

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (*WEBSITE*) DALAM
UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMBELIAN ANGGOTA DI
KOPERASI KELUARGA PEGAWAI INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG**

(Studi Kasus Unit Waserda Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung)

SKRIPSI

Dosen Pembimbing :

IR. HJ. NANI RISNAWATI. M.Si

Disusun Oleh :

NOVITA ANGGIE RACHMAWATI

C1130236



KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

INSTITUT KOPERASI INDONESIA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial *Website* Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Pembelian Anggota di Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung

Studi Kasus Unit Waserda Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung

Nama : Novita Anggie Rachmawati

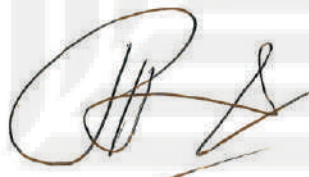
Nomor Pokok : C 1130236

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing



Ir.Hj. Nanik Risnawati, M.Si

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno., S.E., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 25 Mei 1995 di Purbalingga, Jawa Tengah. Merupakan anak pertama dari Keluarga Rahmat Hidayat dan Hartati. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2001 lulus dari TK Alwani Kencana Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat;
2. Tahun 2007 lulus dari SD Negeri Cijagra 4, Kabupaten Bandung, Jawa Barat;
3. Tahun 2010 lulus dari SMP Negeri 1 Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat;
4. Tahun 2013 lulus dari SMA Bina Muda Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Tahun 2013 penulis tercatat sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama di IKOPIN penulis mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya:

No	Unit Kegiatan Mahasiswa	Periode	Jabatan
1	Swara Radio Ikopin Jatinangor	2013 - 2014	Calon Crew
		2014 - 2015	Crew
		2015 - 2016	Program Director
2	English Club of Ikopin (ECI)	2013-2014	Anggota
		2014-2015	PR Internal
		2015-2017	Anggota Senior Board
3	Laboratorium Komputer IKOPIN	2015 - 2016	Asisten Laboratorium Komputer IKOPIN
		2016 - 2017	Koordinator Divisi KOMINFO

ABSTRACT

Novita Anggie Rachmawati, Promotion Effectivity Through Social Media (Website) In Order to Increase Member Buying Participation In Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung, under the guidance of Mrs. Dra. Yeni Wipartini, M,Ti and Mrs. Ir. Nanik Risnawati, MSi

Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung is **Koperasi Konsumen** where it's member is worker/employee from ITB, ITB lecturer, member of Ikaatan Wanita Keluarga (IWK), worker/employee Polban and Polman. Contribution and Participation from member is very important for **KOPERASI** . There is so many way to do from Member of Cooperative in case for increasing Member Participation or Contribution, **for example Promotion**. In Promotion KKP-ITB's using there is offline promotion like **media cetak**, promotion on Social Media, and many more. **Koperasi** have to use technology nowadays, which is for promotion to solve the problem about member participation and contribution.

The method of this research is using **metode studi kasus** with observation technique, interview, and spreading **kuisioner** to member of KKP-ITB for describing how the **Promotion** that KKP-ITB using in social media (website) can increasing member's participation and contribution.

From the result, the effectiveness promotion level that KKP-ITB did through social media (website) was not really effective, because there is no one

expert or specialist who handle this job. That is known from the interview with the KKP-ITB manajer, and he's said the level promotion which is really effective through website is from the information that shown there and the worst in this website is about this appearance that less interesting, and that made it's member less interested to each product that shown in KKP-ITB's website.

Keyword : Effectiveness Promotion, Member Participation



IKOPIN

RINGKASAN

Novita Anggie Rachmawati, Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial (*Website*) Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Pembelian Anggota di Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung, di bawah bimbingan Ibu Dra. Yeni Wipartini, M,Ti dan Ibu Ir. Nanik Risnawati, MSi

Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung Merupakan Koperasi Konsumen di mana anggotanya adalah para pegawai ITB, dosen ITB, Anggota Ikatan Wanita Keluarga (IWK) ITB, pegawai Polban dan Polman, Pensiunan Pegawai ITB, Polban dan Polman. Partisipasi Anggota sangatlah penting bagi koperasi, dalam meningkatkan partisipasi anggota banyak cara yang bisa dilakukan oleh koperasi salah satunya yaitu melalui promosi. Promosi yang dilakukan pun beragam cara dari mulai media cetak sampai media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis ritel, digunakan juga oleh KKP – ITB ini. Koperasi harus bisa memanfaatkan teknologi yang ada saat ini, salah satunya untuk promosi dalam meningkatkan masalah partisipasi anggota.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner kepada anggota untuk menggambarkan bagaimana promosi yang dilakukan oleh koperasi melalui media sosial *website* dapat meningkatkan partisipasi anggota.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat efektivitas promosi yang dilakukan koperasi melalui media sosial *website* yang sudah koperasi lakukan belum efektif dalam pengelolaannya, karena tidak ada orang yang khusus dalam mengelola *website*. Hal tersebut diketahui dari wawancara dengan manajer koperasi yang menyatakan bahwa tingkat promosi paling efektif melalui *website* yaitu pada kejelasan pesan yang ditampilkan melalui *website* tersebut dengan nilai 99%, dan yang paling rendah dalam pelaksanaan promosi website ini visualisasi iklan yang kurang menarik yang bisa menjadikan kurang tertariknya anggota terhadap produk yang dilakukan dengan nilai 53%.

