

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN KOPERASI**
(Studi Kasus pada Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan
Indonesia)

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Disusun oleh

Ridha Nurakhmawati

C1140146

Dosen Pembimbing

Dra. Hj. Yeni Wipartini., M.Ti.

Dra. Ucu Nurwati, M.Si.



IKOPIN

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI S-1
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Peran Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia)**

Nama Mahasiswa : **Ridha Nurakhmawati**

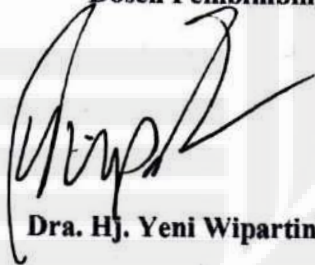
NRP : **C1140146**

Program Studi : **S-1 Manajemen**

Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**


Menyetujui dan Mengesahkan,

Dosen Pembimbing 1



Dra. Hj. Yeni Wipartini, M.Ti.

Dosen Pembimbing 2



Dra. Ucu Nurwati, M.Si.

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Ridha Nurakhmawati, dilahirkan di Kota Garut pada tanggal 15 Januari 1997. Merupakan anak terakhir dari empat bersaudara keluarga E. Setiady Syam dan Haeli Satyaswari. Pendidikan yang telah ditempuh diantaranya:

1. Lulus dari TK Al-Fadhilah, Garut pada tahun 2002
2. Lulus dari SDN Abdi Negara, Kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung Jawa Barat pada tahun 2009
3. Lulus dari SMPN 4 Rancaekek, Kabupaten Bandung Jawa Barat pada tahun 2011
4. Lulus dari SMAN 1 Rancaekek, Kabupaten Bandung Jawa Barat pada tahun 2014

Pada tahun 2014, tercatat sebagai Mahasiswi Institut Koperasi Indonesia Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama di IKOPIN beberapa kegiatan telah diikuti, diantaranya:

1. *English Club of Ikopin* (2014-2018):
 - *Member of Human Resource* (2014-2015)
 - *Secretary 1* (2016-2017)
 - *Member of Senior Board* (2016-2018)
2. *Laboratorium Komputer Ikopin* (2016-2018)
 - *Anggota Divisi Kominfo* (2016-2017)
 - *Bendahara Umum* (2017-2018)

ABSTRACT

Ridha Nurakhmawati (C1140146), *The Role of Social Media in Efforts to Increase Members' Participation as Customers, Case study at the Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia (Kopma BS UPI), under the guidance of Yeni Wipartini and Ucu Nurwati.*

Society life always changes and develops over time to time. Cultural acculturation with a touch of technology is one of the pusher phenomena of these changes and developments which now has affected many aspects of human life. Same as economic activities in cooperatives, especially in student cooperatives where the surrounding circumstances are young people or what is now known as millennials, Kopma Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia also needs to take a part in the times through the use of social media focusing on Instagram. It is hoped that with the existence of Instagram in addition to maintaining the existence of cooperatives, making it easier to share information and communicate can also add active participation from members, especially the participation of members as customers.

This study attempts to determine how the efforts that must be done by cooperatives to increase the participation of members as customers through the role of Instagram social media in Kopma BS UPI through member responses to the elements of Instagram social media usage in 4C (context, communication, collaboration and connection. The research method used is quantitative case studies and supported by qualitative data through a correlation approach and presented descriptively.

The results show that the use of Kopma BS UPI Instagram social media is good and have a strong enough relationship with the participation of members as customers so that member participation can be increased through efforts that must be done through the use of Instagram social media. This can be done by maintaining and enhancing the achievements that are considered good and then adding promotion that attract members to participate by implementing new innovations and following of developing trends as well as the existence of more interactive communication between cooperatives and their members through Instagram social media.

