

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM
KSP BERKAT BUANA BAHARI DUKUHTURI KABUPATEN TEGAL



TUGAS AKHIR

OLEH :

NIAR YUNIESTI DEWI

NIM 18031138

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM
KSP BERKAT BUANA BAHARI DUKUHTURI KABUPATEN TEGAL

Oleh mahasiswa :

Nama : NIAR YUNIESTI DEWI

Nim : 18031138

Telah di periksa dan di koreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian Tugas Akhir.

Tegal, 16 Juli 2021

Pembimbing I,



Andri Widiyanto, SE, M.Si

NIPY. 04.015.212

Pembimbing II,



Aryanto, SE, M.Ak, CAAT

NIPY. 11.011.098

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM
KSP BERKAT BUANA BAHARI DUKUHTURI KABUPATEN TEGAL

Oleh

Nama : NIAR YUNIESTI DEWI

Nim : 18031138

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah di pertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 29 Juli 2021

1. Andri Widiyanto, SE, M.Si
Pembimbing 1



2. Hesti Widianti SE, M.SI
Penguji 1



3. Dewi Sulistyowati, SE, CAAT
Penguji 2



Mengetahui,

Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY.03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Ksp Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal “beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri.

Dalam penelitian Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 16 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



NIAR YUNI ESTI DEWI
NIM 18031138

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : NIAR YUNI ESTI DEWI

NIM : 18031138

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (NonExclusive Royalty-Free- Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Ksp Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal”

Dengan Hak Bebas Royalti NonExclusive ini Prodi Akuntnasi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/format-kan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan tanpa meminta ijin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 16 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



NIAR YUNI ESTI DEWI
NIM 18031138

HALAMAN MOTTO

1. Barang siapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. HR. Muslim
2. Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak. (Aldus Huxley)
3. Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh. (Confusius)
4. Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah." (Thomas Alva Edison)
5. Hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok adalah harapan.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah tidak ada henti-hentinya penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT karena atas Ridhonya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Sholawat serta salam penulis kirimkan kepada rasullah SAW, sehingga sampai sekarang indahnyanya iman dan islam masih terasa. Bantuan dari beberapa pihak pun tak luput dalam penyelesaian tugas akhir ini, baik bantuan secara materi, spiritual, informasi dan motivasi. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan ingin mempersembahkan Tugas Akhir ini untuk:

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang Bapak Triyono dan Ibu Din Chasanah yang telah memberikan semangat doa, cinta, dan sayangnya yang sangat luar biasa kepada penulis
2. Untuk kaka ku Teguh Darmawan dan istrinya Rosalina yang saya sayangi dan saya cintai, Terutama untuh Teguh Darmawan Terimakasih banyak atas segalanya yang telah di berikan kepada saya, yang telah membantu saya sehingga bisa menjadi seperti ini Terimakasih atas pejuangannya selama ini dan pengorbanannya selama ini untuk saya
3. Terimakasih untuk adiku tersayang Rizky Yudha Wilyantaro yang telah mendukung saya selama ini
4. Terimakasih untuk budheku Ning Indar Sari dan Kaka sepupuku Ismi Ashar Putri Shain, Ananda Putri Shain, dan Hiyarul Hikam yang telah mendukung saya hingga saat ini.
5. Terimakasih untuk Andi Lukmana yang sering mengingatkan ku untuk mengerjakan Tugas Akhir ini setiap waktu
6. Semua sahabat seperjuangan Sri Muti matun Hidayah, Siti Nur Hanifah, Dwi Febri Agustiani, Terimakasih untuk segala kebersamaan dalam suka dan duka yang telah di rasakan bersama selama ini

7. Terimakasih untuk sahabat saya Thalia Indiyani yang telah memberi semangat di saat saya sedang Menyusun tugas akhir ini dan selalu menghibur saya di saat saya bosan dengan tugas akhir ini
8. Teman-teman Kelas 6 K yang tersayang yang telah menemani dari awal perkuliahan samapai dengan pada tahap ini tahap dimana kita sama-sama sedang berjuang untuk menggapai awal kesuksesan kita
9. Segenap civitas Politeknik Harapan Bersama Tegal

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “ Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Ksp Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal ”

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagaipihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, MPP, selaku Direktur Politeknik Harapan bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CAAT, selaku Ka.Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama
3. Andri Widiyanto, SE, M.Si, sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Aryanto,SE,M.Ak, CAAT, selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikanbantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati masalah akuntansi pada umumnya
5. Ibu Meta Putri Shain, selaku Manajer Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal yang telah memeberi ijin untuk melakukan penelitian ini

6. Seluruh Karyawan dan Karyawati Kantor Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian
7. Teman-teman baik di kampus, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan disana-sini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati masalah akuntansi pada umumnya.

Tegal, 29 Juli 2021

NIAR YUNESTI DEWI

NIM 18031138

ABSTRAK

Dewi, Niar Yuniesti. 2021. *Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam KSP Berkah Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal*. Program Studi: D III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing 1: Andri Widiyanto, S.E., M.Si ; Pembimbing II Aryanto, S.E., M.Ak., CAAT

Koperasi KSP Berkah Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal adalah salah satu koperasi di bidang peminjaman dana yang resmi. Perkembangan koperasi di Indonesia semakin pesat sehingga kegiatan pemasaran semakin diperlukan, Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan usaha yang semakin ketat, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam KSP Berkah Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal. Penelitian ini merupakan penelitian pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koperasi KSP Berkah Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal sudah menerapkan bauran pemasaran sesuai dengan teori bauran pemasaran yang dilakukan mulai dari *product* (produk), *price* (harga), *promotions* (promosi), *place* (tempat).

Kata Kunci : Analisis Bauran Pemasaran Koperasi,

ABSTRACT

Dewi, Niar Yuniesti. 2021. *Analysis of the Marketing Mix in the Savings and Loans Cooperative KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi, Tegal Regency.* Study Program: *Accounting Associate Degree.* Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Andri Widiyanto, S.E., M.Si ; Co Advisor: Aryanto, S.E., M.Ak., CAAT

KSP Berkat Buana Bahari Cooperative Dukuhturi Tegal Regency is one of the official cooperatives in the field of lending funds. The development of cooperatives in Indonesia is growing rapidly so that marketing activities are increasingly needed. Marketing is one of the activities carried out by companies to maintain the viability of the company in an increasingly fierce business competition. The purpose of this study was to determine the marketing mix in savings and loan cooperatives KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi, Tegal Regency. This research is a qualitative descriptive approach. Data collection methods used are observation, interviews, and literature study. The results of this study indicate that the KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi cooperative, Tegal Regency has implemented a marketing mix by the marketing mix theory, starting from the product (product), price (price), promotions (promotion), place (place).

Keywords: *Cooperative Marketing Mix Analysis.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	v
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Kerangka Berpikir	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Pengertian dan Tujuan Pemasaran.....	12

2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	13
2.4 Pengertian dan Jenis Koperasi.....	23
2.5 Konsep Pemasaran	24
2.6 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi Penelitian	31
3.2 Waktu Penelitian	31
3.3 Jenis Data	31
3.4 Sumber Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif	34
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Produk-Produk Koperasi Program Pinjaman KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	36
4.1.2 Persyaratan pembiayaan pinjaman di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal	36
4.1.3 Data Perkembangan Penjualan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	36
4.1.4 Data Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	37
4.2 Hasil Analisis Penelitian	37
4.2.1 <i>Product</i> (Produk)	37
4.2.2 <i>Price</i> (Harga)	42
4.2.3 <i>Promotions</i> (promosi).....	44
4.2.4 <i>Place</i> (Tempat)	51
4.3 Pembahasan	52

4.3.1 <i>Product</i> (produk).....	52
4.3.2 <i>Price</i> (Harga)	55
4.3.3 <i>promotions</i> (promosi)	55
4.3.4 <i>Place</i> (Tempat)	58
BAB V	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	9
Gambar 4.1 Brosur Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	45
Gambar 4.2 Family gathering Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal 2018.....	47
Gambar 4.3 Family gathering Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal 2019.....	47
Gambar 4.4 Buka puasa Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal 2020.....	48
Gambar 4.5 Buka Puasa Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal 2021.....	48
Gambar 4.6 Pemberian uang tips / uang imbalan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	50
Gambar 4.7 Gedung Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Perkembangan Penjualan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	36
Tabel 4.2 Data Perkembangan Jumlah anggota Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	37
Tabel 4.3 Hasil pembayaran program pinjaman Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil wawancara dengan Manajer Koperasi KSP Berkah Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	64
Wawancara dengan Manager Koperasi KSP Berkah Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.....	69

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sistem keuangan di Indonesia memiliki dua jenis yaitu perbankan yang merupakan perusahaan bidang keuangan yang aktivitasnya menghimpun dana melalui simpanan dalam masyarakat dan melakukan penyaluran melalui kredit kepada masyarakat serta melayani jasa bank yang lain dan Lembaga keuangan bukan bank yang jenisnya lebih beragam dan masing-masing jenisnya memiliki program kerja dan ciri khas sendiri. Kegiatan operasional bank diawasi oleh Bank Sentral (BI). Lembaga keuangan bukan bank kegiatannya diawasi oleh Departemen Keuangan yang dijalankan Bapepam LK. Berikut beberapa jenis lembaga keuangan non bank meliputi koperasi, pegadaian, perusahaan pembiayaan, pasar modal, perusahaan dana pensiun, perusahaan asuransi, dan perusahaan modal ventura Pelaksanaan pembangunan nasional salah satunya dapat didorong dengan peran koperasi terhadap perekonomian Koperasi memiliki beberapa jenis yaitu koperasi simpan pinjam, konsumsi, serba usaha, dan produksi. Azizah & Achsa, (2021)^[1].

