

HUBUNGAN PROMOSI DAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Unit Waserda KUD Sarwa Mukti Kec.Cisarua Kab. Bandung Barat)

SKRIPSI

Disusun oleh:

EDWAR RINALDI

C1160371

Pembimbing:

Dr. AMI PURNAMAWATI, SE., M.Si.

SITI NURHAYATI, LC., M.A.



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **HUBUNGAN PROMOSI DAN VOLUME
PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Unit Waserda KUD Sarwa Mukti
Kec.Cisarua Kab. Bandung Barat)**

Nama : Edwar Rinaldi

NRP : C1160371


Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Ami Purnamawati, SE., M.Si.



Siti Murhayati, LC., M.A.

Direktur Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc.



MOTTO

“Ubahlah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu”.

- Norman Vincent Peale

“Kita memiliki dua tangan satu untuk menolong orang lain dan satunya untuk menolong diri sendiri”.

- Edwar Rinaldi

RIWAYAT HIDUP

Edwar Rinaldi, penulis dilahirkan di Bogor, Jawa Barat pada tanggal 10 Oktober 1994. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara, putra dari bapak Edi Faisal dan ibu Warti.

Jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2006 lulus dari SD Negeri Cilember 1, kp.Babakan RT 03/ RW 01 Desa Cilember, Kec. Cisarua, Kab. Bogor, Provinsi Jawa Barat.
2. Tahun 2009 lulus dari SMP Negeri 1 Pacet, Jl.Cibodas Parigi, Desa Cibodas, Kec.Pacet, Kab.Cianjur, Provinsi Jawa Barat.
3. Tahun 2012 lulus dari SMA Negeri 1 Pacet, Jl. Hanjavar-Pacet, Desa Sukanagalih, Kec.Pacet, Kab Cianjur, Provinsi Jawa Barat.
4. Tahun 2016 penulis tercatat sebagai mahasiswa pada Institut Koperasi Indonesia, Fakultas Manajemen Jurusan Manajemen Bisnis (Kawasan Pendidikan Tinggi Jatinangor, Jl. Jatinangor KM 20,5 Cibeusi, Sumedang, Kab Sumedang, Jawa Barat.

IKOPIN

ABSTRACT

Edwar Rinaldi (2020). The Relationship sales Promotion and Sales Volume (Case Study at KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab.Bandung Barat) under the guidance of Ami Purnamawati and Siti Nurhayati.

The Cooperative Village Unit (KUD) Sarwa Mukti is a multi purpose cooperative located in the Cisarua region whose business activities are in various economic aspects, such as production,, consumption and services. KUD Sarwa Mukti which was established on March 14, 1974 has four business units : Dairy Cattle Business, Store Business Unit (Waserda), Livestock Food Production Unit (MAKO) and Loan and Saving Unit (USP).

The purpose of this research is to explain the relationship sales promotion and sales volume in the business unit of Waserda KUD Sarwa Mukti. This research uses case study methods and quantitative analisys, using probability sampling techniques that can be called survey tests, so that the population has the same opportunity to be selected into a sample. The sample of the research is 62 people determined by probability sampling. The data is analyzed using the SPSS for windows release program version 25.0 best on the Spearman rank correlation test.

The result shows : (1) The sales promotion in the waserda business unit of KUD Sarwa Mukti had a fair criteria (2) The sales volume in the waserda business unit of KUD Sarwa Mukti also had a fair criteria (3) There was a positive correlation with moderate results on Sales Promotion variable and Sales Volume variable.

Keywords: Promotions, Sales Volume and Cooperatives.

IKOPIN

ABSTRAK

Edwar Rinaldi (2020). Hubungan Promosi dan Volume Penjualan (Studi Kasus pada KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab.Bandung Barat) di bawah bimbingan Ami Purnamawati dan Siti Nurhayati.

Koperasi Unit Desa (KUD) Sarwa Mukti adalah koperasi *multy perpose* yang terletak di daerah Cisarua yang kegiatan usahanya di berbagai segi ekonomi, seperti bidang produksi, konsumsi dan jasa. KUD Sarwa Mukti yang berdiri pada tanggal 14 maret 1974 memiliki 4 unit usaha, diantaranya : Unit Usaha Sapi Perah, Warung Serba Ada (waserda), Unit usaha produksi makanan ternak (MAKO) dan Unit simpan pinjam (USP).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel promosi dengan variabel volume penjualan secara signifikan pada unit usaha Waserda KUD Sarwa Mukti. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *probability sampling* yang bisa disebut studi sampel, sehingga populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Populasi penelitian adalah anggota KUD Sarwa Mukti yang berjumlah 62 orang. Data dianalisis dengan menggunakan program SPSS for windows release versi 25,0. Penelitian ini menggunakan pengujian korelasi rank spearman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Promosi pada unit usaha waserda KUD Sarwa Mukti mendapat hasil cukup baik (2) Volume Penjualan pada unit usaha waserda KUD Sarwa Mukti mendapat hasil cukup baik (3) Adanya hubungan yang positif dengan hasil sedang dari variabel promosi terhadap variabel volume.