IKOPIN

ABSTRAK

Ridha Nurakhmawati (C1140146), Peran Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan, Studi kasus pada Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia (Kopma BS UPI), dibawah bimbingan Yeni Wipartini dan Ucu Nurwati

Kehidupan masyarakat selalu mengalami perubahan dan perkembangan dari waktu ke waktu. Akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi merupakan salah satu fenomena pendorong perubahan dan perkembangan tersebut yang sekarang telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan manusia. Seperti halnya dengan aktivitas ekonomi dalam koperasi terutama pada koperasi mahasiswa dimana keadaan sekitarnya merupakan anak-anak muda atau yang saat ini dikenal dengan istilah generasi *millennials*, maka Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia pun perlu turut andil dalam perkembangan zaman melalui penggunaan media sosial berfokus kepada Instagram. Diharapkan dengan adanya media sosial Instagram tersebut selain untuk menjaga eksistensi koperasi, memudahkan dalam membagikan informasi dan berkomunikasi juga dapat menambahkan partisipasi aktif dari para anggota terutama partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana upaya-upaya yang harus dilakukan koperasi untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui peran media sosial Instagram pada Kopma BS UPI melalui tanggapan anggota akan unsur penggunaan media sosial Instagram dalam 4C yaitu *context, communication, collaboration* dan *connection*. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan studi kasus secara kuantitatif serta didukung dengan data kualitatif melalui pendekatan korelasi dan disajikan secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram Kopma BS UPI sudah baik dan memiliki hubungan yang kuat dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan sehingga partisipasi anggota dapat meningkat melalui upaya-upaya yang harus dilakukan melalui penggunaan media sosial Instagram. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan pencapaian yang dirasa baik kemudian menambahkan promo-promo yang menarik anggota untuk berpartisipasi dengan melakukan inovasi baru dan mengikuti perkembangan tren yang ada serta adanya komunikasi yang lebih interaktif antara koperasi dengan para anggotanya melalui media sosial Instagram.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat, hidayah, kekuatan serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul **“Peran Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Koperasi” (Studi Kasus pada Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia).**

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan pendapat yang membangun serta penelitian selanjutnya sebagai penyempurnaan dalam skripsi ini.

Dengan adanya keterlibatan semua pihak yang telah memberikan berbagai kontribusi berupa dorongan, bantuan, bimbingan, kasih sayang dan doa yang sangat berarti maka penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Seluruh keluarga tercinta; Mamih, Bapak, Papah, Mamah, Teh Ane, Kaka Fassa, Teh Afni, A Irwan, Alm Teh Hevy, A Burhan, Sasa, Hisam, Neng Syifa, De Kamil, Neng Rahma, Teh Ika, Teh Irma, A Oga dan keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang serta dukungan membangun terutama Mamih, Ibu terbaik sepanjang masa

- 2) Dra. Yeni Wipartini., M.Ti dan Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan banyak arahan serta saran dalam penulisan skripsi ini
- 3) Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen penguji konsentrasi dan Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku dosen penguji koperasi yang telah memberikan banyak masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini
- 4) Seluruh staf dosen pengajar khususnya jurusan Manajemen Pemasaran yang telah membagikan ilmunya dan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan di IKOPIN
- 5) Muksal Mina; *partner multitalent* yang bisa menjadi sahabat, keluarga, pengacara, penasehat, pendengar, penyemangat dalam satu paket terbaik. Terimakasih telah selalu ada dalam berbagai rintangan sehingga dapat dilalui bersama.
- 6) Seluruh staf karyawan/wati IKOPIN yang telah memberikan semangat serta membantu dalam melayani penulis dengan sabar selama menempuh pendidikan di IKOPIN
- 7) Seluruh staf pengaman dan *cleaning service* IKOPIN yang telah memberikan semangat serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini
- 8) Bank BJB dan Bank BCA selaku pemberi beasiswa
- 9) Irfan Alfaridzi Ramadhan selaku ketua Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI di Bandung beserta seluruh jajaran-jajarannya yang telah

banyak membantu dalam melaksanakan proses pengumpulan data-data serta informasi penelitian

