

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH ANGGOTA PADA KSP MAKMUR MANDIRI CABANG SIBORONG-BORONG

Fransisca Ayu Puspitasari ¹⁾, Leonard R. Sinaga ²⁾, Joan Berlin Damanik ³⁾

¹Fakultas Ekonomi Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
Email : sisca2007@gmail.com

²Fakultas Ekonomi Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
Email : leonardrobertosinaga@gmail.com

³Fakultas Ekonomi Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
Email : consuljoan3@gmail.com

Abstract - *This study aims to determine the analysis of marketing strategy in increasing the number of members at KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch. This study uses data sources with interviews from 5 informants. The data collection tool used is interviews from main and supporting informants.*

KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch to increase the number of members carried out a market segmentation strategy. The segmentation carried out is more focused in allocating funds. Then segmentation is the basis for determining the components of the strategy. This segmentation is carried out as a key factor to beat competitors by grouping the market into market segments, then selecting and setting certain market segments as targets by segmenting as strategy mapping (mapping the market into several segments) and static attribute segmentations (looking at the market based on geographic and demographics). In increasing the number of members, KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch needs to implement a marketing strategy that can affect the increase in the number of members. KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch ensures that the selected market segment is large enough and will be quite profitable for the company or can choose a segment that is currently small, but attractive and profitable in the future. Carry out a targeting strategy to measure competitive advantage, and must have sufficient strength and expertise to dominate the selected market segment by optimizing all existing efforts effectively and efficiently so that the targeting will be in accordance with market conditions.

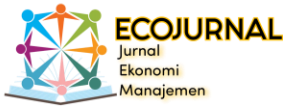
In dealing with the increase in the number of members, the strategy of KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch is to promote by going directly to the community through direct socialization about the products that exist in KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch, and by way of publication through mass media, spreading some brochures to provide information about the products available at KSP Makmur Mandiri Siborong-Borong Branch.

Keywords: *Strategy, Marketing, Increasing the Number of Members*

1. PENDAHULUAN

Koperasi merupakan suatu lembaga sebagai gerakan ekonomi rakyat yang membantu masyarakat untuk menjadikan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat agar kesejahteraannya menjadi meningkat. Koperasi di Indonesia diatur di dalam Undang-undang Koperasi No. 25 Tahun 1992, dimana koperasi memiliki fungsi untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional berdasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi menjadi soko guru perekonomian Indonesia yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Peran Koperasi dalam pembangunan, sebagai salah satu dari usaha nasional yang mempunyai kesempatan untuk mengembangkan usahanya dan mampu bersaing sehat dengan usaha milik swasta. Bentuk koperasi yang sangat bermanfaat untuk masyarakat adalah KSP (Koperasi Simpan Pinjam). Koperasi Simpan Pinjam adalah salah satu bentuk koperasi yang keberadaannya dirasa cukup perlu dan membantu dalam mengatasi persoalan keuangan baik anggota maupun non anggota. Sistem dari koperasi simpan pinjam itu sendiri adalah dengan cara menyalurkan bentuk pinjaman kepada masyarakat baik anggota ataupun dapat juga melayani masyarakat yang



bukan anggota koperasi tersebut yang membutuhkannya. Salah satu bentuk koperasi yang sangat bermanfaat untuk masyarakat adalah Koperasi Simpan Pinjam (KSP). Koperasi Simpan Pinjam adalah salah satu bentuk koperasi yang keberadaannya dirasa cukup perlu dan membantu dalam mengatasi persoalan keuangan baik anggota maupun anggota. Sistem dari koperasi simpan pinjam itu sendiri adalah dengan cara menyalurkan bentuk pinjaman kepada masyarakat baik anggota ataupun dapat juga melayani masyarakat yang bukan anggota koperasi tersebut yang membutuhkannya. Salah satu Koperasi Simpan Pinjam (KSP) yang ada yakni KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong yang terletak di Jl. Sisingamangaraja No.250 C Kecamatan Soborong Borong, Kabupaten Tapanuli Utara. Perkembangan KSP dalam kegiatannya mengalami beberapa hambatan. Salah satu yang utama adalah rendahnya partisipasi anggota. Penggunaan strategi yang tepat maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah anggota yang dapat meningkatkan perkembangan koperasi simpan pinjam Koperasi Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong.

