

ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Unit Pengolahan Susu KPSBU Lembang)

Disusun Oleh:

Alya'a Khoirunisa'a

C1200145

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Dr. Sugiyanto Ikhsan, S.Pd, MM



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan
(Studi Kasus Pada Unit Pengolahan Susu Sapi KPSBU Lembang)

Nama : Alya'a Khoirunisa'a

NRP : C1200145

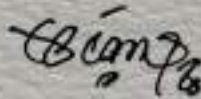
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

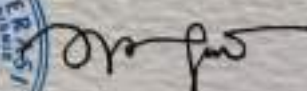
MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Dr. Sugivanto Ikhsan, S.Pd, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S-1 Manajemen



Dr. Heri Nugraha, S., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP

Alya'a Khoirunisa'a, lahir di Bandung, Jawa Barat pada tanggal 23 November 2000. Putri pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Ade Kurniawan dan Ibu Wiwin Kurnia. Pendidikan formal yang ditempuh hingga sekarang, yaitu sebagai berikut:

1. Tahun 2015 lulus dari Madrasah Tsanawiyah (Mts) Al-Falah Cicalengka Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
2. Tahun 2018 lulus dari Madrasah Aliyah (MA) Al-Falah Nagreg Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
3. Tahun 2020, peneliti diterima sebagai mahasiswi Institut Koperasi Indonesia, konsentrasi Manajemen Bisnis.

Meskipun peneliti tidak aktif dalam kegiatan organisasi kampus, dimasa kuliah penulis mengikuti kegiatan di luar kampus seperti bekerja dan mengikuti pendidikan non formal sebagai berikut:

1. Tahun 2018, peneliti tercatat sebagai lulusan pendidikan non formal lembaga Bahasa di Lembaga Pelatihan Kerja Lpk Y Seoulina yang programnya berada di bawah naungan DISNAKER Kabupaten Bandung, dengan bidang Bahasa Korea.
2. Tahun 2019 dan 2024, peneliti bekerja sebagai guru dasar Bahasa Korea di LPK Y Seoulina Rancaekek Bandung.
3. Tahun 2020-2021, peneliti bekerja sebagai Staf administrasi kantor cabang PT Naturindo Surya Niaga Cabang Bandung Timur.

4. Tahun 2022-2024, peneliti tercatat sebagai Staf bidang pengemasan Herbal Jaya Official Store.
5. Tahun 2022, peneliti berkesempatan menjadi responden dalam sebuah penelitian dengan judul “*Korean Speech Database Contruction Project for Learning Trough AI*”.
6. Tahun 2023, peneliti juga tercatat sebagai siswa lulusan lembaga Bahasa Korea kerja sama antara Universitas Komputer Indonesia dengan Youngsan University di Korea yakni King Sejong Institut Bandung 1 yang berfokus pada Bahasa Korea tingkat menengah.
7. Tahun 2024, peneliti mengikuti kelas Bahasa Korea pada Metaverse King Sejong Institute yang berfokus pada percakapan Bahasa Korea melalui aplikasi ZEP. Kemudian peneliti mengikuti Lomba Penerjemahan Bahasa Korea-Indonesia 2024 yang diadakan oleh *Korean Cultural Center Indonesia* (Kementrian Kebudayaan Korea) serta memasuki babak final.



ABSTRACT

Alya'a Khoirunisa'a. 2024. *Analysis of Social Media Utilization in Increasing Sales Volume (Case Study at the Milk Processing Unit of the North Bandung Cattle Breeder Cooperative Lembang), under the guidance of Sugiyanto Ikhsan.*

In the era of globalization of technological development, social media has become an inseparable part of everyday life. Social media should be utilized as one of the important components in the marketing strategy of every small to corporate business. KPSBU Lembang is one of the cooperatives that markets its products through social media, namely Instagram, Facebook, WhatsApp, and landing pages.

This research aims to find out the things that must be done by cooperatives in order to increase sales volume through the use of social media in 4c, namely context, communication, collaboration, and connection. The research method use is the case study method.

