

ANALISIS PEMASARAN RELASIONAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS ANGGOTA

(Studi kasus pada Koperasi Karyawan Industri "KARYA SEJAHTERA" PT
Ewindo)

Disusun Oleh:

Intan Fadhilah

C1210169

SKRIPSI

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

Dosen Pembimbing:

Jaka Sudewa, S.E., M.M.



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

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Relasional Dalam Upaya Meningkatkan
Loyalitas Anggota (*Studi kasus pada Koperasi Karyawan
Industri "KARYA SEJAHTERA" PT Ewindo Jl Cimuncang,
Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat*)

Nama : Intan Fadhilah

NRP : C1210169

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing 1



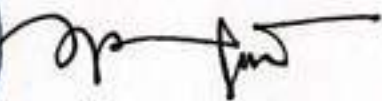
Jaka Sudewa, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Prodi Ekonomi dan Bisnis



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



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si



**PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul **“Analisis Pemasaran Relasional Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas 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 laporan skripsi ini.

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

Jatinangor, Agustus 2025

Intan Fadhilah

C1210169

RIWAYAT HIDUP



Intan Fadhilah lahir di Sumedang 4 September 2002. Merupakan anak ke tiga dari pasangan Ayah solihin Zainal Bahri dan Ibu Neneh Mulyani. Dan kedua kakak Bernama Hanifah Muslimah dan Azis Muslim. Penulis memulai Pendidikan:

1. SDN Cijolang tahun (2009-2015)
2. Mts Ma'arif Tanjungsari (2015-2018)
3. MAN 2 Tasikmalaya (2018-2021)

Kemudian pada tahun 2021, penulis tercatat sebagai mahasiswi Program S1 Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia. Selama perkuliahan aktif mengikuti kegiatan kemahasiswaan yaitu :

1. Swara Radio (2021-2024)
 - Anggota *Audio Design* (2021-2024)

ABSTRACT

INTAN FADHILAH. 2025. *Relational Marketing Analysis in Efforts to Increase Member Loyalty (A Case Study at Koperasi Karyawan Industri "Karya Sejahtera" PT Ewindo), under the supervision of Jaka Sudewa.*

This study was motivated by the declining engagement of cooperative members in the store unit and fluctuating performance trends. In 2024, out of 2,190 registered members, only 800 were active ($\approx 36.5\%$), indicating the urgent need to strengthen relational bonds and member loyalty. The objectives of this research are to analyze relational experiences (trust, commitment, communication, satisfaction), to explore how members perceive loyalty (attitudinal, behavioral, recommendation/advocacy, active participation), and to formulate strategies for improving cooperative services.

The research applied a quantitative descriptive (survey) method. The population consisted of 2,190 members, with a sample of 96 respondents determined using the Slovin formula ($e=10\%$) through simple random sampling. Data were collected through a Likert scale (1–5) questionnaire, supported by observations and interviews with the cooperative management. Descriptive analysis (scores and categorization) was used to interpret the findings.

The results show that the highest indicators of relational experience were "prices are not inflated" (score 429) and "product safety (BPOM certified)" (421). Communication was also positively perceived (transparent information, 382). In terms of loyalty, the indicator "intention to remain loyal to the store unit" was in the high category (350). However, weaknesses remain: management honesty only scored 279 (fair), providing suggestions to the cooperative scored 247 (low), and involvement in service development scored 252 (fair). Interviews confirmed that participation in annual member meetings remains low, suggesting that loyalty tends to be transactional rather than organizational.

Keywords: Relational Marketing, Member Loyalty, Cooperative.

ABSTRAK

INTAN FADHILAH. 2025. Analisis Pemasaran Relasional Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Anggota (Studi Kasus pada Koperasi Karyawan Industri “Karya Sejahtera” PT Ewindo), di bawah bimbingan Jaka Sudewa.

Penelitian ini dilatarbelakangi penurunan keterlibatan anggota pada unit toko koperasi serta tren kinerja yang berfluktuasi. Pada 2024, dari 2.190 anggota, hanya 800 yang tercatat aktif ($\approx 36,5\%$), menunjukkan perlunya penguatan relasi dan loyalitas anggota. Tujuan penelitian: menganalisis pengalaman relasional (kepercayaan, komitmen, komunikasi, kepuasan), memaknai loyalitas anggota (sikap, perilaku, rekomendasi/advocacy, partisipasi aktif), serta merumuskan arah perbaikan layanan unit toko.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif (survei). Populasi berjumlah 2.190 anggota; sampel 96 responden ditentukan dengan rumus Slovin ($e=10\%$) melalui simple random sampling. Instrumen berupa kuesioner Likert 1–5 yang dianalisis secara deskriptif (skor dan kategorisasi), dilengkapi observasi dan wawancara singkat dengan ketua koperasi untuk memperkaya interpretasi.

