



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PERAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH
ANGGOTA KOPERASI SYARIAH
(Studi Kasus Pada KSPPS BMT HUWAIZA DEPOK)**

Disusun Oleh:
Siti Fatimah
NIM. 4417020021

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
AGUSTUS 2021**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PERAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH
ANGGOTA KOPERASI SYARIAH
(Studi Kasus Pada KSPPS BMT HUWAIZA DEPOK)**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan
Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Disusun Oleh:
Siti Fatimah
NIM. 4417020021**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
AGUSTUS 2021**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Skripsi Terapan ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Skripsi Terapan ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Siti Fatimah

NIM : 4417020021

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Agustus 2021

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Siti Fatimah
NIM : 4417020021
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Syariah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Huwaiza Depok)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. ()
Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di :
Tanggal : 20 Agustus 2021



Ketua Jurusan Akuntansi


D. Sabar Warsini, S.E., M.M.

NIP. 196404151990032002



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Siti Fatimah
Nomor Induk Mahasiswa : 4417020021
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Syariah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Huwaiza Depok)

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.

Aminah, S.E., M.M.

NIP. 196206081991032001

NIP. 195909091990032001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Program Studi

Ida Syafrida, S.E., M.Si.

NIP. 197602042005012001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Fatimah
NIM : 4417020021
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Syariah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Huwaiza Depok)”

Dengan hak bebas royalti nonesklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : Agustus 2021

Yang menyatakan

Siti Fatimah

NIM. 4417020021



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil 'Alamin puji serta syukur kehadiran Allah SWT., Tuhan Yang Maha Esa berkat nikmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik, yang berjudul “Peran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Syariah pada KSPPS BMT Huwaiza Depok”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta (PNJ).

Penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu, karena adanya bimbingan, saran dan kritik, serta motivasi yang diberikan kepada peneliti, sehingga Skripsi ini dapat dituntaskan. Pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. sc. Zaenal Nur Arifin, Dipl-Ing, HTL., M.T. Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E.,M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Ibu Ida Syafrida, S.E.,M.Si selaku Kepala Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr.Sylvia Rozza, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan saran dan kritik serta bimbingannya selama proses penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Aminah S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan saran dan kritik serta bimbingannya selama proses penyusunan Skripsi ini.
6. Seluruh dosen PNJ yang telah memberikan ilmunya, semoga ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat untuk seluruh mahasiswa dan peneliti.
7. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Jurusan Akuntansi PNJ yang telah memberikan pelayanan kepada seluruh mahasiswa dan peneliti.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Ibu Nur Apriani Selaku Kepala Bagian Operasional dan seluruh pengurus Koperasi KSPPS BMT Huwaiza Depok, yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di koperasi.
9. Kedua orang tuaku, kakak, mbah kung, dan seluruh keluarga besar yang tanpa henti memberikan semangat serta do'a kepada peneliti selama penyusunan Proposal Skripsi.
10. Sahabatku anisa, nine, fida, ayu, icha, hardina, aida, fifin, viny dan robbi hilmi yang telah membantu dan memberikan *support*, serta do'a kepada peneliti untuk tetap semangat, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Angkatan 2017.

Peneliti sangat menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna. Peneliti berharap kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun, agar kedepannya penulisan ini menjadi lebih baik lagi.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, Agustus 2021
Peneliti,

Siti Fatimah

NIM. 4417020021



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Siti Fatimah

Keuangan dan Perbankan Syariah

Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Syariah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Huwaiza)

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna layanan internet kini semakin meningkat. Menurut Sekretaris Jenderal APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pengguna internet setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Peningkatan pengguna internet di Indonesia pada periode 2019-2020 diperkirakan telah mencapai 73,2%. Pertumbuhan ini menyebabkan *dirupsi digital* pada lembaga keuangan, salah satunya koperasi syariah KSPPS BMT Huwaiza Depok. Saat ini, KSPPS BMT Huwaiza Depok sudah mulai menggunakan sistem *digital marketing*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran adanya sistem *digital marketing* dalam meningkatkan anggota koperasi syariah pada KSPPS BMT Huwaiza. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang diungkapkan melalui kata-kata yang disusun menjadi kalimat. Penelitian ini menggunakan tiga teknik analisis data yaitu, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh jawaban atas penelitian.