This research aims to find out the things that must be done by cooperatives in order to increase sales volume through the use of social media in 4c, namely context, communication, collaboration, and connection. The research method use is the case study method.

The results showed that the use of social media in increasing the sales volume of KPSBU lembang is good, but for optimizing KPSBU promotion, it needs to be improved to be very good. Things that need to be considered are design, copy writing, posting period, price, and social media optimization other than landing page and Instagram.

Keywords: Social Media, Utilization, Sales Volume

ABSTRAK

Alya'a Khoirunisa'a. 2024. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Unit Pengolahan Susu Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara Lembang), dibawah bimbingan Bapak Sugiyanto Ikhsan.

Pada era globalisasi perkembangan teknologi, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial seharusnya dimanfaatkan sebagai salah satu komponen penting dalam strategi pemasaran pada setiap bisnis dengan skala kecil sampai korporat. KPSBU Lembang merupakan salah satu koperasi yang memasarkan produknya melalui media sosial yaitu instagram, facebook, whatsapp, dan landing page.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang harus dilakukan koperasi agar dapat meningkatkan volume penjualan melalui pemanfaatan media sosial dalam 4C yaitu *context, communication, collaboration, dan connection*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan volume penjualan KPSBU lembang sudah baik namun untuk pengoptimalan promosi KPSBU perlu di tingkatkan agar menjadi sangat baik. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah desain, *copy writing*, jangka waktu posting, harga, serta pengoptimalan sosial media selain *Landing page* dan Instagram.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemanfaatan, Volume Penjualan



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada pimpinan kita Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya. Hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Volume Penjualan”.

Skripsi ini ditulis dengan tujuan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada Konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas Koperasi Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan, wawasan, kemampuan, pengalaman, dan referensi yang penulis miliki. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar menjadi dorongan bagi peningkatan penulis di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Terutama kepada perempuan kuat dan terhebat ibunda tercinta Wiwin Kurnia yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, pengorbanan baik dari segi materi, non materi, dukungan mental, serta do’a tulus dan Ikhlas yang selalu ibu panjatkan, serta seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini juga, seiring dengan tersusunnya skripsi ini, penulis juga mendapatkan banyak bantuan, bimbingan petunjuk serta dorongan dari berbagai

pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Dr. Sugiyanto Ikhsan, S.Pd, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan saran, ide-ide, dorongan semangat serta meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Yang terhormat Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan saran-saran yang sangat baik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Yang terhormat Bapak Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc. Ti selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan saran-saran yang sangat baik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Yang terhormat Ibu Dr. Ami Purnawati, Dra. M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.
5. Yang terhormat Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia.
6. Yang terhormat seluruh dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan yang bermanfaat, serta seluruh civitas akademika Universitas Koperasi Indonesia yang telah membantu kelancaran kegiatan perkuliahan bagi setiap mahasiswa ataupun mahasiswi.
7. Pengurus Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, khususnya Bapak Agus, Bapak Jajang, Bapak Uus yang telah bersedia

meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

8. Teruntuk saudara-saudara saya yaitu Deska Syiami, Rista Nur Indah, Adelya'a Kurnia Putri yang selalu memotivasi saya dalam berbagai keadaan.
9. Teruntuk sahabat saya yaitu Sania Isma Nur Alifa yang selalu menemani serta memberikan motivasi, do'a, serta dukungan baik materi ataupun non materi.
10. Teman-teman seperjuangan Zeni Fatika, Dini Damayanti, Asep Rifki Saepudin, Isye Yuliani yang telah memberikan motivasi serta dukungan, mendengarkan keluh kesah, dan juga saran serta bantuan selama masa kuliah.
11. Teman-teman dari Manajemen Ekstensi 2020 dan juga teman teman seperbimbingan yang telah berjuang sampai akhir.
12. Teruntuk Owner Herbal Jaya Official Store yaitu Bapak Ramdani Habibi yang merupakan atasan saya yang telah banyak memberikan bantuan, nasihat, beserta saran dalam dunia bisnis.

