

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN SUSU SEGAR

(Studi kasus pada unit susu segar KSU Tandangsari Kec. Tanjungsari Kab.
Sumedang)

Disusun Oleh:

Perinus Egatmang

C1180261

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2024**

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN SUSU SEGAR

(Studi kasus pada unit susu segar KSU Tandangsari Kec. Tanjungsari Kab.
Sumedang)

Disusun Oleh:

Perinus Egatmang

C1180261

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing: Drs Iwan Mulyana, M.Si



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2024**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi yang diberi judul " Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Susu Segar (Studi kasus pada unit susu segar KSU Tandangsari Kec. Tanjungsari Kab. Sumedang)" adalah hasil karya saya di bawah pengawasan atasan saya dan belum pernah diajukan dalam rangka itu ke perguruan tinggi mana pun. Sumber data yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan atau tidak diterbitkan dari penulis lain telah dirujuk dalam teks dan dicatat dalam daftar sumber di akhir laporan proposal akhir ini.

Dengan ini saya serahkan hak cipta atas karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia.

Jatinangor, 03 September 2024

Jerlince Yolemal C1190380

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM
UPAYA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN SUSU SEGAR
(Studi kasus pada unit susu segar KSU
Tandangsari Kec. Tanjungsari Kab. Sumedang)

Nama : Perinus Egatmang

NIM : C1180261

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Dosen Pembimbing



Drs. Iwan Mulyana, M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M. Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

Motto dan persembahan

Motto:

“Serahkanlah semua perbuatanmu kepada TUHAN maka terlaksanalah segala rencanamu”

(Amsal 1:16)

“Akuilah dia dalam segala lakumu, maka ia akan meluruskan jalanmu”

(Amsal 3:6)

“Aku melayangkan mataku ke gunung-gunung darimana kah akan datang pertolonganku? Pertolonganku ialah dari TUHAN yang menjadikan langit dan bumi”

(Mazmur 121:1&2)

“Segala sesuatu dapat kutanggung di dalam dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapan tidak akan hilang “(Amsal 23:18)

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Kupersembahkan Untuk:

Ayah, Ibu, Kakak-kakak, adik-adik yang saya cintai

serta saudara-saudari yang selalu

mendorong dan memotivasi say

RIWAYAT HIDUP

PERINUS EGATMANG, Lahir pada tanggal 08 Desember 1999 di Hoya, Provinsi Papua. Merupakan anak ke tiga dari lima bersaudara Keluarga Bapak Aniaokme Egatmang dan ibu Tenyo magal. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2012 lulus dari SD Kristen penjunan, Kabupaten Mimika, Provinsi papua.
2. Tahun 2015 lulus dari SMP Advent Tompaso, kabupaten Minahasa, Provinsi Sulawesi Utara.
3. Tahun 2018 lulus dari SMA Santo Michael Semarang, Kota Semarang, provinsi Jawa Tengah

Pada tahun 2018 tercatat sebagai mahasiswa di konsenterasi manajemen bisnis Program S1 Manajemen, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) yang beralamat di Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat penerima Beasiswa PMAK. Selama masa perkuliahan penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan diantaranya:

1. Anggota Sangar Seni 12 Juli Ikopin (2018–2023)
2. Anggota PMKK (2018–2020)
3. Anggota Imabetus (2018-2023)

ABSTRACT

Perinus Egatmang, 2024. *"Marketing Mix Analysis in an Effort to Increase Sales Volume". (Case Study on the Fresh Milk Unit of the Tandangsari Multipurpose Cooperative (KSU), under the guidance of H. Iwan Mulyana.*

The Tandangsari Multipurpose Cooperative (KSU) of West Java is one of the cooperatives in Indonesia, which seeks to improve the welfare of its members in particular and the wider community in general. In this study, the focus of the research is the Fresh Milk Business Unit. The marketing mix strategy carried out by the fresh milk unit manager must be oriented towards members, namely by providing services that are in accordance with the needs of its members. To find out the needs of its members, it is necessary to know how the implementation of the marketing mix elements has been carried out so far. After knowing the implementation of the marketing mix elements that have been carried out so far, it is continued with an assessment of the members' implementation of the marketing mix elements so that the suitability between member expectations and the implementation of marketing mix elements that can increase sales volume can be seen.

