

EVALUASI BAURAN PEMASARAN YANG DITERAPKAN TD MART DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA

(Studi Kasus pada Unit TD Mart KKB Ikopin Kabupaten Sumedang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Galih Angga Kusuma

C1160145

Dosen Pembimbing

Dra. Ucu Nurwati, M.Si



KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA (IKOPIN)

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Usulan Penelitian : Analisis Bauran Pemasaran Yang
Diterapkan TD Mart Untuk
Meningkatkan Partisipasi Anggota
(Studi Kasus Pada Unit TD Mart KKB
Ikopin)

Nama Mahasiswa : Galih Angga Kusuma

Nomor Pokok : C1160145

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



(Dra. Ucu Nurwati, M.Si)



Direktur Program Studi S1 Manajemen

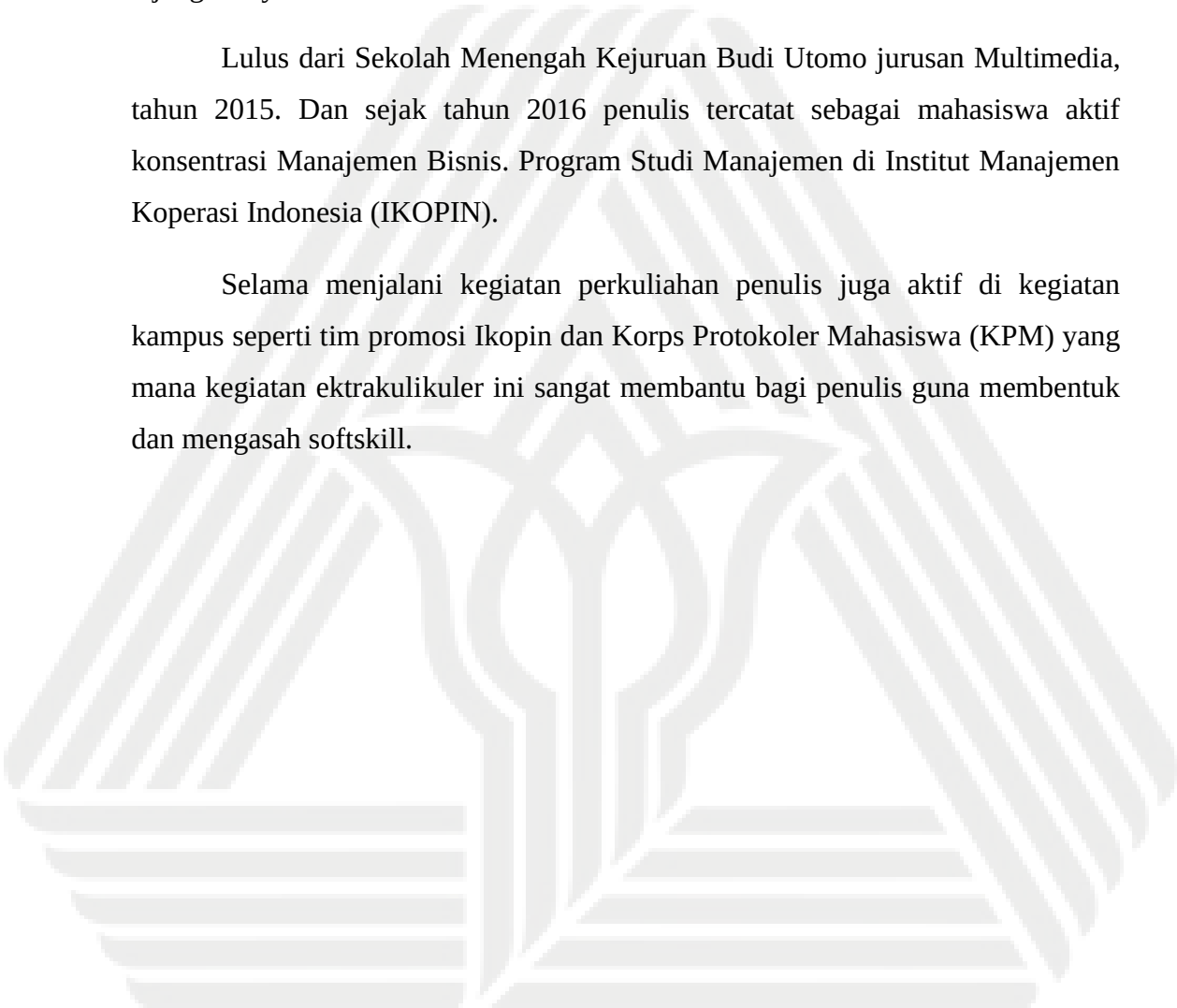
(Dr. H. Giyanto Purbo Suseno, SE., M.Sc)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Galih Angga Kusuma, lahir pada tanggal 1 April 1997 di Bandung, Jawa Barat. Putra ke empat dari lima bersaudara dari keluarga Bapa Ujang Bunyamin dan Ibu Lela Ela.

Lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan Budi Utomo jurusan Multimedia, tahun 2015. Dan sejak tahun 2016 penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif konsentrasi Manajemen Bisnis. Program Studi Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Selama menjalani kegiatan perkuliahan penulis juga aktif di kegiatan kampus seperti tim promosi Ikopin dan Korps Protokoler Mahasiswa (KPM) yang mana kegiatan ekstrakurikuler ini sangat membantu bagi penulis guna membentuk dan mengasah softskill.

A large, light gray watermark of the IKOPIN logo is centered on the page. The logo consists of a stylized geometric emblem above the word "IKOPIN" in a bold, sans-serif font.

IKOPIN

ABSTRACT

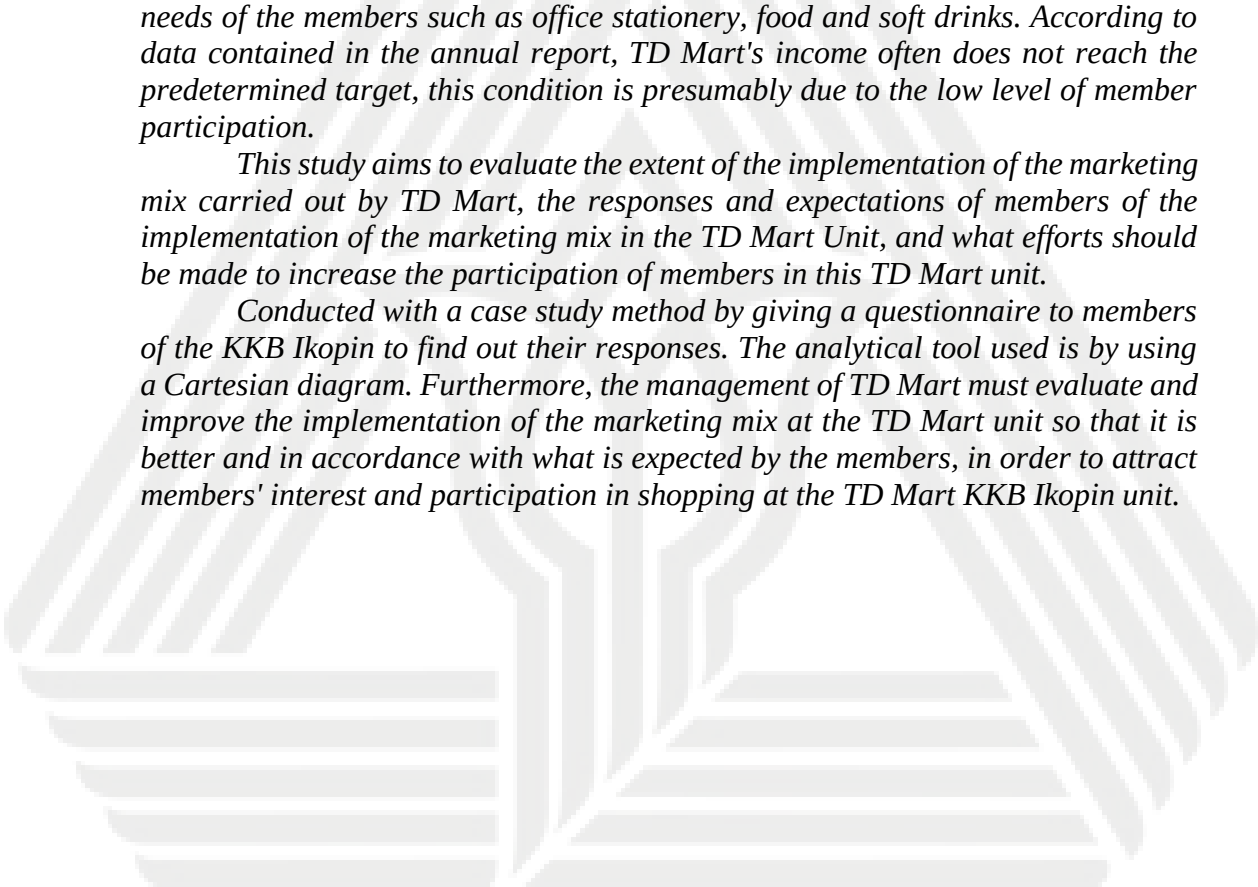
GALIH ANGGA KUSUMA. Evaluation of the Marketing Mix Applied by TD Mart in Increasing Member Participation (Case Study at the Ikopin KKB TD Mart Unit). (Under the guidance of UCU NURWATI)

Large Family Cooperative, Indonesian Cooperative Management Institute, which was abbreviated as KKB Ikopin, was founded on July 1, 1981 with the aim of realizing the welfare of members in particular and society in general. In order to achieve its objectives, the cooperative provides services to members by providing several business units to the cooperative.

