

**HUBUNGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Unit Usaha Sapi Perah Divisi Produksi dan Pemasaran susu Koperasi
Serba Usaha Tandangsari)

Skripsi

Disusun Oleh:

Siska Puji Lestari

C1170197

Dosen Pembimbing:

Drs. Udin Hidayat, M. Ti



IKOPIN

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan *Customer Relationship Management*
dengan Kepuasan Pelanggan

Nama Mahasiswa : Siska Puji Lestari

Nomor Pokok : C1170197

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing,



Drs. Udin Hidayat, M.Ti

Direktur Program Studi



Drs. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

ABSTRAC

Siska Puji Lestari (2021) *The Correlation of Customer Relationship Management to Customer Satisfaction (A Case Study of The Dairy Business Unit of KSU Tandangsari Milk Production and Marketing Division) under the guidance of Mr. Udin Hidayat.*

The phenomenon that occurs in KSU Tandangsari is unmet customer satisfaction seen in the decline in pure milk sales resulting from the lack of customer relationship management elements that are less than optimal. Thus the purpose of this study is to find out how close the relationship between Customer Relationship Management and customer satisfaction in the dairy business unit of KSU Tandangsari's production and milk distribution division.

The research method was analyzed quantitatively and supported by quality data using the Spearman rank correlation test approach assisted by the SPSS application judging from the results of respondent questionnaires regarding CRM variables with customer satisfaction. The study used a sample of 21 respondents from KSU Tandangsari customers.

The results of research that has been conducted stated customer relationship management with customer satisfaction has a very strong relationship of 0.887 with a significant value of 0.00. Thus, if the CRM variable consisting of commitment, communication, and quality of service, an increase in the variable will increase customer satisfaction.

Based on the results of the above analysis to optimize the implementation of CRM in KSU Tandangsari cash cow business unit in order to achieve customer satisfaction, cooperatives need to pay attention to personal service, record customer data well, and the utilization of social media used by customers will make it easier for customers to receive information and as a container to communicate with customers.

Keywords: *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction*

Ringkasan

Siska Puji Lestari (2021), Hubungan *Customer Relationship Management* dengan kepuasan pelanggan (studi kasus pada unit usaha sapi perah divisi produksi dan pemasaran susu KSU Tandangsari), dibawah bimbingan **Bapak Udin Hidayat**.

Fenomena yang terjadi pada pada KSU Tandangsari adalah kepuasan pelanggan yang belum terpenuhi dilihat pada menurunnya penjualan susu murni diakibatkan dari penerapan unsur *Customer Relationship Management* yang kurang optimal. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara *Customer Relationship Management* dengan kepuasan pelanggan pada unit usaha sapi perah divisi produksi dan pemasaran susu KSU Tandangsari.

Metode penelitian dianalisis secara kuantitatif dan didukung data kualitatif dengan menggunakan pendekatan uji korelasi rank spearman yang dibantu dengan aplikasi SPSS dilihat dari hasil kuesioner responden mengenai variabel *CRM* dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel 21 responden dari pelanggan KSU Tandangsari.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan *Customer Relationship Management* dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat sebesar 0,887 dengan nilai signifikan 0,00. Dengan demikian apabila variabel *CRM* yang terdiri dari komitmen, komunikasi, dan kualitas pelayanan, dilakukan peningkatan terhadap variabel tersebut maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan meningkat.

Berdasarkan hasil analisis diatas untuk mengoptimalkan penerapan *CRM* di unit usaha sapi perah KSU Tandangsari agar tercapainya kepuasan pelanggan, koperasi perlu memperhatikan pelayanan secara personal, melakukan pencatatan data pelanggan dengan baik, dan pemanfaatan media sosial yang digunakan pelanggan akan mempermudah bagi pelanggan untuk menerima informasi dan sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, Kepuasan Pelanggan*

RIWAYAT HIDUP

Siska Puji Lestari (C1170197) dilahirkan pada tanggal 26 Maret 1999 di Kota Bandung, Jawa Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan Edi Sisworo dan Elis Patonah. Berikut merupakan pendidikan yang telah ditempuh diantaranya:

1. Tahun 2011 lulus dari SD Negeri Pangsor
2. Tahun 2014 lulus dari SMP Negeri 1 Cimanggung
3. Tahun 2017 lulus dari SMA Negeri Cimanggung

