

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Unit Kios Pegawai Departemen Agama Kabupaten Sumedang
Provinsi Jawa Barat)

Disusun oleh:

Rhevita Anindya Putri

C1210107

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Bisnis



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
TAHUN 2025**

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Unit Kios Pegawai Departemen Agama Kabupaten Sumedang
Provinsi Jawa Barat)

Disusun oleh:

Rhevita Anindya Putri

C1210107

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Dra. Ucu Nurwati, M.Si



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

TAHUN 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan
Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Pada
Koperasi Departemen Agama Kabupaten Sumedang
Provinsi Jawa Barat)
Nama : Rhevita Anindya Putri
NIM : C1210107
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan
Pembimbing



Dra. Ucu Nurwati, M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rhevita Anindya Putri

NRP : C1210107

Tempat, Tanggal Lahir : Sumedang, 25 Februari 2003

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Pada Koprasi Departemen Agama Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat)** merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiasi atau tiruan dari pihak lain. Seluruh proses penyusunan, mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga penulisan dilakukan secara mandiri dan jujur sesuai dengan etika akademik.

Apabila terbukti terdapat pelanggaran, maka saya bersedia menerima segala bentuk sanksi sesuai ketentuan yang berlaku, termasuk yang tercantum pada Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Jatinangor, September 2025



Rhevita Anindya Putri

RIWAYAT HIDUP



Rhevita Anindya Putri, lahir pada tanggal 25 Februari 2003 di Sumedang, Jawa Barat. Merupakan anak ke-dua dari pasangan Bapak Yogi Yogaswara dan Ibu Nestri Banuwati.

Adapun Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh yaitu:

1. Tahun 2015 menyelesaikan Pendidikan di SDN 1 Cimalaka, Kecamatan Cimalaka, Kabupaten Sumedang
2. Tahun 2018 menamatkan sekolah di SMPN 1 Cimalaka, Kecamatan Cimalaka, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.
3. Tahun 2021 lulus dari SMAN 1 Cimalaka, Kecamatan Cimalaka, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.

Pada tahun 2021, penulis melanjutkan studi di Institut Koperasi Indonesia, jurusan Manajemen Bisnis, pada Program Studi Sarjana Manajemen. Selama menjalani perkuliahan, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan kemahasiswaan diantaranya:

1. UKM Sanggar Seni 12 Juli Ikopin (2021-2024)
Anggota Divisi Musik (2021 - 2022)
Pengurus SS 12 Juli (2022 - 2023)
Anggota Humas (2023 – 2024)
2. Paduan Suara IKOPIN University (2022-2024)

ABSTRACT

RHEVITA ANINDYA PUTRI. 2025. *Marketing Mix Strategy to Increase Member Participation as Customers (Case Study at the Retail Unit of the Cooperative for Religious Affairs Employees in Sumedang – West Java). Under the supervision of Ucu Nurwati.*

This research is motivated by the low level of member participation in shopping at the Kopedas retail unit, as reflected by a decline in revenue from 2020 to 2024. Preliminary findings suggest that suboptimal implementation of marketing mix strategies is a major contributing factor. The purpose of this study is to examine the implementation of the marketing mix (product, price, place, and promotion) and its relationship to member participation as cooperative customers. The research method used is a case study with a descriptive quantitative approach.

The results show that the marketing mix strategy at the Kopedas Retail Unit has not been implemented effectively. This is reflected in the limited product availability, lack of product variety, poor product arrangement, and the absence of sales promotion activities. These conditions have affected the low participation of members in shopping at the cooperative's retail unit.

Keywords: Strategy, Marketing Mix, Member Participation, Consumer Cooperative, Product strategy.



ABSTRAK

RHEVITA ANINDYA PUTRI. 2025. Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan (Studi Kasus pada Unit Kios Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang – Jawa Barat). Di bawah bimbingan Ucu Nurwati.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat partisipasi anggota dalam berbelanja di Unit Kios Kopedas, yang tercermin dari penurunan partisipasi berbelanja selama periode 2020–2024. Dugaan awal menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran yang kurang optimal menjadi penyebab utamanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) dan hubungannya terhadap partisipasi anggota sebagai pelanggan koperasi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi bauran pemasaran Unit Kios Kopedas belum optimal. Khususnya pada ketersediaan produk yang masih terbatas, variasi produk yang kurang, penataan barang yang belum tertata dengan baik, dan promosi penjualan yang belum terlaksana. Kondisi tersebut dapat menjadi faktor penyebab rendahnya partisipasi anggota dalam berbelanja di Unit Kios.

