

**ANALISIS *RELATIONSHIP MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN UNIT USAHA WASERDA**

(Studi Kasus Waserda KSU Mitra Saudara Bandung)

Disusun Oleh:

Muhammad Rian Saifu Rohman

C1190015

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Ir.H.Dady Nurpadi, MP

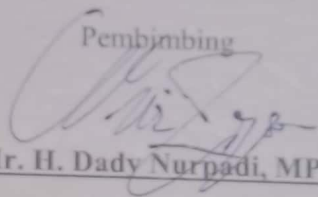


**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

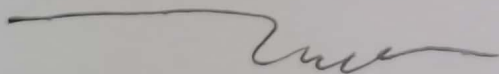
LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Relationship Marketing Dalam Meningkatkan
Pelayanan Unit Usaha Waserda
Nama : Muhammad Rian Saifu Rohman
NIM : C1190015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Sarjana Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

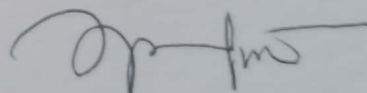
Pembimbing

Ir. H. Dady Nurpadi, MP

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Muhammad Rian Saifu Rohman, di lahirkan di Tasikmalaya Pada 1 Tanggal 01 September 2000 anak ke 1 dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Ruslan dan Ibu Nani Mulyani. Adapun Pendidikan yang pernah ditempuh penulis:

1. Tahun 2011 menyelesaikan Pendidikan di SDN Sindang II
2. Tahun 2014 menyelesaikan Pendidikan di Pesantren Asyrofudin dan Mts Ma'arif Sumedang
3. Tahun 2017 menyelesaikan Pendidikan di SMAN 2 Sumedang
4. Tahun 2019 penulis melanjutkan Pendidikan ke Universitas Koperasi Indonesia pada program sarjana (S1) Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti aktivitas IBC Ikopin dan IFC Ikopin pada tahun 2019. Selain itu penulis pernah mengajar di SMPN 1 Sumedang.

ABSTRACT

Muhammad Rian Saifu Rohman 2023. *Relationship Marketing Analysis in Improving Waserda Business Unit Services. (Case Study Increasing Business Income Waserda KSU Mitra Saudara Bandung. Under the guidance of H. Dady Nurpadi*

KSU Mitra Saudara is an Employee Cooperative of PT. Indonesian Woori Brothers Bank. This cooperative has 5 (five) business units, USP, Waserda, Vehicle Renters, Shippers, Talang Funds. The problems faced by Waserda KSU Mitra Saudara are in service. Losses are experienced every year, as well as low business income every year. And another problem is about relationship marketing that is not good so that it affects service. Examples include incomplete products, lack of promotion, close relationships and overpriced pricing.

This study aims to determine the implementation of relationship marketing, with efforts to improve service at Waserda KSU Mitra Saudara Bandung, to find out customer responses about relationship marketing at Waserda KSU Mitra Saudara Bandung, To find out members' ratings of services at Waserda KSU Mitra Saudara Bandung. To find out the efforts made by Waserda KSU Mitra Saudara Bandung to improve services through relationship marketing which affect business income.

The method used in this study is a case study, data collected through interviews, observation and questionnaires. The results of the data obtained were analyzed through descriptive, quantitative analysis. So that the writer can conclude which indicators should be maintained and improved again. Based on the results of the research, it shows that relationship marketing and service can be called quite good. seen from the answers of the respondents as a whole the criteria are good, but need to be improved again

Keyword: Relationship Marketing, Operating Revenues, Cooperative

ABSTRAK

Muhammad Rian Saifu Rohman 2023. *Analisi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Pelayanan Unit Usaha Waserda. (Studi Kasus Meningkatkan Pendapatan Usaha Waserda KSU Mitra Saudara Bandung. Di bawah bimbingan H.Dady Nurpadi*

KSU Mitra Saudara Merupakan Koperasi Karyawan PT. Bank Woori Saudara Indonesia. Koperasi ini memiliki 5 (lima) unit usaha, USP, Waserda, Penyewa Kendaraan, Shipper, Dana Talang. Permasalahan yang di hadapi Waserda KSU Mitra Saudara terdapat pada pelayanan. Kerugian yang dialami setiap tahun, serta pendapatan usaha yang rendah setiap tahunnya. Dan permasalahan lainnya adalah tentang relationship marketing yang kurang baik sehingga berpengaruh pada pelayanan. Contoh nya seperti produk yang kurang lengkap, promosi yang kurang, keeratan hubungan dan pemberian harga yang begitu mahal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *relationship marketing*, dengan upaya meningkatkan pelayanan di Waserda KSU Mitra Saudara Bandung, untuk mengetahui tanggapan pelanggan tentang *relationship marketing* yang ada di Waserda KSU Mitra Saudara Bandung, Untuk mengetahui penilaian anggota terhadap pelayanan yang ada di Waserda KSU Mitra Saudara Bandung. Untuk mengetahui upaya-upayaa yang di lakukan Waserda KSU Mitra Saudara Bandung untuk meningkatkan pelayanan melalui *relationship marketing* yang berpengaruh ke pendapatan usaha.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Hasil data yang diperoleh dianalisis melalui analisis deskriptif, kuantitatif. Sehingga penulis bisa menyimpulkan bahwa indikator mana saja yang harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa *relationship marketing* dan pelayanan bisa di sebut cukup baik. dilihat dari jawaban responden secara keseluruhan kriteria baik, namun perlu di tingkatkan lagi

