

**FORMULASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA SIMPAN
PINJAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI
ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada Unit Simpan Pinjam KSU Tandangsari)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Disusun Oleh:

FERRYNANDES DICKY

C1170332



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Formulasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Simpan Pinjam
Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota (Studi
Kasus Pada Unit Simpan Pinjam KSU Tandangsari)

Nama Mahasiswa : Ferrynandes Dicky

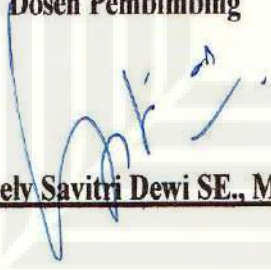
Nomor Pokok : C1170332

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Dosen Pembimbing


Hj. Lely Savitri Dewi SE., M.Si.

Direktur Program Studi S1 Manajemen



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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Ferrynandes Dicky
Tempat Tanggal Lahir : Tiga Berkat, 16 Desember 1998
Agama : Katolik
Nama Ayah : Nurhakim
Nama Ibu : Maria

Riwayat Pendidikan

- 1 Pada tahun 2011 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 03 Lumar.
- 2 Pada tahun 2014 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Lumar.
- 3 Pada tahun 2017 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Bengkayang.
- 4 Pada tahun 2017 penulis menempuh program Strata 1 (S1) Konsentrasi Manajemen Bisnis pada Institut Koperasi Indonesia, Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat.

RINGKASAN

Ferrynandes Dicky, Formulasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Simpan Pinjam Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota (Studi Kasus Pada Unit Simpan Pinjam KSU Tandangsari). Di bawah bimbingan Hj. Lely Savitri Dewi SE., M.Si.

Penelitian yang dilakukan di USP KSU Tandangsari menunjukkan fenomena bahwa partisipasi anggota berdasarkan volume pinjaman menunjukkan bahwa dalam 4 (empat) tahun terakhir terjadi peningkatan volume pinjaman yang disalurkan oleh Unit Usaha Simpan Pinjam kepada anggota koperasi, namun jika dilihat dari jumlah anggota yang berpartisipasi pada Unit Usaha Simpan Pinjam mengalami penurunan di mana pada tahun 2016 jumlah anggota yang meminjam sebanyak 1.653 orang (54,51%), pada tahun 2017 jumlah anggota yang meminjam sebanyak 1.511 orang (51,33%), pada tahun 2018 jumlah anggota yang meminjam sebanyak 1.114 orang (47,28%) dan pada tahun 2019 jumlah anggota yang meminjam sebanyak 889 orang (44,03%). Kondisi ini secara langsung berdampak pada penurunan pendapatan Unit Usaha Simpan Pinjam dan apabila kondisi tersebut terus terjadi akan memberikan dampak negatif terhadap perkembangan usaha koperasi.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui (1) Strategi bauran pemasaran jasa yang selama ini dilaksanakan di Unit Simpan Pinjam KSU Tandangsari. (2) Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan strategi bauran pemasaran jasa yang sudah diterapkan oleh koperasi. (3) Faktor-faktor pendorong dan penghambat pelaksanaan strategi bauran pemasaran jasa. (4) Strategi bauran pemasaran yang harus diterapkan oleh koperasi untuk meningkatkan partisipasi anggota koperasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Analisis data menggunakan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data melalui studi lapangan (penyebaran kuisioner, wawancara dan observasi). Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan *convenience sampling* (kemudahan).

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh USP KSU Tandangsari saat ini meliputi :

- a. Strategi Produk, yaitu :
 - 1) Simpanan, berupa Tabungan Koperasi/Simpanan Koperasi dan Simpanan Berjangka Koperasi.
 - 2) Pinjaman, berupa Pinjaman Umum, Pinjaman Konsumsi, Pinjaman Pendidikan, Pinjaman Hari Raya, dan Pinjaman Insidental (Quick Loan)
- b. Strategi harga, yaitu bunga yang ditetapkan oleh USP KSU Tandangsari pada Simpanan Koperasi tidak diberikan jasa, sedangkan Simpanan Berjangka diberikan jasa sebesar 0,5%/bulan. Pinjaman Umum dan pinjaman konsumsi dengan jasa sebesar 2%/bulan dan jasa pelayanan sebesar 1,5% dari total pinjaman cair, Pinjaman Pendidikan dan Pinjaman Hari Raya dengan jasa 1,5%/bulan dan jasa pelayanan sebesar 1,5% dari total pinjaman cair, dan Pinjaman Insidental (Quick Loan) dengan jasa sebesar 10% dan jasa pelayanan sebesar 2% dari pinjaman cair.
- c. Strategi lokasi, lokasi USP KSU Tandangsari yang beralamat di di belakang pasar Tanjungsari No. 29 Desa Jatisari Sumedang. Lokasi USP KSU Tandangsari sangat strategis, tetapi kondisi lokasi yang sangat

