

**STRATEGI PEMASARAN PADA CREDIT UNION KELING KUMANG
TEMPAT PELAYANAN PASAR MAWAR DI PONTIANAK**

Jusef Semahara

Email: vixionjf@yahoo.co.id

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRACT

CU Keling Kumang service office of Pasar Mawar took place in Pontianak which has problems in loan services. The purpose of this study was to know the policy from the marketing strategy of loan service and response to the members of the policy in the current year 2014. The method of the research is a descriptive research method, the technique of data collection are; interviews, questionnaires and documentary studies, with samples which taken by 100 members using purposive sampling method. The sample of criteria are the members that have loaned for twice, live in the city of Pontianak, and debtors who are still active. Qualitative analysis is used as the data analysis technique.

According to the research finding, the loan of CU Keling Kumang service office of Pasar Mawar's marketing mix regarding the product policy, respondents stated that the loan product policy provided very helpful members in carrying out the stages of life. According to price policy, the interest charged to members not as large as other financial institutions. According to distribution policy, respondents felt that the place was not good because it is at the morning market environment. The promotion policy of the company was good. The process policy adopt a fast loan decision. The physical evidence policy, respondents felt uncomfortable in the waiting room and the location of the office building. The people policy, according to the respondent employees in the way of service to members, especially the 3S (Senyum, Sapa, dan Salam) was not good. There are advices from the writer, firstly, it would be better if CU consider about the office location and make it more representative because the morning market activity. Secondly, the security is needed for securing the office and keeping the parking area neat and the last, the front liner staff should be more friendly to the members and apply the 3S training that they already got.

Keywords: *credit services marketing strategy.*

A. Pendahuluan

Perusahaan menawarkan produk dan jasa dengan berbagai keunggulan yang, baik dari jenis dan bentuknya serta kegunaan dengan memainkan keperluan dan emosional dari konsumen, fungsional produk yang ditawarkan dan dampak sosial barang dan jasa kepada lingkungan. Contoh perusahaan jasa diantaranya lembaga keuangan bank dan bukan bank (seperti *Finance*, Koperasi, *Credit Union* (CU), asuransi, Pegadaian dan lain-lain). Karena itu, persaingan di bidang jasa sangat ketat dalam merebut hati nasabah ataupun anggota.

CU Keling Kumang adalah salah satu CU yang sudah tumbuh besar di Kalimantan Barat. Berikut data jumlah peminjam CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak tahun 2009 hingga tahun 2013:

TABEL 1
CU KELING KUMANG TP PASAR MAWAR DI PONTIANAK
DATA JUMLAH ANGGOTA SIMPANAN DAN PEMINJAM
TAHUN 2009 s.d. 2013

Tahun	Anggota Simpanan	Δ Persentase	Peminjam	Δ Persentase
2009	262 orang	-	82 orang	-
2010	648 orang	147,33	204 orang	148,78
2011	1.115 orang	72,07	368 orang	80,39
2012	1.746 orang	56,59	496 orang	34,78
2013	2.119 orang	21,36	484 orang	-2,42

Sumber: Data Olahan, 2014

Berikut data jumlah aset, pinjaman beredar, dan persentase pinjaman beredar CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak tahun 2009 hingga tahun 2013:

TABEL 2
CU KELING KUMANG TP PASAR MAWAR DI PONTIANAK
JUMLAH ASET, PINJAMAN BEREDAR, DAN
PERSENTASE PINJAMAN BEREDAR
TAHUN 2009 s.d. 2013

Tahun	Aset	Δ Persentase	Pinjaman Beredar	Δ Persentase
2009	Rp 3.152.524.885,00		Rp 1.786.553.000,00	
2010	Rp 21.920.819.567,00	595,34	Rp 3.567.584.700,00	99,69
2011	Rp 16.737.112.612,00	-23,65	Rp 12.520.679.700,00	250,96
2012	Rp 38.368.596.761,00	129,24	Rp 25.311.514.400,00	102,16
2013	Rp 61.520.972.182,00	60,34	Rp 21.229.490.550,00	-16,13

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan data-data di atas, diketahui pertumbuhan pinjaman beredar mengalami penurunan dan aset semakin tinggi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran pada Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Pasar Mawar di Pontianak”.

