

**SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMASARAN
PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM
KELUARGA SEJAHTERA**



AULIA SALMA TAMMAYYUSDIN (11172084)

GARDIKA SANDRA (11172529)

WIKA WIDYA LAURETA (11172107)

Program Studi Sistem Informasi

Universitas Nusa Mandiri

Jakarta

2021

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan dan semangat kepada kami sehingga Skripsi dengan judul **“Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera”** ini dapat selesai dengan baik dan lancar. Kami persembahkan skripsi ini untuk:

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya kami bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Ibu Sri Partanti dan Bapak Kanio (Alm) orang tua dari Aulia Salma Tammayyusdin, Ibu Wiwik dan Bapak Kosiran orang tua dari Wika Widya Laureta, Ibu Saliyati Turian dan Bapak Sandra Yulfan orang tua dari Gardika Sandra, serta Pira Paradila Amd Kep istri dari Gardika Sandra. Telah membantu penulis memberikan motivasi, semangat serta doa sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Ibu Daning Nur Sulistyowati, M.Kom selaku dosen pembimbing kami yang telah meluangkan waktu untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom selaku kepala Rektor Universitas Nusa Mandiri.
5. Bapak Sulaeman Hadi Sukmana, M.Kom selaku Penasehat Akademik kelas 11.8AB.06 Jurusan Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri.
6. Ibu Tri Sunarning selaku Pimpinan Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera yang telah memberikan kami kesempatan untuk menjadikan KSP Keluarga Sejahtera sebagai bahan penelitian kami, terimakasih untuk dukungan, kritik dan nasehat-nasehat selama kami melakukan penelitian.
7. Sahabat kami Triyana Dewi yang dengan secara sukarela memberikan waktu luangnya untuk membantu kami mengoreksi sebelum pengajuan ke dosen pembimbing.

8. Sahabat kami Anis Prasasti yang selalu menyemangati, memberikan dukungan serta penghibur kami disaat lelah dalam mengerjakan skripsi kami.
9. Alifia dan Cindera yang tak kalah memberi semangat dalam proses skripsi ini,
10. Zaid Zidan yang kadang mengerti bilamana sang kakak sedang pusing akan skripsi kamu menjadi adik yang sangat nurut, terimakasih.
11. Seluruh karyawan Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera yang telah membantu penyusunan skripsi ini.
12. Dosen jurusan Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama berada di Universitas Nusa Mandiri.
13. Staf / Karyawan dilingkungan Nusa Mandiri.
14. Terima kasih kepada pembaca semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang berguna kelak.
15. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
16. Serta rekan-rekan sejawat dan seperjuangan yang ikut memberikan bantuannya dalam pembuatan skripsi, khususnya kelas 11.8AB.06.

Kami selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih dan mohon maaf kepada pihak-pihak yang membantu penulis. Kami berharap skripsi ini dapat berguna ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 01 Agustus 2021

Anggota:

1. Gardika Sandra
2. Wika Widya Laureta

Penulis



Aulia Salma Tammayusdin
Ketua Kelompok

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Salma Tammayyusdin

NIM : 11172084

Program Studi : Sistem Informasi

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat dengan judul: **"Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera"**, adalah asli (orisinal) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari **Universitas Nusa Mandiri** dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Juli 2021

Yang menyatakan,

Anggota:

1. Gardika Sandra
2. Wika Widya Laureta

Yang menyatakan,



Aulia Salma Tammayyusdin
Ketua Kelompok

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aulia Salma Tammayyusdin

NIM : 11172084

Program Studi : Sistem Informasi

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non- exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: **"Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera"**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Nusa Mandiri** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Juli 2021

Yang menyatakan,

Anggota:

1. Gardika Sandra
2. Wika Widya Laureta

Yang menyatakan,



Aulia Salma Tammayyusdin
Ketua Kelompok

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aulia Salma Tammayyusdin
NIM : 11172084
Program Studi : Sistem Informasi
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi
Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Telah dipertahankan pada periode 2021-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana Program Studi Sistem Informasi di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2021

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing : Daning Nur Sulistyowati, M.Kom 

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Narti, M.Kom. 

Penguji II : Shinta Oktaviana, M.Kom. 

**UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI**

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Gardika Sandra
NIM : 11172529
Program Studi : Sistem Informasi
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi
Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Telah dipertahankan pada periode 2021-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana Program Studi Sistem Informasi di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2021

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing : Daning Nur Sulistyowati, M.Kom 

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Narti, M.Kom. 

Penguji II : Shinta Oktaviana, M.Kom. 

**UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI**

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Wika Widya Laureta
NIM : 11172107
Program Studi : Sistem Informasi
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi
Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Telah dipertahankan pada periode 2021-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana Program Studi Sistem Informasi di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2021

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing : Daning Nur Sulistyowati, M.Kom 

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Narti, M.Kom. 

Penguji II : Shinta Oktaviana, M.Kom. 

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

PANDUAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi yang berjudul **“Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera”** adalah hasil karya tulis asli AULIA SALMA TAMMAYYUSDIN, GARDIKA SANDRA, WIKA WIDYA LAURETA dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruh karya tulis ini tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : Aulia Salma Tammayyusdin

Alamat : Perum Pesona Pulo Indah Blok I No.19 RT 005/053

Desa Sumber Jaya, Tambun Selatan

No. Telp : 081389443560

E-mail : tammaulias@gmail.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, Adapun judul Skripsi yang penulis ambil sebagai berikut: **“SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMASARAN PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM KELUARGA SEJAHTERA”**

Tujuan penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Sistem Informasi di Universitas Nusa Mandiri. Skripsi ini merupakan hasil analisa pemasaran pada koperasi simpan pinjam keluarga sejahtera yang menggunakan sistem penunjang keputusan dengan metode *Analitycal Hierarchy Process* (AHP). Kami menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak maka, penulisan skripsi ini tidak akan lancer. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri.
2. Wakil Rektor Universitas Nusa Mandiri.
3. Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri.
4. Ibu Daning Nur Sulistyowati, M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan dukungan kepada kami.
6. Bapak Sulaeman Hadi Sukmana, M.Kom. selaku Penasehat Akademik kelas 11.8AB.06 Jurusan Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri.
7. Staf/Karyawan dilingkungan Nusa Mandiri.

8. Ibu Tri Sunarning selaku Kepala Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera.
9. Seluruh karyawan Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera yang telah membantu penyusunan skripsi ini.
10. Untuk Ayah dan Ibu kami tercinta yang selalu mendoakan, memberikan nasihat, dan memberikan dukungan moril maupun materil selama menempuh pendidikan di Universitas Nusa Mandiri.
11. Serta rekan-rekan sejawat dan seperjuangan yang ikut memberikan bantuannya dalam pembuatan skripsi, khususnya kelas 11.8AB.06.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebutkan satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Kami menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini dimasa akan datang.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan para pembaca yang berminat.

Anggota:

3. Gardika Sandra
4. Wika Widya Laureta

Jakarta, 1 Agustus 2021

Penulis



Aulia Salma Tammayusdin
Ketua Kelompok

ABSTRAK

Aulia Salma Tammayusdin (11172084), Gardika Sandra (11172529), Wika Widya Laureta (11172107), Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Penelitian ini membahas mengenai sistem penunjang keputusan pemasaran pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera, sebagai sebuah koperasi yang menyediakan pelayanan jasa keuangan yang disediakan oleh masyarakat umum untuk melakukan simpan pinjam dalam meningkatkan kestabilan ekonomi. Dengan adanya sebuah pandemi ini, membuat masyarakat mengalami penurunan dalam faktor keuangan yang mengakibatkan finansial terganggu dan terkendala untuk kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini masyarakat umum akan mengetahui program yang dilakukan oleh anggota koperasi dalam menyebarkan pemasaran dikalangan masyarakat sekitar atau bahkan ibu-ibu PKK yang memiliki organisasi lingkungan sosialnya. Proses ini dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera teratasi dalam pemilihannya secara terstruktur. Sebagai salah satu sumber informasi mengenai proses yang dilakukan dalam pemasaran untuk memudahkan perusahaan untuk mempertimbangkan angka terbesar dalam banyaknya jumlah masyarakat yang mendapatkan info mengenai Koperasi Keluarga Sejahtera. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan dalam pemilihan akhir yang di dapat melalui nilai rasio. Penelitian ini dapat bertujuan untuk memberikan penjelasan terkait informasi pemasaran dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), agar mendapatkan nilai prioritas pemasaran yang dilakukan Koperasi Keluarga Sejahtera.

Kata Kunci: Sistem Penunjang Keputusan, Pemasaran Koperasi, Pelayanan Jasa Keuangan, Masyarakat Umum

ABSTRACT

Aulia Salma Tammayusdin (11172084), Gardika Sandra (11172529), Wika Widya Laureta (11172107), Marketing Decision Support System in the Prosperous Family Saving and Loan Cooperatives

This study discusses the marketing decision support system in the prosperous family savings and loan cooperatives, as a cooperative that provides financial services provided by the general public to make savings and loans in increasing economic stability. With this pandemic, people experience a decline in financial factors that result in financial disruption and constraints in daily life. In this study the general public will know the programs carried out by cooperative members in spreading among the surrounding community or even PKK women who have social environmental organizations. This process is carried out by the Prosperous Family Cooperative, which is resolved in a structured selection. As a source of information about the process carried out in marketing to make it easier for companies to consider the largest number in the number of people who get information about the Prosperous Family Cooperative. The method used in this research is to make decisions in the final selection which can be obtained through the ratio value. This study aims to provide an explanation related to marketing information using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method, in order to get the value of marketing priorities carried out by the Prosperous Family Cooperative.

Keywords: Decision Support System, Cooperative Marketing, Financial Services, General Public



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PESEMBAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PANDUAN PENGGUNAAN HAK CIPTA	ix
 Kata Pengantar	 x
Abstrak	xii
Daftar Isi	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Tabel	xvii
Daftar Lampiran	xviii
 BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Luaran Penelitian	3
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Landasan Teori	4
2.1.1. Pengertian Koperasi	4
2.1.2. Tujuan Koperasi	4
2.1.3. Prinsip Koperasi	5
2.1.4. Sistem Penunjang Keputusan (SPK)	5
2.1.5. Tahapan Penentuan Permasalahan SPK	5
2.1.6. Pengertian Strategi Pemasaran	6
2.1.7. Tujuan Pemasaran	7
2.2. Penelitian Terkait	7
 BAB III	
METODE PELAKSANAAN	9
3.1. Metode Penelitian	9
3.1.1. Uji Validitas	9
3.1.2. Uji Realibilitas	9
3.2. Tahapan Penelitian	10
3.3. Teknik Pengumpulan Data	11
3.3.1. Populasi Kuesioner	12
3.4. Analisis Data	13
3.4.1. Perhitungan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)	14
 BAB IV	
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KHUSUS	15
4.1. Hasil dan Pembahasan	15
4.1.1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	15

4.1.2. Bagan <i>Analitycal Hierarchy Pocess</i> (AHP)	20
4.1.3. Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan.....	21
4.1.4. Menentukan Matriks Perbandingan Kriteria	21
4.1.5. Hasil Matriks Nilai Kriteria.....	22
4.1.6. Matriks Penjumlahan Tiap Baris Kriteria.....	23
4.1.7. Perhitungan Consistency Ratio Kriteria	23
4.1.8. Menentukan Matriks Perbandingan Alternatif	24
4.1.9. Hasil Matriks Nilai Alternatif.....	25
4.1.10. Matriks Penjumlahan Tiap Baris Alternatif	25
4.1.11. Perhitungan Consistency Ratio Alternatif	25
4.2. Potensi Hasil	26
BAB V	
PENUTUP	28
5.1. Kesimpulan.....	28
5.2. Saran.....	29
DAFTAR PUSTAKA	30
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	32
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI	35
SURAT KETERANGAN RISET	38
LAMPIRAN.....	41
Lampiran Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme	
Lampiran Jurnal Skripsi Terpublish	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1. Tahapan Penelitian	11
Gambar III.2. Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner	18
Gambar III.3. Uji Realibilitas Pertanyaan Kuesioner	19
Gambar IV.4. Bagan <i>Hierarcy</i>	20



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel III.1. Uji Reliabilitas	10
Tabel III.2. Populasi Kuesioner	12
Tabel IV.3. Skor Penilaian Kuesioner.....	16
Tabel IV.4. Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner.....	18
Tabel IV.5. Skala Penilaian Perbandingan Pasangan.....	21
Tabel IV.6. Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria.....	21
Tabel IV.7. Rumus Perbandingan Kriteria.....	21
Tabel IV.8. Hasil Matriks Nilai Kriteria	22
Tabel IV.9. Penjumlahan Setiap Baris Kriteria.....	23
Tabel IV.10. Perhitungan <i>Consistency Ratio</i> (CR) Kriteria.....	23
Tabel IV.11 Hasil Nilai <i>Consistency Ratio</i> (CR) Prioritas Kriteria.....	23
Tabel IV.12. Matriks Berpasangan Alternatif.....	24
Tabel IV.13. Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif.....	24
Tabel IV.14. Matriks Nilai Alternatif	25
Tabel IV.15. Matriks Penjumlahan Setiap Baris Alternatif	25
Tabel IV.16. Perhitungan <i>Consistency Ratio</i> (CR) Alternatif.....	26
Tabel IV.17. Hasil Nilai <i>Consistency Ratio</i> (CR) Prioritas Alternatif.....	26
Tabel IV.18. Matriks Nilai Prioritas Kriteria dan Alternatif.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Lampiran 1. Format Jadwal Kegiatan	39
2. Lampiran 2. Biodata Ketua dan Anggota.....	40
3. Lampiran 3. Biodata Dosen Pendamping.....	43
4. Lampiran 4. Justifikasi Anggaran Kegiatan.....	44
5. Lampiran 5. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	45
6. Lampiran 6. Gambar Pertanyaan Kuesioner	46
7. Lampiran 7. Gambar Responses & Grafik Kuesioner	51
8. Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara Melalui Zoom Meeting.....	56
9. Lampiran 9. Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme.....	58
10. Lampiran 10. Jurnal Skripsi Terpublish.....	59



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan saat ini dengan munculnya suatu pandemik *covid-19* yang terjadi di Indonesia membuat masyarakat mengalami kendala permasalahan di dalam perekonomian. Banyaknya masyarakat yang bekerja pada perusahaan terkena dampak dalam pemutusan hubungan kerja (PHK) yang mengakibatkan faktor ekonomi menjadi salah satu permasalahan. Dengan adanya suatu koperasi dapat membantu masyarakat dalam kestabilan perekonomian yang bersifat sementara untuk meningkatkan kembali faktor ekonomi yang pada sebelumnya mengalami kendala. Namun, koperasi yang dibutuhkan oleh masyarakat harus jelas keberadaannya dan sesuai dengan aturan manajemen yang baik di dalam melakukan kegiatan simpan pinjam untuk masyarakat yang membutuhkan.