strategis tersebut tidak dimanfaatkan oleh USP KSU Tandangsari, karena kurangnya promosi yang dilakukan.

- d. Strategi promosi, promosi yang dilakukan USP KSU Tandangsari yaitu dengan menggunakan Billboard yang di pasang di depan kantor KSU Tandangsari dan pembagian leflet pada saat RAT dan Bazar ulang tahun KSU Tandangsari, sehingga promosi yang dilakukan oleh USP KSU Tandangsari dinilai masih sangat kurang.
- e. Strategi people/karyawan, untuk mendukung kinerja USP KSU Tandangsari dalam memberikan pelayanan kepada anggota koperasi, USP KSU Tandangsari memiliki 6 orang karyawan yang masing-masing ditempatkan pada bidang pelayanan simpanan dan pinjaman.
- f. Strategi proses, agar anggota koperasi mudah dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, maka USP KSU Tandangsari membuat aturan-aturan dan prosedur-prosedur pelayanan yang menjadi acuan bagi anggota koperasi dalam memanfaatkan layanan USP KSU Tandangsari.
- g. Strategi pelayanan, bentuk pelayanan yang dapat diberikan kepada anggota oleh USP KSU Tandangsari terdiri dari kemudahan bagi anggota mempelajari produk yang ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari, kemudahan anggota untuk melakukan transaksi, dan kepuasan anggota terhadap pelayanan setelah transaksi dilakukan.

Tanggapan anggota terhadap strategi pelaksanaan pelayanan simpan pinjam yang dilakukan oleh USP KSU Tandangsari kepada anggota termasuk dalam kriteria cukup baik, namun masih terdapat beberapa indikator yang harus ditingkatkan terutama indikator dengan kriteria kurang baik, yaitu bunga simpanan koperasi, bunga simpanan berjangka, frekuensi promosi dengan menggunakan media cetak, luas wilayah pelaksanaan promosi dengan menggunakan media cetak, frekuensi promosi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik, luas wilayah pelaksanaan promosi dengan menggunakan media elektronik, jumlah billboard yang dimiliki oleh koperasi, penempatan billboard pada wilayah yang strategis dan pelayanan setelah terjadi transaksi. Sedangkan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran strategi pemasaran simpan pinjam yang dilakukan oleh USP KSU Tandangsari terhadap anggota termasuk dalam kriteria cukup penting.

Faktor yang mendorong dan menghambat pelaksanaan strategi pemasaran yang meliputi kekuatan, yaitu prosedur pelayanan, informasi produk, pelayanan sebelum transaksi, dan permodalan. Sedangkan yang menjadi kelemahan, yaitu Bunga Simpanan Koperasi, Bunga Simpanan Berjangka, promosi, pelayanan setelah terjadi transaksi dan tingkat pendidikan karyawan. Peluang yaitu, anggota dan teknologi, sedangkan yang menjadi ancaman yaitu pesaing dan keadaan ekonomi.

Alternatif strategi pemasaran yang diperoleh dengan menggunakan analisis SWOT adalah :

Strategi SO :

- a. Prosedur pelayanan dan informasi produk yang sudah dijalankan dipertahankan dan lebih ditingkatkan.
- b. Pengembangan teknologi yang digunakan untuk memberikan pelayanan yang lebih maksimal terhadap anggota.

- c. Meningkatkan plafond pinjaman untuk meningkatkan pelayan kepada anggota koperasi.

Strategi WO adalah :

- a. Strategi pemilihan media promosi yang lebih tepat sasaran.
- b. Memberikan pendidikan dan pelatihan terhadap karyawan agar lebih meningkat dalam memberikan pelayanan terhadap anggota.

