

**ANALISIS IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN
DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN**

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Waserda Koperasi Pegawai Republik Indonesia
Sasakadana Garut)

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

Irham Maulana Faza

C 1140228

Dosen Pembimbing :

Rosti Setiawati, S.E M.Si



IKOPIN

**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN**

INSTITUT KOPERASI INDONESIA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Implementasi Bauran Pemasaran
Dalam Upaya Meningkatkan Volume
Penjualan (Studi Kasus Pada KPRI
Sasakadana Garut)

Nama Mahasiswa : Irham Maulana Faza

NRP : C 1140228

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENEYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Hj. Rosti Setiawati, S.E M.Si

Direktur Program Studi S1-Manajemen



RIWAYAT HIDUP

Irham Maulana Faza, Lahir di kota Bandung, Jawa Barat pada tanggal 20 Januari 1996. Putra kedua dari tiga bersaudara dari Keluarga Dicky Harisman dan Mardiah. Adapun riwayat pendidikan yang telah ditempuh yaitu :

1. Tahun 2008 menyelesaikan pendidikan di SD Negeri Panyileukan 3 Bandung, Jawa Barat.
2. Tahun 2011 menyelesaikan pendidikan di SMP Negeri 3 Bandung, Jawa Barat.
3. Tahun 2014 menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 7 Bandung, Jawa Barat.

Pada tahun 2014 tercatat sebagai mahasiswa di Konsentrasi Manajemen Bisnis, program Studi Sarjana Manajemen, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Jawa Barat. Selama masa perkuliahan, peneliti aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, yaitu :

1. Korfball IKOPIN pada periode 2015-2016 sebagai anggota
2. Laboratorium Komputer IKOPIN (2016-2018)
 - a. Anggota Divisi Kurikulum (2016-2017)
 - b. Koordinator Umum (2017-2018)

ABSTRACT

IRHAM MAULANA FAZA, an analysis of the implementation of marketing mix in efforts to improve the sales volume . A case study on waserda units civil servants cooperative of the republic of Indonesia Sasakadana Garut , under the guidance of **Rosti Setiawati, S.E M.Si** .

For the republic of indonesia civil servants cooperative Sasakadana is one of cooperatives in Indonesia, which consisted of state civil apparatus that is in local government Garut environment, made an attempt to increase prosperity of the members in particular and the public at large in general. In the context of fulfilling the needs on its members, at the present time this cooperative having 4 business unit, namely the unit a savings and loan business, the business unit of waserda, the business unit of parties and rental instrument of tents and the rental unit homestead and buildings. In this research, who became focus research waserda business unit. Marketing mix done by the management or waserda unit shall be oriented for the members of the, by offer a service that in accordance with the wants and needs of its members. To know how the wants and needs of on its members, so need to know how have program marketing mix previously carried out, which includes variable products, variable price, variable place and promotion. After understand the implementation of carried out so far followed by an assessment of hope a member of on the implementation of the marketing mix in accordance with the wishes of to increase the volume of sales.

In this research, research methods that were used is the method a case study, that is a method that studies, analyze intensively of facts pertaining to a problem so that the problems being able to illustrate has identified before. An instrument of analysis that was used that is by using a diagram cartesius. Respondents from sample as many as 31 people and a technique used in the sample collection this is the stratified random sampling. The result will be from the research, that the implementation of the marketing mix unit waserda KP-RI Sasakadana about variables responses to the needs of products according to a member of a largely considered its implementation was less than satisfactory. The price for variables, the majority of the members furnish an assessment equal to the price of competitors in the price as well as the lack of members and offered to non a member of. For variables promotion the majority of judging less than good. For variables where most of the members of judging the location waserda unit.

Based on the results of the analysis a diagram cartesius made, element marketing mix should get immediate priority is that element in completeness products and promotion. To the elements that needs to be maintained or intensified in the cleanliness element place. As for efforts must be done by a unit waserda to

increase the volume of sales namely products that offered to complement the increase in units of waserda and retaining or even increasing the product quality, offers a price that cheaper than competitors, and additions to a period of time the repayments to members of that making payments on credit.



IKOPIN

RINGKASAN

IRHAM MAULANA FAZA, Analisis Implementasi Bauran Pemasaran dalam upaya Meningkatkan Volume Penjualan. Studi kasus pada Units Waserda Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sasakadana Garut, di bawah bimbingan **Rosti Setiawati, S.E M.Si.**

Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KP-RI) Sasakadana merupakan salah satu koperasi di Indonesia, yang beranggotakan Aparatur Sipil Negara (ASN) yang berada di lingkungan pemerintah daerah Garut, yang berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan pada anggotanya, pada saat ini koperasi ini memiliki 4 unit usaha, yaitu Unit Usaha Simpan Pinjam, Unit Usaha Waserda, Unit Usaha Penyewaan Alat Pesta dan Tenda dan Unit Penyewaan Wisma dan Gedung. Dalam penelitian ini, yang menjadi focus penelitian yaitu Unit Usaha Waserda. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengelola unit waserda haruslah berorientasi pada anggota, yaitu dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggotanya. Untuk dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pada anggotanya, maka perlu mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran selama ini dilakukan, yang meliputi variabel produk, variabel harga, variabel tempat dan variabel promosi. Setelah mengetahui pelaksanaan yang dilakukan selama ini dilanjutkan dengan penilaian terhadap harapan anggota tentang pelaksanaan bauran pemasaran yang sesuai dengan keinginan anggota untuk meningkatkan volume penjualan.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, yaitu metode yang mempelajari, menganalisis secara intensif fakta-fakta yang berkaitan dengan masalah sehingga dapat menggambarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan diagram kartesius. Sampel yang dijadikan responden sebanyak 31 orang dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini yaitu *Stratified Random Sampling*. Dari hasil penelitian diperoleh hasil, bahwa pelaksanaan bauran pemasaran unit waserda KP-RI Sasakadana mengenai variabel produk menurut tanggapan anggota sebagian besar menilai pelaksanaannya masih kurang baik. Untuk variabel harga, sebagian besar anggota memberikan penilaian sama dengan harga pesaing serta tidak ada perbedaan harga yang ditawarkan kepada anggota maupun non anggota. Untuk variabel promosi sebagian besar menilai kurang baik. Untuk variabel tempat sebagian besar anggota menilai lokasi unit waserda ini masih kurang strategis.

Berdasarkan hasil analisis diagram kartesius yang dibuat, unsur bauran pemasaran yang harus diprioritaskan adalah unsur kelengkapan produk dan promosi. Untuk unsur-unsur yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan yaitu unsur

kebersihan tempat. Adapun upaya yang harus dilakukan oleh unit waserda untuk meningkatkan volume penjualan yaitu melengkapi/menambah produk-produk yang ditawarkan pada unit waserda dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk, menawarkan harga yang lebih murah dibanding pesaing, serta menambah jangka waktu cicilan bagi anggota yang melakukan pembayaran secara kredit.



IKOPIN

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Alhamdulillah, Puji dan syukur senantiasa dilimpahkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat hidayah, karunia dan petunjuk-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Implementasi Bauran Pemasaran dalam upaya meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sasakadana Garut)**”. Skripsi ini didedikasikan untuk kedua orang tua penulis, Ibu Mardiah dan Bapak Dicky Harisman serta keluarga tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang, dukungan moral maupun materil, kesabaran, pengorbanan dan do’a yang tak pernah putus kepada penulis.

Penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Hj. Rosti Setiawati, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing, yang telah banyak membantu memberikan saran, ide-ide, motivasi serta dengan penuh kesabaran meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sadar sepenuhnya, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik moril maupun materil. Ucapan tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Yang Terhormat, Bapak Dr. Burhanuddin Abdullah, Ir., MA Selaku Rektor Institut Koperasi Indonesia.

2. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc. selaku Direktur Prodi S1 Manajemen Intitut Koperasi Indonesia.
3. Yang Terhormat, Bapak DR. Maman Suratman, Drs., MS selaku dosen penelaah Konsentrasi, yang telah memberikan banyak masukan dan saran serta ilmu pengetahuan Manajemen Keuangan.
4. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc. selaku penelaah koperasi, yang telah memberikan banyak masukan dan saran serta ilmu pengetahuan Perkoperasian.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen Ikopin yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis.
6. Seluruh karyawan, manajer, pengurus dan anggota KP-RI Sasakadana
7. Sahabat-sahabat seperjuangan Muhamad Indra, Abdurachman Wahid, Eki Setiabudi, Ridha Pradatama, Muhammad Fathurrahman, Iqbal Fauzia Ali, Arif Nurhakim Adi Sukma Komara, Dadan Ramdani. dan yang lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas segala dukungan dan do'a yang telah diberikan.
8. Teman-teman Assisten Laboratorium Komputer Ikopin, Rani, Ridha, Muksal, Damar, Awil, Davi, Aldya, Yogi, Ririn, Yuliana, Diyan, Udin, Elys, Ridwan, Agung, Ratih, Lisna, terimakasih untuk segala kebersamaan, cerita dan pengalamannya.
9. Teman-teman seperjuangan anak dosen bimbingan Karin, Nina, Tyas, Antung, Endang, Gugun, Rani, Imam, Sri dan Agung.

10. Teman-teman di balik layar atas keberhasilan penulisan skripsi ini yaitu, Yuni Kurniati, M. Alfaiz, Febya Putri dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.
11. Teman hidup Maulida Nur Amalia yang telah menemani semasa kuliah hingga lulus ini terimakasih atas waktu yang diberikan.
12. Keluarga besar Manajemen Ikopin, khususnya Angkatan 2014 serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

Dengan segala perhatian, bimbingan, dan arahan dari dosen pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat dinantikan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis mohon maaf atas segala kekurangannya dan besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis khususnya, bagi seluruh mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis dan masyarakat umum.

