

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PELAYANAN PRIMA DAN DAYA SAING KOPERASI
SIMPAN PINJAM RUKUN MEKAR MAHAD SEJAHTERA DI
KABUPATEN BANDUNG**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Terapan pada

Prodi Bisnis Digital, Fakultas Vokasi

Universitas Sali Al-Aitaam



Diajukan oleh:

Rahmi Pramudiati

2161313018

**PROGRAM STUDI D-IV BISNIS DIGITAL FAKULTAS
VOKASI UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM BANDUNG 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PELAYANAN PRIMA DAN DAYA SAING KOPERASI SIMPAN PINJAM RUKUN MEKAR MAHAD SEJAHTERA DI KABUPATEN BANDUNG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Rahmi Pramudiati

2161313018

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 07 Agustus 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Prodi : Dr. Sabar, S.E., M.Si., Ak., CA.

.....

Penguji

: Dedi Karmana., SE., M.M., PIA.

Bandung, 07 Agustus 2025 Direktur
Vokasi

Universitas Sali Al-Aitaam

Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si, Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA.

NIDN. 406087101

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi D-IV Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan Skripsi ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 07 Agustus 2025

Penulis,

Pembimbing,

(Materai 10.000)

Rahmi Pramudiati

Drs. H. Ahmad Husen , M.M.

NIM. 2161316018

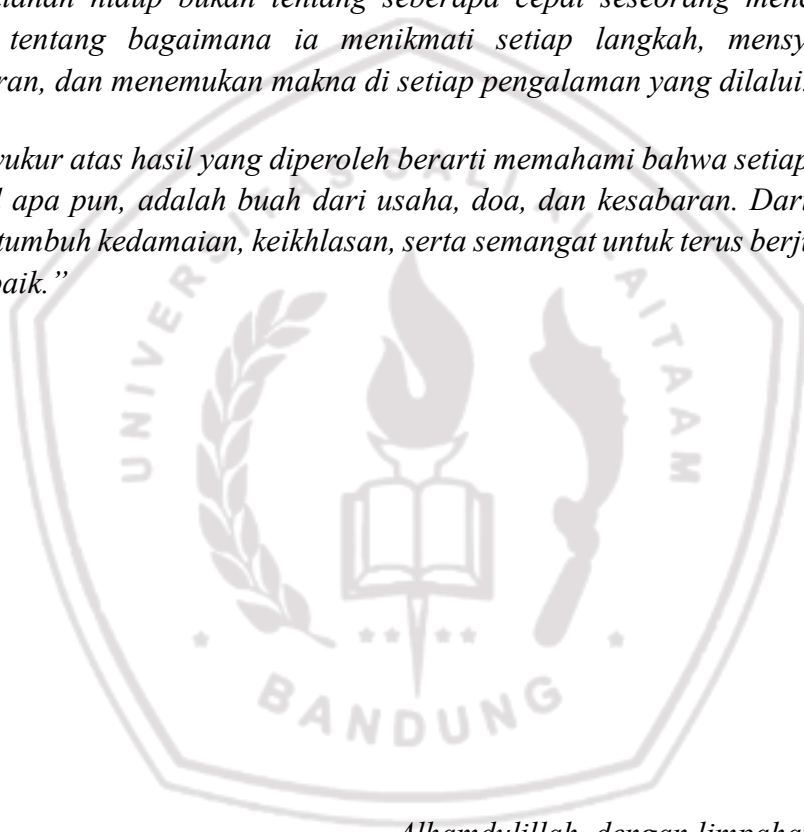
NIDN. 045126002

MOTTO

“Setiap proses dalam hidup adalah ujian yang membentuk kekuatan dan keteguhan hati. Ketika seseorang memilih untuk bertahan, belajar, dan terus melangkah, maka setiap rintangan akan berubah menjadi pijakan menuju kesuksesan yang sejati.”

