

KOMUNIKASI PELAYANAN DIGITAL KOPERASI MELALUI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Kopmart Koperasi Mahasiswa Universitas Islam
Bandung)

Disusun oleh:

Putri Kinkin Azizah Hanum

C1210303

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan

Dosen Pembimbing:

Farida, SP., M.I.Kom



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

TAHUN 2025

KEPUASAN ANGGOTA KOMUNIKASI PELAYANAN DIGITAL KOPERASI MELALUI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Kopmart Koperasi Mahasiswa Universitas Islam
Bandung)

Disusun oleh:

Putri Kinkin Azizah Hanum

C1210303

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan



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

TAHUN 2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Komunikasi Pelayanan Digital Koperasi Melalui Instagram
Untuk Meningkatkan Kepuasan Anggota

Nama Mahasiswa : Putri Kinkin Azizah Hanum

Nomor Pokok : C1210303

Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan

Fakultas : Fakultas Ekonomi Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESEHAKAN

Dosen Pembimbing I



Farida, SP., M.IKom

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S-1 Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan Skripsi dengan judul **“Komunikasi Pelayanan Digital Koperasi Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Kepuasan Anggota”** 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 laporan skripsi ini.

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

Jatinangor, Agustus 2025

Putri Kinkin Azizah Hanum

C1210303

IKOPIN
University

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir pada tanggal 22 Juni 2003 di Bandung yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara dan merupakan kakak dari Khoirul Anam Asikin dari pasangan Bapak Sodikin dan Ibu Siti Khodijah. Adapun Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut:

1. TK Al-Azhar Rancaekek (2008 – 2009)
2. SD Negeri kencana Indah 1 (Tahun 2009 – 2015)
3. SMP Negeri 3 Rancaekek (Tahun 2015 – 2018)
4. SMK Bakti Nusantara 666 (Tahun 2018 – 2021)

Pada tahun 2021 penulis menjadi bagian dari mahasiswa Institut Manajemen Koperasi Indonesia yang pada tahun 2022 berubah menjadi Universitas Koperasi Indonesia, Program Studi S1 Manajemen. Selama masa-masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan sebagai berikut:

1. Volunteer KONGRES KM IKOPIN (2022 – 2023)
2. Tim Sosialisasi IKOPIN University
Anggota tim sosialisasi (2023-2024)
3. Tim Sosialisasi IKOPIN University
Anggota tim sosialisasi (2024-2025)

ABSTRACT

PUTRI KINKIN AZIZAH HANUM. 2025. Digital Communication Services Through Instagram to Increase Member Satisfaction. A Case Study of the Kopmart Business Unit of the Bandung Islamic University Student Cooperative, under the guidance of Farida.

The Bandung Islamic University Student Cooperative has several business units, one of which is Kopmart, which sells daily necessities. The problem faced by the Kopmart business unit is declining member participation in shopping, which is suspected to be caused by suboptimal digital communication services through social media, particularly Instagram. One-way communication and minimal interaction are factors that affect member satisfaction and comfort as customers.

This study aims to obtain an overview of the quality of digital communication services through Instagram, member satisfaction levels, and the relationship between the two. The approach used in this study refers to the theory of communication, digital services, and customer satisfaction in the context of cooperatives.

The method used is a case study, with data collection through questionnaires, interviews, observations, and literature review. The data were analyzed descriptively and statistically, using the Spearman Rank correlation test to examine the relationships between variables, and SERVQUAL analysis to identify dimensions of digital service communication that needed improvement.

The results showed a significant relationship between digital service communication via Instagram and member customer satisfaction. The communication dimension that needed the most attention was responsiveness, where members felt their information and interaction needs were not fully met.

Keywords: Digital Communication, Service, Member Satisfaction, Instagram, Student Cooperative

IKOPIN
University

ABSTRAK

PUTRI KINKIN AZIZAH HANUM. 2025. Komunikasi Pelayanan Digital Instagram Untuk Meningkatkan Kepuasan Anggota. Studi Kasus Pada Unit Usaha Kopmart Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung, di bawah bimbingan Farida.

Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung memiliki beberapa unit usaha, salah satunya adalah Kopmart yang bergerak di bidang perdagangan kebutuhan sehari-hari. Permasalahan yang dihadapi oleh unit usaha Kopmart adalah menurunnya partisipasi anggota dalam berbelanja, yang diduga disebabkan oleh kurang optimalnya pelayanan komunikasi digital melalui media sosial, khususnya Instagram. Komunikasi yang bersifat satu arah dan minim interaksi menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan dan kenyamanan anggota sebagai pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan komunikasi digital melalui Instagram, tingkat kepuasan anggota, serta hubungan antara keduanya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini Merujuk pada teori komunikasi, pelayanan digital, dan kepuasan pelanggan dalam konteks koperasi.

Metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, observasi, serta studi pustaka. Data dianalisis secara deskriptif dan statistik, menggunakan uji korelasi Rank Spearman untuk melihat hubungan antar variabel, serta analisis analisis ES-QUAL untuk mengidentifikasi dimensi komunikasi pelayanan digital yang perlu ditingkatkan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara komunikasi pelayanan digital melalui Instagram dengan kepuasan anggota sebagai pelanggan. Dimensi komunikasi yang paling perlu diperhatikan adalah daya tanggap (ketanggapan), di mana anggota merasa kebutuhan informasi dan interaksi mereka belum sepenuhnya terpenuhi.

Kata Kunci : Komunikasi Digital, Pelayanan, Kepuasan Anggota, Instagram, Koperasi Mahasiswa

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyusun usulan penelitian yang berjudul "**Komunikasi Pelayanan Digital Koperasi Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Kepuasan Anggota**" ini dengan baik. Usulan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya komunikasi pelayanan digital melalui platform Instagram dalam membangun dan meningkatkan kepuasan anggota terhadap layanan koperasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan hubungan antara koperasi dan anggotanya dapat terjalin lebih erat, adaptif, dan responsif terhadap kebutuhan informasi di era digital. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan strategi komunikasi digital koperasi di tengah persaingan serta dinamika organisasi yang semakin kompleks.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi Manajemen Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Koperasi Indonesia.

Usaha dan doa tidak lengkap rasanya tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya sebagai peneliti ingin mengungkapkan rasa hormat

dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penelitian penulis. Peneliti juga ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang dalam karena telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Farida, SP., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, sabar dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini serta selalu mengajarkan betapa pentingnya kita belajar menghargai penelitian ini.
2. Ibu Dra. Hj. Rosti Setiawati, M.Si selaku Dosen Penguji Koperasi atas masukan-masukan yang telah diberikan.
3. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku Dosen Penguji Konsentrasi atas masukan-masukan yang telah diberikan, serta menjadi salah satu dosen yang dimana dari sebelum penyusunan skripsi ini selalu mengingatkan bahwa “sekarang, kalian harus mulai keras sama diri sendiri” yang pada akhirnya makna kalimat itu sangat realistis diakhir penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku Dosen Penguji Koperasi atas masukanmasukan yang telah diberikan.
5. Bapak Rektor Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph.D., yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menempuh pendidikan di lingkungan Universitas Koperasi Indonesia. Semoga segala ilmu dan pengalaman yang penulis peroleh dapat menjadi bekal yang bermanfaat di masa depan.
6. Bapak Dr. Heri Nugraha, S.E, M.Si selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis.

