

**ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA**
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Di Koperasi Konsumen Mulia RSUD
Majalaya)

Disusun Oleh:

Vika Putrimas

C1210017

SKRIPSI

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

Dosen Pembimbing:

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan
Partisipasi Anggota
Nama : Vika Putrimas
NRP : C1210017
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing



Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua
Program Studi Manajemen


Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si
Dr. Aml Purnamawati, Dra., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vika Putrimas

NRP : C1210017

Tempat Tanggal Lahir : Sumedang, 01 Desember 2001

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul “Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi 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 akhir laporan skripsi ini.

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

Sumedang, Agustus 2025

Vika Putrimas

C1210017

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Sumedang pada tanggal 01

Desember 2001. Putri pertama, anak dari pasangan Bapak

Amilludin dan Ibu Imas Rodiah.

Pendidikan sekolah

menengah kejuruan (SMK) ditempuh di SMK Yadika

Tanjungsari Sumedang dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun

2021, penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S-1) Manajemen di

Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) dan pada tahun 2022 berubah

menjadi Universitas Koperasi Indonesia. Selama mengikuti program S-1, penulis

aktif di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Entrepreneur Business Center (EBC)

pada tahun 2021.

IKOPIN
University

ABSTRACT

VIKA PUTRIMAS. 2025. *Analysis of Promotional Mix in Increasing Member Participation. Case Study at the Trade Business Unit of the Consumer Cooperative Mulia RSUD Majalaya, Under the guidance of Shofwan Azhar Solihin.*

This study aims to analyze the effectiveness of the promotional mix in increasing member participation in the Trade Business Unit of the Consumer Cooperative Mulia RSUD Majalaya. The research background is based on fluctuating member participation and ineffective promotional strategies. The study focuses on evaluating how each element of the promotional mix (advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing) is applied, and how it affects member involvement as both owners and consumers.

The research method employs a descriptive quantitative and qualitative approach (mixed method). Data were collected through direct observation, interviews with cooperative managers and members, and distribution of questionnaires to selected respondents. The data were analyzed using tabulation and interpretation of promotional mix indicators and member participation metrics.

The findings show that the promotional mix is not optimally managed, especially in terms of utilizing broader digital media. Promotion through WhatsApp status only reaches limited members. Although Instagram and special events have been introduced, their impact remains limited. The study recommends developing more innovative and continuous promotional strategies that strengthen emotional and economic ties between the cooperative and its members.

Keywords : Promotional Mix, Member Participation, Cooperative

ABSTRAK

VIKA PUTRIMAS. 2025. Analisis aburan Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota. Studi Kasus Di Unit Usaha Perdagangan Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya, di bawah bimbingan Shofwan Azhar Solihin.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas bauran promosi dalam meningkatkan partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya. Latar belakang penelitian didasarkan pada fluktuasi partisipasi anggota dan lemahnya strategi promosi yang diterapkan. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana setiap elemen promosi (periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung) dijalankan, serta sejauh mana berpengaruh terhadap keterlibatan anggota sebagai pemilik dan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pengurus dan anggota koperasi, serta penyebaran kuesioner kepada responden terpilih. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode tabulasi dan interpretasi terhadap indikator bauran promosi dan partisipasi anggota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi belum dikelola secara optimal, terutama dalam pemanfaatan media sosial yang lebih luas. Media promosi seperti WhatsApp status hanya menjangkau sebagian anggota. Meskipun terdapat upaya peningkatan seperti penggunaan Instagram dan event khusus, efektivitasnya masih belum signifikan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya strategi promosi yang lebih inovatif dan berkelanjutan, yang mampu memperkuat hubungan emosional dan ekonomi antara koperasi dan anggotanya.

Kata kunci : Bauran Promosi, Partisipasi Anggota, Koperasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan izin-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota” (Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya) dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia.

