

**ANALISIS MODERNISASI KOPERASI DALAM
MENDUKUNG IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI
KOPERASI DI ERA DIGITAL**

(Studi Kasus: *Unit Minimarket Primkoppol SatBrimob Polda JaBar*)

Disusun oleh:

Ilham Aji Nugraha

C1210004

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Evan Firdaus, SE., MM., CPMSA



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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Modernisasi Koperasi Dalam Mendukung
Implementasi Strategi Promosi Koperasi Di Era Digital
(Studi Kasus Pada Unit Minimarket Primkoppol SatBrimob
Polda JaBar)

Nama : Ilham Aji Nugraha

NIM : C1210004

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1


Evan Firdaus, SE., MM., CPMSA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Manajemen


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


Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si



RIWAYAT HIDUP



Ilham Aji Nugraha, dilahirkan di kota Bandung pada tanggal 11 November 2000 sebagai anak ke satu dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Suwardi Ahmad Hatori (Almarhum) dan Ibu Rospariyah. Adapun Pendidikan yang telah di tempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Tahun 2013 lulus dari Sekolah Dasar Negeri Pasirpogor Kecamatan Rancasari Kota Bandung
- 2) Tahun 2016 lulus dari Sekolah Menengah Pertama Negeri 13 Kecamatan Lengkong Kota Bandung
- 3) Tahun 2019 lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 8 Kecamatan Lengkong Kota Bandung

Tahun 2021 penulis menempuh Pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia program studi Strata Satu (S1) Manajemen dan menyelesaikan Pendidikan di tahun 2025.

ABSTRACT

ILHAM AJI NUGRAHA. 2025. *Analysis of Cooperative Modernization in Supporting the Implementation of Promotional Strategies in the Digital Era. Case Study at the Primkoppol SatBrimob Polda West Java Minimarket Unit in the Jatinangor Sumedang area, under the guidance of Evan Firdaus.*

This study emphasizes that modernization, promotional strategies, and cooperatives are crucial components in maintaining the existence of cooperatives in the digital era. Due to technological advancements and changes in consumer behavior, cooperatives need to continuously innovate to remain creative and innovative. The Primkoppol Cooperative of the West Java Regional Police Mobile Brigade Corps (Satbrimob) was the subject of this study due to its efforts to implement digitalization of services and promotions in minimarkets, particularly to increase efficiency and attract members and customers.

Cooperative modernization is the process of transforming the cooperative system toward more efficient and responsive management through the use of information technology. Promotional strategies are a series of communication and marketing activities aimed at increasing member awareness and interest in cooperative products. Meanwhile, cooperatives are economic organizations based on the principles of family and mutual cooperation, with the primary goal of improving the welfare of their members.

This research uses a descriptive quantitative analysis method with a case study approach. Data collection techniques include observation, interviews, questionnaires, literature studies, and documentation. Data analysis is conducted using frequency distribution and assessment category levels.

The study results show that modernization through digitalization and operations was deemed successful in increasing efficiency, categorized as very good, with an average score of 231.9, although there were still shortcomings in data security. The promotional strategy implemented was categorized as very good, with an average score of 222.2, including the use of social media and loyalty programs. It is recommended that cooperatives increase digitalization training, strengthen digital security, and optimize promotional media to reach the younger generation and increase member loyalty.

Keywords: Modernization, Promotion Strategy, Cooperatives, Digitalization, Operational Efficiency.

ABSTRAK

ILHAM AJI NUGRAHA. 2025. Analisis Modernisasi Koperasi dalam Mendukung Implementasi Strategi Promosi di Era Digital. Studi Kasus Pada Unit Minimarket Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat area Jatinangor Sumedang, dibawah bimbingan Evan Firdaus.

Penelitian ini menekankan bahwa modernisasi, strategi promosi, dan koperasi adalah komponen penting dalam mempertahankan eksistensi koperasi di era digital. Karena perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, koperasi perlu terus berinovasi untuk tetap kreatif inovatif. Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda JaBar menjadi subjek penelitian karena upayanya untuk menerapkan digitalisasi layanan dan promosi di minimarket, terutama untuk meningkatkan efisiensi dan menarik anggota dan pelanggan.