Strategi ST adalah :

- a. Menyederhanakan prosedur pelayanan simpanan dan pinjaman
- b. Mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan anggota koperasi.

Strategi WT

- a. Melakukan penyesuaian bunga simpanan dengan pesaing.
- b. Memberikan pendidikan dan pelatihan terhadap karyawan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen.



IKOPIN

ABSTRACT

Ferrynandes Dicky, *Marketing Mix Strategy Formulation of Savings and Loans Services in an Effort to Increase Member Participation (Case Study on Savings and Loans Unit KSU Tandangsari). Under the guidance of Hj. Lely Savitri Dewi SE., M.Sc.*

Research conducted at USP KSU Tandangsari shows the phenomenon that member participation based on loan volume shows that in the last 4 (four) years there has been an increase in the volume of loans disbursed by the Savings and Loans Business Unit to cooperative members, but when viewed from the number of members participating in the Business Unit Savings and Loans decreased where in 2016 the number of borrowing members was 1,653 people (54.51%), in 2017 the number of borrowing members was 1,511 people (51.33%), in 2018 the number of borrowing members was 1,114 people (47.28%) and in 2019 the number of members who borrowed was 889 people (44.03%). This condition has a direct impact on the decrease in the income of the Savings and Loans Business Unit and if this condition continues, it will have a negative impact on the development of the cooperative business.

This research was conducted with the aim of knowing (1) the marketing mix strategy of services that had been implemented in the Savings and Loans Unit of KSU Tandangsari. (2) Responses and expectations of members on the implementation of the service marketing mix strategy that has been implemented by the cooperative. (3) The driving and inhibiting factors for the implementation of the service marketing mix strategy. (4) The marketing mix strategy that must be applied by cooperatives to increase the participation of cooperative members.

The research method used is a case study. Data analysis using SWOT analysis. Data collection techniques through field studies (questionnaire distribution, interviews and observations). The sampling technique was carried out by convenience sampling.

The results of the study show that the marketing strategies carried out by USP KSU Tandangsari currently include:

- a. Product Strategy, namely:
 - 1) Savings, in the form of Cooperative Savings/Cooperative Savings and Cooperative Time Deposits.
 - 2) Loans, in the form of General Loans, Consumption Loans, Education Loans, Holiday Loans, and Incidental Loans (Quick Loans)
- b. The price strategy, namely the interest set by USP KSU Tandangsari on Cooperative Deposits is not provided, while Time Deposits are provided with services of 0.5%/month. General loans and consumer loans with services at 2%/month and services at 1.5% of the total liquid loans, Education Loans and Holiday Loans with services at 1.5%/month and services at 1.5% of the total loans liquid loans, and Incidental Loans (Quick Loans) with 10% services and 2% services from liquid loans.
- c. Location strategy, the location of USP KSU Tandangsari which is located behind the Tanjungsari market No. 29 Jatisari Village, Sumedang. The location of USP KSU Tandangsari is very strategic, but the condition of the

very strategic location is not utilized by USP KSU Tandangsari, due to lack of promotion.

- d. The promotional strategy, the promotion carried out by USP KSU Tandangsari was by using a billboard that was installed in front of the KSU Tandangsari office and distribution of leaflets during the RAT and KSU Tandangsari birthday bazaar, so that the promotion carried out by USP KSU Tandangsari was considered very lacking.
- e. People/employee strategy, to support the performance of USP KSU Tandangsari in providing services to cooperative members, USP KSU Tandangsari has 6 employees, each of whom is placed in the field of savings and loan services.
- f. The process strategy, so that cooperative members can easily take advantage of the services offered, USP KSU Tandangsari makes service rules and procedures that become a reference for cooperative members in utilizing USP KSU Tandangsari services.
- g. Service strategy, the form of service that can be provided to members by USP KSU Tandangsari consists of convenience for members to learn about the products offered by USP KSU Tandangsari, ease of members to make transactions, and member satisfaction with services after the transaction is made.

