

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SIMPAN PINJAM PADA PT. SIMONA DENGAN METODE SWOT

Eva Zuraidah
Program Studi Sistem Informasi
STMIK Nusa Mandiri Jakarta
eva.evz@nusamandiri.ac.id

Abstrak – Koperasi simpan pinjam adalah koperasi yang bergerak dalam bidang pemupukan simpanan dana para anggotanya, untuk kemudian dipinjamkan kembali kepada para anggota yang memerlukan bantuan dana. Koperasi simpan Pinjam berada di bawah naungan PT Simona, Koperasi Simpan Pinjam bertujuan memajukan kesejahteraan anggotanya. Kendala yang dialami oleh koperasi Simpan Pinjam dibawah naungan PT Simona yaitu pendanaan. Untuk 3 pinjaman yang ada di koperasi yaitu pinjaman sekunder, pinjaman primer, dan pinjaman terbatas. Karena setiap bulan ada pembayaran dan lain-lain, jadi untuk setiap pengajuan tidak dapat dicairkan semua dalam bulan itu. Ketika banyak yang mengajukan pinjaman datanya akan dimasukkan ke dalam *list* antrian sesuai tanggal pengajuan, kemudian akan dianalisis kembali. Kemudian ada sebagian anggota yang tidak potong gaji, karena anggota utama dari koperasi adalah anggota PT Simona. Ada beberapa anggota koperasi yang bukan merupakan anggota seperti *driver*, mereka bukan karyawan tetap PT Simona tapi mereka dari karyawan perusahaan lain. Jadi koperasi tidak dapat memotong gaji, tapi sebagian ada yang membayar tunai. Kendala ada di pembayaran tunai yaitu berupa nunggak/macet. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode SWOT. Metode SWOT digunakan untuk mengetahui perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Kata Kunci: Analisis, SWOT, Koperasi, Evaluasi

I. PENDAHULUAN

Koperasi adalah salah satu bentuk usaha berbadan hukum yang berdiri di Indonesia. Menurut undang-undang no 25 tahun 1992 pasal 1 ayat 1 tentang perkoperasian, koperasi Indonesia adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang, seseorang, atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. (Pratiwi & Herliana, 2016)

Koperasi Primer Koperasi Karyawan di bawah naungan PT Simona adalah koperasi yang bergerak dalam berbagai bidang usaha antara lain yaitu usaha simpan pinjam dan usaha perdagangan, yang didirikan pada bulan Januari tahun 2004. Koperasi ini ingin berperan secara aktif dalam upaya membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.

Koperasi Primer Koperasi Karyawan PT Simona simpan pinjam mengalami kendala yaitu pendanaan. Untuk 3 pinjaman yang ada di koperasi Primer Koperasi Karyawan di bawah naungan PT Simona yaitu pinjaman sekunder, pinjaman primer, dan pinjaman tersier. Dari ketiga pinjaman tersebut menggunakan dana dari koperasi sendiri jadi alokasi untuk pinjaman terbatas. Karena setiap bulan ada pembayaran dan lain-lain, jadi untuk setiap

pengajuan tidak dapat dicairkan semua dalam bulan itu.

Ketika banyak yang mengajukan pinjaman datanya akan dimasukkan ke dalam *list* antrian sesuai tanggal pengajuan, kemudian akan dianalisis kembali.

Kemudian ada sebagian anggota yang tidak potong gaji, karena anggota utama dari koperasi Primer Koperasi Karyawan naungan PT Simona, anggota koperasi yang bukan merupakan anggota PT Simona seperti supir, mereka bukan karyawan PT Simona tapi mereka dari karyawan perusahaan lain. Jadi koperasi tidak dapat memotong gaji, tapi sebagian ada yang membayar tunai. Kendala ada di pembayaran tunai yaitu berupa nunggak/macet.

Untuk dapat mengembangkan Teknologi Informasi yang ada pada Koperasi Simpan Pinjam Koperasi Primer Koperasi Karyawan PT Simona Jakarta diperlukan evaluasi untuk berbenah dalam membangun sistem yang handal dan terpadu. Evaluasi dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT. Ada empat aspek yang akan ditinjau, yaitu: kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan

kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuty, 2013).

II. KAJIAN PUSTAKA

Strategi yaitu sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap *entrepreneur* maupun setiap manajer, dalam segala macam bidang usaha. Strategi juga merupakan suatu keputusan, tentang tujuan-tujuan apa yang akan diupayakan pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang perlu dilakukan, dan bagaimana cara memanfaatkan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan-tujuan tersebut. (Wahjono, 2018:203)

Sebuah perusahaan untuk tetap bertahan perlu adanya peningkatan daya saing, terutama dalam aspek strategi pemasaran. Dari definisi strategi dan pemasaran, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dengan melakukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran barang atau jasa. Strategi pemasaran digunakan oleh perusahaan agar mampu menentukan sasaran penjualan, segmentasi pasar dan *positioning* secara tepat, guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. (Wahjono, 2018:204)

Bauran pemasaran yang digunakan dalam analisis adalah konsep 7P yang terdiri dari 4P tradisional, yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Ditambah dengan 3P khusus untuk pemasaran jasa, yaitu: SDM (*People*), Bukti Fisik/ Sarana dan Prasarana (*Physical Evidence*), dan Proses (*Process*). *Marketing mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Jadi perusahaan atau organisasi tidak hanya sekedar memilih kombinasi yang baik saja, tetapi juga mengkombinasi berbagai macam variable atau kegiatan dari *marketing mix* tersebut. (Wahjono, 2018:205)

Perusahaan merancang bauran pemasaran yang teintegrasi untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Dengan strategi pemasaran yang handal, perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari 7P.