Pada tahun 2017 setelah lulus dari SMA lalu mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama menjenjang pendidikan di IKOPIN terdapat beberapa kegiatan yang telah diikuti, diantaranya:

1. Anggota IKOPIN Badminton Club (IBC) pada periode 2017 – 2020 menjabat sebagai Divisi Humas, Sekertaris, dan wakil ketua.
2. Koordinator divisi dana usaha Diesnatalis IKOPIN pada tahun 2019

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan Syukur senantiasa panjatkan ke Hadirat Allah SWT karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan judul “**Hubungan *Cusstomer Relationship Management* dengan Kepuasan Pelanggan**” Sholawat serta salam tercurah limpahkan kepada junjungan alam Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir jaman.

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada konsentrasi Manajemen Pemasaran program studi Strata 1 (S1) di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Penulis menyadari bahwa pada saat proses penyusunan skripsi tidak bisa lepas dari berbagai pihak didalamnya. Maka dari itu penulis menyampaikan banyak ucap syukur terimakasih kepada Allah SWT yang menjadi sumber kekuatan utama, dan selalu setia memberikan berkat yang melipah setiap hari disepanjang hidup penulis, serta hadiah yang telah diberikan sebagai penguat yaitu Ibu Elis Patonah, Bapak Edi Sisworo, A ali, Edwin, dan Aldi yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan diberbagai aspek kehidupan yang terus menerus kepada penulis.

Tidak lupa pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa syukur dan terimakasih kepada orang – orang yang sangat membantu penulis dalam memberikan

dukungan, bimbingan, dan berbagai bantuan dalam menyelesaikan penelitian skripsi yang antara lain kepada:

1. Yang terhormat kepada Bapak Dr. Udin Hidayat, M. Ti., Selaku Dosen Pembimbing terimakasih atas waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahnya.
2. Yang terhormat kepada Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, Se., M. Sc., selaku Dosen Penelaah konsentrasi pemasaran yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Yang terhormat kepada Ibu Ir. Nanik Risnawati, M. Si., Selaku dosen penelaah koperasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Yang terhormat kepada Bapak DR. (HC) Ir. Burhanudin Abdullah, MA., selaku Rektor Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN)
5. Yang terhormat seluruh staf pengajar dan karyawan / wati Sekretariat S1 Manajemen IKOPIN yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis.
6. Teman – teman organisasi IBC yang telah memberikan banyak pengalaman berharga
7. Teman – teman Manajemen D angkatan 2017 terimakasih atas dukungan dan bantuannya.

Selama proses penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan kemampuan serta pengetahuan penulis. Oleh sebab itu diharapkan adanya penelitian selanjutnya sebagai penyempurna dari skripsi ini.

