

PERAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus pada Unit Usaha Kantin & Catering Koperasi Keluarga Besar
Rumah Sakit Al-Islam Amanah Bandung)

Disusun oleh :

NISA SAPUTRI

C1190143

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Peran Promosi Melalui Media Sosial Dalam Upaya
Meningkatkan Volume Penjualan
(Studi Kasus pada Unit Usaha Kantin & Catering Koperasi
Keluarga Besar Rumah Sakit Al-Islam Amanah Bandung)

Nama : Nisa Saputri

NRP : C1190143

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Program Studi S1 Manajemen

Dr. Heri Nugraha., SE. M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nisa Saputri

NRP : C1190143

Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 23 Januari 2001

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Peran Promosi Melalui Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus pada Unit Usaha Kantin & Catering Koperasi Keluarga Besar Rumah Sakit Al-Islam Amanah Bandung” adalah benar pekerjaan saya sendiri. Apabila terbukti melanggar, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan kepada saya (sesuai dengan PERMENDIKNAS nomor 17 tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan plagiat di perguruan tinggi).

Jatinangor, 2023

Nisa Saputri

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kota Bandung pada tanggal 23 Januari 2001. Merupakan anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sambas dan Ibu Rosmiatin, S.Pd. Riwayat Pendidikan yang di tempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2013 lulus dari SDN Sukakarya, Kota Bandung.
2. Tahun 2016 lulus dari SMPN3 Rancaekek, Kabupaten Bandung.
3. Tahun 2019 lulus dari SMAN 1 Rancaekek, Kabupaten Bandung.
4. Tahun 2019 penulisan skripsi ini, penulis merupakan mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University) di Jatinangor, Jawa Barat. Dengan Program Studi Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran.

ABSTRACT

Nisa Saputri, 2023. The Role of Social Media Promotion in an Effort to Increase Sales Volume (Case Study at the Canteen & Catering Business Unit of the Big Family Cooperative of Al-Islam Amanah Hospital Bandung), under the guidance of Ami Purnamawati.

The rapid development of technology takes quite a lot of roles in helping launch a product or service, one of which is by utilizing increasingly sophisticated social media such as Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, and Tiktok, which until now has been widely used by companies and organizations to be a means of marketing the products or services they offer. KKB RSAI Amanah is one of the cooperatives that markets its products through social media, namely Instagram.

This study aims to find out how efforts must be made by cooperatives in order to increase sales volume through the role of social media marketing in the 4C, namely Context, Communication, Collaboration, and Connection. The research method used is the case stufi method.

The results showed that the role of social media KKB RSAI Amanah was good and expected to increase sales volume. This can be done by maintaining and continuously improving performance that feels good, then making the design and caption more attractive and informative.

Keywords: Promotion, Social Media, Sales Volume

ABSTRAK

Nisa Saputri, 2023. Peran Promosi Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Unit Usaha Kantin & Catering Koperasi Keluarga Besar Rumah Sakit Al-Islam Amanah Bandung), di bawah bimbingan Ami Purnamawati.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengambil cukup banyak peran dalam membantu meluncurkan sebuah produk atau jasa, di mana salah satunya dengan memanfaatkan media sosial yang semakin canggih seperti Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, dan Tiktok, yang sampai saat ini banyak sekali dimanfaatkan oleh perusahaan maupun organisasi untuk menjadi sarana memasarkan produk atau jasa yang ditawarkannya. KKB RSAI Amanah menjadi salah satu Koperasi yang melakukan pemasaran produknya melalui media sosial yaitu Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya yang harus dilakukan koperasi agar dapat meningkatkan volume penjualan melalui peran media sosial *marketing* nya dalam 4C yaitu *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran media sosial KKB RSAI Amanah sudah baik dan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mempertahankan serta terus menerus meningkatkan performa yang dirasa sudah baik, kemudian membuat desain dan *caption* lebih menarik serta informatif.

Kata Kunci: Promosi, Media Sosial, Volume Penjualan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan nikmat sehat lahir batin sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Promosi Melalui Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan” yang menjadi salah satu syarat untuk menempuh dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia. Akhirnya, setelah melewati berbagai kendala dan menyadari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, penulis berhasil menyelesaikan laporan akhir skripsi ini dengan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak atas dukungan, doa, dan semangatnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

1. Yang terhormat, Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, pengetahuan serta saran untuk kesempurnaan penulisan skripsi.
2. Yang terhormat, Bapak Drs. H. Wahyudin, M.Ti selaku dosen penelaah koperasi.
3. Yang terhormat, Ibu Dra. Ucu Nurwati selaku dosen penelaah konsentrasi.

