

**HUBUNGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP* MANAJEMEN TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan LEN Bandung)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

RAHMI TRIYANA

C1160336

Dosen Pembimbing

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



IKOPIN

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

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **HUBUNGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAJEMEN TERHADAP KEPUASAN
ANGGOTA
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Toko Koperasi
Karyawan LEN Bandung)**

Nama Mahasiswa : RAHMI TRIYANA

Nomor Pokok : C1160336

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing,



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



Direktur Prodi S1 Manajemen,



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

RIWAYAT HIDUP

Rahmi Triyana (C1160336) dilahirkan pada tanggal 28 April 1998 di Kota Cirebon, Jawa Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan Ruchaidin dan Rina Ekastuti. Berikut pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2010 lulus dari SD Negeri Kalijaga Permai Cirebon, Jawa Barat;
2. Tahun 2013 lulus dari SMP Negeri 7 Cirebon, Jawa Barat;
3. Tahun 2016 lulus dari SMA Negeri 3 Cirebon, Jawa Barat;

Pada tahun 2016 penulis mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama di IKOPIN penulis mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya:

1. Anggota Entrepreneur Business Center (EBC) IKOPIN pada periode 2017-2018 sebagai Divisi Public Relation;
2. Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) IKOPIN pada periode 2017-2018 sebagai Departemen Sosial Politik;
3. Anggota Entrepreneur Business Center (EBC) IKOPIN pada periode 2019-2020 sebagai Wakil Ketua.
4. Anggota GenBI IKOPIN pada periode 2019-2020 sebagai Divisi Pendidikan.

ABSTRACT

Rahmi Triyana (2020), *The Correlation of Customer Relationship Management to Member Satisfaction (A Case Study of LEN Employee Cooperation Shop Unit)*, under the guidance of **Gijanto Purbo Suseno.**

The research tries to find out how big the influence of Customer Relationship Management to member satisfaction at LEN Employee Cooperation Shop Unit. Case phenomenon in this research is that the member satisfaction has not been fulfilled according to member expectation because implementation of Customer Relationship Management has not been optimal. The Customer Relationship Management divided into three main elements that are key to the successful of CRM implementation, those are people, process, and technology. According to Smith and Chang (2010, p.260) to use four indicators in measuring member satisfaction, that are product quality, service quality, product innovation and company image. For the purpose of increasing member satisfaction.

The population in this research is member of LEN Employee Cooperation. Sampling technique is using non probability method. The sample size of this research is 42 persons by using Slovin formula. Method of data collection is by distributing questionnaires. Data analysis that used is Spearman Rank Test along with SPSS 23. For the conclusion, Customer Relationship Management and member satisfaction has moderate relationship value about 0.517 by positive significant score about 0,000. So, if there is an increase in Customer Relationship Management at Shop Unit it also goes to member satisfaction.

Keywords: *customer relationship management, member satisfaction*

RINGKASAN

Rahmi Triyana (2020), Hubungan *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan anggota (Studi kasus pada unit toko Koperasi Karyawan LEN), di bawah bimbingan **Gijanto Purbo Suseno**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan anggota pada unit toko Koperasi karyawan LEN. Fenomena masalah dalam penelitian ini adalah belum terpenuhinya kepuasan anggota sesuai dengan harapan anggota karena penerapan unsur *Customer Relationship Management* yang belum optimal. *Customer Relationship Management* dalam hal ini terbagi menjadi tiga elemen utama kunci keberhasilan dari *Customer Relationship Management* yaitu, *people, process, and technology*. Menurut *Smith and Chang (2010, p.260)* untuk menggunakan empat indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: Kualitas produk, Kualitas layanan, Inovasi produk, Citra perusahaan. Tujuannya agar koperasi dapat meningkatkan kepuasan anggota.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi karyawan LEN. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability*. Ukuran sampel penelitian berjumlah 42 orang dengan menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan dengan Uji Rank Spearman dengan menggunakan SPSS 23. Kesimpulannya, *Customer Relationship Management* dan kepuasan anggota memiliki nilai hubungan yang sedang sebesar 0,517 dengan nilai signifikansi yang positif sebesar 0,000. Jadi jika terjadi peningkatan pada *Customer Relationship Management* pada unit toko maka kepuasan anggota Koperasi Karyawan LEN juga akan meningkat.

