

**ANALISIS STRATEGI ECERAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI
PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Unit Pertokoan Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani
Unit III Jawa Barat dan Banten)

Disusun Oleh:

KHANIA DEWI PRAMANI

C1210142

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc



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

2025

Lembar Pengesahan

Judul : Analisis Strategi Eceran Dalam Upaya
Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai
Pelanggan
Nama : Khania Dewi Pramani
NRP : C1210142
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing I



Dr. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S-1 Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Khania Dewi Pramani, lahir di Sumedang, 11 Juli 2003, sebagai anak pertama dari dua bersaudara pada pasangan Bapak Jajang Sulaeman dan Ibu Meilida. Penulis menyelesaikan pendidikan di:

1. SDN Cikeruh II (Tahun 2009-2015)
2. MTs Ma'Arif Jatinangor (Tahun 2015-2018)
3. SMK Bakti Nusantara 666 (Tahun 2018-2021)

Kemudian pada tahun 2021 Penulis tercatat sebagai mahasiswi Universitas Koperasi Indonesia, Program Studi S1 Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis. Selama masa perkuliahan penulis mengikuti UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yaitu sebagai berikut:

- Ikopin Badminton Club
 - Anggota Divisi Sumber Daya Manusia (2022-2023)
 - Anggota Divisi Media Kreatif dan Desain (2023-2024)

ABSTRACT

KHANIA DEWI PRAMANI. 2025. *Analysis of Retail Strategy in an Effort to Increase Member Participation as Customers, a case study of the Primary Shop Unit of Perum Perhutani Employee Cooperative Unit III West Java and Banten Bandung City, under the guidance of Shofwan Azhar Solihin.*

Primary Cooperative of Perum Perhutani Employees Unit III West Java and Banten has 1,012 members. In terms of member participation as customers, only 40% of members participate from the total number of members. This shows that member participation is not optimal, whereas basically the development of cooperatives members must contribute as customers by buying products from the Primkopkar Shop Unit. In this context, retail strategy analysis plays an important role in achieving competitive advantage and meeting member needs.

This research was conducted to find out the retail strategy applied by the Primkopkar Shop Unit, the level of participation of members as customers, as well as the conditions of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Primkopkar Shop Unit through the IFAS and EFAS matrix, SWOT matrix. The method used in this research is a case study with descriptive data analysis using a qualitative approach.

The purpose of this research is to find out the right retail strategy to be applied to the Primkopkar Shop Unit in order to increase member participation as customers using SWOT analysis. The results of the SWOT analysis are that the Primkopkar Shop Unit is in quadrant I, which supports aggressive strategies. So the strategies that can be carried out are by offering delivery orders, utilising social media as a means of promotion in offering products for sale, maintaining credit purchases and implementing a pre order system so that products remain as desired, and utilising strategic locations by conducting storefront product bazaars at discounted prices.

Keywords: Retail Strategy, SWOT Analysis, Member Participation

ABSTRAK

KHANIA DEWI PRAMANI. 2025. Analisis Strategi Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan, studi kasus Unit Pertokoan Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Kota Bandung, dibawah bimbingan Shofwan Azhar Solihin.

Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten memiliki 1.012 anggota. Dari segi partisipasi anggota sebagai pelanggan, hanya 40% anggota yang berpartisipasi dari jumlah anggota keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi anggota belum optimal, padahal pada dasarnya perkembangan koperasi anggota harus ikut berkontribusi sebagai pelanggan dengan membeli produk dari Unit Pertokoan Primkopkar. Dalam konteks ini, analisis strategi eceran berperan penting dalam mencapai keunggulan kompetitif dan memenuhi kebutuhan anggota.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu strategi eceran yang diterapkan Unit Pertokoan Primkopkar, tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan, serta kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Unit Pertokoan Primkopkar melalui matriks IFAS dan EFAS, matriks SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan analisis data secara deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi eceran yang tepat untuk diterapkan pada Unit Pertokoan Primkopkar agar dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari analisis SWOT yaitu Unit Pertokoan Primkopkar berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Maka strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan penawaran *delivery order*, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dalam menawarkan produk-produk yang dijual, Mempertahankan pembelian secara kredit dan terapkan sistem *pre order* supaya produk tetap sesuai dengan keinginan, dan Memanfaatkan lokasi strategis dengan melakukan bazar produk depan toko dengan harga diskon.

