

**ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS KOPERASI
KEPADA KARYAWAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PELAYANAN PADA ANGGOTA**

(Studi Kasus Unit Usaha Sapi Perah KSU Tandangsari Kabupaten Sumedang)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

MUHAMMAD MILZAM

C1190172

Dosen Pembimbing:

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si.



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

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Persuasif Pengurus Koperasi
Kepada Karyawan Dalam Upaya Meningkatkan
Pelayanan Pada Anggota (Studi Kasus Unit Usaha Sapi
Perah KSU Tandangsari Kabupaten Sumedang)

Nama Mahasiswa : Muhammad Milzam

Nomor Pokok : C1190172

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing

(Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

(Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si)

(Dr. Ami Purnamawati Drs., M.Si)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tasikmalaya, Jawabarat pada 19 Februari 2001, Anak ke 2 dari 2 bersaudara, dari pasangan bahagia Bapak Asep Zaenal muhtar dan Ibu Euis Nurmalina turosidah. adapun pendidikan formal yang telah penulis tempuh Yaitu Sebagai berikut :

1. Tahun 2006 - 2007 telah menyelesaikan pendidikan di taman Kanak-Kanak Pembina Plered, Kabupatén Purwakarta Jawa barat.
2. Tahun 2008 - 2013 menyelesaikan Pendidikan di SD Negeri 1 Cianting Utara, kecamatan Sukatani, Purwakarta, Jawa barat.
3. Tahun 2014 - 2016 telah menyelesaikan Pendidikan di di SMP Negeri 1 Sukatani, Kabupatén Purwakarta, Jawa barat..
4. Tahun 2017 - 2019 telah menyelesaikan Pendidikan di SMA Negeri Satu Plered, Kabupatén Purwakarta, Jawa barat.
5. Pada tahun 2019 penulis telah tercatat Sebagai mahasiswa di universitas koperasi indonesia (IKOPIN university) Jatinangor, program studi S1 manajemen, konsentrasi manajemen komunikasi bisnis dan penyuluhan.

Adapun pengalaman organisasi kampus yang pernah diikuti oleh penulis yaitu sebagai berikut.

1. Anggota Divisi kesekretariatan Entrepreneur Business Club (EBC) periode 2020-2021
2. Anggota Divisi siaran Radio Ikopin 107,9 FM suara Ikopin - Jatinangor periode 2021-2022.

ABSTRACT

Muhammad Milzam. 2024. *Analysis of Persuasive Communication of Cooperative Management to Employees in an Effort to Improve Service to Members (Case Study of the Dairy Cattle Business Unit of KSU Tandangsari, Sumedang Regency).* Under the Guidance of **Heri Nugraha.**

KSU Tandangsari is one of the organizations indicated to be implementing a persuasive communication model. Basically, persuasive communication in this agency has been implemented and several achievements have been demonstrated, but there are still obstacles experienced by farmers in the field when cultivating dairy cattle, as well as when they are ready for production. By implementing persuasive communication it is hoped that it can improve services to cooperative members.

The services provided by KSU Tandangsari are currently quite good, but the services provided can still be better than before. This can be seen from the report on the results of the Annual Member Meeting (RAT) where there are still many suggestions and input regarding services at KSU Tandangsari. This is certainly something that KSU Tandangsari needs to improve to increase the trust of cooperative members. Efforts to improve service to members can be improved through forms of communication between cooperative employees and members. A very good form of communication in improving service to members is by implementing persuasive communication.

The method used is a quantitative research method, then the data obtained is analyzed quantitatively using a descriptive approach. The sampling technique uses non-probability sampling technique. From the research results, it can be seen that the implementation of persuasive communication and service to members at KSU Tandangsari, especially in the dairy business unit, is good, which can be seen from the high average value and answers of respondents. Furthermore, the research results also show that the persuasive communication implemented has a positive and significant influence on service to members, where these results can be seen from the significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service, Presuasive Communication, Quantitative

ABSTRAK

Muhammad Milzam. 2024. Analisis Komunikasi Persuasif Pengurus Koperasi Kepada Karyawan Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Pada Anggota (Studi Kasus Unit Usaha Sapi Perah KSU Tandangsari Kabupaten Sumedang). Di bawah Bimbingan **Heri Nugraha.**

KSU Tandangsari merupakan salah satu organisasi yang terindikasi menerapkan model komunikasi persuasif. Pada dasarnya komunikasi persuasif di instansi tersebut telah diterapkan dan telah ditunjukkan beberapa pencapaiannya, namun masih terdapat kendala yang dialami oleh peternak dilapangan ketika membudidaya sapi perah, maupun saat siap produksi. Dengan menerapkan komunikasi persuasif diharapkan dapat meningkatkan pelayanan kepada anggota koperasi.