Jatinangor, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	1
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	10
2.1 Pendekatan Masalah	10
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	10
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	18
2.1.3 Pendekatan Bauran Pemasaran	20
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	21
2.1.4 Pendekatan Volume Penjualan	28
2.2 Metode Penelitian	29
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	29
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	29
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	31
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
2.2.5 Analisis Data.....	32

2.2.6	Tempat Penelitian	38
2.2.7	Jadwal Penelitian	38
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....		39
3.1.	Keadaan Umum Organisasi	39
3.1.1.	Sejarah Terbentuknya KPRI Sasakadana Garut	39
3.1.2.	Struktur Organisasi KPRI Sasakadana Garut	44
3.2.	Keanggotaan Koperasi.....	53
3.3.	Kegiatan Usaha Dan Permodalan Koperasi.....	56
3.3.1.	Kegiatan Usaha KPRI Sasakadana Garut	56
3.3.2.	Permodalan KPRI Sasakadana Garut	60
3.3.3	Organisasi yang Berkaitan dengan KPRI Sasakadana.....	64
3.4.	Keadaan Umum Wilayah Kerja KPRI Sasakadana Garut	65
3.4.1.	Keadaan Fisik dan Geografis	65
3.4.2.	Keadaan Ekonomi.....	66
3.5.	Karakteristik Wilayah Jangkauan	67
3.5.1.	Wilayah Jangkauan Anggota	67
3.5.2.	Wilayah Jangkauan Unit Usaha.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Hasil Penelitian	68
4.1.1	Implementasi Jatidiri Koperasi di KP-RI Sasakadana	68
4.2	Hasil Pembahasan	75
4.2.1	Implementasi Bauran pemasaran yang diterapkan Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana	76
4.2.2	Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Implementasi Bauran Pemasaran Unit Waserda KP-RI Sasakadana	79
4.2.3	Upaya-upaya yang harus dilakukan manajemen dalam upaya meningkatkan volume penjualan Unit Usaha Waserda KP-RI SASAKADANA melalui perbaikan dalam Bauran Pemasaran	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Simpulan	95
5.2	Saran-Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Transaksi Anggota Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana dari tahun 2013 sampai 2017	3
Tabel 1. 2 Rencana dan Realisasi Pendapatan Unit Usaha Waserda Tahun 2013 sampai 2017	4
Tabel 2. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 2. 2 Sistem Penilaian Skoring Mengenai Pelaksanaan Bauran Pemasaran	34
Tabel 2. 3 Tabulasi Kesesuaian Tingkat Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan Didasarkan pada Nilai Median dari Masing-Masing Tingkat.	36
Tabel 3. 1 Nama dan Jabatan Karyawan KPRI SASAKADANA Garut	51
Tabel 3. 2 Jumlah Anggota KP-RI Sasakadana Tahun 2013-2017 (Orang)	56
Tabel 3. 3 Perkembangan Unit Usaha Simpan Pinjam KP-RI Sasakadana Tahun 2013-2017	58
Tabel 3. 4 Perkembangan Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana Tahun 2013-2017	58
Tabel 3. 5 Perkembangan Unit Usaha Sewa Alat Pesta KP-RI Sasakadana Tahun 2013-2017	59
Tabel 3. 6 Perkembangan Unit Usaha Wisma KP-RI Sasakadana Tahun 2013-2017	60
Tabel 3. 7 Perkembangan Modal Internal KPRI Sasakadana Garut Tahun 2013-2017	61
Tabel 3. 8 Perkembangan Modal Eksternal KPRI Sasakadana Garut Tahun 2013-2017	62
Tabel 3. 9 Ketentuan Sisa Hasil Usaha (SHU)	63
Tabel 3. 10 Kecamatan Yang Ada Di Kabupaten Garut	65
Tabel 4. 1 Implementasi Nilai-nilai Pada KP-RI Sasakadana Garut	69
Tabel 4. 2 Implementasi Prinsip-Prinsip Pada KPRI Sasakadana Garut	73
Tabel 4. 3 Profil Responden KP-RI Sasakadana.....	75
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Keragaman Produk Unit Waserda KP-RI Sasakadana	79
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Produk Unit Waserda KP-RI Sasakadana	80
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditetapkan Unit Waserda KP-RI Sasakadana	80
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Harga Dibanding Pesaing Unit Waserda KP-RI Sasakadana	81
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Penjualan Unit Waserda KP-RI Sasakadana	82
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Strategis Unit Waserda KP-RI Sasakadana	82

Tabel 4. 10 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Kebersihan Tempat Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	83
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Keragaman Produk Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	84
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Kualitas Produk Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	85
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Harga yang Ditetapkan Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	85
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Harga Dibanding Pesaing Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	86
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Promosi Penjualan Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	87
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Strategis Unit Waserda KP-RI Sasakadana	87
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Kebersihan Tempat Unit Waserda KP-RI Sasakadana.....	88
Tabel 4. 18 Kesesuaian Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran pada Unit Waserda KP-RI Sasakadana	89
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Skor dan Perhitungan Median.....	90



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Kartesius.....	37
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KP-RI Sasakadana	45
Gambar 4. 1 Diagram Kartesius Hubungan Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran pada Unit Waserda KP-RI Sasakadana	91



IKOPIN