Kata Kunci: Promosi, Volume Penjualan dan Koperasi.

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Alhamdulillah puji dan syukur senantiasa dilimpahkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya, karunia dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“HUBUNGAN PROMOSI DAN VOLUME PENJUALAN” (Studi Kasus pada KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab. Bandung Barat).**

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 terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik moril maupun materil.

Yang terkhusus dan selalu yang pertama yaitu Allah SWT yang menjadi sumber kekuatan dan selalu memberikan berkat yang melimpah setiap hari disepanjang hidup penulis. Dalam penulisan ini, penulis mendapat dorongan, bantuan, bimbingan, kasih sayang dan doa yang sangat berarti, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, ayahanda Edi Faisal dan ibunda Warti serta adik-adik Meri Febriliani, Siska Gustiana dan Resti Meilani yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Tidak lupa penulis juga mengucapkan beribu terima kasih kepada orang-orang yang juga membantu penulis dalam memberikan dukungan, bimbingan, dan

berbagai bantuan dalam menyelesaikan pendidikan di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) yang antara lain kepada:

1. Yang Terhormat, Ibu Dr. Ami Purnamawati, SE., M.Si selaku pembimbing pertama saya mengucapkan terimakasih atas bimbingan, memberi semangat dan selalu sabar serta arahannya.
2. Yang Terhormat, Ibu Siti Nurhayati, LC., M.A. selaku pembimbing kedua saya mengucapkan terimakasih atas bimbingan, memberi semangat, dan selalu sabar serta arahannya.
3. Yang Terhormat, Bapak Drs. Wahyudin, M.Ti selaku dosen Penelaah Perkoperasian.
4. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc selaku Penelaah Konsentrasi.
5. Yang Terhormat, Bapak Dr. (HC) Burhanudin Abdullah, Ir., MA selaku Rektor Institut Koperasi Indonesia.
6. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc. selaku Direktur Prodi S1 Manajemen Institut Manajemen Koperasi Indonesia.
7. Seluruh dosen dan karyawan Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).
8. Seluruh Pengurus dan karyawan KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab.Bandung Barat yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di Koperasi tersebut dan memberikan informasi serta data yang dibutuhkan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya.

9. Keluarga Bapak Endrat Moko beserta putrinya Adinda Tri Endrayasin yang telah membantu dan memberikan motivasi pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh sahabat mabar, Andri, Shidiq, Dede, Faris, Eric, Albar, Adam, Bond yang telah memberikan suport.
11. Seluruh teman-teman Manajemen D angkatan 2016 dan seluruh mahasiswa Konsentrasi manajemen bisnis B.
12. Seluruh Mahasiswa angkatan 2016

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 dimasa 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, November 2020

IKOPIN

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1. Maksud Penelitian.....	9
1.3.2. Tujuan penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	10
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.....	22
2.1.3. Pendekatan Promosi.....	25
2.1.4. Pendekatan Volume Penjualan.....	34

2.1.5. Penelitian Terdahulu	38
2.1.6. Kerangka Pemikiran	40
2.2. Hipotesis Penelitian	41
2.3. Metodologi Penelitian.....	42
2.3.1. Metode yang Digunakan.....	42
2.3.2. Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	42
2.3.3. Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	45
2.3.3.1. Sumber Data	45
2.3.3.2. Sampel dan Populasi.....	45
2.3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	48
2.3.5. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	49
2.3.7. Tempat Penelitian	61
2.3.8. Jadwal Waktu Penelitian.....	62
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	63
3.1. Keadaan Umum Organisasi.....	63
3.1.1. Sejarah Terbentuknya Koperasi Unit Desa (KUD) Sarwa Mukti.....	63
3.1.2. Struktur Organisasi KUD “Sarwa Mukti”.....	66
3.2. Keanggotaan.....	73
3.3. Kegiatan Usaha Dan Permodalan KUD “Sarwa Mukti”	75
3.3.1. Kegiatan Usaha KUD “Sarwa Mukti”	75
3.3.2. Keadaan Keuangan KUD “Sarwa Mukti”	80
3.4. Implementasi Jatidiri Koperasi.....	89
3.4.1. Penerapan Definisi Koperasi	89
3.4.2. Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi	90
3.4.3. Penerapan Nilai-Nilai Koperasi	94

