

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

(Studi Kasus Pada Unit Cicendomart1 Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo Bandung)

Disusun Oleh:

DEA AULIA

C1190079

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Pembimbing:

Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti



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

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan
Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Unit Cicendomart 1
Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo Bandung)

Nama : Dea Aulia

NRP : C1190079

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing

Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE.,M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Dea Aulia lahir di Bandung pada tanggal 13 Juli 2001, sebagai anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Koko Koswara dan Ibu Tini Hartini.

Penulis menempuh pendidikan formal dimulai dari Sekolah Dasar Negeri Linggar II dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2016 lulus dari Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Cicalengka. Pada tahun 2019 lulus dari Sekolah Menengah Atas di SMA PGRI Cicalengka.

Pada tahun 2019 melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan S1 pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas IKOPIN. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam mengikuti kegiatan kemahasiswaan yaitu Member Activity Center dan kepanitiaan Mukernas Fornas Sosmas.

ABSTRACT

DEA AULIA, 2023. *Marketing Mix Analysis in increasing to Sales Volume (Case Study at Cicendomart Unit 1 Employee Cooperative of Cicendo Eye Hospital Bandung), under the guidance of Hj. Endang Wahyuningsih.*

Employee Cooperative of Cicendo Eye Hospital is a cooperative that has 436 members consisting of Cicendo Eye Hospital's Employees. In order to comply the needs of its members, Employee Cooperative of Cicendo Eye Hospital has 6 business unit. This research is focuses on the Cicendomart Unit 1. Based on the preliminary survey, there are several phenomena such as the failure to achieve the sales target every year. This is presumably due to the implementation of the marketing mix that is not optimal, such as the completeness and variety of products that are less diverse and some products have higher prices than competitors.

The purpose of this study is to obtain an overview of the marketing mix that executed by the Cicendomart unit 1 in increasing to sales volume through improving the implementation of the marketing mix.

The method used in this research is a case study, the data obtained is through interviews, questionnaires, observation and literature study which are analyzed descriptively. The samples used as respondents in this study were 76 people, consisting of 41 cooperative members and 35 non-cooperative members.

The results of this study show that the implementation of the marketing mix at the Cicendomart 1 Unit is included in the good criteria. The lowest score on the assessment of the implementation of the marketing mix is on the completeness of the products sold with a total score 243 so the performance needs to be improved, and the highest score on the implementation is the product quality indicator with a total score 329 so the performance needs to be maintained or improved. Whereas the highest level of expectation is the product completeness indicator with a total score of 362 and the lowest level of expectation is the delivery service with a total score of 312. Therefore, if the implementation of the marketing mix carried out by the Cicendomart 1 unit is in accordance with expectations, it can attract members and non-members to make transactions at the Cicendomart 1 Unit so that it can result in an increase in sales volume.

Keywords: Marketing Mix, Sales Volume, Cooperative.

ABSTRAK

DEA AULIA, 2023. Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Unit Cicendomart 1 Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo Bandung), di bawah bimbingan **Hj. Endang Wahyuningsih.**

Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo merupakan koperasi yang memiliki 436 anggota yang terdiri dari para karyawan Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung. Dalam rangka memenuhi kebutuhan anggotanya, Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo memiliki 6 unit usaha. Penelitian ini berfokus pada Unit Cicendomart 1. Berdasarkan survey pendahuluan, terdapat beberapa fenomena seperti tidak tercapainya target penjualan pada setiap tahunnya. Hal ini diduga karena pelaksanaan bauran pemasaran yang kurang optimal, seperti kelengkapan dan variasi produk yang kurang beragam serta beberapa produk memiliki harga yang lebih mahal di bandingkan dengan pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh unit Cicendomart 1 dan upaya meningkatkan volume penjualan melalui perbaikan pelaksanaan bauran pemasaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*), data yang diperoleh yaitu melalui wawancara, kuesioner, observasi dan studi pustaka yang di analisis secara deskriptif. Sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 76 orang, yang terdiri dari 41 orang anggota koperasi dan 35 orang non anggota koperasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran di Unit Cicendomart 1 termasuk dalam kriteria baik. Skor terendah pada penilaian pelaksanaan bauran pemasaran adalah pada indikator kelengkapan produk yang dijual dengan total skor 243 sehingga performanya perlu ditingkatkan, dan skor tertinggi pada pelaksanaan adalah indikator kualitas produk dengan total skor 329 sehingga performanya perlu dipertahankan atau ditingkatkan. Sedangkan untuk tingkat harapan paling tinggi adalah indikator kelengkapan produk dengan total skor 362 dan tingkat harapan paling rendah adalah layanan pesan antar dengan total skor 312. Oleh karena itu, apabila pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh unit Cicendomart 1 sudah sesuai dengan harapan, maka dapat menarik minat anggota maupun non anggota untuk melakukan transaksi di Unit Cicendomart 1 sehingga dapat mengakibatkan pada peningkatan volume penjualan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Koperasi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim, Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji serta Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan” (Studi Kasus Pada Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung).**