One of them is the TD Mart unit, where the TD Mart unit provides all the needs of the members such as office stationery, food and soft drinks. According to data contained in the annual report, TD Mart's income often does not reach the predetermined target, this condition is presumably due to the low level of member participation.

This study aims to evaluate the extent of the implementation of the marketing mix carried out by TD Mart, the responses and expectations of members of the implementation of the marketing mix in the TD Mart Unit, and what efforts should be made to increase the participation of members in this TD Mart unit.

Conducted with a case study method by giving a questionnaire to members of the KKB Ikopin to find out their responses. The analytical tool used is by using a Cartesian diagram. Furthermore, the management of TD Mart must evaluate and improve the implementation of the marketing mix at the TD Mart unit so that it is better and in accordance with what is expected by the members, in order to attract members' interest and participation in shopping at the TD Mart KKB Ikopin unit.



IKOPIN

RINGKASAN

GALIH ANGGA KUSUMA. Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Diterapkan TD Mart Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota (Studi Kasus pada Unit TD Mart KKB Ikopin). (Dibawah bimbingan UCU NURWATI)

Koperasi Keluarga Besar Institut Manajemen Koperasi Indonesia yang di singkat KKB Ikopin di dirikan pada tanggal 1 Juli 1981 bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Untuk dapat mencapai tujuannya koperasi memberikan pelayanan kepada anggota dengan menyediakan beberapa unit usaha pada koperasi.

Salah satunya adalah unit TD Mart, dimana unit TD Mart menyediakan kebutuhan anggota seperti alat tulis kantor, makanan dan minuman ringan. Menurut data yang terdapat dari laporan tahunan pendapatan TD Mart ini sering tidak mencapai target yang sudah ditentukan, kondisi ini diduga karena tingkat partisipasi anggota yang rendah.

Berdasarkan hal tersebut dia atas, studi kasus ini mengarahkan penelitiannya ke arah deskriptif evaluasi bauran pemasaran yang bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh TD Mart, tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada Unit TD Mart, serta upaya-upaya apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota di unit TD Mart.

Dilakukan dengan metode studi kasus dengan memberikan kuesioner pada anggota KKB Ikopin untuk mengetahui tanggapan tersebut. Adapun Alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan diagram kartesius. Selanjutnya, pengurus TD Mart harus mengevaluasi dan perbaiki pelaksanaan bauran pemasaran di unit TD Mart agar lebih baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh anggota, agar mampu menarik minat dan partisipasi anggota dalam berbelanja di TD Mart KKB Ikopin.

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Penyayang, penguasa seluruh alam. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan umatnya, juga penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua yang selalu memberika semangat serta doa, serta kepada bapak Rektor Institut Manajemen Koperasi Indonesia. Alhamdulillah atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan pada program studi strata-1 (S1) di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) dengan judul **“Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Diterapkan TD Mart Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota”**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, kesalahan dan kelemahannya, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Akan tetapi hal ini adalah suatu proses pembelajaran bagi penulis. Sebab kita tidak akan pernah menjadi benar sebelum kita mengalami salah. Oleh karena itu penulis berharap adanya saran dan kritik demi kesempurnaan perbaikan skripsi ini. Sehingga penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan, dukungan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.

2. Ibu Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si, selaku Dosen Penelaah Koperasi dan Bapak Dr. Eka Setiajatnika, SE., M.Si selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang selalu memberi arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno SE., MSc., selaku Direktur Prodi Strata 1 Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia.
4. Seluruh pengurus dan karyawan di Unit TD Mart KKB Ikopin yang telah meluangkan waktunya dan membantu penulis dalam memperoleh data dalam menulis skripsi ini.
5. Teman-teman PPM Nurul Hakim yang selalu memberikan semangat dan doa dalam proses penulisan.
6. Teman-teman Manajemen B dan Manajemen Bisnis A atas semua suportnya dan pertemanan yang menyenangkan selama masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan saudara-saudara semua. Aamin

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jatinangor, 14 Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	iii
ABSTRACT.....	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan.....	9
1.3.1. Maksud Penelitian.....	9
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis	10
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Tempat Penelitian.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	12
2.1. Pendekatan Masalah.....	12
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	12
2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis.....	26
2.1.3. Pendekatan Bauran Pemasaran.....	34
2.2. Metode Penelitian.....	41
2.2.1. Metode Penelitian Yang Digunakan	41
2.2.2. Data Yang Diperlukan.....	42
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menemukannya	45
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data	46
2.2.5. Rancangan Analisis Data	48
2.2.6. Jadwal Waktu Penelitian	52
BAB III KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	53
3.1 Keadaan Umum Koperasi Keluarga Besar Ikopin	53

