

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS
PELAYANAN ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada Unit RPK Kopel Mart Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar,
Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat)

Disusun oleh:

MONITA JUNIA LESTARI

C1190027

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Dr. TRIDA GUNADI, SE., M.Si



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

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Upaya
Meningkatkan Kualitas Pelayanan Anggota
(Studi Kasus Pada Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar, Kota
Bandung, Provinsi Jawa Barat)

Nama : Monita Junia Lestari

NRP : C1190027

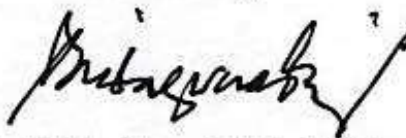
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : SI Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing



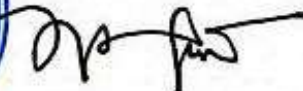
Dr. Trida Gunadi, SE., M. Si

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua

Program Studi Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M. Si Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP

Monita Junia Lestari, lahir di kota Bandung pada tanggal 16 Juni Tahun 2001, beragama Islam, anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Rohyana dan Ibu Ikeu Sulastri. Saat ini tinggal bersama keluarga di Komplek Taman Cileunyi, Desa Cileunyi, Kecamatan Cileunyi Kulon, Kabupaten Bandung.

Riwayat Pendidikan terakhir di SMK Bakti Nusantara 666 dengan jurusan Akuntansi dan lulus pada tahun 2019. Selama SMK penulis juga menempuh kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Balai Perbenihan Tanaman Hutan (BPTH) yang sekarang berganti nama menjadi SPTH. Pada tahun 2019 penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S1) tepatnya di Program Studi Manajemen di Kampus Ikopin University.

Selama mengikuti kuliah program S-1 Manajemen, penulis pernah aktif menjadi anggota UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yaitu IBC (Ikopin Badminton Club) dan menjadi bagian dari divisi acara dalam segala kegiatan yang diselenggarakan oleh IBC. Dan diluar kampus juga penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan Volunteer sebagai bentuk pengembangan diri.

ABSTRACT

Monita Junia Lestari. 2025. *Analysis of Marketing Mix in Improving Service Quality for Members (Case Study at RPK Kopel Mart Unit, Consumer Cooperative of Bulog Divre Jabar), under the supervision of Trida Gunadi.*

Consumer Cooperative of Bulog Divre Jabar is a cooperative that provides basic necessities to its members through the RPK Kopel Mart unit. The problems found in the RPK Kopel Mart unit include limited product variations that do not match member preferences (for example, certain desired brands are unavailable), insufficient promotional activities, and staff services that are not yet responsive.

The purpose of this study is to analyze the implementation of the marketing mix (7P), which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, and to assess its impact on the quality of member services. The research was conducted using a descriptive method with both quantitative and qualitative approaches, through questionnaires distributed to 34 members and interviews with the unit manager.

The results show that the implementation of the marketing mix is considered fairly good by members, particularly in terms of price, process, and location. However, aspects such as product availability, promotion, and product arrangement still need improvement. Service quality is also perceived as fairly satisfactory, although responsiveness and employee empathy remain lacking

Efforts that can be made by the cooperative include providing products that align with member needs, increasing active promotions, arranging newly arrived products directly on shelves, and conducting service training for staff to ensure they are more responsive, friendly, and empathetic. Optimizing the marketing mix strategy is expected to enhance member satisfaction and loyalty toward the cooperative.

Keywords: Cooperative, Marketing Mix, Service Quality.

ABSTRAK

Monita Junia Lestari. 2025. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Anggota (Studi Kasus Unit RPK Kopel Mart Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar), di bawah bimbingan Trida Gunadi.

Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar merupakan koperasi yang menyediakan kebutuhan pokok bagi anggotanya melalui unit usaha RPK Kopel Mart. Permasalahan yang ditemukan pada Unit RPK Kopel Mart antara lain keterbatasan variasi produk sesuai preferensi anggota (misalnya merek yang diinginkan tidak tersedia), promosi yang belum maksimal, serta pelayanan petugas yang kurang responsif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan bauran pemasaran (7P) yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik, serta menilai pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan anggota. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui kuesioner kepada 34 anggota serta wawancara dengan kepala unit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran dinilai cukup baik oleh anggota, terutama pada aspek, harga, proses, dan lokasi. Namun, aspek produk, promosi dan penataan barang masih perlu ditingkatkan. Kualitas pelayanan juga dianggap cukup memuaskan, meskipun dalam hal responsivitas dan empati petugas masih terdapat kekurangan.

