

ANALISIS CITRA MEREK DAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DAN KAITANNYA DENGAN PENCAPAIAN PENDAPATAN KOPERASI

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Hotel Lengkong 2 Koperasi Sekunder Gabungan
Koperasi Pegawai Republik Indonesia Jawa Barat)

Disusun Oleh:

Ayu Wulandari

C1210105

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing:

Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Citra Merek dan Tingkat Hunian Kamar dan Kaitannya
dengan Pencapaian Pendapatan Koperasi
Nama : Ayu Wulandari
NIM : C1210105
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Sarjana Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

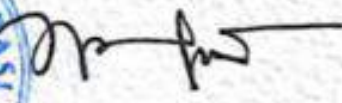
Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing I


Dr. Deddy Supriyadi, M.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Sarjana Manajemen


Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si


Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Citra Merek dan Tingkat Hunian Kamar dan Kaitannya
dengan Pencapaian Pendapatan Koperasi

Nama : Ayu Wulandari

NIM : C1210105

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing I

Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kota Purwakarta pada tanggal 24 Februari 2001 sebagai anak ke 1 dari pasangan bapak Yudha Pranowo dan ibu Neneng Suyanti. Pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ditempuh di sekolah SMAN 1 Cikarang Selatan, dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S-1) di Program Studi Manajemen di IKOPIN University dengan mengambil Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan di luar kampus yaitu mengikuti kegiatan magang di Kantor GKP-RI Provinsi Jawa Barat di Bandung pada tanggal 01 April 2024-31 Mei 2024.

IKOPIN
University

ABSTRACT

AYU WULANDARI 2024. *Analysis of Brand Image and Room Occupancy Rate an Its Relation to Cooperative Revenue Achievement: A Case Study of Hotel Lengkong 2 Business Unit at GKPRI Cooperative West Java, supervised by Deddy Supriyadi.*

The brand image of Hotel Lengkong 2 is still not well recognized by consumers, resulting in a decrease in the room occupancy rate at the Hotel Lengkong 2 business unit of the GKPRI Cooperative West Java. However, overall, the trend of room occupancy rate and revenue achievement is positive. The cooperative needs to take actions to improve the brand image and room occupancy rate to achieve revenue targets. The purpose of this study is to identify what efforts need to be made by Hotel Lengkong 2 and the GKPRI Cooperative West Java to optimize the brand image and room occupancy rate of Hotel Lengkong 2 and their relationship to the cooperative's revenue achievement.. This study uses approaches from cooperatives, marketing management, consumer behavior, brand image, room occupancy rate, and revenue.

The method used in this study is the descriptive method with a descriptive qualitative approach using accidental sampling data collection techniques. The data processing results are obtained from interviews, questionnaires, observations, and literature studies. With this research method, the researcher can understand what efforts need to be made by the hotel and cooperative to increase room occupancy rates and cooperative revenue achievement.

The results of this study indicate several actions that need to be taken by the hotel and cooperative, including improving positive reviews, diversifying revenue, and offering tour packages or special events to further increase revenue and maintain growth.

Keywords: Brand Image, Room Occupancy Rate, Cooperative Revenue, Secondary Cooperative

ABSTRAK

AYU WULANDARI 2024. Analisis Citra Merek dan Tingkat Hunian Kamar dan Kaitannya dengan Pencapaian Pendapatan Koperasi, Studi Kasus di Unit Usaha Hotel Lengkong 2 Koperasi GKPRI Jawa Barat, di bawah bimbingan Deddy Supriyadi.

Citra Merek pada Hotel Lengkong 2 masih kurang dikenali oleh para konsumen mengakibatkan penurunan tingkat hunian kamar pada unit usaha Hotel Lengkong 2 Koperasi GKPRI Jawa Barat namun secara umum tren tingkat hunian kamar dan pencapaian pendapatan positif. Koperasi perlu melakukan tindakan untuk meningkatkan citra merek dan tingkat hunian kamar sehingga pencapaian pendapatan tercapai. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya apa saja yang perlu dilakukan oleh Hotel Lengkong 2 dan Koperasi GKPRI Jawa Barat agar dapat mengoptimalkan Citra Merek dan Tingkat Hunian Kamar Hotel Lengkong 2 serta kaitannya dalam pencapaian pendapatan koperasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan perkoperasian, manajemen pemasaran, perilaku konsumen, citra merek, tingkat hunian kamar, dan pendapatan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data sampling accidental. Hasil pengolahan data diperoleh dari wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Dengan metode penelitian ini, maka peneliti dapat mengetahui upaya apa saja yang perlu dilakukan oleh pihak hotel dan koperasi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan pencapaian pendapatan koperasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan hal-hal yang perlu dilakukan oleh hotel dan koperasi diantaranya meningkatkan ulasan positif, diversifikasi pendapatan, dan menawarkan paket wisata atau acara khusus dapat lebih meningkatkan pendapatan dan menjaga pertumbuhan.