Walaikumsalam Wr. Wb

Jatinangor, Juli 2021

Penulis



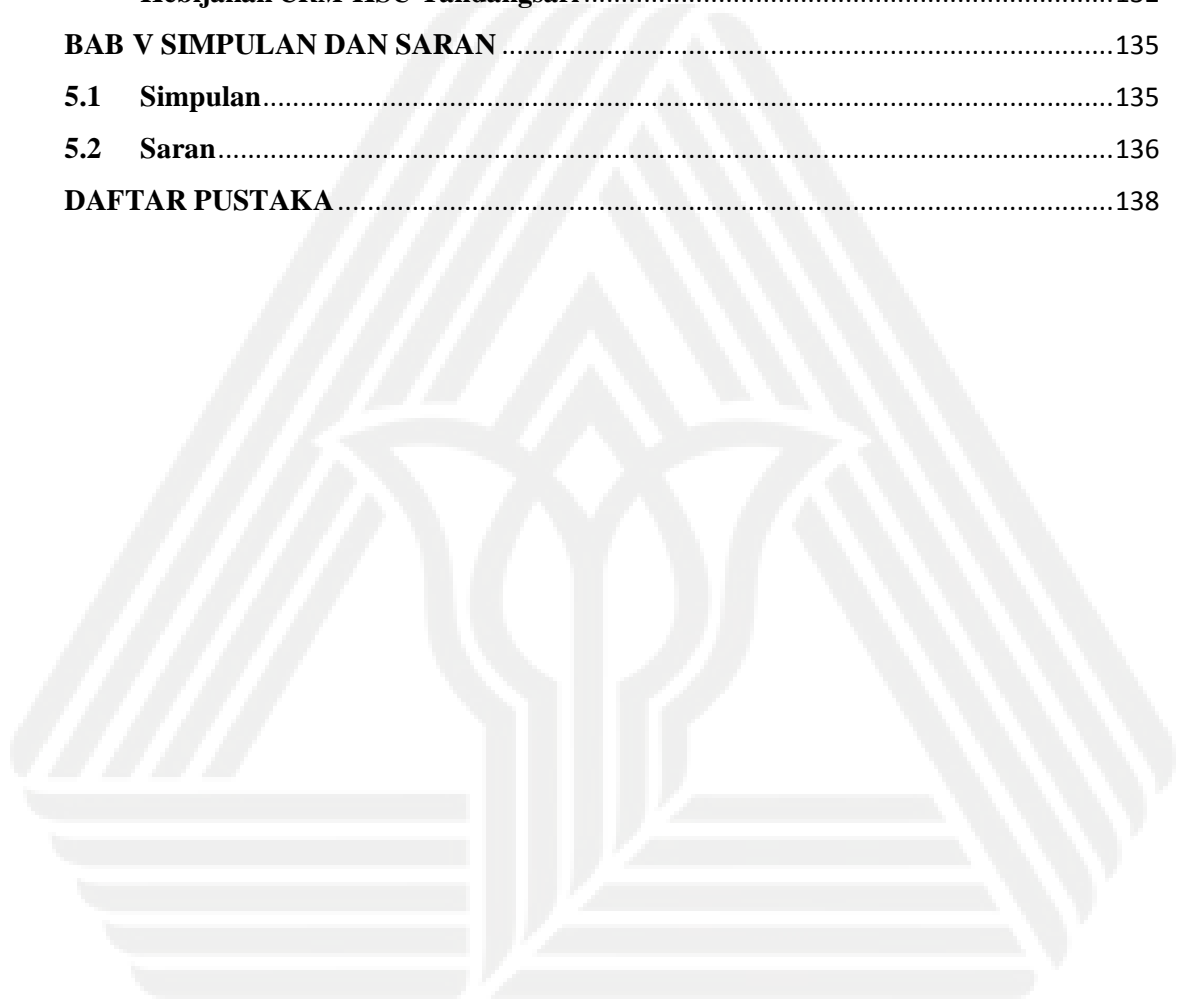
IKOPIN

DAFTAR ISI

ABSTRAC	i
Ringkasan	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.3.1 Maksud Penelitian	15
1.3.2 Tujuan Penelitia.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	16
1.4.2 Kegunaan Praktis	17
BAB II PENDEKATAN MASALAH	18
2.1 Pendekatan Perkoperasian.....	18
2.1.1 Jatidiri Koperasi	19
2.1.2 Definisi Koperasi.....	19
2.1.3 Nilai – nilai Koperasi	19
2.1.4 Prinsip Koperasi	21
2.1.5 Tujuan Koperasi	21
2.1.6 Peran dan Fungsi Koperasi.....	22
2.1.7 Bentuk dan Jenis Koperasi.....	23
2.1.8 Fungsi – Fungsi Pelayanan Koperasi Produsen dan Kemungkinan Dampak Ekonomisnya Terhadap Anggota.....	26
2.2 Pendekatan Manajemen Pemasaran	28
2.3 Pendekatan <i>Customer Relationship Management</i>	30

2.4	Pendekatan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.5	Pendekatan Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dengan Kepuasan Pelanggan.	35
2.6	Metode Penelitian	37
2.6.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	37
2.6.2	Operasionalisasi Variabel	38
2.6.3	Data Yang Diperlukan.....	40
2.6.4	Sumber Data dan Cara Menentukannya	41
2.6.5	Teknik Pengumpulan Data	42
2.6.6	Analisis Data	45
2.6.7	Tempat Penelitian	53
2.6.8	Jadwal Penelitian	54
	BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	55
3.1	Keadaan Umum Koperasi.....	55
3.1.1	Sejarah Berdirinya KSU Tandangsari.....	55
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi Serba Usaha Tandangsari.....	58
3.1.3	Kegiatan Usaha KSU Tandangsari.....	72
3.1.3.1	Unit Usaha Sapi Perah.....	73
3.1.3.2	Unit Usaha Simpan Pinjam.....	78
3.1.4	Keadaan Keuangan.....	80
3.1.4.1	Administrasi Keuangan dan Pembukuan.....	80
3.1.4.2	Permodalan	81
3.1.5	Organisasi Pendukung KSU Tandangsari	90
3.2	Keadaan Umum dan Wilayah Kerja KSU Tandangsari.....	93
3.2.1	Keadaan Fisik	93
3.3	Implementasi Konsep Koperasi pada KSU Tandangsari	94
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	105
4.1	<i>Customer Relationship Management</i>	106
4.2	Tanggapan Pelanggan Mengenai Kebijakan <i>Customer Relationship Management</i> pada KSU Tandangsari.....	108
4.3	Tanggapan Pelanggan Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	118

