

**ANALISIS PELAKSANAAN *DIGITAL MARKETING* BERBASIS
APLIKASI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME
TRANSAKSI**

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan Dan
Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, Majalaya)

Disusun Oleh :

**Aulia Salzabil
C1190096**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc



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

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pelaksanaan *Digital Marketing* Berbasis Aplikasi
Dalam Upaya Meningkatkan Volume Transaksi (Studi Kasus
Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan
Dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, Majalaya)

Nama Mahasiswa : Aulia Salzabil

Nomor Pokok : C1190096

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing

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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Aulia Salzabil, lahir pada tanggal 05 Mei 2001 di Bandung, Jawa Barat. Merupakan anak kedua dari Bapak Setyawan Tri Haryanto dan Ibu Yustina Maryani.

Adapun riwayat pendidikan formal dan pengalaman organisasi yang telah ditempuh, sebagai berikut:

1. Pendidikan Formal:

- Tahun 2013 menyelesaikan Pendidikan di SDN Abdi Negara
- Tahun 2016 menyelesaikan Pendidikan di SMPN 3 Rancaekek
- Tahun 2019 Menyelesaikan Pendidikan di SMAN 1 Rancaekek
- Tahun 2019 hingga saat ini peneliti tercatat sebagai mahasiswa di Institut Manajemen Koperasi Indonesia yang sekarang berubah menjadi Universitas

2. Pengalaman Organisasi:

- Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Koperasi Indonesia, sebagai:
 - a) Koordinator Bendahara Kegiatan (2020-2021)
 - b) Kepala Biro Keuangan (2021-2022)
- Pengurus IKOPIN Badminton Club sebagai anggota Divisi Kominfo (2020-2021)
- Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa IKOPIN Football Club

ABSTRACT

Aulia Salzabil, 2023. *Analysis of the Implementation of Application-Based Digital Marketing in an Effort to Increase Transaction Volume (Case Study at the Kamola Employee and Former Employee Consumer Cooperative Trading Business Unit (KKMK), Majalaya). Under the guidance of H. Gijanto Purbo Suseno.*

This study explains 2 (two) variables, namely digital marketing and transaction volume. The purpose of this study is to determine the implementation of digital marketing, members' responses and expectations to the implementation of digital marketing, factors that make members reluctant to use the application, and what efforts need to be made by the cooperative.

The research method used in this research is the case study method, a method that solves actual problems by searching and collecting data and then compiled systematically then the data obtained is analyzed descriptively and conclusions are drawn. The analysis design used in this study is using cartesian diagrams with scoring techniques.

Based on research results from interviews and questionnaires conducted to management, employees, and members. It can be concluded that the implementation of application-based digital marketing still needs to be improved in terms of information delivery media, product promotion, quick response to members, and ease of shopping in large quantities through the KKMK Mobile application.

Keywords: Digital Marketing, Application, Transaction Volume.

ABSTRAK

Aulia Salzabil, 2023. Analisis Pelaksanaan *Digital Marketing* Berbasis Aplikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Transaksi (Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, Majalaya). Di bawah bimbingan H. Gijanto Purbo Suseno.

Penelitian ini menjelaskan tentang 2 (dua) variabel, yaitu *digital marketing* dan volume transaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *digital marketing*, tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan *digital marketing*, faktor yang membuat anggota enggan menggunakan aplikasi, dan upaya apa yang perlu dilakukan oleh pihak koperasi.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus, suatu metode yang memecahkan masalah aktual dengan mencari dan mengumpulkan data lalu disusun secara sistematis kemudian data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dan diambil kesimpulan. Rancangan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan diagram kartesius dengan teknik skoring.

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara dan kuisioner yang dilakukan kepada pengurus, karyawan, dan anggota. dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan *digital marketing* berbasis aplikasi ini masih perlu ditingkatkan dari segi media penyampaian informasi, promosi produk, kecepatan tanggapan merespon anggota, dan kemudahan berbelanja dalam jumlah banyak melalui aplikasi KKMK *Mobile*.

Kata Kunci: Digital Marketing, Aplikasi, Volume Transaksi.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu guna melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia dengan judul “Analisis Pelaksanaan Digital Marketing Berbasis Aplikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Transaksi” pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, Majalaya.

Sepenuhnya peneliti menyadari terdapat banyak kekurangan serta kelemahan yang melekat pada diri peneliti. Namun berkat dorongan dan dukungan dari berbagai pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan isi skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini, sudah sepantas dan sepatutnya peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga terutama kepada Ayah dan Ibu (Bapak Setyawan Tri Haryanto dan Ibu Yustina Maryani), serta Kakak Canadia Ravelita yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan do'a terbaik yang tak pernah terganti. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, panjang umur, karunia dan keberkahan di dunia maupun akhirat nanti atas budi baik yang telah diberikan.