In this study, the research method used is the case study method, namely a method that studies, intensively analyzes facts related to the problem so that it can describe the problems that have been previously identified. The analysis tool used is the Cartesian outline. From the results of the study, it was found that the implementation of the marketing mix elements of the Fresh Milk Business Unit of KSU Tandangsari was mostly considered to be quite good, it would be better if the implementation of the marketing mix elements was improved, this was felt to be able to increase sales volume in the Fresh Milk Business Unit of KSU Tandangsari. The efforts that should be made by the Fresh Milk business unit manager include maintaining or even improving product quality, offering cheaper prices than competitors, and providing or increasing the intensity of promotions to members.

Keywords: Marketing Mix, Increasing Sales Volume, Sales Volume

ABSTRAK

Perinus Egatmang, 2024."Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan". (Studi Kasus Pada Unit Susu Segar Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari), dibawah bimbingan H. Iwan Mulyana.

Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari Jawa Barat merupakan salah satu koperasi di Indonesia, yang berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian yaitu Unit Usaha Susu Segar Strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengelola unit susu segar haruslah berorientasi pada anggota, yaitu dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Untuk mengetahui kebutuhan anggotanya, maka perlu diketahui bagaimana pelaksanaan unsur bauran pemasaran selama ini dilakukan. Setelah mengetahui pelaksanaan unsur bauran pemasaran yang dilakukan selama ini dilanjutkan dengan penilaian anggota terhadap pelaksanaan unsur bauran pemasaran sehingga dapat dilihat kesesuaian antara harapan anggota dengan pelaksanaan unsur bauran pemasaran yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, yaitu metode yang mempelajari, menganalisis secara intensif fakta yang berkaitan dengan masalah sehingga dapat menggambarkan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan outline kartesius. Dari hasil penelitian diperoleh hasil, bahwa pelaksanaan unsur bauran pemasaran Unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari sebagian besar menilai pelaksanaannya masih cukup baik, akan lebih baik jika pelaksanaan unsur bauran pemasaran ditingkatkan, hal tersebut dirasa dapat meningkatkan volume penjualan di Unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari. Adapun upaya yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola unit usaha Susu Segar diantaranya mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk, memberikan penawaran harga yang lebih murah dari pada pesaing, dan memberikan atau menambah intensitas promosi kepada anggota.

Kata kunci: *Bauran Pemasaran, Meningkatkan Volume Penjualan, Volume Penjualan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas pertolongan dan kebaikan Tuhan Yesus Kristus yang sudah memberikan hikmat, kekuatan, kesehatan dan kelancaran kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan**". (Studi Kasus Pada Unit Susu Segar Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari Jawa Barat). Penelitian skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen dari Konsentrasi Manajemen Pemasaran di IKOPIN Universitas Koperasi Indonesia.

Dalam penulisan ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Namun demikian, penulis tetap berusaha dengan segala kemampuan yang ada, dan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, motivasi berupa moral dan material dari berbagai pihak sehingga penulis bisa mampu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam memberi dukungan, kasih sayang, serta setiap Doa, Nasehat, Motivasi yang selalu dipanjatkan untuk penulis.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Yang terhormat Bapak Drs. Iwan Mulyana, M.Si Selaku Dosen pembimbing yang telah senantiasa dengan kesabarannya untuk

memberikan bimbingan, serta arahan dengan setulus hati bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Yang terhormat Bapak Mohamad Fahreza, SE, MBA Selaku Dosen Penguji Konsentrasi yang telah memberikan saran, arahan, serta dukungan kepada penulis skripsi ini.
3. Yang terhormat Bapak Wahyudin, SE, M.Ti Selaku Dosen Penguji Koperasi yang telah memberikan saran, arahan, dan dukungan kepada penulis skripsi ini.
4. Yang terhormat Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph. D Selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia.
5. Yang terhormat Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M. Si Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.
6. Yang terhormat Bapak/Ibu Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan banyak bekal Ilmu Pengetahuan serta nilai Kehidupan selama peneliti menempuh Pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
7. Yang Terhormat Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M.P. Dan Kakak Indra Supriadi, SP sebagai pembina yang Tidak pernah lelah untuk memberikan nasehat, dukungan arahan, dan bimbingan sejak penulis menjadi mahasiswa IKOPIN Universitas Koperasi Indonesia dan tinggal di Asrama PIBI IKOPIN.