Menurut UU No 25 tahun 1992, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan pada asas kekeluargaan. Selanjutnya berdasarkan pasal 4 dari UU No 25 tahun 1992, disebutkan bahwa fungsi koperasi meliputi : 1). Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. 2). Berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat. 3). Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya. 4). Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang

merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi[1].

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan/koperasi pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya. Disamping itu strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Dengan demikian strategi pemasaran dapat memberikan gambaran dengan jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang [2].

Sasaran dari program koperasi ini adalah untuk masyarakat yang kurang mampu yang bertujuan untuk memperbaiki perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Koperasi yang merupakan salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan kepribadian badan indonesia yang pantas untuk ditumbuh kembangkan sebagai badan usaha penting [3].

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Koperasi sebagai wadah untuk membantu masyarakat dalam faktor ekonomi.
2. Cara pemasaran yang dilakukan Koperasi Keluarga Sejahtera.
3. Sistem penunjang keputusan pada Koperasi Keluarga Sejahtera.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pemasaran yang dilakukan pada Koperasi keluarga Sejahtera.
3. Untuk memecahkan masalah dengan menggunakan sistem penunjang keputusan.

1.4. Luaran Penelitian

Luaran penelitian dalam penulisan skripsi ini dibuat ke dalam bentuk jurnal dengan menggunakan template TIN (Terapan Informatika Nusantara) yang di upload melalui OJS Seminar Journal pada link <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin/article/view/833> dengan Vol 2, No 3, Agustus 2021, Hal 120-128, ISSN 2722-7987.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian skripsi ini, meliputi pengertian koperasi, manfaat koperasi, tujuan koperasi, sistem penunjang keputusan, tahapan penentuan permasalahan SPK, pengertian strategi pemasaran, tujuan pemasaran, dan fungsi pemasaran yang berkaitan dengan penelitian.

2.1.1. Pengertian Koperasi

Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang memiliki ciri yang berbeda jika dibandingkan dengan organisasi ekonomi lain. Perbedaan ini, terletak pada sistem nilai etis yang melandasi kehidupannya dan terjabar dalam prinsip-prinsipnya yang kemudian berfungsi sebagai norma-norma etis untuk mempolakan tata laku koperasi sebagai organisasi ekonomi. Ciri utama koperasi terletak pada kerjasama para anggota dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan hidup bersama. Karakter inilah yang terumus sebagai prinsip self-help atau menolong diri sendiri. Koperasi di Indonesia tidak semata-mata dipandang sebagai bentuk perusahaan yang mempunyai asas dan prinsip yang khas, namun koperasi juga dipandang sebagai alat untuk membangun sistem perekonomian Indonesia[4].

2.1.2. Tujuan Koperasi

Koperasi memiliki karakteristik sebagai kumpulan orang dan bukan kumpulan modal. Demokrasi menjadi salah satu prinsip yang sangat menonjol dari gerakan perkoperasian di dunia maupun di Indonesia. Koperasi dilahirkan oleh para anggota, dikelola dan dibesarkan oleh para anggota dan pada akhirnya manfaatnya diberikan untuk para anggota. Oleh karena itu, tujuan utama pendirian koperasi yaitu

untuk mensejahterakan anggota bukan hanya sekedar mengejar keuntungan sebagaimana persekutuan perseroan [5].

2.1.3. Prinsip Koperasi

Prinsip-prinsip koperasi sebagai keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, Pengelolaan dilakukan secara demokratis, Pembagian Sisa Hasil Usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, Pemberian balas jasa tidak terkait besarnya setoran modal, Kemandirian, pendidikan koperasi, dan kerjasama antar koperasi [6].

2.1.4. Sistem Penunjang Keputusan (SPK)

Sebuah sistem yang mampu memberikan kemampuan pemecahan masalah maupun kemampuan pengkomunikasian untuk masalah dengan kondisi semi terstruktur dan tidak terstruktur. Sistem ini digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam situasi semi terstruktur dan situasi yang tidak terstruktur, dimana tak seorangpun tahu secara pasti bagaimana keputusan seharusnya dibuat. SPK bertujuan untuk menyediakan informasi, membimbing, memberikan prediksi serta mengarahkan kepada pengguna informasi agar dapat melakukan pengambilan keputusan dengan lebih baik dan implementasi teori-teori pengambilan keputusan yang telah diperkenalkan oleh ilmu-ilmu seperti *operation research* dan *menegement science*, hanya bedanya adalah bahwa jika dahulu untuk mencari penyelesaian masalah yang dihadapi harus dilakukan perhitungan iterasi secara manual (biasanya untuk mencari nilai minimum, maksimum, atau optimum) [7].

2.1.5. Tahapan Penentuan Permasalahan SPK

Membentuk *normalized decision matrix* dengan menghitung matriks ternormalisasi Topsis memerlukan rating pada setiap data kriteria atau data subkriteria yang sudah dinormalisasi, Membentuk *weighted normalized decision*

matrix Solusi ideal positif A^+ dan solusi ideal negatif A^- dapat ditentukan berdasarkan rating bobot ternormalisasi (Y_{ij}) sebagai menghitung matriks yang terbentuk dari normalisasi bobot. Melakukan perhitungan nilai ternormalisasi bobot dengan mengalikan nilai yang sudah ditentukan pada setiap alternatif dari matrik normalisasi dengan nilai bobot yang ditentukan pengambil keputusan, Mencari hasil nilai solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Solusi ideal positif dan solusi ideal negatif dapat dihitung dari bobot yang sudah dinormalisasi dari hasil langkah sebelumnya, Menentukan jarak antara nilai setiap data alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif. Besar jarak antara data alternatif A_i dengan solusi ideal positif dan Mencari nilai paling dekat setiap data alternatif terhadap solusi ideal (preferensi) [8].

2.1.6. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam perbandingannya di pasar melawan pesaing-pesaing. Oleh karena itu maka senjata itu harus disesuaikan dengan keadaan pasar serta kondisi persaingan yang dihadapinya [9]. Kegiatan pemasaran selain meningkatkan profitabilitas juga akan meningkatkan nilai merek atau yang biasa disebut ekuitas merek (*brand equity*). Brand equity adalah perbedaan respon konsumen terhadap suatu produk atau cara pemasarannya [10]. Strategi dalam pemasaran didefinisikan sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan, dengan mengembangkan keunggulan bersaing secara berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang

digunakan untuk melayani pasar sasaran. Dengan demikian, strategi pemasaran dapat dimaknai sebagai rencana yang diformulasikan secara sistematis mengenai kegiatan pemasaran[11].

2.1.7. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran bertujuan agar perusahaan secara obyektif mengetahui kondisi-kondisi internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu perencanaan strategi pemasaran penting dalam mendapatkan keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan sumber daya pemasaran serangkaian sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dengan rencana, pelaksanaan dan evaluasi yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, serta memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan [12].

2.2. Penelitian Terkait

Penelitian terkait dalam penulisan skripsi ini membahas mengenai “Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera”, Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Tujuan *manajer* perusahaan adalah menemukan, menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran dengan menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasa kepada konsumen [13].

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Analitycal Hierarchy Process* (AHP). Metode tersebut dipilih karena metode AHP merupakan suatu bentuk model

penunjang keputusan dimana komponen utamanya adalah sebuah hirarki fungsional dengan input utamanya adalah persepsi manusia. Sifatnya yang *fleksible* menyebabkan penambahan dan pengurangan kriteria pada suatu hirarki dapat dilakukan dengan mudah dan tidak mengacaukan atau merusak hirarki[14].

AHP digunakan untuk menyelesaikan masalah multikriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, struktur masalah yang belum jelas, ketidakpastian pendapat dari pengambil keputusan, pengambil keputusan lebih dari satu orang, dan ketidakakuratan data yang tersedia[15].

Dalam hal ini, metode yang dilakukan pada saat melakukan penelitian menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang dimasukkan ke dalam sistem penunjang keputusan untuk mengetahui proses yang dilakukan secara terstruktur dan penelitian ini juga menyertai metode dengan mengumpulkan data-data olahan yang di dapatkan dari Koperasi Sejahtera.

Berdasarkan hasil dari penelitian, dapat memberikan hasil berupa perhitungan akhir secara sederhana yang dilakukan dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan pemasaran yang lebih banyak dilakukan oleh Koperasi Sejahtera. Dengan demikian hasil tersebut dapat membantu Koperasi Sejahtera dalam mengembangkan usahanya di dalam pemasaran.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan mencari informasi mengenai Koperasi Keluarga Sejahtera. Dalam metode penelitian ini dilakukan pengumpulan data penelitian dan hasil data yang di dapat akan dibuat kedalam metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Adapun metode yang dilakukan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

3.1.1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah *instrument* penelitian yang digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner yang telah di isi oleh masing-masing responden. Kuesioner dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung hasilnya lebih besar daripada r tabel. Indikator dalam melakukan uji validitas item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid apabila r hitung $> r$ tabel dan item kuesioner dinyatakan tidak valid apabila r hitung $< r$ tabel.

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.

3.1.2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah *instrument* penelitian yang digunakan untuk mengetahui suatu kuesioner dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan *reliable* atau tidak. Dalam melakukan uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.

Tabel III.1. Uji Reliabilitas

No	Reliabilitas
1	Alpha >0,90 maka reliabilitas sempurna
2	Alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
3	Alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat
4	Alpha antara <0,50 maka reliabilitas rendah

3.2. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan tahapan yang dilakukan oleh penulis dalam menyusun penelitian skripsi yang dimulai dari awal perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap laporan dalam penulisan penelitian, sebagai berikut :

1. Menentukan Penelitian Kuantitatif

Dalam persiapan melakukan penelitian kuantitatif ini menentukan banyaknya jumlah dalam kuantitas.

2. Identifikasi Masalah

Merupakan proses yang dilakukan untuk mendefinisikan masalah yang ada pada Koperasi Keluarga Sejahtera untuk menjadi bagian yang paling penting di dalam penelitian.