Kata kunci: *Relationship Marketing, Pelayanan , Koperasi*

KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirohim

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah dan tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penyusunan skripsi ini berjudul “**Analisis *Relationship Marketing* Dalam Meningkatkan Pelayanan Unit Usaha Waeserda**”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam jenjang Pendidikan perkuliahan strata S1 Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, baik dari tata Bahasa, kalimat pengambilan teori-teori yang berhubungan dengan judul skripsi yang penulis susun. Oleh karena itu, penulis berharap akan adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan serta perbaikan skripsi ini. Skripsi ini didedikasikan untuk kedua orang tua penulis, Bapak Ruslan dan Ibu Nani yang selalu mencurahkan kasih sayang, dukungan moral maupun materi, kesabaran serta pengorbanan dan doa yang tidak pernah putus kepada penulis.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi

semua. Aamiin Ya Raball Alamin. Penulis Menyampaikan ucapan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat bapak Ir.H. Dady Nurpadi, MP selaku pembimbing dalam penelitian yang telah memberi arahan, bimbingan, dan saran kepada penulis dalam penelitian skripsi ini.
2. Ibu DRA. Hj. Lely Savitri Dewi, M.Si .selaku dosen penelaah koperasi yang sudah memberikan arahan, bimbingan, serta saran kepada penulis dalam penelitian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Eka Setiajatnika. SE., M. Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang sudah memberikan arahan, bimbingan, serta saran kepada penulis dalam penelitian skripsi ini.
4. Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph.D Selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia
5. Dosen IKOPIN University yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna selama peneliti menempuh Pendidikan di IKOPIN University
6. Ibu Resti Hidayat selaku ketua bagian SDM di KSU Mitra Saudara, yang telah memberikan kesempatan serta bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pengurus, pengawas, dan karyawan KSU Mitra Saudara terimakasih atas bantuan dan informasi yang telah diberikan

8. Ayah dan Ibu terimakasih selalu memberikan doa dan dukungan selama ini, karena doa serta dukungan darinya bisa membawa penulis menyelesaikan skripsi ini sampai titik sekarang.
9. Kepada Elis Maryani terimakasih telah menemani masa kuliah di jatinangor, dan mendukung serta mensupport penulis.
10. Kepada Teman-Teman Wahyu, Salman, Suprata yang telah menghibur saya bermain Mobile Legend di saat saya mengerjakan skripsi sampe larut subuh.
11. Pihak- pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan serta dukungannya.

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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 Peneletian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Aspek Teoritis.....	10
1.4.2 Aspek Praktis	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	13

2.1	Pendekatan Masalah.....	13
2.1.1.	Pendekatan Perkoperasian	13
2.1.2	Pendekatan Manajemen Bisnis	23
2.1.3	Pendekatan <i>Relationship Marketing</i>	27
2.1.4	Pengertian Pelayanan	37
2.1.5	Penelitian Terdahulu	44
2.1.6	Kerangka Pikir	45
2.2	Metode Penelitian	46
2.2.1	Metode Peneelitan yang digunakan	46
2.2.2	Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	46
2.2.3	Sumber Data Dan Cara Menentukan Sumber Data	49
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data	49
1.2.5	Analisis Data.....	50
2.2.6	Tempat Penelitian	58
2.2.7	Jadwal Penelitian	59
	BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	60
3.1	Keadaan Umum Organisasi	60
3.1.1	Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	60
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi.....	62
3.2	Keanggota Koperasi.....	78
3.3	Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	81

3.3.1 Kegiatan Usaha	81
3.3.2 Keadaan Permodalan KSU Mitra Saudara Bandung	85
3.3.3 Keadaan Keuangan KSU Mitra Saudara	88
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi pada KSU Mitra Saudara	92
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi	92
3.4.2 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi	95
3.4.3 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	98
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	103
4.1 Identitas Responden	103
4.2 <i>Relationship Marketing</i>	103
4.3 Pelayanan Unit Usaha Waserda KSU Mitra Saudara	115
4.3.1 Tepat Jenis	115
4.3.2 Tepat jumlah	116
4.3.3. Tepat Harga	117
4.3.4 Tepat Tempat	118
4.3.5 Tepat Waktu	119
4.4 Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Unit Waserda	120
4.5 Upaya-upaya yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan yang mempengaruhi pendapatan waserda KSU Mitra Saudara	131
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	134