Upaya yang dapat dilakukan koperasi meliputi penyediaan produk sesuai kebutuhan anggota, peningkatan promosi secara aktif, penataan barang baru langsung di rak, serta pelatihan petugas agar lebih tanggap, ramah, dan empatik. Optimalisasi strategi bauran pemasaran diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota terhadap koperasi.

Kata Kunci: Koperasi, Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan mengucapkan segala puji bagi Allah SWT penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT serta rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan karya ilmiah skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan – kekurangan pada skripsi ini, mengingat kemampuan dan pengalaman penulis yang terbatas. Dalam skripsi ini penulis memilih tema dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Agustus 2025 ialah bauran pemasaran, dengan judul “**Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Anggota**”.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yang sangat hebat yang selalu menjadi sumber kekuatan, dan motivasi terbesar, yaitu Ayah Tercinta **Rohyana** dan Ibu Tercinta **Ikeu Sulastri** yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, restu dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih sebesar – besarnya atas bantuan, bimbingan, petunjuk dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini dengan sangat tulus penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Trida Gunadi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini.
2. Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M. Sc selaku dosen Penguji Koperasi, yang telah menuangkan saran dan ide – ide nya dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Lely Savitri Dewi, M. Si selaku dosen Penguji Konsentrasi yang telah menuangkan saran dan ide – idenya dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M. Si selaku dosen wali yang telah memberikan arahan selama penulis mengemban Pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia (*Ikopin University*).
5. Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S.,Ph.D selaku Rektor Ikopin University
6. Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku ketua Prodi S1 Manajemen Ikopin University.
8. Bapak Ibeng selaku Kepala Toko Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar yang telah mempersilahkan untuk penelitian serta berkenan meluangkan waktunya untuk wawancara.
9. Seluruh anggota Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan memberikan tanggapan.

10. Adik tercinta Sheila Novita Rihana yang selalu membawa tawa dengan tingkah lucunya. Kehadirannya telah menjadi penyemangat dan penghibur yang tulus di setiap hari – hari yang melelahkan.
11. Keluarga Tercinta atas doa, cinta, dan dukungan yang tiada henti. Terimakasih telah menjadi tempat pulang yang penuh kehangatan, serta selalu memberi semangat.
12. Mellyta Sri Rahayu yang selalu menemani bimbingan, bahkan rela meluangkan waktu untuk menunggu tanpa mengeluh.
13. Teh Sinta Bela yang masyaallah baik banget dan ga kalah berjasa nya, selalu doain, dan selalu bantu dari awal sampe akhir. Terimakasih banyak!
14. Alia Nurul Azmiah dan Aliffia Sitiputuh Arifina, yang selalu sabar dan siap bantu kapanpun. Terimakasih sudah selalu ada, jadi tempat cerita dan jadi penyemangat luar biasa selama masa skripsi ini.
15. Ciwi - Ciwi (Alia Nurul, Suci Sugih, Aliffia Sitiputuh Arifina, Arista Ayu, Lala Febriany, Asri Aulia, Putri Meliya) teman seperjuangan dari semester 1 yang selalu menemani dan menyemangati dalam setiap penulisan skripsi.
16. Kepada member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang secara tidak langsung telah menjadi penyemangat serta memberi motivasi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih atas karya – karya yang penuh makna, lirik yang menguatkan dan kehadiran kalian yang selalu berhasil membuat penulis merasa tidak sendirian.

17. Muna dan Meli terima kasih banyak, merasa sangat beruntung bisa kenal dan berjuang bersama. Semangat terus!

18. Teman – teman Eureka yang selalu memberi semangat, dukungan, dan energi positif selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar dalam menghadapi permasalahan pada koperasi. Serta penulis mengharapkan agar penelitian skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi yang positif dalam kemajuan ilmu pengetahuan pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Bandung, Agustus 2025

Monita Junia Lestari

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II.....	10
PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	10
2.1 Pendekatan Masalah	10
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	10
2.1.2 Pendekatan Manajemen	21
2.1.3 Pendekatan Bauran Pemasaran	23
2.1.4 Pendekatan Pelayanan.....	26
2.1.5 Kerangka Berpikir.....	28
2.2 Metode Penelitian.....	30
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	30
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	30
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	33

