

**ANALISIS CITRA TOKO DALAM UPAYA MENINGKATKAN
TRANSAKSI ANGGOTA**

(Studi Kasus pada Unit Usaha Perdagangan di Koperasi Pegawai Dinas Tanaman
Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri”)

SKRIPSI

Disusun oleh

Krisandi Sujana

C1160190



IKOPIN

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA (IKOPIN)**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan
Transaksi Anggota.
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan di Koperasi
Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura
Provinsi Jawa Barat "Dewi Sri")

Nama Mahasiswa : Krisandi Sujana
Nomor Pokok : C1160190
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

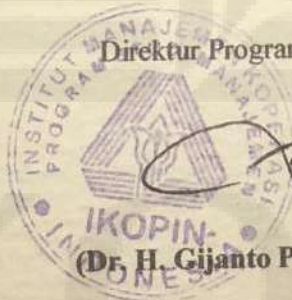
MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing,



(Drs. Dadan Hamdani, M.M.)

Direktur Program Studi S1 Manajemen,



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

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 15 April 1998 di Garut, Jawa Barat. Merupakan anak ke-2 dari Keluarga Bapak Ujang Sujana dan Ibu Siti Sumiarsih. dan penulis telah menempuh pendidikan formal yaitu :

1. 2003-2004 : TK/RA An-Ni'Mah Pondok Labu Jakarta Selatan.
2. 2004-2006 : SD Negeri Pondok Labu 02 Pagi Jakarta Selatan.
3. 2006-2010 : SDN Cibusah Kota 02 Kabupaten Bekasi.
4. 2010-2013 : SMP Negeri 1 Cibusah Kabupaten Bekasi.
5. 2013-2016 : MAN Jonggol / MAN 3 Bogor.

Tahun 2016 penulis mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama di Ikopin penulis mengikuti beberapa organisasi, yaitu :

1. 2016-2020 : Ikopin Badminton Club
2. 2016-2017 : HUMAS IKOPIN
3. 2018-2019 : Hima Manajemen Ikopin



IKOPIN

ABSTRACT

KRISANDI SUJANA (C1160290), *Store Image Analysis in an Effort to Increase Member Transactions, Case Studies at Unit Usaha Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri”, under the guidance of Drs. Dadan Hamdani, M.M.*

Member transactions are indispensable in the various activities organized by cooperatives. Cooperative members are owners and at the same time users of cooperative services, meaning that cooperative efforts are intended primarily to serve members, thus if members as the main customers served by cooperatives do not participate, the essence of cooperatives as a socio-economic system is not achieved. One way to increase Member transactions is to improve the image of the cooperative, including its Citra Toko business unit. Maintaining a Store Image is one of the most important tools for retailers to attract and fulfill customer satisfaction.

Store image has the understanding or perception of the public towards the name or product of the store or can be interpreted as determining the position of the store effectively both in terms of value, quality, and price. The element that can form the image of a store has something to do with the retail mix. The combination of the retail mix will project the store image that affects the perception of consumers.

This study aims to determine how efforts should be made to store the desired image of the Members to the Cooperative as a shaper element of the store image to increase the transactions of members of the Unit Perdagangan Koperasi Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri”

The research method used is to use the Likert Scale method with scoring and analysis techniques on the Cartesian diagram and measurement of market potential.

The results showed that the potential market for this Cooperative trading unit was 69.71% while for the application of the shop image by the Cooperative in the Store Unit it had not gone well, but members felt the store image felt good, but it would be better if the store image felt by the members improved to very good, it

is considered to be able to increase member transactions. For this reason, the Cooperative trading unit needs to improve the implementation of the Store Image in the Trade Unit to form the desired image and increase the level of member transactions.



IKOPIN

RANGKUMAN

KRISANDI SUJANA (C1160290), Analisis Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan Transaksi Anggota, Studi kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri”, dibawah bimbingan Drs. Dadan Hamdani, M.M.

Transaksi Anggota sangat diperlukan dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan koperasi. Anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi, artinya bahwa usaha koperasi memang ditujukan terutama untuk melayani anggota, dengan demikian apabila anggota sebagai pelanggan utama yang dilayani koperasi tidak ikut berpartisipasi maka esensi koperasi sebagai suatu sistem sosio-ekonomi menjadi tidak tercapai. Salah satu cara untuk meningkatkan transaksi Anggota adalah dengan meningkatkan Citra koperasi, termasuk didalamnya Citra Toko unit usahanya. Memelihara Citra Toko merupakan salah satu alat yang terpenting bagi peritel untuk menarik dan memenuhi kepuasan konsumen.

