

**PERAN DIGITALISASI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
PARTISIPASI ANGGOTA**

(Studi Kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi  
Universitas Pendidikan Indonesia Bandung)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen

Disusun Oleh :

**Putri Vanissa**

**C1170289**

Dosen Pembimbing :

**Dra. Ucu Nurwati, SE., M.Si.**



**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Peran Digitalisasi Promosi Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota  
(Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Burai Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia)

**Nama Mahasiswa** : Putri Vanissa

**NRP** : C1170289

**Program Studi** : S-1 Manajemen

**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan,


Dosen Pembimbing 1,



Dra. Ucu Nurwati, SE., M.Si.

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



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

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Putri Vanessa, dilahirkan di Bandung pada tanggal 01 Mei 1999, anak ke satu dari tiga bersaudara pasangan Pipit Indriati dan Guntur, yang saat ini menetap di Cileunyi Kabupaten Bandung Jawa Barat. Pendidikan yang telah ditempuh adalah :

1. Lulus dari MI Cibeusi, Jatinangor Kabupaten Sumedang pada tahun 2012
2. Lulus dari SMPN 1 Jatinangor, Hergarmanah Jatinangor Kabupaten Sumedang pada tahun 2014
3. Lulus dari SMK Bakti Nusantara 666, Cileunyi Kabupaten Bandung pada tahun 2017

Pada tahun 2017 tercatat sebagai Mahasiswa Institut Koperasi Indonesia, dengan Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama menempuh pendidikan di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) penulis mengikuti beberapa organisasi kampus diantaranya:

1. Pecinta Alam (PAL) 2017
2. Ikopin Badminton Club (IBC) 2019-2020

## ABSTRACT

*Putri Vanissa, The Role of Digitalization Promotion In Increasing Member Participation in The Case Study Trade Unit at the Student Cooperative of Pendidikan University of Indonesia Bandung. Under the guidance of Mrs. Dra. Ucu Nurwati SE., M.Si.*

*This research is backgrounded by Bumi Siliwangi Student Cooperative UPI Bandung and to know the digitalization of promotion in increasing member participation is indispensable and well done by cooperatives. Bumi Siliwangi Student Cooperative Universitas Pendidikan Indonesia Bandung which has 2516 members consisting of UPI Bandung Students, from this study researchers took samples of 125 research members using case study techniques (case studies) which is a descriptive method with cartesius scale to understand direct observations on what is studied and solve problems that have been identified in the approach of the problem objectives to member participation.*

*The purpose of this research is to know the digitalization of promotions conducted by Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung in the trading unit, to know the level of implementation of digitalization responses and also the expectations of cooperative members, to know what efforts should be made by cooperatives in improving member participation.*

*From the results of this study obtained there is more or less participation that must be improved again, and the advice for the Student Cooperative Bumi Siliwangi UPI Bandung is better for the future. And some pretty good participation from implementation in the trading unit, from product settings that may not be complete enough, and have not met the needs of members.*

## RINGKASAN

Putri Vanissa, Peran Digitalisasi Promosi Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota Pada Unit Perdagangan Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Dibawah bimbingan Ibu Dra. Ucu Nurwati SE., M.Si.

Penelitian ini di latar belakang oleh Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI Bandung dan untuk mengetahui Digitalisasi promosi dalam meningkatkan partisipasi anggota sangat diperlukan dan dilakukan dengan baik oleh koperasi. Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia Bandung yang memiliki anggota sebanyak 2516 orang yang terdiri dari Mahasiswa/i UPI Bandung, dari penelitian ini peneliti mengambil sampel 125 orang anggota peneliti menggunakan teknik case study (studi kasus) yaitu suatu metode deskriptif dengan skala cartesius untuk memahami pengamatan langsung pada apa yang diteliti dan menyelesaikan masalah yang sudah di identifikasi dalam pendekatan masalah tujuan terhadap partisipasi anggota.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui digitalisasi promosi yang dilakukan oleh Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung pada unit perdagangan, untuk mengetahui tingkat pelaksanaan digitalisasi tanggapan dan juga harapan anggota koperasi, untuk mengetahui upaya apa saja yang harus dilakukan oleh koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota.

