

**PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN DAYA SAING KOPERASI**

(Studi Kasus Pada Unit Penjualan dan Pelatihan Gerabah Kopinkra Setya Bawana
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)

Disusun oleh:

NI KOMANG TRI SUSILAWATI

C1190094

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perancangan Promosi Digital Dalam Upaya Meningkatkan
Daya Saing Koperasi
Nama : Ni Komang Tri Susilawati
NRP : C1190094
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan mengesahkan,
Pembimbing

Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Komang Tri Susilawati

NRP : C1190094

Tempat Tanggal Lahir : Bandung, 23 Oktober 2000

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul “Perancangan Promosi Digital Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Koperasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia.

Bandung, Agustus 2023

Ni Komang Tri Susilawati
C1190094

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bandung pada tanggal 23 Oktober 2000 sebagai anak ke-3 dari pasangan Bapak I Ketut Soden dan Ibu Supadmi. Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Negeri 26 Bandung dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia. Selama mengikuti program S-1, penulis aktif di organisasi Himpunan Mahasiswa Manajemen FEB dan Ikopin Badminton Club.

ABSTRACT

NI KOMANG TRI SUSILAWATI, 2023. *Digital Promotion Design in Efforts to Increase Cooperative Competitiveness. Case Study in the Setya Bawana Pottery Sales and Training Unit for the Craft Industry Cooperative, under the guidance of H. Nurhayat Indra.*

The Setya Bawana Handicraft Industry Cooperative is one of the cooperatives located in Kasongan Tourism Village, Bantul, D.I. Yogyakarta. In carrying out its business activities, there are three pottery business units managed, namely the Pottery Sales Unit, Pottery Training and Raw Material Suppliers. The problem faced by Kopinkra Setya Bawana is the decline in the competitiveness of cooperatives due to the fact that many competitors are starting to run businesses in similar fields and carry out their promotions intensively through digital media.

The purpose of this research is to obtain information on promotional activities carried out by Kopinkra Setya Bawana and to design digital promotions in an effort to increase the competitiveness of cooperatives. This study uses a problem approach with cooperative theories, business management, promotion, digital marketing, competitiveness and design concepts.

The method used in this research is a case study, the data obtained is analyzed descriptively. The results of data processing obtained by interviews, questionnaires, observations, literature studies, internet exploration were analyzed descriptively. By using a Likert scale, the author can measure indicators of cooperative competitiveness which must be improved through designing digital promotions.

The results of the study show that promotional activities at Kopinkra Setya Bawana are still not good, so it needs to be improved by designing promotions that are carried out digitally in order to increase competitiveness, so that cooperatives can compete with existing competitors.

Keywords: Promotion Design, Digital Promotion, Competitiveness.

ABSTRAK

NI KOMANG TRI SUSILAWATI, 2023. Perancangan Promosi Digital Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Koperasi. Studi Kasus Pada Unit Penjualan dan Pelatihan Gerabah Koperasi Industri Kerajinan (Kopinkra) Setya Bawana, di bawah bimbingan H. Nurhayat Indra.

Koperasi Industri Kerajinan Setya Bawana merupakan salah satu koperasi yang terletak di Desa Wisata Kasongan, Bantul, D.I. Yogyakarta. Dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, terdapat tiga unit usaha gerabah yang dikelola yaitu Unit Toko Penjualan Gerabah, Pelatihan Gerabah dan Penyedia Bahan Baku. Permasalahan yang dihadapi Kopinkra Setya Bawana yaitu menurunnya daya saing koperasi yang disebabkan karena mulai banyaknya kompetitor yang menjalankan usaha di bidang serupa dan melaksanakan promosinya dengan gencar melalui media digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kopinkra Setya Bawana serta merancang promosi secara digital dalam upaya meningkatkan daya saing koperasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan masalah dengan teori-teori perkoperasian, manajemen bisnis, promosi, pemasaran digital, daya saing dan konsep perancangan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif. Hasil pengolahan data yang diperoleh wawancara, kuesioner, observasi, studi pustaka, eksplorasi internet dianalisis secara deskriptif. Dengan menggunakan skala likert, penulis dapat mengukur indikator-indikator daya saing koperasi yang harus ditingkatkan melalui perancangan promosi digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi di Kopinkra Setya Bawana masih kurang baik sehingga perlu ditingkatkan lagi dengan merancang promosi yang dilakukan secara digital agar mampu meningkatkan daya saing, sehingga koperasi dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada.

Kata Kunci: Perancangan Promosi, Promosi Digital, Daya Saing

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesempatan sehingga skripsi dengan judul “Perancangan Promosi Digital Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Koperasi (Studi Kasus Pada Unit Penjualan dan Pelatihan Gerabah Kopinkra Setya Bawana)” dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia.