Citra Toko memiliki pengertian pandangan atau persepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko tersebut atau dapat diartikan sebagai penentuan posisi toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas dan harga. Unsur yang dapat membentuk citra toko ada hubungannya dari bauran ritel. Kombinasi dari bauran ritel akan memproyeksikan Citra Toko yang mempengaruhi persepsi para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana upaya-upaya yang harus dilakukan untuk citra toko yang diinginkan dari Anggota kepada Koperasi sebagai unsur pembentuk citra toko agar dapat meningkatkan transaksi anggota unit

perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri”.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode Skala Likert dengan teknik skoring dan analisis pada diagram kartesius serta pengukuran potensi pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar potensial unit perdagangan Koperasi ini adalah 69,71 % sedangkan untuk penerapan citra toko oleh Koperasi pada Unit Waserda belum berjalan dengan baik, tetapi anggota merasa citra toko yang dirasakan sudah baik, akan tetapi lebih baik jika citra toko yang dirasakan anggota ditingkatkan menjadi sangat baik, hal tersebut dianggap bisa untuk meningkatkan pula transaksi anggota. Untuk itu, unit perdagangan Koperasi ini perlu memperbaiki pelaksanaan Citra Toko pada Unit Perdagangan sehingga dapat membentuk citra yang diinginkan dan meningkatkan tingkat transaksi anggota.



IKOPIN

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada dalam penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan Transaksi Anggota”. Shalawat serta salam dituturkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Selama penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya penelitian berikutnya sebagai penyempurnaan dari skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat disusun tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua, Ayah dan Ibu yang selalu memberikan doa serta dukungan yang luar biasa sehingga membuat penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Dadan Hamdani, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si dan Bapak Drs. Wahyudin, M.Ti selaku dosen penelaah Konsentrasi dan Koperasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen Ikopin yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis.
5. Para Sahabat & Teman, Deryananda Rifqi, Armike Febtinugraini., Harun Alrasyid, Keukeu Yulianti, Resa Nurhidayah, A. Rahman Hakim, Eko Nurhidayat, Wildan W. Pradana, Penti Nopitasari, Novianingrum Dwi M., Rizal Haryanto, serta teman lainnya dari Manajemen C dan Manajemen Pemasaran yang banyak sekali jika disebutkan, terima kasih telah berjuang bersama saling membantu dan mendukung satu sama lain.
6. Para senior kampus terutama Teh Gita Fitri Januari, terima kasih selalu memberi masukan dan saran dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman Ikopin Badminton Club, dan HUMAS IKOPIN, terima kasih telah memberi pengalaman organisasi yang bermakna.
8. Teman-teman HIMA MANAJEMEN IKOPIN, terima kasih atas kebersamaannya dan pengalamannya yang sangat luar biasa dalam membangun Organisasi yang penuh dengan Canda, Tawa, Tangis dan Sedih membentuk karakter saya lebih kuat karena kalian dan lebih mengerti dalam menjalani sebuah Organisasi.
9. Keluarga besar Manajemen Ikopin terutama angkatan 2016 serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

Jatinangor, 26 April 2020

Krisandi Sujana

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RANGKUMAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah	10
1.3.Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4.Kegunaan Penelitian	11
1.4.1.Aspek Keilmuan	11
1.4.2.Aspek Guna Laksana.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH.....	12
2.1.Pendekatan Perkoperasian	12
2.1.1.Definisi Koperasi.....	12
2.1.2.Konsep Jatidiri Koperasi.....	14
2.1.3.Prinsip-Prinsip Koperasi	14
2.1.4.Nilai Koperasi.....	16

2.1.5.Tujuan Koperasi	17
2.1.6.Fungsi Koperasi.....	18
2.1.7.Bentuk Koperasi.....	19
2.1.8.Jenis-Jenis Koperasi	19
2.2.Pendekatan Pemasaran	21
2.2.1.Definisi Pemasaran.....	21
2.2.2.Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	22
2.2.3.Citra Toko	25
2.2.3.1.Barang Dagangan	29
2.2.3.2.Promosi	30
2.2.3.3.Kenyamanan	31
2.2.3.4.Fasilitas Toko	32
2.2.3.5.Pelayanan Toko	33
2.2.3.6.Atmosfer Toko.....	34
2.2.3.7.Merek	35
2.2.4.Transaksi	37
2.2.5.Konsep Potensi Pasar	38
2.2.6.Bauran Ritel.....	39
2.3.Metodologi Penelitian	42
2.3.1.Metode Penelitian yang Digunakan	42