Kata Kunci: *Strategi, Bauran Pemasaran, Partisipasi Anggota, Koperasi Konsumen, Strategi Produk.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya. Atas rahmat-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tesis berjudul **"Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan"** di Koperasi Karyawan Kementrian Agama Kabupaten Sumedang.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada konsentrasi Manajemen Bisnis program Studi S1 Universitas Koperasi Indonesia

Usaha dan doa tidak akan lengkap rasanya tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Peneliti juga ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang dalam karena telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si. Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M.Si selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M. Si selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

5. Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, Ms., Ph. D selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia
6. Ayah, bunda dan kakak tercinta yang selalu memberikan motivasi, nasihat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta berkah yang tidak dapat dibalas. Dan kakek-nenek saya yang selalu mendukung dan mendorong penulis dalam menyelesaikan studi ini.
7. Semua dosen dan staf Universitas Koperasi Indonesia secara umum, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam kelancaran penyelesaian studi ini.
8. Pengurus, anggota dan karyawan KPRI Pegawai Departemen Agama Kabupaten Sumedang.
9. KPRI Pegawai Departemen Agama Kab Sumedang yang telah memberikan saya kesempatan untuk melakukan penelitian ini, terutama Bapak Nanang yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi kepada peneliti.
10. Sahabat saya Meli, Mega, Peggy yang selalu menemani, setiap tawa yang kita bagi, pelukan saat air mata tak tertahan, dan semangat yang kalian berikan tanpa pamrih. Dalam proses panjang dan melelahkan penyusunan skripsi ini, kehadiran kalian menjadi penguat yang luar biasa.
11. Alifya, Meli, Annisa, Hanna, Tiara, Usu, Amel, Diana, Alika, Susal, dan Dhea yang selalu menemani selama masa perkuliahan hingga peneliti menyelesaikan skripsi.

12. Ica dan Nurul sahabat seperjuangan dalam proses penelitian di Kopedas.
Terima kasih atas kerja sama, semangat, kebersamaan dan saling dukung di antara kita membuat setiap tantangan terasa lebih ringan.
13. Sahabat masa SMA saya Reynate, Erlangga, Virgy yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup saya hingga ke titik ini.
14. Jon, Raya, Jilan, Mega, Ule, Pey telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup saya, khususnya sejak masa kepengurusan SS12Juli. Kebersamaan, canda tawa, pelukan di saat lelah, serta semangat yang tak pernah padam dalam setiap proses yang kita jalani.
15. Keluarga besar UKM Sanggar Seni 12 Juli Ikopin angkatan 2021 yang telah memberikan ruang berkarya, bertumbuh, belajar, tempat untuk menyalurkan minat bakat, dan juga menemukan keluarga yang saling mendukung dan menguatkan.
16. Keluarga besar Choir University yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan saya selama perkuliahan. Terima kasih atas setiap nada, harmoni, dan kebersamaan yang tidak hanya membentuk suara, tetapi juga membentuk karakter, kedisiplinan, dan semangat dalam diri saya.
17. Semua teman dari angkatan 2021, terutama kelas Manajemen C, dan teman-teman Manajemen Bisnis yang telah berbagi suka dan duka selama proses pembelajaran.
18. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan dan penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga rasa syukur dan penghargaan penulis kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan skripsi ini menjadi pembawa berkah dan keberkahan bagi kita semua. Segala puji syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan skripsi ini.