Penulis menyadari terdapat kekurangan serta kelemahan yang melekat pada diri penulis. Namun, adanya keterbatasan dan kekurang ini tidak menghalangi semangat penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Laporan penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya doa, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih penulis kepada:

1. Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, kritik dan saran selama proses pengerjaan skripsi.
2. Dr. Rima Elya Dasuki, S.E., M.Sc selaku dosen penguji koperasi.
3. Dr. Dandan Irawan, S.E., M.Sc selaku dosen penguji konsentrasi.
4. Seluruh dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.

5. Staff Administrasi, sekretariat dan karyawan/karyawati perpustakaan Universitas Koperasi Indonesia atas pelayanannya yang baik selama ini.
6. Bapak Timbul Raharjo, Bapak Heru Siswanto, Ibu Sunarsih dan Ibu Rokhani selaku pengurus dan karyawan Kopinkra Setya Bawana yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian dan memberikan segala bentuk informasi yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, restu dan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
8. Ni Wayan Sutami dan Ni Made Sundari Septiani, kedua kakak yang penulis sayangi yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Sintia, Diwanie, Erin, Kamelia, Geizka, Nisa, Mega dan Dhianya selaku sahabat penulis semasa SMA yang selalu memberikan dukungan satu sama lain untuk dapat menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.
10. Aulia, Tiara dan Chairul selaku sahabat penulis sejak 2019 yang hingga saat ini selalu saling memberikan hiburan, dukungan, bantuan dan doa satu sama lain agar dapat lulus bersama-sama.
11. Widia, Ahcsanah, Annisa, Nadia, Dea, Sobir dan Irham yang selalu memberikan dukungan dan mem-*follow up* kemajuan skripsi agar penulis dapat menyelesaikannya.
12. Regi Ludtriani, Fani Ainun, dan Putri Fatma Dewi selaku teman seperjuangan saat praktik lapang yang selalu memberikan hiburan, doa dan dukungan kepada penulis.

13. Keluarga Himpunan Mahasiswa Manajemen FEB IKOPIN University yang telah memberikan pengalaman organisasi yang sangat luar biasa selama 3 periode kepada penulis.
14. Keluarga IKOPIN Badminton Club yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat bergabung dalam waktu 1 periode.
15. Teman-teman Jabar Future Leaders Scholarship IKOPIN University 2020 yang telah berjuang bersama.
16. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
17. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan doa juga dukungan kepada penulis mulai dari awal sampai dengan penulisan skripsi ini selesai.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta balasannya yang berlipat ganda kepada yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Bandung, Agustus 2023

Ni Komang Tri Susilawati

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	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	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1. Maksud Penelitian.....	9
1.3.2. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	10
1.4.1. Aspek Teoritis	10
1.4.2 Aspek Praktis.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	12
2.1 Pendekatan Masalah.....	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	12
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	20
2.1.3 Pendekatan Promosi	24
2.1.4 Pendekatan Pemasaran Digital.....	28

2.1.5	Pendekatan Daya Saing	33
2.1.6	Konsep Perancangan.....	36
2.2	Metode Penelitian.....	42
2.2.1	Metode Penelitian yang Digunakan	42
2.2.2	Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	43
2.2.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya	45
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
2.2.5	Analisis Data	47
2.2.6.	Tempat/Lokasi Penelitian.....	55
2.2.7.	Jadwal Penelitian.....	55
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		56
3.1.	Keadaan Umum Organisasi	56
3.1.1.	Sejarah Terbentuknya Koperasi Industri Kerajinan Setya Bawana.....	56
3.1.2.	Struktur Organisasi Koperasi Industri Kerajinan Setya Bawana.....	57
3.2.	Keanggotaan Koperasi Industri Kerajinan Setya Bawana.....	60
3.3.	Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi Industri Kerajinan Setya Bawana	62
3.4.	Implementasi Jati Diri Koperasi Industri Kerajinan Setya Bawana	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		80
4.1.	Identitas Responden dan Informan.....	80
4.2.	Kegiatan Promosi yang saat ini dilakukan oleh Kopinkra Setya Bawana.....	81
4.3.	Tahapan rancangan promosi digital Kopinkra Setya Bawana	82