Modernisasi koperasi merupakan proses transformasi sistem koperasi menuju pengelolaan yang lebih efisien dan responsif melalui pemanfaatan teknologi informasi. Strategi promosi adalah serangkaian aktivitas komunikasi dan pemasaran yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan minat anggota terhadap produk koperasi. Sementara itu, koperasi merupakan organisasi ekonomi yang berlandaskan asas kekeluargaan dan gotong royong, dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, Studi pustakaan, dan Dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan distribusi frekuensi dan jenjang kategori penilaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modernisasi melalui digitalisasi dan operasional dinilai berhasil meningkatkan efisiensi masuk kategori sangat baik dengan rata-rata skor 231,9 meskipun masih terdapat kekurangan pada sisi keamanan data. Strategi promosi yang dijalankan masuk kategori sangat baik dengan rata-rata skor 222,2 penggunaan media sosial dan program loyalitas. Disarankan agar koperasi meningkatkan pelatihan digitalisasi, memperkuat keamanan digital, serta mengoptimalkan media promosi agar mampu menjangkau generasi muda dan meningkatkan loyalitas anggota.

Kata kunci: Modernisasi, Strategi Promosi, Koperasi, Digitalisasi, Efisiensi Operasional.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim, Alhamdulillahil'aalamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan lancar, Skripsi ini yang berjudul “ **Analisis Modernisasi Koperasi Dalam Mendukung Implementasi Strategi Promosi Koperasi Di Era Digital** “. Dalam penyusunan skripsi, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan, kemampuan serta pengalaman yang peneliti miliki. Namun dengan demikian, peneliti berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri maupun pihak lain yang memerlukan.

Adapun tujuan dari skripsi ini adalah salah satu syarat meraih gelar sarjana manajemen pada konsentrasi manajemen bisnis di Universitas Koperasi Indonesia. Pada kesempatan kali ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis Ibu Rospariyah, Adik tercinta Lidia Putri Mariania yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan baik moril maupun material serta doa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.

Peneliti mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar – besarnya sebesar-besarnya kepada Bapak Evan Firdaus, SE., MM., CPMSA selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan saran, ide-ide, serta meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Seiring dengan tersusunnya skripsi ini, peneliti juga telah mendapatkan masukan, bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih yang tulis kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Drs. Deddy Supriyadi, MSc., Selaku Dosen Penelaah Konsentrasi.
2. Yang terhormat, Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si., Selaku Dosen Penelaan Koperasi dan Ketua Program Studi S1 – Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.
3. Yang terhormat, Prof. Agus Pakpahan, Ph. D., Selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia.
4. Yang terhormat, Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Yang terhormat, Ibu Hj. Lely Savitri Dewi, SE., M.Si dan Ibu Dra Ucu Nurwati, M.Si yang telah memberikan bantuan Beasiswa Onta.
6. Yang terhormat, Ibu Dr. Maria Susana Yudianti, S.Pd., M.Pd yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan juga membantu saya dalam perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna selama peneliti menempuh Pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
8. Seluruh staff administrasi, sekretariat, perpustakaan, dan juga segenap karyawan Universitas Koperasi Indonesia yang telah membantu.
9. Pengurus, Pengawas, dan Anggota Koperasi Primkoppol SatBrimob

Polda JaBar yang telah bersedia meluangkan waktunya dan membantu penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

10. Rekan – Rekan seperjuangan Vina Rohimah, Regita Azzahra, Dea Aprilia, Aldhio Giovanni, Hendriana, Chindy Chantika, Epi Suryani, Anita Carolina dan semua rekan Manajemen Bisnis Ekstensi Angkatan 2021
11. Kepada sahabat tercinta, Member Kerkom Power Ranger yaitu Farhan Noval Hidayat, Mochammad Afif Mubarak, Rizky Purnomo dan Nispah Arida yang telah memberikan dukungan moril serta masukan, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan tepat waktu.
12. Kepada atasan terbaik saya Bapak Hasan Harahap dan Bapak Toni Permana terimakasih sudah memberikan dukungan moril serta masukan, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan tepat waktu.
13. Kepada keluarga besar PT Pos Indonesia (PERSERO) khususnya Pos IND Reg III JaBar Banten, Pos IND DC Cikutra dan Pos IND SPP Bandung.
14. Kepada Guru terbaik Drs. KRM. Otong Saleh Asy Syarif dan keluarga besar Pagar Nusa Jawa Barat Khususnya Kota Bandung.

Rasa hormat dan terimakasih yang mendalam bagi semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu atas segala dukungan serta do'anya, semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada peneliti. Aamiin. *Allhamdulillah.*

Jatinangor, Agustus 2025

Penulis
(Ilham Aji Nugraha)

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABTSRACT	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.....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1. Maksud Penelitian.....	7
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	8
 BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	 10
2.1. Pendekatan Masalah.....	10
2.1.1. Pendekatan Koperasi.....	10
2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis.....	16
2.1.3. Pendekatan Modernisasi.....	19
2.1.4. Pendekatan Strategi Promosi.....	27
2.2. Metode Penelitian.....	35
2.2.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	35
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	36
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data.....	38
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
2.2.5 Analisis Data.....	41
2.2.6 Tempat atau Lokasi Penelitian.....	50