Hasil menunjukkan indikator pengalaman relasional tertinggi berada pada harga tidak dimahalkan (skor total 429) dan keamanan produk (BPOM) (421); komunikasi dinilai baik (informasi terbuka, 382). Pada loyalitas, niat setia menggunakan unit toko berada pada kategori tinggi (350). Sebaliknya, beberapa titik lemah masih muncul: kejujuran pengelolaan hanya netral (279), pemberian saran anggota rendah (247), dan pelibatan dalam pengembangan layanan netral (252). Temuan wawancara menegaskan partisipasi RAT masih rendah, sehingga loyalitas cenderung bersifat transaksional dan belum mantap pada aspek keikutsertaan organisasi.

Kata kunci: *Pemasaran Relasional, Loyalitas Anggota, Koperasi.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Relasional Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Anggota” (Studi kasus pada Koperasi Karyawan Industri “KARYA SEJAHTERA” PT Ewindo Jl Cimuncang, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat).

Skripsi ini telah disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) untuk kemudian memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Koperasi Indonesia.

Do'a serta usaha rasanya tidak lengkap jika tanpa dukungan dari berbagai pihak. Maka saya ingin mengungkapkan rasa syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Cinta pertama dan pintu surgaku, Bapak solihin Zainal Bahri & Ibu Neneh Mulyani. Terimakasih atas segala do'a dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang, do'a dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih telah mengantarkan sampai di titik ini. Terimakasih sudah berjuang untukku, membersarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa

menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku. Hiduplah lebih lama.

Dengan hormat, peneliti juga ingin mengucapkan Terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Yang terhormat Bapak Jaka Sudewa, SE., MM selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu, memberi saran dan arahan kepada penulis dalam menyusun Skripsi ini.
2. Yang terhormat kepada Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku dosen penelaah Konsentrasi yang telah memberikan masukan serta arahan kepada penulis.
3. Yang terhormat kepada Ibu Dra. Hj. Lely Savitri Dewi, M.Si selaku dosen penelaah Koperasi yang telah memberikan masukan serta arahan kepada penulis.
4. Bapak Rektor Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph.D., yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menempuh pendidikan di lingkungan Universitas Koperasi Indonesia. Semoga segala ilmu dan pengalaman yang penulis peroleh dapat menjadi bekal yang bermanfaat di masa depan.
5. Yang terhormat Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M. Si selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Koperasi Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Sarjana Manajemen yang telah membantu kelancaran penulis dalam menempuh Pendidikan.

7. Pengurus, karyawan, dan seluruh anggota Koperasi Karyawan PT. Ewindo terutama kepada Bapak Dedy atas kerjasamanya dan dengan begitu sabar serta baik hati telah mempermudah penelitian ini.
8. Kepada ke 4 kakak saya yang tak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup peniliti. Berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini baik tenaga, materi, maupun waktu dan telah mendukung serta menghibur dengan ketulusannya.
9. Kepada keponakan-keponakan tersayang Arya, Arsyaka, Arseizha, dan Almaira. Terimakasih atas kehadiran kalian yang membuat penulis semangat dan membuat penulis senang, sehingga penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada sahabat saya yaitu Jubaedah, Agnia Fitri Azahra, Ratna Sari, Rahma Amelia, Syifa Adawiyah terimakasih atas kehadirannya yang selalu menemani dalam susah maupun duka penulis.
11. Rekan-rekan kelas Manajemen Pemasaran 21 yang telah memberikan keseruan dan keceriaan kepada peneliti.
12. Kepada Kholda Alya Maulida yang telah memberikan waktunya untuk menemani peneliti disela-sela kebingungan dan kecemasan kala itu.
13. Teruntuk teman-teman satu angkatan maupun adik-adik di organisasi Swara Radio yang sempat memberikan rasa kebersamaan, kekeluargaan, memberikan pengalaman, kerjasama, dan canda tawa diluar kegiatan akademik.
14. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan, semangat serta doa.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun diharapkan dapat melengkapi penulisan-penulisan ilmiah selanjutnya. Akhirnya, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Jatinangor, Agustus 2025

Intan Fadhilah

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
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 dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	11
2.1 Pendekatan Masalah	11
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	11
2.1.2 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	23

2.1.3 Pendekatan Pemasaran Holistik	30
2.1.4 Pendekatan Loyalitas Anggota	45
2.1.5 Pendekatan Partisipasi Anggota	51
2.1.6 Penelitian Terdahulu	53
2.1.7 Kerangka Pikir	54
2.2 Metode Penelitian	55
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	55
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	56
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	57
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	58
2.2.5 Analisis Data	59
2.2.6 Tempat Penelitian	62
2.2.7 Jadwal Penelitian	63
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	64
3.1 Keadaan Umum Organisasi Koperasi	64
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi	64
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi	68
3.2 Keanggotaan Koperasi	71
3.3 Kegiatan dan Permodalan Koperasi	71
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi	71
3.3.2 Permodalan Koperasi	74
3.3.3 Keadaan Keuangan Koperasi	77