Jatinangor, September 2025

Rhevita Anindya Putri



DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
18.1.	Lat
ar Belakang Penelitian	1
18.2.	Ide
ntifikasi Masalah	11
18.3.	Ma
ksud dan Tujuan Penelitian	12
18.3.1.	Ma
ksud Penelitian	12
18.3.2.	Tuj
uan Penelitian	12
18.4.	Keg
unaan Penelitian	13
18.4.1.	Keg
unaan Teoritis	13
18.4.2.	Keg
unaan 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	23
2.1.3 Pendekatan Manajemen Bisnis	25
2.1.4 Pendekatan Strategi Bauran Pemasaran.....	26
2.1.5 Pendekatan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan	40
2.2. Metode Penelitian.....	47
2.2.1. Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	47
2.2.2. Metode Penelitian Yang Digunakan.....	49
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	49
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	50
2.2.5. Analisis Data.....	53
2.2.6 Tempat Penelitian	59
2.2.7 Jadwal Penelitian	59
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	60
3.1. Keadaan Umum Organisasi	60
3.1.1. Sejarah Terbentuknya Kopedas.....	60
3.1.2. Struktur Organisasi Kopedas	62
3.2. Keanggotaan Kopedas	69
3.3. Kegiatan Usaha dan Permodalan Kopedas	71
3.3.1. Kegiatan Usaha Kopedas.....	71
3.3.2. Permodalan Kopedas	76
3.4. Implementasi Jati Diri Koperasi pada Kopedas	85
3.4.1. Implementasi Definisi Koperasi pada Kopedas	86
3.4.2. Implementasi Nilai-Nilai Koperasi pada Kopedas	87
3.4.3. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi pada Kopedas.....	90

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	92
4.1. Identitas Responden dan Informan	92
4.2. Bauran Pemasaran yang di Terapkan Unit Usaha Kios Kopedas	93
4.2.1. Produk.....	94
4.2.2. Harga	96
4.2.3. Tempat	98
4.2.4. Promosi	99
4.3. Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan	
Bauran Pemasaran Unit Kios Kopedas.....	100
4.3.1. Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran	
Pemasaran Unit Kios Kopedas	100
4.3.2. Harapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran Unit Kios	
Kopedas	107
4.4. Upaya Yang Harus Dilakukan Kopedas Untuk Meningkatkan	
Partisipasi Anggota Sebagai Palanggan Melalui Perbaikan	
Bauran Pemasaran.....	123
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	126
5.1. Simpulan	126
5.2. Saran-saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024	3
Tabel 1. 2 Jumlah Partisipasi Anggota di Unit Kios Koperasi Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 2. 2 Operasional Variabel	48
Tabel 2. 3 Kriteria Tanggapan dan Harapan	54
Tabel 2. 4 Kelas Interval.....	55
Tabel 2. 5 Penilaian Anggota Terhadap Pelaksanaan Indikator-Indikator Bauran Pemasaran.....	56
Tabel 2. 6 Penilaian Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Indikator-Indikator Bauran Pemasaran	56
Tabel 2. 7 Analisis Kesesuaian	56
Tabel 2. 8 Rekapitulasi Skor dan Perhitungan Median	57
Tabel 3. 1 Perkembangan Modal Sendiri Kopedas Tahun 2020-2024	76
Tabel 3. 2 Perkembangan Modal Pinjaman Kopedas Tahun 2020-2024.....	77
Tabel 3. 3 Perkembangan permodalan Kopedas Tahun 2020-2024	78
Tabel 3. 4 Standar Penilaian Rasio Likuiditas.....	79
Tabel 3. 5 Rasio Likuiditas Kopedas Tahun 2020-2024.....	79
Tabel 3. 6 Standar Penilaian Rasio Solvabilitas	82
Tabel 3. 7 Rasio Solvabilitas Kopedas Tahun 2020-2024.....	82
Tabel 3. 8 Standar Penilaian Rasio Rentabilitas	84

