

**ANALISIS ORIENTASI PELANGGAN DAN  
PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* DALAM  
UPAYA PENGUATAN LOYALITAS ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon)

Disusun Oleh:

**Ronald Nanda Pratama  
C1180239**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen  
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Orientasi Pelanggan dan Pemanfaatan Digital  
Marketing Dalam Upaya Penguatan Loyalitas Anggota  
(Studi Kasus Pada KPRI “SEJAHTERA” Dinas  
Kesehatan Kabupaten Cirebon)

Nama : Ronald Nanda Pratama

NRP : C1180239

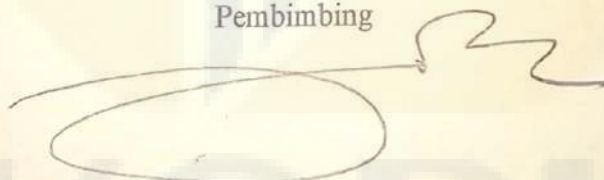
Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Dr. H. Indra Fahmi, Ir., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Sarjana Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**Ronald Nanda Pratama**, peneliti lahir di Bandung, Jawa Barat pada 19 Nopember 1999. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putra dari Bapak Surnita Sandi Wiranata dan Elis Supriatin. Adapun jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2006-2011 tercatat bersekolah di SDN 1 Sumber
2. Tahun 2011-2012 menyelesaikan pendidikan di SDN 007 Cibiru
3. Tahun 2012-2015 menyelesaikan pendidikan di SMP Laboratorium Percontohan UPI
4. Tahun 2015-2018 menyelesaikan pendidikan di SMAN 1 Cirebon
5. Tahun 2018 sampai sekarang peneliti tercatat sebagai mahasiswa di IKOPIN jurusan S1 Manajemen, dan mengambil konsentrasi Manajemen Pemasaran. Pada bulan Januari tahun 2022 IKOPIN diresmikan menjadi Universitas Koperasi Indonesia. Selama masa perkuliahan, peneliti mengikuti kegiatan, yaitu:

1. Ikopin Mengabdi 2019
2. 40 Terbaik Lomba Karya Tulis Ilmiah *West Java Economic Society*
3. Pengurus dan Pengembang *Website* [wibugabut.com](http://wibugabut.com)

## **ABSTRACT**

**Ronald Nanda Pratama 2022.** *Analysis of Customer Orientation and Utilization of Digital Marketing in Efforts to Strengthen Member Loyalty (Case Study On KPRI "SEJAHTERA" Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon) under the guidance of H. Indra Fahmi.*

*This study was conducted to determine (1) whether customer orientation can strengthen member loyalty (2) To find out whether the use of digital marketing can strengthen existing loyalty (3) To find out whether customer orientation analysis and the use of digital marketing can provide efforts strengthening member loyalty (4) To find out what efforts need to be made to strengthen member loyalty. This research was conducted by distributing questionnaires to 94 respondent members in KPRI "SEJAHTERA" Cirebon District Health Office.*

*In the development of income in the KPRI "SEJAHTERA" business unit of the Cirebon District Health Office shows differences in the increase in income in the savings and loan business unit, its development is different from the income obtained by the non-savings and loan business unit which fluctuates, because it shows differences in the level of loyalty of members in utilizing the two business units. From the phenomenon of the problem, an analysis of product orientation is carried out to determine its effect on member loyalty, then the use of digital marketing that is being carried out by the cooperative which aims to facilitate product marketing in order to strengthen member loyalty.*

*The analytical method used in this study is multiple regression analysis with the selection of samples using random sampling method. The results showed that there was a simultaneous influence between customer orientation and digital marketing showing a percentage of 76.4%, while the remaining 13.4% was influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords: Customer Oriented, Digital Marketing, Member Loyalty**

## ABSTRAK

**Ronald Nanda Pratama 2022.** Analisis Orientasi Pelanggan dan Pemanfaatan *Digital Marketing* Dalam Upaya Penguatan Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon) di bawah bimbingan **H. Indra Fahmi**.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui untuk mengetahui (1) apakah orientasi pelanggan dapat menguatkan loyalitas anggota (2) Untuk mengetahui apakah pemanfaatan *digital marketing* dapat memberikan penguatan pada loyalitas yang telah ada (3) Untuk mengetahui apakah analisis orientasi pelanggan dan pemanfaatan *digital marketing* dapat memberikan upaya penguatan pada loyalitas anggota (4) Untuk mengetahui upaya yang perlu dilakukan untuk menguatkan loyalitas anggota. Penelitian ini dilakukan menyebarkan kuesioner kepada 94 responden anggota di KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon.