Pada masa sekarang dunia usaha memasuki era globalisasi, dimana semua pihak sudah dapat secara bebas memasuki setiap pasar yang dikehendaki baik di dalam negeri maupun di luar negeri tanpa ada batasannya. Melihat kondisi yang demikian, maka sudah seharusnya jika setiap bidang usaha dituntut untuk mengetahui dan mengikuti perkembangan atau perubahan

dari setiap kegiatan usaha yang akan dijalankannya Dalam dunia bisnis modern saat ini, menuntut peranan strategi pemasaran yang dapat menunjang kemajuan suatu usaha bisnis, maju mundurnya kegiatan bisnis akan sangat ditentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran bisnis tersebut, karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang secara langsung berhubungan dengan masyarakat luas (konsumen). Perusahaan harus secara jelas menetapkan kearah mana aktivitas usaha yang dijalankan dan pihak- pihak mana yang menjadi sasaran dari penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Fitri Astriyani, (2016)^[2].

Persaingan di dalam dunia bisnis sudah tidak asing lagi bagi kita. Persaingan tersebut justru menuntut setiap pemilik sebuah bisnis harus melaksanakan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran membutuhkan konsep-konsep pemasaran yang mendasar yang sesuai dengan kebutuhan pembisnis dan kebutuhan masyarakat. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana pemasaran merupakan suatu cara mempromosikan sebuah produknya. Semua karyawan terlibat dalam memasarkan produk-produk yang ditawarkan. Tujuan perusahaan dibidang pemasaran yakni menjual produk sebanyak-banyaknya untuk mengembangkan perusahaan menjadi besar supaya dikenal banyak orang dan mencari keuntungan. Tujuan pemasaran sendiri adalah mengetahui dan

memahami para pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan cocok dengan apa yang mereka butuhkan atau yang mereka inginkan. Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan atau instansi memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Ningsih, (2020) ^[3].

Menurut UU No. 25 tahun 1992 Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan seseorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan asas kekeluargaan, sehingga koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun lapangan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan Makmur. Perkembangan koperasi di Indonesia semakin pesat sehingga kegiatan pemasaran semakin diperlukan. Pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. Dalam memasarkan sebuah produk seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang, artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan konsumen, kemudian kapan dan dimana di

butuhkannya. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat waktu. Disamping itu, seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk di bandingkan dengan produk pesaing lainnya. Produsen harus pandai dan menarik minat dan menarik konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk yang di tawarkan.

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi adalah salah satu koperasi di bidang peminjaman dana yang resmi dan dengan suku bunga yang rendah produk yang di tawarkan adalah produk pinjaman sistem angsuran flat atau produk bunga menurun Tempo 6 bulan. Koperasi harus menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan agar tetap mampu bersaing dengan koperasi yang lainnya, strategi pemasaran salah satunya yaitu bauran pemasaran sangat di perlukan oleh koperasi melakukan berbagai promosi yang efektif dan tempat atau saluran distribusi yang mudah di jangkau oleh konsumen dapat membantu konsumen memperoleh pinjaman yang mudah dan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pengajuannya, sehingga konsumen tidak beralih ke perusahaan lain dan volume penjualan meningkat yang menyebabkan terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan.

Pemasalahan yang sering terjadi di koperasi KSP Berkat Buana Bahari adalah kurang diketahui oleh masyarakat luas yang mengakibatkan nasabah koperasi masih sedikit dan banyak orang yang belum mengenal koperasi ini.

Koperasi KSP Berkat Buana hanya meminjamkan uang untuk para anggotanya. Produk yang di tawarkan hanya produk pembiayaan. produk pembiayaan misalnya produk pembiayaan pemberian dana pinjaman dalam bentuk angsuran atau tempo, dan pembiayaan motor baru atau bekas, produk tersebut kadang belum di ketahui oleh masyarakat karena pada umumnya masyarakat hanya mengetahui bahwa koperasi hanya meminjamkan dana saja maka dari itu di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi perlu adanya bauran pemasaran agar masyarakat dapat mengetahui produk yang ada di Koperasi tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana analisis bauran pemasaran pada Koperasi Simpan Pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran pada Koperasi Simpan Pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu :

1. Memberikan masukan mengenai analisis bauran pemasaran pada Koperasi Simpan Pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

2. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang sehubungan dengan analisis bauran pemasaran pada Koperasi Simpan Pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan peluang untuk menambah wawasan berpikir, memperluas pengetahuan, baik dalam bidang teori maupun praktik. Dalam teori berarti memperoleh pemahaman pada saat kuliah. Dalam praktik, di harapkan dapat menambah pengetahuan dan penerapan dalam kegiatan perusahaan.

2. Bagi Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi

Dengan diadakan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal dalam menangani permasalahan bauran pemasaran yang ada di koperasi.

3. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi mengenai bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam dan sebagai dasar referensi yang dapat digunakan oleh mahasiswa yang berkeinginan untuk mengembangkan lebih lanjut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu.

1.5 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan di batasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu Pada penelitian ini, peneliti ini akan membahas tentang penerapan bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

1.6 Kerangka Berpikir

Alasan penelitian ini di lakukan karena untuk mengetahui bauran pemasaran yang ada pada koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi. Bauran pemasaran merupakan suatu yang sangat penting untuk koperasi karena sebagian besar bauran pemasaran tertanam pada semua perusahaan di bidang keuangan.

Dengan adanya bauran pemasaran koperasi dapat menjaga kelangsungan hidupnya berjalannya suatu usaha. Masalah yang akan di alami dalam bauran pemasaran adalah adanya pesaing dari pihak lain di jelaskan karena banyak pesaing lain yang menggunakan bauran pemasaran untuk menarik konsumen-konsumennya. Maka dari itu, bauran pemasaran sangat penting untuk koperasi untuk mempermudah mencari calon nasabah baru atau nasabah lama Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kab Tegal.

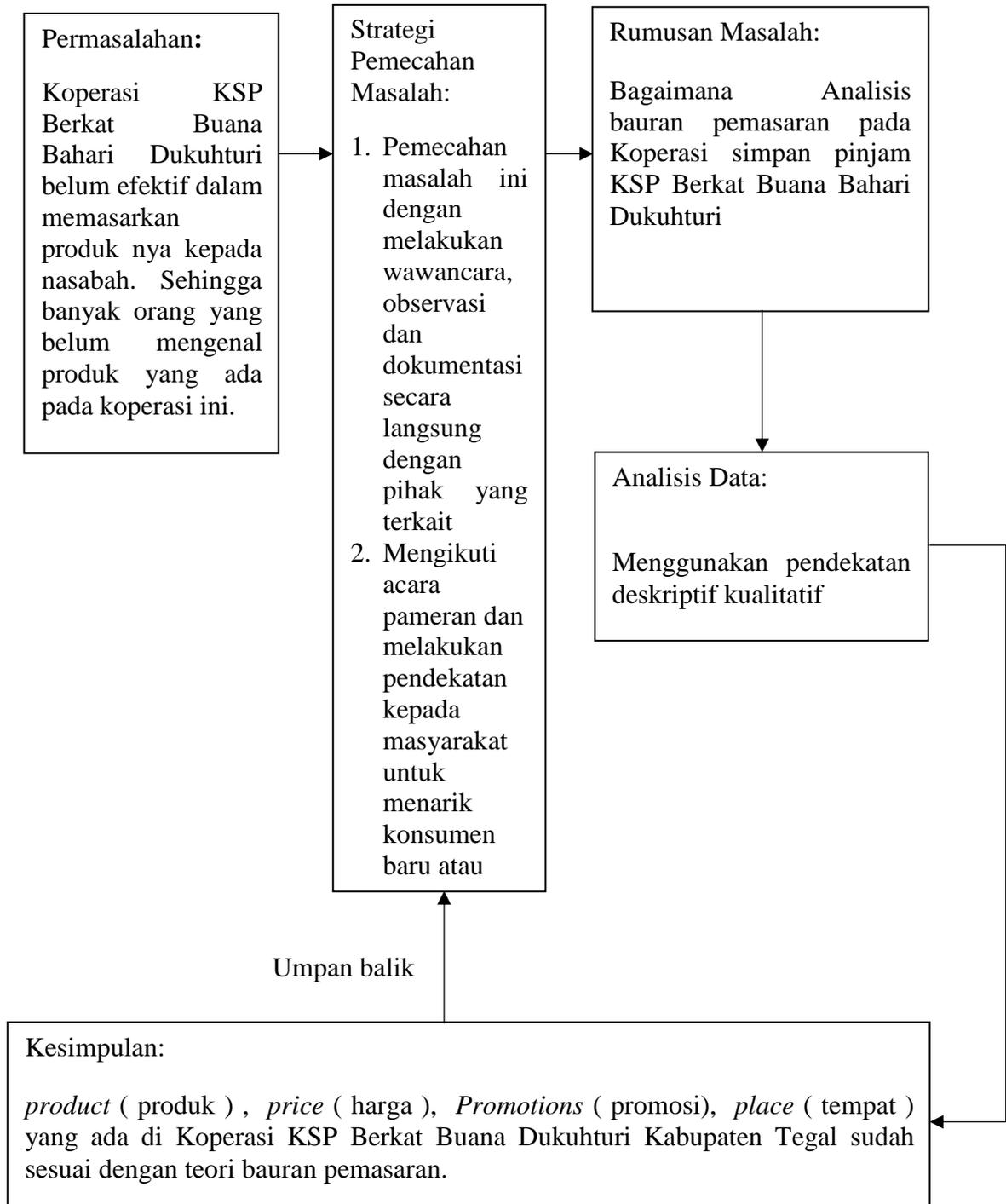
Dalam menghadapi masalah tersebut, Manajemen Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal harus memilih strategi pemasaran yang efektif agar konsumen tidak beralih ke koperasi lain. Strategi pemasaran

yang di lakukan Koperasi KSP Berkat Buana Kabupaten Tegal adalah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang di gunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal juga mengamati karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen, baik yang berasal dari internal maupun eksternal yang menjadi salah satu penentu konsumen dalam menentukan pilihannya.

