

**ANALISIS STRATEGI *RETAILING MARKETING MIX*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI BELANJA
ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada Unit Niaga Koperasi Dharma Nirmala Mandiri, Sadang Serang Cikutra,
Kota Bandung)

Disusun Oleh:

**ANDINI MENTARI GUNAWAN
C1190201**

Dosen Pembimbing:

Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE.,M.Sc

Drs. Abdul Hakim, MPd.

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi *Retailing Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota (Studi Kasus Pada Unit Niaga Koperasi Dharma Nirmala Mandiri, Sadang Serang Cikutra, Kota Bandung)

Nama : Andini Mentari Gunawan

NIM : G1190201

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : SI Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing I



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

Pembimbing II




Drs. Abdul Hakim, MPd

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen



Dr. Aml Purnamawati, Dra., M.Si



RIWAYAT HIDUP



Andini Mentari Gunawan, lahir pada tanggal 25 November 2000

di Sukabumi, Jawa Barat merupakan anak kedua dari bapak

Dadan Gunawan dan ibu Eel Nurlaelah. Adapun riwayat

pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut:

1. Tahun 2013 menyelesaikan Pendidikan di SDN Cikaret di Sukabumi
2. Tahun 2016 menyelesaikan Pendidikan di SMPN 1 Sukaraja di Sukabumi
3. Tahun 2019 menyelesaikan Pendidikan di SMAN 4 Kota Sukabumi

Pada tahun 2019 tercatat sebagai mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia (Ikopin University) di Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat. Selama perkuliahan, selama perkuliahan penulis aktif dalam berbagai kegiatan, yaitu:

1. Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Koperasi Indonesia Periode 2019
2. MAC KKB IKOPIN

ABSTRACT

ANDINI MENTARI GUNAWAN, 2023. *Analysis of Retailing Marketing Mix Strategy in an Effort to Increase Member Shopping Participation (Case Study of Dharma Nirmala Mandiri Cikutra Cooperative, Bandung City), under the supervision of H. Gijanto Purbo Suseno and Abdul Hakim.*

Dharma Nirmala Cooperative is a type of consumer cooperative that has members consisting of former PD hygiene employees who have been appointed as employees of the Bandung city environmental service, state civil apparatus and Non ASN who work at the environmental service, cooperative managers and the general public. The problem faced is that the decline in transaction volume in the Dharma Nirmala Mandiri Cooperative trading unit in recent years has become a problem faced by cooperatives which is thought to be due to the retailing marketing mix strategy implemented by the trading unit that is not in accordance with the wishes of members.

Therefore, this study aims to determine how the retailing marketing mix strategy in the commercial unit, member responses to the implementation of the retailing marketing mix strategy, and how to increase member shopping participation through the retailing marketing mix strategy. This research uses a problem approach with theories of operations, business management, marketing, retail, retail marketing mix, and member participation.

The research method uses descriptive with a case study approach. Sampling conducted in this study was by accidental method, which is based on the ease of conducting research, namely 43 respondents from members. Primary data was collected from questionnaires and interviews which were then processed with score techniques and descriptive analysis.

The results of this study indicate that the implementation of the retailing marketing mix strategy has not been carried out as well as possible by the cooperative, because the cooperative has not thought about doing it. cooperatives only rely more on members shopping with shopping vouchers obtained when borrowing in the savings and loan unit, Retailing marketing mix based on member responses is stated to be included in the criteria quite well. However, there are several indicators that must be considered in the future, namely regarding products that fall into unfavorable criteria due to the lack of diversity of products sold, efforts that need to be made by the cooperative to increase member shopping participation, namely by maximizing it through the retailing mix strategy.

Keywords: Strategy Retailing, Retailing Marketing Mix, Member Participation

ABSTRAK

ANDINI MENTARI GUNAWAN, 2023. Analisis Strategi *Retailing Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota (Studi Kasus Koperasi Dharma Nirmala Mandiri Cikutra Kota Bandung), dibawah dosen pembimbing H. Gijanto Purbo Suseno dan Abdul Hakim.

Koperasi Dharma Nirmala merupakan jenis koperasi konsumen yang memiliki anggota terdiri dari pegawai eks PD kebersihan yang telah diangkat menjadi pegawai dinas lingkungan hidup kota bandung, aparatur sipil negara dan Non ASN yang bekerja di dinas lingkungan hidup, pengelola koperasi dan masyarakat umum. Permasalahan yang dihadapi yaitu menurunnya volume transaksi pada unit niaga Koperasi Dharma Nirmala Mandiri dalam beberapa tahun ini menjadi masalah yang dihadapi koperasi yang diduga karena strategi *retailing marketing mix* yang dilaksanakan oleh unit niaga kurang sesuai dengan keinginan anggota.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *retailing marketing mix* pada unit niaga, tanggapan anggota terhadap implementasi strategi *retailing marketing mix*, dan Bagaimana upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota melalui *strategi retailing marketing mix*. Penelitian ini menggunakan pendekatan masalah dengan teori-teori perkoperasian, manajemen bisnis, pemasaran, retail, bauran pemasaran ritel, dan partisipasi anggota.