“Perjalanan hidup bukan tentang seberapa cepat seseorang mencapai tujuan, tetapi tentang bagaimana ia menikmati setiap langkah, mensyukuri setiap pelajaran, dan menemukan makna di setiap pengalaman yang dilalui.”

“Bersyukur atas hasil yang diperoleh berarti memahami bahwa setiap pencapaian, sekecil apa pun, adalah buah dari usaha, doa, dan kesabaran. Dari rasa syukur itulah tumbuh kedamaian, keikhlasan, serta semangat untuk terus berjuang menjadi lebih baik.”



*Alhamdulillah, dengan limpahan rasa syukur
kepada Allah SWT, karya skripsi ini
kupersembahkan untuk
kedua orang tuaku tercinta, serta seluruh keluarga,
sahabat dan rekan seperjuangan, dengan doa, dukungan
dan kebersamaan mereka menjadi sumber kekuatan
dalam setiap perjalanan yang kulalui.*

ABSTRAK

Perubahan perilaku konsumen selama masa pandemi memberikan dampak besar terhadap dunia bisnis, termasuk koperasi. Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera menjadi salah satu unit usaha yang terdampak secara langsung, sehingga perlu beradaptasi dengan strategi pemasaran berbasis digital untuk mempertahankan keberlangsungan dan daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap pelayanan prima dan dampaknya terhadap daya saing koperasi di era digital. Strategi pemasaran yang diterapkan koperasi meliputi konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan, memperkuat citra, dan menarik partisipasi anggota. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert kepada 50 responden yang merupakan anggota koperasi. Selain itu, digunakan data sekunder berupa perkembangan Sisa Hasil Usaha (SHU) untuk mendukung analisis daya saing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis digital memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pelayanan prima. Pelayanan prima menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas dan citra positif koperasi. Dari hasil analisis, peningkatan pelayanan prima terbukti mampu meningkatkan kepuasan anggota serta memperkuat daya saing koperasi. Daya saing koperasi juga dipengaruhi oleh faktor internal seperti peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), pengelolaan modal, serta partisipasi anggota. Sedangkan faktor eksternal meliputi kemampuan koperasi dalam memperluas akses pasar di era digital tanpa meninggalkan prinsip close loop. Koperasi perlu melakukan pendidikan dan pelatihan SDM secara berkelanjutan agar mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan pola pemasaran modern. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran digital yang tepat dan pelayanan prima yang konsisten menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing koperasi di tengah persaingan ekonomi digital. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengurus koperasi dalam merancang kebijakan strategis dan inovasi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan anggota. Dengan demikian, Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera diharapkan dapat mempertahankan eksistensi dan memperluas pangsa pasar melalui penerapan strategi promosi digital dan pelayanan berkualitas yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pelayanan Prima, Daya Saing, Digitalisasi, Koperasi.

ABSTRACT

Changes in consumer behavior during the pandemic have significantly affected the business world, including cooperatives. The Rukun Mekar Mahad Sejahtera Savings and Loan Cooperative was among the enterprises directly impacted, prompting the need to adapt through digital-based marketing strategies to maintain sustainability and competitiveness. This study aims to analyze the effect of marketing strategy on service excellence and its impact on the cooperative's competitiveness in the digital era. The applied marketing strategy follows the 4P model (Product, Price, Place, Promotion) as an effort to improve service quality, strengthen image, and enhance member participation. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through Likertscale questionnaires from 50 respondents who are cooperative members, supported by secondary data such as the development of Net Surplus (SHU). The results show that digital marketing strategies positively influence service excellence, which in turn fosters customer satisfaction and enhances the cooperative's image. Furthermore, improved service excellence significantly increases member satisfaction and strengthens competitiveness. Cooperative competitiveness is influenced by internal factors such as the quality of human resources, sufficient capital, and member participation, while external factors include market access expansion aligned with the cooperative's close-loop principles. Continuous education and training for human resources are essential to adapt to technological developments and modern marketing dynamics. This study concludes that an effective digital marketing strategy combined with consistent service excellence is crucial to strengthening cooperative competitiveness in the digital economy. The findings are expected to provide practical insights for cooperative management in formulating strategic policies and marketing innovations aligned with member needs. Consequently, the Rukun Mekar Mahad Sejahtera Savings and Loan Cooperative can sustain its presence and expand market reach through digital promotion and sustainable quality service implementation.