Dari permasalahan yang telah diamati oleh peneliti pada koperasi KSP Berkat Buana Bahari yang menjadi latar belakang pengambilan keputusan untuk melakukan bauran pemasaran sehingga di perlukan strategi pemecahan baru. Peneliti ini dilakukan dengan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder serta menggunakan studi kasus pada koperasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang Pengertian dan Tujuan Pemasaran, Pengertian Bauran Pemasaran, Unsur-Unsur Bauran Pemasaran, Pengertian dan Jenis koperasi, Konsep Pemasaran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian dan Tujuan Pemasaran

Pemasaran yaitu kegiatan untuk mencukupi keperluan dan kehendak para pelanggannya terhadap produk dan jasa. Agar mengetahui keperluan dan kehendak pelanggan, maka setiap perusahaan harus melaksanakan investigasi pemasaran, karena dengan melaksanakan investigasi pemasaran inilah dapat diketahui kehendak dan keperluan pelanggan yang seharusnya.

Pemasaran berdasarkan pengertian dari Sangadah, (2020)^[4]. pemasaran juga merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Tujuan Pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa- jasa ke tangan nasabah. Adapun tujuan pemasaran secara umum menurut Sangadah, (2020)^[4]. yaitu :

Tujuan pemasaran antara lain sebagai berikut:

- a) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang

- b) Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c) Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

2.2 Pengertian Bauran Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yang dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Kusmiyati, (2019)^[5]. memberikan definisi bahwa Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran (*product, price, promotions, place*) yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.

2.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran

a. *Product* (Produk)

Menurut Kusmiyati, (2019)^[5]. produk adalah sesuatu yang bisa di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian,

pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Sedangkan definisi produk dari segi perusahaan jasa adalah merupakan bentuk penawaran perusahaan jasa yang di tunjukkan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini produk bisa dalam bentuk apa saja (baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

b. *Price* (Harga)

Menurut Kusmiyati, (2019)^[5]. harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang di tukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Dalam hal pemasaran jasa, kreatifitas dan keahlian manajemen paling banyak di butuhkan dalam masalah penetapan harga. Oleh karena itu perusahaan jasa menetapkan harga yang paling tinggi. Akan tetapi yang perlu di perhatikan untuk penetapan harga ini adalah mengetahui lingkungan dan pasar yang akan di capai, maka dalam menentukan harga suatu produk harus tepat. Karena dalam menetapkan harga yang tepat memerlukan banyak pilihan tidak saja

pada perasaan tetapi juga harus berdasarkan informasi, fakta dan analisis lapangan. Dalam hal ini dalam penetapan harga di perlukan suatu Teknik agar dalam penetapan harga tidak merugikan perusahaan jasa.

Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

1. Memperoleh laba yang maksimum. Salah satu tujuan yang paling lazim dalam penetapan harga adalah memperoleh hasil laba jangka pendek yang maksimal. dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan dan total biaya. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan yang maksimal paling memuaskan.
2. Mendapatkan share pasar tertentu. Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga untuk mendapatkan atau meningkatkan share pasar meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan karena perusahaan percaya bahwa jika share pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat pada masa depan. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang melakukan penetrasi pasar dengan cara menetapkan harga yang relatif rendah dari harga pasaran, sehingga memperoleh share pasar yang lebih besar.

3. Memerah pasar (market skimming).

Perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi mereka. Jadi dalam hal ini perusahaan menetapkan harga yang tinggi, karena hendak menarik manfaat dari sekelompok besar pembeli yang bersedia membayar harga tinggi, yang disebabkan produk perusahaan tersebut mempunyai nilai sekarang (*present value*) yang tinggi bagi mereka Tujuan ini diharapkan akan berhasil apabila :

- a. Ada sejumlah pembeli yang cukup besar dengan permintaan yang relative tidak elastis.
 - b. Biaya produksi dan distribusi per satuan (unit) tidak terlalu tinggi, bila menghasilkan jumlah produksi dalam skala yang lebih kecil.
 - c. Kecil kemungkinan timbul atau masuknya pesaing baru, karena harga yang tinggi dari produk itu.
 - d. Harga yang tinggi dapat mencerminkan dan menimbulkan kesan bahwa produk tersebut berkualitas atau bermutu tinggi.
4. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu. Perusahaan menetapkan harga untuk

memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya mungkin dapat dicapai apabila terdapat kombinasi harga dan kuantitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkin dalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram atau tidak menentu.

5. Mempromosikan produk. Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya, bukan semata-mata bertujuan mendapatkan keuntungan yang besar. Perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah pada suatu waktu untuk suatu macam produk, dengan maksud agar langganan membeli juga produk- produk lain yang dihasilkan perusahaan.

Dalam hal ini perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah bagi produk yang populer untuk menarik sebanyak mungkin pembeli dengan harapan pembeli selanjutnya akan tertarik untuk membeli produk-produk lain

c. *Promotion* (Promosi)

Menurut Novianti, (2019)^[6]. promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Promosi merupakan upaya untuk

memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Promosi merupakan bahan inti dalam kampanye pemasaran yang terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau pedagang. Dalam pemasaran modern, produsen bukan saja bertanggung jawab untuk menciptakan produk yang menarik.

Akan tetapi, produsen juga harus dapat melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen berharap konsumen tersebut menjadi konsumen tetap. Pada hakikatnya, promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan agar konsumen bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kegiatan Promosi yang dilakukan di suatu perusahaan mempunyai kombinasi dalam menunjang pemasaran suatu produknya, yang lebih dikenal dengan promotional mix atau bauran promosi yang terdiri dari:

1. Periklanan (*Advertensi*)

Advertensi merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi

dari gagasan barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor yang bersifat non personal. Media yang digunakan dalam advertensi ini adalah radio, televisi, majalah, surat kabar, dan billboard

2. Personal selling

merupakan penyajian secara lisan dalam suatu percakapan dengan seseorang atau lebih calon pembeli yang ditujukan untuk menciptakan penjualan. Bentuk-bentuk personal selling yang kita kenal secara garis besar adalah sebagai berikut :

- a) Di toko
- b) Di rumah-rumah (penjual datang kerumah)
- c) Penjual yang ditugaskan oleh pedagang besar untuk mendatangi pedagang eceran
- d) Penjual yang ditugaskan oleh produsen untuk menghubungi pedagang besar atau pedagang eceran
- e) Pimpinan perusahaan berkunjung kepada langganannya
- f) Penjual yang terlatih secara teknis mengunjungi para konsumen industri untuk memberikan nasehat atau bantuan

3. Publisitas (*Publicity*)

Publicity merupakan pemberitahuan untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara komersial dimedia massa atau sponsor secara nonpersonal dengan tujuan untuk mendorong permintaan atas produk, jasa, atau ide perusahaan. Melalui public relation dapat membentuk pandangan baik, mencegah berita-berita tidak baik dari masyarakat. Jadi, publisitas suatu produk, lembaga jasa atau orang yang di publikasikan dalam selebaran atau radio yang tidak dipungut biaya oleh sponsor.

4. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Sales promotion merupakan segala kegiatan pemasaran selain personal selling, advertensi, dan publisitas yang mendorong pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan sebagainya. Tugas *advertensi* adalah memberi ajakan kepada calon konsumen untuk mengenal dan membeli produk, sedangkan *sales promotion* mengajak mereka agar membeli sekarang. Berbagai cara sales promotion yang ditawarkan yaitu: memberi sampel gratis, kupon, premi, bonus, hadiah uang, dll.

d. *Place* (Tempat)

Untuk produk industri jasa *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa / Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung.

Tempat bukan hanya diartikan sebagai lokasi berdirinya usaha, melainkan juga didalamnya saluran distribusi yang digunakan. Saluran distribusi merupakan perangkat organisasi-organisasi yang tergantung yang terlibat dalam proses pembuatan produk/jasa yang tersedia untuk dikonsumsi.

Dalam pemilihan tempat sangatlah penting, karena menyangkut tentang distribusi produk yang kita tawarkan kepada konsumen. Selain itu letak kantor yang strategis akan menambah satu poin untuk menarik konsumen, apalagi bagi perusahaan jasa letak kantor yang strategis adalah satu keharusan.

Hal yang perlu diperhatikan pula dalam pemilihan tempat adalah sarana dan prasarana pendukung. Akan tetapi untuk memberikan tambahan sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh konsumen atau calon

konsumen. Untuk menentukan lokasi kantor KSP ada beberapa pertimbangan antara lain

1. Lokasi kantor pesaing, dalam hal ini diusahakan lebih dapat dijangkau oleh konsumen atau nasabah.
2. Fleksibilitas pengaturan lokasi dan keamanan.
3. Tersedianya fasilitas lain yang sering dikunjungi, misalnya dekat dengan pasar atau berada di tempat umum lainnya.
4. Lokasi nasabah, seperti membuka kantor cabang yang bertujuan untuk mendekatkan konsumen dan mengembangkan jumlah konsumen.