Members' responses to the strategy for implementing savings and loan services carried out by USP KSU Tandangsari to members are included in the criteria quite well, but there are still several indicators that must be improved, especially indicators with poor criteria, namely cooperative deposit interest, time deposit interest, promotion frequency using print media, area of promotion using print media, frequency of promotions carried out using electronic media, area of promotion using electronic media, number of billboards owned by cooperatives, billboard placement in strategic areas and services after transactions occur. Meanwhile, members' expectations for the implementation of the savings and loan marketing strategy mix carried out by USP KSU Tandangsari for members are included in quite important criteria.

Factors that encourage and hinder the implementation of marketing strategies include strengths, namely service procedures, product information, service before transactions, and capital. Meanwhile, the weaknesses are Cooperative Deposit Interest, Term Deposit Interest, promotion, service after transaction and employee education level. Opportunities are resources and technology, while threats are competitors and economic conditions. Alternative marketing strategies obtained by using SWOT analysis are:

SO Strategy:

- a. Service procedures and product information that have been implemented are maintained and further improved.
- b. Development of technology used to provide maximum service to members.
- c. Increase the loan ceiling to improve service to cooperative members.

WO strategies are:

- a. Strategies for selecting more targeted promotional media.

- b. Provide education and training to employees to further improve in providing services to members.*

ST strategies are:

- a. Simplify deposit and loan service procedures*
- b. Develop products that suit the needs of cooperative members.*

WT Strategy

- a. Adjust deposit interest with competitors.*
- b. Provide education and training to employees in order to provide the best service to consumers.*



IKOPIN

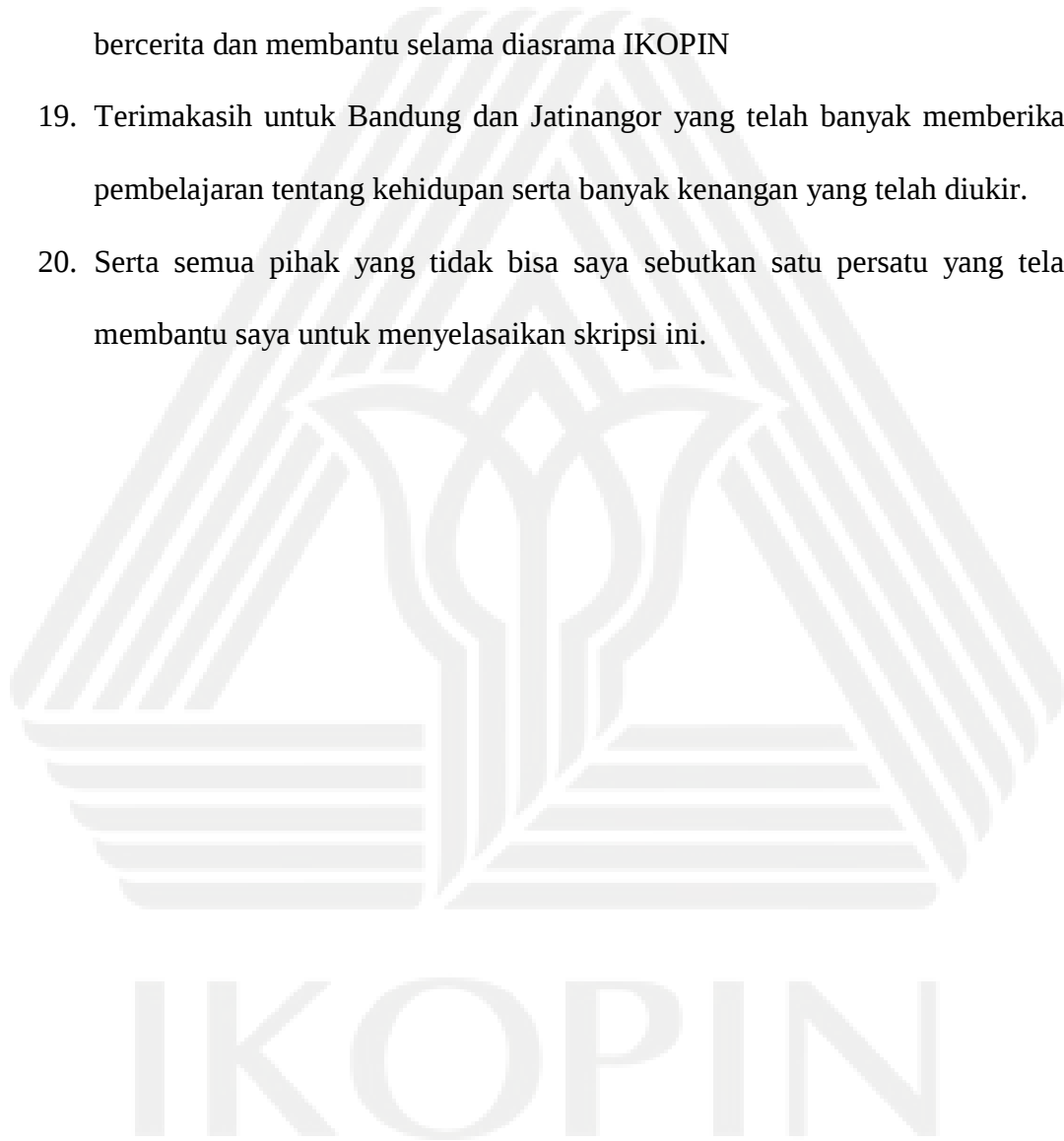
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, berkat, kekuatan, kesehatan dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan strata satu di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Formulasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Simpan Pinjam Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota (Studi Kasus Pada Unit Simpan Pinjam KSU Tandangsari). Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari peran, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Mama Maria dan Bapak Alberto Nurhakim serta kedua adik saya Febrianto dede dan Teo Dorus Fernandes yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukung, semangat, serta motivasi dalam hidup saya. Semoga Tuhan Yesus Selalu Memberikan kesehatan.
2. Dr. Burhanudin Abdullah, MA selaku Rektor IKOPIN.
3. Hj. Lely Savitri Dewi SE., MSI. selaku Dosen Pembimbing, serta Direktur Program Studi Manajemen S-1 yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian, dan semangat dalam memberikan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi.
4. DRS. Dadan Hamdani, MM selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah banyak memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
5. DR. H. Sugiyanto, SE., M.Sc selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah banyak memberikan masukan dalam penulisan skripsi.