3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi Karyawan Industri	
"KARYA SEJAHTERA" PT.Ewindo	80
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi Pada Koperasi Karyawan	
Industri "KARYA SEJAHTERA"PT.Ewindo	80
3.4.2 Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi Pada Koperasi Karyawan	
Industri "KARYA SEJAHTERA" PT.Ewindo	82
3.4.3 Implementasi Nilai-nilai Koperasi Pada Koperasi Karyawan	
Industri "KARYA SEJAHTERA" PT.Ewindo	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	89
4.1 Identitas Responden dan Informan	89
4.2 Analisis Pengalaman Relasional Anggota terhadap Keterikatan	
dengan Koperasi	92
4.2.1 Dimensi Kepercayaan.....	93
4.2.2 Dimensi Komitmen.....	95
4.2.3 Dimensi Komunikasi	97
4.2.4 Dimensi Kepuasan.....	99
4.3 Pemaknaan Loyalitas Anggota terhadap Koperasi Karyawan	
PT. Ewindo	102
4.3.1 Dimensi Loyalitas Sikap.....	102
4.3.2 Dimensi Loyalitas Perilaku.....	105
4.3.3 Dimensi Rekomendasi & <i>Advocacy</i>	107
4.3.4 Dimensi Partisipasi Aktif.....	108
4.4 Upaya Membangun Kembali Loyalitas dan Keterlibatan Anggota	110

4.4.1 Upaya Meningkatkan Kepercayaan Anggota	112
4.4.2 Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota dalam Rapat Anggota	113
4.4.3 Upaya Mendorong Anggota dalam Memberikan Masukan.....	115
4.4.4 Upaya Meningkatkan Keterlibatan Anggota dalam Pengembangan.	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Simpulan.....	119
5.2 Saran-Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Aktif Koperasi Karyawan Industri "KARYA SEJAHTERA" PT. Ewindo Tahun 2020 - 2024	4
Tabel 1. 2 Data Transaksi Anggota Koperasi (Unit Toko) Tahun 2020-2024 Koperasi Karyawan Industri "KARYA SEJAHTERA" PT. Ewindo.....	5
Tabel 1. 3 Total Penjualan Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Industri "KARYA SEJAHTERA" PT. Ewindo Tahun 2020- 2024.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	53
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 2. 3 Kategori Skala Likert	59
Tabel 2. 4 Kategori Penilaian.....	60
Tabel 2. 5 Analisis Setiap Pernyataan Pengalaman Relasional	61
Tabel 2. 6 Analisis Setiap Pernyataan Loyalitas Anggota	61
Tabel 2.7 Jadwal Penelitian	63
Tabel 3. 1 Perkembangan Anggota Koperasi Karyawan PT. Ewindo	71
Tabel 3. 2 Perkembangan Modal Sendiri Koperasi Karyawan Industri "KARYA SEJAHTERA" PT.Ewindo	75
Tabel 3. 3 Perkembangan Modal Sendiri Koperasi Karyawan Industri "KARYA SEJAHTERA" PT.Ewindo	75
Tabel 3. 4 Rasio Likuiditas Koperasi Karyawan KARYA SEJAHTERA PT. Ewindo	77
Tabel 3. 5 Rasio solvabilitas Koperasi KARYA SEJAHTERA PT.Ewindo	78
Tabel 3. 6 Rasio rentabilitas Koperasi KARYA SEJAHTERA PT.Ewindo.....	79

Tabel 4. 17 Hasil Analisis Kepuasan terhadap harga produk	100
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Kepuasan Terhadap Kesopanan dan Keramahan Pegawai	101
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Variabel Pengalaman Relasional	101
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Rasa Bangga Menjadi Anggota Koperasi	103
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Niat Untuk Terus Menjadi Anggota	104
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Kesiediaan Mendukung Koperasi Dalam Jangka Panjang.....	104
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Frekuensi Pembelian Di Unit Toko	105
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Kenyamanan Berbelanja di Koperasi	106
Tabel 4. 25 Hasil Analisis Konsistensi Memanfaatkan Layanan Koperasi	106
Tabel 4. 26 Hasil Analisis Kesiediaan Merekomendasikan Koperasi Kepada Rekan Kerja	107
Tabel 4. 27 Hasil Analisis Kehadiran Dalam RAT.....	108
Tabel 4. 28 Hasil Analisis Keterlibatan Dalam Memberikan Saran Untuk Koperasi	108
Tabel 4. 29 Hasil Analisis Keterlibatan Dalam Kegiatan Koperasi.....	109
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Anggota	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahap Proses Keputusan Pembeli	13
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	54
Gambar 3. 1 Logo Koperasi Karyawan PT. Ewindo	67
Gambar 3. 2 Struktur Kepengurusan Koperasi Karyawan PT. Ewindo.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	129
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	131
Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan	133
Lampiran 5 Struktur Organisasi Yang Disarankan	136