Kotler dan Keller (2014 : 5) menyatakan bahwa pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen baru dengan menciptakan, menghantarkan, serta mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul. Sedangkan menurut M. Mursid (2014 : 26) menyatakan bahwa Pengertian pemasaran yaitu suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen

Melihat begitu pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan taraf hidup para anggotanya dalam lingkup lokal maupun nasional, maka dalam laporan penelitian ini, penulis tertarik untuk mengambil judul: "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Anggota Pada KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong."

2. TINJAUAN PUSTAKA

Koperasi

Pengertian koperasi adalah sebuah badan usaha yang dibentuk atas asas kekeluargaan. Tujuan dibentuknya koperasi adalah untuk menyejahterakan para anggotanya. Menurut UU No 25 tahun 1992, koperasi

adalah sebuah badan usaha yang beranggotakan sekumpulan orang yang kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berasas kekeluargaan.

Merujuk UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, dijelaskan bahwa koperasi dapat menghimpun dana dan menyalurkannya melalui kegiatan usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota dan calon anggota koperasi yang bersangkutan, koperasi lain dan atau anggotanya.

Pasal 3 menyebutkan, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Pemasaran

Sebuah produk yang di hasilkan melalui proses produksi tentunya bertujuan untuk komersial atau untuk di jual kepada konsumen agar dapat memperoleh laba atau keuntungan. Kegiatan menjual produk yang telah di hasilkan dari proses produksi tersebut dinamakan penjualan produk. Karena di sini, pengusaha akan terus melakukan kegiatan produksi selama kegiatan tersebut menghasilkan laba atau menguntungkan.

Pada dasarnya, orientasi utama seorang produsen dalam kegiatan produksi adalah memproduksi produk sebaik - baiknya dan memperoleh laba sebanyak - banyaknya. dalam aktifitas ini, Konsumen mempunyai kecenderungan normal untuk tidak membeli produk yang tidak penting.

Definisi marketing atau pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Menurut Chaffey (2009:416), "Pemasaran adalah proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara menguntungkan"

Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Tak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan



membuat kemasan atau desain yang menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik.

Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan bisa didapatkan.

3. METODE PENELITIAN

Tempat penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan, untuk memperoleh data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan atau fokus penelitian. Tempat penelitian ini dilakukan di KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong yang terletak di Jl. Sisingamangaraja No.250 C Kecamatan Siborong Borong, Kabupaten Tapanuli Utara dengan waktu penelitian selama 3 bulan mulai dari bulan Mei-Juli 2022.

Teknik Purposive Sampling

Subjek penelitian ini akan ditentukan berdasarkan teknik purposive sampling, yakni suatu teknik sampling atau teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu dari pihak peneliti sendiri. Sebagaimana diketahui dalam penelitian kualitatif, peneliti akan memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi dalam objek penelitian penulis.

Oleh karena itu sesuai dengan fokus dari penelitian ini, subjek yang akan dijadikan informan yaitu Kepala Cabang, Bagian Marketing dan Anggota KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong.

Cara Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pelaksanaan pengumpulan data berkait erat dengan pendekatan penelitian yang digunakan dan pelaksanaannya disesuaikan dengan jenis penelitiannya. Secara garis besar pada pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi, studi dokumen dan diskusi kelompok terarah.

Jenis Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder yaitu:

Data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang dapat memberikan informasi baik dalam bentuk kata-kata maupun tindakan. Data ini bisa diperoleh dari data demografi serta beberapa dokumen KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong.

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan koisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang . Data Primer adalah Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan direktur, petugas *marketing* mengenai strategi segmentasi pasar apa yang diterapkan Pada KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong.