3. Mengumpulkan Data

Data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

4. Wawancara Terhadap Narasumber

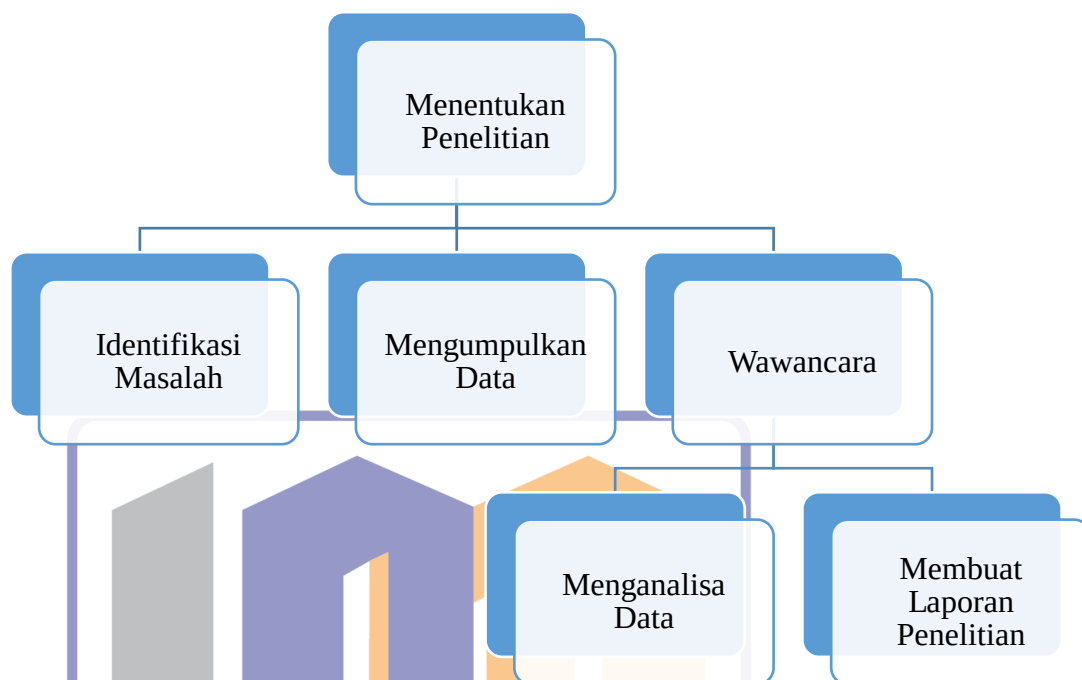
Melakukan kegiatan Tanya jawab kepada pihak Koperasi Keluarga Sejahtera untuk memperoleh sebuah informasi mengenai Koperasi Keluarga Sejahtera.

5. Menganalisa Data

Mengolah data menjadi sebuah informasi agar dapat dipahami dalam penelitian.

6. Membuat Laporan Penelitian

Proses terakhir yang dilakukan adalah menarik seluruh kesimpulan untuk membuat laporan hasil dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis.



Gambar III.1 Tahapan Penelitian

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yang dilakukan untuk memperoleh data dan gambaran secara jelas dalam obyek yang sedang diteliti. Tujuan observasi ini untuk mengetahui bagaimana proses yang dilakukan pada Koperasi Keluarga Sejahtera dalam proses kegiatan pemasaran yang dilakukan koperasi.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *zoom meeting* dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber untuk mengetahui proses pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka yang dilakukan dalam melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan data sebagai sumber informasi terhadap referensi yang berkaitan dengan judul skripsi sebagai laporan penulisan yang dapat memecahkan masalah yang ingin dipecahkan sesuai dengan data yang telah di dapat oleh peneliti.

3.3.1. Populasi Kuesioner

Populasi kuesioner dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui keseluruhan objek atau responden yang akan digunakan sebagai pengumpulan data. Populasi penelitian ini berjumlah 50 orang yang mengisi kuesioner KSP Keluarga Sejahtera melalui *link google form*. Hasil populasi dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Tabel III.2. Populasi Kuesioner

No	Jenis Kelamin	Umur	Status Pekerjaan
1	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
2	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
3	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
4	Laki-laki	< 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
5	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
6	Perempuan	< 30 Thn	Ibu Rumah Tangga
7	Laki-laki	< 40 Thn	Kar3wan/Wiraswasta
8	Laki-laki	< 40 Thn	Kar3wan/Wiraswasta
9	Perempuan	< 30 Thn	Pelajar/Mahasiswa
10	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
11	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
12	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
13	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
14	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
15	Laki-laki	< 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
16	Laki-laki	< 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
17	Perempuan	< 30 Thn	Ibu Rumah Tangga
18	Laki-laki	< 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
19	Laki-laki	< 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
20	Laki-laki	< 30 Thn	Pelajar/Mahasiswa
21	Perempuan	< 20 Thn	Pelajar/Mahasiswa
22	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga

23	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
24	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
25	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
26	Laki-laki	< 20 Thn	Karyawan/Wiraswasta
27	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
28	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
29	Perempuan	< 20 Thn	Pelajar/Mahasiswa
30	Perempuan	< 30 Thn	Ibu Rumah Tangga
31	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
32	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
33	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
34	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
35	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
36	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
37	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
38	Perempuan	< 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
39	Perempuan	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
40	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
41	Laki-laki	> 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
42	Perempuan	< 30 Thn	Ibu Rumah Tangga
43	Perempuan	< 40 Thn	Karyawan/Wiraswasta
44	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
45	Perempuan	< 20 Thn	Pelajar/Mahasiswa
46	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga
47	Perempuan	< 30 Thn	Karyawan/Wiraswasta
48	Perempuan	< 20 Thn	Karyawan/Wiraswasta
49	Laki-laki	< 20 Thn	Pelajar/Mahasiswa
50	Perempuan	< 20 Thn	Pelajar/Mahasiswa

Sumber: Data Kuesioner, 2021

3.4. Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas pada pertanyaan kuesioner dan analisis data juga menggunakan *Analitycal Heararchy Process (AHP)* untuk melakukan pengambilan keputusan dalam perbandingan berpasangan yang merupakan komponen kriteria dan alternatif pilihan. Dalam hal ini dilakukan proses analisis untuk menyatakan tujuan

analisis, menentukan kriteria, dan menentukan alternatif yang informasi tersebut disusun membentuk pohon bertingkat.

3.4.1. Perhitungan Metode *Analitycal Heararchy Process* (AHP)

Menentukan tingkat kepentingan relatif dari kriteria yang ada pada proses analisis ini dapat dilakukan untuk meningkatkan peringkat kriteria ke dalam sebuah sistem berbasis AHP. *Pairwise Comparison* (Perbandingan Berpasangan) merupakan proses analisis yang dilakukan untuk menghitung perbandingan kriteria yang dibandingkan dengan yang lain dan dapat di ekspresikan untuk mendapatkan nilai *equal, moderate, strong, very strong, dan extreme*. Dalam mencari *eigenvector* digunakan untuk mendapatkan peringkat untuk menggunakan matriks berpasangan sebagai dasar perhitungan kuadrat matriks berpasangan pada setiap saat yang sedang dilakukan penghitungan dengan keduanya. Untuk menghitung *eigenvector* pertama dilakukan untuk menjumlahkan baris dari baris-baris yang ada, dan melakukan normalisasi nilai jumlah dari masing-masing baris tersebut. Kemudian menentukan peringkat alternatif dalam menentukan peringkat alternatif dilakukan dari perbandingan berpasangan terhadap kriteria masing-masing. Sebagai *judgement* dalam proses yang dilakukan berbaris data/informasi alternatif pilihan (*Quantitaif Approach*) dengan *judgement* dari pakar terkait pemilihan alternatif (*Qualitative Approach*) dan menghitung index konsistensi $CI = (\lambda_{max} - n)/n - 1$ serta menghitung rasio konsistensi $CR = CI/IR$.

BAB IV

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KHUSUS

4.1. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini adalah dengan menjelaskan pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera ke dalam sistem penunjang keputusan dengan menggunakan metode *Analitycal Hierarchy Process* (AHP). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang ditunjukkan untuk masyarakat umum. Agar mendapatkan penilaian terhadap Koperasi keluarga Sejahtera dan menguraikan hasil pemasaran ke dalam matrik *Analitycal Hierarchy Process* (AHP).

4.1.1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam melakukan penelitian ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan ke dalam bentuk kuesioner yang akan digunakan sebagai data informasi dari responden KSP Keluarga Sejahtera. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 15 pertanyaan dan terdapat 4 pertanyaan mengenai responden, maka jumlah keseluruhan item pertanyaan yang ada pada kuesioner berjumlah 19 pertanyaan KSP Keluarga Sejahtera. Dalam melakukan hasil uji validitas dan uji reliabilitas ini dengan menggunakan *Microsoft excel* dan SPSS dengan cara melakukan korelasi. Apabila salah satu pertanyaan dari kuesioner memiliki korelasi dibawah 0.278 maka pertanyaan tersebut tidak valid dan apabila pertanyaan kuesioner memiliki korelasi >0.278 maka pertanyaan tersebut valid memenuhi kriteria. Uji validitas ini menggunakan *product moment* dan uji realibilitas dengan menggunakan *alpha cronbach*. Adapun hasil uji validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS, sebagai berikut:

Tabel IV.3. Skor Penilaian Kuesioner

2	5	5	3	4	5	5	4	3	3	5	2	4	4	4
2	4	4	3	2	4	5	3	2	1	4	2	4	5	5
2	5	5	2	2	5	5	3	3	3	5	1	5	5	5
2	5	5	3	2	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4
2	5	5	4	3	5	5	3	2	3	4	2	5	5	4
2	5	2	4	3	5	5	4	3	1	3	2	3	4	4
2	5	1	4	4	5	5	3	4	3	4	3	5	5	5
2	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	1	5	5	5
2	4	4	5	3	4	4	5	3	2	4	1	3	4	5
1	5	4	1	4	5	5	2	3	3	5	1	5	5	4
2	4	4	3	3	4	4	3	2	1	5	3	5	5	5
2	4	5	2	4	5	5	2	3	1	5	1	5	5	3
1	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	1	5	5	5
1	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	2	5	5	4
1	4	4	3	4	5	5	4	4	1	4	1	5	4	4
1	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	5
1	4	5	3	4	5	5	4	4	1	4	2	5	5	4
1	4	1	5	4	4	5	4	4	3	5	3	5	5	5
1	4	4	4	4	4	5	2	3	2	5	1	5	4	5
1	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5
1	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	5
1	5	5	4	3	5	5	4	4	1	4	1	4	5	5
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
1	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5
1	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	2	5	5	4
1	3	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5
1	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	2	5	5	5
1	5	5	3	2	5	5	3	3	3	5	2	5	5	5
1	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	3	5	5	5
1	4	5	2	2	1	5	4	4	2	5	1	5	5	5
1	4	5	4	5	5	5	4	4	1	5	2	5	5	4
1	5	5	1	3	5	4	2	2	1	5	1	5	5	4
1	4	5	4	4	5	4	4	4	1	5	1	5	5	5
1	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	2	5	5	5
1	5	5	1	4	5	5	1	2	3	5	1	5	4	4
1	5	5	2	4	4	5	1	3	3	4	2	5	5	5
1	4	5	3	4	5	5	3	3	3	4	1	4	5	4
1	5	5	4	4	5	5	4	4	1	5	1	5	5	5
1	4	4	3	3	5	5	3	3	1	5	1	5	5	5
2	5	5	3	4	1	5	5	4	2	4	1	4	4	4

1	5	5	4	4	4	4	2	5	3	2	2	5	5	3
1	5	5	3	3	5	5	3	3	2	5	2	5	5	4
2	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4	4
1	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5
2	5	5	3	3	4	4	3	3	3	5	3	5	4	4
1	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	5
1	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	5
2	5	5	5	4	4	4	5	4	1	4	1	4	4	4
2	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	2	5	5	5

Sumber: Data Kuesioner MS Excel, 2021

Berdasarkan tabel IV.3 diatas, skor penilaian yang telah mengisi kuesioner KSP Keluarga Sejahtera dapat dibagi menjadi beberapa skor diantaranya sebagai berikut:

- 
- A. Sangat Setuju : SS Diberi Skor 5
- B. Setuju : S Diberi Skor 4
- C. Cukup Setuju : CS Diberi Skor 3
- D. Tidak Setuju : TS Diberi Skor 2
- E. Sangat Tidak Setuju : STS Diberi Skor 1
- F. Sudah Pernah : SP Diberi Skor 2
- G. Belum Pernah : BP Diberi Skor 1
- H. Ya : Y Diberi Skor 5
- I. Tidak : T Diberi Skor 4