Akan tetapi dari pemilihan lokasi tersebut perlu diperhatikan pula bentuk gedung kantor, karena bentuk gedung memberikan andil yang cukup besar untuk meningkatkan pamor dari pada lembaga. Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk dalam bentuk gedung adalah sebagai berikut:

- 1) Bentuk gedung yang berkesan bonafit.
- 2) Keamanan yang terjamin.
- 3) Adanya lokasi parkir yang memadai.
- 4) Tersedianya tempat ibadah.
- 5) Adanya fasilitas lain seperti telepon umum.

Sedangkan untuk penataan diruang gedung khusus untuk transaksi kepada nasabah perlu diperhatikan, antara lain:

- 1) suasana ruangan terasa nyaman dan luas.
- 2) Adanya dekorasi dan hiasan dalam ruangan.
- 3) Tata letak meja dan kursi sesuai dengan urutan proses, administrasi Fatchan, (2018) ^[7].

2.4 Pengertian dan Jenis Koperasi

Pengertian koperasi adalah sekumpulan orang yang dengan sukarela mengikutkan dirinya untuk bersama-sama mensejahterakan anggotanya dengan melakukan kegiatan secara kekeluargaan dan demokratis. Hal ini sejalan dengan pengertian koperasi menurut UU No 17 Tahun 2012 yang menyatakan bahwa: “Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.” Kholid, (2014)^[8]. operasi dibedakan dalam beberapa jenis menurut kesamaan aktivitas, kepentingan dan kebutuhan ekonomi anggotanya. Jenis koperasi dapat dibedakan menjadi:

- a. Koperasi Konsumsi
- b. Koperasi Produksi
- c. Koperasi Kredit atau Simpan Pinjam
- d. Koperasi Desa atau Serba Usaha

2.5 Konsep Pemasaran

Menurut Kholifah, (2015)^[9]. dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Saat ini terdapat 5 konsep dalam pemasaran dimana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lain. Setiap konsep dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasarannya. Adapun konsep-konsep itu antara lain adalah:

1. Konsep produksi, yaitu konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.
2. Konsep produk, merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.
3. Konsep penjualan, dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.
4. Konsep pemasaran, menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari yang dilakukan pesaing.
5. Konsep pemasaran kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat

2.6 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI (TAHUN)	JUDUL PENELITIAN	ALAT ANALISIS	HASIL PENELITIAN
1	Kusmiyati, A. M. K. D. (2019).	ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BMT BINA MUAMALAH TA'AWUN BEKASI (<i>Bachelor's thesis</i> , Fakultas Ilmu dakhwa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta).	Metode yang digunakan peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif	Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa KSPPS BMT Bina Muamalah Ta'awun Bekasi telah melakukan bauran pemasaran sesuai dengan teori. Bauran pemasaran yang dilakukan mulai dari produk (<i>product</i>), harga (<i>price</i>), promosi (<i>promotions</i>), tempat (<i>place</i>). Serta diketahui dua faktor yang mempengaruhi bauran pemasaran pada KSPPS BMT Bina Muamalah Ta'awun Bekasi yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat
2	Fatchan, M. (2018)	PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA	Adapun metode penulisan tugas akhir ini adalah	menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran dan memberikan

		<p>PRODUK-PRODUK KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) GRADISKA KABUPATEN SEMARANG (DOCTORAL DISSERTATION, IAIN SALATIGA).</p>	<p>menggunakan metode teknik analisa kualitatif</p>	<p>kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen</p>
3	<p>Ningsih, K. N. W. (2020).</p>	<p>STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO SANITASI BERBASIS AKAD MURABAHAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH SYIRKAH FASTABIQUL KHOIROT CABANG</p>	<p>Peneliti menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>Hasil dari peneitian lapangan yaitu: (1) <i>Product</i>: Produk yang dimiliki Syirkah itu berbeda dengan koperasi lainnya (2) <i>Price</i>. Ketika anggota melunasi angsuransi (3) <i>Place</i>.Segmentasi dalam memilih tempat berdekatan dengan pasar. (4) <i>Promotion</i>.Promosi marketing menawarkan kepada (5)</p>

		JATIROTO. MUHASABATUNA: JURNAL AKUNTANSI SYARIAH, 1(1), 37- 56		<i>People</i> . Para marketing ketika berbicara dengan anggota menggunakan bahasa jawa atau madura. (6) <i>Process</i> . Tidak ada survey bagi anggota yang tidak pernah macet. (7) <i>Physical Edvidance</i> . Melayani yaitu jemput bola. Adapun prosedur pembiayaan mikro sanitasi yakni dengan melakukan pengajuan, kemudian disurvei untuk mengetahui informasi anggota tersebut
4	Novianti, Eka. (2019).	PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM	penelitian kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti, bahwa penerapan bauran pemasaran pada produk mudharabah yang diterapkan oleh BTM BiMU Cabang Pringsewu, yaitu: pada aspek <i>product</i> ; BTM belum melakukan diversifikasi

		PEMBIAYAAN SYARIAH BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH BINA MASYARAKAT UTAMA CABANG PRINGSEWU (DOCTORAL DISSERTATION, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).	<p> produk. <i>Price</i>, BTM BiMU cukup kompetitif dengan lembaga yang lainnya, mulai dari penetapan daftar harga, diskon, periode pembayaran dan kredit. <i>Place</i>, BTM tidak memiliki transportasi khusus untuk kepentingan kegiatan lembaga. <i>Promotion</i>, dalam melakukan kegiatan promosi BTM tidak menggunakan publicity dan sales promotion. <i>People</i>, melakukan perekrutan, seleksi dan pemberian motivasi kepada pegawai. <i>Physical evidence</i>, BTM tidak memiliki petunjuk arah yang jelas dan beberapa kantor kas tidak memiliki area parkir yang luas. <i>Process</i>, meliputi proses aliran kegiatan mulai dari tahap pengajuan sampai kepada </p>
--	--	---	---

				tahap pencairan dana pembiayaan mudharabahyang sesuai dengan alur penyaluran dana luar Bandar Lampung.
5	Hanifah, H. (2018).	<i>STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHAPAN DANA MANDIRI (TDM) DI KOPERASI SIMPAN PINJAM GIRI MURIA GROUP KANTOR PUSAT KUDUS (DOCTORAL DISSERTATION, UIN WALISONGO SEMARANG).</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.	Hasil dari penelitian ini adalah strategi produk tahapan dana mandiri (TDM) di KSP GiriMuria Group Kudus menggunakan strategi acuan/bauran pemasaran yakni 4P : <i>Product</i> (produk), <i>price</i> (harga), <i>place</i> (tempat), <i>promotion</i> (promosi). Promosi yang dilakukan KSP Giri Muria Group Kudus pada Produk Tahapan Dana Mandiri (TDM) yaitu dengan menawarkan kepada saudara-saudara terdekat, melalui brosur, melalui spanduk, membuka stand, <i>word of</i>

				<p><i>mouth</i>, kendala yang di hadapi yaitu kurangnya minat menabung masyarakat, kurangnya perhatian masyarakat, adanya pesaing, dan cuaca yang kurang mendukung.</p>
--	--	--	--	---

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat pada lokasi Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Yang beralamat di Jl Raya II No. 9 Dukuhuri Desa Pagongan Kecamatan Pagongan Kabupaten Tegal.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan, terhitung dari tanggal 15 desember 2020 sampai dengan April 2021.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005)^[10]. yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa suatu analisa data yang diperoleh dengan diwujudkan dalam tulisan yang sistematis dan sesuai dengan teoritis yang pada akhirnya dapat disimpulkan.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005)^[10]. yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan

pengukuran. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti menghitung pembiayaan pinjaman yang di terima oleh nasabah.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer menurut Suliyanto (2005:131)^[10]. adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini seperti.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara kepada pihak Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal yang berkompeten serta dikuatkan dengan dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Suliyanto (2005:132)^[10]. adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, seperti buku, majalah, jurnal, skripsi, internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan materi Tugas Akhir ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[11]. yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

2. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2004:137)^[10]. yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[11]. merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

3.6 Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data, disusun, disajikan kemudian dianalisis untuk mengungkapkan arti data tersebut. Kusmiyati, (2019)^[5].

Adapun langkah-langkah yang harus di analisis untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

1. Memahami produk – produk yang ada di koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi yang di pasarkan di masyarakat yaitu produk pinjaman bunga menurun (6 bulan), produk pinjaman sistem angsuran (10,12,18,24 bulan) dan melayani kredit motor baru Honda dan Yamaha
2. Mengumpulkan data yang berupa data Primer dan data Sekunder, data berupa hasil wawancara dianalisis dari berbagai sumber dokumen mengenai bauran pemasaran yang ada di koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi
3. Menganalisis dan Menyajikan Data, data disajikan dalam bentuk uraian naratif mengenai bauran pemasaran yang ada di koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi
4. Menarik kesimpulan kesesuaian bauran pemasaran di koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi dari dokumen-dokumen yang sudah didapat dan hasil wawancara yang telah dilakukan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Bahari Dukuhturi dulu disebut dengan nama Primkoppabri, Primkoppabri adalah kepanjangan dari primer koperasi purnawirawan angkatan bersenjata Republik Indonesia. Primkoppabri USP Dukuhturi Kabupaten Tegal berdiri pada tanggal 24 September 2010 dengan tujuan untuk memberi kemudahan bagi para anggota untuk memajukan kesejahteraan hidup.