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

1. Yang terhormat, Bapak Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan arahan serta bimbingan selama proses pengerjaan skripsi.
2. Yang terhormat, Ibu Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si dan Bapak Drs. Dadan Hamdani, MM selaku penguji koperasi yang telah memberikan saran dan masukannya kepada penulis.
3. Yang terhormat, Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku penguji konsentrasi yang telah memberikan saran dan masukannya kepada penulis.
4. Yang terhormat, Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.

5. Yang terhormat, Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia. Yang Terhormat, Bapak
6. Drs. H. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc selaku dosen wali selama perkuliahan. Seluruh dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu
7. serta pengetahuan yang berguna selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia. Staff administrasi, sekretariat dan karyawan/karyawati perpustakaan Universitas Koperasi Indonesia yang
8. memberikan ilmu serta pelayanannya dengan baik selama ini. Kepada seluruh pengurus, karyawan dan anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya yang siap bersedia menjawab, menjelaskan, dan memfasilitasi penulis selama
9. meneliti di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya. Kepada kedua orang tua tercinta Ibu Imas Rodiah dan Bapak Amilludin dan seluruh keluarga terima kasih yang telah memberikan kasih sayang, doa serta dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai di titik ini. Teman-teman Syifa,
10. Nunik, Salsabila, Tiara, Annisa, Dini, Widia dan Gine selaku sahabat penulis yang selalu memberi dukungan, dan memberi bantuan. Teman-teman Arli, Elsa, Dila, Pegy, Indri, Thamara dan Khorunisa selaku sahabat penulis
11. selama perkuliahan yang selalu memberikan bantuan, dukungan, pengalaman, pembelajaran dan siap bersedia menghibur penulis ketika *stress* dari awal
12. sampai sekarang.

13. Teman-teman seperjuangan Riri, Caeli, Rosita, Dini, Andi, Fahrul selalu memberi dukungan, pengalaman, dan semangat hingga sekarang

14. Keluarga Besar Unit Kegiatan Mahasiswa Entrepreneur Business Center yang telah memberikan pengalaman organisasi yang sangat luar biasa kepada penulis.

15. Teman-teman kelas Manajemen A, Manajemen Bisnis A yang terlalu banyak untuk disebutkan, terima kasih telah berjuang bersama saling membantu dan mendukung satu sama lain di Kampus Universitas Koperasi Indonesia ini sampai sekarang.

Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Bilal Sabian Arista, terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis yang selalu mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah dan memberi semangat untuk tidak pantang menyerah.

Dan yang terakhir banyak terima kasih untuk diri sendiri Vika Putrimas yang selalu berjuang, berusaha keras hingga mampu mengendalikan diri dari tekanan dari segala arah dan mampu untuk bertahan sampai detik ini.

Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya serta balasannya yang berlipat ganda kepada semua yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Aamiin

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
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	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Pendekatan Masalah	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	12
2.1.1.1 Jati Diri Koperasi	15
2.1.1.2 Definisi Koperasi	16
2.1.1.3 Nilai–Nilai Koperasi	16
2.1.1.4 Prinsip–Prinsip Koperasi	17

2.1.1.5 Ciri–Ciri Koperasi	19
2.1.1.6 Tujuan Koperasi	20
2.1.1.7 Jenis–Jenis Koperasi	20
2.1.1.8 Fungsi dan Peran Koperasi	22
2.1.2 Pendekatan Partisipasi Anggota	23
2.1.2.1 Definisi Partisipasi Anggota	23
2.1.2.2 Partisipasi Anggota Sebagai Pemilik	26
2.1.2.3 Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan	28
2.1.3 Pendekatan Manajemen Bisnis	30
2.1.3.1 Definisi Manajemen	30
2.1.3.2 Definisi Bisnis	32
2.1.4 Pendekatan Bauran Promosi	33
2.1.4.1 Definisi Bauran Promosi	33
2.1.4.2 Elemen–Elemen Bauran Promosi	35
2.1.4.3 Fungsi Dan Tujuan Bauran Promosi	37
2.1.5 Penelitian Terdahulu	38
2.2 Metode Penelitian	39
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	39
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	40
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	43
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	45
2.2.5 Analisis Data	46
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian	57
2.2.7 Jadwal Penelitian	57
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	58