Pelayanan yang diberikan KSU Tandangsari saat ini sudah cukup baik, namun pelayanan yang diberikan masih bisa lebih baik lagi dibandingkan sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari laporan hasil Rapat Anggota Tahunan (RAT) dimana masih terdapat banyak saran dan masukan mengenai pelayanan pada KSU Tandangsari. Hal ini tentunya menjadi hal yang perlu ditingkatkan oleh KSU Tandangsari untuk menambah kepercayaan anggota koperasi. Upaya meningkatkan pelayanan kepada anggota ini dapat ditingkatkan melalui bentuk komunikasi yang dijalankan antara pengurus terhadap karyawan koperasi sehingga pelayanan kepada anggota meningkat. Bentuk komunikasi yang sangat baik dalam meningkatkan pelayanan kepada anggota adalah dengan menerapkan komunikasi persuasif.

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif, kemudian data diperoleh dianalisis secara kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Non probability sampling. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa penerapan komunikasi persuasif dan pelayanan kepada anggota di KSU Tandangsari terutama pada unit usaha sapi perah sudah baik dimana dapat dilihat dari nilai rata-rata dan jawaban responden yang tinggi. Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang diterapkan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan kepada anggota dimana dari hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikannya $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Pelayanan, Komunikasi Presuasif, Kuantitatif

KATA PENGANTAR

Assalamuálaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.....

Segala puji dan syukur ke pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, rahmat, bimbingan serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Konsentrasi Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan (KOMBIP), jurusan Manajemen, Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Dalam memenuhi syarat tersebut, penulis melakukan penelitian di KSU Tandangsari Kabupaten Sumedang dengan Judul “Analisis Komunikasi Persuasif Pengurus Koperasi Kepada Karyawan Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Pada Anggota (Studi Kasus Unit Usaha Sapi Perah KSU Tandangsari Kabupaten Sumedang)”.

Dalam kesempatan ini perkenalkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Secara khusus penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terhormat, Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang teramat baik hati yang telah berjasa membantu penulis memberikan waktu, petunjuk, arahan, bimbingan dan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

2. Yang terhormat, Bapak Prof Dr. Ir. Agus Pakpahan, MS., Selaku rektor universitas koperasi Indonesia (IKOPIN University).
3. Yang terhormat Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., MSi selaku penguji konsentrasi.
4. Yang terhormat Hj. Endang Wahyuningsih, SE., MTi selaku penguji koperasi
5. Yang terhormat Dr. Ami Purnamasari, Dra., MSi selaku ketua program studi sarjana manajemen S1 (IKOPIN University).
6. Kedua orang tuaku tercinta dan kakak tercinta yang tiada henti-hentinya mendoakan dan memberikan supportnya kepada penulis serta memberikan dorongan dan bantuan baik materiil, moral, maupun doa yang tiada hentinya dipanjatkan untuk Ananda, sehingga Ananda dapat menyelesaikan pendidikan dan menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu.
7. Yang terhormat seluruh staf dosen dan karyawan universitas koperasi Indonesia, khususnya di fakultas ekonomi bisnis.
8. Pengurus dan karyawan koperasi serba usaha tandangsari yang telah memberikan waktu dan informasi selama penulis mengadakan penelitian Khususnya pada Yang terhormat Bapak Ato Sopian Dan Bapak Cahyana.
9. Terima kasih Untuk sahabatku Iis sity sa'adah, Andri herdiansyah, Sahabat Muhibbin TQN Center Suryalaya, terima kasih atas kebersamaan dan doa serta semangat yang kalian beri selama ini.
10. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi, dukungan dan doa selama proses perkuliahan hingga proses penerusan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, yang penulis miliki. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun, sangat diharapkan untuk melengkapi skripsi ini.