Metode penelitian menggunakan deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode aksidental, yaitu berdasarkan kemudahan untuk melakukan penelitian, yaitu 43 responden berasal dari anggota. Data primer dikumpulkan dari kuesioner dan wawancara yang kemudian diolah dengan Teknik skor dan analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan pelaksanaan strategi *retailing marketing mix* belum dilakukan sebaik mungkin oleh koperasi, karena koperasi belum memikirkan untuk melakukannya. koperasi hanya lebih mengandalkan anggota berbelanja dengan voucher berbelanja yang didapatkan ketika meminjam diunit simpan pinjam, *Retailing marketing mix* berdasarkan tanggapan anggota dinyatakan masuk kedalam kriteria cukup baik. Namun terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan kedepannya yaitu mengenai produk yang masuk kedalam kriteria kurang baik dikarenakan kurangnya keberagaman produk yang dijual, upaya yang perlu dilakukan oleh pihak koperasi untuk meningkatkan partisipasi belanja anggota yaitu dengan memaksimalkannya memalui *strategi retailing mix*.

Kata Kunci: *Strategi Ritel, Bauran Pemasaran Ritel, Partisipasi Anggota*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya. Karena dengan keridhoan-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi *Retailing Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota”** pada Unit Usaha niaga Toko Koperasi Dharma Nirmala Mandiri Kota Bandung Provinsi Jawa Barat.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, semangat yang telah diberikan, waktu yang telah diluangkan, serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE.,M.Sc dan Drs. Abdul Hakim, MPd. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan arahan dan bimbingan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

2. Bapak Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Prof.Ir. Agus Pakpahan, M.S.,Ph.D selaku Rektor Univeritas Koperasi Indonesia.
5. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Sc selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.
6. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Koperasi Indonesia.
7. Seluruh pengurus beserta Koperasi Dharma Nirmala Mandiri yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian ini, khususnya Ibu yeni yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan informasi kepada peneliti.
8. Secara khusus penulis berterimakasih kepada kedua orang tua atas do'a, dukungan dan pengertiannya selama penulis mengikuti pendidikan ini. kakak dan adik juga yang selalu memberikan motivasi, nasehat, perhatian serta kasih sayang dan do'a yang tak akan bisa terbalaskan.
9. Sahabat saya Alvita, Annisa, Syifaa, Nikke yang telah memberikan motivasi, semangat, dan perhatiannya selama penyusunan dan penulisan skripsi ini serta selalu menemani dan memberikan support satu sama lain dan telah menemani penulis selama kuliah.
10. Teman-teman MAC KKB IKOPIN angkatan 2019.

11. Teman-teman satu bimbingan yang telah berjuang bersama-sama untuk menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh teman-teman angkatan 2019, terutama kelas Manajemen D dan Manajemen Bisnis B, terutama Agista, Salma, dan Nabilla. Terimakasih atas semangat, dukungan, dan menjadi penyemangat serta teman yang baik selama penulis belajar di Universitas Koperasi Indonesia.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam persiapan hingga selesainya skripsi terimakasih atas dukungan dan bantuannya.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat, walaupun disadari masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi substansi bahasa masalah maupun tata Bahasa yang ditampilkan. Karenanya, saran dan masukan senantiasa penulis harapkan demi menyempurnakan Skripsi ini. penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan saudara-saudara semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jatinangor, Agustus 2023

Andini Mentari Gunawan

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3.1. Maksud Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Kegunaan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Kegunaan Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	Error!
	Bookmark not defined.
2.1. Pendekatan Masalah	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Pendekatan Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Pendekatan Retail.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retailing Marketing Mix</i>)	Error!
	Bookmark not defined.
2.1.6. Partisipasi Anggota	Error! Bookmark not defined.
2.1.7. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan .	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	Error! Bookmark not defined.
	not defined.