6. Dr. H. Dandan Irawan, SE.,M.Sc selaku dosen wali saya yang telah memberikan masukan serta bimbingan selama saya di IKOPIN
7. Bapak/Ibu Dosen IKOPIN yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi selama saya berkuliah di IKOPIN.
8. Teruntuk Pak Didi Muliadi selaku pembimbing saya diasrama dan telah menjadi orang tua saya selama berada ditanah rantau yang selalu memberikan perhatian serta kasih sayang dan selalu siap siaga dalam keadaan apapun.
9. Bapak Suryadman Gidot mantan Bupati Kabupaten Bengkayang yang telah merancang program beasiswa sehingga saya dapat berkuliah di IKOPIN.
10. Teruntuk Pemda serta Dinas Koperasi Kabupaten Bengkayang yang telah memberikan beasiswa kepada saya selama saya berkuliah di IKOPIN.
11. Segenap pengurus dan anggota Koperasi Serba Usaha Tandangsari yang telah memberikan perizinan saya untuk melakukan penelitian skripsi di koperasi ini.
12. Seluruh keluarga besar Duduk TC yang selalu memberikan semangat kepada saya.
13. Terimakasih kepada Agustina Chalara Primania yang selalu memberikan semangat, dorongan, serta motivasi kepada saya, dan selalu meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam penulisan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada teman-teman KMB untuk segala kenangan yang telah kita lakukan bersama selama berkuliah di IKOPIN Jatinangor.
15. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2017 Manajemen B dan teman-teman Manajemen Bisnis .

16. Temen-teman seperbimbingan yang selalu menguatkan dan memberi informasi dalam penulisan skripsi ini.
17. Terimakasih untuk teman-teman kepengurusan IKOPIN FOOTBALL CLUB (IFC)
18. Terimakasih kepada GENG ABIDIN dan Teman Futsal yang selalu bertukar bercerita dan membantu selama diasrama IKOPIN
19. Terimakasih untuk Bandung dan Jatinangor yang telah banyak memberikan pembelajaran tentang kehidupan serta banyak kenangan yang telah diukir.
20. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.