Kata kunci: Koperasi, Promosi, Digital Marketing



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Siti Fatimah

Finance and Sharia Banking

The Role of Digital Marketing in Increasing the Number of Sharia Cooperative Members (Case Study on KSPPS BMT Huwaiza)

ABSTRACT

The growth of internet service users is now increasing. According to the Secretary General of APJII (Association of Indonesian Internet Service Providers), internet users continue to increase every year. The increase in internet users in Indonesia in the 2019-2020 period is estimated to have reached 73.2%. This growth has led to digital disruption in financial institutions, one of which is the sharia cooperative KSPPS BMT Huwaiza Depok. Currently, KSPPS BMT Huwaiza Depok has started using a digital marketing system. This study was conducted to determine the role of a digital marketing system in increasing members of sharia cooperatives at KSPPS BMT Huwaiza. This type of research is descriptive qualitative which is expressed through words arranged into sentences. This study uses three data analysis techniques, namely, data collection, data presentation, and drawing conclusions to obtain answers to the research.

Keywords: Cooperative, Promotion, Digital Marketing



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Koperasi	7
2.1.2 Promosi	8
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	10



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.1.4 Peran Digital Marketing.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Objek Penelitian	20
3.3 Metode Pengambilan Sampel	20
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	21
3.5 Metode Pengumpulan Data	21
3.5.1 Observasi	21
3.5.2 Wawancara.....	21
3.5.3 Dokumentasi	22
3.6 Metode Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	24
4.1.1 Sejarah KSPPS BMT Huwaiza Depok	24
4.1.2 Struktur Organisasi KSPPS BMT Huwaiza Depok.....	25
4.1.3 Visi dan Misi KSPPS BMT Huwaiza Depok	27
4.2 Hasil Penelitian.....	27
4.3 Pembahasan Penelitian	29
4.3.1 Implementasi Digital Marketing pada KSPPS BMT Huwaiza Depok .	30
4.3.2 Efektivitas Digital Marketing pada KSPPS BMT Huwaiza Depok	33
BAB V PENUTUP.....	35
5.1 Simpulan.....	35
5.2 Saran	36

DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	39



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Website</i>	11
Gambar 2.1 Logo Sosial Media	11
Gambar 2.1 Logo <i>Fintech</i>	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Huwaiza Depok.....	25





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Pertumbuhan Anggota Koperas KSPPS BMT Huwaiza Depok.....29





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan sistem digitalisasi telah mendorong setiap masyarakat untuk menggunakan layanan internet. Kegiatan pemasaran yang dulunya menggunakan sistem konvensional dalam sistem jual-beli, kini sudah beralih menggunakan sistem *digital* agar dapat memudahkan konsumen untuk membeli suatu produk dan layanan atau jasa yang ditawarkan oleh distributor. Pemasaran ini dapat disebut dengan pemasaran *digital* atau *digital marketing*. Lucyantoro dan Rachmansyah (2018) menjelaskan bahwa *digital marketing* merupakan suatu aktifitas pemasaran yang mencakup *branding* dengan menggunakan beberapa media *digital*, seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, sehingga dapat dikatakan *digital marketing* merupakan bagian dari *e-commerce* (dalam Sukandi, Sofiati, dan Sudaryo, 2019). Berdasarkan definisi tersebut, pengertian *digital marketing* menurut peneliti adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui media *digital*, seperti media sosial, *website*, *e-mail*, *adwords*, *blogspot* dan *youtube*.

Prabowo (2018) menjelaskan penggunaan *digital marketing* dapat membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan suatu produk dan layanan atau jasa (dalam Sukandi dkk, 2019). Kegiatan promosi melalui *digital marketing* pada kegiatan promosi dirasa sangat tepat, hal ini didukung dengan adanya pertumbuhan pengguna layanan internet yang semakin meningkat. Menurut Sekretaris Jenderal APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), yaitu Henri Kasyfi Soemartono menjelaskan, bahwa pengguna internet setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Beliau menuturkan, bahwa saat ini pengguna internet di Indonesia yang tercatat pada periode 2019-2020 telah mencapai 73,2%, jika angka tersebut digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) populasi pengguna internet diperkirakan mencapai 196,7 juta pengguna, sehingga dengan adanya peningkatan jumlah pengguna internet tersebut dapat membuat disrupsi digital terjadi pada beberapa industri, salah satunya industri perbankan.