Jatinangor, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1.1 Unit Usaha Sapi Perah	4
1.1.2 Unit Usaha Pengelolaan Pakan Ternak (Sapronak)	5
1.1.3 Unit Usaha Simpan Pinjam.....	6
1.1.4 Unit Usaha Susu Segar	8
1.1.5 Unit Usaha Pelayanan Kesehatan Hewan dan IB	9
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1 Maksud Penelitian	15
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Aspek Teoritis.....	15
1.4.2 Aspek Praktis	16
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	17
2.1 Pendekatan Masalah.....	17
2.1.1 Manajemen Komunikasi Bisnis.....	17
2.1.2 Manajemen Koperasi.....	21
2.1.3 Pengertian Komunikasi Persuasif.....	35
2.1.4 Elemen Komunikasi Persuasif	38

2.1.5	Komunikasi Organisasi	46
2.1.6	Metode-Metode Komunikasi Persuasif	48
2.1.7	Pelayanan Koperasi	49
2.3	Metode Penelitian.....	51
2.3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan	51
2.3.2	Data yang Diperlukan.....	54
2.3.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya	56
2.3.4	Teknik Pengumpulan Data	57
2.3.5	Analisis Data	58
2.3.6	Tempat Penelitian	61
2.3.7	Jadwal Penelitian	62
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		63
3.1	Keadaan Umum Organisasi	63
3.1.1	Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	63
3.1.2	Struktur Organisasi Koperasi.....	64
3.2	Keanggotaan Koperasi	65
3.2.1	Pengurus.....	65
3.2.2	Pengawas.....	65
3.2.3	Karyawan	66
3.2.4	Anggota	66
3.3	Kegiatan Usaha Koperasi	67
3.3.1	Unit Usaha peternakan Sapi perah/Susu Segar.....	67
3.3.2	Unit Usaha Simpan Pinjam.....	67
3.3.3	Unit Usaha Sarana Produksi (Sapronak).....	68
3.3.4	Waserda.....	68
3.3.5	Unit Pelayanan Makanan Ternak	68
3.3.6	Pelayanan kesehatan Hewan dan Inseminasi Buatan	69
3.3.7	Pelayanan Angkutan Susu.....	69
3.3.8	Tabungan Hari Tua.....	69
3.4	Implementasi Jati Diri Koperasi.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		74

4.1 Identitas Responden Dan Informan.....	74
4.2 Komunikasi Persuasif yang Diterapkan Pengurus Kepada Karyawan di KSU Tandangsari	76
4.3 Analisis Komunikasi Persuasif yang Dilakukan Pengurus Kepada Karyawan dan Dampaknya Terhadap Pelayanan Kepada Anggota.....	80
4.4 Besarnya Dampak Penggunaan dari Komunikasi Persuasif dari Pengurus Kepada Karyawan Terhadap Pelayanan Kepada Anggota di KSU Tandangsari	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran-Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perhitungan Hasil Usaha Unit Sapi Perah.....	5
Tabel 1. 2 Perkembangan Pengelolaan Produksi Pakan Ternak	6
Tabel 1. 3 Hasil Perhitungan Unit Usaha Simpan Pinjam	7
Tabel 1. 4 Produksi Pemasaran Susu Segar	9
Tabel 1. 5 Pelayanan Kesehatan Hewan dan IB	10
Tabel 1. 6 Penerimaan Berdasarkan Sektor Usaha	11
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel.....	54
Tabel 4. 1 Identitas Responden.....	74
Tabel 4. 2 Skoring dan Perhitungan Rata-Rata Variabel Komunikasi Persuasif (X)	76
Tabel 4. 3 Hasil Skoring dan Perhitungan Rata-Rata Variabel Pelayanan Kepada Anggota (Y)	78
Tabel 4. 4 Hasil MSI Variabel Komunikasi Persuasif	81
Tabel 4. 5 MSI Variabel Pelayanan Kepada Anggota	82
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian	83
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Data.....	84
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi	64
Gambar 4.1 Alur Komunikasi Persuasi	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	100
Lampiran 3 Hasil Perhitungan Deskriptif	108