Kata Kunci : *customer relationship management, kepuasan anggota*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke khadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan judul **“Hubungan *Customer Relationship Manajemen Terhadap Kepuasan Anggota*”**. Solawat serta salam tercurah limpahkan atas Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir jaman. Skripsi ini didedikasikan untuk kedua orang tua penulis, Ibu Rina dan Bapak Ruchaidin serta keluarga tercinta yang selalu mendukung secara moral, mental, materil dan doa yang tak pernah henti kepada penulis.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Konsentrasi Manajemen Pemasaran Program Studi Strata (S1) Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat disusun tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Allah SWT, selain itu penulis juga selalu mendapatkan doa, bimbingan, motivasi, serta dukungan dari banyak pihak karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Dr. (HC) Ir. Burhanuddin Abdullah, MA selaku Rektor Intitut Koperasi Indonesia;
2. Yang saya hormati, Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Yang saya hormati, Ir. H. Dedi Nurpadi, MP selaku dosen penelaah konsentrasi pemasaran yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
4. Yang saya hormati, H. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc selaku dosen penelaah koperasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Yang saya hormati, seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen IKOPIN yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis;
6. Sahabat seperjuangan Rachma Pety, Anggita Setyaningtyas, Isti Fauzi, Nurtika Rahmawati, Desi Lusiana, Syarifah Salsabila, Dian Islami, Neng Anggie terimakasih atas segala suka dan duka dan selalu mendukung, mendoakan dan menyemangati penulis;
7. Sahabat-sahabat jauh yang tetap mendekap erat Khanza Khaliza dan Nurfauzi Ayu;
8. Kakak yang selalu memberi nasihat dan masukan yang bernilai Widdy Rizyaldi, Lukman Hakim, Fifit Nupus, Abdul Jaman, dan Kamaludin;

9. Teman-teman wadah pengembangan diri Entrepreneur Business Center (EBC), Badan Eksekutif Mahasiswa dan GebBI IKOPIN yang telah memberikan pengalaman yang berharga;
10. Keluarga besar Mahasiswa IKOPIN, khususnya Manajemen F dan Manajemen Pemasaran serta seluruh mahasiswa angkatan 2016 terimakasih atas dukungan dan bantuannya.

Selama penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya penelitian selanjutnya sebagai penyempurnaan dari skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi penulis dan segenap pembaca.

Jatinangor, Oktober 2020

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
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	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1. 4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan	9
1.4.2 Aspek Guna Laksana.....	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH	11
2.1 Pendekatan Perkoperasian	11
2.1.1. Jatidiri Koperasi	13
2.1.2. Definisi Koperasi	13
2.1.3. Nilai Koperasi	14

2.1.4.	Prinsip Koperasi	15
2.1.5.	Ciri-ciri Koperasi	15
2.1.6.	Bentuk dan Jenis Koperasi	16
2.2	Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	19
2.3	Pendekatan Customer Relationship Manajemen	21
2.4	Pendekatan Kepuasan Pelanggan	23
2.5	Pendekatan Hubungan Customer Relationship Management dan Kepuasan Pelanggan.....	26
2.6	Metode Penelitian.....	27
2.6.1.	Metode Penelitian Yang Digunakan	27
2.6.2.	Operasionalisasi Variabel.....	27
2.6.3.	Data yang Diperlukan	31
2.6.4.	Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	32
2.6.5.	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
2.6.6.	Teknik Pengumpulan data.....	34
2.6.7.	Analisis Data	34
2.6.8.	Tempat Penelitian.....	42
2.6.9.	Jadwal Waktu Penelitian	42
BAB III	KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	43
3. 1.	Keadaan Organisasi dan Manajemen Koperasi Karyawan LEN	43
3.1.1	Sejarah Berdirinya Koperasi Karyawan LEN	43
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi Karyawan LEN	45
3.1.3	Keadaan Keanggotaan.....	56
3.1.4	Kegiatan Usaha	58
3.1.5	Keadaan Keuangan Koperasi	61
3. 2.	Keadaan Umum Wilayah Kerja Koperasi Karyawan LEN	70

3.2.1	Keadaan Fisik dan Geografis	70
3.2.2	Karakteristik Wilayah Jangkauan	71
3. 3.	Implementasi Jati diri Koperasi Karyawan LEN.....	71
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78
4. 1.	Customer Relationship Manajemen.....	78
4. 2.	Tanggapan Anggota Mengenai Customer Relationship Manajemen	80
4. 3.	Tanggapan Anggota Mengenai Kepuasan Anggota	89
4. 4.	Hubungan Customer Relationship Management dan Kepuasan Anggota pada Koperasi Karyawan LEN	96
4. 5.	Upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan anggota Koperasi Karyawan LEN agar sesuai dengan harapan anggota	99
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	101
5. 1.	Simpulan	101
5. 2.	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA		xiii