2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.2.5 Analisis Data.....	35
2.2.6 Tempat Lokasi Penelitian	46
2.2.7 Jadwal Penelitian	46
BAB III	47
KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	47
3.1 Keadaan Umum Organisasi.....	47
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	47
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi.....	48
3.2 Keanggotaan Koperasi	56
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	57
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi.....	57
3.3.2 Keadaan Permodalan Koperasi.....	62
3.3.3 Keadaan Keuangan Koperasi.....	63
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi.....	69
BAB IV	75
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Identitas Responden dan Informan.....	75
4.2 Pelaksanaan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) pada Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar	76
4.3 Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar	81
4.4 Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Pelayanan Di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar	89
4.5 Upaya yang perlu dilakukan Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota koperasi.	95
BAB V.....	103
SIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Saran - Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Transaksi Penjualan Unit RPK Kopel Bulog Divre Jabar Periode 2019 – 2023	4
Tabel 1.2 Rencana dan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Pembiayaan Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar Tahun 2022	5
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 2.3 Kriteria Penilaian Indikator.....	38
Tabel 2.4 Kelas Interval	40
Tabel 2.5 Rekapitulasi Penilaian Responden	40
Tabel 2.6 Analisis Jawaban Responden Setiap Indikator	41
Tabel 2.7 Kriteria Penilaian Indikator.....	43
Tabel 2.8 Kelas Interval	45
Tabel 2.9 Rekapitulasi Penilaian Responden	45
Tabel 3.1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar 2019 – 2023	56
Tabel 3.2 Perkembangan Usaha Simpan Pinjam	58
Tabel 3.3 Rekapitulasi Permodalan Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar Tahun 2019 – 2023	62
Tabel 3.4 Standar Pengukuran Rasio Likuiditas	64
Tabel 3.5 Rasio Likuiditas Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar Tahun 2019 – 2023.....	64
Tabel 3.6 Standar Pengukuran Rasio Solvabilitas	66
Tabel 3.7 Rasio Solvabilitas Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar Tahun 2019 – 2023.....	66
Tabel 3.8 Standar Pengukuran <i>Return On Assets</i>	68
Tabel 3.9 Rasio Profabilitas Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar Tahun 2019 – 2023.....	68
Tabel 3.10 Implementasi Definisi Koperasi Pada Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar	70
Tabel 3.11 Implementasi Nilai – nilai Koperasi Pada Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar	71
Tabel 3.12 Implementasi Prinsip – prinsip pada Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar.	73
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75

Tabel 4.2 Tanggapan Anggota Terhadap Kesesuaian Produk yang Tersedia di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	81
Tabel 4.3 Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Produk yang Dijual di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	82
Tabel 4.4 Tanggapan Anggota Terhadap Harga Produk di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	83
Tabel 4.5 Tanggapan Anggota Terhadap Lokasi Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	84
Tabel 4.6 Tanggapan Anggota Terhadap Informasi Promosi dari Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	84
Tabel 4.7 Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan yang Diberikan Petugas Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	85
Tabel 4.8 Tanggapan Anggota Terhadap Alur Belanja di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	86
Tabel 4.9 Tanggapan Anggota Terhadap Fasilitas Fisik di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	87
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Mengenai Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	88
Tabel 4.11 Tanggapan Anggota Terhadap Kesesuaian Informasi Produk yang Diberikan Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	90
Tabel 4.12 Tanggapan Anggota Terhadap Kesigapan Petugas di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	90
Tabel 4.13 Tanggapan Anggota Terhadap Kepercayaan dan Rasa Aman Terhadap Pelayanan di Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	91
Tabel 4.14 Tanggapan Anggota Terhadap Kepedulian Petugas Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	92
Tabel 4.15 Tanggapan Anggota Terhadap Penataan Barang di Rak pada Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	93
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) Pada Unit RPK Kopel Mart Bulog Divre Jabar.	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kerangka Berpikir	29
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar	49
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Koperasi Yang Disarankan.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara	113
Lampiran 2	Kuesioner Responden	114
Lampiran 3	Rekapitulasi Hasil Kuesioner	119
Lampiran 4	Hasil Dokumentasi	120