Kata Kunci: *Citra Merek, Tingkat Hunian Kamar, Pendapatan Koperasi, Koperasi Sekunder*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2024 sampai bulan Agustus 2024 dengan judul “Analisis Citra Merek dan Tingkat Hunian Kamar dan Kaitannya dengan Pencapaian Pendapatan Koperasi” ini adalah sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian siding Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Penguji Koperasi dan Konsentrasi luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Alm Bapak Drs. H. Gunarto, SH. MH selaku Ketua Koperasi yang telah memberikan izin untuk penelitian saya, beserta Pengurus Koperasi Bapak H. Zaenal Arifin. A.Pi. M.Si dan Bapak Pipih Hanafiah. S.Pd. dan Pegawai Koperasi Ibu Yudhanti Permasih, Bapak Yana Suryana yang telah membantu selama pengumpulan data.

Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah dan ibu saya yang saya cintai dan sayangi Bapak Yudha Pranowo “*your love is fierce and I appreciate it*” dan Ibu Neneng Suyanti “*you’re my heart and soul, love you endlessly*”, doa serta kasih sayangnya. Kepada adik-adik saya yang saya sayangi Ariyanti Lestari dan Althaf Ibrahim Pranowo. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

1. Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan masukan-masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. H. Sugiyanto, SE., M.Sc selaku Penelaah Koperasi yang telah memberikan koreksi dan membantu dengan ikhlas semua kebingungan yang saya hadapi selama menulis skripsi ini.
3. Mohamad Fahreza, SE., MBA selaku Penelaah Konsentrasi yang telah memberikan masukan selama saya melakukan penelitian.
4. Ibu Dr. Ami Purnamawati, SE., M.Si selaku direktur program studi S1 Manajemen.
5. Koperasi GKPRI Jawa Barat yang telah mengizinkan penulis untuk dijadikan sebagai objek penelitian penulis.
6. Kepada nenek saya Aminah yang saya sayangi, kepada tante saya Lisna Sukmawati karena telah memberikan rekomendasi koperasi GKPRI Jawa Barat.
7. Kepada saudara saya Rosa Lina S.M yang telah membantu saya dalam menyusun Usulan Penelitian sampai sidang UP.
8. Kepada teman saya yang saya sayangi Agies Wulandari Amanda yang selalu bersama-sama dengan saya.
9. Kepada teman-teman lainnya : Vania Graselda, Dewi Purnamasari, Ayu Sri, Neng Silfi.
10. Kepada dosen pribadi ganteng saya yaitu Rizky Ramadhan S.Kel selaku bapak-bapak keuangan bank BRI cabang Solo yang bertemu saat Praktik Lapang di

Solo. Terima kasih telah membantu saya di kala pusing semoga bapak menikahi saya.

Akhir kata, penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya karena sadar akan penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan dan kekeliruan karena keterbatasan penulis sebagai manusia. Oleh karena itu, saran dan kritik yang dapat membantu untuk kebaikan skripsi ini sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.



Jatinangor, Juli 2024

Ayu Wulandari

C1210105

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Aspek Teoritis	9
1.4.2 Aspek Praktis	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	11
2.1 Pendekatan Masalah	11
2.1.1 Perkoperasian	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	24
2.1.3 Perilaku Konsumen	25
2.1.4 Pengertian Citra Merek	27
2.1.5 Tingkat Hunian Kamar.....	31
2.1.6 Pendapatan	34
2.2 Metode Penelitian	38
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	38
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	39
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	40
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	42