Keywords: Marketing Strategy, Service excellence, Competitiveness, Digitalization, Cooperative.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini bisa selesai pada waktunya dengan baik, Penulisan Laporan ini di lakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Bisnis Digital.

Dalam penyusunan penyusunan skripsi ini ini, Banyak mendapatkan tantangan dan hambatan akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak berbagai tantangan saat menulis itu bisa teratasi. Penulis telah banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan Terima Kasih Kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia nya kepada penulis;
2. Orang tua tercinta, karena beliau adalah sumber kekuatan penulis untuk selalu berjuang melawan segala rintangan sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan ini;
3. Fatimah Nurjannati Iskandar, S.E., M.Ak., selaku Rektor Universitas Sali Al- Aitaam;
4. Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si., Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA., Selaku Direktur Fakultas Vokasi;
5. Kartijo, S.E, M.M., selaku Ketua Prodi Bisnis Digital Universitas Sali Al-Aitaam;
6. Ahmad Husen, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan selama penyusunan skripsi ini;

7. H. Juanda, M.M., selaku Ketua Koperasi Rukun Mekar Mahad Sejahtera telah mendukung dan memfasilitasi saat melakukan penyusunan skripsi di Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera;
8. Saepudin, A.P., selaku Bendahara Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera banyak membantu kami mengerjakan skripsi;
9. Teguh Tata Atmaja, A.P., selaku Seketaris Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera telah banyak mengajarkan hal-hal baru;
10. Pengawas, Pengurus dan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera yang telah membantu penyusunan skripsi;
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat di sebutkan satu persatu;

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih sangat jauh dari sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang sangat membangun penulis harapkan memperbaiki segala kekurangan yang ada. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menyebarkan ilmu dan wawasan yang lebih luas.

Bandung, 07 Agustus 2025

Penulis,

Rahmi Pramudiati

2161316018

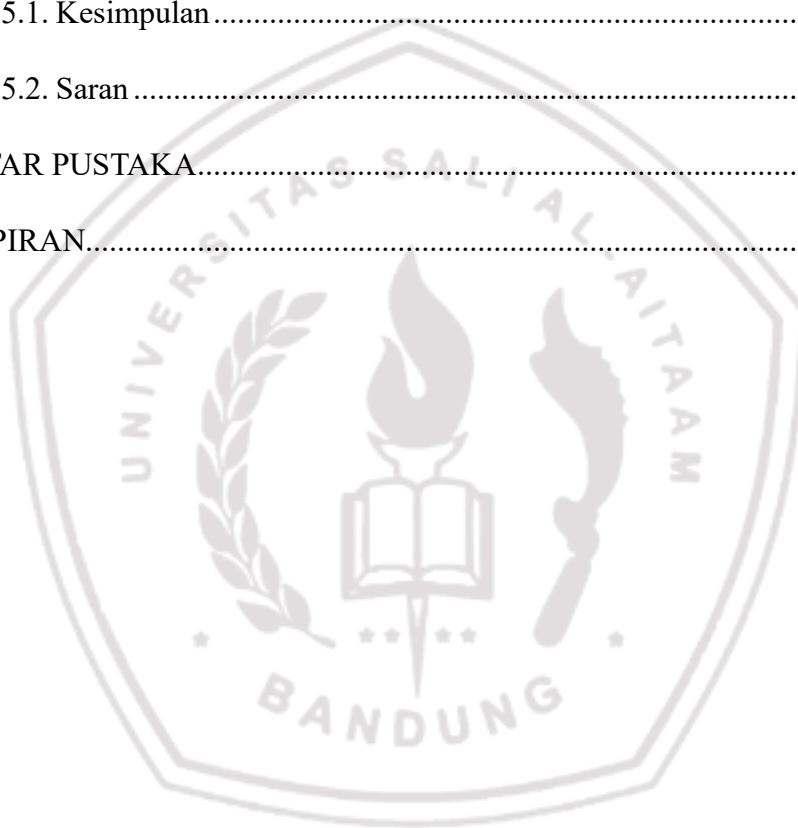
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	2
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	3
MOTTO	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoretis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
1.5. Batasan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Konsep Pemasaran.....	11
2.2. Strategi Pemasaran	13
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
2.2.2. Jenis Strategi Pemasaran Jasa Perbankan	15
2.3. Pelayanan Prima.....	16