IKOPIN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Hal
Tabel 1. 1.	Perbandingan Pendapatan Unit Usaha Koperasi Karyawan LEN	3
Tabel 1. 2.	Transaksi Penjualan Unit Toko Koperasi Karyawan LEN	5
Tabel 2. 1.	Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 2. 2.	Kelas Interval	36
Tabel 2. 3.	Kuesioner <i>Customer Relationship Manajemen pada unit toko Koperasi Karyawan LEN</i>	36
Tabel 3. 1.	Jumlah Karyawan Tiap Unit Koperasi Karyawan LEN	56
Tabel 3. 2.	Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Karyawan Tahun LEN 2014-2018	56
Tabel 3. 3.	Perkembangan Pendapatan Unit Pelayanan Bisnis Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	59
Tabel 3. 4.	Perkembangan Pendapatan Unit Toko Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	60
Tabel 3. 5.	Perkembangan Pendapatan Unit Simpan Pinjam Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	60
Tabel 3. 6.	Kondisi Permodalan Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	63
Tabel 3. 7.	Perkembangan Jumlah Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018.....	63
Tabel 3. 8.	Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Karyawan LEN	65
Tabel 3. 9.	Pedoman Penilaian Likuiditas	66
Tabel 3. 10.	Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Karyawan LEN.....	67
Tabel 3. 11.	Pedoman Penilaian Solvabilitas.....	67
Tabel 3. 12.	Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Karyawan LEN	69