Dari hasil penelitian ini yang didapat ada kurang lebih partisipasi yang harus di tingkatkan lagi, dan sarannya untuk Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI Bandung lebih baik lagi untuk kedepannya. Dan beberapa partisipasi yang cukup baik dari implementasi di unit perdagangan, dari tataan produk yang mungkin belum cukup lengkap, dan belum memenuhi kebutuhan anggota.

IKOPIN

## **KATA PENGANTAR**

**Bismillahirrohmannirrahim**

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Allhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Digitalisasi Promosi Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota” Studi Kasus Unit Perdagangan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI Bandung Jl Dr. Setiabudhi Isola Kec. Sukasari Kota Bandung, Jawa Barat.

Penulis skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Penulis sangat menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Yang terhormat Bapak Dr. Ir Burhanuddin Abdullah, MA selaku rektor Institut Koperasi Indonesia.
2. Yang terhormat Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, M.Sc selaku direktur Program Studi Manajemen Strata 1 (S1) Institut Koperasi Indonesia.
3. Yang terhormat Ibu Dra. Ucu Nurwati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan, bimbingan, ilmu dan juga motivasi dalam penelitian ini.
4. Yang terhormat Ibu Dr. Rima Elya Dasuki, SE., M.Sc selaku dosen penelaah/penguji koperasi, dan Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku

penelaah/penguji konsentrasi yang telah memberikan banyak saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh staf dosen pengajar khususnya jurusan Manajemen Pemasaran yang telah membagikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan di IKOPIN.
6. Orang tua tercinta Ibu Hj. Pipit Indriati dan Bapak H. Guntur untuk setiap do'a dan dukungan baik moril maupun materil yang sangat berharga, kasih sayang dan motivasi terbesar semangat serta yang diberikan menjadi pendorong kekuatan bagi penulis.
7. Adik-adik tersayang dan segenap seluruh keluarga yang sudah memberikan do'a, dukungan dan juga semangat bagi penulis.
8. Semua teman kelas Manajemen F dan kelas jurusan Manajemen Pemasaran yang sudah memberikan dukungan serta do'a bagi penulis.
9. Semua pengurus dan anggota Kopma BS UPI Bandung atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan kepada penulis demi kelancaran penelitian.
10. Teman-teman yang sudah menjadi penyemangat dan membantu bagi penulis terimakasih sudah membantu dalam penulisan skripsi ini meta, elisabeth, yohana, oliv yang selalu membantu dan menemani sampai larut malam.
11. Kaka tingkat tersayang yang sudah membantu banyak ku ucapkan terimakasih terutama untuk Teh Rinda yang sudah banyak membantu disetiap malam, Ka Hakim, Teh Anggi, ka moyo ku ucapkan banyak terimakasih.

12. Terimakasih kepada sepupu teh cecen, geren, ilhami yang sudah menyemangati dan membabntu, dan mendo'akan.
13. Teman-teman seperjuangan dari Prodi S1 Manajemen.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam persiapan hingga terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih  
Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Dan semoga Allah SWT membalas semua kebagiakan saudara/i semua.