4.4 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dengan Kepuasan Pelanggan pada Koperasi Serba Usaha Tandangsari.....	128
4.5 Upaya Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Maupun Pelanggan Melalui Kebijakan <i>CRM</i> KSU Tandangsari.....	132
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	135
5.1 Simpulan.....	135
5.2 Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....	138



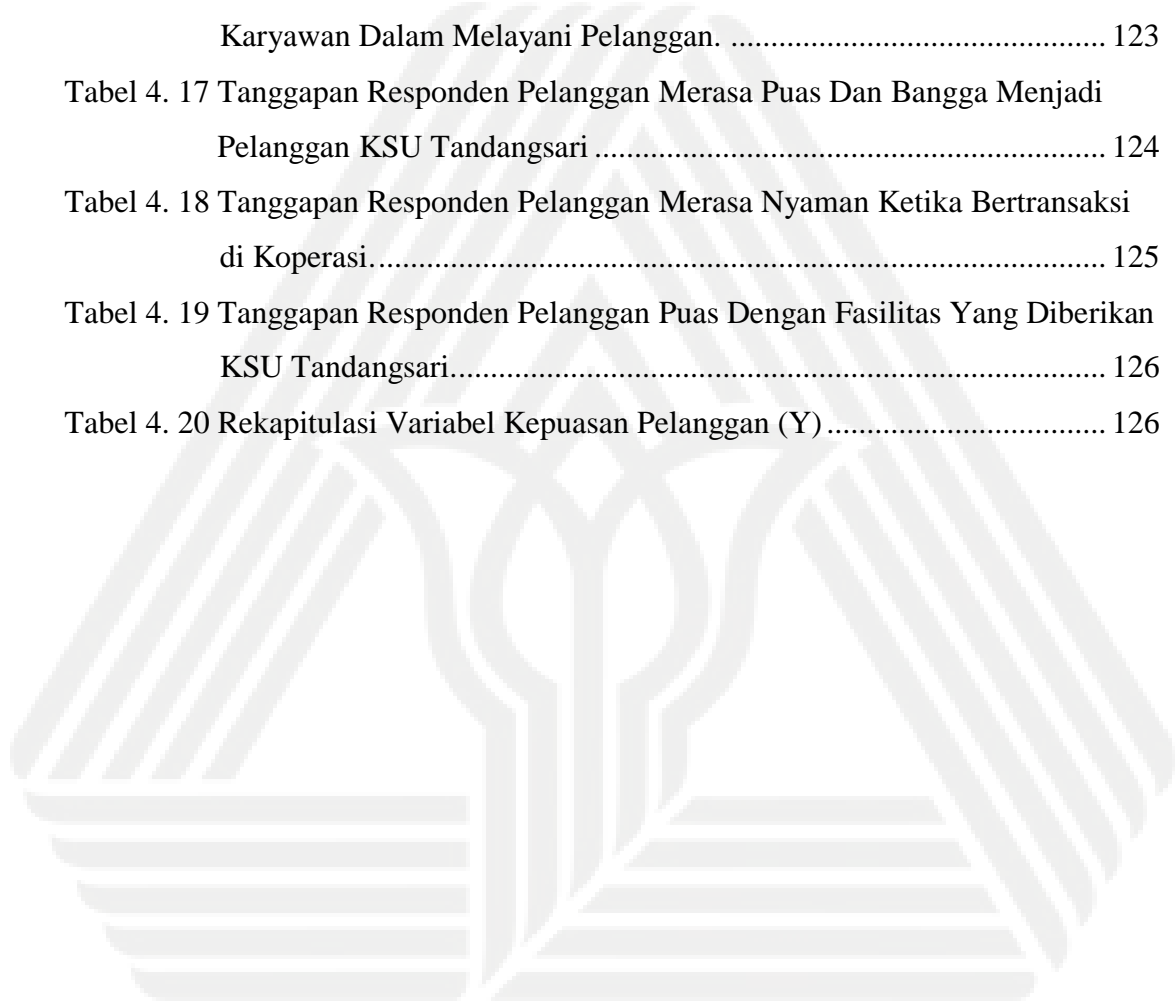
IKOPIN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	jumlah pemasaran susu yang diterima dan jumlah susu yang ditolak tahun 2015 – 2019	7
Tabel 1. 2	Pemasaran susu kepada non IPS tahun 2015 - 2019	8
Tabel 1. 3	Pelanggan KSU Tandangsari	10
Tabel 2. 2	Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 2. 3	Kelas Interval	49
Tabel 2. 4	Kelas Interval	50
Tabel 2. 5	makna korelasi	53
Tabel 2. 6	Kuesioner Customer Relationship Management Pada Unit Usaha Sapi Perah.	v
Tabel 3. 1	Susunan Pengawas KSU Tandangsari 2015 - 2019	67
Tabel 3. 2	Perkembangan Keanggotaan KSU Tandangsari Periode 2015-2019	71
Tabel 3. 3	Perkembangan Pembelian dan Penjualana Susu Segar Tahun 2015 - 2019 Pada KSU Tandangsari.....	75
Tabel 3. 4	Produksi dan Penjualan Pakan Ternak Konsentrat Periode Tahun 2015-2019 Pada KSU Tandangsari.....	76
Tabel 3. 5	Perekmbangan Populasi Sapi Perah Milik KSU Tandangsari	78
Tabel 3. 6	Perkembangan Unit Usaha Simpan Pinjam KSU Tandangsari	79
Tabel 3. 7	Perkembangan Permodalan KSU Tandangsari Periode	82
Tabel 3. 8	Rasio Likuiditas KSU Tandangsari Tahun 2015-2019	85
Tabel 3. 9	Rasio Solvabilitas KSU Tandangsari Tahun 2015-2019	87
Tabel 3. 10	Rasio Rentabilitas KSU Tandangsari Tahun 2015-2019	89
Tabel 3. 11	Konsep KSU Tandangsari Berdasarkan Pendekatan Nominalis.....	95
Tabel 3. 12	Konsep Koperasi Serba Usaha Tandangsari Berdasarkan Pendekatan Yuridis	97
Tabel 3. 13	Penerapan Definisi Koperasi Di Koperasi Serba Usaha Tandangsari	99

