

**ANALISIS PENERAPAN OMNICHANNEL MARKETING
DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BISNIS RITEL**

Studi Kasus pada Koperasi Karyawan PT. LEN INDUSTRI (PERSERO)
Jl. Soekarno Hatta No.442, Pasirluyu, Kec. Regol, Kota Bandung
Jawa Barat 40254

Disusun Oleh :

PUTRI MEILLISA HAQUA

C1190315

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing :

Dr. Ir. H. INDRA FAHMI, M.P



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Penerapan *Omnichannel Marketing* Dalam
Meningkatkan Volume Penjualan Bisnis Ritel

Nama : Putri Meillisa Haqua

NRP : C1190315

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui Dan Mengesahkan
Pembimbing

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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Progra Studi
Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Putri Meillisa Haqua, lahir pada tanggal 20 Mei 2000 di Karawang, Jawa Barat. Merupakan anak ketiga dari pasangan Ratna Intan dan Syafudin Zuhri. Semasa perkuliahan penulis juga berkerja sebagai *content creator* dan property agent di perusahaan ternama di Bandung.

Adapun jenjang pendidikan yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Lulus dari Sekolah Dasar Hegarmanah 1 tahun 2012
2. Lulus dari Sekolah Menengah Ma'Arif tahun 2015
3. Lulus dari Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Jatinangor pada tahun 2018
4. Sejak tahun 2019 penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University)

Pada tahun 2019, penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S-1) Program Studi Manajemen di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) yang kini telah resmi berganti nama menjadi IKOPIN University yang berada di Jatinangor, Jawa Barat. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan. Pada tahun 2019 penulis bergabung sebagai anggota Sanggar Seni 12 Juli IKOPIN Divisi Seni Rupa, kemudian menjabat sebagai Koordinator Divisi Seni Rupa II pada periode kepengurusan 2020-2021.

ABSTRACT

Putri Meillisa Haqua, *Analysis of the Application of Omnichannel marketing in Increasing Retail Business Sales Volume (Study Case in Employee Cooperative Retail Business Unit PT. LEN Industri), Under the guidance of H. Indra Fahmi.*

Based on the research background, it is known that sales volume or income has decreased quite drastically. This study aims to find out how Kopkarlen is currently promoting and how this omnichannel marketing strategy is implemented.

This study uses a case study approach to qualitative descriptive analysis which is a search to explore and understand a phenomenon. This qualitative descriptive analysis aims to make a description, description, systematically, factually and accurately regarding the facts, characteristics and relationships between the phenomena to be investigated.

In the Kopkarlen retail business during 2018-2022 recorded that in the last five years sales had decreased quite drastically, in 2022 the percentage of decline reached -31.44% and it is suspected that the factors influencing this decline in sales could be due to the Covid-19 pandemic and decrease in the number of cooperative members. Therefore, a new suitable strategy is sought to increase sales volume.

The strategy undertaken by Kopkarlen is planned to use the omnichannel marketing technique, namely by combining online and offline shopping methods. For the online shopping method, an appropriate marketplace will be created or an Instagram application for cooperatives will be used to attract members' attention to shopping. With this method, cooperatives are expected to be able to compete in the modern market one day.

Keywords: Retail Business, Omnichannel marketing, Online Marketing

ABSTRAK

Putri Meillisa Haqua, Analisis Penerapan *Omnichannel Marketing* dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bisnis Ritel (Studi Kasus Pada Unit Usaha Bisnis Ritel Koperasi Karyawan PT. LEN Industri), Dibawah bimbingan H. Indra Fahmi.

Berdasarkan latar belakang penelitian diketahui volume penjualan atau pendapatan telah mengalami penurunan yang cukup drastis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan Kopkarlen saat ini dan bagaimana strategi *omnichannel marketing* ini jika diterapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus analisis deskriptif kualitatif yang merupakan penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala. Analisis deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang akan diselidiki.

Pada bisnis ritel Kopkarlen selama tahun 2018-2022 tercatat lima tahun terakhir telah mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis, pada tahun 2022 presentase penurunan mencapai -31,44% dan diduga faktor yang mempengaruhi turun nya penjualan ini bisa jadi karena adanya pandemi covid-19 dan menurunnya jumlah anggota koperasi. Maka dari itu dicarilah strategi baru dan tepat yang cocok guna meningkatkan volume penjualan.

Strategi yang dilakukan oleh Kopkarlen ini direncanakan akan menggunakan teknik *omnichannel marketing*, yaitu dengan penggabungan dua metode belanja secara *online* dan *offline*. Untuk metode berbelanja *online* akan dibuatkan *marketplace* yang tepat atau menggunakan aplikasi Instagram untuk koperasi untuk menarik perhatian anggota untuk berbelanja. Dengan metode ini koperasi diharapkan dapat bersaing di pasar modern suatu saat nanti.