Kata Kunci : Strategi eceran, Analisis SWOT, Partisipasi Anggota

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Pada Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten) insyaallah diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Koperasi Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari do'a dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, saya sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Orang Tua saya tercinta Bapak Jajang dan Mamah Ida. Mah pa, skripsi ini adalah persembahan kecil dari teteh untuk membalas semua pengorbanan, cucuran keringat, dan doa tulus yang tidak pernah putus. Dukungan moril dan materi yang tiada henti, serta kasih sayang yang tak terbatas adalah sumber kekuatan penulis dalam menempuh setiap tahapan perkuliahan. Tanpa restu dan do'a kalian, mustahil rasanya untuk bisa sampai pada titik ini, dan untuk adik saya tercinta Bayu Pratama yang selalu menghibur penulis sehingga penulis menjadi semangat untuk menjalani hari-harinya, serta keluarga besar Alm. Bapak Doding yang selalu tiada hentinya memberikan semangat dan do'a. Penulis juga ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah membantu dan membimbing penulis dalam proses

penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberi masukan, dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini dari tahap awal hingga akhir dengan penuh kesabaran.
2. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku Dosen Penguji Konsentrasi yang telah memberikan kritik, saran dan arahan dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M.Si selaku Dosen Penguji Koperasi yang telah memberi kritik, saran dan arahan dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Koperasi Indonesia umumnya, yang telah membantu kelancaran penulis dalam menempuh studi.
5. Seluruh jajaran pengurus, karyawan dan anggota Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten yang telah membantu penulis dengan begitu sabar dan baik hati dalam proses pengumpulan informasi dan data sehingga dapat mempermudah penulis dalam melakukan penelitian ini.
6. Kepada seseorang yang berarti dalam hidup penulis, Fadillah Nur Huda terima kasih karena telah menjadi teman setia dalam malam yang penuh keresahan, waktu dan tenaga yang diberikan, serta selalu memberikan semangat, doa dan motivasi yang selalu disampaikan ketika penulis sedang merasa tidak percaya diri dan ragu.
7. Sahabat seperjuangan Elda, Iseh, Bee yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan dimulai sampai detik ini dan senantiasa selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis. Dimanapun

nanti kalian berada semoga pertemanan ini tidak pernah putus sampai kapanpun.

8. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan dan do'a.
9. Tak lupa juga penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan sampai akhir, terima kasih karena tetap melangkah meski pelan, melawan rasa takut meski takut, tetap mencoba meski ragu dan tetap percaya bahwa setiap usaha pasti akan menemukan hasilnya. Skripsi ini bukan hanya tentang penelitian tapi juga tentang perjalanan melawan diri sendiri.

Jatinangor, Agustus 2025

Khania Dewi Pramani

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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 Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN....	12
2.1 Pendekatan Masalah.....	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	12
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	17
2.1.3 Pendekatan Pemasaran.....	19
2.1.4 Pendekatan Partisipasi Anggota.....	23
2.1.5 Pendekatan Bisnis Ritel.....	27
2.1.6 Pendekatan Analisis SWOT.....	45
2.2 Metode Penelitian.....	49
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	50
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	52

2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data.....	53
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
2.2.5 Analisis Data.....	55
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian.....	63
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	63
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	65
3.1 Keadaan Umum Organisasi.....	65
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	65
3.1.2 Struktur Organisasi Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	67
3.2 Keanggotaan Koperasi.....	68
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi.....	69
3.3.1 Kegiatan Usaha Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	69
3.3.2 Permodalan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	74
3.3.3 Keadaan Keuangan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	76
3.4 Implementasi Jatidiri Koperasi.....	79
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi.....	79
3.4.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.....	80
3.4.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Identitas Responden dan Informan.....	83
4.2 Strategi eceran yang dilakukan oleh Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	84
4.2.1 Analisis Situasi (<i>Situation Analysis</i>).....	85
4.2.2 Tujuan (<i>Objective</i>)	90

4.2.3 Mengidentifikasi Karakteristik dan Kebutuhan Konsumen (<i>Identification Of Consumers</i>).....	92
4.2.4 Strategi Keseluruhan (<i>Overall Strategi</i>).....	93
4.2.5 Tindakan Spesifik (<i>Specific Activities</i>).....	97
4.2.6 Pengendalian (<i>Control</i>).....	98
4.3 Tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Pertokoran Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	105
4.4 Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dalam melakukan strategi eceran.....	110
4.4.1 Analisis Faktor IFAS.....	111
4.4.2 Analisis Faktor EFAS.....	113
4.5 Strategi eceran yang tepat untuk diimplementasikan pada Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.....	117
4.5.1 Matriks SWOT Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	117
4.5.2 Penentuan Strategi Eceran Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat agar partisipasi anggota sebagai pelanggan meningkat.....	121
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	124
5.1 Simpulan.....	124
5.2 Saran-Saran.....	126

DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Anggota Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten 2020-2024..	3
Tabel 1.2	Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten Tahun 2020-2024.....	5
Tabel 1.3	Perkembangan Jumlah Transaksi Pelanggan Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten.....	5
Tabel 1.4	Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Pertokoan.....	7
Tabel 2.1	Matriks SWOT.....	47
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel.....	50
Tabel 2.3	Skor Alternatif Jawaban.....	54
Tabel 2.4	Penyajian Hasil Skoring.....	56
Tabel 2.5	Rekapitulasi Nilai Dari Setiap Indikator.....	56
Tabel 2.6	Matriks IFAS.....	58
Tabel 2.7	Matriks EFAS.....	60
Tabel 2.8	Matriks SWOT.....	61
Tabel 3.1	Perkembangan Anggota Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten 2020-2024.....	70
Tabel 3.2	Perkembangan Pendapatan Hasil Usaha Unit Simpan Pinjam Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten pada tahun 2020-2024.....	71
Tabel 3.3	Perkembangan Simpanan Sukarela Anggota.....	71
Tabel 3.4	Perkembangan Pendapatan Hasil Usaha Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten pada tahun 2020-2024.....	72
Tabel 3.5	Perkembangan Pendapatan Hasil Usaha Unit AMDK Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten pada tahun 2020-2024.....	74

Tabel 3.6	Perkembangan Permodalan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten pada Tahun 2020-2024.....	76
Tabel 3.7	Perkembangan Likuiditas Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten.....	78
Tabel 3.8	Perkembangan Solvabilitas Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten.....	79
Tabel 3.9	Perkembangan Rasio Rentabilitas Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar dan Banten.....	80
Tabel 3.10	Implementasi Definisi Koperasi pada Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten..	80
Tabel 3.11	Implementasi Definisi Koperasi pada Primer Koperasi Karyawan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten..	81
Tabel 3.12	Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi pada Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.....	82
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	83
Tabel 4.2	Produk Anggota Yang Dijual Pada Unit Pertokoan Primkopkar.....	86
Tabel 4.3	Perkembangan Simpanan Anggota Primkopkar.....	87
Tabel 4.4	Perkembangan Penjualan Unit Pertokoan Primkopkar Perhutani Unit III Jabar.....	90
Tabel 4.5	Keuntungan Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar.....	90
Tabel 4.6	Perkembangan Jumlah Transaksi Pelanggan Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar.....	92
Tabel 4.7	Perbandingan Harga Jual Produk Pada Unit Pertokoan Primkopkar Dengan Pesaing.....	94
Tabel 4.8	Perkembangan Jumlah Transaksi Pelanggan Primkopkar.....	95

Tabel 4.9	Skor Alternatif Jawaban.....	105
Tabel 4.10	Tanggapan Anggota Tentang Volume Pembelian Per Bulan..	106
Tabel 4.11	Tanggapan Anggota Tentang Frekuensi Pembelian Anggota.	107
Tabel 4.12	Tanggapan Anggota Tentang Keaktifan Memberikan Kritik Dan Saran.....	108
Tabel 4.13	Rekapitulasi Nilai Dari Setiap Indikator.....	109
Tabel 4.14	Hasil IFAS Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar Dan Banten.....	111
Tabel 4.15	Hasil EFAS Unit Pertokoan Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar Dan Banten.....	113
Tabel 4.16	Matriks Analisis SWOT.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur Dasar Bisnis Ritel Jalur Distribusi Barang Dagangan.....	25
Gambar 2.2	Elemen-elemen strategi ritel.....	33
Gambar 3.1	Struktur organisasi Primkopkar Perum Perhutani Unit III Jabar.....	64
Gambar 4.1	Unit Pertokoan Primkopkar.....	86
Gambar 4.2	Denah Lokasi pesaing sekitar Unit Pertokoan Primkopkar...	96
Gambar 4.3	Aplikasi yang digunakan Unit Pertokoan Primkopkar.....	97
Gambar 4.4	Status WhatsApp Karyawan.....	99
Gambar 4.5	Suasana Toko Unit Pertokoan Primkopkar.....	101
Gambar 4.6	Halaman website belanja di Indomaret.....	102
Gambar 4.7	Halaman Website Belanja Di Alfamart.....	103
Gambar 4.8	Diagram Analisis SWOT.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara Dengan Pengurus Koperasi.....	133
Lampiran 2	Pedoman Wawancara Dengan Anggota Primkopkar.....	135
Lampiran 3	Lembar Kuesioner Untuk Anggota.....	136
Lampiran 4	Lembar Kuesioner SWOT Untuk Anggota.....	138
Lampiran 5	Tanggapan Kuesioner Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan.....	141
Lampiran 6	Hasil Perhitungan Kuesioner Analisis SWOT.....	142
Lampiran 7	Perbandingan unit pertokoan primkopkar dengan pesaing (Indomart, alfamart, griya, borma).....	144
Lampiran 8	Dokumentasi.....	148