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Item_16
Item_1	Pearson Correlation	1	0.183	-0.171	0.020	-0.274	-0.124	-0.274	0.156	-0.225	-0.224	-0.142	-0.084	-.430 ^{**}	-.399 ^{**}	-0.209	-0.224
	Sig. (2-tailed)		0.203	0.235	0.891	0.054	0.393	0.054	0.279	0.116	0.117	0.324	0.560	0.002	0.004	0.146	0.118
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2	Pearson Correlation	0.183	1	0.190	-0.057	-0.121	0.123	-0.035	-0.174	-0.012	0.124	-0.024	0.010	-0.067	-0.090	-0.095	0.144
	Sig. (2-tailed)	0.203		0.186	0.692	0.404	0.395	0.809	0.227	0.936	0.393	0.868	0.944	0.645	0.532	0.511	0.317
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3	Pearson Correlation	-0.171	0.190	1	-0.226	-0.059	-0.037	-0.074	-0.087	-0.039	0.013	0.198	-0.263	0.170	0.068	-0.146	0.121
	Sig. (2-tailed)	0.235	0.186		0.115	0.684	0.797	0.608	0.546	0.786	0.927	0.169	0.065	0.239	0.639	0.310	0.403
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4	Pearson Correlation	0.020	-0.057	-0.226	1	.373 ^{**}	0.069	-0.020	.671 ^{**}	.588 ^{**}	0.091	-0.197	.435 ^{**}	-0.181	-0.007	.321 [*]	.642 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.891	0.692	0.115		0.008	0.636	0.893	0.000	0.000	0.530	0.171	0.002	0.209	0.962	0.023	0.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_5	Pearson Correlation	-0.274	-0.121	-0.059	.373 ^{**}	1	0.233	0.199	0.208	.502 ^{**}	0.154	0.008	0.252	0.204	0.047	-0.055	.542 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.054	0.404	0.684	0.008		0.104	0.167	0.147	0.000	0.286	0.954	0.078	0.155	0.745	0.703	0.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_6	Pearson Correlation	-0.124	0.123	-0.037	0.069	0.233	1	0.176	-0.174	-0.113	0.026	0.146	0.057	0.215	0.261	0.000	.325 [*]
	Sig. (2-tailed)	0.393	0.395	0.797	0.636	0.104		0.223	0.227	0.434	0.857	0.311	0.694	0.135	0.067	1.000	0.021
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_7	Pearson Correlation	-0.274	-0.035	-0.074	-0.020	0.199	0.176	1	-0.021	0.055	0.268	0.219	0.073	0.257	.356 [*]	0.279	.345 [*]
	Sig. (2-tailed)	0.054	0.809	0.608	0.893	0.167	0.223		0.884	0.703	0.060	0.127	0.614	0.072	0.011	0.050	0.014
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_8	Pearson Correlation	0.156	-0.174	-0.087	.671 ^{**}	0.208	-0.174	-0.021	1	.580 ^{**}	-0.115	-0.081	0.213	-.352 ^{**}	-0.150	0.238	.459 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.279	0.227	0.546	0.000	0.147	0.227	0.884		0.000	0.427	0.576	0.137	0.012	0.300	0.096	0.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_9	Pearson Correlation	-0.225	-0.012	-0.039	.588 ^{**}	.502 ^{**}	-0.113	0.055	.580 ^{**}	1	0.120	-0.212	0.213	0.065	0.069	0.092	.572 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.116	0.936	0.786	0.000	0.000	0.434	0.703	0.000		0.407	0.138	0.138	0.655	0.634	0.523	0.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_10	Pearson Correlation	-0.224	0.124	0.013	0.091	0.154	0.026	0.268	-0.115	0.120	1	0.010	.439 ^{**}	0.183	0.096	0.145	.445 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.117	0.393	0.927	0.530	0.286	0.857	0.060	0.427	0.407		0.946	0.001	0.202	0.509	0.316	0.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_11	Pearson Correlation	-0.142	-0.024	0.198	-0.197	0.008	0.146	0.219	-0.081	-0.212	0.010	1	-0.117	.497 ^{**}	0.259	.300 [*]	0.251
	Sig. (2-tailed)	0.324	0.868	0.169	0.171	0.954	0.311	0.127	0.576	0.138	0.946		0.417	0.000	0.069	0.034	0.079
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_12	Pearson Correlation	-0.084	0.010	-0.263	.435 ^{**}	0.252	0.057	0.073	0.213	0.213	.439 ^{**}	-0.117	1	0.077	0.102	0.216	.534 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.560	0.944	0.065	0.002	0.078	0.694	0.614	0.137	0.138	0.001	0.417		0.596	0.481	0.133	0.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_13	Pearson Correlation	-.430 ^{**}	-0.067	0.170	-0.181	0.204	0.215	0.257	-.352 ^{**}	0.065	0.183	.497 ^{**}	0.077	1	.614 ^{**}	0.148	.335 [*]
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.645	0.239	0.209	0.155	0.135	0.072	0.012	0.655	0.202	0.000	0.596		0.000	0.305	0.017
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_14	Pearson Correlation	-.399 ^{**}	-0.090	0.068	-0.007	0.047	0.261	.356 [*]	-0.150	0.069	0.096	0.259	0.102	.614 ^{**}	1	.332 [*]	.359 [*]
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.532	0.639	0.962	0.745	0.067	0.011	0.300	0.634	0.509	0.069	0.481	0.000		0.018	0.011
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_15	Pearson Correlation	-0.209	-0.095	-0.146	.321 [*]	-0.055	0.000	0.279	0.238	0.092	0.145	.300 [*]	0.216	0.148	.332 [*]	1	.425 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.146	0.511	0.310	0.023	0.703	1.000	0.050	0.096	0.523	0.316	0.034	0.133	0.305	0.018		0.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_16	Pearson Correlation	-0.224	0.144	0.121	.642 ^{**}	.542 ^{**}	.325 [*]	.345 [*]	.459 ^{**}	.572 ^{**}	.445 ^{**}	0.251	.534 ^{**}	.335 [*]	.359 [*]	.425 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	0.118	0.317	0.403	0.000	0.000	0.021	0.014	0.001	0.000	0.001	0.079	0.000	0.017	0.011	0.002	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar III.2 Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner

Pada gambar 3.2 diatas, hasil dari uji validitas terhadap pertanyaan kuesioner dan hasil uji validitas tersebut dijelaskan ke dalam tabel r hitung dengan hasil signifikan, sebagai berikut:

Tabel IV.4. Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner

No	r hitung	Signifikan
1	-0.224	0.118
2	0.144	0.317
3	0.121	0.403
4	.642**	0.000
5	.542**	0.000
6	.325*	0.021
7	.345*	0.014
8	.459**	0.001
9	.572**	0.000
10	.445**	0.001
11	0.251	0.079
12	.534**	0.000

13	.335*	0.017
14	.359*	0.011
15	.425**	0.002

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Pada tabel IV.4 diatas, hasil uji validitas yang tidak valid terdapat pada nomor 1,2, 3 dan nomor 11, karena untuk 3 pertanyaan tersebut memiliki nilai korelasi dibawah 0.278. Maka hanya ada 16 pertanyaan mengenai pemasaran KSP Keluarga Sejahtera yang valid dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang korelasinya lebih besar dari 0.278.

Sedangkan untuk hasil uji realibilitas pada pertanyaan kuesioner yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS, sebagai berikut:

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.666	16

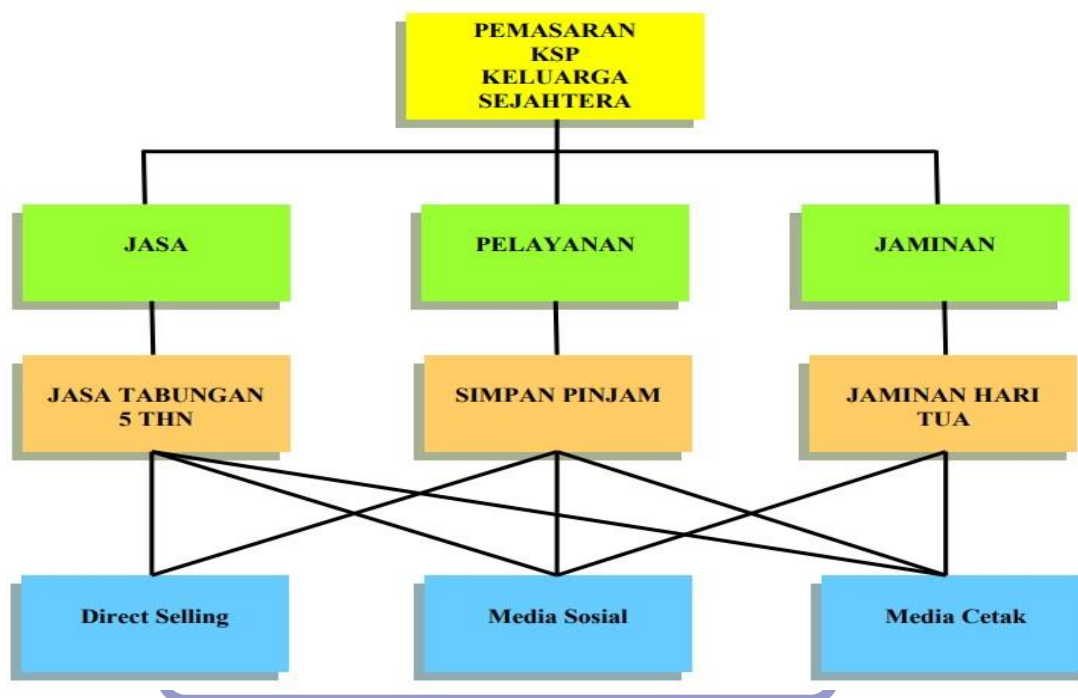
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	111.98000	67.367	-.279	.684
Item_2	108.76000	64.390	.074	.668
Item_3	108.86000	64.449	.003	.678
Item_4	109.76000	55.737	.557	.619
Item_5	109.62000	59.302	.470	.638
Item_6	108.82000	61.620	.224	.657
Item_7	108.52000	63.316	.300	.658
Item_8	109.76000	59.247	.359	.643
Item_9	109.74000	59.176	.506	.636
Item_10	111.04000	59.713	.349	.645
Item_11	108.84000	63.198	.174	.662
Item_12	111.40000	58.939	.454	.637
Item_13	108.64000	62.725	.272	.657
Item_14	108.60000	62.980	.308	.657
Item_15	108.80000	61.755	.364	.651
Item_16	56.66000	16.351	1.000	.532

Gambar III.3 Uji Reliabilitas Pertanyaan Kuesioner

Pada gambar III.3 diatas, uji reliabilitas kuesioner di dapatkan dari hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.685 > 0.60$, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang terdapat pada kuesioner *reliable*/konsisten.

4.1.2. Bagan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP)

Pada bagan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP) ini untuk menggambarkan urutan pemasaran yang dilakukan oleh KSP Keluarga Sejahtera dengan menciptakan goal, kriteria dan alternatif pada bagan tersebut.



Gambar IV.4 Bagan *Hierarchy*

Dari bagan hierarki diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis tujuan pemasaran terdapat 3 kriteria
Jasa, Pelayanan, Jaminan.
2. Terdapat 3 Subkriteria yang Diambil Dari Hasil Kuesioner
Jasa tabungan 5 tahun, simpan pinjam, jaminan hari tua.
3. Terdapat alternatif
Direct selling, media sosial, media cetak.

4.1.3. Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Pembuatan matriks perbandingan berpasangan diperlukan nilai perbandingan antar kriteria dengan kriteria yang lainnya untuk mendapatkan hasil perbandingan secara valid sesuai dengan perhitungan yang dilakukan pada penjelasan ini. Adapun dalam skala penilaian perbandingan, yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.5. Skala Penilaian Perbandingan Pasangan

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama pentingnya.
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lain.
5	Elemen yang satu lebih penting daripada elemen yang lain.
7	Elemen yang satu jelas sangat penting daripada elemen yang lain.
9	Elemen yang satu mutlak sangat penting daripada elemen yang lain.
2, 4, 6, 8	Nilai tengah diantara dua perbandingan kriteria yang berdekatan.

4.1.4. Menentukan Matriks Perbandingan Kriteria

Dalam menentukan prioritas kriteria dilakukan penilaian perbandingan antara satu kriteria dengan kriteria yang lain. Hasil penilaian dapat dilihat dalam tabel berikut:

Table IV.6. Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria

Kriteria	Jasa	Pelayanan	Jaminan
Jasa	1.00	5.00	3.00
Pelayanan	0.20	1.00	5.00
Jaminan	0.33	0.20	1.00
Jumlah	1.53	6.20	9.00

Table IV.7. Rumus Perbandingan Kriteria

Kriteria	Jasa	Pelayanan	Jaminan
Jasa	1/1	5/1	3/1
Pelayanan	1/5	1/1	5/1
Jaminan	1/3	1/3	1/1

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas, Penjelasan pada penilaian perbandingan antar kriteria dapat dijelaskan sebagai berikut:

- A. Nilai 1.00 merupakan nilai ketetapan metode AHP yang disusun secara diagonal.
- B. Nilai 0.20 pada cell kriteria pelayanan di dapatkan dari $1/5.00$.
- C. Nilai 0.33 pada cell kriteria jaminan di dapatkan dari $1/3.00$.
- D. Nilai 5.00 pada kolom pelayanan di dapatkan dari hasil validitas kuesioner dan dengan cara menghitung $5/1$
- E. Nilai 3.00 pada kolom pelayanan di dapatkan dari hasil validitas kuesioner dan dengan cara menghitung $3/1$.
- F. Nilai 5.00 pada kolom pelayanan di dapatkan dari hasil validitas kuesioner dan dengan cara menghitung $5/1$.