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	98
4.1. Identitas Responden	98
4.2. Promosi di Unit Usaha Waserda Pada KUD Sarwa Mukti	100
4.2.1. Memberikan Informasi (Informing).....	100
4.2.2. Membujuk (Persuading)	103
4.2.3. Mengingatnkan (Reminding).....	104
4.2.4. Menambah Nilai (Adding Value)	107
4.2.5. Mendampingi (Assisting)	109
4.3. Volume Penjualan di Unit Usaha Waserda Pada KUD Sarwa Mukti	113
4.3.1. Capaian Volume Penjualan.....	113
4.3.2. Perolehan Laba Tertentu	115
4.3.3. Menunjang pertumbuhan perusahaan	117
4.4. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman	121
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	123
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1. Simpulan.....	125
5.2. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	130

IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Anggota KUD Sarwa Mukti Tahun 2015-2019.....	2
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel Hubungan Promosi dan Volume Penjualan.....	44
Tabel 2.3	Data Anggota KUD Sarwa Mukti Tahun 2015-2019.....	46
Tabel 2.4	Bobot Nilai Setiap Pertanyaan.....	50
Tabel 2.5	Kelas Interval.....	51
Tabel 2.6	Tanggapan Responden Terhadap Masing-masing Indikator Promosi.....	52
Tabel 2.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	53
Tabel 2.8	Kelas Interval.....	53
Tabel 2.9	Tanggapan Responden Terhadap Masing-masing Indikator Volume Penjualan.....	54
Tabel 2.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Volume Penjualan.....	55
Tabel 2.11	Hasil Uji Validitas Item.....	57
Tabel 2.12	Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 2.13	Interpretasi Nilai r.....	60
Tabel 2.14	Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 3. 1	Jumlah karyawan KUD “Sarwa Mukti” Tahun 2019.....	73
Tabel 3.2	Perkembangan Anggota KUD “Sarwa Mukti” 2015-2019.....	75
Tabel 3.3	Perkembangan Unit Usaha Susu Sapi Perah Tahun 2015-2019.....	77
Tabel 3.4	Pekembangan Unit Usaha Warung Serba Ada (WASERDA) Tahun 2015- 2016.....	79

Tabel 3.5	Perkembangan Unit Usaha Simpan Pinjam.....	80
Tabel 3.6	Perkembangan Modal Sendiri KUD “Sarwa Mukti” Tahun 2015-2019.....	81
Tabel 3.7	Perkembangan Modal Asing KUD “Sarwa Mukti” Tahun 2015-2019.....	82
Tabel 3.8	Analisis Struktur Modal <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER).....	83
Tabel 3.9	Likuiditas KUD “Sarwa Mukti” Tahun 2015-2019.....	84
Tabel 3.10	Standar Penilaian Rasio Likuiditas (<i>Current Ratio</i>).....	85
Tabel 3.11	Solvabilitas KUD “Sarwa Mukti” Tahun 2015-2019.....	86
Tabel 3.12	Standar Penilaian Rasio Solvabilitas (<i>Debt to Total Assets Ratio</i>).....	87
Tabel 3.13	Rentabilitas KUD “Sarwa Mukti” tahun 2015-2019.....	88
Tabel 3.14	Standar Penilaian Rasio Rentabilitas (<i>Retruns On Assets</i>).....	88
Tabel 3.15	Penerapan Definisi Koperasi di KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab. Bandung Barat.....	89
Tabel 3.16	Penerapan Prinsip-prinsip Koperasi di KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab. Bandung Barat.....	91
Tabel 3.17	Penerapan Nilai-nilai Koperasi di KUD Sarwa Mukti Kec. Cisarua Kab. Bandung Barat.....	95
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	98
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	99
Tabel 4.3	Klasifikasi Karyawan Berdasarkan Pendidikan Formal.....	99
Tabel 4.4	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Memberikan informasi (<i>Informing</i>).....	101
Tabel 4.5	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Mumbujuk (<i>Persuading</i>).....	103
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Mengingatkan (<i>Reminding</i>).....	105

Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Menambah Nilai (<i>Adding Value</i>).....	107
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan (<i>Assisting</i>).....	110
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden (anggota) Mengenai Promosi.....	111
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Capaian volume penjualan.....	114
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Perolehan laba tertentu.....	116
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Dimensi menunjang pertumbuhan perusahaan.....	118
Tabel 4.13 Rekapitulasi Tanggapan Responden (anggota) Mengenai Volume Penjualan.....	120
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	121



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Volume Penjualan di Unit Usaha Sapi Perah KUD Sarwa Mukti.....	3
Gambar 1.2 Perkembangan Volume Penjualan di Unit Usaha Waserda KUD Sarwa Mukti	4
Gambar 2.1 Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio Ekonomi.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Kurva Kriteria Pengujian Hipotesis Koerlasi Rank Spearman.....	122



IKOPIN