

**NISIASI *DIGITAL MARKETING* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**
(Studi Kasus Pada Pemasaran Produksi Kerajinan Kulit Koperasi Cinta Carma
Bella, Garut)

Disusun Oleh:
Indri Indriani
C1210072

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:
Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Inisiasi *Digital Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pemasaran Produksi Kerajinan Kulit Koperasi Cinta Carma Bella, Garut)

Nama : Indri Indriani

NIM : C1210072

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

✓ Pembimbing I

Dr. H. Dandan Irawan SE., M.Sc

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul “**Inisiasi *Digital Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan**” adalah karya saya dengan arahan oleh 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 dibagian akhir laporan skripsi ini.

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

Jatinangor, Agustus 2025

Indri Indriani
C1210072

IKOPIN
University

RIWAYAT HIDUP



Indri Indriani, lahir pada tanggal 21 Juni 2002 di Tasikmalaya, Jawa Barat. Peneliti merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Nana Sujana dan Ibu Sariyah. Riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti sebagai berikut :

1. Tahun 2009 menyelesaikan pendidikan di TK PGRI Tunas Winaya;
2. Tahun 2015 menyelesaikan pendidikan SDN Margarahayu
3. Tahun 2018 menyelesaikan pendidikan SMPN 1 Sodonghilir
4. Tahun 2021 menyelesaikan pendidikan SMAN 2 Singaparna

Pada tahun 2022 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa di Institut Manajemen Koperasi Indonesia. Selama berkuliah peneliti aktif pada organisasi sebagai berikut:

1. UKM IT Club Universitas Koperasi Indonesia
 - 1) Anggota Reseach & Development
 - 2) Manager Public Relations
 - 3) Anggota Ebc

ABSTRACT

INDRI INDRIANI. 2025. *Digital Marketing Initiation to Increase Sales Volume. Case Study of the Cinta Carma Bella Cooperative's Leather Craft Unit, under the guidance of Dandan Irawan*

The Cinta Carma Bella Cooperative is a cooperative located in Garut, West Java. The cooperative's product marketing is problematic, particularly in its lack of consistent and optimal utilization of digital marketing.

This study aims to obtain information on the Cinta Carma Bella Cooperative's business marketing activities and to design digital marketing steps to increase the cooperative's sales volume.

The research method used in this study is a case study. The data obtained were analyzed descriptively. The results of data processing from interviews, questionnaires, observations, literature reviews, and internet exploration were analyzed descriptively. Using a Likert scale, the author was able to measure indicators of the cooperative's sales volume that need to be further improved through the stages of digital marketing design.

The results of this study indicate that the marketing activities at the Cinta Carma Bella Cooperative are still ineffective and require improvement. Effective digital marketing will increase the sales volume of Micro, Small and Medium Enterprises by expanding market reach, increasing interaction with consumers, and facilitating efficient marketing management.

Keywords: Digital Marketing Initiation. Sales Volume. Cooperatives

IKOPIN
University

ABSTRAK

INDRI INDRIANI. 2025. Inisiasi *Digital Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. Studi Kasus Pada Unit Kerajinan Kulit Koperasi Cinta Carma Bella, di bawah bimbingan Dandan Irawan

Koperasi Cinta Carma Bella merupakan salah satu koperasi yang terletak di Garut, Jawa Barat. Permasalahan pada koperasi ini pemasaran produk yang belum berjalan rutin dan belum optimal, terutama dalam pemanfaatan digital marketing.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi kegiatan pemasaran bisnisnya yang dilakukan oleh Koperasi Cinta Carma Bella serta merancang tahapan-tahapan digital marketing dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada koperasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif. Hasil pengolahan data yang dari wawancara, kusioner, observasi, studi pustaka, eksplorasi internet dianalisis secara deskriptif. Dengan menggunakan skala likert, penulis dapat mengukur indikator-indikator volume penjualan koperasi yang harus lebih ditingkatkan lagi melalui tahapan-tahapan perancangan *digital marketing*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran di Koperasi Cinta Carma Bella yang masih belum efektif, perlu adanya perbaikan dan peningkatan. *Digital marketing* yang efektif akan meningkatkan volume penjualan UMKM dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan memudahkan pengelolaan pemasaran secara efisien.