8. Terimakasih Sebesar-besarnya Kepada seluruh Staff dan Karyawan PIBI IKOPIN yang mana selalu memberikan semangat, dorongan dan dukungan secara moral maupun material kepada penulisan skripsi ini.
9. Yang terhormat seluruh Staff Adminitrasi dan sekertariat serta karyawan Universitas Koperasi Indonesia yang telah membantu yang telah membantu dan memberikan kelancaran dalam penyelesaian pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
10. Terimakasih Sebesar-besarnya Kepada Seluruh Pimpinan dan Staff Yayasan Pemberdayaan Masyerakat Amungme dan Kamoro (YPMak) yang telah memberikan bantuan berupa beasiswa dalam menempuh studi di IKOPIN Universitas Koperasi Indonesia sesuai target waktunya.
11. Semua pihak Koperasi Serba Usaha KSU Tandangsari baik itu Ketua, Pengurus, Pengawas, Manajer dan seluruh karyawas dan Anggota KPSBU Lembang, yang telah menerima penulis untuk melakukan penelitian, dan selama penelitian membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam bentuk moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Orang tua tercinta Bapak Aniaokme Egatmang dan ibu Tenyo magal, serta Kakak dan adik tersayang yang selalu mensupport, memberikan nasehat, dukungan, mendoakan serta membiayai selama perkuliahan.
13. Terimakasih Sebesar-besarnya Kepada Ibu Dapur yaitu (Ibu Dede, Ibu Yan, dan Ibu Eha) di Asrama PIBI IKOPIN dengan tidak lelahnya selalu menyajikan makan dan minum selama penulis kuliah sampai selesai.

14. Rekan-rekan senasib dan seperjuangan yaitu seluruh mahasiswa program beasiswa YPMAK IMABETUS PIBI IKOPIN angkatan 2018 serta seluruh keluarga besar mahasiswa Papua di Jatinangor dan Bandung yang sudah memberikan dukukangan baik doa, maupun secara moral dan material.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan ini. Dan penulis berharap Semoga skripsi ini bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan penulis dan segenap pembaca.

Jatinangor, 26 Agustus 2024

Perinus Egatmang
C1180261

IKOPIN
University

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1.Maksud Penelitian	11
1.3.2.Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1.Kegunaan Secara Teoritis	11
1.4.2.Kegunaan Praktis.....	12
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	13
2.1. Pendekatan Masalah.....	13
2.1.1.Pendekatan Perkoperasian.....	13
2.1.2.Manajemen Pemasaran Koperasi.....	25
2.1.3.Manajemen Bisnis	27
2.1.4.Pemasaran	27
2.1.5.Strategi Pemasaran.....	29
2.1.6.Bauran Pemasaran	30
2.1.7.Volume Penjualan.....	38
2.2. Metode Penelitian.....	39
2.2.1.Metode Penelitian Yang Digunakan.....	39

2.2.2.Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	39
2.2.3.Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data.....	41
2.2.4.Teknik Pengumpulan Data.....	43
2.2.5.Analisis data	44
2.2.6.Tempat penelitian	51
2.2.7.Jadwal Penelitian	52
BAB III KEADAAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN	53
3.1. Keadaan Organisasi dan manajemen KSU Tandangsari	53
3.1.1.Sejarah Berdirinya KSU Tandangsari	53
3.1.2.Struktur Organisasi Koperasi Serba Usaha (KSU) Tandangsari	55
3.1.3.Kegiatan Usaha KSU Tandangsari.....	67
3.2. Keadaan Keuangan dan Permodalan KSU Tandangsari	75
Administrasi Keuangan dan Pembukuan	75
3.2.1.Permodalan.....	76
3.2.2.Analisa laporan keuangan	78
3.3. Organisasi Pendukung KSU Tandangsari.....	80
3.4. Keadaan Umum dan Wilayah Kerja KSU Tandangsari.....	81
3.4.1.Keadaan Fisik dan Geografis KSU Tandangsari	81
3.4.2.Keadaan Sosial	84
3.4.3.Keadaan Ekonomi Penduduk.....	86
3.5. Implementasi Jatidiri Koperasi.....	88
3.5.1.Implementasi Definisi Koperasi.	88
3.5.2.Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.	89
3.5.3.Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	92
4.1. Identitas Responden.....	92
4.2. Bauran Pemasaran.....	93
4.2.1.Produk (<i>Product</i>).....	93
4.2.2.Harga (<i>Price</i>).....	98
4.2.3.Distribusi (<i>Place</i>)	102

4.2.4.Promosi (<i>Promotion</i>)	107
4.3. Kesesuaian Antara Bauran Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Unit Susu Segar KSU Tandangsari Dengan Harapan Anggota.....	112
4.4. Upaya Yang Harus Dilakukan Oleh Unit Susu Segar KSU Tangang sari Untuk meningkatkan volume penjualan Melalui Pelaksanaan Bauran Pemasaran.....	124
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1. Simpulan.....	126
5.2. Saran - Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN	130