Primkoppabri beregrak di bidang simpan pinjam ditujukan kepada masyarakat yang sedang membutuhkan uang, baik untuk modal usaha, modal pertanian maupun untuk keperluan pribadi. Dengan memberikan jaminan yang sudah di tentukan oleh Primkoppabri USP Dukuhturi Kabupaten Tegal.

Nama Primkoppabri diambil dari sebuah koperasi yang dahulu di Kelola para purniawan ABRI, tetapi tidak berhasil menjalankan misi dari koperasi tersebut karena hanya beranggotakan para purniawan ABRI saja. Saat ini Primkoppabri dikelola dengan professional.

Anggotanya dari kalangan masyarakat setempat yang membutuhkan jasa dari Primkoppabri tersebut. Oleh karena itu, jika anggota koperasi itu dari kalangan ABRI saja, kemungkinan tidak akan bisa maju dan berkembang seperti sekarang ini.

4.1.1 Produk-Produk Koperasi Program Pinjaman KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

1. Pinjaman Bunga Menurun (6 Bulan)
2. Pinjaman sistem angsuran (10,12,18,24)
3. Melayani kredit motor baru honda dan Yamaha

4.1.2 Persyaratan pembiayaan pinjaman di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal

1. Membawa Bpkb asli motor atau mobil
2. Membawa kartu identitas asli Ktp suami istri
3. Membawa stnk asli yang masih berlaku
4. Foto copy kartu keluarga
5. Kendaraan harus dibawa untuk melakukan cek fisik
6. Suami istri datang ke kantor untuk tandatangan berkas perjanjian

4.1.3 Data Perkembangan Penjualan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

Tabel 4.1

Perkembangan Penjualan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari

Dukuhturi Kabupaten Tegal

Tahun	Total Realisasi
2018	Rp. 13.508.962.000
2019	Rp. 13.368.354.500
2020	Rp. 10.642.295.000

(Sumber data di olah dari hasil wawancara dengan manager koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal)

4.1.4 Data Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

Tabel 4.2

Perkembangan jumlah Anggota Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

Tahun	Jumlah Anggota
2018	3.036
2019	2.888
2020	2.207

(Sumber data di olah dari hasil wawancara dengan manager koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal)

4.2 Hasil Penelitian

Bauran pemasaran yang di terapkan di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

4.2.1 Product (Produk)

Dari data yang ditemukan pada Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal produk Koperasi , yaitu produk program pinjaman.

a) Produk program pinjaman bunga menurun (6 bulan)

Kredit dengan sistem non angsuran (kewajiban per bulan adalah bunga) yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja,

investasi dan konsumtif. Berlaku suku bunga efektif (bunga harian dihitung dari sisa pokok pinjaman) pembayaran pokok bisa dilakukan setiap saat dan tidak bisa ditarik lagi, pada saat jatuh tempo hutang pokok dan kewajiban bunga harus dilunasi.

Cara menghitung pembiayaan sistem tempo 6 bulan

perhitungan angsuran pembiayaan pinjaman berdasarkan pokok pinjaman setiap bulan, sehingga jumlah bunga yang di bayarkan menurun setiap bulannya. Perhitungan bunga menurun didasarkan pada sisa pokok pinjaman yang di formulasikan sebagai berikut :

$$\text{Pinjaman} = \text{pokok pinjaman} \times \text{bunga } 3,5\%$$

Cara perhitungan bayar angsuran setiap bulannya Pengajuan pinjaman

Rp. 5.000.000 juta sistem tempo yaitu Rp. 5.000.000 x 3.5% = Rp. 175.000 / bulan Jadi setiap bulan nasabah membayar bunganya sebesar Rp. 175.000 per bulan selama 6 bulan dan pokok pinjaman yang Rp. 5.000.000 juta tersebut masih utuh dan pada saat jatuh tempo bulan ke 6 nasabah wajib melunasi pokok pinjaman yang Rp. 5.000.000 tersebut dan jika belum bisa melunasi nasabah bisa memperpanjang kontrak perjanjian.

cara menghitung terima bersih program pengajuan pinjaman tempo

Misalnya pengajuan pinjaman Rp. 5.000.000

dengan sistem pembiayaan angsuran bunga menurun atau tempo.

Pokok pinjaman	=Rp. 5.000.000
Admnistrasi	= Rp. 240.000
Asuransi kendaraan	= Rp. 50.000 dari 1% pinjaman
Pendaftaran	= Rp. 5.000
Bunga terakhir	= Rp. 175.000
Jumlah pengurangan	= <u>Rp. 470.000</u> -
	Rp. 4.530.000

Hasil pinjaman bersih yang di terima nasabah sebesar Rp.4.530.000

Pembiayaan jenis tempo ini biasanya untuk nasabah yang usahanya mendapatkan uang dengan sistem tempo / tenor juga seperti usaha petani, logam dan besi, kontraktor.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwa usaha tersebut pantas diberikan pinjaman dengan pembiayaan sistem tempo karena disesuaikan dengan hasil keuntungan yang mereka dapat tidak langsung cair, dengan sistem tempo juga maka mereka berhak mendapatkan pembiayaan sistem tempo disesuaikan dengan kemampuan mereka.

b. Produk program pinjaman sistem angsuran (10,12,18,24 bulan)

Bunga flat adalah bunga yang jumlah pembayaran pokok dan bunga kredit yang besarnya sama setiap bulan. biasanya diperuntukkan untuk kredit jangka pendek seperti kredit kendaraan bermotor dan kredit tanpa agunan.

Bunga flat ini menggunakan metode perhitungannya yang jelas dimana besaran angsuran pokok dan angsuran bunga tak berubah setiap bulannya. Semuanya dihitung secara proporsional dan disesuaikan dengan tenor (jangka waktu pinjaman yang ditetapkan atas kesepakatan debitur dan kreditur).

di koperasi mempunyai sistem angsuran sebanyak 10,12,18,24 bulan sistem angsurannya.

Cara Perhitungan:

$\text{Pinjaman} = \text{pokok pinjaman} / \text{Bln} \times \text{bunga } 2,5\%$

Contoh Kasus:

Misalnya contoh yang pinjaman Rp. 5.000.000 jangka waktu

10 bulan

$$\text{Rp. } 5.000.000 : 10 \text{ bulan} = \text{Rp. } 500.000$$

$$\text{Rp. } 5.000.000 \times 2,5\% = \text{Rp. } 125.000$$

$$\text{Jadi Rp. } 500.000 + \text{Rp. } 125.000 = \text{Rp. } 625.000$$

Jadi pembiayaan angsuran yang wajib nasabah bayarkan pada koperasi adalah sejumlah Rp. 625.000 per bulan dan setiap tanggal jatuh temponya.

Berikut cara menghitung terima bersih pengajuan pinjaman pembiayaan sistem angsuran atau flat.

Misalnya pengajuan program pinjaman Rp. 5.000.000 dengan sistem pembiayaan angsuran atau flat.

Pokok pinjaman	=	Rp. 5.000.000
Administrasi	=	Rp. 240.000
Asuransi kendaraan	=	Rp. 50.000 dari 1% pinjaman
Pendaftaran	=	Rp. 5.000
Jumlah pengurangan	=	<u>Rp. 295.000 -</u>
		Rp. 4.705.000

Pembiayaan jenis angsuran ini biasanya untuk nasabah yang usahanya mendapatkan uang setiap bulannya atau di gaji oleh perusahaannya, seperti karyawan perusahaan, pabrik, toko yang setiap bulannya mendapatkan gaji.

Usaha tersebut pantas di beri pinjaman dengan pembiayaan sistem angsuran atau flat, karena disesuaikan dengan hasil yang mereka dapat setiap bulannya.

c. Program Pinjaman Pembelian Motor Baru Dan Bekas

Koperasi mempunyai program untuk semua nasabah yang hendak membeli sepeda motor baik merek honda atau Yamaha, jika nasabah mempunyai dana yang kurang untuk membeli kendaraan bermotor koperasi membantu untuk memberikan dana pinjaman kepada nasabah, dana pinjaman yang diberikan koperasi untuk program ini hanya 50% saja dan 50% nya lagi dana nasabah sendiri.

Koperasi sudah bekerja sama dengan dealer motor baik honda atau Yamaha, pembelian motor baru nasabah membayar 50%nya ke dealer

motornya dan 50%nya lagi di bayarkan oleh koperasi untuk dealernya. Jadi nasabah akan membayar atau mengangsur setiap bulannya di koperasi program ini sering disebut dengan covernote atau pembelian sepeda motor baru atau bekas melalui koperasi.

Produk ini bisa membayar dengan sistem pinjaman tempo 6 bulan atau dengan sistem pinjaman angsuran flat. Pembayaran tersebut di sesuaikan dengan kemampuan nasabah dalam memutuskan pinjaman kredit di koperasi.