4.1.5. Hasil Matriks Nilai Kriteria

Dalam tahapan melakukan matriks ini diperoleh dengan rumus nilai cell baru = nilai cell lama/jumlah masing-masing cell lama. Nilai $\sum$ Baris didapatkan dengan cara menjumlahkan tiap baris dan $\sum$ prioritas didapat dari hasil rata-rata tiap baris. Pada matriks nilai kriteria dijelaskan hasil perhitungannya, yaitu sebagai berikut:

Table IV.8. Hasil Matriks Nilai Kriteria

Kriteria	Jasa	Pelayanan	Jaminan	$\sum$ Baris	$\sum$ Prioritas
Jasa	0.65	0.81	0.33	1.79	0.60
Pelayanan	0.13	0.16	0.56	0.85	0.28
Jaminan	0.22	0.03	0.11	0.36	0.12
Jumlah	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00

4.1.6. Matriks Penjumlahan Tiap Baris Kriteria

Matriks ini dibuat dengan mengalikan nilai jumlah baris pada tabel IV.8 dengan matriks perbandingan berpasangan pada table IV.6. Kolom Σ Baris diperoleh dari penjumlahan setiap barisnya. Hasil perhitungan disajikan pada tabel berikut:

Table IV.9. Penjumlahan Setiap Baris Kriteria

Kriteria	Jasa	Pelayanan	Jaminan	Σ Baris
Jasa	1.79	8.96	5.38	16.13
Pelayanan	0.17	0.85	4.24	5.25
Jaminan	0.12	0.07	0.36	0.55

4.1.7. Perhitungan Consistency Ratio Kriteria

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai rasio konsistensi (CR) = 0,1. Jika ternyata *Consistency Ratio* (CR) lebih besar dari 0,1 maka matriks perbandingan berpasangan harus diperbaiki. Untuk menghitung rasio konsistensi, dibuat tabel berikut:

Table IV.10. Perhitungan *Consistency Ratio* (CR) Kriteria

Kriteria	Σ Baris	Σ Prioritas	Hasil
Jasa	1.79	0.60	2.39
Pelayanan	0.85	0.28	1.13
Jaminan	0.36	0.12	0.48
Jumlah			4.00

Table IV.11. Hasil Nilai *Consistency Ratio* (CR) Prioritas Kriteria

Kriteria	Rumus	Hasil
Jumlah	Σ Baris + Σ Prioritas	4.00
Jumlah Subkriteria (n)	Banyaknya Subkriteria	3.00
Maks	Jumlah Subkriteria	1.33
Consistency Index (CI)	$(maks-n)/(n-1)$	-1.67
RI	Nilai Random Indeks	1.24
CR	CI/RI	-1.34

Berdasarkan tabel IV.11 diatas, Nilai hasil CR -134 dan nilai CR harus $< 0,1$ maka *Consistency Ratio* dari perhitungan tersebut dapat diterima.

4.1.8. Menentukan Matriks Perbandingan Alternatif

Dalam menentukan matriks perbandingan alternative dilakukan penilaian perbandingan antara satu alternatif dengan alternatif yang lain. Hasil penilaian dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.12. Matriks Berpasangan Alternatif

Alternatif	Direct Selling	Media Sosial	Media Cetak
Direct Selling	1.00	4.00	4.00
Media Sosial	0.25	1.00	5.00
Media Cetak	0.25	0.20	1.00
Jumlah	1.50	5.20	10.00

Tabel IV.13. Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif

Alternatif	Direct Selling	Media Cetak	Media Cetak
Direct Selling	1/1	4/1	4/1
Media Sosial	1/4	1/1	5/1
Media Cetak	1/4	1/5	1/1

Berdasarkan tabel diatas, Penjelasan pada penilaian perbandingan antar subkriteria dapat dijelaskan sebagai berikut:

- G. Nilai 1.00 merupakan nilai ketetapan metode AHP yang disusun secara diagonal.
- H. Nilai 0.25 pada cell kriteria pelayanan di dapatkan dari $1/4.00$.
- I. Nilai 0.25 pada cell kriteria jaminan di dapatkan dari $1/5.00$.
- J. Nilai 4.00 pada kolom pelayanan di dapatkan dari hasil validitas kuesioner dan dengan cara menghitung $4/1$
- K. Nilai 4.00 pada kolom pelayanan di dapatkan dari hasil validitas kuesioner dan dengan cara menghitung $4/1$.

- L. Nilai 5.00 pada kolom pelayanan di dapatkan dari hasil validitas kuesioner dan dengan cara menghitung $5/1$.

4.1.9. Hasil Matriks Nilai Alternatif

Dalam tahapan melakukan matriks ini diperoleh dengan rumus nilai *cell* baru = nilai *cell* lama/jumlah masing-masing *cell* lama. Nilai $\sum$ Baris didapatkan dengan cara menjumlahkan tiap baris dan $\sum$ prioritas didapat dari hasil rata-rata tiap baris. Pada matriks nilai kriteria dijelaskan hasil perhitungannya, yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.14. Matriks Nilai Alternatif

Alternatif	Direct Selling	Media Sosial	Media Cetak	$\sum$ Baris	$\sum$ Prioritas
Direct Selling	0.67	0.77	0.40	1.84	0.61
Media Sosial	0.17	0.19	0.50	0.86	0.29
Media Cetak	0.17	0.04	0.10	0.31	0.10
Jumlah	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00

4.1.10. Matriks Penjumlahan Tiap Baris Alternatif

Matriks ini dibuat dengan mengalikan nilai jumlah baris pada table IV.12 dengan matriks perbandingan berpasangan alternatif. Kolom $\sum$ Baris diperoleh dari penjumlahan setiap barisnya. Hasil perhitungan disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV.15. Matriks Penjumlahan Setiap Baris Alternatif

Alternatif	Direct Selling	Media Sosial	Media Cetak	$\sum$ Baris
Direct Selling	1.84	7.34	7.34	16.52
Media Sosial	0.21	0.86	4.29	5.37
Media Cetak	0.08	0.06	0.31	0.44

4.1.11. Perhitungan Consistency Ratio Alternatif

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai rasio konsistensi (CR) = 0,1. Jika ternyata *Consistency Ratio* (CR) lebih besar dari 0,1 maka matriks

perbandingan berpasangan harus diperbaiki. Untuk menghitung rasio konsistensi, dibuat tabel berikut:

Tabel IV.16. Perhitungan *Consistency Ratio* (CR) Alternatif

Alternatif	Σ Baris	Σ Prioritas	Hasil
Direct Selling	1.84	0.61	2.45
Media Sosial	0.86	0.29	1.15
Media Cetak	0.31	0.10	0.41
Jumlah			4.00

Tabel IV.17. Hasil Nilai *Consistency Ratio* (CR) Prioritas Alt

Kriteria	Rumus	Hasil
Jumlah	Σ Baris + Σ Prioritas	4.00
Jumlah Subkriteria (n)	Banyaknya Subkriteria	3.00
Maks	Jumlah Subkriteria	1.33
Consistency Index (CI)	$(\text{maks}-n)/(n-1)$	-1.67
RI	Nilai Random Indeks	1.24
CR	CI/RI	-1.34

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, Nilai hasil CR -134 dan nilai CR harus $< 0,1$, maka rasio konsistensi dari perhitungan tersebut dapat diterima.

4.2. Potensi Hasil

Nilai prioritas kriteria didapat dari kolom Σ Prioritas pada tabel rasio konsistensi kriteria, begitupun nilai prioritas subkriteria didapat dari kolom Σ Prioritas pada tabel rasio konsistensi alternatif. Sedangkan nilai jumlah didapatkan dari hasil perkalian prioritas kriteria dengan prioritas alternatif. Jumlah nilai akhir tersebut yang dapat digunakan sebagai dasar untuk merangking pemilihan dalam pemasaran Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera. Adapun matriks nilai prioritas kriteria dan alternative, sebagai berikut:

Tabel IV.18. Matriks Nilai Prioritas Kriteria dan Alternatif

Kriteria	Prioritas Kriteria	Alternatif	Prioritas Alternatif	Hasil Akhir
Jasa	0.60	Direct Selling	0.61	1.21

Pelayanan	0.28	Media Sosial	0.29	0.57
Jaminan	0.12	Media Cetak	0.10	0.22

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka hasil akhir yang di dapat dalam pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera mendapatkan hasil tertinggi dalam pemasaran adalah *Direct Selling* dengan hasil 1.21.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam dengan menggunakan metode *Analitycal Hierarchy Process*, merupakan perusahaan yang menyediakan jasa keuangan untuk membantu masyarakat umum dalam kebutuhan ekonomi dengan cara yang cepat sesuai dengan syarat yang diberikan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera. Perkembangan pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang signifikan di dalam direct selling/media cetak/media sosial. Hal itu bertujuan untuk mempermudah manajemen dalam mendapatkan hasil dalam pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera. Penelitian ini untuk dapat mengoptimalkan dengan proses pengambilan keputusan menggunakan metode *Analitycal Hierarchy Process (AHP)* dengan cara yang lebih terstruktur secara jelas, agar data telah dimasukkan ke dalam matriks dapat sebagai sebuah perhitungan dalam melakukan pemasaran Koperasi Keluarga Sejahtera. Dengan adanya pemasaran yang disusun dengan menggunakan metode *Analitycal Hierarchy Process (AHP)* dapat meminimalisir waktu untuk pengambilan keputusan supaya lebih efisien dan efektif dalam melakukan simpan pinjam pada Koperasi Keluarga Sejahtera.

Hal ini berkaitan dengan hasil akhir yang di dapat dalam melakukan pemasaran adalah direct selling, proses pemasaran yang dilakukan ini akan membutuhkan tenaga yang lebih ekstra lagi untuk melaksanakan pemasaran dengan terjun langsung ke masyarakat umum untuk mendapatkan banyaknya jumlah masyarakat yang ingin

melakukan simpan pinjam pada Koperasi Keluarga Sejahtera. Untuk media cetak dan media sosial akan semakin merubah angka secara signifikan dengan program pemasaran terbaru yang dibuat dengan semenarik mungkin.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian skripsi mengenai Sistem Penunjang Keputusan Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera, peneliti memberikan saran yaitu, hasil akhir pada metode AHP masih tergantung penginputan pengguna secara manual, oleh karena itu diharapkan untuk pengembangan selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Simpan dan P. Di, "IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM," vol. 1, no. 2, 2021.
- [2] D. W. Firdaus dan D. Widyasastrena, "Perancangan Sistem Informasi Koperasi dan UMKM Berbasis Technopreneur, Daya Saing dan Pemasaran," *SNIA (Seminar Nas. Inform. dan Apl.*, vol. 3, no. September, hal. 27–32, 2018.
- [3] Ismawati, 17–21. Ilham, MuhIsmawati, Ilham, M., & Nia, M. (2020). Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi. Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi, 5(1), dan M. Nia, "Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi," *J. Online Progr. Stud. Pendidik. Ekon.*, vol. 5, no. 1, hal. 17–21, 2020.
- [4] T. B. Budiyono dan C. M. Indah, "Tatakelola Koperasi Di Salatiga," *Masal. Huk.*, vol. 46, no. 3, hal. 257, 2018, doi: 10.14710/mmh.46.3.2017.257-266.
- [5] J. Wahyudi, "Kontribusi Koperasi Dalam Upaya Pencapaian Tujuan-Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Studi Kasus KUD Bahagia Kabupaten Pati)," *6th Univ. Res. Colloq.*, hal. 9–16, 2017.
- [6] S. Tinggi Ilmu Kesuma Negara Blitar Jl Mastrip kepanjen kidul dan J. Timur, "ANALISIS FAKTOR FAKTOR PENGHAMBAT DAYA SAING KOPERASI Arum Arupi Kusnindar," *J. Ilm. Ekon. Manaj.*, vol. 08, no. 02, hal. 49–59, 2017.
- [7] S. Rokhman, I. F. Rozi, dan R. A. Asmara, "Pengembangan Sistem Penunjang Keputusan Penentuan Ukt Mahasiswa Dengan Menggunakan Metode Moora Studi Kasus Politeknik Negeri Malang," *J. Inform. Polinema*, vol. 3, no. 4, hal. 36, 2017, doi: 10.33795/jip.v3i4.41.
- [8] J. H. Gurusinga dan B. Sinaga, "Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Prioritas Tujuan Wisata Daerah pada Kabupaten Karo Menggunakan TOPSIS," *J. Nas. Komputasi dan Teknol. Inf.*, vol. 3, no. 2, hal. 144–150, 2020, doi: 10.32672/jnkti.v3i2.2380.
- [9] R. (2018) Fitriana, "Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Pemasangan Iklan," *Hilos Tensados*, vol. 1, no., hal. 1–476, 2019.
- [10] M. T. Kombih dan N. Suhardianto, "Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja

Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan,” *EKUITAS (Jurnal Ekon. dan Keuangan)*, vol. 1, no. 3, hal. 281–302, 2018, doi: 10.24034/j25485024.y2017.v1.i3.1909.