Perkembangan pendapatan yang ada pada unit usaha KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon menunjukkan perbedaan tentang peningkatan pendapatan yang ada di unit usaha simpan pinjam perkembangannya berbeda dengan pendapatan yang diperoleh unit usaha non simpan pinjam yang fluktuatif, karena menunjukkan adanya perbedaan tingkat loyalitas anggota dalam memanfaatkan kedua unit usaha tersebut. Dari fenomena masalah tersebut, dilakukan analisis mengenai orientasi produk untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas anggota, kemudian pemanfaatan *digital marketing* yang sedang dijalankan oleh koperasi yang bertujuan memudahkan pemasaran produk agar dapat memperkuat loyalitas anggota.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan pemilihan sampel menggunakan metode *random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara orientasi pelanggan dan *digital marketing* menunjukkan persentase 76,4%, sedangkan sisanya sebesar 13,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Orientasi Pelanggan, Digital Marketing, Loyalitas Anggota*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan izin-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Orientasi Pelanggan dan Pemanfaatan *Digital Marketing* Dalam Upaya Penguatan Loyalitas Anggota” sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar S1 Manajemen pada Universitas Koperasi Indonesia.

Sepenuhnya penulis menyadari adanya kekurangan dan kelemahan yang melekat pada diri penulis. Namun dengan keterbatasan ini akhirnya saya bisa menyelesaikan penelitian ini dengan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada Allah SWT juga kepada kedua orang tua serta keluarga yang selalu memberikan segala bentuk dukungan selama perkuliahan berlangsung hingga proses penulisan skripsi. Serta saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. H. Indra Fahmi SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan pengarahannya, bimbingan serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
2. Drs. H. Shofwan Azhar Sholihin. M.Sc selaku dosen penguji konsentrasi pemasaran yang telah memberikan masukan, arahan serta nasihat dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen penguji koperasi yang telah memberikan masukan, arahan serta nasihat kepada penulis.

4. Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si, selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen.
5. Seluruh dosen IKOPIN yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna selama penulis menempuh pendidikan di IKOPIN.
6. Geng Uhuy Rama, Rizky, Iraya dan Farah sebagai teman kelompok dari semester awal hingga Praktek Lapang yang telah melakukan banyak diskusi, sehingga menghasilkan banyak pengetahuan serta pembelajaran.
7. Annida Fauziah yang telah membantu dan memberikan semangat selama penulisan skripsi.
8. Cristin Natalia Butar-Butar, teman yang dari awal semester selalu bisa diandalkan serta dapat menjadi tempat mengeluh serta curhat yang tidak jelas.
9. Teman Kosan Sukapura, Ilza dan Syofyan yang telah menjadi teman diskusi serta penghilang lelah sesaat dikala jenuh dengan skripsi.
10. Wibu Gabut Blog yang menjadi tempat untuk saya berkembang dan terus belajar hal baru, sehingga mampu menjadi pribadi yang lebih baik.
11. Dan teman-teman atau pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan dukungannya.

**Jatinangor, Juni 2022**

**Ronald Nanda Pratama**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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 .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Aspek Teoritis (Keilmuan).....	12
1.4.2 Aspek Praktis (Gunalaksana) .....	12
<b>BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>13</b>
2.1 Pendekatan Masalah.....	13
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	13
2.1.2 Pendekatan Pemasaran .....	19
2.1.3 Pendekatan Loyalitas Anggota.....	21
2.1.4 Pendekatan Orientasi Pelanggan .....	26
2.1.5 Pendekatan <i>Digital Marketing</i> .....	27
2.1.6 Kerangka Berpikir .....	29
2.1.7 Hipotesis Penelitian.....	30
2.2 Metode Penelitian.....	31