2.3.2.Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	43
2.3.3.Sumber Data dan Cara Menentukannya	45
2.3.4.Teknik Pengumpulan Data.....	47
2.3.5.Rancangan Analisis Data	48
2.4.Tempat Penelitian	60
2.5.Jadwal Penelitian	60
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	61
3.1.Sejarah Berdirinya	61
3.2.Keadaan Umum	62
3.3.Motto	64
3.4.Manajemen Kelembagaan	64
3.4.1.Rapat Anggota.....	66
3.4.2.Pengurus.....	68
3.4.3.Pengawas.....	73
3.4.4.Manajer Serta Karyawan.....	75
3.5.Manajemen Keanggotaan.....	78
3.6.Kegiatan Usaha	81
3.6.1.Unit Simpan Pinjaman	81
3.6.2.Unit Perdagangan	83
3.7.Permodalan.....	83
3.8.Sisa Hasil Usaha (SHU)	86

3.9.Implementasi Prinsip Koperasi	87
3.10.Implementasi Nilai-nilai Koperasi.....	88
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	91
4.1.Citra Toko Unit Usaha Perdagangan di Toko Koperasi	91
4.2.Pelaksanaan dan Kepentingan Anggota Terkait Citra Toko	98
4.2.1.Pelaksanaan Terkait Citra Toko	98
4.2.2.Kepentingan Anggota terkait Citra Toko.....	106
4.3.Analisis Potensi Pasar.....	118
4.4.Upaya yang Harus Dilakukan Untuk Meningkatkan Transaksi	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1.Kesimpulan	127
5.2.Saran	129
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN 1	135
LAMPIRAN 2	137
LAMPIRAN 3	145
LAMPIRAN 4	149

IKOPIN

DAFTAR TABEL

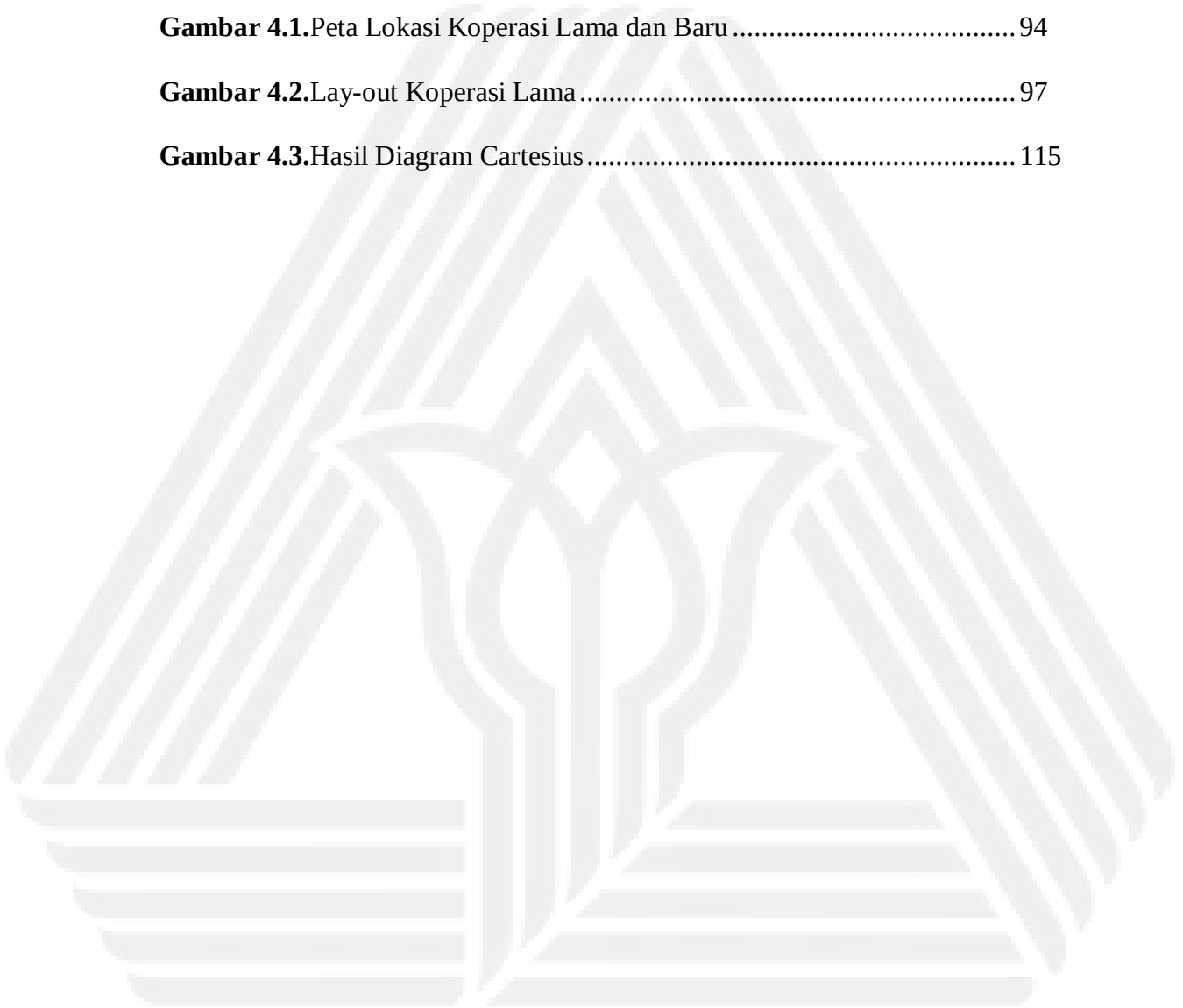
Tabel 1.1. Keanggotaan Koperasi 2015-2019	3
Tabel 1.2. Perkembangan Jumlah Pendapatan Koperasi 2015-2019	4
Tabel 1.3. Perkembangan Jumlah Rata-Rata Belanja Anggota 2015-2019	4
Tabel 1.4. Perkembangan Jumlah SHU Anggota Koperasi 2015-2019.....	5
Tabel 2.1. Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko	26
Tabel 2.2. Operasionalisasi Variabel.....	43
Tabel 2.3. Jenjang dan Kriteria Pelaksanaan dan Kepentingan Pelanggan.....	49
Tabel 2.4. Kelas Interval Setiap Indikator.....	50
Tabel 2.5. Kelas Interval Unsur Barang Dagangan	51
Tabel 2.6. Kelas Interval Unsur Promosi	51
Tabel 2.7. Kelas Interval Unsur Kenyamanan.....	52
Tabel 2.8. Kelas Interval Unsur Fasilitas Toko	53
Tabel 2.9. Kelas Interval Unsur Pelayanan Toko	53
Tabel 2.10. Kelas Interval Unsur Atmosfer Toko.....	54
Tabel 2.11. Kelas Interval Unsur Merek	55
Tabel 2.12 Kelas Interval Unsur-Unsur Pembentuk Citra Toko.....	55
Tabel 2.13 Rekapitulasi Hasil Pelaksanaan.....	56
Tabel 2.14. Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring	56
Tabel 2.15. Analisis Kesesuaian Pelaksanaan dan Kepentingan	57
Tabel 3.1. Susunan Pengurus Periode 2019-2021	65
Tabel 3.2. Pelaksana Harian	65
Tabel 3.3. Perkembangan jumlah Anggota 2015-2019.....	79
Tabel 3.4. Sebaran Anggota Berdasarkan Unit Kerja	80