Selanjutnya penghargaan dan terimakasih tinggi juga peneliti sampaikan sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya dalam membantu memberikan arahan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Yang terhormat, Bapak Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan arahan berupa kritik dan saran membangun kepada peneliti agar dapat menyempurnakan skripsi ini.
3. Yang terhormat, Bapak Drs. H. Iwan Mulyana, SE., M.Si selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan arahan berupa kritik dan saran membangun kepada peneliti agar dapat menyempurnakan skripsi ini.
4. Yang terhormat, seluruh dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan banyak sekali ilmu serta pengetahuan bermanfaat yang tak ternilai.
5. Seluruh civitas akademika Universitas Koperasi Indonesia yang telah membantu kelancaran jalannya proses perkuliahan untuk seluruh mahasiswa, khususnya kepada peneliti.
6. Seluruh pengurus dan karyawan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, Majalaya. Khususnya kepada Bapak Endang dan Bapak Nanda yang telah membantu peneliti dalam pengumpulan data dan meluangkan waktunya untuk memberikan informasi kepada peneliti.
7. Teman-teman terbaik selama masa perkuliahan Ni Komang Tri Susilawati (Uci), Annisa Fitriani (Holiday), Widia Nur Padilah, Ahcsanah (Ace), dan Mutiara Suci Rahayu yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan

mendengarkan keluh kesah peneliti selama ini. Serta segala momen seru yang sudah peneliti lalui bersama kalian

8. Teman peneliti Chairul Abadi dan Achmad Sobir yang telah menjadi teman yang baik semasa kuliah
9. Kepada teman seperbimbingan Andini Mentari dan Daud Maulana yang telah besama-sama melakukan bimbingan dengan semangat
10. Teman-teman terbaik peneliti di luar sana Natasya Syaharani Putri, Nabilla Hafizta Wafaa, Indah Hanif Maharani, Fadila Candra Umairoh, Devi Nuryanti, dan Nova Novianti Nurjanah yang sudah selalu ada
11. Kepada keluarga besar HIMA MANAJEMEN atas segala cerita kebersamaan dan pengalaman yang tak terlupakan
12. Kepada rekan-rekan HIMA MANAJEMEN angkatan 19
13. Kepada *partner* kerja peneliti selama dua periode di HIMA MANAJEMEN Fransisca
14. Dan yang terakhir kepada semua orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu karena telah hadir di kehidupan peneliti.

Jatinangor, 2023

Aulia Salzabil

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.3.1 Maksud Penelitian.....	15
1.3.2 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Aspek Teoritis.....	16
1.4.2 Aspek Praktis	16
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	17
2.1 Pendekatan Masalah.....	17
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	17
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	31
2.1.3 Pendekatan <i>Digital Marketing</i>	34
2.1.4 Pendekatan Volume Transaksi.....	40
2.1.5 Pendekatan Keputusan Pembelian	41
2.2 Metode Penelitian	43
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	43

2.2.2	Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	43
2.2.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya	46
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
2.2.5	Analisis Data.....	48
2.2.6	Tempat Penelitian	53
2.2.7	Jadwal Penelitian	53
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		55
3.1	Keadaan Umum Organisasi	55
3.1.1	Sejarah Berdirinya Koperasi KKMK Kamola	55
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi KKMK Kamola	56
3.2	Keadaan Umum Wilayah Kerja Koperasi KKMK Kamola.....	67
3.2.1	Keadaan Fisik dan Geografis.....	67
3.2.2	Keadaan Sosial.....	68
3.2.3	Keadaan Ekonomi.....	68
3.3	Kegiatan Usaha Koperasi KKMK Kamola	68
3.3.1	Unit Simpan Pinjam.....	69
3.3.2	Unit Usaha Perdagangan.....	71
3.3.3	Unit Usaha Pembayaran Listrik	72
3.4	Keadaan Permodalan dan Keuangan Koperasi KKMK Kamola	72
3.4.1	Permodalan	72
3.5	Keadaan Keuangan Koperasi KKMK Kamola	73
3.5.1	Rasio Likuiditas	74
3.5.2	Rasio Solvabilitas	75
3.5.3	Rasio Rentabilitas	77
3.6	Implementasi Jati Diri Koperasi KKMK Kamola	78
3.6.1	Penerapan Definisi Koperasi	79
3.6.2	Penerapan Nilai-Nilai Koperasi	80
3.6.3	Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi	81