- [11] S. Labaso, “Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta,” *Manag. J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 2, hal. 289–311, 2019, doi: 10.14421/manageria.2018.32-05.
- [12] G. Sugiyarti dan A. Mardiyono, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Busana Muslim pada Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang,” *J. Ilm. Untag Semarang*, vol. 2, hal. 36–44, 2017.
- [13] T. Dewi, P. Y. Wandani, Y. Anggraeni, dan E. S. Budi, “Sistem Penunjang Keputusan dengan Metode AHP Dalam Strategi Pemasaran Travel Umroh dan Haji Pada PT Jabal Rahmah,” vol. 2, no. 2, hal. 70–78, 2021.
- [14] D. Gustina dan D. Mutiara, “SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMILIHAN ROUTER MIKROTIK DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (Analitical Hierarchy Process),” *J. Ilm. FIFO*, vol. 9, no. 1, hal. 68, 2017, doi: 10.22441/fifo.v9i1.1443.
- [15] D. R. Sari, A. P. Windarto, D. Hartama, dan S. Solikhun, “Decision Support System for Thesis Graduation Recommendation Using AHP-TOPSIS Method,” *J. Teknol. dan Sist. Komput.*, vol. 6, no. 1, hal. 1–6, 2018, doi: 10.14710/jtsiskom.6.1.2018.1-6.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswi

NIM : 11172084
Nama Lengkap : Aulia Salma Tammayyusdin
Tempat / Tanggal Lahir : Gunung Kidul, 25 Agustus 1998
Alamat Lengkap : Perum Pesona Pulo Indah Blok I No.19 RT
005/053 Desa Sumber Jaya Kecamatan
Tambun Selatan Kabupaten Bekasi

II. Pendidikan

1. SD Negeri 05 Jatibening, lulus tahun 2010
2. SMP Negeri 20 Bekasi, lulus tahun 2013
3. MA Negeri 9 Jakarta, lulus tahun 2016
4. D3 Universitas Bina Sarana Informatika, lulus tahun 2020

III. Riwayat Pengalaman berorganisasi / pekerjaan

1. BMP Lanud Halim PK
Sebagai Staff Set Personel dan LAB, sejak tahun 2016 – sekarang.

Jakarta, 01 Agustus 2021



UNIVERSITAS
USA MANDIRI

Aulia Salma Tammayyusdin

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswi

NIM : 11172529
Nama Lengkap : Gardika Sandra
Tempat / Tanggal Lahir : Bekasi, 12 Mei 2021
Alamat Lengkap : Jl. Wibawa Mukti, Gg. Mayangsari RT 05
RW 03, Kel. Jatisari, Kec. Bekasi

II. Pendidikan

1. SDN 2 Banyuurip, lulus tahun 2002
2. SMPN 10 Magelang, lulus tahun 2005
3. PKBM Maju Bersama, lulus tahun 2017
4. D3 Universitas Bina Sarana Informatika, lulus tahun 2020

III. Riwayat Pengalaman berorganisasi / pekerjaan

1. ESQ Basic Training, tahun 2010
2. Workshop Peningkatan Kopetensi Jurnalistik, tahun 2012
3. Lokakarya “Membangun Perpustakaan Digital Berbasis SLiMS”, tahun 2015
4. Staff Pustakawan di STIKes Persada Husada Indonesia, Sejak tahun 2010-2019
5. Staff Pendukung Operasional di Kanwil DJP TLO, Sejak tahun 2020 - 2021
6. Staff Pendukung Operasional di KPP Pratama Jakarta Kebayoran Baru Satu, Sejak tahun 2021 – saat ini



Jakarta, 01 Agustus 2021

Gardika Sandra

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswi

NIM : 11172107
Nama Lengkap : Wika Widya Laureta
Tempat / Tanggal Lahir : Madiun, 29 Juli 1998
Alamat Lengkap : Jl. Jambu Raya Blok D10/26, Perum Graha
Indah Jaka Mulya, Bekasi Selatan

II. Pendidikan

- a. SD Negeri 05 Lubang Buaya Jakarta, lulus tahun 2010
- b. SMP Negeri 259 Jakarta, lulus tahun 2013
- c. SMK Negeri 51 Jakarta, lulus tahun 2016
- d. D3 Universitas Bina Sarana Informatika, lulus tahun 2020

III. Riwayat Pengalaman berorganisasi / pekerjaan

- a. PT. Pratama Megah Indonesia Internasional
Sebagai Staff Umum, sejak September 2019 – Saat Ini
- b. PT. Wahyu Alam Lestari
Sebagai Staff Keuangan dan Administrasi, sejak Agustus
2016 – September 2019
- c. PT. Sani Tiara Prima
Sebagai Design Grafis, sejak Mei 2016 – Juli 2016

Jakarta, 01 Agustus 2021



Wika Widya Laureta

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI****UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

NIM : 11172084
Nama Lengkap : Aulia Salma Tammayyusdin
Dosen Pembimbing : Daning Nur Sulistyowati, M.Kom
Judul Skripsi : Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi
Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	18 April 2021	Pengajuan judul dan Bab I (Belum full)	
2.	21 Mei 2021	Pengajuan Judul, Bab I, dan Bab II	
3.	21 Juni 2021	Pengajuan Bab III	
4.	29 Juni 2021	Permohonan Penggantian judul baru	
5.	17 Juli 2021	Pengajuan judul, Bab I – Daftar Pustaka	
6.	02 Agustus 2021	Revisi judul, Bab I- Daftar Pustaka	
7.	02 Agustus 2021	Revisi Bab I-Bab V, serta pengajuan Jurnal	
8.	02 Agustus 2021	Acc Keseluruhan	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.

Bimbingan Skripsi

- Dimulai pada tanggal : 18-04-2021
- Diakhiri pada tanggal : 02-08-2021
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

(Daning Nur Sulistyowati, M.Kom)

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI****UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

NIM : 11172529
Nama Lengkap : Gardika Sandra
Dosen Pembimbing : Daning Nur Sulistyowati, M.Kom
Judul Skripsi : Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi
Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	18 April 2021	Pengajuan judul dan Bab I (Belum full)	
2.	21 Mei 2021	Pengajuan Judul, Bab I, dan Bab II	
3.	21 Juni 2021	Pengajuan Bab III	
4.	29 Juni 2021	Permohonan Penggantian judul baru	
5.	17 Juli 2021	Pengajuan judul, Bab I – Daftar Pustaka	
6.	02 Agustus 2021	Revisi judul, Bab I- Daftar Pustaka	
7.	02 Agustus 2021	Revisi Bab I-Bab V, serta pengajuan Jurnal	
8.	02 Agustus 2021	Acc Keseluruhan	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Skripsi

- Dimulai pada tanggal : 18-04-2021
- Diakhiri pada tanggal : 02-08-2021
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

(Daning Nur Sulistyowati, M.Kom)

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI****UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

NIM : 11172107
Nama Lengkap : Wika Widya Laureta
Dosen Pembimbing : Daning Nur Sulistyowati, M.Kom
Judul Skripsi : Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi
Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	18 April 2021	Pengajuan judul dan Bab I (Belum full)	
2.	21 Mei 2021	Pengajuan Judul, Bab I, dan Bab II	
3.	21 Juni 2021	Pengajuan Bab III	
4.	29 Juni 2021	Permohonan Penggantian judul baru	
5.	17 Juli 2021	Pengajuan judul, Bab I – Daftar Pustaka	
6.	02 Agustus 2021	Revisi judul, Bab I- Daftar Pustaka	
7.	02 Agustus 2021	Revisi Bab I-Bab V, serta pengajuan Jurnal	
8.	02 Agustus 2021	Acc Keseluruhan	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Skripsi

- Dimulai pada tanggal : 18-04-2021
- Diakhiri pada tanggal : 02-08-2021
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

(Daning Nur Sulistyowati, M.Kom)



KOPERASI SIMPAN PINJAM KELUARGA SEJAHTERA

Jl. Pertanian Tengah Klender - Jakarta Timur
Telp. 8623045

Nomor : SK/019/VII/2021
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Selesai Riset/PKL

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Sunarning
Jabatan : Kepala Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut di bawah ini:

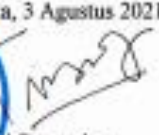
Nama : Aulia Salma Tammayusdin
N I M : 11172084
Program Studi : Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri

Adalah benar telah melakukan Riset/PKL pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera Jakarta terhitung sejak 30 Juni s.d 10 Juli 2021 guna penulisan skripsi dengan judul **"SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMASARAN PADA KOPERASI KELUARGA SEJAHTERA"**, dan yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Jakarta, 3 Agustus 2021


Tri Sunarning
Kepala KSP Keluarga Sejahtera



KOPERASI SIMPAN PINJAM KELUARGA SEJAHTERA

Jl. Pematian Tengah Klender - Jakarta Timur

Telp. 8623045

Nomor : SK/019/VII/2021
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Selesai Riset/PKL

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Sunarning
Jabatan : Kepala Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut di bawah ini:

Nama : Gardika Sandra
N I M : 11172529
Program Studi : Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri

Adalah benar telah melakukan Riset/PKL pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera Jakarta terhitung sejak 30 Juni s.d 10 Juli 2021 guna penulisan skripsi dengan judul **"SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMASARAN PADA KOPERASI KELUARGA SEJAHTERA"**, dan yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 3 Agustus 2021



Tri Sunarning
Kepala KSP Keluarga Sejahtera



KOPERASI SIMPAN PINJAM KELUARGA SEJAHTERA

Jl. Puriwani Tengah Kuning - Jakarta Timur
Telp. 8623045

Nomor : SK/019/VII/2021
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Selesai Riset/PKL

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Sunarning
Jabatan : Kepala Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera

Dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut di bawah ini:

Nama : Wika Widya Laureta
N I M : 11172107
Program Studi : Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri

Adalah benar telah melakukan Riset/PKL pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera Jakarta terhitung sejak 30 Juni s.d 10 Juli 2021 guna penulisan skripsi dengan judul **"SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMASARAN PADA KOPERASI KELUARGA SEJAHTERA"**, dan yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 3 Agustus 2021



Tri Sunarning
Kepala KSP Keluarga Sejahtera

LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Minggu Pelaksanaan															
		Bulan Ke-1				Bulan Ke-2				Bulan Ke-3				Bulan Ke-4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identifikasi Masalah																
2	Observasi																
3	Pengumpulan Data																
4	Wawancara																
5	Analisa																
6	Perancangan Sistem																
7	Penyebaran Kuesioner																
8	Pembuaatan Metode AHP																
9	Implementasi																
10	Dokumentasi																

Lampiran 2. Biodata Ketua dan Anggota

A. Identitas Ketua

1	Nama Lengkap	Aulia Salma Tammayyusdin
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	Sistem Informasi
4	NIM	11172084
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Gunung Kidul, 25 Agustus 1998
6	Alamat E-mail	11172084@nusamandiri.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	081389443560

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-

C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-
2	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-P**

Jakarta, 3 Agustus 2021



(Aulia Salma Tammayyusdin)

D. Identitas Anggota

1	Nama Lengkap	Gardika Sandra
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	Sistem Informasi
4	NIM	11172529
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bekasi, 12 Mei 1992
6	Alamat E-mail	11172529@nusamandiri.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	082211601488

E. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-

F. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-
2	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-**

Jakarta, 3 Agustus 2021



(Gardika Sandra)

A. Identitas Anggota

1	Nama Lengkap	Wika Widya Lureta
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	Sistem Informasi
4	NIM	11172107
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bekasi, 29 Juli 1998
6	Alamat E-mail	11172107@nusamandiri.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	081295452872

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-

C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-
2	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-P**.

Jakarta, 3 Agustus 2021



(Wika Widya Laureta)

Lampiran 3. Biodata Dosen Pendamping

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	
2	Jenis Kelamin	L/P
3	Program Studi	
4	NIP/NIDN	
5	Tempat dan Tanggal Lahir	
6	Alamat E-mail	
7	Nomor Telepon/HP	

B. Riwayat Pendidikan

Gelar Akademik	Sarjana	S2/Magister	S3/Doktor
Nama Institusi			
Jurusan/Prodi			
Tahun Masuk-Lulus			

C. Rekam Jejak Tri Dharma PT

C.1. Pendidikan/Pengajaran

No	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	SKS
1			
2			
3			

C.2. Penelitian

No	Judul Penelitian	Penyandang Dana	Tahun
1			
2			
3			

C.3. Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Judul Pengabdian kepada Masyarakat	Penyandang Dana	Tahun
1			
2			
3			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-P**

Jakarta, Agustus 2021

(Daning Nur Sulistyowati, M.Kom)

Lampiran 4. Format Justifikasi Anggaran Kegiatan

1. Peralatan Penunjang Kegiatan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- Router Internet	1 Buah	200.000	200.000
- Modem Internet	1 Buah	300.000	300.000
- Flashdisk 32 GB	1 Buah	100.000	100.000
- SUB TOTAL(Rp)			600.000
2. Bahan Habis Pakai	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- DVD-RW	6 Buah	15.000	90.000
- Materai 10000	6 Buah	12.000	72.000
- Kertas A4	2 Rim	50.000	100.000
- Tinta Printer	1 Set (4 Buah)	80.000	320.000
- Alat Tulis Kantor (ATK)	1 Set	100.000	100.000
- SUB TOTAL(Rp)			682.000
3. Perjalanan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- Biaya Transportasi	1 Bulan	100.000	100.000
- Biaya Konsumsi	1 Bulan	150.000	150.000
- SUB TOTAL(Rp)			250.000
4. Lain-lain	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- Biaya Jasa Hard Cover Skripsi	3 Buah	65.000	195.000
- Biaya Jasa Label CD-ROM	6 Buah	12.000	72.000
- Biaya Jasa Jilid Laporan Riset	1 Buah	8.000	8.000
- Biaya Berlangganan Internet (Bulanan)	1 Bulan	300.000	300.000
- Biaya Publish Jurnal	1 Buah	251.000	251.000
- Biaya Tidak Terduga	-	150.000	150.000
SUB TOTAL (Rp)			976.000
TOTAL 1+2+3+4 (Rp)			2.508.000
(Dua Juta Lima Ratus Delapan Ribu Rupiah)			