B. Kajian Teori

Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang cepat membuat perusahaan berinovasi untuk mendapatkan perhatian dari konsumen dan membeli produk dan jasa yang perusahaan tawarkan. Sehingga perusahaan mencari cara untuk memuaskan konsumennya, dengan harapan produk yang ditawarkan diterima oleh pasar dengan tujuan

mendapatkan keuntungan besar. Menurut Tjiptono (2006: 16): “Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain.”

Menurut Rangkuti (2013: 235):

“Agar dapat menghasilkan laba yang optimal, perusahaan harus mencari lokasi yang sesuai dengan karakteristik usaha yang ingin dikembangkan. Untuk itu perlu dikembangkan beberapa kriteria yaitu:

1. Perusahaan tersebut hendaknya dapat memanfaatkan tenaga kerja yang tersedia.
2. Perusahaan tersebut harus memiliki tingkat efisiensi penggunaan modal secara optimal.
3. Perusahaan tersebut harus memiliki relatif lebih tinggi produktivitas penggunaan tenaga kerja.
4. Perusahaan tersebut harus memiliki permintaan yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan, yang tampak dalam kenyataan bahwa secara relatif perusahaan tersebut memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lainnya di lokasi yang sama.”

Menurut Payne (2009: 27): “Pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan”. Selain melihat dari internal perusahaan, sebaiknya perusahaan juga mengamati eksternal perusahaan, yaitu perilaku konsumen. Menurut Rangkuti (2013: 49): “Tujuan mempelajari perilaku konsumen secara spesifik adalah agar kita dapat mengetahui tingkah laku, kebiasaan, serta karakteristik konsumen. Berdasarkan informasi ini kita menyusun strategi dan program untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan.”

Perusahaan harus memiliki strategi dalam menjalankan usahanya untuk menarik minat pelanggan, akan sangat sulit perusahaan jasa bertahan apabila hanya menawarkan satu jasa terspesifikasi. Oleh karena itu, perusahaan membuat kebijakan, salah satu di antaranya adalah bauran produk jasa ditawarkan dalam rangka memuaskan berbagai macam kebutuhan dan keinginan pelanggan. Bauran produk bervariasi dalam hal kedalaman, yaitu mengacu pada jumlah variasi atau jenis produk yang ada dalam sebuah lini produk, dan keluasanya yaitu berkaitan dengan jumlah lini produk yang ditawarkan organisasi jasa tertentu yang nantinya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

Menurut Daft (2010: 248): “Manajemen strategis (*strategic management*) adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang digunakan untuk merumuskan dan melaksanakan strategi yang memungkinkan kesesuaian sangat kompetitif antara

perusahaan dan lingkungannya sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.” Manajemen strategik lebih bersifat fleksibel hal ini karena menggabungkan pandangan dan tindakan, penyeimbangan pengendalian dan mengelola stabilitas dan perubahan dalam menghadapi kondisi pasar yang penuh dengan ketidakpastian. Melalui manajemen strategik akan diawali dengan *formulating* (pembuatan), *implementing* (penerapan), dan *evaluating* (evaluasi). Dengan keputusan strategis memungkinkan perusahaan mencapai tujuan masa mendatang. Tujuan dari adanya manajemen strategik yaitu memberikan arah jangka panjang kepada perusahaan mengenai yang akan dituju, membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif, aktivitas pembuatan strategi membuat perusahaan mampu mencegah masalah yang muncul di masa mendatang, dan aktivitas yang tumpang tindih bisa dikurangi bahkan dihilangkan.

