelaah koperasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh staf dosen pengajar khususnya konsentrasi Manajemen Bisnis terimakasih telah memberikan semua ilmu dan pengalamannya yang sangat berharga bagi penulis serta dapat menjadi bekal setelah lulus dari IKOPIN.
5. Seluruh staf karyawan/wati IKOPIN yang telah memberikan semangat serta membantu penulis dengan sabar selama menjadi mahasiswa IKOPIN.
6. Seluruh staf pengaman dan *cleaning service* IKOPIN yang telah memberikan kehangatan dan kenyamanan dalam menempuh pendidikan serta terimakasih telah memberikan semangat dan dukungannya.
7. Tian Pradiani selaku kakak kandung yang telah banyak mendukung, menyemangati, mendoakan dan membantu serta menjadi motivator bagi penulis.
8. Teman satu bimbingan Ririn Pitriyani terimakasih sudah saling menyemangati dan membantu.
9. Popy Nurfauziah yang telah menemani, menyemangati dan membantu.
10. Asty Setia Fpanny yang telah meluangkan waktu untuk mengajarkan tentang diagram kartesius dan terimakasih telah memberikan semangat dan dukungannya.

11. Is Hayanti, Yasmin Afina, Aulia Rachmatina, dan Ayu Siti Aisyah terimakasih telah memberikan semangat dan dukungannya serta selalu menjadi tempat melepas penat selama ini.
12. Ummul Qisthi dan Vidya Retno Ningtyas terimakasih telah memberikan semangat, membantu, dan mendengarkan.
13. Herlinadia Mariah, Firda Utami, Defitri Nugrahyani, dan Bakti Aprizal terimakasih telah memberikan semangat dan terimakasih telah menemani penulis selama penulis menjadi mahasiswa.
14. Maya Shafara dan Nurhany terimakasih telah menyemangati dan mendukung selama penulis menjadi mahasiswa.
15. Fitri Oppey terimakasih yang selalu memberikan semangat, dukungan, masukan, dan telah mendengarkan semua keluhan penulis.
16. Nara Novita terimakasih telah memberikan dukungan dan masukan serta semangat.
17. Teman-teman *crew* Swara Radio Irena Qisthi, Tyas, Yudhis, Dezan, Nada, Arum, Igul, Enji, Kuca, Edwar, Eca, Adel, Bela, Dey, Ari, Dika, dan semua yang tidak bisa seluruhnya penulis tulis terimakasih telah memberikan pengalaman yang berharga.
18. Orang tua penulis. Ayahanda Tito Sucipto, Ibunda Cucu Karyati , yang telah memberikan dorongan semangat dan doa tiada henti.