Lampiran 5. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas

No	Nama /NIM	Program Studi	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Aulia Salma Tammayyudin /11172084	Sistem Informasi	-	10 Jam/Minggu	Memimpin dan menkoordinasi tim, pengawas keberjalanan kerja tim dan lini masa (<i>timeline</i>)
2	Gardika Sandra/ 11172529	Sistem Informasi	-	10 Jam/Minggu	Penyusun konsep dan metode <i>Analytical Hierarchy Proses</i>
3	Wika Widya Laureta/ 1172107	Sistem Informasi	-	42 Jam/Minggu	Peninjauan pustaka, studi literatur, bertanggung jawab atas kuesioner dan responses



Lampiran 6. Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Pemasaran KSP Keluarga Sejahtera

Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui informasi pemasaran KSP Keluarga Sejahtera

Nama *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Umur *

☐ < 20 Thn

☐ < 30 Thn

☐ < 40 Thn

☐ > 40 Thn



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Status Pekerjaan *

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Karyawan/Wiraswasta
- ☐ Ibu Rumah Tangga

Apakah anda sebelumnya sudah pernah mengikuti KSP lain? *

- ☐ Sudah Pernah
- ☐ Belum Pernah

Menurut anda, apakah pemasaran KSP dapat diterima dengan baik dimasyarakat? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda setuju dengan pemasaran KSP Keluarga Sejahtera secara Media Sosial? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda setuju dengan pemasaran KSP Keluarga Sejahtera melalui Direct Selling? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda setuju dengan pemasaran KSP Keluarga Sejahtera melalui media cetak? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda setuju dengan semua pelayanan yang ada pada KSP Keluarga Sejahtera? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Apakah anda tertarik dengan KSP Keluarga Sejahtera setelah dilakukannya pemasaran secara Direct Selling? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda tertarik dengan KSP Keluarga Sejahtera setelah dilakukannya pemasaran melalui media sosial? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda tertarik dengan KSP Keluarga Sejahtera setelah dilakukannya pemasaran melalui media cetak? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda salah satu yang mendapatkan jaminan hari tua pada KSP Keluarga Sejahtera? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak
- ☐ Mungkin

Apakah finansial anda terbantu dengan adanya KSP keluarga Sejahtera? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Dalam sebulan seberapa sering anda melakukan transaksi simpan pinjam? *

- ☐ Sangat Sering
- ☐ Sering
- ☐ Jarang

Apakah anda setuju memberikan jaminan kepada KSP Keluarga Sejahtera untuk melakukan pinjaman? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah anda puas dengan ketersediaan jasa yang ditawarkan oleh KSP Keluarga Sejahtera? *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Apakah informasi pemasaran yang disampaikan sangat bermanfaat *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Cukup Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju



Lampiran 7. Responses & Grafik Kuesioner

WhatsApp x 11172084_Aulia Salma Tammi x Pemasaran KSP Keluarga Sejahtera x Lagu Paling Galau Yang L x New Tab x

docs.google.com/forms/d/1fuGFh_ewQuWQwguw9nOX2Zh_HNife4MT-zHi5xJkZY/edit#responses

Pemasaran KSP Keluarga Sejahtera

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

50 jawaban

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama

50 jawaban

Sutarwo

Hari Widya

EL Fathan

Kanio

Raline

Siti Zaenab

Abdullah Renaldi

Malik Syafast

Kayla Rizkia

Jenis Kelamin

Type here to search

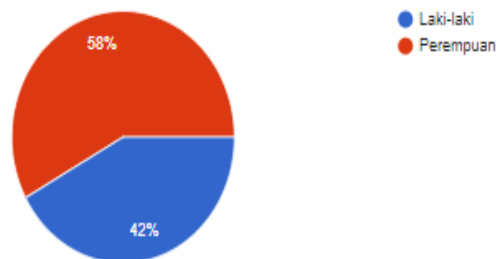
30°C

7:08 PM 9/16/2021



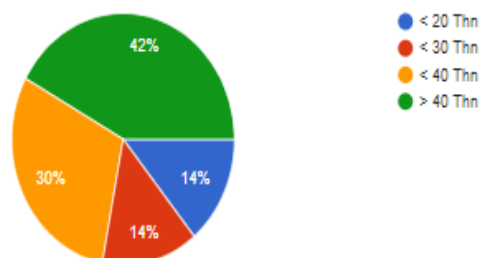
Jenis Kelamin

50 jawaban



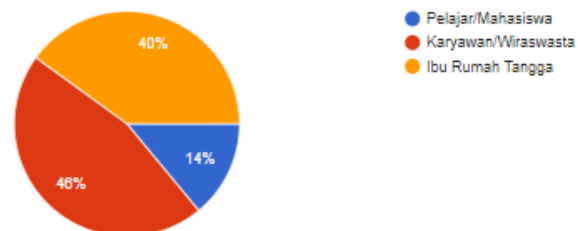
Umur

50 jawaban



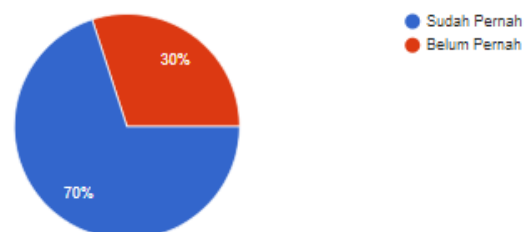
Status Pekerjaan

50 jawaban



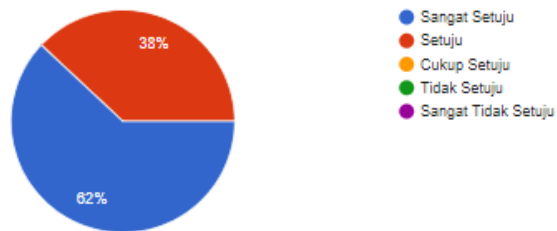
Apakah anda sebelumnya sudah pernah mengikuti KSP lain?

50 jawaban



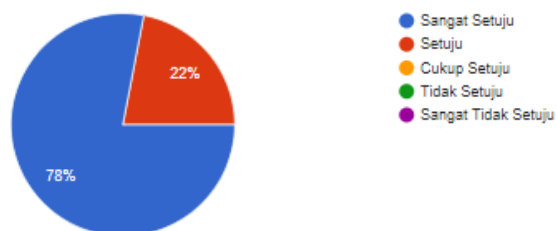
Menurut anda, apakah pemasaran KSP dapat diterima dengan baik dimasyarakat?

50 jawaban



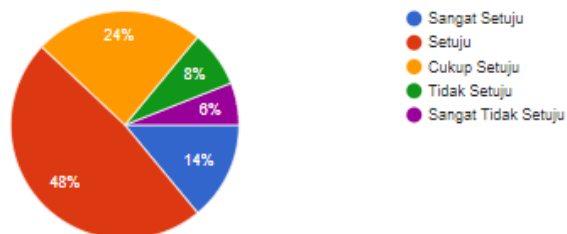
Apakah anda setuju dengan pemasaran KSP Keluarga Sejahtera secara Media Sosial?

50 jawaban



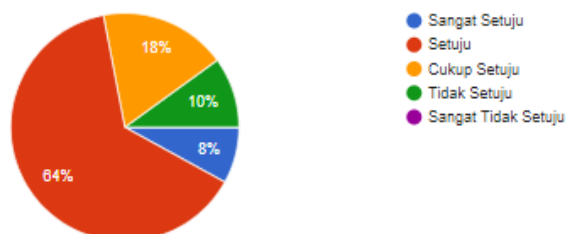
Apakah anda setuju dengan pemasaran KSP Keluarga Sejahtera melalui Direct Selling?

50 jawaban



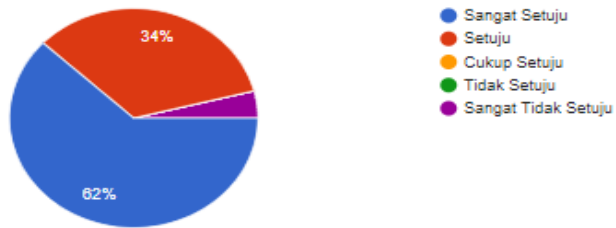
Apakah anda setuju dengan pemasaran KSP Keluarga Sejahtera melalui media cetak?

50 jawaban



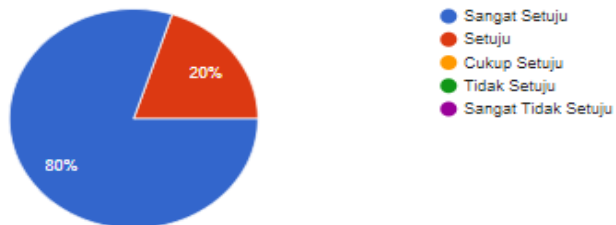
Apakah anda setuju dengan semua pelayanan yang ada pada KSP Keluarga Sejahtera?

50 jawaban



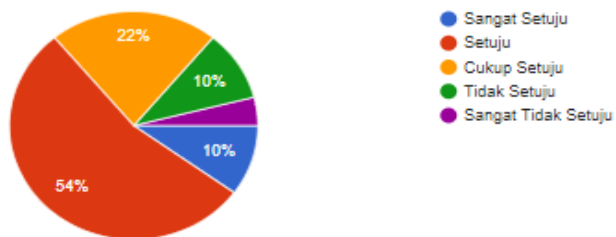
Apakah anda tertarik dengan KSP Keluarga Sejahtera setelah dilakukannya pemasaran secara Direct Selling?

50 jawaban



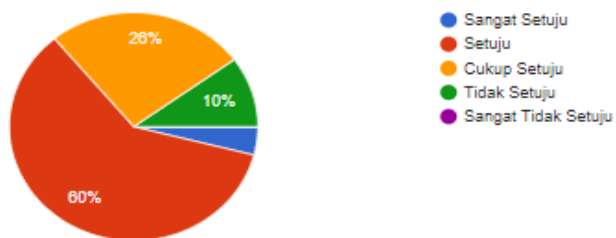
Apakah anda tertarik dengan KSP Keluarga Sejahtera setelah dilakukannya pemasaran melalui media sosial?

50 jawaban



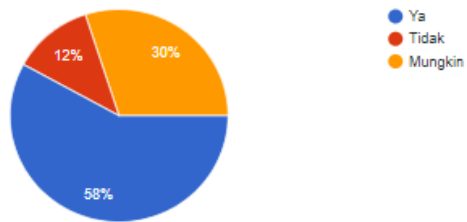
Apakah anda tertarik dengan KSP Keluarga Sejahtera setelah dilakukannya pemasaran melalui media cetak?

50 jawaban



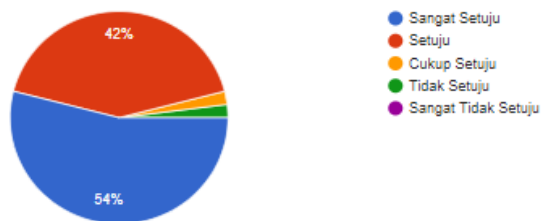
Apakah anda salah satu yang mendapatkan jaminan hari tua pada KSP Keluarga Sejahtera?

50 jawaban



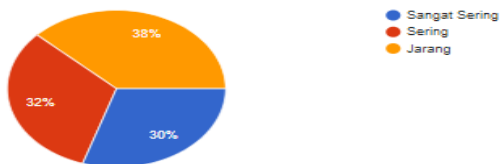
Apakah finansial anda terbantu dengan adanya KSP keluarga Sejahtera?

50 jawaban



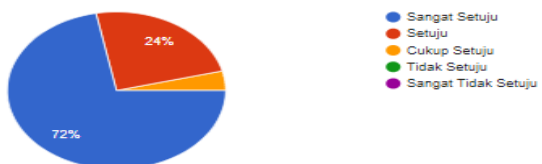
Dalam sebulan seberapa sering anda melakukan transaksi simpan pinjam?

50 jawaban



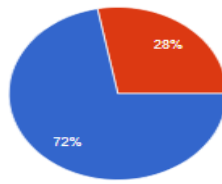
Apakah anda setuju memberikan jaminan kepada KSP Keluarga Sejahtera untuk melakukan pinjaman?

50 jawaban



Apakah anda puas dengan ketersediaan jasa yang ditawarkan oleh KSP Keluarga Sejahtera?