Tabel 3.5. Perkembangan Jumlah Rata-Rata Belanja Anggota.....	83
Tabel 3.6. Perkembangan Permodalan 2018-2019	83
Tabel 3.7 Perkembangan Analisis Rasio Keuangan	85
Tabel 3.7. Perkembangan Jumlah SHU 2015-2019.....	86
Tabel 4.1. Rekapitulasi Pelaksanaan.....	99
Tabel 4.2. Hasil Perhitungan Skoring Pelaksanaan	100
Tabel 4.3. Rata-rata Pelaksanaan Terhadap Unsur Citra Toko.....	101
Tabel 4.4. Rata-rata Pelaksanaan Terhadap Indikator Citra Toko.....	101
Tabel 4.5. Rekapitulasi Kepentingan Anggota.....	107
Tabel 4.6. Hasil Perhitungan Skoring Kepentingan Anggota	108
Tabel 4.7. Rata-rata Kepentingan Anggota Terhadap Unsur Citra Toko.....	109
Tabel 4.8. Rata-rata Kepentingan Anggota Terhadap Indikator Citra Toko ...	109
Tabel 4.9. Kesesuaian Antara Pelaksanaan dan Kepentingan Anggota.....	112
Tabel 4.10. Rekapitulasi Skor dan Median.....	113
Tabel 4.11. Harga Produk.....	118
Tabel 4.12. Rekapitulasi Kebutuhan Anggota.....	120
Tabel 4.13. Pangsa Pasar Dari Responden Bersedia.....	121
Tabel 4.14. Potensi Pasar.....	121

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Diagram Cartesius	58
Gambar 4.1. Peta Lokasi Koperasi Lama dan Baru	94
Gambar 4.2. Lay-out Koperasi Lama	97
Gambar 4.3. Hasil Diagram Cartesius	115



IKOPIN