Product

Produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya” (Wahjono, 2018:207).

Price

Harga merupakan “keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit.” Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. (Wahjono, 2018:208)

Promotion

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, dimana perusahaan berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran dan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan utama dari promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya. (Wahjono, 2018:210)

Place

Place merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Pertimbangan dalam menentukan lokasi adalah pelanggan mendatangi lokasi atau penyedia layanan yang mendatangi pelanggan. Tempat meliputi masalah pemasaran seperti, saluran tipe, paparan, transportasi, distribusi, dan lokasi. Sebuah produk harus tersedia untuk konsumen kapan dan dimana konsumen menginginkannya. Pemasar menggambarkan proses ini sebagai "saluran." Saluran menjelaskan bahwa setiap seri perusahaan (atau individu) yang berpartisipasi dalam aliran produk dari produsen ke pengguna akhir atau konsumen (Wahjono, 2018:2012).

People

Orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasaran barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap output akhir yang diterima pelanggan. *People* yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan *people* yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan (Wahjono, 2018:214).

Process

Proses adalah “menciptakan dan memberikan jasa kepada konsumen, merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran.” Pada ekonomi manajemen jasa, pelanggan akan memandang sistem pemberian jasa tersebut sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Semua kegiatan pekerjaan adalah bagian dari suatu proses. Proses ini dapat meliputi berbagai mekanisme yang ada, seperti: adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas. Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan (*order*)

hingga akhirnya konsumen mendapatkan apa yang diinginkan (Wahjono, 2018:215).

Physical evidence

Bukti fisik adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan. Sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan, sehingga konsumen cenderung mengandalkan isyarat material. Perusahaan melalui tenaga pemasarnya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis yaitu,

- (1) *An attention-creating medium* perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasarnya.
- (2) *As a message-creating medium* menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada konsumen mengenai kekhususan kualitas dan produk jasa.
- (3) *An effect-creating medium* baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan (Wahjono, 2018:217).

Analisis SWOT adalah suatu instrumen eksternal dan internal perusahaan yang sudah banyak dipakai. Analisis ini fokus pada basis data perkembangan organisasi atau perusahaan menggunakan pola 3-1-5. Arti dari pola tersebut adalah analisis dilakukan berdasarkan data perkembangan perusahaan atau organisasi tiga tahun sebelum analisis, kemudian tahun analisis dilakukan dan pasca analisis untuk perkembangan lima tahun ke depan. Kegiatan analisis ini dilakukan agar strategi yang diambil organisasi bisa dipertanggungjawabkan berdasarkan fakta dan dasar yang kuat (Rahma, 2018).

Seperti yang telah diketahui, analisis SWOT (*Strength Weaknesses Opportunities Threats*) terbagi menjadi 4 bagian yakni:

1. **Strength (S)** atau disebut sebagai analisis kekuatan.
Yakni situasi ataupun kondisi yang merupakan gambaran kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang harus dilakukan dalam menggunakan analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki kemudian dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.
2. **Weaknesses (W)** atau disebut sebagai analisis kelemahan

Yakni situasi ataupun kondisi yang merupakan gambaran kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. *Weaknesses* merupakan cara untuk menganalisis kelemahan yang ada dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi. Yang mana kelemahan tersebut dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi. Misalnya jika perusahaan tersebut terdapat kendala dalam pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan harus meneliti kekurangan-kekurangan yang dimiliki yang berhubungan dengan sektor pemasaran. Agar nantinya permasalahan tersebut tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mudah di bandingkan perusahaan lainnya

3. **Opportunity (O)** atau disebut sebagai analisis peluang

Yakni situasi atau kondisi yang merupakan gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu organisasi atau perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang berkembangnya suatu organisasi atau perusahaan di masa depan. *Opportunity* merupakan analisis yang digunakan untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang. Baik dimasa kini ataupun masa yang akan datang. Misalnya sebuah perusahaan industri minuman berada di daerah yang panas. Yang mana daerah tersebut sangat membutuhkan minuman segar dengan harga yang terjangkau. Maka perusahaan tersebut memiliki peluang untuk menciptakan produk minuman yang segar dan harganya terjangkau.

4. **Threats (T)** atau disebut sebagai analisis ancaman

Yakni situasi atau kondisi yang merupakan gambaran ancaman dari suatu perusahaan atau organisasi dalam menjalankan suatu usaha. *Theart* merupakan cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi dalam menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan. Yang mana ancaman tersebut dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan. Jika tidak segera diatasi, maka ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang akan dijalankan. Misalnya sebuah organisasi kelompok pengrajin rotan di daerah pedesaan. Dengan kondisi lingkungan yang semakin modern serta banyaknya kebakaran hutan yang terjadi membuat mereka semakin sulit untuk memperoleh bahan baku, Maka organisasi tersebut dapat menganalisis hal-hal apa yang menyebabkan tantangan atau ancaman tersebut terjadi.