Dalam praktiknya, industri perbankan telah menggunakan sistem *digital marketing* dalam memasarkan produk dan jasanya. Pemasaran yang dilakukan melalui *digital marketing* dirasa sangat tepat, karena dengan adanya sistem *digital marketing* dalam kegiatan promosi membuat suatu perusahaan atau lembaga dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat. Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan melalui *digital marketing* akan jauh lebih efektif dan efisien, karena dapat menghemat pengeluaran biaya promosi dan dapat memperluas jaringan perusahaan. Adanya disrupsi digital membuat Bank menciptakan sebuah sistem layanan yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi, yaitu layanan *digital banking*, *internet banking*, *maupun mobile banking*. Pembaruan akan dilakukan secara terus-menerus oleh perbankan supaya *service* yang diberikan kepada nasabah atau calon nasabah dapat tersampaikan dengan baik.

Pemasaran atau kegiatan promosi yang dilakukan melalui *digital marketing* agar dapat berjalan lancar diperlukan suatu teknik yang tepat. Pradiani (2017) menjelaskan teknik yang paling tepat digunakan, yaitu dengan menggunakan media sosial, karena masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi. Selain itu, masyarakat dapat melakukan interaksi secara luas, baik yang berada di kota maupun daerah. Dengan demikian, adanya media sosial dalam pemasaran membuat jangkauan pasar lebih luas, karena masyarakat yang menggunakan media sosial dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai produk dan layanan atau yang diinginkannya.

Ada banyak penelitian yang membahas mengenai *digital marketing* dalam industri perbankan beberapa diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Sukandi, dkk, (2019) mengenai Implementasi *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak pada Citra Lembaga Perbankan. Kemudian penelitian juga dilakukan Rahayu (2021) mengenai Strategi *Digital Marketing* Dalam Peningkatan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19, dan penelitian yang dilakukan oleh Mukhammad Aqil Muzakki (2021) mengenai Analisis Efektivitas Promosi *Digital Marketing* Terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2016-2019. Dari beberapa penelitian yang telah dipaparkan, penelitian tersebut membahas mengenai

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sistem *digital marketing* yang ada di dalam industri perbankan, karena industri perbankan memang dituntut untuk menggunakan sistem digital dalam kegiatan operasionalnya, sedangkan pada lembaga keuangan non-bank, yaitu koperasi belum banyak yang menggunakan sistem *digital marketing*. Maraknya penggunaan sistem *digital marketing* kini membuat koperasi mulai memperbarui sistem pemasarannya menggunakan sistem *digital marketing*.

Pada penelitian ini, peneliti memilih koperasi KSPPS BMT Huwaiza Depok sebagai objek penelitian, karena dalam praktiknya koperasi ini sudah mulai menggunakan sistem *digital marketing*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Ibu Nur Apriani selaku Kepala Bagian Operasional Koperasi Syariah, diperoleh data awal bahwa koperasi sudah menerapkan sistem *digital marketing* sejak tahun 2007. Di tahun sebelumnya, koperasi menggunakan sistem konvensional dalam kegiatan promosinya, berupa periklanan dalam bentuk brosur, flyer dan spanduk, serta *personal selling* yang dilakukan secara langsung oleh pengurus koperasi. Namun, Ibu Nur juga memaparkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan saat ini lebih cenderung menggunakan sistem *digital marketing*, karena dengan adanya sistem *digital marketing* koperasi dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, serta dengan melakukan kegiatan promosi melalui *digital marketing* juga dapat menaikkan anggota koperasi sebanyak 20% setiap tahunnya hingga saat ini. Menurut pemaparan Ibu Nur, jumlah anggota dari tahun 2002 sampai 2006 yang diperoleh koperasi sebanyak 920 orang dan setelah menggunakan sistem *digital marketing* dari tahun 2007 sampai 2021 jumlah anggota naik sebanyak 1.475 orang, sehingga jumlah seluruh anggota koperasi saat ini sudah mencapai 3500 orang.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem *digital marketing* dapat meningkatkan jumlah anggota koperasi pada KSPPS BMT Huwaiza Depok, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Peran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Syariah (Studi kasus pada KSPPS BMT Huwaiza Depok).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dapat dijelaskan secara terperinci, bahwa dengan adanya sistem *digital marketing* yang ada di KSPPS BMT Huwaiza Depok dapat meningkatkan jumlah anggota koperasi. Maka, berdasarkan penjelasan tersebut, masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah peran *digital marketing* terhadap koperasi KSPPS BMT Huwaiza Depok dalam meningkatkan jumlah anggota koperasinya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dijelaskan secara ringkas, maka dapat diperoleh beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *digital marketing* yang diterapkan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi?
2. Seberapa efektif peran *digital marketing* yang diterapkan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini adalah;