Menurut Munaldus (2012: 3): “Credit Union berasal dari dua kata, yaitu *credit* dan *union*. *Credit* dalam bahasa Latin adalah *credere* artinya saling percaya. Sedangkan *union*(*unio*) berarti kumpulan. Jadi, Credit Union artinya kumpulan orang-orang yang saling percaya. Di Indonesia “Credit Union” diterjemahkan sebagai Koperasi Kredit.” Masyarakat yang menyimpan uang di CU disebut anggota. Anggota bisa menggunakan jasa simpan dan pinjam dengan terlebih dahulu diajarkan cara pengelolaan keuangan dan hutangnya. Sehingga anggota dapat mengetahui maksimal sepuluh persen pendapatan untuk menabung, maksimal tiga puluh persen pendapatan untuk membayar hutang, maksimal empat puluh persen pendapatan untuk belanja atau pengeluaran mutlak, dan maksimal dua puluh persen pendapatan untuk pengeluaran bebas terkendali. CU tidak menggunakan dana di luar dari anggota untuk diolah. CU melaksanakan pendidikan kepada para anggota, pengurus, pengawas, komite dan staf, berdasarkan prinsip menolong diri sendiri dalam kebersamaan, demokrasi, sosial, dan ekonomi.

CU Keling Kumang, berdasarkan penilaian Rahardjo, diletakkan pada urutan ketujuh dari 25 Koperasi Besar Indonesia. Pemasaran jasa yang ditawarkan berbagai macam, salah satunya adalah produk jasa pinjaman (kredit). Dari pinjaman yang telah dicairkan kepada anggota, akan terlihat pengaruhnya terhadap pinjaman beredar dan pinjaman lalai pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang dihubungkan dengan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang dikenal dengan 7P.

C. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian yang berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suwartono, (2014: 41): “Pengumpulan data adalah berbagai cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, menghimpun, mengambil, atau menjangkau data penelitian.” Untuk memperoleh data yang diperlukan penulis dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara:

a. Wawancara

Supaya informasi yang diperoleh menjadi jelas dan lengkap, penulis mengambil data dengan tanya jawab secara langsung dengan staf manajemen CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

b. Kuesioner

Penulis menyebarkan kertas dalam bentuk pertanyaan untuk diisi oleh anggota pengguna jasa pinjaman pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

c. Studi Dokumenter

Yaitu penulis mengambil data-data yang diperlukan dari sumber-sumber literatur, buku-buku ilmiah, dan sumber daya yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang diteliti pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2010: 61): populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penulis mengambil populasi sebanyak 484 anggota peminjam pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

b. Sampel

Sugiyono (2010: 62): sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. karena anggota peminjam CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak banyak dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana. maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 anggota peminjam. Metode yang akan digunakan adalah

metode pengumpulan sampel secara sengaja (*Purposive sampling*). Dalam menentukan ukuran sample penelitian berdasarkan ketentuan Slovin, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+N\alpha^2}$$

Dimana n = ukuran sampel; N =Ukuran Populasi; dan α =Toleransi ketidaktelitian (dalam persen).

Diketahui ukuran populasi (N) sebesar 484 orang dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 10%, maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{484}{1+484 \times (0,10)^2} \\ &= 82,87 \text{ atau } 83 \text{ orang} \end{aligned}$$

Jadi, ukuran sampel adalah 83 orang dengan kriteria penentuan sampel adalah:

- 1) Peminjam yang masih aktif
- 2) Peminjam minimal sudah dua kali meminjam
- 3) Peminjam yang berdomisili di Pontianak

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif yaitu dengan mengumpulkan data berupa kuesioner yang telah dijawab responden, kemudian mengelompokkan dan menjumlahkan hasil jawaban responden untuk ditentukan persentasenya untuk ditarik suatu kesimpulan.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Objek penelitian ini adalah seluruh anggota peminjam pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak yang berjumlah sebanyak 484 orang.

Berdasarkan hasil analisis penelitian terhadap karakteristik responden dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah peminjam yang masih aktif, peminjam minimal sudah dua kali meminjam, peminjam yang berdomisili di Pontianak.