2.2.7 Jadwal Penelitian	50
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	51
3.1 Keadaan Umum Organisasi	51
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	51
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi.....	53
3.2 Keanggotaan Koperasi.....	58
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	58
3.3.1 Kegiatan Usaha	58
3.3.2 Permodalan Koperasi.....	62
3.3.3 Rasio Keuangan	63
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi.....	78
3.4.1 Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi.....	80
3.4.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.....	84
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	88
4.1 Identitas Responden dan Informan.....	88
4.2 Modernisasi di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar	89
4.3 Strategi Promosi di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.....	99
4.4 Upaya-upaya yang diperlukan untuk mendukung Modernisasi dan Strategi Promosi.....	107
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Simpulan	110
5.2 Saran -Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Perkembangan Anggota Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar Tahun 2020-2023.....	2
Tabel 1. 2 Laporan Perkembangan Pendapatan Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar tahun 2020-2023.....	4
Tabel 1. 3 Perkembangan Total Pendapatan Koperasi	4
Tabel 1. 4 Perkembangan Unit Minimarket Primkoppol SatBrimob Polda JaBar tahun 2020–2023.....	5
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 2. 2 Uji Validitas Variabel Modernisasi (X).....	42
Tabel 2. 3 Uji Reliabilitas Variabel Modernisasi (X).....	43
Tabel 2. 4 <i>Scale: ALL VARIABLES</i> Variabel Modernisasi (X)	43
Tabel 2. 5 Jenjang dan Kriteria Harapan Serta Tanggapan	44
Tabel 2. 6 Kelas Interval Setiap Indikator.....	45
Tabel 2. 7 Pengukuran Dari Masing-Masing Indikator	46
Tabel 2. 8 Rekapitulasi Hasil Tanggapan	46
Tabel 2. 9 Uji Validitas Variabel Strategi Promosi (Y)	48
Tabel 2. 10 Uji Reliabilitas Variabel Strategi Promosi (Y).....	49
Tabel 2. 11 <i>Scale: ALL VARIABLES</i> Variabel Strategi Promosi (Y)	49
Tabel 2. 12 Jadwal Penelitian	50
Tabel 3. 1 Susunan Pengurus Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda JaBar	56
Tabel 3. 2 Susunan Pengawas Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda JaBar.....	56

Tabel 3. 3 Perkembangan Anggota.....	58
Tabel 3. 4 Pendapatan pada Unit Simpan Pinjam.....	59
Tabel 3. 5 Pendapatan pada Unit Usaha Minimarket	60
Tabel 3. 6 Pendapatan pada Unit Usaha Barber Shop.....	61
Tabel 3. 7 Pendapatan pada Unit Usaha Tailor.....	61
Tabel 3. 8 Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.....	64
Tabel 3. 9 Rasio Profitabilitas Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.....	72
Tabel 3. 10 <i>Debt to Equity Ratio</i>	76
Tabel 3. 11 Indikator Jati Diri Koperasi.....	78
Tabel 3. 12 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi	82
Tabel 3. 13 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.....	85
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
Tabel 4. 2 Usia Responden Anggota Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.....	89
Tabel 4. 3 Sumber Daya Manusia (SDM).....	93
Tabel 4. 4 Sumber Daya Manusia (SDM).....	93
Tabel 4. 5 Sumber Daya Manusia (SDM).....	94
Tabel 4. 6 Digitalisasi Operasional	94
Tabel 4. 7 Digitalisasi Operasional	95
Tabel 4. 8 Digitalisasi Operasional	95
Tabel 4. 9 Digitalisasi Operasional	96
Tabel 4. 10 Infrastruktur Teknologi.....	97

Tabel 4. 11 Infrastruktur Teknologi.....	97
Tabel 4. 12 Infrastruktur Teknologi.....	98
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Variabel Modernisasi (X).....	99
Tabel 4. 14 Periklanan (<i>Advertising</i>)	99
Tabel 4. 15 Periklanan (<i>Advertising</i>)	100
Tabel 4. 16 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	101
Tabel 4. 17 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	101
Tabel 4. 18 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	102
Tabel 4. 19 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	103
Tabel 4. 20 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	104
Tabel 4. 21 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	105
Tabel 4. 22 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	105
Tabel 4. 23 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	106
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Variabel Strategi Promosi (Y)	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Definisi dari Manajemen	17
Gambar 2. 2 Empat Logika Inovasi Koperasi	24
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Observasi	115
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	116
Lampiran 3 Pedoman Kuisisioner	117
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	121
Lampiran 5 Dokumentasi	126
Lampiran 6 RAT	127