1. Mendeskripsikan implementasi *digital marketing* yang diterapkan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi syariah.
2. Mendeskripsikan efektivitas dari peran *digital marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi syariah di KSPPS BMT Huwaiza Depok

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai peran *digital marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi syariah.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi KSPPS BMT Huwaiza Depok untuk mengevaluasi kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem *digital marketing* oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini terdiri dari lima bab dan setiap babnya tersusun dari sub-sub pembahasan yang saling berkaitan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini terdapat latar belakang yang mendasari adanya masalah yang harus dipecahkan oleh peneliti, selain itu terdapat rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi yang merangkum penjelasan secara singkat pada tiap babnya.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini terdapat teori-teori yang akan digunakan oleh peneliti dalam menyusun penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengertian promosi dan *digital marketing*, serta peran dari *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini terdapat metode penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk menguji variabel-variabel penelitian. Pada metode penelitian yang digunakan, terdapat jenis penelitian, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini terdapat hasil penelitian dan pembahasan dari analisa data penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk memecahkan masalah-masalah yang terkandung dalam penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab ini terdapat simpulan dari proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengaruh *system digital marketing* pada KSPPS BMT Huwaiza Depok, selain itu terdapat juga saran terhadap simpulan yang disampaikan oleh peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi kembali sistem *digital marketing* yang digunakan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti pada KSPPS BMT Huwaiza mengenai peran *digital marketing* terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi syariah dapat diambil simpulan, yaitu sebagai berikut:

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber, yaitu Ibu Nur Apriani selaku Kepala Bagian Operasional di KSPPS BMT Huwaiza Depok menjelaskan, bahwa saat ini koperasi lebih dominan menggunakan sistem pemasaran *digital marketing* dalam kegiatan promosinya. Kegiatan promosi berbasis yang sistem *digital marketing* dilakukan melalui media *digital*, yaitu *website*, media sosial dan layanan *financial technology (fintech)*. Hal ini dilakukan oleh pihak koperasi guna meningkatkan jumlah anggota koperasi. Beliau menuturkan, dengan adanya penerapan sistem *digital marketing* dalam kegiatan promosinya dapat meningkatkan jumlah anggota koperasi sebanyak 20% per tahun atau sekitar 37 orang per tahunnya, sehingga jumlah anggota koperasi secara keseluruhan dengan adanya sistem *digital marketing* telah mencapai 1.475 orang. Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok melalui sistem *digital marketing* dapat memberikan berbagai manfaat, yaitu dapat menjangkau anggota atau calon anggota koperasi yang lebih luas, informasi yang diberikan koperasi melalui media *digital* dapat diakses dengan mudah oleh khalayak umum, serta dapat memudahkan koperasi dalam melayani anggotanya melalui layanan *fintech* yang telah diterapkannya.

Namun, berdasarkan penuturan yang diberikan oleh Ibu Nur Apriani selaku Kepala Bagian Operasional di KSPPS BMT Huwaiza Depok menjelaskan, sistem pemasaran *digital marketing* belum dapat memberikan efektifitas secara optimal, karena koperasi belum mendapatkan pengurus koperasi baru yang ahli dan kompeten dalam mengelola sistem *digital marketing*, sehingga berdampak pada penanganan media sosial yang kurang baik, dimana media sosial tidak dijalankan

dengan aktif, media sosial belum terorganisir dengan baik, sehingga tampilannya kurang menarik untuk dilihat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, sistem pemasaran yang dilakukan melalui media *digital* dapat ditambahkan fitur-fitur layanan promosi lainnya. Untuk menambahkan fitur layanan promosi, baiknya pihak koperasi dapat menjamin tingkat keamanan dan kenyamanan fitur layanan agar informasi yang diberikan kepada anggota koperasi tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Dengan adanya penambahan fitur layanan promosi pada media *digital marketing* yang digunakan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok diharapkan kedepannya dapat menambah jumlah anggota koperasi.