3.1 Keadaan Umum Organisasi	58
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya .	58
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	62
3.2 Keanggotaan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	75
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	77
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	77
3.3.2 Permodalan dan Keuangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	81
3.3.3 Keadaan Keuangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	83
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi.....	91
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya .	91
3.4.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	93
3.4.3. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	96
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	101
4.1 Identitas Responden dan Informan	101
4.2 Penerapan Bauran Promosi Pada Unit Usaha Perdagangan Di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	105
4.3 Tanggapan Anggota Terhadap Bauran Promosi Pada Unit Usaha Perdagangan Di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	108
4.4 Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Perdagangan Di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	128
4.4 Upaya Yang Dilakukan Unit Perdagangan Di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota Melalui Bauran Promosi	139

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	144
5.1 Simpulan	144
5.2 Saran-Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN	153



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Koperasi Konsumen

Mulia RSUD Majalaya Tahun 2020–2024	5
--	----------

Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota Unit Perdagangan Koperasi

Konsumen Mulia RSUD Majalaya Tahun 2020–2024	6 Tabel
---	----------------

2.1 Penelitian Terdahulu	38 Tabel
---------------------------------------	-----------------

2.2 Operasionalisasi Variabel	41 Tabel
--	-----------------

2.3 Penetapan Sumber Data	44 Tabel
--	-----------------

2.4 Penilaian Tiap Indikator Variabel X (Bauran Promosi)	49 Tabel
---	-----------------

2.5 Skor Yang Diberikan Kepada Setiap Pertanyaan/Pernyataan	49 Tabel
--	-----------------

2.6 Skor dan Kriteria Bauran Promosi	50 Tabel
---	-----------------

2.7 Skor dan Kriteria Indikator Bauran Promosi	51 Tabel
---	-----------------

2.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Bauran Promosi .	52 Tabel
---	-----------------

2.9 Penilaian Tiap Indikator Variabel Y (Partisipasi Anggota)	53 Tabel
--	-----------------

2.10 Skor yang Diberikan Kepada Setiap Pertanyaan/Pernyataan	54 Tabel
--	-----------------

2.11 Skor dan Kriteria Partisipasi Anggota	55 Tabel
---	-----------------

2.12 Skor dan Kriteria Indikator Partisipasi Anggota	56 Tabel
---	-----------------

2.13 Rekapitulasi Tanggapan Informan Mengenai Partisipasi	
--	--

Anggota	56 Tabel
----------------------	-----------------

2.14 Jadwal Penelitian	57 Tabel
-------------------------------------	-----------------

3.1 Susunan Karyawan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya

Periode Tahun 2024	75
---------------------------------	-----------

Tabel 3.2 Jumlah Anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya

Tahun 2020-2024 77

Tabel 3.3 Perkembangan Jumlah Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib

Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Tahun 2020-2024 79

Tabel 3.4 Perkembangan Jumlah Pinjaman dan Piutang Koperasi

Konsumen Mulia RSUD Majalaya tahun 2020-2024 79

Tabel 3. 5 Perkembangan Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen

Mulia RSUD Majalaya Tahun 2017-2021 80 Tabel

3. 6 Volume Usaha Rekanan 81 Tabel

3.7 Perkembangan Permodalan Koperasi Konsumen Mulia RSUD

Majalaya tahun 2020-2024 82 Tabel

3.7 Standard Penilaian *Current Ratio* 84 Tabel

3. 8 Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Konsumen Mulia

RSUD Majalaya 85 Tabel

3.9 Standard Penilaian *Debt to Asset Ratio*..... 87 Tabel

3.10 Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Konsumen Mulia

RSUD Majalaya tahun 2020-2024 87 Tabel

3.11 Standard Penilaian Rentabilitas Ekonomi 89 Tabel

3.12 Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Konsumen Mulia

RSUD Majalaya tahun 2020-2024 89

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 101

Tabel 4.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Umur 102

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 103

Tabel 4.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Jadi Anggota	104
Tabel 4.6 Karakteristik Informan Berdasarkan Lama Jadi Anggota	104
Tabel 4.7 Tanggapan Anggota terhadap Keaktifan Melihat Informasi	
Koperasi Melalui WhatApps	109
Tabel 4.8 Tanggapan Anggota Terhadap Pesan Iklan Menarik Perhatian	
Anggota	110
4.9 Tanggapan Anggota Terhadap Iklan Mudah Dipahami	111
4.10 Tanggapan Anggota Terhadap Koperasi Sering Memberikan	
Promo	112
Tabel 4.11 Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Koperasi Mendorong	
Anggota Untuk Aktif	114
Tabel 4.12 Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Koperasi Bermanfaat	
Bagi Anggota	115
Tabel 4.13 Tanggapan Anggota Terhadap Kemampuan Komunikasi	
Karyawan Dilakukan Dengan Baik	116
Tabel 4.14 Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Yang Diberikan	
Koperasi Sangat Baik	117
Tabel 4.15 Tanggapan Anggota Terhadap Koperasi Memiliki Citra Yang	
Baik	118
Tabel 4.16 Tanggapan Anggota Terhadap Koperasi Aktif Melaksanakan	
Kegiatan Sosial	119

Tabel 4.17 Tanggapan Anggota Terhadap Koperasi Terbuka Dalam	
Memberikan Informasi	120
Tabel 4.18 Tanggapan Anggota Terhadap Koperasi Merespons Anggota	
Dengan Cepat	122
Tabel 4.19 Tanggapan Anggota Terhadap Perhatian Koperasi Kepada	
Anggota Melalui Komunikasi Langsung	123
Tabel 4.20 Tanggapan Angggota Terhadap Informasi Langsung Koperasi	
Mendorong Partisipasi Anggota	124
4.21 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Promosi ..	125
4.22 Tanggapan Anggota Terhadap Keaktifan Menghadiri Rapat	
Anggota Tahunan	129
Tabel 4.23 Tanggapan Anggota Terhadap Kontribusi Dalam Pemberian	
Hak Suara	129
Tabel 4.24 Tanggapan Anggota Terhadap Adanya Simpanan Pokok Dan	
Simpanan Wajib Anggota Sebagai Pemilik	130
Tabel 4.25 Tanggapan Anggota Terhadap Kontribusi Dalam Penyusunan	
Kebijakan Koperasi	131
Tabel 4.26 Tanggapan Anggota Terhadap Keaktifan Anggota Dalam	
Menggunakan Produk Atau Jasa Koperasi	133
Tabel 4.27 Tanggapan Anggota Terhadap Frekuensi Transaksi Anggota	
Di Koperasi Dibandingkan Swalayan Lain	134
Tabel 4.28 Tanggapan Anggota Terhadap Kepuasan Anggota Terhadap	
Pelayanan Dan Produk Koperasi	135

Tabel 4.29 Tanggapan Anggota Terhadap Adanya Kontribusi Lebih Dari

Anggota 136

Tabel 4.27 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Mengenai Partisipasi

Anggota 137



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peranan Timbal Balik Antar Dimensi–Dimensi Koperasi.....	13
Gambar 5.2 Mekanisme Pengelolaan Koperasi Yang Bermuara Pada	
Promosi Ekonomi Anggota	24
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Koperasi Koperasi Konsumen Mulia	
RSUD Majalaya	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Yang Disarankan	153
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	154
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	159
Lampiran 4 Neraca Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	163
Lampiran 5 Dokumentasi	165