Koperasi Sejahtera Bersama Bandung merupakan salah satu koperasi di Kota Bandung

yang bergerak di bidang simpan pinjam. Organisasi yang seharusnya menjadi wadah untuk pertumbuhan ekonomi masyarakat ini masih memiliki beberapa kekurangan sehingga kinerjanya belum optimal. Sistem informasi yang berjalan disini masih belum efektif karena masih dikombinasikan dengan proses manual untuk proses pinjamannya, hal tersebut memakan waktu lama untuk setiap transaksinya, namun seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, maka sudah seharusnya masalah perkoperasian tersebut diberi sentuhan teknologi sebagai solusi contohnya seperti dibangun sistem informasi untuk memudahkan setiap operasional yang ada (Pratiwi & Herliana, 2016).

Koperasi Simpan Pinjam SMK 18 LPPM RI Sidareja merupakan koperasi yang memfasilitasi staf dan guru SMK 18 LPPM RI Sidareja untuk melakukan pinjaman, dan simpanan. Kepala Perpustakaan sering kesulitan dalam menentukan anggota koperasi yang memiliki spesifikasi berhak mendapatkan pinjaman, sering terjadi kesalahan pencatatan data, sering terjadi kehilangan data dan kurang efektif dan efisien dalam melakukan pelayanan. Dengan Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam ini diharapkan semua permasalahan tersebut terpecahkan. Metode *Waterfall* merupakan metode yang sangat mudah diikuti dari setiap tahapannya, dengan tahapan-tahapan yang ada di metode *waterfall* maka sistem terdokumentasi dengan baik. Setiap tahapan tidak dapat dilewati sehingga peneliti atau perancang sistem dapat lebih fokus pada setiap tahapannya. (Cahya, 2017).

Teknologi informasi dan komunikasi sudah menjadi bagian yang tidak terlepas dari proses pengarsipan. Dalam koperasi simpan pinjam teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk menjaga dokumen agar tidak rusak atau hilang. Tujuan pengembangan sistem informasi koperasi ini adalah untuk mempercepat pegawai dalam melakukan proses pengolahan data simpan pinjam serta mempermudah anggota dalam mendapatkan informasi transaksinya dalam koperasi. Koperasi Sejahtera PT. Induro Internasional membutuhkan solusi untuk mengatasi kekurangan yang ada. Solusi yang tepat adalah dengan menerapkan suatu sistem komputerisasi simpan pinjam yang sudah terprogram sehingga dapat mempermudah proses pengolahan data simpanan, pinjaman para anggota koperasi. Dengan adanya sistem pengolahan data yang tepat akan menghasilkan keakuratan dalam menyusun laporan yang digunakan sebagai informasi-informasi bagi koperasi Sejahtera PT. Induro Internasional. Terbangunnya sistem informasi simpan pinjam dapat mempermudah pengolahan data transaksi anggota, sehingga menghasilkan laporan yang cepat, tepat, dan akurat sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Dengan begitu Koperasi Sejahtera PT. Induro Internasional akan lebih mudah dalam meningkatkan sistem kinerjanya agar lebih optimal (Rahmawati, 2016).

Menurut Sugiyono (2014:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman (Prastiyo et al., 2015).

Dalam pembuatan matriks faktor eksternal (EFAS), perlu mengetahui bagaimana cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) menurut (Rangkuti, 2015) adalah melalui pembuatan matriks dalam bentuk kolom pembobotan dan rating peluang dan ancaman dengan parameter tertentu sebagai berikut:

- A. Kolom 1, menentukan faktor-faktor strategi eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman perusahaan.
- B. Kolom 2, pembobotan faktor peluang, ancaman antara 1 (sangat penting) sampai 0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut berkemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- C. Kolom 3, memberikan *rating* faktor peluang dan ancaman, dengan skala 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*). Berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai *rating* untuk faktor peluang bersifat positif, dengan ketentuan peluang yang semakin besar diberi 4, tetapi jika peluangnya kecil diberi *rating* 1. pemberian *rating* ancaman adalah kebalikannya, dimana nilai ancaman besar *rating*-nya 1, sementara untuk nilai ancamannya kecil diberi nilai *rating* 4.
- D. Kolom 4, merupakan pengalihan antara bobot (kolom 2) dengan *rating* (kolom 3). Hasil pengalihan tersebut merupakan skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi antara 4 sampai 1.
- E. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan perusahaan bersangkutan.

Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS) diperoleh berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor strategis eksternal perusahaan yang merupakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Hasil identifikasi faktor-faktor strategis eksternal diperoleh tujuh faktor peluang dan enam faktor ancaman. Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan tersebut kemudian diberi bobot dan *rating* oleh para responden. Hasil pembobotan dan pemberian *rating* pada faktor-faktor strategis eksternal yang telah diperingkat menurut bobot dan pengaruhnya disajikan pada tabel. Menurut

(Rangkuti 2015) setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength* dan *Weakness* perusahaan:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Hitung *rating* (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkanlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang menunjukkan bagaimana perusahaan bersangkutan. Nilai total ini tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Instrumen penelitian adalah komponen penting dalam penelitian ilmiah karena menutup kemungkinan instrumen dari suatu penelitian dapat digunakan kembali oleh penelitian lain yang memiliki keterkaitan dan kebutuhan yang sama. Artinya instrumen penelitian dapat menjadi aset ilmiah bagi seorang peneliti yang mengembangkannya. (Adib 2015).

Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *instrument* penelitian berupa kuesioner untuk membantu mendapatkan data yang akurat.

Kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban indikator dari kuesioner (Astuti and Ati 2015). Kuesioner dengan jenis tertutup hanya menyediakan jawaban sehingga responden menjawab pernyataan atau pertanyaan dengan cara melingkari (O), mencentang (\surd) atau dengan cara menyilang jawaban.

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti. Atau, populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti (Hidayat 2015).

Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Teknik penentuan sampel probabilitas menggunakan *Random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Hidayat: 2015).

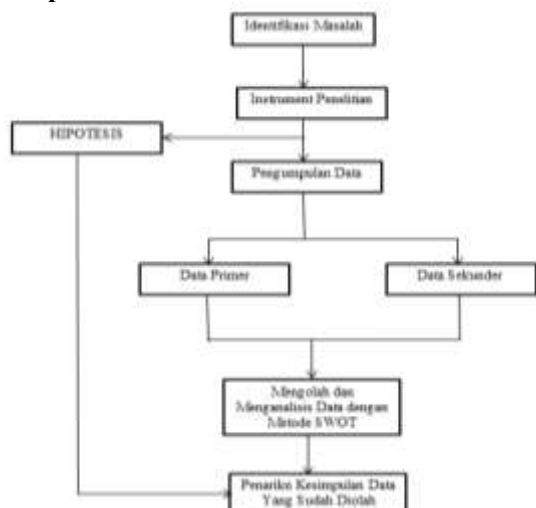
Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan makro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan (Nuary 2016).

Kinerja suatu perusahaan ditentukan oleh faktor *internal* dan juga *eksternal* dan kedua faktor tersebut menjadi pertimbangan membandingkan antara faktor-faktor *eksternal* yang merupakan peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor – faktor *internal* yang merupakan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) (Rangkuti 2015)

III. METODE PENELITIAN

Dengan melakukan penelitian maka dapat membantu peneliti dalam pengumpulan informasi dan datanya. Karena dalam penelitian semua kegiatan dilakukan secara sistematis dan terorganisir untuk menyelidiki masalah yang akan dianalisis. Metode penelitian membantu peneliti tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan. Metode penelitian membicarakan bagaimana secara urut suatu penelitian dilakukan, yaitu dengan alat apa dan prosedur apa yang dilakukan (Hamdi and Bahrudin 2015).

Tahapan Penelitian



Gambar 1. Bagan tahapan penelitian

Tahapan penelitian dijelaskan secara umum sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah
Melakukan identifikasi masalah tentang apa yang akan dibahas berkaitan dengan strategi perkembangan dengan menggunakan metode SWOT.
2. Instrumen Penelitian
Menentukan instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket yang dibuat sendiri oleh peneliti. Penyusunan kuesioner ini terbagi dalam beberapa bagian yaitu identitas responden, 4 variabel pernyataan yang terdiri dari bagian *internal* dan *eksternal*.
3. Hipotesis
Mengemukakan pernyataan awal yaitu bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi strategi perkembangan pada perusahaan tersebut.
4. Pengumpulan Data
Pengumpulan data berupa data primer yang didapat dengan cara melakukan observasi, wawancara dan juga membuat kuesioner untuk kemudian disebar kepada responden. Hal ini dilakukan bersamaan dengan observasi dan pendataan dan juga melakukan wawancara dengan pimpinan perusahaan dan ketua koperasinya untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga. Dan untuk data sekunder didapat dengan cara mencari buku dan jurnal terkait.
5. Mengelola dan Menganalisis Data dengan Metode SWOT.
Menganalisis hasil pengolahan data berdasarkan hasil penelitian dan teori dengan metode analisis SWOT yaitu analisis dengan mempertimbangkan faktor *internal* dan *eksternal*. Melakukan pencarian responden dan perijinan kepada pihak-pihak yang

berkompeten untuk mengisi kuesioner dan wawancara.

6. Menarik Kesimpulan

Dari data yang telah diperoleh yang kemudian dianalisis kemudian ditarik kesimpulan apakah sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat atau tidak.

Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian metode pengumpulan data merupakan salah satu komponen penting. Kesalahan yang terjadi pada saat pengumpulan data akan mempersulit proses analisis dan membuat kesimpulan yang dibuat menjadi rancu. Proses pengumpulan yang dilakukan peneliti dapat berbeda-beda tergantung pada jenis penelitian yang di ambil.

Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam proses analisis dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah gambaran mengenai sistem pemasaran yang ada di PT. Motoparts . Beberapa cara untuk memperoleh data itu diantara lain:

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer merupakan suatu data penelitian yang diperoleh peneliti secara langsung dari hasil observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner atau angket. Dalam hal ini data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi
Pengamatan yang dilakukan secara langsung untuk mengamati bagaimana sistem pada suatu perusahaan berjalan, mengamati bagaimana proses kerja yang dilakukan dan pelayanan yang ditawarkan pada pelanggan.
- b. Wawancara
Dalam wawancara peneliti melakukan tatap muka secara langsung dengan narasumber untuk kemudian melakukan tanya jawab untuk menghasilkan data yang relevan.
- c. Kuesioner
Metode kuesioner dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang sudah disiapkan oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang sudah ditetapkan agar lebih efisien.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti yaitu melalui media perantara (penelitian yang yang ditulis oleh orang lain). teknik pengumpulan data yang digunakan untuk membantu proses analisis strategi

pemasaran pada Koperasi Simpan Pinjam PT Simona yaitu:

- a. Teknik Dokumentasi
Cara ini di lakukan dengan cara melakukan pengutipan untuk laporan yang tengah di buat untuk memperkuat hasil pembahasan.
- b. Riset kepustakaan
Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan, membaca buku- buku untuk kemudian dipahami.

Populasi

Dalam penelitian yang dilakukan saat ini pada Koperasi Simpan Pinjam di bawah naungan PT Simona, yang menjadi populasi adalah karyawan Koperasi Simpan Pinjam PT Simona.

Sampel Penelitian

Pada penelitian PT. Motoparts melibatkan 125 responden sebagai sampel penelitian, yaitu 50 dari karyawan Koperasi Simpan Pinjam PT. Simona tetap dan 75 dari karyawan Koperasi Simpan Pinjam PT. Simona Pihak tidak tetap diharapkan dapat memberikan data-data mengenai faktor karyawan tidak tetap (eksternal) saat ini sehingga akan mempermudah perusahaan dalam penentuan kebijakan di masa yang akan datang. Begitu pula dengan 50 responden untuk faktor *internal*.

Metode Analisis Data

Metode SWOT

Setelah semua data dikumpulkan, data kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT, yaitu analisis yang menggunakan faktor *internal* dan *eksternal* perusahaan sebagai perhitungannya dalam hal ini yang menjadi faktor *Internal* adalah kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Dalam hal ini menganalisis mengenai bagaimana strategi yang ada pada Koperasi Simpan Pinjam PT. Simona.

Kombinasi faktor *internal* dan faktor *eksternal* itu yaitu:

1. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)
Strategi SO (*Strengths Opportunities*) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
2. Strategi ST (*Strengths Threats*)
Strategi ST (*Strengths Threats*) Merupakan strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)
Strategi WO (*Weakness Opportunities*) Merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada untuk meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weaknesses Threats*)

Strategi WT (*Weaknesses Threats*) merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan ke arah yang lebih maju untuk Koperasi Simpan Pinjam PT. Simona yaitu dengan memanfaatkan semua informasi ke dalam model-model kuantitatif (data yang berbentuk angka atau bilangan) dan kualitatif (data yang berbentuk kata-kata), perumusan strategi sebaiknya menggunakan beberapa model sekaligus, agar dapat memperoleh analisis yang lengkap dan akurat. Model yang digunakan adalah:

1. Analisis Bauran atau *Marketing Mix 7*
2. Matriks *internal/eksternal*
3. Perumusan strategi pemasaran
4. Diagram *Cartesius*
5. Matriks SWOT

Analisis Bauran

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Faktor strategi pengembangan pinjaman di koperasi PT. Simona oleh penulis dianalisis dengan pendekatan analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi P7. Hasil analisis bauran ini juga digunakan sebagai dasar dalam merumuskan pemasaran yang tepat.

Untuk menganalisis pemasaran PT. Motoparts, konsep yang dianggap efektif adalah dengan menggunakan konsep *Marketing Mix P7* yaitu:

1. *Product* (Produk)
2. *Price* (Harga)
3. *Promotion* (Promosi)
4. *Place* (Tempat)
5. *Human Resource* (Sumber Daya Manusia)
6. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)
7. *Process* (proses)

Product/Produk

Produk yang dihasilkan oleh koperasi simpan pinjam PT Simona adalah jasa.

Tabel 1. Tabel jenis pinjaman

Jenis Pinjaman	Jumlah Maksimal	Persentase Bunga Perbulan
Primer	30 Juta	1%
Sekunder	20 Juta	1,5%
Tersier	10 Juta	2%

Price/Harga

1. Pengelompokan Anggota

Status keanggotaan dibagi dalam dua kategori, sedangkan kelompok anggota dibagi ke dalam empat kelompok dengan kriteria pengelompokan sebagai berikut :

Tabel 2. Tabel Status Keanggotaan

Status Keanggotaan	Kelompok	Departemen	Status Karyawan	Pembayaran
Biasa	A	Keuangan	tetap	Potong Gaji
Biasa	B	Penjualan	Tetap	Potong Gaji
Luar Biasa	C	Adminstrasi	Tetap	Potong Gaji
Luar Biasa	D	Lain-Lain		

2. Besaran Pinjaman Anggota

Maksimum plafond pinjaman dari masing-masing kelompok adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Maksimal Pinjaman

Kelo mpok	Maksimal Pinjaman (Rp)			Ratio Angsuran Gaji
	Uang	Motor	Elektronik	
A	30.000.000	20.000.000	10.000.000	Total Max 35 %
B	30.000.000	20.000.000	10.000.000	
C	20.000.000	20.000.000	10.000.000	
D	10.000.000	20.000.000	5.000.000	

Total nilai pinjaman maksimum agsuran per bulan 35% dari gaji dan tunjangan rutin untuk anggoa biasa yang iuran dan cicilannya melalu potong gaji, sedangkan untuk anggota luar biasa nilai pinjaman maksimum angsuran per bulan 30% dari gaji dan tunjangan rutin.