Agar kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem *digital marketing* dapat berjalan secara optimal, maka sebaiknya KSPPS BMT Huwaiza Depok segera mendapatkan pengurus koperasi baru yang ahli dan kompeten dalam mengelola sistem *digital marketing*. Selain itu, perlu adanya literasi yang dikhususkan untuk pengurus koperasi mengenai pengelolaan dan penggunaan sistem *digital marketing*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto Didiek Wiet Vincent, Yohan Wisnantoro. 2020. *Marketing Digital (Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Adiyanto, Yugo, Yudi Supriyatna. (2018). Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Sains Manajemen*, 4, 87.
- Elida Tety, Ari Raharjo. 2019. *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Fathorrahman, Nufus Khayatun. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Koperasi Dan Cara Koperasi Menghadapi Financial Technology (Studi Kasus pada BMT Al-Fath IKMI). *Jurnal Ilmiah Feasible*. Universitas Pamulang, 3,3.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasugian, Penda Sudarto. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3, 83.
- Khumaedi, Muhammad. (2012). Reliabilitas Instrumen Penelitian Pendidikan (The Realibility of Education Research Instruments). *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 12, 29-30.
- Kurniawan Roberto, Budi Yuniarto. 2016. *Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- KSPPS BMT Huwaiza. *Facebook*. https://web.facebook.com/ksppsbmthuwaiza?rdc=1&_rdr diakses pada tanggal 13 Agustus 2021.
- KSPPS BMT Huwaiza. *Instagram*. https://www.instagram.com/bmt_huwaiza/ diakses pada tanggal 13 Agustus 2021.
- KSPPS BMT Huwaiza. *Website*. <https://www.huwaiza.co.id> diakses pada tanggal 13 Agustus 2021.
- KSPPS BMT Huwaiza. *Twitter*. <https://twitter.com/huwaiza> diakses pada tanggal 13 Agustus 2021.
- Logo Website. www.google.com/search diakses pada tanggal 14 Agustus 2021.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Logo Sosial Media. www.google.com/search diakses pada tanggal 14 Agustus 2021.
- Logo Fintech. <http://kiwialiwarga.com/wp-content/uploads/2020/10/mengenal-apa-itu-fintech-dan-jenis-jenisnya-di-indonesia.jpg> diakses pada tanggal 14 Agustus 2021.
- Muljono Kristo Ryan. 2018. Digital Marketing Concept. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti Freddy. 2015. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmansyah, Moch.Rizaldy, Bagus Ilham Lucyantoro. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). Universitas Ciputra.
- Rijal Ahmad. (2018). Analisis Data Kualitatif. UIN Antasari Banjarmasin, 17, 81-94.
- Sudaryo Yoyo, Nunung Ayu Sofiati, dkk. 2020. Digital Marketing dan Fintech Indonesia. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Sudaryo, Yoyo, Nunung Sofiati, dkk. (2019). Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak pada Citra Lembaga Perbankan. Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora, 21, 355-356
- Syhabudi, Muhammad, Elida Elfi Barus. (2019). Pengembangan Strategi Koperasi Syariah Berbasis Teknologi Financial dengan Pendekatan Intepretatif Structural Modelling. Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi.
- Wasiaturrahma, Ajija Rohmatul Shochrul, dkk. 2019. Fintech dan Prospek Bisnis Koperasi Syariah. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





LAMPIRAN 1

LAPORAN HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : Jum'at, 04 Juni 2021
 Waktu : 09.00 s./d 09.30
 Sifat Wawancara : Langsung
 Informan : Nur Apriani
 Jabatan : Kepala Bagian Operasional Koperasi Syariah

1. Menurut Anda sistem promosi seperti apa yang digunakan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi?

“KSPPS BMT Huwaiza Depok awalnya menggunakan sistem promosi berbasis konvensional. Seiring berkembangnya digitalisasi kini KSPPS BMT Huwaiza Depok mulai menggunakan sistem promosi berbasis *digital*. Sistem promosi berbasis digital sudah mulai digunakan sejak tahun 2007. Akan tetapi, ketika sistem promosi berbasis digital diterapkan, sistem promosi berbasis konvensional tetap dijalankan. Namun, saat ini lebih dominan menggunakan sistem digital marketing.”