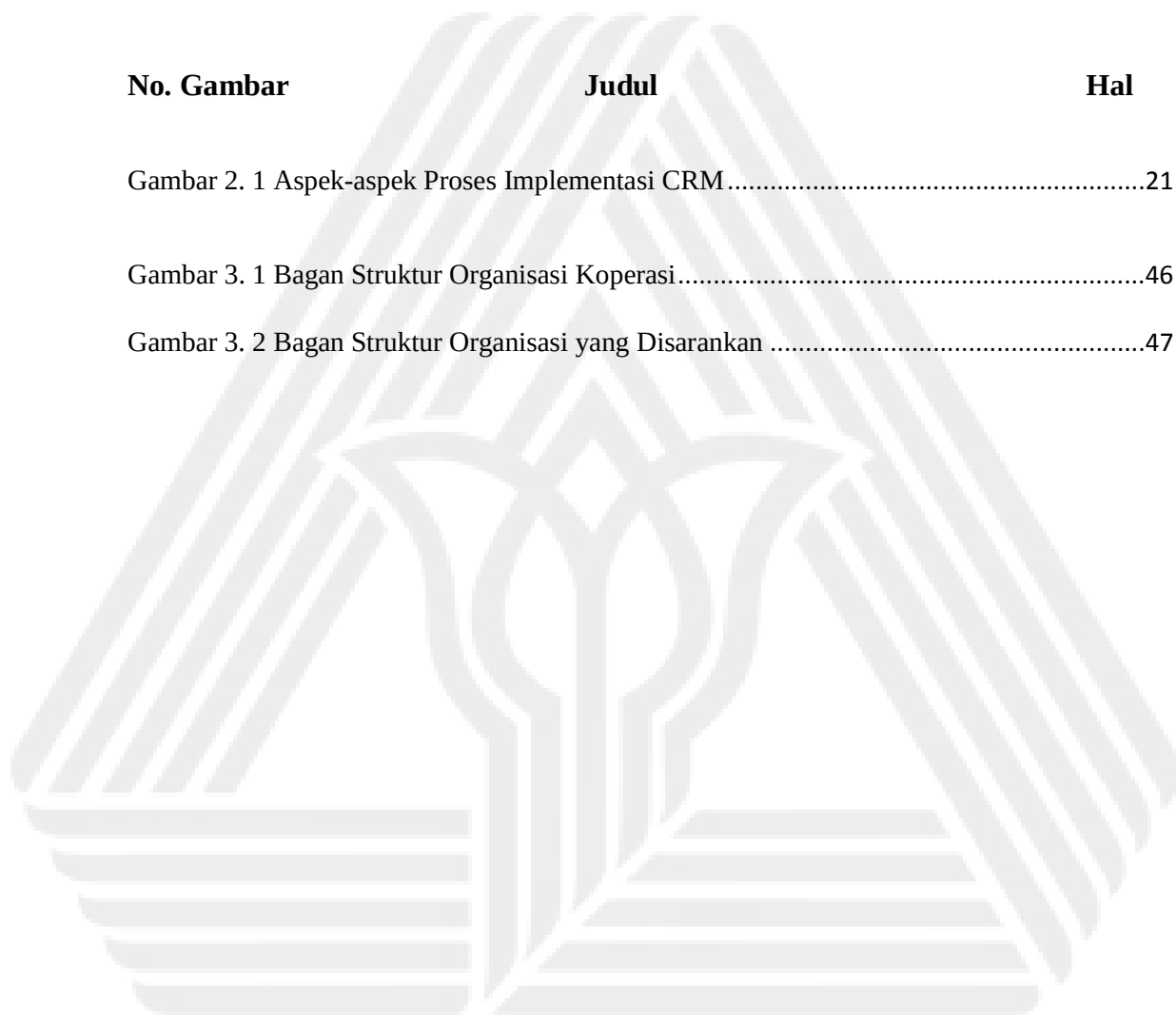
Tabel 3. 13. Pedoman Penilaian Rentabilitas	70
Tabel 3. 14. Implementasi Definisi Koperasi Karyawan LEN	72
Tabel 3. 15. Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi Karyawan LEN.....	73
Tabel 3. 16. Implementasi Nilai-nilai Koperasi Karyawan LEN	75
Tabel 4. 1. Tanggapan Responden mengenai Pelayanan yang diberikan karyawan Koperasi Karyawan LEN	80
Tabel 4. 2. Tanggapan Responden mengenai Kepekaan Koperasi Karyawan LEN terhadap kebutuhan anggota	81
Tabel 4. 3. Tanggapan Responden mengenai Kedekatan karyawan Koperasi Karyawan LEN kepada anggota	81
Tabel 4. 4. Tanggapan Responden mengenai Pemahaman Koperasi Karyawan LEN melakukan Segmentasi terhadap pelanggannya.....	82
Tabel 4. 5. Tanggapan Responden mengenai Pemahaman Koperasi Karyawan LEN mengenal kebutuhan pelanggan	83
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden mengenai Intensitas hubungan Koperasi Karyawan LEN dan pelanggan	84
Tabel 4. 7. Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian kebutuhan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan Koperasi Karyawan LEN	84
Tabel 4. 8. Tanggapan Responden mengenai Penggunaan media sosial untuk kemudahan pelayanan pada pelanggan Koperasi Karyawan LEN	84
Tabel 4. 9. Tanggapan Responden mengenai Pemahaman karyawan Koperasi LEN dalam menggunakan teknologi.....	86
Tabel 4. 10. Tanggapan Responden mengenai Penggunaan program database/pencatatan transaksi untuk kegiatan penjualan Koperasi Karyawan LEN	86
Tabel 4. 11. Rekapitulasi Variabel <i>Customer Relationship Manajemen (X)</i>	86

Tabel 4. 12. Tanggapan Responden mengenai Pelanggan puas dengan fasilitas toko	
Koperasi Karyawan LEN	89
Tabel 4. 13. Tanggapan Responden mengenai Pelanggan merasa puas dengan kesesuaian	
produk pada Koperasi Karyawan LEN	90
Tabel 4. 14. Tanggapan Responden mengenai Pelanggan merasa puas dengan kesopanan	
dari para karyawan Koperasi Karyawan LEN	90
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan merasa puas dengan keramahan	
dari para karyawan Koperasi Karyawan LEN	91
Tabel 4. 16. Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan merasa puas dengan adanya	
personal trainer Koperasi Karyawan LEN	91
Tabel 4. 17. Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan merasa puas dengan	
penanganan keluhan/komplain yang tersedia pada Koperasi Karyawan LEN....	92
Tabel 4. 18. Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan merasa puas dengan inovasi	
yang dilakukan Koperasi Karyawan LEN	93
Tabel 4. 19. Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan merasa puas/bangga menjadi	
anggota Koperasi Karyawan LEN	93
Tabel 4. 20. Rekapitulasi Variabel Kepuasan Anggota (Y).....	94

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Hal
Gambar 2. 1	Aspek-aspek Proses Implementasi CRM.....	21
Gambar 3. 1	Bagan Struktur Organisasi Koperasi.....	46
Gambar 3. 2	Bagan Struktur Organisasi yang Disarankan	47



IKOPIN