

**EVALUASI DAYA SAING KREDIT PADA KOPERASI KELUARGA BESAR
SEMEN PADANG (KKSP)**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan
(DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

REZI NOFRIANI

NIM. 58022/2010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN

PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2013

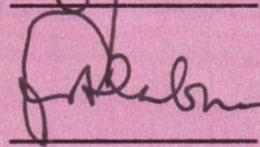
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

EVALUASI DAYA SAING KREDIT PADA KOPERASI KELUARGA BESAR SEMEN PADANG (KKSP)

Nama : Rezi Nofriani
NIM : 58082/2010
Program studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2013

Nama	Tim Penguji	Tanda tangan
Dr. Yulhendri, S.Pd, M.Si	(Ketua)	
Perengki Susanto, SE, M.Sc	(Anggota)	
Gesit Thabrani, SE, MT	(Anggota)	

ABSTRAK

**Rezi Nofriani, (58022/2010) : Evaluasi Daya Saing Kredit Pada Koperasi
Keluarga Besar Semen Padang (KKSP)
Pembimbing : Dr. Yulhendri, S.Pd, M.Si**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana koperasi mempertahankan anggota agar tetap melakukan pinjaman kredit di Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP), bagaimana strategi dalam menghadapi pesaing, dan bagaimana prosedur pemberian pinjaman pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP). Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian deskriptif merupakan cara menjelaskan atau menggambarkan berbagai hal yang menyangkut dengan evaluasi daya saing kredit pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP). Berdasarkan pembahasan, didapatkan kesimpulan bahwa Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) mempertahankan anggotanya dengan memberikan pelayanan yang ramah, memberikan kualitas terbaik, memberikan harga yang wajar, menepati janji dan menciptakan ikatan psikologis. Keunggulan koperasi ini adalah selalu memprioritaskan kegiatan sosial. Strategi yang dilakukan Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) dalam menghadapi pesaing yaitu meningkatkan produktivitas barang/produk, memperhatikan harga yang dipasang pada produk, membuat ikatan emosional dengan konsumen. Strategi pemasaran yang digunakan Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) meliputi 4P yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Prosedur pemberian kredit di Koperasi Keluarga Besar Semen Padang cepat dan mudah.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, taufik dan hidayah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Evaluasi Daya Saing Kredit Pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP)**”.

Tugas akhir ini disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Ahli Madya (DIII) pada jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, motivasi, bantuan, bimbingan serta do’a yang telah diberikan oleh berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah menyediakan fasilitas dan kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Diploma III dan Ibu Nelvirita, SE, Ak, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr. Yulhendri, S.Pd. M.Si selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, semangat, kepercayaan kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.
5. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak

membantu dengan ikhlas dan tulus memberikan bimbingan akademik.

6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulisan karya ilmiah ini, serta kepada karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu dibidang administrasi.
7. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan bahan perkuliahan dan karya ilmiah.
8. Seluruh karyawan Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir.
9. Teristimewa kepada orang tua dan saudara penulis yang telah memberikan semua perhatian, kasih sayang, semangat, dorongan, doa, pengorbanan dan selalu mendengar keluhan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Kepada Rekan-rekan mahasiswa Manajemen Perdagangan Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang terutama angkatan 2010 atas kebersamaan yang sangat terkenang selama ini.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang bermanfaat buat penulis. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat buat kita semua.

Padang, Agustus 2013

Rezi Nofriani

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Jasa.....	8
C. Pesaing.....	10
D. Kredit.....	15
E. Koperasi.....	18
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23

C. Rancangan Penelitian.....	23
------------------------------	----

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan.....	27
---------------------------	----

B. Pembahasan.....	39
--------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	52
--------------------	----

B. Saran.....	53
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1: Jumlah kredit yang disalurkan Koperasi Keluarga Besar Semen Padang	3
Tabel 4.1: Jumlah nasabah atau peminjam pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang	42
Tabel 4.2: Pemotongan pinjaman Koperasi Keluarga Besar Semen Padang pada Pinjaman jangka pendek.....	46
Tabel 4.3: Pemotongan pinjaman Koperasi Keluarga Besar Semen Padang pada Pinjaman jangka panjang.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Koperasi Keluarga Besar Semen Padang.....	33
Gambar 4.2: Saluran Distribusi Koperasi Keluarga Besar Semen Padang.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1: Surat Observasi

Lampiran 2: Surat Pernyataan menyelesaikan observasi dari perusahaan

Lampiran 3: Prosedur pemberian kredit Koperasi Keluarga Besar

Semen Padang

Lampiran 4: Surat perjanjian pinjaman jangka pendek dan jangka panjang

Koperasi Keluarga Besar Semen Padang

Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan banyak perusahaan yang dituntut untuk dapat memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen atau pelanggannya dalam memenuhi semua keinginan konsumen. Konsumen merupakan hal yang penting untuk kelangsungan sebuah perusahaan, oleh karena itu mempertahankan konsumen sangatlah perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan, agar kesuksesan sebuah perusahaan dapat tercapai. Berdasarkan hal tersebut pelayanan merupakan landasan dasar yang memperkuat keseluruhan proses pemasaran untuk dapat terus berjalan.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, dan juga usaha memasarkan barang dan jasa yang diproduksi sebagai aktivitas pokok atau sampingan, sehingga tujuan yang ditetapkan dapat dicapai.