Besaran pinjaman total dan atau nilai angsuran diluar ketentuan tersebut diatas harus mendapat persetujuan rapat pengurus.

3. Besar Jasa

Besar jasa per bulan ditetapkan sebagai berikut (dihitung dari pokok pinjaman):

Tabel 4. Besar Jasa

Peminjaman uang termasuk pinjaman insedentil	1,0 %
Kredit sepeda motor	1,5%
Kredit barang	2,0%

Promotion/Promosi

Koperasi Primer Koperasi Simpan Pinjam Karyawan PT Simona melakukan promosi dengan cara mensosialisasikan kepada para karyawan dan para calon anggota untuk mendaftarkan diri menjadi anggota.

Place/Tempat

Koperasi Primer Koperasi Karyawan PT Simona beralamat Jl Pasar Minggu Raya No 189. Jakarta Selatan.

Process/Proses

Berikut *work instruction* peminjaman di Koperasi Primer Koperasi Karyawan Krakatau Steel Group Jakarta:

1. Anggota mengisi form pinjaman dan diandatangani oleh atasan atau penanggung jawab.
2. Seksi simpan pinjam menganalisis pinjaman
 - a. Bila hasil analisis disetujui proses dilanjutkkn ke langkah selanjutnya
 - b. Bila tidak disetujui form dikembalikan ke anggota.
3. Bidang Usaha Niaga mengevaluasi pinjaman disesuaikan dengan kepentingan anggota dan kemampuan koperasi serta menandatangani form pinjaman.
4. Seksi simpan pinjam menyiapkan *voucher* pengeluaran kas.
5. *Voucher* pengeluaran kas ditandatangani oleh bendahara dan wakil ketua.
6. Bendahara dan ketua atau wakil ketua menyiapkan dan menandatangani cek.
7. Seksi simpan pinjam menguangkan cek dan menyerahkan kepada anggota.
8. Anggota menandatangani *voucher* pengeluaran kas.
9. Seksi simpan pinjam mencatat pinjaman untuk dimasukkan ke dalam register potongan dan mengarsipkan *voucher*.

Physical Evidence/Lingkungan Fisik

Bangunan Koperasi Primer Koperasi Karyawan Simpan Pinjam berdiri di bawah naungan PT. Simona, bangunan dengan satu lantai tersebut terdiri dari tiga ruangan, ruangan toko, ruangan koperasi simpan pinjam dan kamar mandi.

Human Resource/Sumber Daya Manusia

Tabel 5. Sumber Daya Manusia

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
S1	50	40%
SMA	75	60%
Total	125	100%

Sumber: Penelitian, (2019)

Jumlah anggota mengalami kenaikan sebesar 4,6% dibandingkan tahun 2016, akibat banyaknya karyawan PT Simona yang bergabung pada tahun 2017.

Analisis SWOT Koperasi Simpan Pinjam Simona

Dengan dilakukannya strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT maka koperasi Primer Koperasi Karyawan Krakatau Steel Group Jakarta dapat mengambil keputusan-keputusan yang sifatnya strategik dan taktis. Sebagai keputusan yang strategik dan taktis maka harus dilakukan analisis yang mendalam tentang koperasi simpan pinjam sehingga mendapatkan titik temu antara faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal dengan menghubungkan kedua faktor tersebut maka suatu tujuan dan sasaran organisasi dapat tercapai. Untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh perusahaan maka koperasi Primer Koperasi Karyawan Krakatau Steel Group Jakarta harus menganalisis dan mengidentifikasi strategi dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Koperasi Primer Koperasi PT Simona dalam menjalankan usahanya, memiliki kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, antara lain sebagai berikut:

- a. Modal koperasi yang memadai.
- b. Pencatatan keuangan koperasi berjalan dengan baik.
- c. Memiliki lokasi koperasi yang sangat strategis.
- d. Memiliki hubungan kerjasama dengan bank.
- e. Pinjaman yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan jenis pinjaman yang dipilih.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Koperasi Primer Koperasi Karyawan PT. Simona dalam melakukan usahanya mempunyai kelemahan yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang, yang dapat menghambat keberhasilan usaha. Adapun yang menjadi kelemahan Koperasi Primer Koperasi Karyawan PT Simona antara lain sebagai berikut:

- a. Kurangnya kemampuan tenaga professional dalam pengelolaan koperasi.
- b. Pengurus masih merangkap jabatan.
- c. Kurangnya kerjasama antar pengurus.
- d. Koperasi sulit berkembang karena modal terbatas.
- e. Kurangnya komunikasi pengurus dalam mengelola koperasi

3. Peluang (*Oporturnity*)

Peluang merupakan suatu hal yang dapat yang dapat dimanfaatkan oleh koperasi Primer Koperasi Karyawan PT. Simona untuk tetap mengembangkan

usahanya. Adapun yang menjadi peluang pada koperasi Primer Koperasi Karyawan PT. Simona, antara lain sebagai berikut:

- a. Peluang minat anggota terhadap koperasi simpan pinjam.
- b. Banyaknya karyawan yang tertarik akan simpan pinjam.
- c. Kebijakan pemerintah mempengaruhi anda untuk menjadi anggota.
- d. Sistem prasarana dan pelayanan mempengaruhi anda untuk menjadi anggota.
- e. Anggota koperasi merasa aman dengan transaksi yang mereka lakukan.

