

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI
ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Unit Kantin KKB IKOPIN Sumedang)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Wiki Diana

C1160244

Dosen Pembimbing:

DRS. UDIN HIDAYAT, M. Ti



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN**

Nama Mahasiswa : Wiki Diana

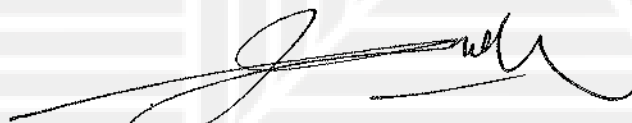
Nomor Pokok : CI160244

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing



DRS. Udin Hidayat, M. Ti

Direktur Program Studi S1 Manajemen



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

RIWAYAT HIDUP

Wiki Diana, lahir di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat pada tanggal 03 Mei 1997, merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari keluarga Bapak Diat dan Ibu Nining Rahmawati.

Riwayat pendidikan dari penulis sebagai berikut :

1. Pada tahun 2009 telah menamatkan Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri Maruyung 02
2. Pada tahun 2012 menyelesaikan jenjang pendidikan Sekolah menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Tanjungsari.
3. Pada Tahun 2015 menamatkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) pada SMA Yadika Tanjungsari. Pada tahun 2016 Melanjutkan Pendidikan ke perguruan tinggi swasta dan diterima sebagai Mahasiswa pada Jurusan Manajemen di INSTITUT KOPERASI MANAJEMEN INDONESIA di Kawasan Pendidikan Tinggi Jatinangor KM 20,5.

ABSTRACT

Wiki Diana, C1160244, Analysis The Effectivity of Using Social Media as Media Promotion in Effort to Increase Member Participation as Customers, case study at Koperasi Keluarga Besar (KKB) IKOPIN, under the guidance of Drs. Udin Hidayat, M.Ti.

Koperasi Keluarga Besar (KKB) IKOPIN is a cooperative which the members consist of the lecturers, employees, students, and the people around IKOPIN and it was established on July 1, 1981. KKB IKOPIN has some business units those are TD Mart KKB IKOPIN, ATK and Photocopy procurement units, General Trade and Services Unit, LPK KKB, Canteen Unit, Savings and Loans Business.

In the technology era, cooperatives must be able to compete with non-cooperatives to be able to further develop their business fields where the greatest achievement of cooperatives is not only to get the benefits but also to pay attention to and follow the development of information and communication technology that is currently developing, only by using social media. Cooperatives can use social media as a promotional tool to increase member participation.

The media promotion used by KKB IKOPIN to provide information for members is by using social media WhatsApp and Instagram. the strength of the dimension of empathy in the use of social media shows that the media is included in the ineffective scale with an average weight of 2.69, the measurement has a dimension of persuasion that is in the quite effective category with an average weight of 3.72, the measurement has a dimensional impact being in the category quite effective with an average weight of 3.95 measurements having the communication dimensions in the category of quite effective with a weighting average of 3.82. The participation of members as customers is in a fairly good category. Efforts that can be made to increase the participation of members who have social rights, including increasing promotion through social media, developing quality promotions, maximizing promotions through Instagram and WhatsApp by creating content containing information about KKB IKOPIN and others.

RINGKASAN

Wiki Diana, C1160244, Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan, studi kasus pada Unit Usaha Kantin Koperasi Keluarga Besar (KKB) IKOPIN, di bawah bimbingan Drs. Udin Hidayat, M.Ti.

Koperasi Keluarga Besar (KKB) IKOPIN merupakan sebuah koperasi yang anggotanya terdiri dari dosen, karyawan, mahasiswa, alumni dan masyarakat sekitar IKOPIN dan berdiri sejak tanggal 1 Juli 1981. KKB IKOPIN mempunyai beberapa unit usaha diantaranya TD Mart KKB IKOPIN, Unit pengadaan ATK dan Foto Copy, Unit Perdagangan Umum dan Jasa, LPK KKB, Unit Kantin, Usaha Simpan Pinjam.

Di zaman yang serba teknologi, koperasi harus mampu bersaing dengan non koperasi untuk bisa lebih mengembangkan bidang usahanya yang mana pencapaian terbesar koperasi bukan semata-mata hanya mendapat keuntungannya saja tetapi juga harus memperhatikan dan mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sedang berkembang saat ini, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Koperasi dapat menggunakan media sosial sebagai alat promosi untuk meningkatkan partisipasi anggota.