. Data ini bisa diperoleh dari data demografi serta beberapa dokumen yang berupa buku yang diperoleh dari kantor Pada KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong. Yang termasuk sumber data primer adalah :

Person, sumber data berupa orang, yaitu sumber data yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara.

Place sumber data berupa tempat. Yaitu sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan yang berkaitan langsung dengan masalah yang dibahas.

Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jadi data sekunder yakni data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti atau data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi.

Adapun data sekunder dari penelitian bersumber dari dokumen- dokumen berupa catatan, rekaman gambar atau foto-foto dan hasil-hasil observasi yang berhubungan dengan fokus penelitian ini.

Sumber data sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi selain kata-kata dan tindakan, bentuknya dapat berupa dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini, penulis mengambil data sekunder melalui studi kepustakaan yang bersumber dari berbagai literatur dengan buku-buku, internet, jurnal, serta peraturan perundang-undangan yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.



Validitas Data

Untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini digunakan teknik Triangulasi. Dalam Sugiyono (2016:83), triangulasi merupakan Teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai Teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Denzin (Moleong, 2006:330) membedakan teknik ini menjadi 4 (empat) macam, yaitu: Triangulasi sumber, suatu teknik pengecekan kredibilitas data yang dilakukan dengan memeriksa data yang didapatkan melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data mengenai pelaksanaan kegiatan penyuluhan, pengumpulan data dilakukan dari berbagai jabatan dan posisi pegawai Pada KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-borong. Kemudian dilanjutkan kepada masyarakat dan personel Polri lain yang berkaitan dengan kegiatan tersebut.

Teknis Analisis Data

Analisis Data Kualitatif (Bogdan & Biklen, 1982) dalam Moleong (2006 : 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya Koperasi Simpan Pinjam Makmur Mandiri : Koperasi Simpan Pinjam Makmur Mandiri merupakan lembaga keuangan non Bank yang didirikan berdasarkan Badan Hukum Koperasi Nomor 18/518/SK/UKM/2009 tepatnya pada tanggal 16 Juni 2009 dengan bidang usaha “Simpan Pinjam”.

Koperasi Makmur Mandiri didirikan atas gagasan dan ide dari Drs. Tumbur Naibaho, MM. Setelah bekerja selama lebih 20 tahun di PT. Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya (BAJ) dan melihat keadaan perusahaan BAJ yang sudah mulai tidak sehat serta banyaknya anggota khususnya dan masyarakat umumnya yang belum mempunyai pekerjaan, timbul keinginan untuk membuat suatu lapangan kerja. Maka pada tahun 2005, mencoba membuka Kantor Cabang Koperasi Bersama Mandiri (KBM) berkantor di Rumah sendiri di Perumahan Griya Asri 1 Tambun dan pada tahun 2008 memindahkan kantor ke Ruko Niaga Kalimas Bekasi Timur.

Dengan pengalaman yang dimiliki selama ini di bidang asuransi, pasar modal, dana pensiun, BPR dan koperasi,

maka pada Juni 2009 timbul ide mengumpulkan 25 orang teman/sahabat/keluarga untuk mendirikan sendiri Koperasi terpisah dari KBM dan disepakati namanya Koperasi Makmur Mandiri (KMM) dengan kantor pusat di Ruko Plaza Metropolitan blok A3/26 Tambun Bekasi. Awalnya KMM (Koperasi Makmur Mandiri) bergerak hanya di wilayah Bekasi di bidang serba usaha. Namun mengingat perlunya pengembangan Perusahaan, maka pada September 2011 Rapat Anggota memutuskan KMM berubah menjadi Koperasi Primer Nasional dan memindahkan kantor pusat dari Kabupaten Bekasi ke Pondok Ungu Kota Bekasi. Pada Desember 2014, kantor pusat pindah ke gedung sendiri di Ruko Suncity Square Blok A No. 8-9 Bekasi Barat.