**Wassalamualaikum Wr.Wb.**

**Jatinangor, Oktober 2021**

**Putri Vanissa**

**IKOPIN**



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>RINGKASAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Identifikasi Masalah .....	10
1.3    Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.3.1    Maksud Penelitian.....	10
1.3.2    Tujuan Penelitian .....	11
1.4    Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1    Kegunaan Bagi Aspek Pengembangan Ilmu.....	11
1.4.2    Kegunaan Bagi Aspek Guna Laksana .....	12
<b>BAB II PENDEKATAN MASALAH</b> .....	13
2.1    Pendekatan Masalah .....	13
2.1.1    Pendekatan Perkoperasian.....	13
2.1.1.1    Pengertian Koperasi .....	13

2.1.1.2	Konsep Jati Diri Koperasi .....	14
2.1.1.3	Prinsip-Prinsip Koperasi .....	15
2.1.1.4	Nilai-Nilai Koperasi.....	18
2.1.1.5	Tujuan Koperasi .....	20
2.1.1.6	Peran dan Fungsi Koperasi .....	21
2.1.1.7	Bentuk Koperasi.....	23
2.1.1.8	Perangkat Organisasi .....	24
2.1.1.9	Jenis Koperasi.....	26
2.1.2	Pendekatan Pemasaran .....	27
2.1.2.1	Definisi Pemasaran .....	27
2.1.2.2	Pendekatan Bauran Pemasaran.....	28
2.1.3	Pendekatan Bauran Promosi .....	30
2.1.4	Pengertian Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	34
2.1.6	Pemasaran Langsung (Direct Marketing).....	37
2.1.7	Pendekatan Penjualan .....	38
2.1.8	Promosi Penjualan .....	39
2.1.9	Pendekatan Digital Marketing (Pemasaran Digital).....	39
2.1.10	Partisipasi Anggota .....	40
2.2.	Metode Penelitian .....	43
2.2.1	Metode Penelitian yang digunakan .....	43
2.2.2	Data Yang Diperlukan.....	44
2.2.3	Populasi dan Sample Penelitian.....	46
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47

2.2.5	Rancangan Analisis Data .....	48
2.2.6	Tempat Penelitian .....	52
2.2.7	Jadwal Penelitian.....	52
<b>BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>		<b>53</b>
3.1	Keadaan Umum Organisasi.....	53
3.1.1	Sejarah Berdirinya Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi.....	53
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi .....	55
3.3	Kegiatan Usaha Dan Permodalan Koperasi .....	59
3.3.1	Kegiatan Usaha Bumi Siliwangi UPI .....	59
3.3.2	Unit Usaha BS-Cell .....	60
3.3.3	Unit Usaha BS-Canteen.....	61
3.3.4	Keadaan Keuangan Koperasi.....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>67</b>
4.1	Identitas Responden.....	67
4.2	Pelaksanaan Kebijakan Digitalisasi Pada Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung .....	70
4.3	Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Digitalisasi Promosi.....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>101</b>
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