Kata Kunci: Bisnis Ritel, Omnichannel Marketing, Online Marketing

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang sangat besar peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih dan karunia yang diberikanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Adapun penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat akademis dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis IKOPIN University.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, peneliti banyak menghadapi hambatan, namun berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat Bapak Dr. Ir. H Indra Fahmi, M.P selaku Dosen Pembimbing utama yang tidak pernah lelah memberikan banyak waktu untuk membimbing dan memberi semangat pada peneliti dan mengoreksi laporan ini selama proses penyusunan.
2. Dr. H. Sugiyanto, SE., M.Sc selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah banyak memberikan saran dan motivasi dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Drs. Dadan Hamdani, MM selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah memberikan masukan, arahan dan nasihat kepada penulis.
4. Prof. Agus Pakpahan, Ph.D selaku Rektor IKOPIN University
5. Dr. Ami Purnamawati Dra M. Si selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen
6. Yang terhormat kepada seluruh dosen IKOPIN University yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna selama penulis menempuh Pendidikan.

7. Staf Program Studi Sarjana Manajemen yang sangat membantu proses belajar penulis selama mengikuti perkuliahan di Universitas Koperasi Indonesia.
8. Seluruh pengurus, pengawas, karyawan dan anggota di Koperasi Karyawan Len atas kesempatan, baik informasi dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
9. Keluarga besarku yang telah memberikan banyak dukungan dan doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sangat baik dan tepat pada waktunya.
10. Komsel Beton : Teman-teman yang terus memberikan *support* dan doa Bersama setiap minggunya. Nadia, Stella, Aileen, Yohan, Evelyn.
11. Sahabat ku Felix Reynaldi, Alviani, Syahvitri, Fransiska, Zakiyah, Aulia, Indah dan Silky Stock gang yang selalu menyemangati dan memberikan hiburan semasa perkuliahan.
12. Semua pihak yang belum disebutkan yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Namun peneliti sadar akan keterbatasan, ketidak lengkapan serta kekeliruan yang mungkin ada dalam penyusunan laporan penelitian ini. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Harapan penulis semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya dan masyarakat umum.

Dan dengan segala kerendahan hati semoga Tuhan membalas semoga kebaikan dari semua pihak-pihak yang telah membantu dalam menyusun thas akhir ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jatinangor, 4 September 2023

Putri Meillisa Haqua

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	2
ABSTRACT	2
ABSTRAK	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.2 Identifikasi Masalah	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.3.1 Maksud Penelitian	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.4 Kegunaan Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.4.1 Aspek Teoritis.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.4.2 Aspek Praktis	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1 Pendekatan Masalah.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.3 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.4 Pendekatan Bisnis Ritel	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.5 Pendekatan Volume Penjualan.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

2.1.6 Pendekatan Strategi Pemasaran Omnichannel	Error! Bookmark not defined.
2.2 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Data yang Diperlukan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukanya	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Jadwal Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III KEADAAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.1 Keadaan Umum Organisasi	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Struktur Keorganisasian Koperasi	Error! Bookmark not defined.
3.2 Keanggotaan Koperasi	Error! Bookmark not defined.
3.3 Keanggotaan Usaha Dan Permodalan koperasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Keanggotaan Usaha Koperasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Permodalan Koperasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Implementasi Jati Diri Koperasi	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.1 Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2 Konsisi Pemasaran Yang Dilakukan Kopkarlen Pada Saat Ini	Error! Bookmark not defined.
4.3 Penerapan omnichannel marketing pada bisnis ritel Kopkarlen	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA *Error! Bookmark not defined.*

LAMPIRAN *Error! Bookmark not defined.*

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Penjualan Unit Pertokoan Kopkarlen Tahun 2018-2022**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 2. 1 Penjualan Berhubungan Dengan 4C Pelanggan.....**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 2. 2 Tabel perbedaan Omnichannel dan Multichannel**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 Data Karyawan dan Jabatan pada Koperasi Karyawan PT LEN

(persero).....**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 3. 2 Perkembangan Anggota Koperasi Karyawan LEN Tahun**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Simpan Pinjam Kopkar LEN**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 3. 4 Pendapatan dari Unit Pelayanan Jasa Bisnis**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 5 Pendapatan Unit Ritel Pertokoan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Perkembangan Permodalan Koperasi Karyawan LEN**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 Perkembangan Rasio Likuiditas Kopkar LEN Tahun 2018 - 2022**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Perkembangan Rasio Leverage Kopkar LEN Tahun 2018 -2022**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 9 Perkembangan Rasio Profitabilitas Kopkar LEN Tahun 2018 - 2022**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 3. 10 Implementasi Definisi Koperasi di Koperasi Karyawan LEN**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 11 Impelementasi Nilai-Nilai Koperasi di Koperasi Karyawan LEN**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 12 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi pada Koperasi Karyawan LEN**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 1 Produk yang Dijual pada Kopkarlen.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 2 Perbandingan Belanja Online dan Offline**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Penjualan Unit Pertokoan Kopkarlen Tahun 2018-2022 **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Koperasi Karyawan PT LEN (Persero).....**Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 4. 2 Katalog produk pada marketplace.....**Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 4. 3 Deskripsi Detail Setiap Produk**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 4 Katalog Pada Instagram dan Deskripsi Produk**Error! Bookmark not defined.**