Dalam pemasaran ada beberapa pedoman penting yaitu pedoman pertama “kenalilah konsumen anda” dan pedoman kedua “kenalilah produk anda”. Sebuah perusahaan memenuhi target ekonomisnya jika ia dapat memuaskan pelanggannya melalui produk dan pemasaran barang-barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan mereka. Dengan keterbatasan sumber daya dan keprihatinan terhadap lingkungan, inovasi produk yang secara sosial bertanggung jawab menjadi penting. Produk dan jasa baru yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan menjadi

faktor utama pertumbuhannya, tingkat labanya, dan program pemasaran secara keseluruhan menjadi faktor penentu selanjutnya yang akan menentukan berhasil tidaknya produk baru tersebut di pasar.

Permasalahan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan agar sampai ketangan konsumen. Salah satu perusahaan yang memasarkan jasa adalah Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP). Keputusan konsumen atau calon nasabah memilih atau membeli jasa sangat tergantung pada bagaimana penyedia jasa dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam setiap tahapan proses keputusan konsumen. Hal ini dikarenakan setiap konsumen yang akan menggunakan jasa dari suatu perusahaan juga dipengaruhi bagaimana si penyedia jasa atau pihak Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) menyesuaikan keinginan calon nasabah untuk mau melakukan peminjaman kredit dengan agunan yang disepakati.

Dengan persaingan yang begitu ketat saat ini, kualitas jasa mempunyai peranan yang sangat berpengaruh dalam pengembangan jasa koperasi. Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) merupakan unit usaha yang bergerak dibidang jasa penyaluran pinjaman kepada anggota PT. Semen Padang dan Anak Perusahaan dan Lembaga Penunjang (APLP).

Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar, maka perusahaan harus melakukan optimalisasi peran pemasaran. Maju mundurnya suatu perusahaan sangat tergantung pada strategi pemasarannya. Menyadari pentingnya strategi pemasaran, maka hampir semua perusahaan memiliki strategi

yang unik (khas). Setiap orang menginginkan hidup bahagia, tenang dan nyaman. Namun kebutuhan hidup dari waktu ke waktu terus meningkat adakalanya muncul kebutuhan yang sangat mendesak dan sulit ditunda atau ada peluang bisnis yang baik dan sayang untuk dilewatkan begitu saja sementara itu, cadangan dana tidak tersedia dan benda-benda berharga pun sayang untuk dijual.

Koperasi sangat memahami keadaan tersebut, maka koperasi menawarkan sejumlah alternatif pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Salah satu jasa koperasi yang ditawarkan adalah peminjaman kredit.

Pada situasi perekonomian yang sedang mengalami goncangan adanya krisis global yang perlahan akan mengganggu sektor-sektor perekonomian baik skala makro atau mikro terutama pada sektor usaha kecil menengah yang mengalami kesulitan dalam pemodalan untuk kelanjutan usahanya. Disini Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP) memiliki peranan penting dalam melindungi kesulitan pemodalan dengan cara memberikan pinjaman kredit dengan persyaratan atau ketentuan yang berlaku. Berikut ini adalah tabel 1.1 tentang kredit yang disalurkan Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP).

Tahun	Jumlah kredit (Rp)	Persentase
2010	13,871,000,000	-
2011	17,939,000,000	29.33%
2012	22,219,000,000	23.86%

Sumber : Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP)

Tabel 1.1: Jumlah kredit yang disalurkan Koperasi Keluarga Besar Semen Padang tahun 2010-2012 (Rupiah).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kredit yang disalurkan oleh Koperasi Keluarga Besar Semen Padang mengalami peningkatan setiap tahun mulai dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2012. Pada tahun 2011 jumlah kredit yang disalurkan naik 29.33% dan tahun 2011 sebesar 23.86%. Peningkatan ini diakibatkan karena keinginan dan kebutuhan nasabah yang tinggi, sehingga menuntut nasabah untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan itu.

Berdasarkan paparan diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul tentang ***“Evaluasi Daya Saing Kredit Pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang (KKSP)”***.

B. Perumusan Masalah

Sebagaimana yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Koperasi Keluarga Besar Semen Padang mempertahankan nasabah dari pesaing?
2. Apa saja keunggulan dari Koperasi keluarga Besar Semen Padang ini, sehingga anggota lebih memilih koperasi untuk melakukan pinjaman kredit?
3. Bagaimana strategi Koperasi Keluarga Besar Semen Padang menghadapi pesaing?
4. Bagaimana prosedur pemberian kredit pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Koperasi Keluarga Besar Semen Padang mempertahankan nasabah dari pesaing.
2. Untuk mengetahui produk apa saja yang ditawarkan pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang ini.
3. Untuk mengetahui keunggulan dari Koperasi Keluarga Besar Semen Padang ini.
4. Untuk mengetahui bagaimana prosedur pemberian kredit pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai bahan latihan dan perbandingan secara langsung pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi dilapangan khususnya dalam daya saing kredit pada Koperasi Keluarga Besar Semen Padang.
 - b. Memberikan wawasan dan tambahan pengetahuan tentang daya saing kredit yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Besar Semen Padang.

c. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Program Studi Diploma III (tiga) Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

2. Bagi Universitas

Dapat memberikan referensi tentang daya saing kredit yang ada pada koperasi yang berguna untuk pustaka yang dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya dan memberikan jawaban terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan untuk dijadikan pertimbangan dalam menetapkan daya saing kredit koperasi.