4. Bapak Prof. Agus Pakpahan, Ph. D selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia
5. Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia
6. Yang terhormat, Bapak/Ibu Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat serta didikannya selama masa perkuliahan.
7. Yang terhormat, seluruh staff serta karyawan Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan pelayanan dengan baik selama perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi.
8. Yang terhormat, seluruh pengurus, karyawan dan pengawas Koperasi Keluarga Besar RS Al-Islam Amanah Bandung.
9. Untuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini dan mampu berada di titik ini.
10. Kepada keluarga saya ayah, ibu dan kakak, orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terima kasih untuk semua do'a dan dukungan sehingga saya bisa berada di titik ini.
11. Keluarga penulis yaitu eyang, tante dan lainnya yang selalu memberikan semangat dan selalu memberikan doa yang tiada hentinya.

12. Kepada Rizky Fadlillah , seorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat terhadap saya. Terima kasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
13. Sahabat terdekat saya, yang terdiri dari Astria, Ayala dan Kirta yang selalu mensupport dalam segala hal dan selalu menemani dalam semua keadaan baik sedih maupun senang.
14. Teman - teman Pejuang Skripsi, yang terdiri dari Puput, Mardhotillah, Rianti , Juju dan Shelma yang juga selalu memberikan semangat dalam segala hal.
15. Kepada Putri Fatma, yang telah menjadi teman seperjuangan saya dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
16. Sahabat Cherrybelle yang terdiri dari Alya, Indah, Lulu, Juju, Puput, Nica, Nida dan Nujul selaku sahabat yang sudah bersama-sama selama 3 tahun ini dan menjadi teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi ini.
17. Teman - teman praktik lapang Agista, Novita dan Cupi yang selalu memberikan motivasi dan doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Jatinangor, Agustus 2023

Nisa Saputri

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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 Aspek Teoritis.....	12
1.4.2 Aspek Praktis	13
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	14
2.1 Pendekatan Masalah.....	14
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	14
2.1.2 Pendekatan Manajemen Pemasaran	25
2.1.3 Pendekatan Promosi	28
2.1.3.1 Pendekatan Bauran Promosi	28
2.1.4 Pendekatan Volume Penjualan	33
2.2 Metode Penelitian	36
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	36

2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	36
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	38
2.2.4 Teknik Pengumpulan data	39
2.2.5 Analisis Data.....	40
2.2.6 Tempat Penelitian	43
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	44
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	45
3.1 Keadaan Umum KKB RSAI Amanah.....	45
3.1.1 Sejarah Terbentuknya KKB RSAI Amanah.....	45
3.1.2 Struktur Organisasi KKB RSAI Amanah.....	47
3.2 Keanggotaan KKB RSAI Amanah Bandung.....	56
3.2.1 Prosedur Menjadi Anggota KKB RSAI Amanah.....	57
3.2.2 Kewajiban dan Hak Anggota KKB RSAI Amanah	58
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan KKB RSAI Amanah	59
3.3.1 Kegiatan Usaha KKB RSAI Amanah	59
3.3.2 Keadaan Permodalan KKB RSAI Amanah.....	61
3.3.3 Keadaan Keuangan KKB RSAI Amanah	63
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi	67
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi	67
3.4.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	69
3.4.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Identitas Responden	73
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	73
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Media Sosial yang diketahui	74
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Media Sosial yang diikuti.....	75
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Media Sosial yang disarankan	76
4.2 Pemanfaatan Media Sosial oleh KKB RSAI Amanah.....	77
4.3 Tanggapan dan Harapan anggota terhadap Peran Media Sosial KKB RSAI Amanah.....	78

4.2.1 Tanggapan Anggota Mengenai Peran Media Sosial KKB RSAI Amanah	79
4.2.1 Harapan Anggota Mengenai Peran Media Sosial KKB RSAI Amanah	85
4.2.2 Diagram Kartesius	94
4.3 Upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan melalui pemanfaatan Media Sosial	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Saran-Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	102