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada konsentrasi Manajemen Bisnis. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Namun dengan dukungan serta dorongan dari orang-orang yang terlibat, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih dan hormat kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sudah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan serta saran selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah memberikan saran, arahan serta masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.

3. Dra. Hj. Rosti Setiawati, M.Si selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan saran, arahan serta masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Pengajar di Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Seluruh Staff Administrasi dan Sekretariat Universitas Koperasi Indonesia, serta karyawan dan karyawan perpustakaan IKOPIN yang telah memberikan pelayanannya dengan baik selama ini, khususnya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Kak Intan Manajer di Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo yang sudah memberikan kesempatan dan memberikan izin untuk melakukan penelitian ini, serta seluruh pihak Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo yaitu pengurus, karyawan serta anggota koperasi.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Koko Koswara dan Ibu Tini Hartini atas segala kasih sayang dan dukungannya baik moral maupun material. Serta doa yang tak pernah putus sehingga menjadi pendorong kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan kakak saya Kisti Lisnawati yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini yaitu Ahmalia, Prasasti, Rosdiana, Putri Sephia, Melinda, Anggita, Bella, Mutiara Fauziah, Atika, Neneng, Putri Agus, Sri Rahayu, Boi, Syifa, Cindi

dan semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu membantu dan memberikan dukungan.

9. Teman-teman seperbimbingan Penti, Dena, Barok, Monica dan yang lainnya yang selalu memberikan dukungan, ide atau masukan pada penulisan ini.
10. Teman-teman Praktek Lapang Kelompok 20 Ena, Mishel, Lutfi dan Nelson.
11. Teman teman SMA yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis yaitu Nuraeni, Elsa, Kamila dan Septi.
12. Sri Wardani yang merupakan sepupu saya yang selalu membantu, mendukung, memberikan saran dan semangat kepada penulis.
13. Teman-teman seperjuangan Member Activity Center 2019.
14. Teman-teman kelas Manajemen B dan teman-teman Konsentrasi Manajemen Bisnis A angkatan 2019.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi yang berjudul “**Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan**” ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan berguna bagi semua pihak yang membaca.

Rancaekek, 13 Juli 2023

Dea Aulia

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Aspek Teoritis.....	12
1.4.2 Aspek Praktis.....	13
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	14
2.1 Pendekatan Masalah	14
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	14
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	30
2.1.3 Pendekatan Manajemen Retail.....	36
2.1.4 Pendekatan Manajemen Pemasaran	38
2.1.5 Pendekatan Bauran Pemasaran	40
2.1.6 Pendekatan Volume Penjualan	49
2.2 Metode Penelitian	51

2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	51
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	52
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	53
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	56
2.2.5 Analisis Data	57
2.2.6 Tempat Penelitian.....	70
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	70
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	71
3.1 Keadaan Umum Organisasi	71
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo	71
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi	72
3.2 Keanggotaan Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo.....	79
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi Pegawai Rs Mata Cicendo	80
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo.....	80
3.3.2 Keadaan Permodalan Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo Bandung.....	85
3.4 Keadaan Keuangan Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo Bandung	87
3.5 Implementasi Jatidiri koperasi	93
3.5.1 Implementasi Definisi Koperasi.....	93
3.5.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo	95
3.5.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo	98
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	101
4.1 Identitas Informan dan Karakteristik Responden	101
4.1.1 Identitas Informan	101
4.1.2 Karakteristik Responden.....	102
4.2 Bauran Pemasaran yang Dilaksanakan Oleh Unit Usaha Cicendomart 1	105
4.2.1 Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran yang Dilaksanakan Oleh Unit Cicendomart 1.....	106
4.3 Volume Penjualan Unit Usaha Cicendomart 1 Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo	164

4.3.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan di Koperasi Pegawai RS Mata Cicendo.....	167
4.4 Upaya Manajerial Yang Dapat Dilakukan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Perbaikan Pelaksanaan Bauran Pemasaran.....	170
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	175
5.1 Simpulan	175
5.2 Saran -Saran.....	176
DAFTAR PUSTAKA.....	179
LAMPIRAN.....	182