Kata kunci : Efektivitas Promosi, Partisipasi Anggota

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum.wr.wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, karena atas rahmatnya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah kepada kita semua.

Penulis melakukan penelitian di Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung (KKP – ITB) guna menyelesaikan penulisan skripsi untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) dengan judul **“EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (*WEBSITE*) DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMBELIAN ANGGOTA DI KOPERASI KELUARGA PEGAWAI INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG”**. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai masukan guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa amanah yang Allah berikan kepada penulis tidaklah sendiri, tetapi ada banyak pihak yang telah turut membantu penulis. Dengan segala kerendahan hati dan rasa terima kasih penulis sampaikan dengan penuh rasa hormat :

1. Yang terhormat Ibu Dra. Yeni Wipartini. M, Ti dan Ibu Ir. Nanik Risnawati,MSi , selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan saran dan bimbinganya dengan kesabaran yang luar biasa dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih untuk Ibu.
2. Yang terhormat Ibu Dra. Ucu Nurwati, Msi selaku dosen penguji jurusan yang telah memberikan arahan dan masukan yang sangat berarti bagi penulis.
3. Yang terhormat Bapak Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Yang terhormat Bapak Dr.H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc. selaku direktur Prodi S1 Manajemen atas motivasinya untuk terus berkarya.
5. Seluruh staf dosen dan karyawan IKOPIN khususnya konsentrasi Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang terhormat Bapak Erik Permana S.AB selaku Manajer Koperasi dan Bapak Eza selaku karyawan koperasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian skripsi ini dan telah memberikan saran yang bersifat membangun kepada penulis.
7. Teristimewa untuk Ibunda dan Ayahanda, Ibu Hartati dan Bapak Rahmat Hidayat. Terima kasih atas pengorbanan, kasih sayang beserta doa yang telah engkau berikan. Skripsi ini ku persembahkan untuk mereka, orang tuaku.

8. Adikku tersayang Dyah Paramitha Rachman yang selalu mengingatkan akan penulisan skripsi ini segera diselesaikan dan senantiasa menemani dalam proses lapangan
9. My Partner Irfan Rofio yang senantiasa menjadi orang istimewa, teman, kakak dan rekan kerja yang .baik bagi penulis, yang senantiasa mengingatkan dan memberi semangat agar melakukan sesuatu dengan baik 😊.
10. Kakak tersipitku Oppey, yang selalu mengingatkan penulis agar segera menyelesaikan penulisan ini. Terimakasih bawelannya :D
11. Temen terbaikku Desi Gustiani, terimakasih selalu ada di kesibukannya yang selalu memotivasi, memberi arahan dan masukan kepada penulis, Loveeeee badag pokokknya.
12. Rekan tersayangku yang selalu semangat dan memberikan canda tawa dikala membangun organisasi yang keren ini (Swara Radio) kalian hebat Irfan, Oppey, Wanda dan Pungki.
13. Crew – crew Swara Radio yang senantiasa membantu penulis dikala menjabat, terimakasih banyak Ares, Iren, Eca, Enji, Nada, Igul, Arum, Yudhis, Dezan, Kucca, Edwar, semangat terus jadi penyiarnya!
14. Terimakasih atas cerita yang diberikan teman – teman crew swara radio angkatan 2013.
15. Terimakasih kakak – kakak crew dan Alumni Swara Radio yang telah banyak memberikan ilmu di organisasi ini.

16. Teman – teman asisten laboratorium komputer IKOPIN angkatan 2013 Dejan, Aulia, Putri, Yakin, Daniar, Ade, Ridwan semangat mencari ilmu dan rejeki.
17. Teman – teman jurusan manajemen pemasaran angkatan 2013, semangat melakukan segala sesuatunya.
18. Teman-teman English Club Of IKOPIN angkatan 2013 Semangat terus berbagi ilmu!
19. Teman-teman seperjuangan penulisan skripsi ini Risyia, Nia, Mirza, Wulan, Fitri dll.
20. Teman Praktek lapang, Suhartandi Jalili, Mina, Alfina, dan Teh Gita yang telah memberikan pengalaman Praktek Lapangan yang sangat berkesan.
21. Teman-teman Bimbingan yang berjuang bersama-sama menyelesaikan skripsi ini.
22. Teman- teman Forum Radiio Kampus Bandung yang telah banyak berbagi informasi, terimakasih Ilmunya!
23. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala amal baik dan niat baik semuanya mendapat ridho Allah SWT dan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda. Amiin