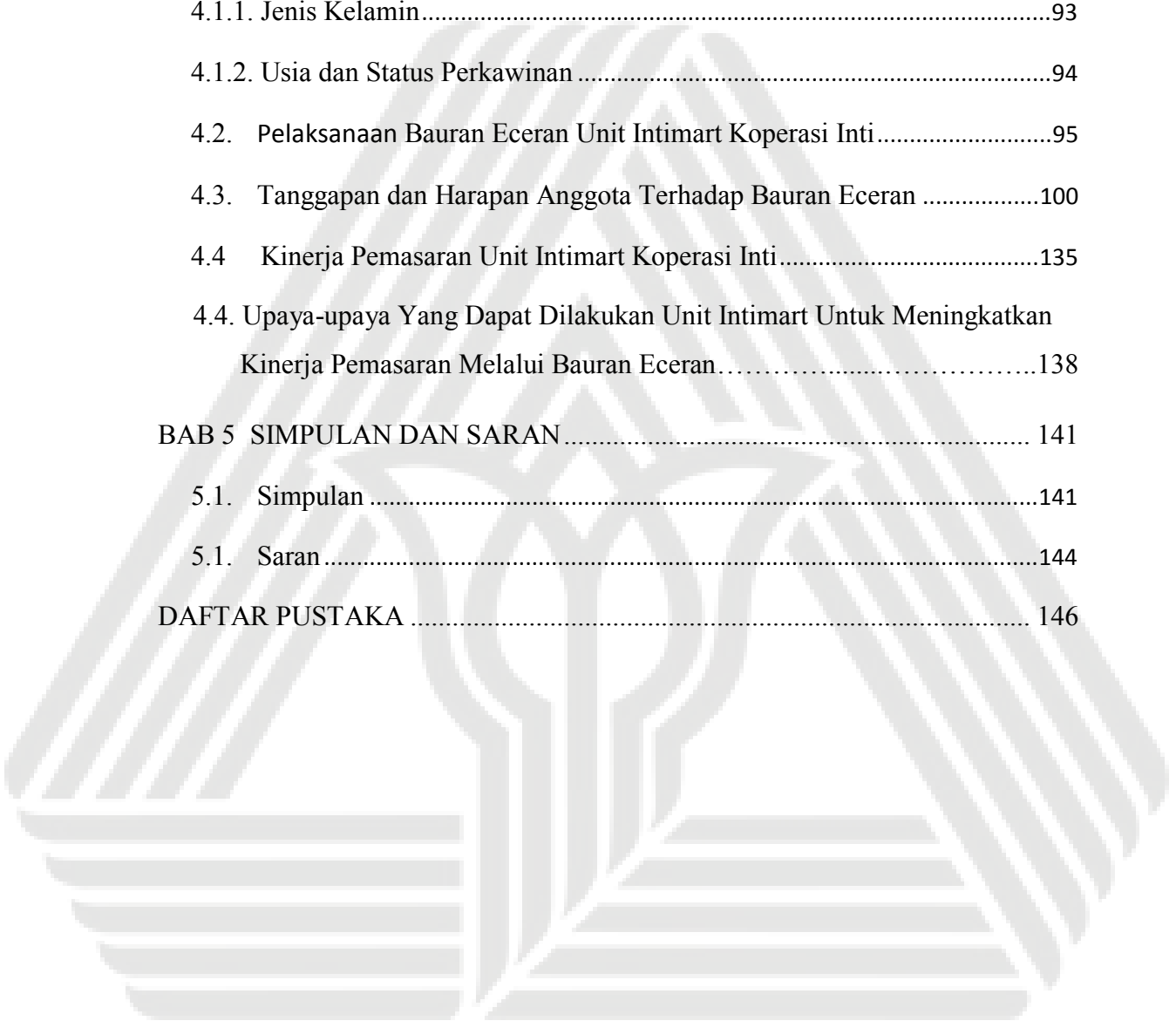
Jatinangor, Juli 2019

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
RINGKASAN	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	10
BAB 2 PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	11
2.1. Pendekatan Masalah	11
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian	11
2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis	17
2.1.3 Aktivitas Pemasaran.....	20
2.1.4. Retailing.....	23
2.1.4.1 Jenis Retailing.....	23
2.1.4.2 Bauran Eceran (Retailing Mix).....	24
2.1.4.3 Kinerja Pemasaran.....	39
2.2 METODE PENELITIAN.....	41
2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan.....	41

2.2.2. Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	41
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	41
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data	42
2.2.5. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
2.2.6 Operasionalisasi Variabel	44
2.2.7. Rancangan Analisis Data.....	45
2.2.8. Tempat Penelitian	51
2.2.9. Jadwal Waktu Penelitian.....	51
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	52
3.1. Keadaan Umum Organisasi	52
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi INTI	52
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi INTI.....	53
3.2. Keanggotaan Koperasi INTI.....	68
3.3. Kegiatan Usaha Dan Permodalan Koperasi INTI.....	73
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi INTI.....	73
3.3.2 Permodalan Koperasi Inti	78
3.3.3 Rasio Keuangan	80
3.4. Organisasi Terkait.....	86
3.5. Keadaan Wilayah Kerja Koperasi Inti	87
3.6. Keadaan Ekonomi Wilayah Kerja Koperasi Inti	88
3.7. Implementasi Jati Diri Koperasi.....	88
3.7.1. Definisi Koperasi.....	88
3.7.2. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	89
3.7.3. Implementasi Nilai-Nilai	90
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	93