4.4. Tanggapan anggota dan karyawan Kopinkra Setya Bawana terhadap potensi peningkatan daya saing	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1. Simpulan	108
5.2. Saran	111
5.2.1. Saran Praktis	111
5.2.2. Saran Teoritis	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan, Pendapatan dan SHU Kopinkra Setya Bawana Tahun 2019-2022	3
Tabel 1. 2 Data Pesaing Unit Usaha Kopinkra Setya Bawana di Desa Wisata Kasongan, Bantul.....	5
Tabel 2. 1 Contoh Portofolio Bisnis.....	37
Tabel 2. 2 Contoh Rencana Pembuatan Video.....	41
Tabel 2. 3 Contoh Rencana Biaya Iklan.....	41
Tabel 2. 4 Operasionalisasi Variabel.....	44
Tabel 3. 1 Perkembangan Keanggotaan Kopinkra Setya Bawana Per 31 Desember 2018 s.d 2022.....	61
Tabel 3. 2 Permodalan Kopinkra Setya Bawana.....	65
Tabel 3. 3 Perkembangan Rasio Likuiditas Kopinkra Setya Bawana Periode 2018-2022	68
Tabel 3. 4 Perkembangan Rasio Solvabilitas Kopinkra Setya Bawana 2018-2022	69
Tabel 3. 5 Perkembangan Rasio Rentabilitas Kopinkra Setya Bawana 2018-2022	71
Tabel 3. 6 Perkembangan Rasio Aktiva Tetap Kopinkra Setya Bawana 2018-2022	72
Tabel 3. 7 Perkembangan Rasio Total Aktiva Kopinkra Setya Bawana 2018-2022	73
Tabel 3. 9 Implementasi Definisi Koperasi pada Kopinkra Setya Bawana	74
Tabel 3. 10 Implementasi Tujuan Koperasi pada Kopinkra Setya Bawana.....	75
Tabel 3. 11 Implementasi Prinsip-prinsip koperasi di Kopinkra Setya Bawana...	76
Tabel 3. 12 Implementasi Nilai-nilai Koperasi	77
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Status di Koperasi	80
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4. 4 Portofolio Bisnis Kopinkra Setya Bawana.....	82
Tabel 4. 5 Business Model Canvas (BMC) Kopinkra Setya Bawana.....	86

Tabel 4. 6 Rencana Pembuatan Iklan	91
Tabel 4. 7 Rencana Biaya Iklan	92
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Produk/Jasa Lebih Dikenal Luas	95
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Fungsionalitas dan Harga Produk Tidak Diragukan	96
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Peserta Pelatihan Bertambah	97
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Pelanggan Produk Gerabah Bertambah	97
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Tanggapan Atribut Produk/Jasa	98
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Komunikasi Antara Karyawan dengan Pelanggan	98
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden terhadap Akses Mudah bagi Pelanggan pada Informasi.....	99
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Tepat Waktu	100
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Tanggapan Hubungan Pelanggan.....	100
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pelanggan lebih tertarik dan terbujuk.....	101
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Kesan Baik dari Pelanggan.....	102
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Produk/Jasa Lebih Dipercaya Pelanggan	102
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Usaha Berkembang Lebih Lanjut	103
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan dan SHU Meningkat.....	103
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Tanggapan Citra dan Reputasi	104
Tabel 6. 1 Skor dan Kriteria Penilaian Setiap Indikator	54
Tabel 6. 2 Kriteria Indikator Tanggapan Anggota dan Karyawan terhadap Potensi Peningkatan Daya Saing	54
Tabel 6. 3 Pengukuran Untuk Indikator.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Peserta Unit Pelatihan Kopinkra Setya Bawana	5
Gambar 1. 2 Data Pengguna Internet di Indonesia	7
Gambar 2. 1 Contoh Business Model Canvas.....	39
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Kopinkra Setya Bawana.....	57
Gambar 3. 2 Pelatihan dan Edukasi Gerabah.....	62
Gambar 3. 3 Showroom atau Toko Kerajinan Kopinkra Setya Bawana.....	64
Gambar 3. 4 Perkembangan Modal Kopinkra Setya Bawana.....	65
Gambar 3. 5 Perbandingan antara modal sendiri dan modal asing	66
Gambar 3. 6 Perbandingan Aset Lancar dan Aset Tetap	67
Gambar 4. 1 Flyer Kopinkra Setya Bawana.....	90
Gambar 4. 2 Rancangan Feedback Pelanggan UPT Kopinkra Setya Bawana.....	93
Gambar 4. 3 Rancangan Website UPT Kopinkra Setya Bawana.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Observasi	115
Lampiran 2: Pedoman Wawancara	116
Lampiran 3: Hasil Wawancara 1	117
Lampiran 4: Hasil Wawancara 2	120
Lampiran 5: Kuesioner Penelitian	122
Lampiran 6: Hasil Kuesioner Penelitian	127
Lampiran 7: Keadaan Kopinkra Setya Bawana Bantul.....	128
Lampiran 8: Laporan Neraca dan Pendapatan Kopinkra Setya Bawana Tahun 2018-2022	129