2. Bagaimana *implementasi* kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem konvensional?

“Sistem promosi berbasis konvensional yang diterapkan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi, yaitu periklanan dan personal selling. Periklanan dilakukan melalui media cetak, yaitu dengan mencetak brosur, *flyer*, poster, spanduk, dan lainnya, sedangkan *personal selling* dilakukan secara langsung kepada anggota atau calon anggota koperasi KSPPS BMT Huwaiza Depok”.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Bagaimana implementasi kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem *digital marketing*?

“Sistem promosi berbasis *digital* yang diterapkan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok yang tujuannya juga untuk meningkatkan jumlah anggota koperasi, itu dilakukan dengan cara memberikan informasi terkait koperasi kepada khalayak umum melalui media *digital marketing*. Nah, media *digital marketing* yang digunakan itu terdiri dari website, pesan *broadcast* yang di-*share* melalui grup WA, trus ada *facebook*, *instagram* dan *twitter*. Selain itu juga ada layanan *digital*, seperti *financial technology* atau (*fintech*). Media *digital* dipilih oleh koperasi, karena dengan adanya sistem *digital marketing* koperasi dapat menjangkau anggota atau calon anggota koperasi yang lebih luas, informasi yang diberikan koperasi melalui media *digital* dapat diakses dengan mudah oleh khalayak umum, sehingga dengan hal itu dapat memberikan kemudahan dan efektifitas baik kepada koperasi maupun anggota koperasi”.

4. Menurut Anda apakah ada perbedaan yang dirasakan oleh KSPPS BMT Huwaiza Depok, ketika kedua sistem ini diterapkan?

“Perbedaannya pasti ada. Ketika kedua sistem ini digabungkan, jumlah anggota yang didapatkan juga lumayan, karena diperoleh melalui sistem konvensional dan sistem *digital* itu. Sistem promosi berbasis *digital* dapat menghemat pengeluaran biaya promosi koperasi, karena informasi mengenai KSPPS BMT Huwaiza Depok sudah disebarikan melalui media *digital*. Kemudian juga menghemat tenaga pengurus. Apalagi dimasa-masa sulit seperti ini, adanya pandemi sistem promosi berbasis *digital* akan lebih bermanfaat bagi koperasi. Selain itu, sistem promosi berbasis *digital* memberikan dampak positif bagi koperasi, dimana KSPPS BMT Huwaiza Depok dapat dikenal oleh masyarakat luas yang berada di luar kota Depok dan juga dapat memudahkan koperasi dalam melayani anggota koperasi”.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Menurut Anda berapa kenaikan anggota koperasi yang sudah bergabung dengan KSPPS BMT Huwaiza Depok dengan adanya sistem konvensional maupun sistem digital?

“Saat ini jumlah anggota koperasi sudah mencapai 3500 orang. Jumlah tersebut diperoleh selama periode 2002-2020. Nah, dengan adanya sistem digital anggota koperasi setiap tahunnya meningkat sebesar 20%”.

6. Seperti yang Anda jelaskan sebelumnya bahwa sistem digital marketing itu mulai diterapkan sejak tahun 2007, berapa pertumbuhan anggota yang diperoleh koperasi baik menggunakan sistem konvensional maupun sistem digital?

“Berdasarkan data pencatatan anggota koperasi yang sudah bergabung itu jika diuraikan dengan tabel dapat diketahui sebelum menggunakan sistem *digital marketing* dalam kegiatan promosinya, anggota yang telah bergabung sebanyak 920 orang atau pertahunnya meningkat sebanyak 184 orang, jumlah tersebut dihitung pada periode 2002-2006, sedangkan sejak adanya digital marketing pada periode 2007-2021 dapat menambah anggota koperasi sebanyak 1.475 orang atau pertahunnya meningkat sebanyak 37 orang, sehingga, jumlah anggota secara keseluruhan yang telah bergabung baik menggunakan sistem konvensional maupun *digital marketing* pada periode 2002-2021 sebanyak 3500 orang”.

7. Berdasarkan data tersebut, menurut Anda hal apa saja yang dapat mempengaruhi pertumbuhan anggota koperasi ketika menggunakan sistem *digital marketing*?