4.2.2 Price (Harga)

Harga pinjaman yang di tawarkan oleh Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhuri Kabupaten Tegal di sejajarkan dengan level antar Koperasi adapun table harga pinjaman sebagai berikut :

Tabel 4.3

Hasil pembayaran program pinjaman
Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhuri Kabupaten Tegal

PLAFON PINJAMAN	TEMPO	ANGSURAN			
	BUNGA MENURUN				
	6 Bulan	10 Bulan	12 Bulan	18 Bulan	24 Bulan
Rp. 1.000.000	Rp. 35.000	Rp. 125.000	Rp. 109.000	Rp. 81.000	Rp. 67.000
Rp. 1.500.000	Rp. 53.000	Rp. 188.000	Rp. 163.000	Rp. 121.000	Rp. 100.000
Rp. 2.000.000	Rp. 70.000	Rp. 250.000	Rp. 217.000	Rp. 162.000	Rp. 134.000

Rp. 2.500.000	Rp. 88.000	Rp. 313.000	Rp. 271.000	Rp. 202.000	Rp. 167.000
Rp. 3.000.000	Rp. 105.000	Rp. 375.000	Rp. 325.000	Rp. 242.000	Rp. 200.000
Rp. 3.500.000	Rp. 123.000	Rp. 438.000	Rp. 380.000	Rp. 282.000	Rp. 233.000
Rp. 4.000.000	Rp. 140.000	Rp. 500.000	Rp. 434.000	Rp. 323.000	Rp. 267.000
Rp. 4.500.000	Rp. 158.000	Rp. 563.000	Rp. 488.000	Rp. 363.000	Rp. 300.000
Rp. 5.000.000	Rp. 175.000	Rp. 625.000	Rp. 542.000	Rp. 403.000	Rp. 334.000
Rp. 5.500.000	Rp. 193.000	Rp. 688.000	Rp. 596.000	Rp. 444.000	Rp. 367.000
Rp. 6.000.000	Rp. 210.000	Rp. 750.000	Rp. 650.000	Rp. 484.000	Rp. 400.000
Rp. 6.500.000	Rp. 228.000	Rp. 813.000	Rp. 705.000	Rp. 524.000	Rp. 434.000
Rp. 7.000.000	Rp. 245.000	Rp. 875.000	Rp. 759.000	Rp. 564.000	Rp. 467.000
Rp. 7.500.000	Rp. 263.000	Rp. 938.000	Rp. 813.000	Rp. 605.000	Rp. 500.000
Rp. 8.000.000	Rp. 280.000	Rp. 1.000.000	Rp. 867.000	Rp. 645.000	Rp. 534.000
Rp. 8.500.000	Rp. 298.000	Rp. 1.063.000	Rp. 921.000	Rp. 685.000	Rp. 567.000
Rp. 9.000.000	Rp. 315.000	Rp. 1.125.000	Rp. 975.000	Rp. 725.000	Rp. 600.000
Rp. 9.500.000	Rp. 333.000	Rp. 1.188.000	Rp. 1.030.000	Rp. 766.000	Rp. 634.000
Rp. 10.000.000	Rp. 350.000	Rp. 1.250.000	Rp. 1.084.000	Rp. 806.000	Rp. 667.000
Rp. 15.000.000	Rp. 525.000	Rp. 1.875.000	Rp. 1.625.000	Rp. 1.209.000	Rp. 1.000.000
Rp. 20.000.000	Rp. 700.000	Rp. 2.500.000	Rp. 2.117.000	Rp. 1.612.000	Rp. 1.334.000
Rp. 25.000.000	Rp. 875.000	Rp. 3.125.000	Rp. 2.709.000	Rp. 2.014.000	Rp. 1.667.000
Rp. 30.000.000	Rp. 1.050.000	Rp. 3.750.000	Rp. 3.250.000	Rp. 2.418.000	Rp. 2.000.000
Rp. 35.000.000	Rp. 1.225.000	Rp. 4.375.000	Rp. 3.792.000	Rp. 2.820.000	Rp. 2.334.000
Rp. 40.000.000	Rp. 1.400.000	Rp. 5.000.000	Rp. 4.334.000	Rp. 3.223.000	Rp. 2.667.000
Rp. 45.000.000	Rp. 1.575.000	Rp. 5.625.000	Rp. 4.875.000	Rp. 3.625.000	Rp. 3.000.000

Rp. 50.000.000	Rp. 1.750.000	Rp. 6.250.000	Rp. 5.417.000	Rp. 4.028.000	Rp. 3.334.000
----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

(Sumber data di olah dari hasil wawancara dengan manager
Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal)

Dari data table diatas menunjukkan bahwa koperasi hanya mengambil keuntungan pinjaman dengan sistem tempo sebesar 3.5% dan pinjaman sistem angsuran atau flat sebesar 2.5% bunga tersebut termasuk ke dalam bunga yang ringan di bandingkan dengan sesama usaha koperasi yang lain atau usaha di bidang yang sama pemberian pinjaman

4.2.3 Promotions (promosi)

Promosi yang di lakukan oleh Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal antara lain :

a. Periklanan (*advertising*)

1. Melalui brosur

Dari data yang ditemukan terdapat 1 jenis brosur yang digunakan sebagai alat promosi pada Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal yaitu brosur program pinjaman.

Gambar 4.1

Brosur Koperasi KSP Berkat Buana Bahari
Dukuhturi Kabupaten Tegal

(Sumber data diolah dari penulis)

**KSP BERKAT BUAÑA BAHARI
DUKUHTURI
KABUPATEN TEGAL**
Jl. Raya II No. 9, Dukuhturi - Kab. Tegal (±100m Sebelah Selatan Polsek Dukuhturi) Telp. (0283) 4332597

**PINJAM UANG PROSES MUDAH & CEPAT
PROGRAM PINJAMAN**

- 1. Pinjaman Bunga Menurun (6 Bulan)**
Cukup bayar bunganya saja tiap bulan dan mengembalikan pokoknya pada saat jatuh tempo
- 2. Pinjaman Sistem Angsuran (10,12,18,24 Bulan)**
Fasilitas pinjaman dengan pengembalian secara
Mengangsur tiap bulannya pokok dan bunga sehingga akan terasa ringan dan mudah

**MELAYANI KREDIT MOTOR BARU
HONDA & YAMAHA**
Jaminan BPKB Asli MOTOR / MOBIL

**LANGSUNG CAIR
Tanpa Survei**

PERSYARATAN PINJAMAN :

- BPKB ASLI Motor/Mobil
- Foto Copy KTP Suami - Istri
- Foto Copy STNK yang masih berlaku
- Foto Copy Kartu Keluarga

HUBUNGI :
**TOPIK
0857 8651 3202**

**LUNAS...
BPKB Langsung Bisa Diambil**

DENAH LOKASI

Ke Tegay
Ke Sidah - Jl. II Dukuhturi
Ke Selatan

LAPANGAN
TEGAL SELATAN
KSP BERKAT
BUAÑA BAHARI
DUKUHTURI
LOKASI

POLSEK
DUKUHTURI
ALFAMART

Gambar diatas adalah salah satu alat pemasaran yang digunakan koperasi dalam pemasaran , gambar tersebut berisi keterangan mengenai profil koperasi , alamat dan denah koperasi , syarat pinjaman , keunggulan perusahaan, dan PIC yang bisa di hubungi. Brosur tersebut biasanya di sebarkan ke tempat yang banyak di kunjungi masyarakat misalkan pasar , toko, di rumah penduduk.

b. Publisitas (*publicity*)

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal melakukan promosi melalui alat promosi publisitas dengan melakukan kegiatan rutin seperti, family gathering, buka bersama karyawan, berbagi takjil untuk masyarakat di bulan puasa setiap hari jum'at

Dalam melakukan promosi melalui publisitas Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal mengadakan family gathering yang di laksanakan setiap tahunnya bersama semua karyawan koperasi untuk mempererat tali silaturahmi antara anggota koperasi, koperasi melakukan buka puasa bersama dengan karyawan koperasi, buka puasa tersebut merupakan rutinitas setiap tahun untuk karyawan koperasi di bulan puasa untuk menciptakan rasa tali persodaraan antara karyawan koperasi, membagi takjil untuk masyarakat di bulan puasa, kegiatan semacam ini akan menimbulkan hubungan yang baik antara pihak koperasi dengan masyarakat sekitar.

Gambar 4.2

Family Gathering Koperasi KSP Berkat Buana Bahari
Dukuhturi Kabupaten Tegal 2018
(Sumber data di olah oleh penulis)



Gambar 4.3

Family Gathering Koperasi KSP Berkat Buana Bahari
Dukuhturi Kabupaten Tegal 2019
(Sumber data di olah oleh penulis)



Gambar diatas adalah family gathering yang diadakan koperasi untuk karyawannya, untuk mempereratkan tali persodaraan dan untuk mengenalkan koperasi ke masyarakat luas,

Gambar 4.4

Buka Puasa Bersama Koperasi KSP Berkat Buana Bahari
Dukuhturi Kabupaten Tegal (2018)
(Sumber data di olah oleh penulis)



Gambar 4.5

Buka Puasa Bersama Koperasi KSP Berkat Buana Bahari
Dukuhturi Kabupaten Tegal (2019)
(Sumber data di olah oleh penulis)



Gambar diatas adalah buka puasa bersama yang diadakan koperasi, dengan acara buka puasa ini termasuk memperkenalkan koperasi ke masyarakat , agar masyarakat lebih mengenal koperasi ini.

c. Promosi Penjualan (*sales promotions*)

Untuk menarik anggota dan calon anggota Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal melakukan promosi penjualan dengan berupa pemberian souvenir setiap akhir tahun. Pemberian souvenir biasanya di berikan kepada nasabah yang ada di kantor koperasi baik sedang membayar angsuran atau sedang melakukan pengajuan pinjaman.

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi juga memberikan uang imbalan atau tips bagi setiap nasabah atau masyarakat. Jika membawa orang atau nasabah kekantor koperasi untuk melakukan pinjaman nasabah tersebut berhak mendapatkan uang imbalan / tips atas menyalurkan nasabah baru / nasabah lama untuk melakukan pinjaman lagi di koperasi.

Gambar 4.6

Pemberian uang tips / uang imbalan untuk nasabah
Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten
Tegal

(Sumber data di olah oleh penulis)



Gambar diatas adalah salah satu contoh pemberian hadiah bagi nasabah yang berhasil membawa nasabah lama atau baru untuk meminjam di koperasi.