Puji Tuhan atas kemurahan, berkat dan perkenan-Nya juga karena Doa/dukungan dari berbagai pihak serta karena kerja keras para karyawan, Pengurus dan Pengawas, bahwa saat ini (Juni 2016) Koperasi Makmur Mandiri sudah memiliki 65 Kantor Cabang di 10 Provinsi dan didukung 560 Karyawan. Dimasa mendatang, diharapkan melalui Koperasi Makmur Mandiri akan semakin banyak berperan dan turut membantu pengadaan lapangan kerja, sehingga para anggota, calon anggota dan para karyawan beserta keluarga melalui KSP Makmur Mandiri diharapkan dapat memperoleh hidup yang lebih baik dan sejahtera.

a. Visi

Menjadi salah satu koperasi terbaik di Indonesia

b. Misi

Menciptakan kesejahteraan bagi para anggota yang berkesinambungan

Berdaya guna bagi mitra strategis dan terpercaya bagi anggota

Berkontribusi dalam perkembangan perkoperasian Indonesia

Mengelola koperasi dan unit usaha secara professional dengan menerapkan “ *Good Corporate Governance*”.

c. Tujuan

KSP Makmur Mandiri bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umum nya serta ikut membangun tatanan

d. Motto

Maju dan bertumbuh bersama anggota

e. Produk yang Dipasarkan adalah:



1). Simpanan

Simpanan ini ditujukan kepada masyarakat luas sebagai anggota/calon anggota koperasi. Koperasi makmur mandiri memberikan suku bunga simpanan diatas rata-rata yang diberikan oleh perbankan (*birate*) serta bebas biaya administrasi bulanan. Penyetoran dan pengambilan dapat dilakukan setiap jam kerja. Dan bagian anggota/calon anggota yang menabung diatas Rp.1.000.000.000,-atau lebih, maka akan diberikan jaminan lainnya yang sebanding dengan jumlah uang yang ditabung,itu semua tidak terlepas karena Koperasi Makmur Mandiri bukan seperti asuransi,finance dan leasing dimana simpanan telah dilindungi oleh LPS/OJK, namun koperasi diawasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM.

2). Simpanan Sukarela Mandiri

Anggota/Calon bebas menyetor kapan saja, besarnya tidak dibatasi. Setoran pertama minimal Rp. 5.000,-

Tabungan bebas penarikan Jasa mulai 5% s/d 8 % per tahun.

3). Simpanan Berjangka

Simpanan dengan jasa 6% s/d 10% per tahun. Simpanan dengan jangka waktu 1,3,6,12,24 dan 35 bulan,di simpananan berjangka tidak dikenakan pinalti ketika si anggota mencairkan tabungannya jatuh tempo. Dana Simpanan minimal Rp. 2 juta Pajak dikenakan 10% berbeda dengan bank yang PPH nya 20% per bulan Dana dijamin aman oleh Perusahaan.

Tabel 4.1. Produk Simpanan Berjangka Mandiri

No	Simpanan Berjangka Mandiri (Rupiah)	Jasa per Tahun					
		1 Bln	3 Bln	6 Bln	12 Bln	24 Bln	36 Bln
1	2.000.000 sd 4.999.000	6 %	6 %	6 %	6,5 %	7 %	7,5 %
2	5.000.000 sd 19.999.000	6 %	6 %	6,5 %	7 %	7,5 %	8 %
3	20.000.000 sd 49.999.000	6,5 %	6,5 %	7 %	7,5 %	8 %	8,5 %
4	50.000.000 sd 99.999.000	7 %	7 %	7,5 %	8 %	8,5 %	9 %
5	100.000.000 sd 249.999.000	7,5 %	7,5 %	8 %	8,5 %	9 %	9,5 %
6	250.000.000 atau lebih	8 %	8 %	8,5 %	9 %	9,5 %	10 %

Catatan : Simpanan Rp. 10.000.000 atau lebih, WAJIB Setor Ke Rekening Bank An. : KOPERASI MAKMUR MANDIRI. Apabila Setor Tunai Melalui Staff/Karyawan, harus diinfokan via Telp/WA/SMS kepada Ketua KMM di 0813 2300 9100 / 0818 790 582

4. Simpanan Berencana Pendidikan

Simpanan Berencana pendidikan(SBP) ini dirancang untuk mewujudkan impian para orang tua agar putra-putri tercinta meraih sukses dengan Pendidikan Tinggi/Sarjana. Oleh karena itu sejak dini harus dipersiapkan dana dengan mulai menabung. Jangka waktu simpanan disesuaikan dengan usia anak. Sehingga jatuh tempo disamakan dengan usia anak tamat SMU. Misalkan usia anak saat ini 2 tahun, maka masa simpanan sebaiknya 16 tahun simpanan dapat dipilih

dari Rp. 100.000s/d Rp. 250.000,- atau lebih tergantung kemampuan dan kesanggupan anggota.