Tabel 3. 14 Impelentasi Nilai – Nilai Koperasi Oleh KSU Tandangsari	101
Tabel 3. 15 Implementasi Prinsip – Prinsip Koperasi Pada KSU Tandangsari	102
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Personal Yang Diberikan Karyawan KSU Tandangsari Kepada Pelanggan	108
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Karyawan KSU Tandangsari Dalam Memenuhi Kebutuhan Pelanggan	109
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Reward yang dilakukan KSU Tandangsari Kepada Pelanggan koperasi.	110
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan dalam Penyampaian Keluhan Pelanggan koperasi.....	111
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Mendapatkan Informasi Terbaru dari KSU Tandangsari.	112
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Kedekatan Dalam Berkomunikasi Antar Pelanggan dan Karyawan.	113
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Karyawan KSU Tandangsari Kepada Pelanggan.	114
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan Karyawan Kepada Pelanggan.....	115
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Tanggap akan apa yang dibutuhkan pelanggan.....	116
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Variabel Customer Relationship Management (X).....	117
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai pelanggan puas dengan kualitas produk yang diberikan KSU Tandangsari	119
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Puas dengan Ketentuan Harga dari KSU Tandangsari.....	119
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Puas dengan Penanganan Keluhan yang diberikan Karyawan.....	120
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Puas dengan Pemberian Informasi Yang Diberikan Koperasi.....	121