Setiap koperasi melakukan promosi yang berbeda-beda sesuai strategi yang diterapkan oleh koperasi. Dalam hal ini koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal belum melakukan promosi melalui media cetak seperti (majalah atau browser) dan juga media social (facebook, instgram).

Promosi yang paling efektif antara lain dengan melalui brosur dan penjualan pribadi (*personal selling*). Pendekatan dengan nasabah atau mem flow up nasabah yang angsurannya tinggal sedikit kita coba tawarkan lagi pinjaman kepada nasabah tersebut akan melakukan pinjaman lagi di koperasi atau dengan cara dari mulut ke mulut.

Dalam hal tersebut koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal perlu melakukan peningkatan penjualan dengan strategi promosi melalui media cetak dan media social di harapkan dapat membantu semakin banyaknya masyarakat

yang mengetahui keberadaan koperasi. dan di lihat dari perkembangan teknologi saat ini semakin canggih.

4.2.4 Place (Tempat)

Tempat sangatlah penting untuk bauran pemasaran dimana produk penjualan memerlukan tempat yang sangat strategi untuk memudahkan nasabah dalam memberikan informasi mengenai produk ataupun dalam hal bertransaksi.

Dalam hal ini merupakan tujuan salah satu kekuatan yang mendukung koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal dalam memasarkan produk pinjamannya. Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal berada di lokasi yang padat akan penduduk, berada di pinggir jalan dan dekat dengan kantor-kantor yang lain misalnya dekat dengan kantor pos, kantor notaris , dan yang lain, memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi. terlebih segmen utama dari Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal adalah dekat dengan kantor pos sebrang jalan.

Gambar 4.7

Gedung Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal
(Sumber data di olah oleh penulis)



Gambar diatas adalah tempat koperasi, sebagai alat pemasaran dalam memasarkan produknya, agar memudahkan masyarakat atau nasabah koperasi untuk melakukan transaksi dan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi untuk nasabah baru atau lama.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil data dan temuan peneliti di atas, berikut hasil analisis bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal beserta Faktor-Faktor pendukung dan penghambat apa saja yang mempengaruhi bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

4.3.1 *Product* (produk)

Koperasi KSP Berkat Buana bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal menawarkan berbagai program pinjaman yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan nasabah, program pinjaman di bagi menjadi 3 yaitu program pinjaman bunga menurun (6 Bulan) atau program pinjaman angsuran (10,12,18,24 bulan), program pembelian kredit motor baru honda dan Yamaha.

a. Program pinjaman bunga menurun (6 Bulan)

Produk tempo banyak di minati oleh nasabah yang mempunyai penghasilan dalam jangka waktu atau tempo misalnya petani, produksi logam, kontraktor, produksi kok.

Kelebihan dari program pinjaman bunga menurun yaitu

1. Setiap bulan yang wajib di bayarkan nasabah hanya pokok bunganya saja pokok hutangnya masih utuh
2. Nasabah bisa melakukan pelunasan cepat dengan membayarkan pokok hutangnya saja pokok bunga yang belum di lewati tidak dihitung
3. Nasabah saat membayar angsuran bisa melakukan titip pokok hutang agar bulan depannya angsuran bunganya menurun

Kekurangan dari program pinjaman bunga menurun yaitu

1. Saat jatuh tempo nasabah wajib melunasi pokok hutang
2. Bunga pinjaman tempo lebih besar dari pada bunga angsuran
3. Bunga tempo wajib dibayarkan setiap bulan pokok hutangnya masih utuh

b. Kelebihan program pinjaman angsuran

1. Setiap bulan nasabah wajib membayar bunga sesuai dengan pokok pinjaman dan jangka waktu pembayaran

2. Jika nasabah melakukan pelunasan cepat, nasabah akan mendapatkan potongan
3. Bunga pinjaman angsuran lebih kecil 2.5% dari bunga pinjaman bunga menurun

Kekurangan program pinjaman angsuran

1. Nasabah akan mengangsur setiap bulan dalam waktu yang lama sesuai tenor yang di ambil
 2. Jika nasabah melakukan pelunasan cepat nasabah rugi karena akan di hitung semua sisa bulannya
 3. Tidak mendapatkan potongan angsuran jika melakukan pelunasan cepat.
- c. Program pembelian motor baru honda dan Yamaha

Kelebihan dari program ini

1. Membantu nasabah yang ingin membeli motor baru atau second dananya kurang, koperasi akan membantu nasabah tersebut 50% dari harga motor yang nasabah beli.
2. Mengringankan nasabah karena pembelian motor baru atau second di koperasi Bunga nya sangat ringan
3. Nasabah yang membeli motor baru atau second akan di ringankan biaya administrasinya hanya Rp. 90.000

Kekurangan pembelian motor baru honda atau Yamaha

1. Program ini belum banyak di minati oleh nasabah koperasi
2. Jika pelunasan cepat BPKB motor tidak bisa langsung keluar harus koordinasi dulu dengan pihak delearnya
3. Dpnya terlalu besar setengah dari harga motor yang di pilih oleh nasabah.

4.3.2 Price (Harga)

Dalam strategi harga Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal. Harga yang di tetapkan di koperasi sesuai dengan pokok pinjaman dan tenor yang di ambil nasabah, harga yang di tetapkan koperasi berdasarkan perhitungan, jika nasabah mengambil pinjaman bunga menurun (6 Bulan) akan di kalikan dengan 3.5% bunga kali pokok hutang , jika nasabah mengambil sistem angsuran akan dikalikan 2.5% dari pokok hutang, perbedaan harga pinjaman sistem bunga menurun (6 Bulan) lebih besar dari harga pinjaman sistem angsuran lebih kecil.

4.3.3 Promotions (promosi)

Promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah, agar produk pinjaman nya laku di jual ke masyarakat atau nasabah maka promosi yang di lakukan koperasi harus baik lagi dengan menawarkan ke nasabah yang datang ke kantor misalnya dalam menjelaskan produk yang ada di koperasi produk program pinjaman dan

menerima pembelian motor baru atau bekas. dan berusaha menarik calon anggota nasabah baru.

a. Periklanan (*Advertising*)

1. Brosur

Brosur Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal menyediakan brosur di depan meja pengajuan pinjaman di desain semenarik mungkin di lengkapi dengan profil koperasi, pesyaratan pinjaman, dan menjelaskan produk pinjaman yang ada di koperasi serta table pembayarannya.

2. Banner

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal menggunakan banner sebagai alat salah satu promosi. Banner tersebut di pasang di depan kantor koperasi dan di pasang di pagar koperasi. Dengan adanya banner ini memudahkan masyarakat untuk mengetahui keberadaan koperasi.

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Selain brosur Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal alat paling efektif sebagai alat promosi yang lain adalah penjualan pribadi (*personal selling*) dengan mendekati kepada calon anggota / anggota menimbulkan hubungan yang akrab dan dinilai lebih efektif. menjemput bola atau melakukan foll up untuk nasabah yang sudah lunas atau

angsurannya tinggal sedikit dengan menghubungi atau mendatangi langsung kerumah nasabah alat semacam ini dilakukan oleh staff marketing untuk memperoleh nasabah atau mempertahankan nasabah lama, hal ini merupakan salah satu tujuan marketing untuk memperoleh target penjualannya, dan dalam proses transaksi pengajuan bisa dilakukan pencairan dirumah memudahkan anggota koperasi dalam melakukan transaksi tanpa harus pergi ke kantor koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

c. Publisitas (*Publicity*)

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal melakukan promosi melalui publisitas seperti family gathering yang dilaksanakan setiap tahun oleh koperasi untuk mempererat tali silaturahmi antara anggota koperasi dan buka bersama karyawan menimbulkan hubungan baik antara semua karyawan koperasi dan berbagi takjil di bulan puasa dengan adanya kegiatan semacam ini bertujuan untuk mendekatkan hubungan baik antara koperasi dan masyarakat sekitar.

d. Promosi Penjualan (*sales promotions*)

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal dalam menarik anggota nasabah memberikan souvenir biasanya di berikan setiap akhir tahun bagi nasabah yang sedang transaksi di kantor. selain itu koperasi memberikan uang tips /

imbalan bagi nasabah atau masyarakat yang membawa calon anggota baru untuk melakukan transaksi pinjaman di koperasi.

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal dalam melakukan promosi, koperasi belum melakukan promosi melalui media cetak seperti (koran, majalah dan browser) dan media sosial seperti (facebook dan instragram). promosi yang masih dianggap lebih efektif oleh koperasi antara lain brosur dan penjualan pribadi (*personal selling*). oleh karena itu Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal perlu melakukan promosi melalui media cetak dan media social mengingat kemajuan teknologi saat ini yang semakin canggih untuk meningkatkan strategi promosinya, dan diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan penjualan dan keberadaan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari agar diketahui oleh banyak masyarakat lain.

4.3.4 Place (Tempat)

Didalam Bauran pemasaran tempat sangatlah penting dimana tempat yang strategis memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi mengenai produk yang ada di koperasi, hal ini merupakan salah satu kekuatan koperasi dalam memasarkan produknya.

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal berada di lokasi padat penduduk, berada di pinggir jalan raya dan dekat

dengan kantor lain seperti koperasi dan notaris, dekat dengan tempat belanja seperti alfamart dan indomaret memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi.

Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal sudah sesuai dengan teori bauran pemasaran 4P, (*Produk, Price, Promotions, Place*).