2. Analisis Tanggapan Responden terhadap Kebijakan Strategi Pemasaran Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Pasar Mawar di Pontianak

Dalam menjalankan bisnis sangat diperlukan kemampuan menganalisis, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Dengan tujuan perusahaan

mendapatkan keuntungan yang maksimal dan menekan biaya serendah mungkin. Termasuk juga dalam memasarkan dan mengatur strategi pemasaran, sehingga lebih efektif dan efisien.

Strategi pemasaran dalam penelitian ini dibatasi dengan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, Process, Physical Evidence dan People*). Dari bauran pemasaran ini dikembangkan pertanyaan untuk mendapatkan tanggapan dari anggota. Sehingga diketahui kelemahan dan keunggulan pelayanan jasa kredit CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

Untuk mengetahui tanggapan anggota mengenai jasa pelayanan kredit di CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak, dapat dilihat pada Tabel 3:

TABEL 3
CU KELING KUMANG TP PASAR MAWAR DI PONTIANAK
REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

No	Keterangan	STB	TB	N	B	SB	Total
		1	2	3	4	5	
PRODUCT							
1	Variasi produk pinjaman yang ditawarkan memenuhi semua keperluan	1	3	4	51	41	100
2	Keputusan pinjaman yang diberikan Komite Kredit	0	5	5	37	53	100
3	Variasi produk pinjaman memberikan solusi keuangan	0	4	5	45	46	100
PRICE							
1	Menunda pembayaran pinjaman dikenakan denda	0	7	16	48	29	100
2	Pemberian bunga pinjaman bervariasi sesuai dengan produk	0	5	4	49	42	100
3	Bunga pinjaman sama untuk semua anggota	0	5	10	40	45	100
PROMOTION							
1	Informasi mengenai produk simpanan	0	4	12	63	21	100
2	Informasi mengenai produk pinjaman	0	4	16	51	29	100
3	Promosi dari media maupun brosur mengenai produk	1	9	12	51	27	100
PLACE							
1	Lokasi Kantor yang strategis	1	20	19	27	33	100
2	Kemudahan dalam menghubungi CU	0	9	6	45	40	100
3	Tempat parkir yang aman	0	30	18	34	18	100
PEOPLE							
1	Cara pelayanan karyawan terhadap Anggota	0	11	28	39	22	100

2	Cara penyelesaian masalah dengan anggota	0	9	23	50	18	100
3	Pelayanan dengan 3S (Senyum, Sapa dan Salam)	0	18	36	32	14	100
PHYSICAL EVIDENCE							
1	Peralatan kantor yang digunakan	0	7	14	57	22	100
2	Bangunan kantor	0	20	14	50	16	100
3	Kenyamanan ruang tunggu	1	21	18	40	20	100
PROCESS							
1	Penjelasan CS mengenai produk pinjaman	0	8	11	56	25	100
2	Proses dari pengajuan sampai pencairan 14 hari	0	8	9	41	42	100
3	Administrasi dalam pengajuan pinjaman	0	7	11	46	36	100
Total pilihan		4	214	291	952	639	2100

h
an 2014

Berdasarkan Tabel 3 tentang produk, diketahui sebanyak 51 orang responden peminjam menganggap variasi produk pinjaman yang ditawarkan memenuhi semua keperluan sangat baik, sebanyak 52 orang responden menganggap keputusan pinjaman yang diberikan Komite Kredit sangat baik, sebanyak 46 orang responden menganggap produk pinjaman yang diberikan harus memberikan solusi keuangan untuk anggota sangat baik.

Dalam faktor harga, dapat diketahui bahwa sebanyak 48 orang responden menganggap menunda pembayaran pinjaman dikenakan denda baik, sebanyak 49 orang responden menganggap pemberian bunga pinjaman bervariasi sesuai dengan produk baik, dan sebanyak 45 orang responden menganggap bunga pinjaman sama untuk semua anggota sangat baik.

