

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM JASA (KOSPIN JASA) CABANG BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA/CALON ANGGOTA

Oleh
Dewisri Wulandari

Kospin (Koperasi Simpan Pinjam) JASA yang biasa dikenal dengan KOSPIN JASA merupakan koperasi yang bergerak di bidang simpanan dan pinjaman, yang mana dibentuk oleh sekelompok pengusaha kecil dan menengah pada tahun 1970an. Tujuannya adalah menyediakan solusi dalam mengatasi kesulitan pengusaha kecil dan menengah dalam mendapatkan pinjaman sebagai modal usaha.

Masalah yang di hadapi KOSPIN JASA Cabang Bandar Lampung adalah target jumlah anggota/calon anggota melalui simpanan dan pinjaman yang ditetapkan KOSPIN JASA belum sepenuhnya tercapai dan banyaknya pesaing dari lembaga-lembaga keuangan bank dan non bank.

Permasalahannya adalah apakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Simpan Pinjam JASA (KOSPIN JASA) Cabang Bandar Lampung telah berjalan dengan baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Koperasi Simpan Pinjam JASA (KOSPIN JASA) Cabang Bandar Lampung dalam meningkatkan jumlah anggota.

Hasil pembahasan bahwa KOSPIN JASA Cabang Bandar Lampung menggunakan strategi bauran pemasaran jasa dalam meningkatkan jumlah anggota/calon anggota. Strategi pemasaran yang dilakukan KOSPIN JASA Cabang Bandar Lampung belum sepenuhnya baik, karena masih ada beberapa faktor strategi bauran pemasaran yang masih harus diperbaiki oleh perusahaan.

Saran yang diajukan adalah sebaiknya KOSPIN JASA Cabang Bandar Lampung lebih banyak melakukan promosi yang terorganisir dari pusat yang dilakukan terus-menerus agar masyarakat lebih mengenal dan pelatihan *marketing* yang berkesinambungan terhadap pegawai serta peningkatan pelayanan prima agar terus tercipta kepercayaan kepada KOSPIN JASA Cabang Bandar Lampung.