Terimakasih atas saran, motivasi, dukungan dan juga partisipasinya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah Swt membalas kebaikan kalian semua.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi penulis khususnya serta umumnya bagi para pembaca. Penulis mengucapkan terimakasih

dan berharap semoga Allah SWT memberikan Rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Jatinangor, Agustus 2024

Penulis

(Alya'a Khoirunisa'a)



DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Maksud Penelitian dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9
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.....	17
2.1.3. Pendekatan Media Sosial.....	19
2.1.4. Pendekatan Volume Penjualan.....	22

2.2. Metode Penelitian	26
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	26
2.2.2. Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	26
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukannya	29
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data	31
2.2.5. Analisis Data	31
2.2.6. Tempat Penelitian	35
2.2.7. Jadwal Penelitian	36
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	37
3.1. Keadaan Umum Organisasi	37
3.1.1. Sejarah Berdirinya KPSBU Lembang	37
3.1.2. Struktur Organisasi KPSBU Lembang	38
3.2. Keanggotaan KPSBU Lembang	42
3.3. Keadaan Wilayah Kerja KPSBU Lembang	43
3.4. Kegiatan Usaha dan Permodalan KPSBU Lembang	47
3.4.1. Kegiatan Usaha KPSBU Lembang	47
3.4.2 Permodalan KPSBU Lembang	52
3.5. Implementasi Koperasi	52
3.5.1. Implementasi Definisi Koperasi	52
3.5.2. Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	55
3.5.3. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Identitas Informan dan Responden	61
4.1.1. Identitas Informan	61
4.1.2. Identitas Responden	61

4.2. Pemanfaatan <i>Media Sosial</i> Oleh KPSBU Lembang	64
4.3. Tanggapan dan Harapan Konsumen Terhadap Pemanfaatan Media Sosial KPSBU Lembang.....	67
4.3.1. Tanggapan Konsumen Mengenai Pemanfaatan Media Sosial KPSBU Lembang.	67
4.3.2. Harapan Konsumen Mengenai Pemanfaatan Media Sosial KPSBU Lembang	73
4.3.3. Diagram Kartesius	84
4.4. Upaya-Upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan melalui pemanfaatan <i>social media</i>	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	91
5.1. Simpulan	91
5.2. Saran - Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Penjualan Produk Unit Pengolahan Susu KPSBU Lembang 2021-2023	5
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 2. 2 Jenjang dan Kriteria Harapan Serta Tanggapan Konsumen	32
Tabel 2. 3 Kelas Interval Setiap Indikator pada Media Sosial KPSBU Lembang	33
Tabel 2. 4 Jadwal Penelitian	36
Tabel 3. 1 Data Anggota KPSBU Lembang 2021-2023	42
Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Kecamatan Lembang Tahun 2021-2023	45
Tabel 3. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Lembang	46
Tabel 3. 4 Jumlah Produksi Susu Sapi KPSBU Lembang Tahun 2021-2023	48
Tabel 3. 5 Perkembangan Penjualan Pakan Konsentrat KPSBU Lembang Tahun 2021-2023	48
Tabel 3. 6 Penjualan Hasil Olahan Susu KPSBU Lembang Tahun 2021-2023	49
Tabel 3. 7 Perkembangan Penjualan Waserda KPSBU Lembang Tahun 2021-2023	50
Tabel 3. 8 Perkembangan Penjualan Pembibitan Peternakan Sapi KPSBU Lembang Tahun 2021-2023	51
Tabel 3. 9 Jumlah Transaksi Perkreditan Anggota KPSBU Lembang Tahun 2021- 2023	51
Tabel 3. 10 Perkembangan Modal Sendiri KPSBU Lembang Tahun 2021-2023 .	52
Tabel 3. 11 Implementasi Definisi Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang	53
Tabel 3. 12 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang	56
Tabel 3. 13 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang	58
Tabel 4. 1 Identitas Informan	61

Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Media Sosial yang diketahui Pada KPSBU Lembang	63
Tabel 4. 5 Tanggapan Konsumen pada Indikator Desain Yang Memikat Pengguna Media Sosial Untuk Membeli.....	67
Tabel 4. 6 Tanggapan Konsumen pada Indikator Caption Yang Menarik dan Mudah Dipahami	68
Tabel 4. 7 Tanggapan Konsumen pada Indikator Melakukan Berbagai Promosi Yang Memikat Konsumen	68
Tabel 4. 8 Tanggapan Konsumen pada Indikator Admin Selalu Memberikan Informasi Terbaru	69
Tabel 4. 9 Tanggapan Konsumen pada Indikator Admin Selalu Melayani Pesanan Maupun Pertanyaan serta Merespon Keluhan Dengan Sabar	69
Tabel 4. 10 Tanggapan Konsumen pada Indikator Admin Dalam Memberikan Respon Cepat dan Ramah.....	70
Tabel 4. 11 Tanggapan Konsumen pada Indikator Penyertaan Media Promosi Lain	70
Tabel 4. 12 Tanggapan Konsumen pada Indikator Membagikan Postingan Yang Ada Di Akun Media Sosial KPSBU Lembang.....	71
Tabel 4. 13 Tanggapan Konsumen pada Indikator Bertransaksi Secara Berkelanjutan di KPSBU Lembang.....	71
Tabel 4. 14 Tanggapan Konsumen pada Indikator Rutin Bertransaksi di KPSBU Lembang	72
Tabel 4. 15 Tanggapan Konsumen pada Indikator Melakukan Transaksi di KPSBU Lembang Melalui <i>Platform Online</i>	72
Tabel 4. 17 Harapan Konsumen pada Indikator Desain Yang Memikat Pengguna Media Sosial Untuk Membeli.....	73
Tabel 4. 18 Harapan Konsumen pada Indikator Caption Yang Menarik dan Mudah Dipahami	74

Tabel 4. 19 Harapan Konsumen pada Indikator Melakukan Berbagai Promosi Yang Memikat Konsumen	74
Tabel 4. 20 Harapan Konsumen pada Indikator Admin Selalu Memberikan Informasi Terbaru	75
Tabel 4. 21 Harapan Konsumen pada Indikator Admin Selalu Melayani Pesanan Maupun Pertanyaan Serta Merespon Dengan Sabar	75
Tabel 4. 22 Harapan Konsumen pada Indikator Admin Dalam Memberikan Respon Cepat dan Ramah	76
Tabel 4. 23 Harapan Konsumen pada Indikator Indikator Penyertaan Media Promosi Lain	76
Tabel 4. 24 Harapan Konsumen pada Indikator Membagikan Postingan Yang Ada Di Akun Media Sosial KPSBU Lembang	77
Tabel 4. 25 Harapan Konsumen pada Indikator Bertransaksi Secara Berkelanjutan Di KPSBU Lembang	77
Tabel 4. 26 Harapan Konsumen pada Indikator Rutin Bertransaksi Di KPSBU Lembang	78
Tabel 4. 27 Harapan Konsumen pada Indikator Melakukan Transaksi Di KPSBU Lembang Melalui <i>Platform Online</i>	78
Tabel 4. 28 Rekapitulasi Nilai Harapan Konsumen Mengenai Social Media KPSBU Lembang	81
Tabel 4. 29 Rekapitulasi Rangkuman Alasan Terhadap Tanggapan Konsumen ...	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2023	4
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KPSBU Lembang.....	38
Gambar 3. 2 Peta Lokasi KPSBU Lembang	44
Gambar 4. 1 Promosi Vidio di Facebook.....	65
Gambar 4. 2 Gambar Promosi Produk KPSBU Lembang di Facebook	65
Gambar 4. 3 Hasil Analisis Diagram Kartesius	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara	96
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 3 Laporan Neraca Harta	108
Lampiran 4 Laporan Neraca Kewajiban	109
Lampiran 5 Laporan PHU	110
Lampiran 6 Struktur Organisasi Koperasi	111
Lampiran 7 Dokumentasi Lapangan	112
Lampiran 8 Media Sosial KPSBU Lembang	115
Lampiran 9 Rekapitulasi Tanggapan dan Harapan	116