3.1.1. Sejarah Terbentuknya KKB Ikopin.....	53
3.1.2. Struktur organisasi KKB Ikopin.....	55
3.1.3. Kegiatan Usaha	60
3.1.4. Keadaan Permodalan dan Keuangan.....	62
3.2 Implemtasi Jatidiri Koperasi	68
3.2.1. Implementasi Definisi KKB Ikopin	68
3.2.2. Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	70
3.2.3. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Implementasi Bauran Pemasaran Yang Diterapkan Unti TD Mart.....	73
4.1.1 Produk	73
4.1.2 Harga.....	73
4.1.3 Tempat.....	74
4.1.4 Promosi	74
4.2 Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Implementasi Bauran Pemasaran TD Mart.....	75
4.2.1 Tanggapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran TD Mart	75
4.2.2 Harapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran Yang Diterapkan TD Mart	80
4.2.3 Rekapitulasi Skor dan Perhitungan Median	87
4.3 Upaya Yang Harus Dilakukan TD Mart untuk meningkatkan Partisipasi Anggota	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Omzet TD Mart KKB Ikopin	7
Gambar 2.1 Peranan Timbal Balik Antar Dimensi-Dimensi Koperasi	21
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Koperasi Keluarga Besar (KKB) Ikopin	55
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Hubungan Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran pada Unit TD Mart	87



IKOPIN

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Komposisi Jumlah Anggota KKB Ikopin	7
Table 1.2 Data Perkembangan Jumlah Anggota dan Partisipasi Anggota.....	7
Table 2.1 Operasionalisasi Variabel	43
Table 3.1 Perkembangan Modal Sendiri dan Modal Pinjaman KKB Ikopin.....	63
Table 3.3 Standar Penilaian Rasio Likuiditas	64
Table 3.4 Perhitungan Rasio Likuiditas KKB Ikopin	64
Table 3.5 Standar Penilaian Rasio Solvabilitas.....	65
Table 3.6 Perkembangan Solvabilitas KKB Ikopin	65
Table 3.7 Perkembangan Rentabilitas KKB Ikopin.....	66
Table 3.8 Implementasi Definisi Koperasi di KKB Ikopin.....	68
Table 3.9 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi di KKB Ikopin	68
Table 3.10 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Pada KKB Ikopin.....	69
Table 4.1 Tanggapan Anggota Terhadap Ketersediaan Produk TD Mart.....	74
Table 4.2 Tanggapan Anggota Terhadap Keragaman Produk TD Mart	74
Table 4.3 Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Produk TD Mart	75
Table 4.4 Tanggapan Anggota Terhadap Harga Dibanding Pesaing.....	75
Table 4.5 Tanggapan Anggota Terhadap Tidak Adanya Perbedaan Harga Anggota Dan Non Anggota.....	76
Table 4.6 Tanggapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk	76
Table 4.7 Tanggapan Anggota Terhadap Kebersihan Tempat.....	77
Table 4.8 Tanggapan Anggota Terhadap Area Parkir.....	77
Table 4.9 Tanggapan Anggota Terhadap Lokasi TD Mart	77
Table 4.10 Tanggapan Anggota Terhadap Potongan Harga	78
Table 4.11 Tanggapan Anggota Terhadap Media Promosi TD Mart	79
Tabel 4.12 Harapan Anggota Terhadap Keberagaman Produk TD Mart.....	79
Tabel 4.13 Harapan Anggota Terhadap Ketersediaan Produk TD Mart.....	80
Tabel 4.14 Harapan Anggota Terhadap Kualitas Produk TD Mart.....	80
Tabel 4.15 Harapan Anggota Terhadap Harga Dibanding Pesaing.....	81

Tabel 4.16 Harapan Anggota Terhadap Tidak Adanya Perbedaan Harga Anggota Dan Non Anggota.....	81
Tabel 4.17 Harapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk.....	82
Tabel 4.18 Harapan Anggota Terhadap Kebersihan Tempat.....	82
Tabel 4.19 Harapan Anggota Terhadap Area Parkir.....	82
Tabel 4.20 Harapan Anggota Terhadap Lokasi TD Mart.....	83
Tabel 4.21 Harapan Anggota Terhadap Potongan Harga.....	83
Tabel 4.22 Harapan Anggota Terhadap Media Promosi TD Mart.....	84
Tabel 4.23 Kesesuaian Antara Tanggapan Dan Harapan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran Pada Unit TD Mart	85



IKOPIN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Panduan Wawancara.....	101
Lampiran 3 Dokumentasi Tempat.....	102



IKOPIN