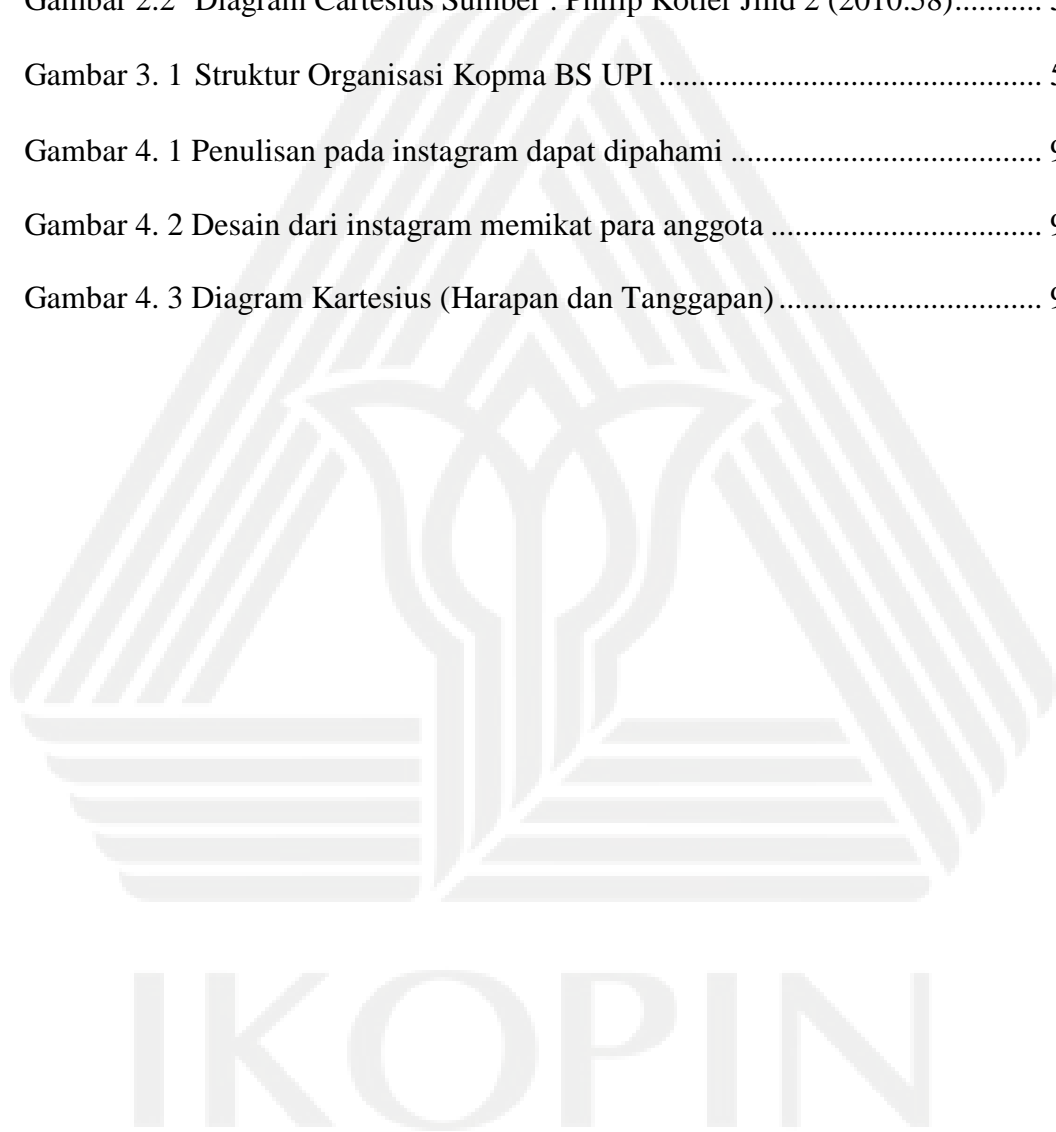
Tabel 1. 1	Perkembangan Partisipasi Anggota Kopma BS UPI Bandung .....	6
Tabel 1. 2	Perkembangan Partisipasi Anggota Dalam Melakukan Transaksi Kopma BS UPI Bandung .....	8
Tabel 2. 1	Operasional Variabel.....	45
Tabel 2. 2	Kriteria Tanggapan Anggota .....	48
Tabel 2. 3	Kelas Interval .....	49
Tabel 2. 4	Akumulasi Data Hasil Penelitian .....	50
Tabel 3. 1	Pendapatan dan Partisipasi Unit Usaha BS-Cell .....	61
Tabel 3. 2	Pendapatan dan Partisipasi Unit Usaha BS-Canteen.....	62
Tabel 3. 3	Perkembangan Modal Sendiri Kopma Bumi Siliwangi UPI.....	63
Tabel 3. 4	Likuiditas Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung.....	64
Tabel 3. 5	Solvabilitas Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung .....	65
Tabel 3. 6	Rentabilitas Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung.....	65
Tabel 3. 7	Alokasi SHU Kopma Bumi Siliwangi UPI.....	66
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung .....	67
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Fakultas.....	68
Tabel 4. 4	Responden Berdasarkan Semester .....	69
Tabel 4. 5	Responden Berdasarkan Digitalisasi Yang Digunakan.....	69
Tabel 4. 6	Tanggapan Penulisan pada instagram dapat dipahami.....	73
Tabel 4. 7	Harapan Penulisan pada instagram dapat dipahami .....	74