DAFTAR ISI

	Hal
RIWAYAT HIDUP	i
RINGKASAN	ii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5. Tempat Penelitian	8
 BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	
2.1. Pendekatan Masalah	9
2.1.1 Perkoperasian	9
2.1.1.1. Prinsip-Prinsip Koperasi	16
2.1.1.2. Jenis-Jenis Koperasi	17
2.1.1.3. Pengertian Simpan Pinjam	19
2.1.1.4. Partisipasi Anggota	22
2.1.2. Manajemen Bisnis	25
2.1.3. Bauran Pemasaran Jasa	29
2.2. Metode Penelitian	41
2.2.1. Data yang Diperlukan	42
2.2.2. Sumber Data	42
2.2.3. Cara Pengumpulan Data	43
2.2.4. Teknik Pengambilan Sampel	43
2.2.5. Operasionalisasi Variabel	44

2.2.6. Analisis Data	45
2.2.7. Jadwal Penelitian	56

BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

3.1. Keadaan Organisasi dan Manajemen KSU Tandangsari	57
3.1.1. Sejarah singkat berdirinya KSU Tandangsari	57
3.1.2. Stuktur Organisasi KSU Tandangsari	60
3.1.2.1. Rapat Anggota	63
3.1.2.2. Pengurus	67
3.1.2.3. Pengawas	71
3.1.2.4. Badan Pembina	73
3.1.2.5. Manajer	73
3.2.1.6. Keanggotaan	78
3.1.3. Kegiatan Usaha KSU Tandangsari	80
3.1.3.1. Unit Peternakan Sapi Perah	81
3.1.3.2. Unit Usaha Simpan Pinjam	75
3.1.3.3. Unit Usaha Sarana Produksi Pertanian	87
3.1.3.4. Unit Usaha Warung Serba Ada	87
3.1.4. Keadaan Permodalan dan Keuangan	88
3.1.4.1. Keadaan Permodalan	88
3.1.4.2. Keadaaan Keuangan	89
3.1.5. Organisasi Terkait	92
3.2. Keadaaan Umum Wilayah Kerja KSU Tandangsari	93
3.2.1. Keadaan Fisik dan Geografis	94
3.2.2. Kedaan sosial	96
3.2.2.1. Kependudukan	96
3.2.2.2. Pendidikan	97
3.2.3. Keadaan Ekonomi	98
3.4.3.1. Mata Pencaharian	96
3.4.3.2. Sarana dan Prasarana ekonomi	99
3.3. Implementasi Jatidiri Koperasi	100

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Strategi Bauran Pemasaran Jasa yang Selama ini Dilaksanakan di Unit Simpan Pinjam KSU Tandang Sari	105
4.2. Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Simpan Pinjam	115
4.2.1. Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Simpan Pinjam USP KSU Tandang Sari	115
4.2.2. Harapan Anggota Terhadap Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Simpan Pinjam USP KSU Tandang Sari	144
4.3. Faktor-Faktor Pendorong dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pelayanan Simpan Pinjam di USP KSU Tandang Sari	173
4.4. Strategi Bauran Pemasaran yang Harus Diterapkan oleh USP KSU Tandang Sari untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota Koperasi	183

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	188
5.2. Saran.....	191

DAFTAR PUSTAKA	193
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal
1.1.	: Perkembangan Volume Usaha Penjualan Anggota dan Volume Penjualan Non Anggota KSU Tandangsari Tahun 2015-2019	3
1.2.	: Perkembangan Volume Pinjaman Anggota Tahun 2016 – 2019.....	4
2.1.	: Operasionalisasi Variabel	45
2.2.	: Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Strategi Promisi	47
2.3.	: Tanggapan Responden Terhadap Kepentingan Strategi Promosi	47
2.4.	: Rekapitulasi Pelaksanaan dan Harapan Strategi Promosi	48
2.5.	: Environment Threat and Opportunity Profile (ETOP).....	49
2.6.	: Strategi Advantage Profile (SAP)	49
2.7.	: Matrik EFAS	51
2.8.	: Matrik IFAS	52
2.9.	: Membuat Rating Untuk EFAS dan IFAS.....	53
3.1.	: Perkembangan Anggota Tahun 2016-2019	80
3.2.	: Perkembangan Pembelian Pemasaran Susu Murni Tahun 2015-2019 KSU Tandangsari	84
3.3.	: Perkembangan Produksi dan Penjualan Konsentrat Tahun 2015-2019 KSU Tandangsari	84
3.4.	: Perkembangan Unit Usaha Simpan Pinjam	86
3.5.	: Perkembangan Unit Usaha Saprotan	87
3.6.	: Kondisi Permodalan KSU Tandangsari	88
3.7.	: Luas Tanah Teknis dan Tadah Hujan	95
3.8.	: Kependudukan di Wilayah Kerja KSU Tandangsari	97
3.9.	: Sebaran Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Wilayah Kerja KSU Tandangsari	98