2.2.3.	Sumber data dan Cara Menentukan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
2.2.5.	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
2.2.6.	Tempat/Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.7.	Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III KEADAAN UMUM KOPERASI		Error! Bookmark not defined.
3.1.	Keadaan Umum.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.	Sejarah Koperasi Dharma Nirmala ..	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.	Struktur Organisasi Koperasi Dharma Nirmala Mandiri	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Keadaan Usaha	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Keadaan Permodalan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2.	Keadaan Keuangan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3.	Keadaan Anggota	Error! Bookmark not defined.
3.2.4.	Keadaan Unit Niaga	Error! Bookmark not defined.
3.3.	Implementasi Jati Diri Koperasi Dharma Nirmala Mandiri.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.	Implementasi Definisi Koperasi Dharma Nirmala Mandiri.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.	Implementasi Prinsip Koperasi Dharma Nirmala Mandiri	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.	Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Dharma Nirmala Mandiri	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1.	Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Umur Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Penerapan Strategi Retailing Marketing Mix yang DiLakukan Kdnmart	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.	Lokasi Toko.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.	Pelayanan	Error! Bookmark not defined.

4.2.3.	Produk	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.	Harga	Error! Bookmark not defined.
4.2.5.	Suasana Toko.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.6.	Karyawan	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.	Promosi	Error! Bookmark not defined.
4.3.	Tanggapan Anggota Terhadap Implementasi Strategi Retailing Marketing Mix.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.	Lokasi Toko.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2.	Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
4.3.3.	Produk	Error! Bookmark not defined.
4.3.4.	Harga Barang	Error! Bookmark not defined.
4.3.5.	Suasana Toko.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.6.	Karyawan Toko	Error! Bookmark not defined.
4.3.7.	Promosi	Error! Bookmark not defined.
4.4.	Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
5.1.	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Anggota Bertransaksi Berdasarkan Data 3 Hari Survei Pada Unit Niaga Kdnmart Koperasi Dharma Nirmala.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2 Target dan Realisasi Volume Transaksi Pada Unit Niaga KDNMart	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.3 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.4 Analisis Jawaban Anggota Setiap Indikator	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.5 jadwal penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Perkembangan Modal Koperasi Dharma Nirmala Mandiri Tahun 2018-2022	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Perkembangan Asset Koperasi Dharma Nirmala Mandiri 2018-2022	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Standar Rasio Likuiditas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4 Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Dharma Nirmala Mandiri 2018-2022.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5 Standar Rasio Solvabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.6 Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Dharma Nirmala Mandiri 2018-2022.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.7 Standar Rasio Rentabilitas	Error! Bookmark not defined.

Tabel 3.8 Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Dharma Nirmala Mandiri
2018-2022 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.9 Jumlah Anggota Koperasi Dharma Nirmala Mandiri **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.10 Data Transaksi Unit Niaga **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.11 Implementasi Jati Diri Koperasi di Koperasi Dharma Nirmala Mandiri
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.12 Implementasi Prinsip Koperasi Di Koperasi Dharma Nirmala Mandiri
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.13 Implementasi Nilai-nilai Koperasi di Koperasi Dharma Nirmala
Mandiri..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1 Responden Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Tanggapan Anggota Mengenai Lokasi ... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Tanggapan Anggota Mengenai Pelayanan Kemudahan Saat Berbelanja
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Tanggapan Anggota Mengenai Pelayanan Kemudahan Saat Bertransaksi
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7 Tanggapan Anggota Mengenai Penanganan Keluhan Yang Dilakukan
KDNMart Saat Berbelanja **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.8 Tanggapan anggota Mengenai Variasi Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.9 Tanggapan Anggota Mengenai Kelengkapan Jenis Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.10 Tanggapan Anggota Mengenai Harga Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.11 Tanggapan Anggota Mengenai Suasana Tata Letak Toko **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.12 Tanggapan Anggota Mengenai Kebersihan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Tanggapan Anggota Mengenai Fasilitas Toko **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 Tanggapan Anggota Mengenai Keramahan Karyawan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.15 Tanggapan Anggota Mengenai Pengetahuan Karyawan Mengenai
Barang-Barang yang Ada di Toko..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.16 Tanggapan Anggota Mengenai Iklan yang Dilakukan Toko **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.17 Tanggapan Anggota Mengenai Diskon di Unit Niaga..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.18 Tanggapan Anggota Mengenai Menjaga Kepercayaan Kepercayaan
Pelanggan di Unit Niaga **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.19 Rekapitulasi Nilai Dari Anggota Terhadap Strategi Retailing Marketing
Mix yang Dilakukan Pada Unit Niaga Koperasi Dharma Nirmala
Mandiri.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Volume Transaksi Unit Niaga KDNMart **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Koperasi **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Koperasi **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2: Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3: Data Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4: Laporan Keuangan	Error! Bookmark not defined.