Dalam faktor promosi, dapat diketahui bahwa sebanyak 63 orang responden menganggap informasi mengenai produk simpanan baik, sebanyak 51 orang responden informasi mengenai produk pinjaman baik, dan sebanyak 51 orang responden menganggap promosi dari media maupun brosur mengenai produk baik.

Dalam faktor tempat, dapat diketahui bahwa sebanyak 33 orang responden menganggap lokasi kantor yang strategis sangat baik, sebanyak 45 orang responden menganggap kemudahan dalam menghubungi CU baik, dan sebanyak 34 orang responden menganggap tempat parkir yang aman baik.

Dalam faktor orang, dapat diketahui bahwa sebanyak 39 orang responden menganggap cara pelayanan karyawan terhadap anggota baik, sebanyak 50 orang

responden menganggap cara penyelesaian masalah dengan anggota baik, dan sebanyak 36 orang responden menganggap pelayanan dengan 3S (Senyum, Sapa dan Salam) netral.

Dalam faktor bukti fisik, dapat diketahui bahwa sebanyak 57 orang responden menganggap peralatan kantor yang digunakan baik, sebanyak 50 orang responden menganggap bangunan kantor baik, dan sebanyak 40 orang responden menganggap kenyamanan ruang tunggu baik.

Dalam faktor proses, dapat diketahui bahwa sebanyak 56 orang responden menganggap penjelasan CS mengenai produk pinjaman baik, sebanyak 42 orang responden menganggap proses dari pengajuan sampai pencairan 14 hari sangat baik, dan sebanyak 46 orang responden menganggap administrasi dalam pengajuan pinjaman baik.

3. Penutup

1. Kesimpulan

a. Produk

Produk yang telah diluncurkan oleh CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak telah memenuhi harapan anggota yang selama ini telah menabung dan meminjam. Sebagian besar anggota menyatakan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan tahap-tahap kehidupan manusia di kota Pontianak.

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa variasi produk pinjaman yang ditawarkan memenuhi semua keperluan dianggap baik, keputusan pinjaman yang diberikan Komite Kredit dan variasi produk pinjaman memberikan solusi keuangan dianggap sangat baik.

b. Harga

Harga atau sering disebut bunga pinjaman yang telah ditetapkan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak dalam hal pemberian denda dianggap wajar, karena perusahaan menginginkan semua anggota disiplin dalam keuangan, termasuk mengangsur pinjaman. Variasi bunga sesuai dengan produk pinjaman dianggap baik oleh anggota. Bunga pinjaman seharusnya memang sama untuk semua anggota dan ringan dibandingkan dengan bunga bank.

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa menunda pembayaran pinjaman dikenakan denda dan pemberian bunga pinjaman

bervariasi sesuai dengan produk dianggap baik. Sedangkan, bunga pinjaman sama untuk semua anggota dianggap sangat baik.

c. Saluran Distribusi

Tempat yang menjadi perkantoran bagi CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak, untuk saat ini bagi anggota yang berada di Pontianak dapat dijangkau dengan mudah karena terletak pada jalur utama dan sering dilalui. Menurut anggota sangat strategis karena berada di pusat kegiatan. Namun, anggota merasa kurang nyaman dengan tempat parkir pagi karena banyak kendaraan di lingkungan kantor.

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa lokasi kantor yang strategis dianggap sangat baik. Sedangkan, kemudahan dalam menghubungi CU dan tempat parkir yang aman dianggap baik.

d. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak sudah dianggap memuaskan anggota. Produk simpanan dan pinjaman dapat didengar dan dibaca. Anggota dibagikan buku Pola Kebijakan tahun berjalan 2014 mengenai semua produk yang terdapat pada perusahaan. Sehingga anggota dapat membaca dimana saja.