3.10. : Sebaran Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Wilayah Kerja KSU Tandang Sari	99
4.1. : Tingkat Bunga Simpanan dan Pinjaman	111
4.2. : Tanggapan Responden Terhadap Jenis Simpanan yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	115
4.3. : Tanggapan Responden Terhadap Jenis Pinjaman yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	116
4.4. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Simpanan Koperasi yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	117
4.5. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Simpanan Berjangka yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	118
4.6. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Umum yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	119
4.7. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Konsumsi yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	120
4.8. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Pendidikan yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandang Sari	116
4.9. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Hari Raya yang Ditawarkan oleh KSU Tandang Sari	121
4.10. : Tanggapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Insidental (Quick Loan) yang Ditawarkan oleh KSU Tandang Sari	122
4.11. : Tanggapan Responden Terhadap Jarak Kantor Koperasi dengan Anggota KSU Tandang Sari	123
4.12. : Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Alat Transportasi dalam Menjangkau KSU Tandang Sari	124
4.13. : Tanggapan Responden Terhadap Luas Tempat Parkir yang Disediakan Oleh KSU Tandang Sari	124
4.14. : Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Jalan Masuk dan Keluar ke Kantor KSU Tandang Sari	125
4.15. : Tanggapan Responden Terhadap Tempat Parkir Disediakan dengan Gratis oleh KSU Tandang Sari	126
4.16. : Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu KSU Tandang Sari	127

4.17. : Tanggapan Responden Terhadap Koperasi Menyediakan TV, Koran dan Majalah.....	128
4.18. : Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Petugas Keamanan	129
4.19. : Tanggapan Responden Terhadap Kemanan Tempat Parkir Koperasi	129
4.20 : Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari dengan Menggunakan Media Cetak	130
4.21. : Tanggapan Responden Terhadap Luas Wilayah Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari dengan Menggunakan Media Cetak	131
4.22. : Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari dengan Menggunakan Media Elektronik	132
4.23. : Tanggapan Responden Terhadap Luas Wilayah Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari dengan Menggunakan Media Elektronik.....	133
4.24. : Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari dengan Menggunakan Media Billboard	133
4.25. : Tanggapan Responden Terhadap Luas Wilayah Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari dengan Menggunakan Media Billboard.....	134
4.26. : Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Karyawan USP KSU Tandangsari	135
4.27. : Tanggapan Responden Terhadap Keccepatan Pelayanan Karyawan USP KSU Tandangsari.....	136
4.28. : Tanggapan Responden Terhadap Kerapihan Karyawan USP KSU Tandangsari	137
4.29. : Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan terhadap Produk-Produk yang Ditawarkan Oleh USP KSU Tandangsari.....	137
4.30. : Tanggapan Responden Terhadap Aturan Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari.....	138
4.31. : Tanggapan Responden Terhadap Prosedur Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari.....	139

4.32. : Tanggapan Responden Terhadap Informasi yang Disediakan Oleh USP KSU Tandangsari.....	139
4.33. : Tanggapan Responden Terhadap pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari Sebelum Terjadi Transaksi.....	140
4.34. : Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari pada Saat Terjadi Transaksi	141
4.35. : Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandangsari terhadap Anggota Setelah Proses Transaksi Terjadi.....	142
4.36. : Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Strategi Pemasaran Pelayanan Simpanan dan KSU Tandangsari	142
4.37. : Harapan Responden Terhadap Jenis Simpanan yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari.....	144
4.38. : Harapan Responden Terhadap Jenis Pinjaman yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	145
4.39. : Harapan Responden Terhadap Bunga Simpanan Koperasi yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	146
4.40. : Harapan Responden Terhadap Bunga Simpanan Berjangka yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	146
4.41. : Harapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Umum yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	147
4.42. : Harapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Konsumsi yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	148
4.43. : Harapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Pendidikan yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	149
4.44. : Harapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Hari Raya yang Ditawarkan oleh USP KSU Tandangsari	150
4.45. : Harapan Responden Terhadap Bunga Pinjaman Insidental yang Ditawarkan oleh KSU Tandangsari	151
4.46. : Harapan Responden Terhadap Jarak Kantor Koperasi dengan Anggota KSU Tandangsari	152
4.47. : Harapan Responden Terhadap Ketersediaan Alat Transportasi dalam Menjangkau KSU Tandangsari	152