- 10) Teman-teman makan, bercanda, jalan-jalan, curhat, dan kerja; Irham Mulyono, Rani Sukiyem, Awiw, Dapiw, Damskiw dan Pak Ihwan TT
- 11) Teman-teman dari awal jaman; Ririn, Leha, Aan, Emip, Papah Man
- 12) Teman-teman Benclung Family (BF); Sally, Detty, Ica, Bella, Melan
- 13) Teman-teman Asisten LABKOM; Uli, Yogibuseo, Iing, Aldya, Udin, Elys, Lisna, Ridwan, Agung, Ratih, Diyan, Popy, Emid, Citra, Susi, Ramdan, Yuniar, Rudi
- 14) Teman-teman yang lebih berpengalaman; Ka Acep, Ka Dejan, Teh Au, Teh Hime, Teh Syane, Teh Anggi, Teh Mpit, Teh Cimmi, Ka Ridwan, Ka Yakin, Ka Daniar, Teh Ade
- 15) Teman-teman ODEL; Adit, Nunung, Teh Risa, Tatang, Ira, Ka Noval, Eva, Bambang, Dimas, Deni, Bayu, Raka, Irna, Ijal, Pewe, Ka Ridwan, Veny, Munthe, Ranti, Cherlis, Tyas, Isti, Marissa, Feby
- 16) Teman-teman *Marketing*; Salsa, Selly, Noval, Hardika, Pae, Sindi, Limbong, Dwiki, Dayat, Keysia, Kenny, Dhalia, Mukhlis, Ami, Ryan Ahmad, Ryan Jece, Roby
- 17) Teman-teman kelompok 1 praktek lapang Solo; Tian, Danil, Diyah, Ka Ipan
- 18) Mirda dan Sukma yang telah menyempatkan untuk membantu dalam menyelesaikan perhitungan dalam skripsi ini

- 19) Teman-teman seluruh mantan praktikan; kelas G1, G3 2015 dan B2, G2 2016 serta J2 D3 2015
- 20) Teman-teman ECI; Teh Sasa, Maha, Octa, Valen, Ririn, Rais, Bella, Diah, Raisa, Dika, Al, Kia, Yeni, Sufah, Fickie, Norlina, Leseswi, Qisthi, Ismi, Yolla
- 21) Teman-teman Baraya 2014 seperjuangan
- 22) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Akhir kata, semoga dengan adanya skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi semua pihak yang membacanya dan semoga bantuan yang telah diberikan dari semua pihak mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa, Amin.

Jatinangor, Agustus 2018

Ridha Nurakhmawati

IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP PENULIS	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1. Maksud Penelitian.....	11
1.3.2. Tujuan Penelitian	11
1.4. Kegunaan Penelitian	12
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2. Kegunaan Praktis	12
BAB II PENDEKATAN MASALAH	13
2.1. Pendekatan Masalah.....	13

2.1.1.	Pendekatan Perkoperasian	13
2.1.2.	Pendekatan Pemasaran.....	23
2.1.3.	Pendekatan Media Sosial.....	36
2.1.4.	Pendekatan Media Sosial Instagram	40
2.1.5.	Kerangka Pemikiran	42
2.2.	Metode Penelitian	44
2.2.1.	Metode Penelitian yang digunakan.....	44
2.2.2.	Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Konsep/Variabel)....	44
2.2.3.	Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	46
2.2.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
2.2.5.	Rancangan Analisis Data	48
2.2.6.	Tempat/Lokasi Penelitian	53
2.2.7.	Jadwal Penelitian	53
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		54
3.1.	Keadaan Umum Organisasi	54
3.1.1.	Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	54
3.1.2.	Struktur Organisasi Koperasi.....	57
3.2.	Keanggotaan Koperasi	59
3.3.	Kegiatan Usaha Dan Permodalan Koperasi	62
3.3.1.	Unit Usaha BS- <i>Copy Centre</i>	62
3.3.2.	Unit Usaha BS- <i>Cell</i>	63

3.3.3.	Unit Usaha BS-JNE	64
3.3.4.	Unit Usaha BS-Catering and Cakes	65
3.3.5.	Unit Usaha, BS-Rent and Production.....	66
3.3.6.	Unit Usaha BS-Canteen.....	67
3.3.7.	Unit Usaha BS-Stationary	69
3.3.8.	Unit Usaha BS-PG (Public Goods)	69
3.3.9.	Permodalan Koperasi.....	70
3.4.	Implementasi Jatidiri Koperasi.....	72
3.4.1.	Penerapan Definisi Koperasi.....	72
3.4.2.	Penerapan Prinsip Koperasi	73
3.4.3.	Penerapan Nilai Koperasi	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		77
4.1.	Media Sosial Instagram yang Dikelola oleh Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia	77
4.2.	Tanggapan Anggota terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia.....	81
4.2.1.	Profil Anggota.....	81
4.2.2.	Hasil dari Tanggapan Anggota	88
4.3.	Hubungan Media Sosial Instagram terhadap Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia.....	97