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman merupakan hambatan dalam melakukan usaha, sehingga menjadi suatu kendala yang besar dalam mengembangkan usaha koperasi simpan pinjam. Adapun yang menjadi ancaman Koperasi Primer Koperasi PT Simona Jakarta antara lain:

- a. Suku Bunga yang turun mempengaruhi anda sebagai anggota koperasi.
- b. Adanya persaingan dengan koperasi lain mempengaruhi anda untuk menjadi anggota.
- c. Melakukan peminjaman dikoperasi mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan.
- d. Anggapan karyawan yang masih negatif terhadap koperasi.
- e. Penetapan Batasan maksimal peminjaman.

Perumusan alternatif strategi pelayanan pemasaran

Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Tabel 6. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) pada Koperasi Primer Koperasi Karyawan PT Simona

<i>Faktor internal</i>	Bobot	rating	skor
<i>Strength</i>			
Modal koperasi yang memadai	0,08	2,38	0,20
Pencatatan keuangan koperasi berjalan dengan baik	0,09	2,56	0,23
Memiliki lokasi koperasi yang sangat strategis	0,09	2,44	0,21
Memiliki hubungan kerjasama dengan bank	0,08	2,56	0,21
Pinjaman yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan jenis pinjaman yang dipilih	0,09	2,56	0,22
<i>weakness</i>		12,49	1,07
Kurangnya kemampuan tenaga profesional dalam pengelolaan koperasi	0,11	1,44	0,16

Pengurus masih merangkap jabatan	0,11	1,44	0,16
Kurangnya kerjasama antar pengurus	0,12	1,44	0,17
Koperasi sulit berkembang karena modal terbatas	0,12	1,22	0,14
Kurangnya komunikasi pengurus dalam mengelola koperasi	0,12	1,44	0,17
Total	1,00		1,87

Matriks EFAS (External Factors Analysis Summary)

Tabel 7. Matriks EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary) pada Koperasi PrimePT Simona

Faktor eksternal	bobot	rating	skor
Opportunity			
Peluang minat anggota terhadap koperasi simpan pinjam	0,09	2,44	0,21
Banyaknya karyawan yang tertarik akan simpan pinjam dikoperasi	0,10	2,22	0,22
Kebijakan pemerintah mempengaruhi anda untuk menjadi anggota koperasi	0,08	2,44	0,20
Sistem prasarana dan pelayanan mempengaruhi anda untuk menjadi anggota koperasi	0,08	2,67	0,21
Anggota koperasi merasa aman dengan transaksi yang mereka lakukan	0,09	2,33	0,21
Threats			
Suku bunga yang turun mempengaruhi anda sebagai anggota koperasi	0,11	1,44	0,16
Adanya persaingan dengan koperasi lain mempengaruhi anda untuk menjadi anggota koperasi	0,11	1,44	0,16
Melakukan peminjaman dikoperasi mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan peminjaman	0,11	1,44	0,16
Anggapan karyawan yang masih negatif terhadap koperasi	0,12	1,33	0,15
Penetapan batasan maksimal peminjaman	0,11	1,56	0,18
Total	1,00		1,87

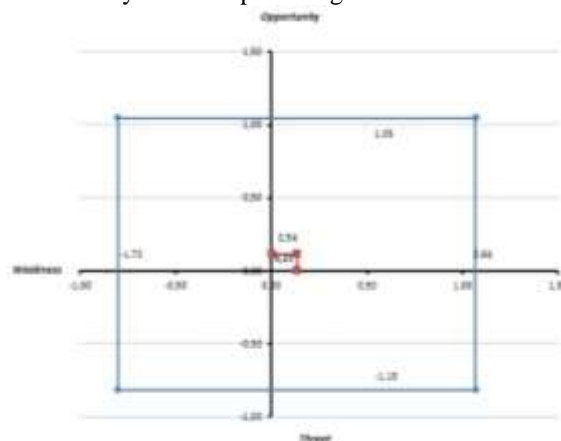
Diagram Cartesius

Di dalam perhitungan strategisnya memerlukan penegasan dari adanya posisi dalam sumbu-sumbunya itu antara kekuatan dan kelemahan, maupun peluang dan ancaman yang semuanya digambarkan dalam garis-garis positif dan negatif. Untuk mencari koordinatnya dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Koordinat Analisis Internal
 $(\text{Skor total Strength} - \text{Skor total Weakness}) / 2 = (1,00 - 1,87) / 2 = -0,44$

b. Koodinat Analisis Eksternal
 $(\text{Skor total Opportunity} - \text{Skor total Theart}) / 2 = (1,00 - 1,87) / 2 = -0,44$

Dari hasil perhitungan di atas maka diketahui titik koordinatnya terletak pada diagram di bawah ini