3) Dengan simpanan hanya Rp. 150.000,-/bulan, maka dalam tempo 16 tahun,dana pendidikan akan terkumpul Rp. 67.831.167,-. Dana tersebut bisa dipakai untuk melanjutkan kuliah si anak atau modal untuk buka usaha mandiri.

4). Setoran tiap bulan dikirim ke rekening atas nama Koperasi Makmur Mandiri, atau disetor dan dijemput melalui karyawan perusahaan yang telah ditunjuk.

5. Simpanan Wisata Rohani



Mengisi formulir simpanan yang sudah disediakan Simpanan setiap bulan disetor ke kantor KSP makmur mandiri. Besarnya per bulan disesuaikan dengan kemampuan. Rp. 250.000 s/d Rp. 1.000.000 per bulan (tabel).

Usia anggota pada saat berangkat melaksanakan ibadah rohani maksimal 65 tahun Anggota boleh berangkat jika dana sudah terpenuhi sebesar +/-Rp. 40 juta. Anggota yang mau berangkat harus sudah diberitahukan 3(tiga) bulan sebelumnya untuk didaftarkan oleh KSP makmur mandiri melalui travel yang sudah bekerjasama KSP makmur mandiri membantu untuk mengurus segala kebutuhan anggota termasuk pengadaan passport, visa dan lain-lain.

f. Produk Pinjaman:

1. Pinjaman Umum

Sudah menjadi anggota di Koperasi Makmur Mandiri Khusus untuk anggota yang berpenghasilan tetap bulanan (karyawan) dan gaji sudah payroll bank/ATM dan sudah ikut Jamsostek.

Besar Pinjaman Rp. 500.000,- s. d Rp. 10.000.000,-

Lama angsuran 6 bulan s/d 36 bulan.

Besar angsuran tergantung *take home pay*/gaji bersih anggota dan berapa bulan lama pinjaman. Jasa Pinjaman umum 2,4%/bulan

2. Pinjaman Bulanan Sementara (Kasbon)

Sudah menjadi anggota di Koperasi Makmur Mandiri Khusus untuk anggota dengan pinjaman jangka waktu sementara/pendek (1 s/d 30 hari) hanya dikenakan biaya potongan administrasi 5%.

Besar Pinjaman Rp. 1.000.000 s/d Rp. 5.000.000 atau sesuai kemampuan anggota. Memiliki agunan yang sesuai pinjaman anggota. Tidak memiliki pinjaman lain baik di Koperasi Simpan Pinjam Makmur Mandiri atau lembaga lain keuangan.

3. Pinjaman MURI (Modal Usaha Mandiri)

Sudah menjadi anggota di Koperasi Makmur Mandiri

Memiliki berupa usaha yang dinilai sudah berjalan dengan baik dengan jasa 1,8%/bulan

Besar pinjaman Rp. 3 juta s/d Rp. 10 juta Lama pinjaman 6bulan sampai 36 bulan (sesuai kesanggupan anggota)

Bersedia bayar angsuran di kantor atau dengan cara di tagih. Memiliki jaminan BPKB/sertifikat sudah atas nama sendiri.

g. Struktur Organisasi

Perlu di sadari bahwa setiap organisasi, apapun tipenya, bagaimanapun susunan organisasi, sifat apapun yang dianutnya, berapa banyak atau sedikit pun karyawannya mempunyai kewajiban- kewajiban Sosial yang harus dipenuhi. oleh karena itu kesadaran terhadap social yang terjadi Mutlak dimiliki.