Wassalamualaikum. Wr.wb

Jatinangor, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	12
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian.....	14
 BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	
2.1. Pendekatan Perkoperasian	15
2.2. Pendekatan Partisipasi Anggota	24
2.3. Pendekatan Pemasaran	28

2.4. Pendekatan Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi	35
2.5. Metode Penelitian	37

BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

3.1. Keadaan Organisasi dan Manajemen	61
3.2. Keanggotaan Koperasi	75
3.3. Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	76
3.4. Implementasi Jati Diri Koperasi	84

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Promosi Yang Dilaksanakan KKP – ITB	
Melalui Media Sosial Website	90
4.2. Faktor Yang Memengaruhi Waserda Melakukan Promosi Menggunakan	
Medias Sosial Website	94
4.3. Partisipasi anggota Terhadap Unit Waserda Koperasi.....	96
4.4. Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Promosi Yang Dilakukan	
Melalui Media Sosial Website.....	98
4.2. Sejauhmana Tingkat Efektivitas Promosi Yang Dilakukan Melalui Media	
Sosial Website	112

4.6. Upaya – upaya yang Seharusnya Dilakukan Oleh Koperasi dalam Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial	114
---	-----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	117
5.2. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
DAFTAR LAMPIRAN	122



IKOPIN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Pendapatan Pertahun Unit Waserda KKP - ITB	5
1.2	Daftar Jumlah Anggota KKP - ITB	6
1.3	Persentase Anggota Aktif KKP - ITB Per 31 Desember 2017	6
2.1	Operasional Variabel	42
2.2	Jenjang dan Kriteria Partisipasi Anggota	46
2.3	Kelas Interval Setiap Indikator pada Partisipasi Anggota	49
2.4	Kelas Interval Unsur Transaksi Pada Partisipasi Anggota	50
2.5	Jenjang dan Kriteria Tanggapan dan Harapan Anggota	50
2.6	Kelas Interval Setiap Indikator Pada Unsur - Unsur Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial <i>Website</i>	52
2.7	Kelas Interval Unsur Attention (Perhatian) Pada Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial <i>Website</i>	53
2.8	Kelas Interval Unsur Interest (Ketertarikan) Pada Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial <i>Website</i>	53
2.9	Kelas Interval Unsur Desire (Keinginan) Pada Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial <i>Website</i>	54
2.10	Kelas Interval Unsur Action (Tindakan) Pada Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial <i>Website</i>	55
2.11	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Anggota Terhadap Unsur - unsur Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial <i>Website</i>	55
2.12	Analisis Kesesuaian dan Kesenjangan	56
2.13	Kelas Interval Setiap Indikator Pada Unsur - Unsur Efektivitas Melalui Media Sosial <i>Website</i> Dalam Persentase	61
3.1	Perkembangan Jumlah Anggota	77
3.2	Penanganan Bidang Usaha dan Keuangan KKP - ITB	79
3.3	Kondisi Permodalan KKP - ITB	81
3.4	Standar Pengukuran Rasio Likuiditas	82
3.5	Perhitungan Rasio Likuiditas	82
3.6	Standar Pengukuran Rasio Solvabilitas	83
3.7	Perhitungan Rasio Solvabilitas	83
3.8	Perhitungan Rasio Rentabilitas Modal Sendiri	84
3.9	Kertas Kerja Penilaian Implementasi Jati Diri Koperasi	87
3.10	Kertas Kerja Penilaian Implementasi Jati Diri Koperasi	86
3.11	Kertas Kerja Penilaian Implementasi Jati Diri Koperasi	87
4.1	Rekapitulasi Jawaban Anggota Terhadap Partisipasi Anggota	98
4.2	Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Mengenai Jawaban yang Diberikan Anggota	98

4.3	Pengelompokkan Jawaban Anggota Terhadap Transaksi di Unit Waserda	99
4.4	Rekapitulasi Jawaban Anggota Terhadap Partisipasi yang Dilakukan di Unit Waserda	99
4.5	Rekapitulasi Tanggapan anggota Terhadap Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website	101
4.6	Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Mengenai Tanggapan Terhadap Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website	101
4.7	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website Per Indikator	102
4.8	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website Berdasarkan AIDA	106
4.9	Tabel Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial (Website)	106
4.10	Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Mengenai Harapan Anggota Terhadap Promosi yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website	106
4.11	Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Indikator Unsur - unsur Promosi Melalui Media Sosial Website Per Indikator	107
4.12	Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Promosi yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website Berdasarkan AIDA	108
4.13	Rekapitulasi Skor dan Perhitungan Median	110
4.14	Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Website Berdasarkan Kelas Interval	115

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.1	Tampilan <i>Facebook</i> KKP - ITB	8
1.2	Tampilan <i>Website</i> KKP - ITB	9
2.1	Tipe Partisipasi	27
2.2	Diargam Kartesius	57
3.1	Struktur Organisasi KKP ITB	66
4.1	Tampilan Konten Website KKP - ITB	92
4.2	Tampilan Website KKP - ITB	94
4.3	Tampilan Website KKP - ITB	94
4.4	Diagram Kartesius Harapan Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Promosi Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Website	110

IKOPIN