4.4. Upaya-Upaya yang Harus Dilakukan untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan melalui Media Sosial Instagram.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran-Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



IKOPIN

DAFTAR TABEL

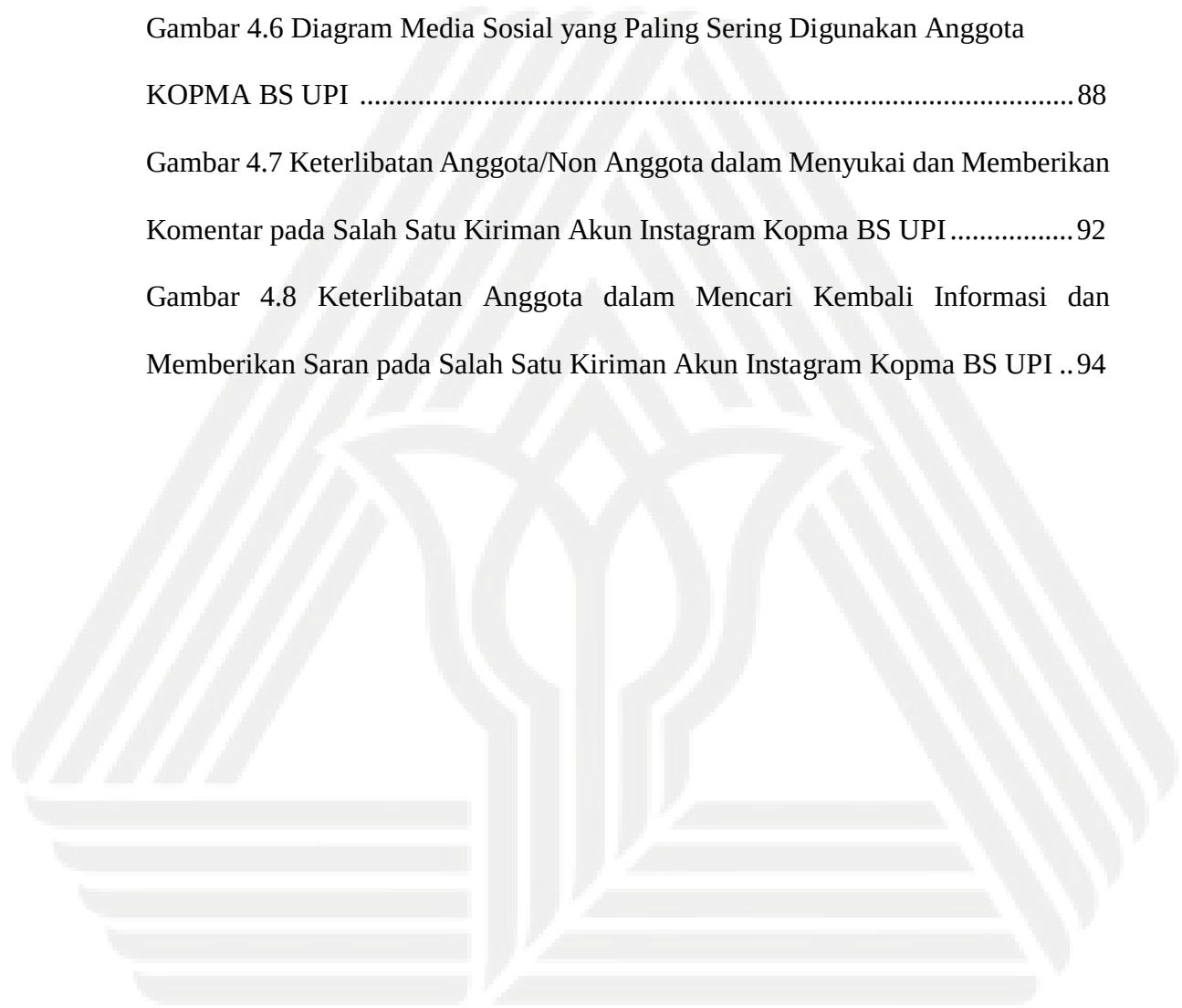
Tabel 1.1 Perkembangan KOPMA BS UPI	9
Tabel 2.1 Operasionalisasi Konsep/Variabel	45
Tabel 2.2 Kriteria Tanggapan Anggota.....	49
Tabel 2.3 Kelas Interval	50
Tabel 2.4 Akumulasi Data Hasil Penelitian	51
Tabel 3.1 Penerapan Definisi Koperasi di Kopma BS UPI	72
Tabel 3.2 Penerapan Prinsip Koperasi di Kopma BS UPI.....	73
Tabel 3.3 Penerapan Nilai Koperasi di Kopma BS UPI	75
Tabel 4.1 Rekapitulasi Data Hasil Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram KOPMA BS UPI.....	94
Tabel 4.2 Kriteria Tanggapan dari Rata-rata Setiap Unsur Penggunaan Media Sosial Instagram KOPMS BS UPI.....	94
Tabel 4.3 Kriteria Tanggapan Setiap Indikator dalam Unsur Penggunaan Media Sosial Instagram KOPMA BS UPI	95
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Sederhana antara Penggunaan Media Sosial Instagram dan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan KOPMA BS UPI	96

IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Instagram's Top Countries</i>	6
Gambar 2.1 <i>Social Media Infographic</i>	39
Gambar 2.2 Bagian dan Fitur Instagram	42
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 3.1 Tampilan Depan Kopma BS UPI.....	54
Gambar 3.2 Struktur Organisasi KOPMA BS UPI.....	57
Gambar 3.3 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>Copy Centre</i>	63
Gambar 3.4 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>Cell</i>	64
Gambar 3.5 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>JNE</i>	65
Gambar 3.6 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>Catering and Cakes</i>	66
Gambar 3.7 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>Rent and Production</i>	67
Gambar 3.8 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>Canteen</i>	68
Gambar 3.9 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>Stationary</i>	69
Gambar 3.10 Pendapatan dan Partisipasi pada Unit Usaha BS- <i>PG (Public Goods)</i>	70
Gambar 3.11 Modal KOPMA BS UPI.....	70
Gambar 3.12 Alokasi SHU KOPMA BS UPI.....	71
Gambar 4.1 Beberapa Tampilan Feed Media Sosial Instagram Kopma BS UPI..	78
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Anggota KOPMA BS UPI	82
Gambar 4.3 Diagram Usia Anggota KOPMA BS UPI	83

Gambar 4.4 Diagram Fakultas Sarjana/Pascasarjana Anggota KOPMA BS UPI	85
Gambar 4.5 Diagram Semester Anggota KOPMA BS UPI	87
Gambar 4.6 Diagram Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Anggota KOPMA BS UPI	88
Gambar 4.7 Keterlibatan Anggota/Non Anggota dalam Menyukai dan Memberikan Komentar pada Salah Satu Kiriman Akun Instagram Kopma BS UPI	92
Gambar 4.8 Keterlibatan Anggota dalam Mencari Kembali Informasi dan Memberikan Saran pada Salah Satu Kiriman Akun Instagram Kopma BS UPI ..	94



IKOPIN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tampilan Instagram Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI
Sebelum Berubah Menjadi Akun Bisnis

Lampiran 2 Tampilan Instagram Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI Setelah
Berubah Menjadi Akun Bisnis

Lampiran 3 Kuesioner Peranan Media Sosial Instagram dan Partisipasi Anggota
sebagai Pelanggan

Lampiran 4 Tampilan Kuesioner Online melalui Google Form

Lampiran 5 Hasil Kuesioner

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas X (Penggunaan Media Sosial Instagram)

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Y (Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan)

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas X (Penggunaan Media Sosial Instagram)

Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Y (Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan)

Lampiran 10 Hasil Uji Korelasi Spearman

Lampiran 11 Foto-foto

IKOPIN