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perkembangan Volume Susu Segar Koperasi Produsen Serba usaha (KSU) Tandangsari Tahun 2019- 2023.....	7
Tabel 2.1	Langkah-langkah segmentase pasar, penetapan pasar sasaran, penetapan pasar	30
Tabel 2. 2	Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 2. 3	Kriteria Persepsi dan harapan.....	45
Tabel 2. 4	Interval per Indikator.....	45
Tabel 2. 5	Kelas Interval setiap Indikator Unsur-Unsur Produk pada Unit Susu Segar KSU Tandangsari	46
Tabel 2. 6	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Produk.....	46
Tabel 2. 7	Kelas Interval setiap Indikator Unsur-Unsur Harga pada Unit Susu Segar KSU Tandangsari	47
Tabel 2. 8	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Harga.....	47
Tabel 2. 9	Kelas Interval setiap Indikator Unsur-Unsur Distribusi pada Unit Susu Segar KSU Tandangsari.....	48
Tabel 2. 10	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Distribusi.....	48
Tabel 2. 11	Kelas Interval setiap Indikator Unsur-Unsur Promosi pada Unit Susu Segar KSU Tandangsari	48
Tabel 2. 12	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Promosi	49
Tabel 2. 13	Interval Rekapitulasi Seluru Bauran Pemasaran	49
Tabel 2.14	penilaian anggota terhadap indikator – indikator bauran pemasaran	50
Tabel 2. 6	Tabulasi kesesuaian persepsi dan harapan indikator – indikator bauran pemasaran.....	51

Tabel 3. 1	perkembangan keanggotaan KSU Tandangsari 2018-2023	67
Tabel 3. 2	Perkembangan Pembelian dan Pemasaran Susu selama Tahun 2020	69
Tabel 3. 3	Perkembangan Pembelian dan Penjualan Pakan Ternak Konsentrat selama Tahun 2023	70
Tabel 3. 4	Pembelian dan penjualan SAPRONAK.....	71
Tabel 3. 5	Penerapan dan pengeluaran dana Kesehatan Hewan tahun 2023	72
Tabel 3.6	Perkembangan populasi Sapi Perah.....	73
Tabel 3.7	Produk Usaha Simpan Pinjam Divisi Usaha Simpan Pinjam...	73
Tabel 3. 8	Perkembangan Jumlah Simpanan dan Pinjaman Anggota KSU Tandangsari.....	74
Tabel 3. 9	Perkembangan Permodalan KSU Tandangsari tahun 2018 -2020	77
Tabel 3. 10	Perbandingan Rencana Anggaran dan Realisasi	79
Tabel 3. 11	Luas Tanah Teknis dan Tanah Hujan Masing-masing Desa di Wilayah Kerja Koperasi Serba Usaha Tandangsari	83
Tabel 3. 12	Sebaran Penduduk menurut Kepala Keluarga dan Orang Dewasa di Wilayah Kerja Koperasi Serba Usaha Tandangsari.....	85
Tabel 3. 13	Sebaran Penduduk menurut Pendidikan di Wilayah Kerja Koperasi Serba Usaha Tandangsari	86
Tabel 3. 14	Sebaran Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di wilayah kerja Koperasi Serba Usaha Tandangsari	87
Tabel 3. 15	Implementasi Definisi Koperasi di KSU Tandangsari.....	89
Tabel 3. 16	Implementasi Nilai-Nilai KSU Tandangsari	90
Tabel 3. 17	Implementasi Prinsip-Prinsip KSU Tandangsari.....	91
Tabel 4.1	Gambaran Umum dari responden sebagai objek Penelitian.....	92
Tabel 4. 2	Tanggapan Responden tentang Kuantitas Produk Susu Segar di KSU Tandangsari.....	93
Tabel 4. 3	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk Susu Segar KSU Tandangsari.....	94
Tabel 4. 4	Tanggapan responden terhadap ketersediaan Produk Susu segar	