2.3.1. Konsep Pelayanan Prima	16
2.3.2. Faktor yang mempengaruhi	21
2.4. Daya Saing	24
2.4.1. Pengertian Daya Saing.....	24
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing	26
2.4.3. Manfaat Peningkatan Daya Saing.....	30
2.5. Koperasi	33
2.5.1. Pengertian Koperasi.....	33
2.5.2. Tujuan Koperasi.....	35
2.5.3. Prinsip Koperasi	36
2.6. Simpanan.....	40
2.6.1. Pengertian Simpanan	40
2.6.2. Jenis Simpanan	41
2.7. Pinjaman.....	42
2.7.1. Pengertian Pinjaman	42
2.7.2. Prinsip Pinjaman.....	43
2.8. Penelitian Terdahulu.....	46
2.9. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	49
2.9.1. Kerangka Teori	49
2.9.2. Kerangka Konseptual	51
2.9.3. Pengembangan Hipotesis.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	56
3.2. Desain Penelitian	57

3.3. Pendekatan Kuantitatif	58
3.3.1. Metode Survei	58
3.3.2. Subjek Penelitian	60
3.4. Populasi dan Sampel.....	61
3.4.1. Populasi.....	61
3.4.2. Sampel	61
3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	62
3.5. Karakteristik Responden Pra-Survei	63
3.6. Instrumen Penelitian	64
3.6.1. Kuesioner	66
3.6.2. Skala Pengukuran	68
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	70
3.7.1. Uji Validitas Instrument	71
3.7.2. Uji Reabilitas Instrument	72
3.8. Teknik Analisis Data.....	73
3.8.1. Analisis Data Kuantitatif Deskriptif	73
3.8.2. Analisis Verifikatif.....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1. Deskripsi Data Penelitian	76
4.2. Gambaran Umum Responden.....	77
4.3. Uji Instrumen Penelitian	80
4.3.1. Uji Validitas	81
4.3.2. Uji Reabilitas	87
4.4. Hasil Analisis Data	89

4.4.1. Deskriptif Variabel	89
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	90
4.4.3. Uji Regresi Linear Berganda	91
4.4.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.4.5. Uji Hipotesis	93
4.5. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	52
Gambar 3. 1 Koperasi Rukun Mekar Mahad Sejahtera	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3. 1 Rencana Kegiatan Penelitian	57
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	70
Tabel 4. 1 Gambaran Umum Responden	77
Tabel 4. 2 Rekap Berdasarkan Jenis Kelamin	79

Tabel 4. 3 Rekap Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	80
Tabel 4. 4 Rekap Berdasarkan Keaktifan Anggota	80
Tabel 4. 5 Rata Rata Usia Anggota	80
Tabel 4. 6 Uji Validitas X Strategi pemasaran	81
Tabel 4. 7 Uji Validitas Y Pelayanan Prima	83
Tabel 4. 8 Uji Validitas Y Daya Saing	85
Tabel 4. 9 Uji Reabilitas	87
Tabel 4. 10 Statistik Uji Reabilitas	87



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner Penelitian</i>	<i>106</i>
<i>Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi</i>	<i>107</i>
<i>Lampiran 3 Output Data</i>	<i>108</i>
<i>Lampiran 4 Tabulasi Data</i>	<i>110</i>
<i>Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup</i>	<i>114</i>