2.2.5 Analisis Data	43
2.2.6 Tempat Penelitian.....	48
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	48
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	49
3.1 Keadaan Organisasi Koperasi GKPRI Jawa Barat	49
3.1.1 Sejarah Koperasi GKPRI Jawa Barat.....	49
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi GKPRI Jawa Barat	54
3.1.3 Pengurus	56
3.1.4 Pengawas.....	56
3.1.5 Karyawan	57
3.2 Keanggotaan	58
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi GKPRI Jawa Barat	60
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi.....	60
3.2.2 Permodalan Koperasi	64
3.2.5 Keadaan Keuangan Koperasi	65
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi	73
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Identitas Responden dan Informan	78
4.2 Tanggapan Konsumen terhadap Citra Merek Hotel Lengkong 2	79
4.3 Tingkat Kepentingan Konsumen Mengenai Citra Merek Hotel Lengkong 2	89
4.4 Bagaimana Tingkat Hunian Kamar Hotel Lengkong 2	103
4.5 Upaya-Upaya yang Dilakukan dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Melalui Citra Merek.....	106
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Saran-Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Okupasi Kamar	6
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 2. 2 Kriteria Skala Likert	43
Tabel 2. 3 Kelas Interval	44
Tabel 3. 1 Pengurus Koperasi	56
Tabel 3. 2 Pengawas Koperasi	56
Tabel 3. 3 Karyawan Koperasi.....	57
Tabel 3. 4 Karyawan Hotel Lengkong 2	57
Tabel 3. 5 Perkembangan Keanggotaan GKPRI Jawa Barat Tahun 2019-2023 ...	58
Tabel 3. 6 Anggaran dan Realisasi Pendapatan Hotel Lengkong 2 Tahun 2019-2023.....	61
Tabel 3. 7 Data Modal Sendiri Koperasi GKPRI Jawa Barat Tahun 2019-2023 ..	65
Tabel 3. 8 Kriteria Rasio Likuiditas.....	66
Tabel 3. 9 Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi GKPRI Jawa Barat Tahun 2019-2023	66
Tabel 3. 10 Kriteria Rasio Solvabilitas	68
Tabel 3. 11 Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi GKPRI Jawa Barat tahun 2019-2023	69
Tabel 3. 12 Kriteria Rasio Profitabilitas	71
Tabel 3. 13 Perkembangan Rasio Profitabilitas Koperasi GKPRI Jawa Barat tahun 2019-2023	71
Tabel 3. 14 Implementasi Definisi Koperasi	73
Tabel 3. 15 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi	74
Tabel 3. 16 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.....	76
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	78
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Status	79
Tabel 4. 3 Indikator Kemampuan Konsumen Mengingat Merek	80
Tabel 4. 4 Indikator Kemampuan Konsumen Mengingat Merek	81
Tabel 4. 5 Indikator Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepribadian Merek	81
Tabel 4. 6 Indikator Kejelasan Ciri-Ciri Merek Seperti Pelayanan dan Profesionalisme.....	82
Tabel 4. 7 Indikator Kebersihan dan Kenyamanan Serta Fasilitas yang Diberikan Dibenak Konsumen.....	83
Tabel 4. 8 Indikator Pengaruh Ulasan Positif	83
Tabel 4. 9 Indikator Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Merek.....	84
Tabel 4. 10 Indikator Preferensi dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek	85
Tabel 4. 11 Indikator Strategis dan Aksesibilitas Lokasi yang Mudah Dijangkau Oleh Konsumen	85
Tabel 4. 12 Indikator Kenyamanan dan Ketenangan Selama Menginap.....	86
Tabel 4. 13 Indikator Kemampuan Hotel Dalam Menyelesaikan Masalah	87
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Nilai Tanggapan Atas Pelaksanaan Responden Mengenai Citra Merek pada Unit Usaha Hotel Lengkong 2	87
Tabel 4. 15 Indikator Kemampuan Konsumen Mengingat Merek	89
Tabel 4. 16 Indikator Kemampuan Konsumen Mengingat Merek	90

Tabel 4. 17 Indikator Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepribadian Hotel	91
Tabel 4. 18 Indikator Kejelasan Ciri-Ciri Merek Seperti Pelayanan dan Profesionalisme	91
Tabel 4. 19 Indikator Kebersihan dan Kenyamanan Serta Fasilitas yang Diberikan Dibenak Konsumen	92
Tabel 4. 20 Indikator Pengaruh Ulasan Positif	92
Tabel 4. 21 Indikator Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Merek	93
Tabel 4. 22 Indikator Preferensi dan Loyalitas konsumen Terhadap Merek	93
Tabel 4. 23 Indikator Strategis dan Aksesibilitas Lokasi yang Mudah Dijangkau Oleh Konsumen	94
Tabel 4. 24 Indikator Kenyamanan dan Ketenangan Selama Menginap	95
Tabel 4. 25 Indikator Kemampuan Hotel Dalam Menyelesaikan Masalah	95
Tabel 4. 26 Rekapitulasi Nilai Tingkat Kepentingan Konsumen Mengenai Citra Merek pada Hotel Lengkong 2	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Skematis GKPRI Jawa Barat	54
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Koperasi GKPRI Jawa Barat	55
Gambar 3. 3 Grafik Realisasi dan Anggaran Unit Usaha Hotel Lengkong 2 Tahun 2019-2023	62
Gambar 4. 1 Diagram Kartesius antara Tanggapan Atas Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan Konsumen	98
Gambar 4. 2 Tipe Kamar Superior Hotel Lengkong 2.....	103
Gambar 4. 3 Tipe Kamar Deluxe Hotel Lengkong 2	103
Gambar 4. 4 Grafik Tingkat Okupansi Kamar.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	112
Lampiran 2 Dokumentasi Lapangan.....	115
Lampiran 3 Data Kuesioner	116



IKOPIN
University