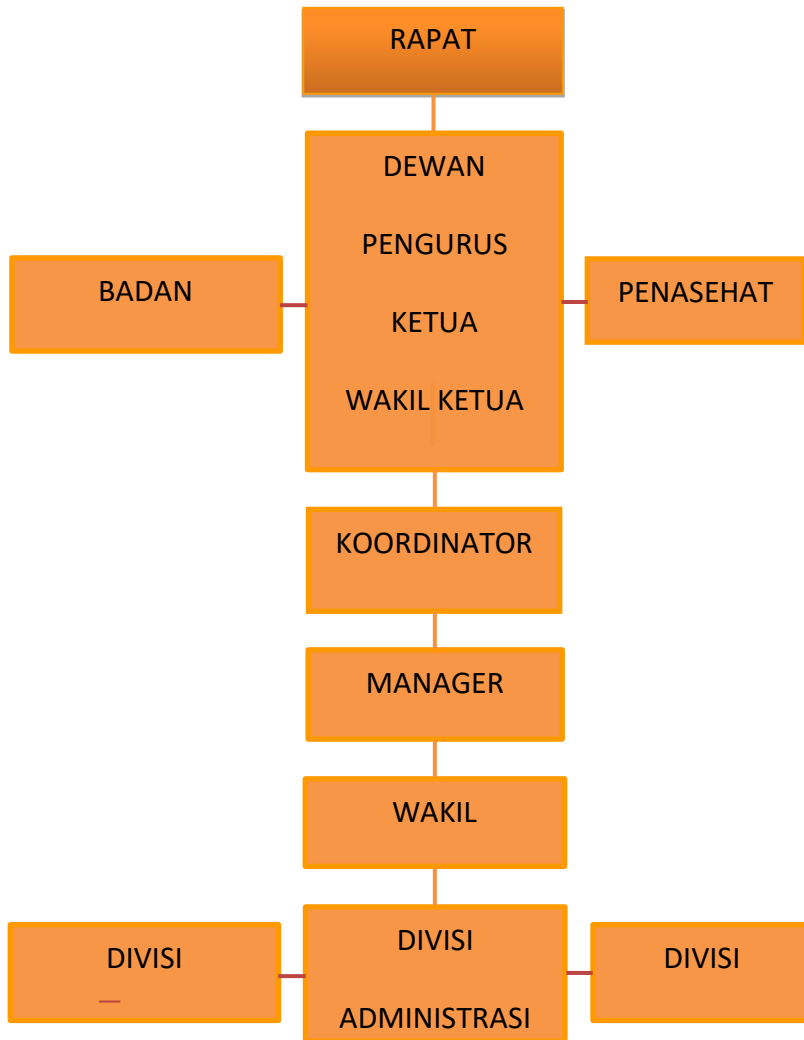
Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi.

Untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi secara efisien, baik ekonomi maupun sosial, diperlukan kemampuan para manajer dan pelaku manajemen dalam menentukan setiap kebijaksanaan perusahaan.

Organisasi dan manajemen yang baik akan memberikan dampak positif bagi perusahaan itu sendiri, yaitu dalam hal pengontrolan tugas dan tanggung jawab serta kelancaran komunikasi dari seluruh fungsi organisasi dalam perusahaan tersebut dari atasan sampai bawahan

Adapun bentuk organisasi yang digunakan oleh Koperasi Simpan Pinjam Makmur Mandiri Siborongborong yaitu memakai organisasi lini (*lini organization*), yaitu suatu bentuk organisasi yang didalamnya terdapat garis wewenang yang menghubungkan secara langsung antara atasan dengan bawahan, dari pimpinan sampai pada setiap pada jabatan yang terendah dan masing- masing dihubungkan dengan suatu garis wewenang atau garis perintah. Adapun struktur organisasi sebagai berikut:

Gambar 4.1. Struktur Organisasi KSP Makmur Mandiri Siborongborong



Sumber : Kantor Makmur Mandiri (2022)

h. Bidang-bidang Kerja

Koperasi Simpan Pinjam Makmur Mandiri mempunyai uraian tugas struktur manajemen sebagai berikut :