	KSU Tandangsari.....	95
Tabel 4. 5	Tanggapan responden terhadap kualitas kemasan (Daya Tahan) Produk Susu segar KSU Tandangsari	96
Tabel 4. 6	Tanggapan responden terhadap variasi rasa Produk Susu segar KSU Tandangsari.....	97
Tabel 4. 7	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Produk.....	97
Tabel 4. 8	Tanggapan responden terhadap Harga Susu segar KSU Tandangsari sesuai dengan kualitas	98
Tabel 4. 9	Tanggapan responden terhadap Harga Susu segar KSU Tandangsari lebih murah dengan tempat lain.....	99
Tabel 4. 10	Tanggapan responden terhadap Harga Susu segar KSU Tandangsari dibedakan antara anggota dan non anggota.....	100
Tabel 4. 11	Tanggapan responden terhadap pemberian potongan harga KSU Tandangsari.....	101
Tabel 4. 12	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Harga.....	102
Tabel 4. 13	Tanggapan responden terhadap Kecepatan Respon Bagian Administrasi KSU Tandangsari.....	103
Tabel 4. 14	Tanggapan responden terhadap kecepatan pengantaran Susu segar KSU Tandangsari.....	104
Tabel 4. 15	Tanggapan responden terhadap ketetapan dalam pemenuhan pesanan di KSU Tandangsari	104
Tabel 4. 16	Tanggapan responden terhadap pelayanan keramahan dalam pengantaran pesanan	105
Tabel 4. 17	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Distribusi.....	106
Tabel 4. 18	Tanggapan responden mengenai keaktifan koperasi dalam memberikan informasi kepada anggota.....	107
Tabel 4. 19	Tanggapan responden mengenai keikutsertaan koperasi dalam mengadakan event.....	108

Tabel 4. 20	Tanggapan responden mengenai KSU Tandangsari memberikan bonus bagi anggota yang rajin bertransaksi.....	109
Tabel 4. 21	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Promosi	110
Tabel 4. 22	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Unit Susu Segar KSU Tandangsari.....	111
Tabel 4.23	Harapan Anggota Terhadap Kuantitas Produk Unit Susu Segar KSU Tandangsari.....	112
Tabel 4.24	Harapan Anggota Terhadap Kualitas produk yang ditawarkan Oleh Unit Susu Segar KSU Tandangsari	113
Tabel 4. 25	Harapan Anggota Terhadap Ketersediaan Produk yang ada di Unit Susu Segar KSU Tandangsari.....	113
Tabel 4. 26	Harapan Anggota Terhadap Kualitas kemasan Produk (daya tahan) yang ditawarkan Oleh Unit Susu Segar KSU Tandangsari	114
Tabel 4.27	Harapan Anggota Terhadap variasi rasa Produk Yang ditawarkan Oleh Unit Susu Segar KSU Tandangsari	114
Tabel 4.28	Harapan Anggota Terhadap harga sesuai dengan kualitas produk yang Ditawarkan oleh Unit Susu Segar KSU Tandangsari	115
Tabel 4.29	Harapan Anggota Terhadap harga lebih murah dengan tempat lain Yang Ditawarkan Unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari ..	115
Tabel 4.30	Harapan Anggota Terhadap perbedaan harga bagi khusus anggota dan non anggota Unit Susu Segar KSU Tandangsari	116
Tabel 4.31	Harapan Anggota Terhadap Pemberian potongan harga di unit susu segar KSU Tandangsari.....	117
Tabel 4.32	Harapan Anggota Terhadap Kecepatan Respon dari Admin Unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari	117
Tabel 4.33	Harapan Anggota Terhadap Kecepatan Pengantaran Unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari.....	118
Tabel 4.34	Harapan Anggota Terhadap Ketetapan Pemenuhan Pesanan Unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari	118
Tabel 4.35	Harapan Anggota Terhadap Pelayanan keramahan pengantar	

	pesanan unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari.....	119
Tabel 4.36	Harapan Anggota Terhadap Keaktifan memberikan informasi melalui anggota koperasi unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari.....	119
Tabel 4.37	Harapan Anggota Terhadap Keaktifan Koperasi ikut serta mengadakan event unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari..	120
Tabel 4.38	Harapan Anggota Terhadap Koperasi memberikan bonus bagi anggota yang rajin bertransaksi unit Usaha Susu Segar KSU Tandangsari.....	121
Tabel 4. 39	Rekapulasi Kepentingan/Harapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Unit Susu Segar KSU Tandangsari.....	122
Tabel 4. 40	Rekapulasi Antar Skor Kenyataan Dengan Skor Harapan	123
Tabel 4.41	Upaya – upaya yang harus dilakukan Koperasi Produsen Serba Usaha (KSU) Tandangsari untuk meningkatkan volume penjualan melalui bauran pemasaran .	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1	Struktur Organisasi KSU Tandangsari.....	56
Gambar 3. 2	proses penampungan dan pemasaran susu segar.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	130
Lampiran 2	Rekomendasi Struktur Organisasi KSU Tandangsari	135
Lampiran 3	Laporan Keuangan KSU Tandangsari.....	136