Gambar 1. Diagram Kartesius

Dari hasil analisis data yang diperoleh dapat dilihat bahwa posisi Koperasi Simpan Pinjam PT. Simona terletak pada Kuadran I. Posisi ini menggambarkan sebuah organisasi dan berpeluang, artinya organisasi dalam keadaan kondisi kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dimana memiliki bobot nilai yang baik dalam lingkungan internal pada posisi kekuatan (*Strength*), di kuadran dalam lingkungan eksternalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa posisi dalam persaingan koperasi Primer Koperasi Karyawan PT Simona berdasarkan kuadran SWOT berada pada kuadran I atau kuadran pertama (*Progresif*), yang artinya menunjukkan bahwa koperasi memiliki kekuatan yang kurang baik, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai peluang dalam mendorong kemajuan koperasi Primer Koperasi Karyawan Simona

Tabel 8. Analisis SWOT Koperasi Simpan Pinjam PT Simona

IFAS	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal koperasi yang memadai. 2. Pencatatan keuangan koperasi berjalan dengan baik. 3. Memiliki lokasi koperasi yang sangat strategis. 4. Memiliki hubungan kerjasama dengan bank. 5. Pinjaman yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan jenis pinjaman yang dipilih. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kemampuan tenaga professional dalam pengelolaan koperasi. 2. Pengurus masih merangkap jabatan. 3. Kurangnya kerjasama antar pengurus. 4. Koperasi sulit berkembang karena modal terbatas. 5. Kurangnya komunikasi pengurus dalam mengelola koperasi.
Opportunity (Peluang)	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang minat anggota terhadap koperasi simpan pinjam. 2. Banyaknya karyawan yang tertarik akan simpan pinjam. 3. Kebijakan pemerintah mempengaruhi anda untuk menjadi anggota. 4. Sistem prasarana dan pelayanan mempengaruhi anda untuk menjadi anggota. 5. Anggota koperasi merasa aman dengan transaksi yang mereka lakukan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan koperasi. 2. Meningkatkan Jumlah Pinjaman. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari pengurus koperasi yang baru. 2. Memperbaiki jadwal kerja agar lebih terorganisir.
Threads (Ancaman)	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Suku Bunga yang turun mempengaruhi anda sebagai anggota koperasi. 2. Adanya persaingan dengan koperasi lain mempengaruhi anda untuk menjadi anggota. 3. Melakukan peminjaman dikoperasi mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan. 4. Anggapan karyawan yang masih negatif terhadap koperasi. 5. Penetapan Batasan maksimal peminjaman. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mensosialisasikan gerakan koperasi kepada karyawan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan pelatihan untuk pengurus koperasi. 2. Meminjam modal dari bank.

Sumber penelitian (2020)

V. PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan usaha koperasi simpan pinjam Primer Koperasi Karyawan Simpan Pinjam PT Simona mempunyai 3 jenis peminjaman uang yaitu primer dengan bunga 1%, skunder 1,5% , dan tersier dengan bunga 2%. Dalam pembahasan makalah ini menggunakan metode SWOT untuk menganalisis *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threath* (Ancaman).

Beberapa hambatan yang dialami oleh Koperasi Simpan Pinjam Primer Koperasi Karyawan PT Simona

1. Adanya kesulitan dalam menagih pinjaman kepada anggota koperasi / karyawan yang sudah pensiun.
2. Terbatasnya modal pinjaman yang ada di Koperasi Simpan Pinjam Primer Koperasi Karyawan Simpan Pinjam PT Simona.

Kurangnya pengurus Koperasi Simpan Pinjam Primer Koperasi Karyawan Simpan Pinjam PT Simona.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran terkait, antara lain:

1. Bagi anggota yang telah pensiun namun masih memiliki tunggakan, pengurus hendaknya menagih langsung kerumah anggota koperasi / karyawan yang sudah pensiun.
2. Koperasi simpan pinjam Primer Koperasi Karyawan PT Simona sebaiknya mempertimbangkan pengembangan kerjasama dengan BANK untuk mengurangi keterbatasan modal.
3. Serta koperasi simpan pinjam Primer Koperasi Karyawan Simpan Pinjam PT Simona harus mencari pengurus yang baru agar tidak terjadi rangkap jabatan disusunan kepengurusan.
4. Bila memungkinkan, hendaknya lokasi koperasi direlokasi ke tempat yang lebih strategis. Serta hendaknya ada pemisahan antara ruang koperasi simpan pinjam dan koperasi toko.
5. Penulis berharap adanya penelitian tentang koperasi simpan pinjam dengan menggunakan

metode lain demi terwujudnya penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahaya, D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Studi. *Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(1), 133–138.
- Sentot Imam Wahjono, M. S. (2018). *Pengantar Bisnis* (Edisi Pert). Jakarta: Prenamedia Group.
- Pratiwi, P., & Herliana, A. (2016). Analisis Dan Desain Sistem Informasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Sejahtera Bersama Bandung. *Jurnal Informatika*, 2(1). <https://doi.org/10.31311/ji.v2i1.71>
- Rahma, F. (2018). Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Rancang Bangun Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Berbasis Kelompok, 1, 9–20. <https://doi.org/10.1016/j.nonrwa.2009.03.024>
- Rahmawati, E. (2016). Vol 6, No 1 (2016), 6(1), 86–90. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/swabumi/issue/view/258>
- Saraswati, L., & Yadnyana, I. K. (2014). Pengaruh Struktur Pengendalian Intern Terhadap Kelancaran Pengembalian Kredit Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7(1), 122–134.