5.1 Simpulan	134
5.2 Saran-Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kerugian Yang Dialami Waserda KSU Mitra Saudara.....	3
Tabel 1. 2 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Waserda	4
Tabel 1. 3 Perkembangan Omset Penjualan.....	6
Tabel 2. 1 Status Anggota Di Dalam Berbagai Jenis Koperasi.....	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 2. 3 Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 2. 4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator-Indikator Relationship Marketing	53
Tabel 2. 5 Rekapitulasi Penilaian Anggota Terhadap Indikator-Indikator Relationship Marketing.....	54
Tabel 2. 6 Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan Di Waserda.....	56
Tabel 2. 7 Rekapitulasi Nilai Dari Hasil Jwaban Pelayanan Usaha	57
Tabel 3. 1 Perkembangan Jumlah Anggota KSU Mitra Saudara	80
Tabel 3. 2 Perkembangan Permodalan KSU Mitra Saudara Kota Bandung	86
Tabel 3. 3 Perkembangan Modal Luar KSU Mitra Saudara	87
Tabel 3. 4 Perkembangan likuiditas KSU Mitra Saudara	88
Tabel 3. 5 Standar Penilaian Rasio Likuiditas	89
Tabel 3. 6 Perkembangan Solvabilitas KSU Mitra Saudara	87
Tabel 3. 7 Standar Penilaian Rasio Solvabilitas.....	88
Tabel 3. 8 Implementasi Definisi Koperasi Pada KSU Mitra Saudara	89
Tabel 3. 9 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi KSU Mitra Saudara	90
Tabel 3. 10 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi KSU Mitra Saudara.....	91

Tabel 3.11 Perkembangan Rentabilitas KSU Mitra Saudara	91
Tabel 3.12 Standar penilaian Rasio Rentabilitas	91
Tabel 3.13 Implementasi Definisi koperasi pada ksu mitra saudara.....	92
Tabel 3.14 implementasi prinsip-prinsip koperasi	95
Tabel 3.15 implementasi nilai-nilai koperasi.....	98
Tabel 4.1 Anggota KSU Mitra Saudara jenis kelamin.....	102
Tabel 4.2 Tanggapan pelanggan mengenai pemberian potongan harga	103
Tabel 4.3 tanggapan pelanggan mengenai pemberian perbedaan harga	104
Tabel 4.4 tanggapan pelanggan mengenai keeratan hubungan.....	105
Tabael 4.5 tanggapan pelanggan mengenai pengetahuan waserda	106
Tabel 4.6 tanggapan pelanggan mengenai kekeluargaan yang dibangun.....	107
Tabel 4.7 tanggapan pelanggan mengenai keramahan pelayanan	108
Tabel 4.8 tanggapan pelanggan mengenai sikap unit waserda	109
Tabel 4.9 tanggapan pelanggan mengenai pemberian informasi.....	110
Tabel 4.10 tanggapan pelanggan mengenai interaksi yan dilakukan	111
Tabel 4.11 tanggapan pelanggan mengenai pemberian fasilitas.....	111
Tabael 4.12 tanggapan mengenai pemberian harga unit waserda.....	112
Tabel 4.13 tanggapan pelanggan mengenai produk unit waserda.....	113

Tabel 4.14 tanggapan pelanggan mengenai tempat distribusi.....	114
Tabel tanggapan pelangga mengenai promosi yang dilakukan.....	115
Tabel 4.16 rekapitulasi tanggapan penilaian relationsip marketing	116
Tabel 4. 17 Penilaian Terhadap Kelengkapan Jenis Produk	116
Tabel 4. 18 Penilaian Anggota Terhadap Ukuran Produk	116
Tabel 4.19 Penilaian Anggota Terhadap Kelebgkapan Merk... ..	117
Tabel 4. 20 Penilaian Anggota Terhadap Jumlah Barang	118
Tabel 4.21 Penilaian Anggota Terhadap Kualitas Produk	118
Tabel 4.22 Penilaian Anggota mengenai harga barang.....	119
Tabel 4.23 Penilaian Angota menegnai system pembayaran... ..	122
Tabel 4.24 Penilaian Anggota Mengenai Pembedaan Harga	122
Tabel 4.25 Penilaian Anggota Mengenai Kemudahan Menjangkau Waserda... ..	123
Tabel 4.26 Penilaian Mengenai Tempat Parkir	124
Tabel 4.27 Penilaian Anggota Mengenai Letak Barang	124
Tabel 4.28 Penilaian Anggota Mengenai Fasilitas	125
Tabel 4.29 Penilaian Anggota Mengenai Kecekatan Pegawai... ..	125
Tabel 4.30 Penilaian Anggota Mengenai Ketepatan Waktu... ..	126
Tabel 4.31 Rekapitulasi Jawaban Pelayanan... ..	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	45
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KSU Mitra Saudara	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Struktur Organisasi	138
Lampiran	2	Identitas Responden	139
Lampiran	3	Kuesioner <i>Relationship Marketing</i>	140
Lampiran	4	Kuesioner Pelayanan Usaha	142
Lampiran	5	Perhitungan Data	148
Lampiran	6	Peta Lokasi KSU Mitra Saudara	150
Laampiran	7	Neraca	151
Lampiran	8	Pendapatan Usaha	152
Lampiran	9	Perhitungan Hasil Usaha	153
Lampiran	10	Ruangan Waserda	154