7. Seluruh Dosen dan Karyawan dan Staff Ikopin UNIVERSITY umumnya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen yang telah membantu kelancaran penulis dalam menempuh studi.
8. Pengurus, karyawan, dan seluruh anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung atas kerjasama dan dengan begitu sabar serta baik hati telah mempermudah penelitian ini.
9. Keluarga tercinta atas segala bentuk dukungan yang diberikan, baik berupa semangat, arahan, bimbingan, bantuan materi, maupun kasih sayang yang tidak tergantikan. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada ayah, yang selalu memberikan Arahan dan dorongan untuk berani mencoba, belajar dengan sungguh-sungguh, serta selalu taat kepada Allah SWT. Kepada mama, yang mengajarkan pentingnya kasih sayang, kejujuran, serta sikap sopan dan ramah dalam berinteraksi dengan orang lain. Juga kepada adik, Khoirul Anam Asikin, yang meskipun lewat celotehnya, tetap menjadi sumber semangat dan dukungan bagi penulis.
10. Teman-teman yang tak ternilai harganya, Citra, Dhiya, Evi, Pica, Pika, Fitry, Key, Bils, Pralisa, Semem, Tepe, Tiara, Izul, yang selalu mensupport apapun walaupun kadang saran dan masukannya yang tidak masuk di akal, tapi saat situasi dan kondisi genting mereka selalu ada dan bisa diandalkan, maka dari itu penulis sangat berterimakasih hingga kapanpun.

11. Teman-teman yang tentunya sama-sama sedang berjuang untuk hal apapun itu, Najmi, Pia, Chinda, Nadira, dan Salma, Memey, Sherly yang selalu mengusahan hal kecil di tengah kesibukannya.
12. Teman-teman kelas Manajemen Kombip 2021 yang telah memberikan keseruan dan motivasi serta warna ceria baru kepada peneliti.
13. Teman-teman Praktik Lapang, Fahri, Mega, Juli, Upa, Nesta, Dan Taufik, yang telah memberikan pengalaman cukup berharga dan selalu mengusahakan hadir di moment yang cukup penting juga.
14. Kepada diri sendiri atas keteguhan, kesabaran dan semangat yang terus dijaga sepanjang penusunan skripsi. Perjalanan ini menjadi bukti bahwa keyakinan dan usaha tidak pernah sia-sia

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan.

Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan penelitian ini ke depannya.

Jatinangor, Agustus 2025

Putri Kinkin Azizah Hanum

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	16
DAFTAR LAMPIRAN	17
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	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	13
2.1 Pendekatan Masalah	13

2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	13
2.1.2 Pendekatan Manajemen	27
2.1.3 Pendekatan Manajemen Komunikasi	29
2.1.4 Pendekatan Komunikasi Digital	32
2.1.5 Pendekatan Komunikasi Pelayanan Digital	33
2.1.6 Pendekatan Persepsi	39
2.1.7 Pendekatan <i>E-Service Quality</i> (ES-QUAL)	41
2.1.8 Pendekatan Kepuasan Anggota	44
2.1.9 Penelitian Terdahulu	48
2.1.10 Kerangka Berfikir	49
2.2 Metode Penelitian	50
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	50
2.2.2 Data yang diperlukan (<i>Operasionalisasi Variable</i>)	50
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	52
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	54
2.2.5 Analisis Data	55
2.2.6 Tempat Penelitian	60
2.2.7 Jadwal Penelitian	60
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	62
3.1. Keadaan Umum Koperasi	62
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi	62
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi	68
3.2 Keanggotaan Koperasi.....	74

3.3 Kegiatan Usaha Dan Permodalan Koperasi	76
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi Pada Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung.....	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	90
4.1 Identitas Responden	90
4.2 Persepsi Anggota Terhadap Komunikasi Pelayanan Digital Yang Dilakukan Kopmart Melalui Instagram (Variabel X)	93
4.2.1 Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	94
4.2.2 Ketersediaan (<i>System Availability</i>)	96
4.2.3 Pemenuhan Janji Layanan (<i>Fulfillment</i>)	99
4.2.4 Privasi dan Keamanan (<i>Privacy</i>).....	101
4.3 Kepuasan Anggota Terhadap Pelayanan Digital Kopmart (Variable Y)	105
4.3.1 Kualitas Produk atau Layanan (<i>Product/Service Quality</i>)	105
4.3.2 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	108
4.3.3 Harga atau Biaya (<i>Price/Cost</i>)	111
4.3.4 Kemudahan Akses (<i>Convenience or Accessibility</i>)	113
4.3.5 Pengalaman Sebelumnya (<i>Past Experience</i>).....	116
4.3.6 Citra Institusi (<i>Corporate Image</i>)	118
4.4 Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada Komunikasi Pelayanan Digital	124
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Simpulan	130
5.2 Saran – Saran	131

DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Partisipasi Anggota dalam Transaksi di Kopmart Tahun 2021–2024	6
Tabel 1. 2 Data Perkembangan Omzet KOPMA UNISBA 2020-2024 (Rp)	7
Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu.....	48
Tabel 2. 2 Kerangka Berfikir	49
Tabel 2. 3 Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 2. 4 Kriteria Penilaian	57
Tabel 2. 5 Nilai Jawaban Dan Kriteria Penilaian	58
Tabel 2. 6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Persepsi Komunikasi Pelayanan Digital	58
Tabel 2. 7 Nilai Jawaban Dan Kriteria Penilaian Rekapitulasi Indikator Komunikasi Pelayanan Digital	59
Tabel 2. 8 Nilai Jawaban Dan Kriteria Penilaian Rekapitulasi Indikator Kepuasan Anggota	60
Tabel 2. 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kepuasan Anggota	60
Tabel 2. 10 Jadwal Penelitian	61
Tabel 3. 1 Total Anggota Yang Dilayani.....	77
Tabel 3. 2 Perkembangan Permodalan KOPMA UNISBA Tahun 2020-2024	77
Tabel 3. 3 Keadaan Aset KOPMA UNISBA	78

Tabel 3. 4 perkembangan likuiditas KOPMA UNISBA 2020-2024	79
Tabel 3. 5 Perkembangan Solvabilitas KOPMA UNISBA 2020-2024	80
Tabel 3. 6 Perkembangan Rentabilitas KOPMA UNISBA 2020-2024	81
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung Berdasarkan Usia.....	91
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	91
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Informasi Mudah Diakses.....	94
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kemudahan Proses Transaksi	96
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Akses Informasi Lancar	97
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Respon Komunikasi Cepat	98
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Informasi Layanan Sesuai Yang Di Janjikan	99
Tabel 4. 9 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pesan Digital Konsisten	100
Tabel 4. 10 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Komunikasi Pada	

pelayanan Digital Terpercaya	102
Tabel 4. 11 Tabel Rekapitulasi Variabel Persepsi Komunikasi Pelayanan	
Digital	103
Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kemudahan	
Mengakses Produk	106
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepuasan	
Anggota Terhadap Hasil Dari Inovasi Produk Baru	107
Tabel 4. 14 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kecepatan	
Merespon Keluhan	109
Tabel 4. 15 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keramahan	
Pengurus	110
Tabel 4. 16 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Biaya	
Layanan	111
Tabel 4. 17 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ketidakjelasan	
Biaya.....	112
Tabel 4. 18 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Jam Operasional	
Kopmart	114
Tabel 4. 19 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kesulitan	
Mengakses Layanan	115
Tabel 4. 20 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keberhasilan	
Mengatasi Masalah	116
Tabel 4. 21 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Penanganan	
masalah	117

Tabel 4. 22 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Institusi Yang	
Transparan Dan Akuntabel	119
Tabel 4. 23 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kebanggaan	
Keanggotaan	120
Tabel 4. 24 Tabel Rekapitulasi Variabel Kepuasan Anggota	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Anggota KOPMA UNISBA 2020 - 2024	5
Gambar 1. 2 Instagram dan <i>Direct Message</i> (DM) Kopmart	8
Gambar 1. 3 Data Pengguna sosial Media KOPMA Tahun 2024.....	10
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KOPMA UNISBA.....	68
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Yang Disarankan	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Struktur Organisasi Yang Disarankan.....	136
Lampiran 2 Kuesioner.....	137
Lampiran 3 Dokumentasi.....	140