Tabel 4. 8	Tanggapan desain dari instagram memikat para anggota .....	74
Tabel 4. 9	Harapan Desain dari instagram memikat para anggota.....	75
Tabel 4. 10	Tanggapan Selalu memberi informasi yang terkini .....	76
Tabel 4. 11	Harapan Selalu memberi informasi yang terkini.....	77
Tabel 4. 12	Tanggapan Admin yang cepat tanggap dalam merespon .....	77
Tabel 4. 13	Harapan Admin yang cepat tanggap dalam merespon .....	78
Tabel 4. 14	Tanggapan Sabar dalam menanggapi anggota .....	79
Tabel 4. 15	Harapan Sabar dalam menanggapi anggota .....	80
Tabel 4. 16	Tanggapan Unit perdagangan selalu menyampaikan informasi melalui instagram .....	80
Tabel 4. 17	Harapan Unit perdagangan selalu menyampaikan informasi melalui instagram .....	81
Tabel 4. 18	Tanggapan Mahasiswa yang berjualan terlibat dalam informasi yang disampaikan instagram.....	82
Tabel 4. 19	Harapan Mahasiswa yang berjualan terlibat dalam informasi yang disampaikan instagram.....	83
Tabel 4. 20	Tanggapan Anggota bisa menyampaikan pendapat pada unit perdagangan melalui instagram.....	84

Tabel 4. 21 Harapan Anggota bisa menyampaikan pendapat pada unit perdagangan melalui instagram.....	85
Tabel 4. 22 Tanggapan Instagram wadah untuk saran pada unit perdagangan .....	86
Tabel 4. 23 Harapan Instagram wadah untuk saran pada unit perdagangan .....	87
Tabel 4. 24 Tanggapan Berbelanja pada unit perdagangan Kopma BS UPI .....	88
Tabel 4. 25 Harapan Berbelanja pada unit perdagangan Kopma BS UPI.....	89
Tabel 4. 26 Tanggapan Transaksi anggota .....	90
Tabel 4. 27 Harapan Transaksi Anggota .....	90
Tabel 4.28 Rekapitulasi Penilaian Terhadap Pelaksanaan Digitalisasi promosi melalui instagram Pada Kopma BS UPI Bandung.....	91
Tabel 4. 29 Rekapitulasi Penilaian Terhadap Pelaksanaan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan pada Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung .....	92
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Penilaian Terhadap Kepentingan Pelaksanaan Digitalisasi Promosi melalui Instagram Kopma BS UPI .....	93
Tabel 4. 31 Rekapitulasi Penilaian Terhadap Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Unit Perdagangan Kopma BS UPI Bandung .....	95
Tabel 4. 32 Akumulasi Penilaian Terhadap Pelaksanaan/Harapan Digitalisasi Melalui Instagram dan Kepentingan/Harapan Partisipasi Anggota ...	96
Tabel 4. 33 Akumulasi Penilaian Terhadap Pelaksanaan Partisipasi Anggota/Harapan Kopma Bumi Siliwangi UPI Bandung.....	97
Tabel 4. 34 Urutan Tingkat Pelaksanaan dan Tingkat Harapan Berdasarkan Rangkang Dan Nilai Tengah (Median).....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Content Promosi Yang Dilakukan Kopma BS UPI Melalui Instagram .....	4
Gambar 2.2 Diagram Cartesius Sumber : Philip Kotler Jilid 2 (2010:58).....	51
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Kopma BS UPI .....	55
Gambar 4. 1 Penulisan pada instagram dapat dipahami .....	94
Gambar 4. 2 Desain dari instagram memikat para anggota .....	94
Gambar 4. 3 Diagram Kartesius (Harapan dan Tanggapan) .....	99



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tampilan Instagram Kopma Bumi Siliwangi .....	106
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	107