4.1. Identitas Responden	93
4.1.1. Jenis Kelamin.....	93
4.1.2. Usia dan Status Perkawinan	94
4.2. Pelaksanaan Bauran Eceran Unit Intimart Koperasi Inti.....	95
4.3. Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Bauran Eceran	100
4.4 Kinerja Pemasaran Unit Intimart Koperasi Inti.....	135
4.4. Upaya-upaya Yang Dapat Dilakukan Unit Intimart Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Bauran Eceran.....	138
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	141
5.1. Simpulan	141
5.1. Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA	146



IKOPIN

DAFTAR TABEL

No.Tabel	Judul	Hal
1.1	Perkembangan Volume Penjualan Unit Usaha Koperasi INTI.....	4
1.2	Jumlah Anggota Koperasi INTI.....	5
2.1	Operasionalisasi Variabel.....	44
2.2	Penilaian Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Eceran Yang Dilakukan Pada Unit Intimart Koperasi Inti	46
2.3	Penilaian Tanggapan Anggota Terhadap Harapan (Kepentingan) Bauran Eceran Pada Unit Intimart Koperasi Inti.....	47
2.4	Tingkat Kesesuaian Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Eceran dan Tanggapan Anggota Terhadap Harapan (Kepentingan) Bauran Eceran Unit Usaha Intimart per Indikator	49
3.1.	Jumlah Tenaga Kerja Pengelola Koperasi INTI	68
3.2	Jasa Simpanan Berjangka.....	74
3.3	Pendapatan Unit Simpan Pinjam.....	76
3.4	Pendapatan Usaha Niaga.....	76
3.5	Pendapatan Usaha Jasa.....	77
3.6	Pendapatan Unit Intimart.....	78
3.7	Modal Sendiri Koperasi INTI	78
3.8	Alokasi SHU Koperasi Inti	79
3.9	Modal Asing Koperasi Inti.....	79
3.10	Standar Penilaian Rasio Likuiditas	81
3.11	Keadaan Likuiditas Koperasi Inti Periode Tahun 2014-2018.....	81
3.12	Standar Penilaian Rasio Solvabilitas.....	83
3.13	Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Inti Tahun 2014-2018	83

3.14 Standar Penilaian Rasio Rentabilitas	85
3.15 Perkembangan Rentabilitas Koperasi Inti Tahun 2014-2018	85
3.16 Jarak Tempuh Tiap Kelurahan Ke Koperasi INTI.....	87
3.17 Mata Pencanharian Penduduk Sekitar Wilayah Kerja Koperasi INTI.....	88
3.18 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pada Koperasi Inti.....	89
3.19 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Pada Koperasi INTI.....	91
4.1 Komparasi Harga Unit Intimart Koperasi Inti dengan Rata-rata Pesaing.....	98
4.2 Tanggapan Anggota Terhadap Kestrategisan Lokasi Toko Intimart	100
4.3 Harapan Anggota Terhadap Kestrategisan Lokasi Toko Intimart Koperasi Inti	101
4.4 Tanggapan Anggota Terhadap Kapasitas Parkir Unit Intimart Koperasi Inti	102
4.5 Harapan (Kepentingan) Anggota Terhadap Kapasitas Parkir Unit Intimart Koperasi Inti.....	103
4.6 Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Transaksi di Unit Intimart Koperasi Inti	104
4.7 Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Transaksi di Unit Intimart Koperasi Inti	105
4.8 Tanggapan Anggota Terhadap Penanganan Keluhan di Unit Intimart Koperasi Inti	106
4.9 Harapan Anggota Terhadap Penanganan Keluhan di Unit Intimart Koperasi Inti	107
4.10 Tanggapan Anggota Terhadap Cara Pembayaran di Unit Intimart Koperasi Inti	108
4.11 Harapan Anggota Terhadap Cara Pembayaran Di Unit Intimart Koperasi Inti	108
4.12 Tanggapan Anggota Terhadap Pengiriman Barang Di Unit Intimart Koperasi Inti.....	109
4.13 Harapan Anggota Terhadap Pengiriman Barang Di Unit Intimart Koperasi Inti	110