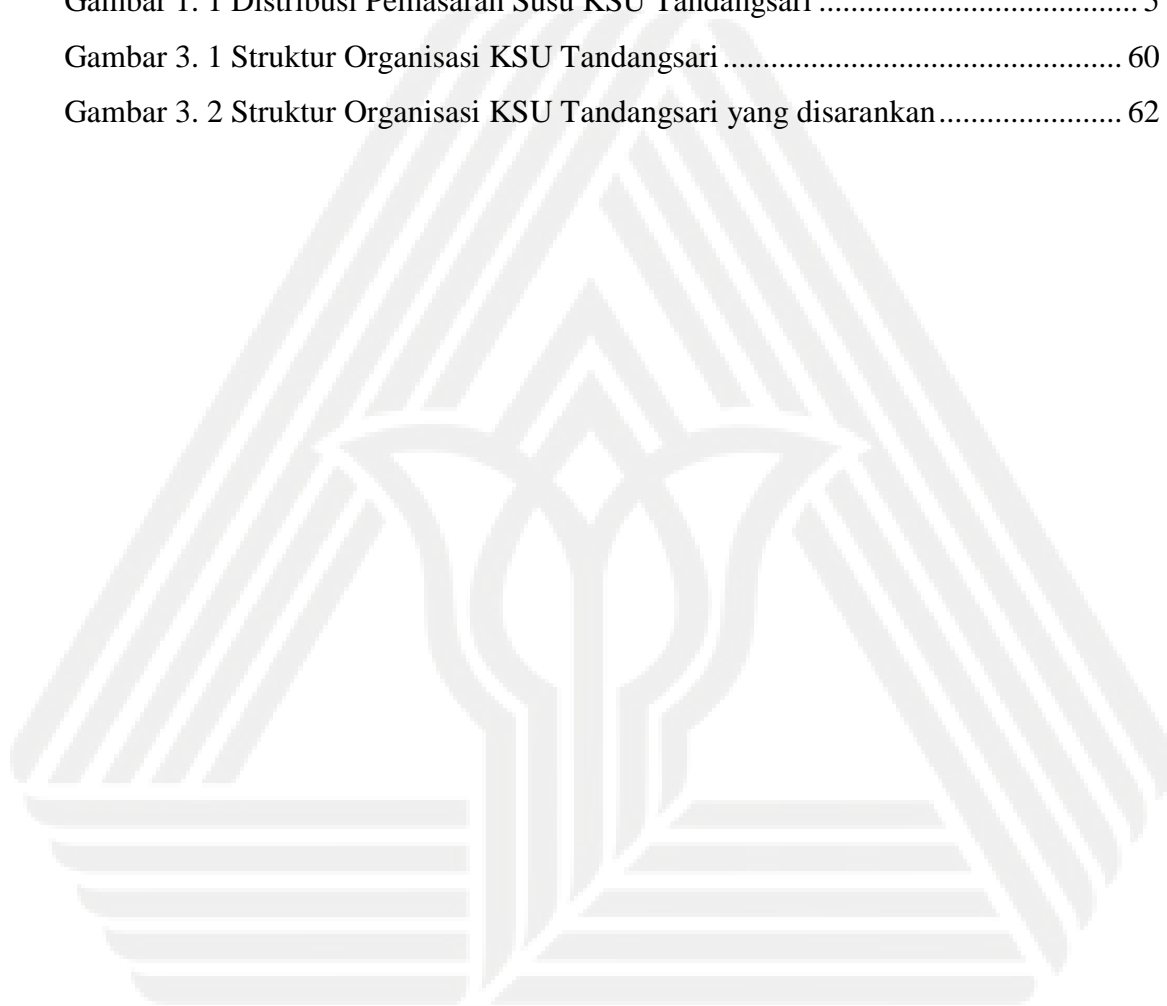
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Puas Dengan Pelayanan Yang Diberikan Karyawan.	122
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Puas Dengan Kecepatan Karyawan Dalam Melayani Pelanggan.	123
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Pelanggan Merasa Puas Dan Bangga Menjadi Pelanggan KSU Tandangsari	124
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Pelanggan Merasa Nyaman Ketika Bertransaksi di Koperasi.....	125
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Pelanggan Puas Dengan Fasilitas Yang Diberikan KSU Tandangsari.....	126
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	126



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
	Gambar 1. 1 Distribusi Pemasaran Susu KSU Tandangsari	5
	Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KSU Tandangsari	60
	Gambar 3. 2 Struktur Organisasi KSU Tandangsari yang disarankan.....	62



IKOPIN