Kata Kunci: *Inisiasi Digital Marketing. Volume Penjualan. Koperasi*

IKOPIN
University

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih serta penguasa alam semesta. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Atas ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan pada program studi S1 Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia dengan judul “Inisiasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Namun hal ini adalah suatu proses pembelajaran bagi penulis sehingga penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
2. Yang terhormat, Bapak Drs. H. Dindin Burhanudin, M.Sc selaku Dosen Penelaah Koperasi serta Bapak Mohammad Fahreza, SE., MBA selaku Dosen Penelaah Konsentrasi, yang selalu memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Yang terhormat, Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph.D selaku Rektor dari Universitas Koperasi Indonesia.

4. Yang terhormat, Ibu Dr, Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Universitas Koperasi Indonesia.
5. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
6. Seluruh pengurus dan karyawan Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar yang telah menerima dan memberikan izin penelitian, dan membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.
7. Orangtua tercinta Bapak Nana Sujana dan Ibu Sariyah yang telah memberikan semangat, kasih sayang, doa serta pengorbanan yang tiada henti untuk anaknya.
8. Kakak-kakak saya Erna Rismawati dan Memey Melinda serta adik saya Redi Alfian Nuroddin yang sangat baik dan selalu membantu dalam hal apa pun.
9. Seluruh staff administrasi dan sekretariat kampus, serta tidak lupa untuk karyawan dan karyawan perpustakaan Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
10. Sahabat – sahabat saya yaitu Putri Tazkia Pratama, Rintan Rahayu, Dyah Retnani, Aura Suci Mahendra, Niken Larasati, yang senantiasa mengingatkan dan memberi dukungan selama proses penyelesaian skripsi.
11. Sahabat – sahabat saya Herlina Auliandini, Riri Amalia Chantika, Lailia Maharani, Mega Puji Rahayu yang senantiasa mengingatkan dan memberi dukungan selama proses penyelesaian skripsi.

12. Sahabat kecil saya Della Dewinta Agustin yang selalu menyemangati saya dalam keadaan suka dan duka.
13. Sahabat – sahabat KKN-TEMATIK LLDIKTI WILAYAH IV Desa Bugel yaitu Nabilla, Kikin, Nurul, Merlly, Lailia, Aulia, Sella N, Kurniawansyah.
14. Sahabat – sahabat Praktik Lapang Desa Darmaraja yaitu Aulia, Putri, Fitriyani, Annisa, Thariq, Nur Fauzi.
15. Sahabat-sahabat semasa SMA saya yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat yaitu Shella, Tasya, Rizka, Sita, Fiska.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih telah memberikan dukungan, semangat serta do'a.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kepada Tuhan Yang Maha Esa agar membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jatinangor, Agustus 2025

Indri Indriani

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	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	15
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1 Maksud Penelitian.....	15
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4.1 Kegunaan Teoritis	16
1.4.2 Kegunaan Praktis	16
BAB II PENDEKATAN MASALAH.....	18
2.1 Pendekatan Masalah.....	18
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	18
2.1.2 Pendekatan Koperasi Modern	27

2.1.3	Pendekatan Manajemen	28
2.1.4	Pendekatan Manajemen Bisnis	30
2.1.5	Pendekatan Digital Marketing.....	32
2.1.6	Pendekatan Volume Penjualan	36
2.1.7	Penelitian Terdahulu.....	40
2.1.8	Kerangka Berpikir.....	44
2.2	Metode Penelitian.....	45
2.2.1	Metode Penelitian yang Digunakan	45
2.2.2	Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	45
2.2.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	47
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data	48
2.2.5	Analisis Data	49
2.2.6	Tempat Penelitian.....	57
2.2.7	Jadwal Waktu Penelitian	57
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....		58
3.1	Keadaan Umum Organisasi.....	58
3.1.1	Sejarah Terbentuknya Koperasi Cinta Carma B	58
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi	59
3.1.3	Keanggotaan Koperasi	63
3.1.4	Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi.....	64
3.2	Implementasi Jati Diri Koperasi	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		84
4.1	Identitas Responden dan Imporman.....	84

4.2	Kegiatan Pemasaran yang saat ini dilakukan oleh Koperasi Cinta Carma Bella.....	85
4.3	Tahapan rancangan pemasaran digital Koperasi Cinta Carma Bella	86
4.4	Tanggapan anggota dan pengurus Koperasi Cinta Carma Bella terhadap peningkatan volume penjualan.....	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		108
5.1	Simpulan	108
5.2	Saran-saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMPIRAN.....		114