4.14 Tanggapan Anggota Terhadap Jenis Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	111
4.15 Harapan Anggota Terhadap Jenis Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	112
4.16 Tanggapan Anggota Terhadap Jumlah Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	113
4.17 Harapan Anggota Terhadap Jumlah Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	113
4.18 Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	114
4.19 Harapan Anggota Terhadap Kualitas Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	115
4.20 Tanggapan Anggota Terhadap Variasi Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	116
4.21 Harapan Anggota Terhadap Variasi Produk Di Unit Intimart Koperasi Inti	116
4.22 Tanggapan Anggota Terhadap Penetapan Harga Di Unit Intimart Koperasi Inti	117
4.23 Harapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditetapkan Di Unit Intimart Koperasi Inti.....	118
4.24 Tanggapan Anggota Terhadap Lay-out Toko Di Unit Intimart Koperasi Inti	119
4.25 Harapan Anggota Terhadap Lay-Out (Tata Letak) Toko Di Unit Intimart Koperasi Inti	120
4.26 Tanggapan Anggota Terhadap Kebersihan Toko Unit Intimart Koperasi Inti.. ..	120
4.27 Harapan Anggota Terhadap Kebersihan Toko Di Unit Intimart Koperasi Inti	121
4.28 Tanggapan Anggota Terhadap Pengetahuan Karyawan Unit Intimart Koperasi Mengenai Produk.....	122
4.29 Harapan Anggota Terhadap Pengetahuan Karyawan Unit Intimart Koperasi Inti.....	123

4.30 Tanggapan Anggota Terhadap Kesigapan Karyawan Unit Intimart Koperasi Inti.....	123
4.31 Harapan Anggota Terhadap Kesigapan Karyawan Unit Intimart Koperasi Inti	124
4.32 Tanggapan Anggota Terhadap Kemampuan Karyawan Yang Menjaga Kualitas Barang Di Unit Intimart Koperasi Inti	125
4.33 Harapan Anggota Terhadap Karyawan Unit Intimart Koperasi Inti Yang Menjaga Kualitas Barang	126
4.34 Tanggapan Anggota Terhadap Potongan Harga Di Unit Intimart Koperasi Inti	127
4.35 Harapan Anggota Terhadap Potongan Harga Di Unit Intimart Koperasi Inti	127
4.36 Tanggapan Anggota Terhadap Identitas Toko Unit Intimart Koperasi Inti	128
4.37 Harapan Anggota Terhadap Identitas Toko Unit Intimart Koperasi Inti	129
4.38 Tanggapan Anggota Terhadap Papan Promosi Di Unit Intimart Koperasi Inti	130
4.39 Harapan Anggota Terhadap Papan Promosi Di Unit Intimart Koperasi Inti	131
4.40 Rekapitulasi Pelaksanaan dan Harapan Anggota Terhadap Bauran Eceran di Unit Intimart Koperasi Inti	132
4.41 Volume Penjualan Unit Intimart dan Pertumbuhannya	135
4.42 Pertumbuhan Anggota Koperasi INTI	136

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul	Hal
1.1	Target dan Realisasi Volume Penjualan Unit Intimart	6
1.2	<i>Lay-out</i> Toko Sebelum Berubah.....	7
1.3	<i>Lay-out</i> Toko Setelah Berubah.....	7
2.1	Alur Pengadaan Pada Koperasi Konsumen.....	16
2.2	Analisis Harapan dan Pelaksanaan.....	50
3.1	Struktur organisasi Koperasi INTI.....	54
4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	94
4.3	Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	94
4.4	Analisis Harapan dan Pelaksanaan.....	133

IKOPIN