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Profil Responden Koperasi KKMK Kamola	83
4.2 Pelaksanaan <i>Digital Marketing</i> Berbasis Aplikasi Koperasi KKMK Kamola	84
4.3 Hasil Penilaian dan Harapan Anggota Koperasi KKMK Kamola Terhadap	
Pelaksanaan <i>Digital Marketing</i> Berbasis Aplikasi	86
4.3.1. <i>Incentive Program</i>	86
4.3.2. <i>Site Design</i>	88
4.3.3. <i>Cost</i>	90
4.3.4. <i>Interactive</i>	91
4.3.1. Rekapitulasi Penilaian Terhadap Pelaksanaan/Kenyataan Pelaksanaan	
dan Kepentingan/Harapan <i>Digital Marketing</i> Berbasis Aplikasi Pada	
Koperasi KKMK Kamola	93
4.4 Faktor-Faktor Yang Membuat Anggota Enggan Melakukan Transaksi	
Melalui Aplikasi KKMK <i>Mobile</i>	96
4.5 Upaya Apa Saja Yang Harus Dilakukan Koperasi KKMK Kamola Majalaya	
Dalam Meningkatkan Volume Transaksi Melalui <i>Digital Marketing</i> Berbasis	
Aplikasi KKMK <i>Mobile</i>	97
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Simpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi KKMK Kamola Majalaya	9
Tabel 1. 2 Rencana dan Realisasi Pendapatan Unit Usaha Perdagangan	9
Tabel 1. 3 Volume Transaksi Unit Usaha Perdagangan KKMK Mart Di Koperasi KKMK Kamola Majalaya	10
Tabel 3. 1 Keadaan Jumlah Anggota Koperasi KKMK Kamola Tahun 2018-2022 ..	66
Tabel 3. 2 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Koperasi KKMK Kamola 2018-2022 ...	69
Tabel 3. 3 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Simpan Pinjam Koperasi KKMK Kamola Tahun 2018-2022.....	70
Tabel 3. 4 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Perdagangan Tahun 2018-2022 ..	71
Tabel 3. 5 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Pembayaran Listrik Tahun 2018- 2022	72
Tabel 3. 6 Perkembangan Permodalan Koperasi KKMK Kamola Tahun 2018-2022	73
Tabel 3. 7 Standar Penilaian Rasio Likuiditas	74
Tabel 3. 8 Rasio Likuiditas Koperasi KKMK Kamola Tahun 2018-2022	75
Tabel 3. 9 Standar Penilaian Rasio Solvabilitas.....	76
Tabel 3. 10 Rasio Solvabilitas Koperasi KKMK Kamola Tahun 2018-2022.....	76
Tabel 3. 11 Standar Penilaian Rasio Rentabilitas	77
Tabel 3. 12 Rasio RentabilitasKoperasi KKMK Kamola Tahun 2018-2022.....	78
Tabel 3. 13 Penerapan Definisi Koperasi di Koperasi KKMK Kamola	79
Tabel 3. 14 Penerapan Nilai-Nilai Koperasi Di Koperasi KKMK Kamola	80

Tabel 3. 15 Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Di Koperasi KKMK Kamola	81
Tabel 4. 1 Identitas Responden Penelitian	83
Tabel 4. 2 Hasil Penilaian Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Incentive Program	87
Tabel 4. 3 Harapan Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Incentive Program	88
Tabel 4. 4 Hasil Penilaian Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Site Design	88
Tabel 4. 5 Harapan Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Site Design.....	89
Tabel 4. 6 Hasil Penilaian Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Cost	90
Tabel 4. 7 Harapan Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Cost.....	91
Tabel 4. 8 Hasil Penilaian Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Interactive	92
Tabel 4. 9 Harapan Anggota Mengenai Pelaksanaan Sub-Variabel Interactive	92
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Penilaian Pelaksanaan dan Harapan Pelaksanaan Digital Marketing Berbasis Aplikasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi KKMK <i>Mobile</i>	8
Gambar 1. 3 Rentang Usia Anggota Koperasi KKMK Kamola	12
Gambar 2. 1 Peran Timbal Balik Antara Dimensi-Dimensi Koperasi.....	25
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Koperasi KKMK Kamola <i>Sumber : Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola</i>	57
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Yang Dianjurkan	58
Gambar 4. 1 Hasil Perhitungan Identifikasi Masalah 2 dalam Diagram Kartesius.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner	104
Lampiran 2 Hasil Kuisiner Tanggapan	108
Lampiran 3 Hasil Kuisiner Harapan	109
Lampiran 4 Neraca Koperasi KKMK Kamola Tahun 2022	110
Lampiran 5 Data Transaksi Unit Usaha Perdagangan	111
Lampiran 6 Kegiatan Internal Koperasi KKMK Kamola	112
Lampiran 7 Program Kegiatan Sosial Koperasi KKMK Kamola Untuk Anggota ...	113
Lampiran 8 Badan Hukum Koperasi Sesuai AD ART	114
Lampiran 9 Dokumentasi Pendidikan Perkoperasian Koperasi KKMK Kamola	115
Lampiran 10 Rapat Anggota Tahunan Koperasi KKMK Kamola	116
Lampiran 11 Kegiatan Sosial Untuk Anggota Yang Terdampak Covid-19	116
Lampiran 12 Dokumentasi	116