Penerapan bauran pemasaran yang dilakukan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal ini juga mengalami penurunan jumlah anggota dan laba dilihat dari data 3 tahun sebelumnya, jumlah total realisasi penjualan pinjaman tahun 2018 total realisasi Rp. 13.508.962.000 tahun 2019 total realisasi Rp. 13.368.354.500, tahun 2020 total realisasi Rp. 10.642.295.000 (*Tabel 4.1 Perkembangan Penjualan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal*) penurunan realisasi penjualan dan anggota koperasi di sebabkan oleh pandemi di tahun 2019 dan 2020. jumlah anggota koperasi tahun 2018 sebesar 3.036, 2019 sebesar 2.888, 2020 sebesar 2.207 (*Tabel 4.2 Perkembangan jumlah anggota Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Kabupaten Tegal*).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang “Bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam Ksp Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal” dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian sudah sesuai dengan 4p dilihat dari segi produknya produk program pinjaman yang dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan nama yang didesain semenarik mungkin, dari tiap produk pinjaman memiliki manfaat yang berbeda-beda. Kemudian dilihat dari segi harga, diketahui harga dari setiap produk pinjaman yang ditawarkan koperasi berdasarkan besarnya pinjaman tersebut. Kemudian dilihat dari segi promosi sudah melalui media brosur, penjualan pribadi (*personal selling*), publisitas seperti mengadakan kegiatan *family gathering*, buka bersama dengan karyawan, berbagi takjil untuk masyarakat yang diadakan setiap tahunnya, dan promosi penjualan berupa pemberian *souvenir* dan uang tips / imbalan bagi semua orang yang membawa nasabah untuk melakukan pinjaman di koperasi. Kemudian dilihat dari segi tempat sudah tepat dalam memilih strategi tempat, berada di lokasi yang padat penduduk, berada di pinggir jalan dan dekat dengan kantor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas yang telah di simpulkan oleh penulis terkait Bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam Ksp Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal maka penulis akan coba memberikan saran yang dapat membangun bagi peneliti selanjutnya yaitu :

1. Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal diharapkan dapat meningkatkan kegiatan promosinya, agar masyarakat banyak yang mengetahui keberadaan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal dengan cara meningkatkan lagi melalui media sosial dan mendatangi tempat yang banyak di kunjungi oleh orang seperti pasar, pedagang pinggir jalan, toko-toko pinggir jalan dan rumah penduduk untuk membagikan brosur.
2. Bagi nasabah yang ingin mengajukan pinjamannya diharapkan agar melihat harga pasaran unit motor atau mobil nya. karena harga pasaran tersebut berpengaruh untuk melakukan pinjaman di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah kajian materi seperti Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Ksp Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal masih jauh dari kesempurnaan , diharapkan dapat dijadikan sebagai kajian untuk peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Azizah, V. Al, & Achsa, A. (2021). *Analisis bauran komunikasi pemasaran di KSPPS Karisma Kantor Cabang Grabag dalam meningkatkan jumlah anggota*. 16, 1–12.
- [2]. Astriyani. (2016). (*Marketing mix*) *Produk gula semut berbasis agribisnis Perspektif ekonomi islam*.
- [3]. Ningsih, K. N. W. (2020). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro Sanitasi Berbasis Akad Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Syirkah Fastabiqul Khoirot Cabang Jatiroto*. 1, 37–56.
- [4]. Sangadah, K. (2020). efektivitas bauran pemasaran dalam meningkatkan target omzet pendapatan anggota pada koperasi syariah bmt mekar dakwah serpong tangerang selatan. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1),1–9.
- [5]. Kusmiyati, A. M. K. D. (2019). *Analisis bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (kspps) bmt bina muamalah ta'awun bekasi*.
- [6]. Novianti, E. (2019). *Penerapan bauran pemasaran pada produk pembiayaan*.
- [7]. Fatchan, M. (2018). *Penerapan Bauran Pemasaran pada Produk-Produk Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Gradiska Kabupaten Semarang (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA)*.
- [8]. Kholid, I. (2014). penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam berdasarkan peraturan menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah republik indonesia nomor 14/per/m.kukm/xii/2009 (Studi pada Koperasi Simpan Pinjam Adi Wiyata Mandiri Kab. Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84911.
- [9]. Kholifah, N. (2015). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Amal Mulia Suruh Kabupaten Semarang*.http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/506/1/NurKholifah_21310009.pdf
- [10]. Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta

- [11]. Sugiyono (2012). Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D. Cetakan kedua puluh, Alfabert. Bandung.

Hasil Wawancara

Analisis bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam KSP Berkat

Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

Daftar pertanyaan ini bertujuan untuk mengumpulkan data tentang analisis bauran pemasaran pada koperasi simpan pinjam KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal.

Hasil penelitian ini akan dianalisis dalam penyusunan tugas akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar Amd Akt di DIII Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Nama : Meta Putri Shain

Jabatan : Manajer Koperasi

Tanggal wawancara : 21 Juni 2021

Tempat : Koperasi ksp berkat buana bahari dukuhturi kabupaten Tegal

1. Apa produk yang di tawarkan oleh Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : ada satu produk yang di tawarkan di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari yaitu produk progam pinjaman ,Produk program pinjaman ada dua macam yaitu produk pinjaman bunga menurun (6 bulan) dan produk pinjaman sistem angsuran (10,12,18,24 bulan).

2. .Apa produk unggulan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal yang banyak di minati nasabah ?

Jawab : produk unggulan yang di minati nasabah yaitu sistem tempo, Dengan sistem tempo nasabah bisa melunasi nya secara cepat dan tinggal bayar pokok pinjamannya saja, sitem tempo ini hanya membayar bunganya saja setiap bulan.

3. Berapa persen keuntungan bunga yang ada di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi?

Jawab : keuntungan bunga yang di dapat kan koperasi jika sistem angsuran bunganya 2.5% dari pokok pinjamannya nasabah, jika sistem tempo bunganya 3.5% dari pokok pinjmananya nasabah.

4. Apakah setiap pengajuan progam pinjaman dari calon nasabah selalu disetujui?

Jawab : Untuk proses program pinjaman tidak selalu disetujui, ada kriteria dan persyaratan yang harus dilengkapi . Jika memang persyaratannya lengkap, usahanya juga jelas, dan ada jaminan itu bisa disetujui, tapi jika anggota tersebut tidak meyakinkan baik dari segi usahanya tidak jelas dan persyaratan juga tidak lengkap itu biasanya ditolak

5. Bagaimana strategi tempat yang dilakukan Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : Kantor terletak di jalan raya dekat dengan kantor pos dan dekat dengan kantor2 pesaing lainnya mudah di jangkau oleh nasabah dan sangat

strategis letaknya ada di jalan 2 pantura dekat dengan tempat belanja seperti alfamart dan indomaret..

6. Bagaimana Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal menjalankan sistem jemput bola?

Koperasi KSP Berkat Buana Bahari dukuhturi identik dengan jemput bola, dengan jemput bola bagi anggota ada keuntungan yaitu disamping bisa melakukan pinjaman, pengambilan bisa juga dilakukan ditempat usaha.

7. Pasar sasaran mana yang diincar oleh Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : pasar yang sering diincar oleh koperasi yaitu pasar belek yang berada di ujunggrusi adiwerna Untuk pasar sasaran segmen utamanya pasar tradisional, dekat dengan asrama tni ,

8. Bagaimana syarat pengajuan pinjaman di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : persyaratan program pinjaman yaitu Bpkb asli motor/mobil, foto copy ktp suami-istri, foto copy stnk yang masih berlaku, foto copy kartu keluarga

9. Berapa target realisasi di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : target realisasi setiap bulannya 1.2 milyar yang harus di capai oleh koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal

10. Bagaimana cara Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal bersaing dengan kantor yang lain?

Jawab : koperasi bersaing dengan cara melakukan pendekatan dengan nasabah misalnya menawarkan pinjaman lagi kepada konsumen yang angsurannya tinggal sedikit , menyebar brosur pada saat care Friday, melakukan promosi dengan menggunakan media social seperti facebook atau whatsapp.

11. Adakah kelebihan dari masing-masing produk program pinjaman yang ditawarkan Koperasi?

Jawab : jika di bandingkan dengan tempat lain, kelebihan produk program pinjaman bunga menurun sangat di minati oleh nasabah yang mendapatkan hasil pembayarannya juga tempo/ tenor seperti kontraktor, petani, produksi logam, dan produksi kok, sedangkan sistem angsuran banyak di minati oleh nasabah yang memperoleh hasil setiap bulannya seperti karyawan, pedagang, buruh.

12. Bagaimana proses pinjaman di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab ; Proses pinjaman sangat mudah dan langsung cair hari ini juga tanpa di survei dengan membawa persyaratan yang lengkap.

13. Bagaimana cara pengambilan motor baru di Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : cara pengambilan motor baru di koperasi yaitu dengan mempunyai uang muka 50 % dari nasabah dan 50% nya lagi dari koperasi, jadi nasabah setiap bulannya membayar angsurannya di koperasi.

14. Apakah Administrasi pengambilan motor baru di ringankan oleh Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal?

Jawab : setiap pengambilan motor baru oleh nasabah administrasi yang dibayarkan nasabah hanya Rp. 90.000 rb berbeda dengan proses pengajuan.

15. Apakah jumlah nasabah Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhturi Kabupaten Tegal mengalami peningkatan setiap tahunnya?

Sebelum adanya covid nasabah koperasi meningkat setelah adanya covid terjadi penurunan baik jumlah nasabah atau penjualanya.



Wawancara dengan Ibu Meta Putri Shain (Manager)
Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhhuri Kabupaten Tegal



Wawancara dengan Ibu Meta Putri Shain (Manager)
Koperasi KSP Berkat Buana Bahari Dukuhhuri Kabupaten Tegal