“Hal yang dapat mempengaruhi pertumbuhan anggota koperasi ketika menggunakan sistem *digital*, yaitu sistem digital marketing yang ada di KSPPS BMT Huwaiza belum dipegang oleh pengurus koperasi yang ahli dan kompeten. Jadi awal ceritanya itu, ketika setahun mulai adanya sistem digital marketing itu masih dipegang oleh pengurus yang memang *proper* di bidang itu, akan tetapi adanya *problem internal* yang mungkin tidak dapat saya jelaskan, itu membuat sistem *digital marketing* sampai saat ini belum dipegang secara khusus oleh pengurus yang ahli di bidang itu. Saat ini, sistem digital

marketing dikelola oleh pengurus koperasi lainnya secara bergantian. Kemudian, peran dari adanya sistem digital ini tu koperasi sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas yang ada diluar kota depok. Nah, pihak koperasi saat ini belum dapat menyediakan pendaftaran *online* bagi mereka yang ingin bergabung. Jadi, jika mereka ingin bergabung ya harus tetap datang ke KSPPS BMT Huwaiza Depok guna mendaftar secara langsung.”.

8. Menurut Anda, bagaimana peran digital marketing yang sudah dirasakan oleh pihak koperasi dan anggota koperasi?

“Kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem *digital marketing* dapat memberikan dampak positif bagi koperasi KSPPS BMT Huwaiza Depok, diantaranya KSPPS BMT Huwaiza Depok dapat dikenal oleh masyarakat luas, jadi tidak hanya dikenal oleh masyarakat yang ada di kota depok, tetapi juga dikenal oleh masyarakat di luar kota depok. Selain itu, dengan adanya layanan *fintech* koperasi dapat melayani anggota koperasi untuk memenuhi kebutuhannya dalam melakukan pembayaran *online*. Akan tetapi, peran dari adanya sistem *digital marketing* belum memberikan efektifitas secara maksimal kepada koperasi dan anggota. Seperti yang sebelumnya saya jelaskan, sistem *digital marketing* belum dikelola dengan baik oleh pengurus yang memang benar-benar ahli di bidang tersebut”.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI KEGIATAN WAWANCARA



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI OBSERVASI

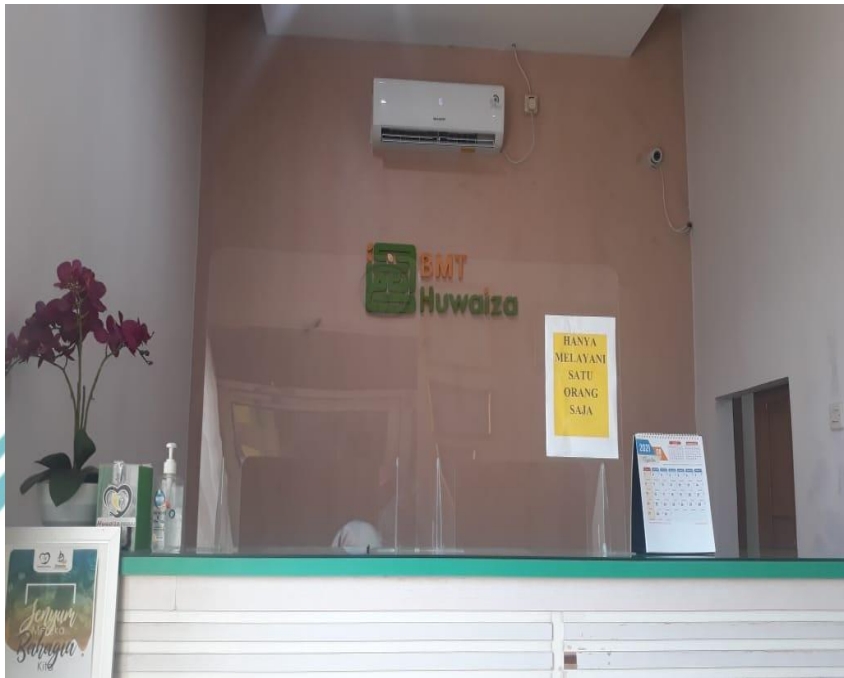


Sumber: Dokumentasi Peneliti

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Sumber: Dokumentasi Peneliti