2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	31
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Konsep/Variabel) .....	32
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	33
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.2.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	35
2.2.6 Tempat Penelitian.....	43
2.2.7 Jadwal Waktu Penelitian .....	43
<b>BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Keadaan Umum Manajemen dan Organisasi .....	44
3.1.1 Sejarah Terbentuknya KPRI “SEJAHTERA” .....	44
3.1.2 Struktur Organisasi KPRI “SEJAHTERA” .....	44
3.2 Keanggotaan KPRI “SEJAHTERA” .....	54
3.3 Kegiatan Usaha KPRI “SEJAHTERA” .....	55
3.3.1 Unit Simpan Pinjam .....	56
3.3.2 Warung Serba Ada (Waserda) .....	57
3.3.3 Fotocopy dan ATK.....	58
3.3.4 Bengkel .....	59
3.4 Keadaan Permodalan dan Keadaan Keuangan KPRI “SEJAHTERA”.....	60
3.4.1 Permodalan KPRI “SEJAHTERA” .....	60
3.4.2 Keadaan Keuangan KPRI “SEJAHTERA” .....	62
3.5 Implementasi Jati Diri Pada KPRI “SEJAHTERA” .....	70
3.5.1 Implementasi Definisi Koperasi.....	70
3.5.2 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi .....	72
3.5.3 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi .....	74
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	77
4.1.1 Usia .....	77
4.1.2 Jenis Kelamin .....	78
4.2 Orientasi Pelanggan Dapat Memperkuat Loyalitas Anggota. ....	78
4.3 Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> Dapat Memberikan Penguatan Pada Loyalitas Anggota Yang Telah Ada.....	81
4.4 Orientasi Pelanggan dan Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> Dapat Memberikan Upaya Penguatan Pada Loyalitas Anggota.....	83
4.5. Upaya Yang Perlu Dilakukan Untuk Memperkuat Loyalitas Anggota .....	86

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>92</b>
5.1 Simpulan .....	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Aspek Teoritis .....	94
5.2.2 Aspek Teoritis .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>98</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	30
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KPRI “SEJAHTERA” .....	47



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2	Komposisi Kontribusi Pendapatan Bruto.....	5
Tabel 1.3	Perkembangan Pendapatan Usaha Unit Simpan Pinjam.....	6
Tabel 1.4	Perkembangan Pendapatan Usaha Non Unit Simpan Pinjam.....	7
Tabel 3.1	Karyawan KPRI “SEJAHTERA” .....	53
Tabel 3.2	Pertumbuhan Anggota KPRI “SEJAHTERA” .....	55
Tabel 3.3	Perkembangan Volume Usaha Unit Simpan Pinjam .....	56
Tabel 3.4	Perkembangan Volume Usaha Unit Waserda.....	58
Tabel 3.5	Perkembangan Volume Usaha Unit Fotocopy dan ATK.....	59
Tabel 3.6	Perkembangan Volume Usaha Bengkel.....	60
Tabel 3.7	Perkembangan Permodalan KPRI “SEJAHTERA”.....	61
Tabel 3.8	Pedoman Penilaian Likuiditas.....	64
Tabel 3.9	Hasil Perhitungan Rasio Likuiditas KPRI “SEJAHTERA” .....	64
Tabel 3.10	Pedoman Penilaian Solvabilitas .....	66
Tabel 3.11	Hasil Perhitungan Rasio Solvabilitas KPRI “SEJAHTERA”.....	66
Tabel 3.12	Pedoman Penilaian Aktivitas .....	68
Tabel 3.13	Hasil Perhitungan Rasio Aktivitas KPRI “SEJAHTERA” .....	69
Tabel 3.14	Penilaian Implementasi Definisi KPRI “SEJAHTERA” .....	71
Tabel 3.15	Penilaian Implementasi Prinsip-Prinsip KPRI “SEJAHTERA” .....	73
Tabel 3.16	Penilaian Implementasi Nilai-Nilai KPRI “SEJAHTERA” .....	75
Tabel 4.1	Jumlah Usia Responden .....	77
Tabel 4.2	Jumlah Jenis Kelamin Responden .....	78
Tabel 4.3	Uji Hipotesis Parsial (X1 Terhadap Y).....	78
Tabel 4.4	Uji Hipotesis Parsial (X2 Terhadap Y).....	81
Tabel 4.5	Uji Hipotesis Simultan .....	83
Tabel 4.6	Koefisien Determinasi.....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Data Input Jawaban Responden.....	103
Lampiran 3 Instrumen Data .....	107
Lampiran 4 Transformasi Data MSI .....	112
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik .....	115
Lampiran 6 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	116