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa informasi mengenai produk simpanan, informasi mengenai produk pinjaman, dan promosi dari media maupun brosur mengenai produk dianggap baik.

e. Proses

Anggota menganggap pengajuan pinjaman di CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak cepat dengan waktu yang diberikan paling lambat empat belas hari sudah ada keputusan pinjaman. Penjelasan karyawan mengenai produk pinjaman adalah satu, karena karyawan menguasai produk dan administrasi dalam mengajukan pinjaman sangat membantu anggota pengusaha usaha kecil dan menengah yang tidak memiliki SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa penjelasan CS mengenai produk pinjaman, proses dari pengajuan sampai pencairan maksimal empat belas hari, dan administrasi dalam pengajuan pinjaman dianggap baik.

f. Bukti Fisik

Bukti fisik pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak terutama peralatan yang digunakan sudah meyakinkan anggota. Anggota menganggap peralatan yang digunakan sudah sesuai dengan perkembangan zaman, dan standar keamanan baik. Sedangkan, bangunan kantor saat ini dan kenyamanan ruang tunggu masih menjadi masalah karena dianggap bangunan kantor yang menyatu dengan pasar. Ruang tunggu yang sangat sempit dan tempat duduk yang sedikit membuat anggota banyak berdiri menunggu antrian.

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa peralatan kantor yang digunakan, bangunan kantor dan kenyamanan ruang tunggu dianggap baik.

g. Orang

Karyawan *front liner* pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak dianggap masih kurang dalam pelayanan. Baik cara pelayanan karyawan terhadap anggota, cara menyelesaikan masalah atau komplain dengan anggota dan pelayanan dengan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam).

Berdasarkan hasil tanggapan dari seratus responden, diketahui bahwa cara pelayanan karyawan terhadap anggota dan cara penyelesaian masalah dengan anggota dianggap baik. Sedangkan, pelayanan dengan 3S (Senyum, Sapa dan Salam) dianggap netral.

2. Saran-saran

- a. Lokasi kantor yang kurang strategis, menurut responden perlu menjadi perhatian CU, ada baiknya, CU memikirkan lokasi kantor yang lebih representatif dari lokasi sekarang yang berada di lingkungan pasar pagi. Seringkali helm anggota yang tersimpan di atas motor hilang, dan motor anggota tidak terparkir dengan rapi, sehingga diperlukan satpam untuk mengatur kendaraan dan memantau keamanan luar kantor.
- b. Bangunan kantor CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak saat ini dianggap beberapa anggota tidak baik, karena merasa diganggu dengan aktivitas pasar dan dalam ruangan begitu sempit, sehingga anggota yang datang seringkali berdiri menunggu dan berhimpit, karena tempat duduk yang disediakan hanya cukup untuk kurang dari sepuluh orang, sehingga ada baiknya CU selain mencari lokasi yang representatif, juga memikirkan untuk kenyamanan ruang tunggu dengan menambah kursi tunggu dan besar ruangan tunggu.

- c. Dari cara pelayanan karyawan terhadap anggota dan pelayanan dengan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam) dianggap beberapa anggota tidak baik, hal ini dikarenakan cara berkomunikasi staf dengan anggota kurang baik. Dan dalam bertransaksi terkadang tidak sesuai antrian yang datang duluan. Sehingga, diperlukan satpam untuk membagikan nomor antrian manual agar kasir dapat melayani dengan teratur dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Daft, Richard L. *Era Baru Manajemen*, (judul asli: *New Era of Management*), edisi kesembilan. Penerjemah Tita Maria Kanita. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Jusuf, Jopie. *Analisis Kredit untuk Account Officer*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: *Marketing Management, Thirteenth Edition*). Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Munaldus, et al. *Kendaraan Menuju Kemakmuran: Praktik Bisnis Sosial Model Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Payne, Adrian. *Pemasaran Jasa* (judul asli: *Ten Essence Of Service Marketing*). Penerjemah Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Andi, 2009.
- Rahardjo, Dawam. *25 Koperasi Besar Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.
- Rangkuti, Feddy. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma. *Pedoman Penulisan Skripsi*, edisi revisi kedelapan. Pontianak: STIE Didya Dharma, 2012.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suwartono. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*, edisi pertama. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia, 2006.
- _____. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- _____. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Torang, Syamsir. *Organisasi dan Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.