Media promosi yang digunakan unit kantin KKB IKOPIN untuk memberikan kemudahan informasi bagi anggota yaitu dengan menggunakan sosial media WhatsApp dan Instagram. efektivitas dimensi *empathy* pada penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial termasuk dalam rentang skala tidak efektif dengan rata-rata berbobot 2,69 ,pengukuran efektivitas dimensi *persuasion* termasuk pada kategori cukup efektif dengan rata-rata berbobot 3,72, pengukuran efektivitas dimensi *impact* termasuk dalam kategori cukup efektif dengan rata-rata berbobot 3,95 pengukuran efektivitas dimensi *communication* termasuk dalam kategori cukup efektif dengan rata-rata berbobot 3,82. Partisipasi anggota sebagai pelanggan berada dalam kategori cukup baik. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota melalui efektivitas sosial media yaitu diantaranya dengan meningkatkan promosi melalui media sosial, mengembangkan kualitas promosi, memaksimalkan promosi melalui Instagram dan WhatsApp dengan membuat konten yang berisikan informasi-informasi mengenai unit kantin KKB IKOPIN dan yang lainnya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Segala puji dan syukur senantiasa dilimpahkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat hidayah, karunia dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul **“ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN” (Studi Kasus pada Koperasi Keluarga Besar KKB IKOPIN).**

Penulis sadar sepenuhnya, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan usulan penelitian ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik moril maupun materil. Ucapan tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Ibu, Ayah dan Kakak serta seluruh keluarga yang memberikan do'a, kasih sayang, pengorbanan serta dukungan yang tiada henti untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian.
2. Drs. Udin Hidayat, M.Ti selaku pembimbing saya mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan, semangat dan selalu sabar serta arahannya.
3. Hj Yeni Wipartini, S.E, M.Si sebagai dosen penelaah Koperasi.
4. Drs. H. Dindin Burhanudin, S.E., M.Si sebagai penelaah konsentrasi manajemen bisnis.
5. Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc., sebagai Direktur Prodi Strata-1

Fakultas Manajemen Intitut Manajemen Koperasi Indonesia.

6. Seluruh dosen IKOPIN yang sudah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menempuh perkuliahan di IKOPIN
7. Seluruh Pengurus dan Karyawan lain Koperasi Keluarga Besar (KKB IKOPIN) yang telah menijinkan dan mempermudah pemberian data informasi selama penulis melakukan penelitian.
8. Untuk anak-anak MAC yang sudah menjadi sahabat ketika di kampus dan memberikan pengalaman sebagai panitia *event organizer*.
9. Teman-teman sebimbingan Bapak Udin Hidayat, M. Ti
10. Teman-teman seperjuangan skripsian, Gista, Putri, Aliyansyah, Risiko, Abiyu, Ahmad, Edwar, Mugi, Eri, Arli, Egi, Rizal, Aden, Ardian, Arum, Adon.
11. Teman-teman Skuad NAVI *e-sport*.
12. Dan semua rekan atau pihak-pihak yang tidak bias satu persatu, terimakasih atas do'a nya.

Terimakasih atas bantuannya, hanya do'a yang dapat saya panjatkan yang telah membantu penelitian saya semoga mendapat balasan ALLAH SWT.

Jatinangor, Agustus 2021

Wiki Diana

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1. Maksud Penelitian.....	11
1.3.2. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kegunaan Penelitian	12
1.4.1. Kegunaan Teoritis	12
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	12
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	13
2.1. Pendekatan Masalah.....	13
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	13
2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis.....	24
2.1.3 Pendekatan Efektivitas Penggunaan Media Sosial.....	26
2.1.4. Pendekatan Media Promosi.....	33
2.1.5. Pendekatan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan.....	36
2.2. Metode Penelitian	39
2.2.1. Metode Penelitian Yang Digunakan	39
2.2.2. Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	39
2.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
2.2.5. Rancangan Analisis Data	43

2.2.6. Tempat penelitian	55
2.2.7. Waktu Penelitian	56
BAB III KEADAAN UMUM PENELITIAN	57
3.1. Keadaan Umum Organisasi	57
3.1.1. Sejarah Berdirinya Koperasi Keluarga Besar (KKB) IKOPIN.....	57
3.1.2 Struktur Organisasi KKB IKOPIN.....	68
3.2. Keanggotaan Koperasi.....	77
3.3. Kegiatan Usaha	78
3.4. Permodalan KKB IKOPIN	86
3.5. Keadaan Umum Wilayah Kerja KKB IKOPIN.....	88
BAB IV PEMBAHASAN.....	91
4.1. Media Promosi yang Digunakan KKB IKOPIN.....	91
4.2 Efektivitas Penggunaan Media Sosial pada Unit Kantin KKB IKOPIN	92
4.3 Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Kantin KKB IKOPIN	102
4.2. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan KKB IKOPIN untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui efektivitas media sosial sebagai media promosi.	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1. Simpulan.....	107
5.2. Saran	109

IKOPIN