1. Ketua
 - a. Penanggung jawab utama di koperasi membuat keputusan dalam rapat bersama anggota
 - b. Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi
 - c. Memimpin, mengkoordinir, dan mengontrol jalannya aktifitas
 - d. koperasi dan bagian-bagian yang ada di dalamnya
 - e. Menerima laporan atas kegiatan yang dikerjakan masing-masing
 - f. Menandatangani surat penting.
 - g. Memimpin rapat anggota tahunan dan melaporkan laporan pertanggung jawaban akhir tahun pada anggota



- h. Mengambil keputusan atas hal-hal yang dianggap penting bagi kelancaran kegiatan koperasi
2. Wakil Ketua
 - a. Membina dan mengawasi bidang organisasi dan administrasi
 - b. Melaksanakan tugas ketua apabila berhalangan
 - c. Mengkoordinasi rencana program kerja
3. Sekretaris
 - a. Membantu ketua dalam melaksanakan kerja
 - b. Menyelenggarakan kegiatan surat menyurat dan ketatausahaan koperasi
 - c. Mencatat tentang kemajuan dan kelemahan yang terjadi pada koperasi
 - d. Menyampaikan hal-hal yang penting pada ketua
 - e. Membuat pendataan koperasi
4. Bendahara
 - a. Merencanakan anggaran belanja dan pendapatan koperasi
 - b. Pengisian saldo
 - c. Melakukan *cash opname* yang ada di kasir
 - d. Membukukan transaksi ke *supplier*
5. Badan Pengawas
 - a. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan koperasi
 - b. Meneliti catatan dan pembukuan yang ada pada koperasi
 - c. Memberikan koreksi, teguran dan peringatan kepada pengurus
 - d. Membuat laporan tertulis tentang hasil pelaksanaan tugas pengawasan kepada rapat anggota
6. Penasehat
 - a. Bertugas memberikan pertimbangan nasehat baik maupun tidak diminta untuk kepentingan dan kemajuan koperasi
 - b. Dapat menghadiri rapat anggota, rapat gabungan dan rapat pengurus
 - c. Sebagai penampung aspirasi didalam usaha
7. Koordinator Wilayah
 - a. Mengembangkan komunitas di wilayah tersebut
 - b. Mengembangkan jumlah anggota koperasi di wilayah tersebut
 - c. Mendorong kerjasama kegiatan dan kerjasama usaha di wilayah tersebut
- d. Melakukan komunikasi kepada berbagai pihak terkait untuk membangkitkan positif di wilayah tersebut
8. Manager Cabang
 - a. Perpanjangan tangan pengurus atau kantor pusat
 - b. Perpanjangan tangan pengurus di cabang koperasi
 - c. Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi.
 - d. Memimpin, mengkoordinir, dan mengontrol jalannya aktifitas koperasi dan bagian-bagian yang ada di dalamnya.
 - e. Menerima laporan atas kegiatan yang dikerjakan masing-masing.
 - f. Menandatangani surat penting.
9. Wakil Manager Cabang
 - a. Membantu merencanakan, mengerjakan serta mengadakan strategi untuk perusahaan
 - b. Membantu mengumpulkan data seputar kinerja dari para karyawan
 - c. Menyusun koordinasi seputar kegiatan dan peraturan yang menyangkut karyawan
10. Divisi Keuangan
 - a. Memiliki tanggung jawab untuk memantau arus kas masuk dan keluar dari perusahaan
 - b. Menyimpan dan menganalisis transaksi keuangan dan memberikan informasi keuangan kepada manajemen
 - c. Memelihara semua harta kekayaan koperasi
11. Divisi Administrasi
 - a. Mengatur surat menyurat yang ada di koperasi.
 - b. Mengarsipkan dokumen-dokumen penting koperasi. Memonitor kebutuhan rumah tangga dan alat tulis kantor koperasi.
 - c. Mempersiapkan rapat-rapat di koperasi.
 - d. Menjadwalkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di koperasi
12. Divisi Marketing
 - a. Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk Koperasi, dan memperluas jaringan atau relasi antar
 - b. Koperasi atau dengan dunia diluar Koperasi itu sendiri.
 - c. Bertanggung jawab pada pencapaian target
 - d. Membuat strategi promosi agar sebuah produk dapat dikenal dan diterima masyarakat
 - e. Memastikan memberikan pelayanan sebaik mungkin terhadap anggota.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan paparan hasil penelitian yang penulis sajikan pada hasil sebelumnya, simpulan yang dapat penulis tarik adalah sebagai berikut:

1. KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong untuk meningkatkan jumlah anggota melakukan strategi segmentasi pasar. Segmentasi yang dilakukan lebih terfokus dalam mengalokasikan dana. Kemudian segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi ini dilakukan sebagai faktor kunci untuk mengalahkan pesaing dengan mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen pasar, lalu memilih dan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai sasaran dengan melakukan segmentasi sebagai *mapping strategi* (memetakan pasar dalam beberapa segmen) dan *static attribute segmentations* (*memandang pasar berdasarkan geografis dan demografi*).
2. Dalam meningkatkan jumlah anggota, KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong perlu menerapkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah anggota. KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih itu cukup besar dan akan cukup menguntungkan bagi perusahaan atau dapat memilih segmen yang ada pada saat ini masih kecil, tetapi menarik dan menguntungkan di masa mendatang. Melakukan *strategi targeting* untuk mengukur keunggulan daya saing, dan harus memiliki kekuatan dan keahlian yang memadai untuk mendominasi segmen pasar yang dipilih dengan mengoptimalkan segala usaha yang ada secara efektif dan efisien sehingga *targeting* yang dilakukan akan sesuai dengan keadaan pasar
3. KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong mempunyai beberapa pertimbangan sebelum memilih strategi penetapan pasar. Beberapa pertimbangan yang perlu dilakukan dalam memasuki suatu pasar adalah menetapkan atribut-atribut yang dianggap penting, menetapkan luas dan nilai dari berbagai macam

segmen pasar, menetapkan bagaimana merek-merek yang ada itu berada di pasar, mencarikan kesempatan pada segmen-segmen pasar yang belum terlayani atau belum cukup terlayani oleh produk-produk dari Koperasi lain yang sudah ada, menetapkan hubungan antara segmen-segmen yang akan dilayani.

4. Dalam menghadapi peningkatan jumlah anggota, strategi KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong melakukan promosi dengan cara turun langsung ke masyarakat melalui sosialisasi langsung tentang produk-produk yang ada di KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong, dan dengan cara publikasi melalui media massa, menyebarkan beberapa brosur untuk memberi informasi tentang produk-produk yang ada di KSP Makmur Mandiri Cabang Siborong-Borong.

REFERENSI

- [1] Assauri, S. (2014). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers
- [2] Boyd, H.W., Walker, O.C., & Larreche, J. C, 2000, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga.
- [3] Chaffey, D., 2009, E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation and Practice, 4th edition, Prentice Hall.
- [4] Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- [5] Hermawan, Agus, 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- [6] Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Jakarta: CAPS
- [7] Husein Umar, 2005 , Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta: Gramedia Pustak Utama.
- [8] Kasmir, 2005 , Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana
- [9] Kotler, P., & Keller, K.L, 2014, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga, Edisi Ketiga Belas Jilid 1.
- [10] Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- [11] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.



- [12] Kartajaya. Hermawan, 2003. Marketing In Venus. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [13] Lexy J.Moleong, 2008 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,
- [14] M. Mursid, 2014, Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [15] Nasution, Mislah Hayati, Sutisna.2015 “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking”. Jurnal Nisbah, Vol. 1, No.1.
- [16] Stanton, William J. (2016). Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta:Erlangga.
- [17] Yazid. 2008. Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. Yogyakarta: Ekonisia
- [18] Widiyono Thy, 2006 Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan Di Indonesia, Bogor, Ghalia Indonesia.