

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMALH ANGGOTA PADA KOPERASI KOSPIN JASA DI DENPASAR

ABSTRAK

Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana peranan analisis SWOT dalam meningkatkan jumlah anggota pada Koperasi Kospin Jasa di Denpasar. Pada penelitian ini terdapat masalah yaitu “bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah anggota pada Koperasi Kospin Jasa di Denpasar”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis deskriptif, Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Eksternal Factor Evaluation- EFE Matrix), Matriks Evaluasi Faktor Internal (Internal Factor Evaluasion-IFE Matrix). Pada hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa saat ini Kospin Jasa di Denpasar strategi bersaing yang diterapkan oleh Kospin Jasa di Denpasar yaitu memaksimalkan kekuatan yang ada untuk menangkap peluang dan meminimalkan ancaman seperti penurunan suku bunga deposito. Upaya menangkap peluang dan meminimalkan ancaman pada Koperasi tersebut terbukti dapat menambah jumlah anggota hingga saat ini. Memaksimalkan kekuatan yang ada untuk menangkap peluang dan meminimalkan ancaman seperti penurunan suku bunga deposito. Kospin Jasa secara aktif mendukung dengan melakukan langkah-langkah menjaga kualitas pelayanan melalui tersedianya sumber daya karyawan yang berkualitas, mempromosikan produk berkualitas dengan suku bunga yang fleksibel, melaksanakan promosi di pasar atau tempat umum sekitar tempat penyelenggaraan dan meningkatkan promosi di jejaring sosial. Serta menjaga citranya di mata publik untuk membangun loyalitas pelanggan. Matrix Internal Factor Evaluasion (IFE Matrix) adalah 3,38 dan nilai tertimbang Matrix Eksternal Factor Evaluasion (EFE Matrix) adalah 3,78 yang mengindikasikan bahwa Kospin Jasa di Denpasar berada pada kuadran pertama sehingga dalam menghadapi dinamika lingkungan internal dan eksternal posisi perusahaan relative kuat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Eksternal, Matriks Evaluasi Faktor Internal, Koperasi Kospin Jasa.

MARKETING STRATEGY TO INCREASE THE NUMBER OF MEMBERS AT THE KOSPIN JASA COOPERATIVE IN DENPASAR

ABSTRACT

This study aims to determine how the role of SWOT analysis in increasing the number of members at Kospin Jasa Cooperative in Denpasar. In this study there is a problem, namely "how is the right strategy to increase the number of members at Kospin Jasa Cooperative in Denpasar". The research method used is descriptive analysis research method, SWOT Matrix, External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix), Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix). The results of this study have shown that currently Kospin Jasa in Denpasar competitive strategy applied by Kospin Jasa in Denpasar is to maximize existing strengths to capture opportunities and minimize threats such as a decrease in deposit interest rates. Efforts to capture opportunities and minimize threats to the Cooperative have proven to be able to increase the number of members to date. Maximizing existing strengths to capture opportunities and minimize threats such as a decrease in deposit interest rates. Kospin Jasa actively supports by taking steps to maintain service quality through the availability of quality employee resources, promoting quality products with flexible interest rates, carrying out promotions in markets or public places around the venue and increasing promotions on social networks. and maintaining its image in the eyes of the public to build customer loyalty. The Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix) is 3.38 and the weighted value of the External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix) is 3.78 which indicates that Kospin Jasa in Denpasar is in the first quadrant so that in the face of internal and external environmental dynamics the company's position is relatively strong.

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, External Factor Evaluation Matrix, Internal Factor Evaluation Matrix, Kospin Jasa Cooperativ*