Tabel 3. 9 Rasio Rentabilitas Kopedas Tahun 2020-2024.....	84
Tabel 3. 10 Implementasi Definisi Koperasi pada Kopedas.....	86
Tabel 3. 11 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi pada Kopedas	88
Tabel 3. 12 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi pada Kopedas.....	90
Tabel 4. 1 Perbandingan Harga Jual Barang di Unit Kios Kopedas dengan Pesaing.....	97
Tabel 4. 2 Penilaian Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Unit Kios Kopedas	101
Tabel 4. 3 Penilaian Anggota Terhadap Ketersediaan Produk Unit Kios Kopedas	101
Tabel 4. 4 Penilaian Anggota Terhadap Variasi Produk Unit Kios Kopedas.....	102
Tabel 4. 5 Penilaian Anggota Terhadap Harga yang Ditawarkan Unit Kios Kopedas	103
Tabel 4. 6 Penilaian Anggota Terhadap Pembayaran Tunai Unit Kios Kopedas	103
Tabel 4. 7 Penilaian Anggota Terhadap Lokasi Strategis Unit Kios Kopedas	104
Tabel 4. 8 Penilaian Anggota Terhadap Jam Pelayanan Unit Kios Kopedas.....	105
Tabel 4. 9 Penilaian Terhadap Luas Lahan Parkir Unit Kios Kopedas.....	105
Tabel 4.10 Penilaian Anggota Terhadap Penataan Barang Unit Kios Kopedas	106
Tabel 4. 11 Penilaian anggota Terhadap Iklan Unit Kios Kopedas	106

Tabel 4. 12 Penilaian Anggota Terhadap Promosi Penjualan Unit Kios	
Kopedas	107
Tabel 4. 13 Harapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Unit Kios	
Kopedas	108
Tabel 4. 14 Harapan Anggota Terhadap Ketersediaan Produk Unit Kios	
Kopedas	108
Tabel 4. 15 Harapan Anggota Terhadap Variasi Produk Unit Kios Kopedas	109
Tabel 4. 16 Harapan Anggota Terhadap Harga yang Ditawarkan Unit Kios	
Kopedas	110
Tabel 4. 17 Harapan Anggota Terhadap Pembayaran Tunai Unit Kios	
Kopedas	110
Tabel 4. 18 Harapan Anggota Terhadap Lokasi Strategis Unit Kios Kopedas	111
Tabel 4. 19 Harapan Anggota Terhadap Jam Pelayanan Unit Kios Kopedas	112
Tabel 4. 20 Harapan Terhadap Luas Lahan Parkir Unit Kios Kopedas	112
Tabel 4. 21 Harapan Anggota Terhadap Penataan Barang Unit Kios Kopedas	113
Tabel 4. 22 Harapan anggota Terhadap Iklan Unit Kios Kopedas	113
Tabel 4. 23 Penilaian Anggota Terhadap Promosi Penjualan Unit Kios	
Kopedas	114
Tabel 4. 24 Kesesuaian Antara Tanggapan dan Harapan dan Harapan	
Anggota Terhadap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran Pada	
Unit Kios Kopedas	115
Tabel 4. 25 Rekapitulasi Skor Dan Perhitungan Median	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024.....	4
Gambar 1. 2 Jumlah Partisipasi Anggota di Unit Kios Koperasi Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 2. 2 Diagram Kartesius	58
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Kopedas	63
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Kopedas yang Disarankan	64
Gambar 3. 3 Jumlah Anggota Kopedas Tahun 2020-2024.....	70
Gambar 3. 4 Pendapatan Unit Usaha Pengadaan Barang.....	72
Gambar 3. 5 Pendapatan Unit Kelontong.....	73
Gambar 3. 6 Penjualan Unit Kios Tahun 2020-2024.....	75
Gambar 3. 7 Perkembangan Rasio Likuiditas Kopedas Tahun 2020-2024.....	80
Gambar 3. 8 Perkembangan Rasio Solvabilitas Kopedas Tahun 2020-2024.....	83
Gambar 3. 9 Perkembangan Rasio Retabilitas Kopedas Tahun 2020-2024.....	85
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	92
Gambar 4. 2 Diagram Kartesius Hubungan Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Unsur- Unsur Bauran Pemasaran pada Unit Kios Kopedas	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Yang Disarankan	133
Lampiran 2 Kuesioner	134
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	139
Lampiran 4 Instrumen Observasi	140
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Penilaian Tanggapan Responden terhadap Bauran Pemasaran di Unit Kios Kopedas	141
Lampiran 6 Hasil Kuesioner Penilaian Harapan Responden terhadap Bauran Pemasaran di Unit Kios Kopedas	143
Lampiran 7 Data Responden	145
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan.....	148