4.48. : Harapan Responden Terhadap Luas Tempat Parkir yang Disediakan Oleh KSU Tandang Sari	153
4.49. : Harapan Responden Terhadap Kemudahan Jalan Masuk dan Keluar ke Kantor KSU Tandang Sari	154
4.50. : Harapan Responden Terhadap Tempat Parkir Disediakan dengan Gratis oleh KSU Tandang Sari	155
4.51. : Harapan Responden Terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu USP KSU Tandang Sari	156
4.52. : Harapan Responden Terhadap USP KSU Tandang Sari Menyediakan TV, Koran dan Majalah di Ruang Tunggu.....	156
4.53. : Harapan Responden Terhadap Jumlah Petugas Keamanan yang Disediakan oleh USP KSU Tandang Sari.....	157
4.54. : Harapan Responden Terhadap Kemanan Tempat Parkir KSU Tandang Sari	158
4.55. : Harapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari dengan Menggunakan Media Cetak	158
4.56. : Harapan Responden Terhadap Luas Wilayah Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari dengan Menggunakan Media Cetak	159
4.57. : Harapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi yang Dilakukan Oleh KSU Tandang Sari dengan Menggunakan Media Elektronik.....	160
4.58. : Harapan Responden Terhadap Luas Wilayah Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari dengan Menggunakan Media Elektronik.....	161
4.59. : Harapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari dengan Menggunakan Media Billboard	162
4.60. : Harapan Responden Terhadap Luas Wilayah Promosi yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari dengan Menggunakan Media Billboard.....	163
4.61. : Harapan Responden Terhadap Keramahan Karyawan USP KSU Tandang Sari	163

4.62. : Harapan Responden Terhadap Kecepatan Pelayanan Karyawan USP KSU Tandang Sari	164
4.63. : Harapan Responden Terhadap Kerapihan Karyawan USP KSU Tandang Sari	165
4.64. : Harapan Responden Terhadap Pengetahuan Karyawan Mengenai Produk-Produk USP KSU Tandang Sari	166
4.65. : Harapan Responden Terhadap Aturan Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari	167
4.66. : Harapan Responden Terhadap Prosedur Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari	168
4.67. : Harapan Responden Terhadap Informasi yang Disediakan Oleh USP KSU Tandang Sari	169
4.68. : Harapan Responden Terhadap Pelayanan yang Dilakukan oleh USP KSU Tandang Sari Sebelum Terjadi Transaksi	169
4.69. : Harapan Responden Terhadap Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari pada Saat Terjadi Transaksi	170
4.70. : Harapan Responden Terhadap Pelayanan yang Dilakukan Oleh USP KSU Tandang Sari terhadap Anggota Setelah Proses Transaksi Terjadi.....	171
4.71. : Rekapitulasi Harapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Pelayanan Simpan Pinjam KSU Tandang Sari	172
4.72. : Perhitungan Strategi Advantage Profile (SAP).....	174
4.73. : Perkembangan Modal KSU Tandang Sari.....	180
4.74. : Environment Threat and Opportunity Profile (ETOP).....	181
4.75. : Perkembangan Jumlah Anggota yang Meminjam Periode Tahun 2016 – 2019.....	181
4.76. : Matrik EFAS	185
4.77. : Matrik IFAS	185

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal
2.1.	Peranan Timbal Balik Antara Dimensi-Dimensi Koperasi	13
2.2.	Diagram Analisis SWOT	55
2.3.	Matrik SWOT.....	55
3.1.	Struktur Organisasi KSU Tandangsari	61
4.1.	Diagram Analisis SWOT USP KSU Tandangsari	186
4.2.	Matrik SWOT USP KSU Tandangsari	187