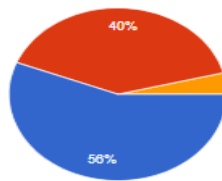
50 jawaban



- Sangat Setuju
- Setuju
- Cukup Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah informasi pemasaran yang disampaikan sangat bermanfaat

50 jawaban



- Sangat Setuju
- Setuju
- Cukup Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

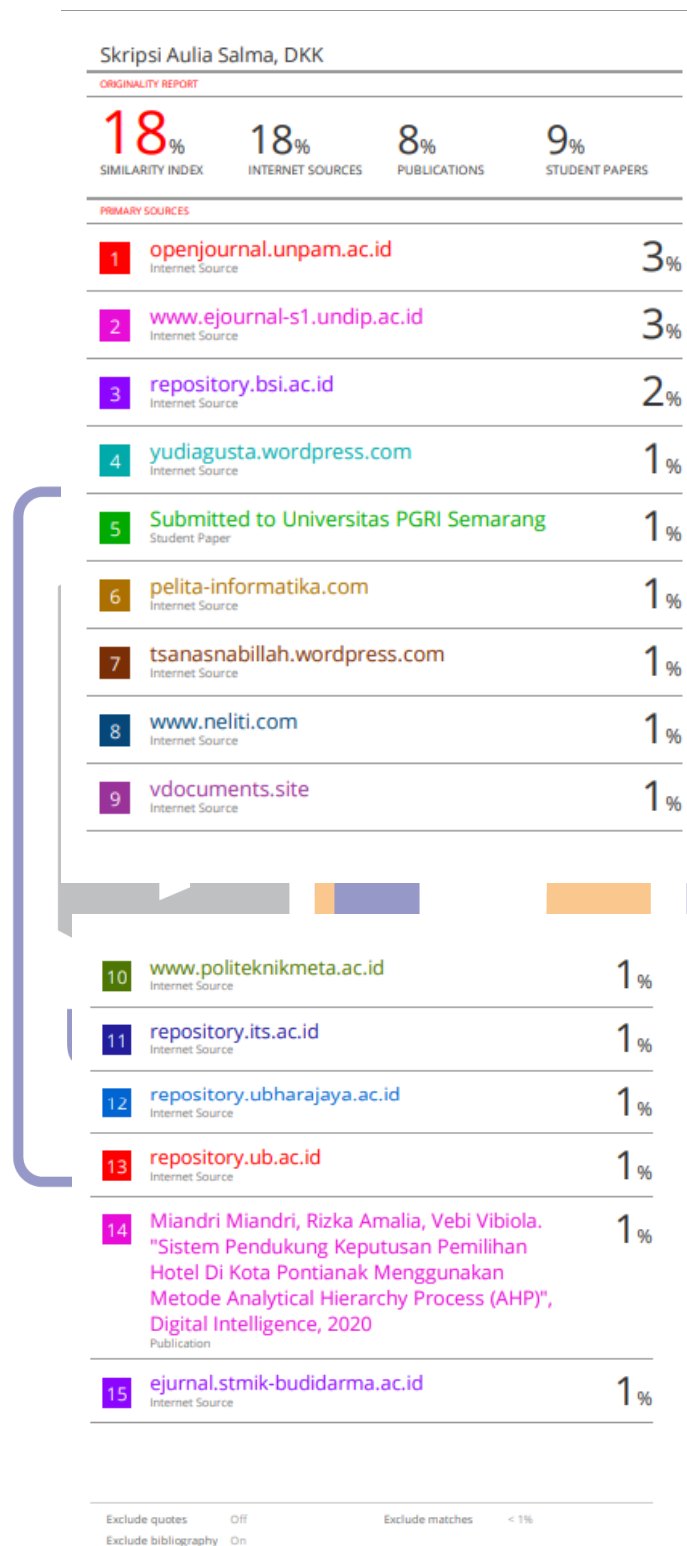


UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara Melalui Zoom Meeting



Lampiran 9. Bukti Hasil Pengecekan Plagiarisme



Lampiran 10. Jurnal Skripsi Terpublish



TIN: Terapan Informatika Nusantara

Vol 2, No 3, Agustus 2021, Hal 120-128

ISSN 2722-7987 (Media Online)

Website <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin>

Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera dengan Metode AHP

Aulia Salma Tammayyudin, Gardika Sandra, Wika Widya Laureta, Daning Nur Sulistyowat

Fakultas Teknologi Informasi, Program Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Email: ¹1172107@nusamandiri.ac.id, ²1172084@nusamandiri.ac.id, ³1172529@nusamandiri.ac.id,

⁴daningnur.dgs@nusamandiri.ac.id

Abstrak—Penelitian ini membahas mengenai sistem penunjang keputusan pemasaran pada koperasi simpan pinjam keluarga sejahtera, sebagai sebuah koperasi yang menyediakan pelayanan jasa keuangan yang disediakan oleh masyarakat umum untuk melakukan simpan pinjam dalam meningkatkan kestabilan ekonomi. Dengan adanya sebuah pandemi ini, membuat masyarakat mengalami penurunan dalam faktor keuangan yang mengakibatkan finansial terganggu dan terkendala untuk kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini masyarakat umum akan mengetahui program yang dilakukan oleh anggota koperasi dalam menyebarkan pemasaran dikalangan masyarakat sekitar atau bahkan ibu-ibu PKK yang memiliki organisasi lingkungan sosialnya. Proses ini dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera teratasi dalam pemilihannya secara terstruktur. Sebagai salah satu sumber informasi mengenai proses yang dilakukan dalam pemasaran untuk memudahkan perusahaan untuk mempertimbangkan angka terbesar dalam banyaknya jumlah masyarakat yang mendapatkan info mengenai Koperasi Keluarga Sejahtera. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan dalam pemilihan akhir yang di dapat melalui nilai rasio. Penelitian ini dapat bertujuan untuk memberikan penjelasan terkait informasi pemasaran dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), agar mendapatkan nilai prioritas pemasaran yang dilakukan Koperasi Keluarga Sejahtera. Hasil yang di dapatkan dalam menggunakan sistem penunjang keputusan pemasaran pada koperasi simpan pinjam keluarga sejahtera dengan metode AHP adalah direct selling kepada masyarakat.

Kata Kunci: Sistem Penunjang Keputusan; Pemasaran Koperasi; Pelayanan Jasa Keuangan; Masyarakat Umum

Abstract—This study discusses the marketing decision support system in the prosperous family savings and loan cooperatives, as a cooperative that provides financial services provided by the general public to make savings and loans in increasing economic stability. With this pandemic, people experience a decline in financial factors that result in financial disruption and constraints for daily life. In this study, the general public will know the programs carried out by cooperative members in spreading marketing among the surrounding community or even PKK women who have social environmental organizations. This process is carried out by the Prosperous Family Cooperative, which is resolved in a structured selection. As a source of information about the process carried out in marketing to make it easier for companies to consider the largest number in the number of people who get information about the Prosperous Family Cooperative. The method used in this study was carried out to take a decision in the final selection which was obtained through the ratio value. This study aims to provide an explanation regarding marketing information using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method, in order to get the value of marketing priorities carried out by the Prosperous Family Cooperative. The results obtained in using a marketing decision support system in a prosperous family savings and loan cooperative using the AHP method is direct selling to the public.

Keywords: Decision Support System; Cooperative Marketing; Financial Services; General Public

1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan saat ini dengan munculnya suatu pandemik *covid-19* yang terjadi di Indonesia membuat masyarakat mengalami kendala permasalahan di dalam perekonomian. Banyaknya masyarakat yang bekerja pada perusahaan terkena dampak dalam pemutusan hubungan kerja (PHK) yang mengakibatkan faktor ekonomi menjadi salah satu permasalahan. Dengan adanya suatu koperasi dapat membantu masyarakat dalam kestabilan perekonomian yang bersifat sementara untuk meningkatkan kembali faktor ekonomi yang pada sebelumnya mengalami kendala. Namun, koperasi yang dibutuhkan oleh masyarakat harus jelas keberadaannya dan sesuai dengan aturan manajemen yang baik di dalam melakukan kegiatan simpan pinjam untuk masyarakat yang membutuhkan.

Menurut UU No 25 tahun 1992, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan pada asas kekeluargaan. Selanjutnya berdasarkan pasal 4 dari UU No 25 tahun 1992, disebutkan bahwa fungsi koperasi meliputi : 1). Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. 2). Berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat. 3). Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya. 4). Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi [1].

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan/koperasi pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya. Disamping itu strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Dengan demikian strategi pemasaran dapat memberikan gambaran dengan jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang [2].



Sasaran dari program koperasi ini adalah untuk masyarakat yang kurang mampu yang bertujuan untuk memperbaiki perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Koperasi yang merupakan salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan kepribadian badan Indonesia yang pantas untuk ditumbuh kembangkan sebagai badan usaha penting [3].

Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang memiliki ciri yang berbeda jika dibandingkan dengan organisasi ekonomi lain. Perbedaan ini, terletak pada sistem nilai etis yang melandasi kehidupannya dan terjabar dalam prinsip-prinsipnya yang kemudian berfungsi sebagai norma-norma etis untuk mempolakan tata laku koperasi sebagai organisasi ekonomi. Ciri utama koperasi terletak pada kerjasama para anggota dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan hidup bersama. Karakter inilah yang terumus sebagai prinsip self-help atau menolong diri sendiri [4].

Koperasi memiliki karakteristik sebagai kumpulan orang dan bukan kumpulan modal. Demokrasi menjadi salah satu prinsip yang sangat menonjol dari gerakan perkoperasian di dunia maupun di Indonesia. Koperasi dilahirkan oleh para anggota, dikelola dan dibesarkan oleh para anggota dan pada akhirnya manfaatnya diberikan untuk para anggota. Oleh karena itu, tujuan utama pendirian koperasi yaitu untuk mensejahterakan anggota bukan hanya sekedar mengejar keuntungan sebagaimana persekutuan perseroan [5].

Prinsip-prinsip koperasi sebagai keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, Pengelolaan dilakukan secara demokratis, Pembagian Sisa Hasil Usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, Pemberian balas jasa tidak terkait besarnya setoran modal, Kemandirian, pendidikan koperasi, dan kerjasama antar koperasi [6].

Sebuah sistem yang mampu memberikan kemampuan pemecahan masalah maupun kemampuan pengkomunikasian untuk masalah dengan kondisi semi terstruktur dan tidak terstruktur. Sistem ini digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam situasi semi terstruktur dan situasi yang tidak terstruktur, dimana tak seorangpun tahu secara pasti bagaimana keputusan seharusnya dibuat. SPK bertujuan untuk menyediakan informasi, membimbing, memberikan prediksi serta mengarahkan kepada pengguna informasi agar dapat melakukan pengambilan keputusan dengan lebih baik dan implementasi teori-teori pengambilan keputusan yang telah diperkenalkan oleh ilmu-ilmu seperti operation research dan management science, hanya bedanya adalah bahwa jika dahulu untuk mencari penyelesaian masalah yang dihadapi harus dilakukan perhitungan iterasi secara manual (biasanya untuk mencari nilai minimum, maksimum, atau optimum) [7].

Membentuk *normalized decision matrix* dengan menghitung matriks ternormalisasi Topsis memerlukan rating pada setiap data kriteria atau data subkriteria yang sudah dinormalisasi, Membentuk *weighted normalized decision matrix* Solusi ideal positif A+ dan solusi ideal negatif A- dapat ditentukan berdasarkan rating bobot ternormalisasi (Yij) sebagai menghitung matriks yang terbentuk dari normalisasi bobot. Melakukan perhitungan nilai ternormalisasi bobot dengan mengalikan nilai yang sudah ditentukan pada setiap alternatif dari matrik normalisasi dengan nilai bobot yang ditentukan pengambil keputusan, Mencari hasil nilai solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Solusi ideal positif dan solusi ideal negatif dapat dihitung dari bobot yang sudah dinormalisasi dari hasil langkah sebelumnya, Menentukan jarak antara nilai setiap data alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif. [8].

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam perbandingannya di pasar melawan pesaing-pesaing. Oleh karena itu maka senjata itu harus disesuaikan dengan keadaan pasar serta kondisi persaingan yang dihadapinya [9].

Kegiatan pemasaran selain meningkatkan profitabilitas juga akan meningkatkan nilai merek atau yang biasa disebut ekuitas merek (*brand equity*). Brand equity adalah perbedaan respon konsumen terhadap suatu produk atau cara pemasarannya [10].

Strategi dalam pemasaran di definisikan sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan, dengan mengembangkan keunggulan bersaing secara berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Dengan demikian, strategi pemasaran dapat dimaknai sebagai rencana yang diformulasikan secara sistematis mengenai kegiatan pemasaran [11].

Tujuan pemasaran bertujuan agar perusahaan secara obyektif mengetahui kondisi-kondisi internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu perencanaan strategi pemasaran penting dalam mendapatkan keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan sumber daya pemasaran serangkaian sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dengan rencana, pelaksanaan dan evaluasi yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, serta memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan [12].

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu simpan pinjam yang dilakukan masyarakat umum pada Koperasi Keluarga Sejahtera untuk dapat membantu meningkatkan ekonomi yang sedang terjadi pada saat ini, perkembangan pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera dalam memasarkan suatu program dalam simpan pinjam dilakukan secara direct selling, media cetak dan media sosial.



Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan kestabilan ekonomi masyarakat umum pada masa pandemi yang terkena pemutusan kerja di perusahaannya masing-masing. Maka dari itu Koperasi Simpan Pinjam memberikan kemudahan bagi seluruh masyarakat umum untuk dapat melakukan peminjaman sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku pada manajemen Koperasi Keluarga Sejahtera.

Penelitian terkait dalam penulisan skripsi ini, Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. [13].

Komunikasi pemasaran juga dapat dinyatakan sebagai kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang dapat dipergunakan dengan harapan terjadinya tiga tahapan perubahan, yaitu: perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan tindakan yang dikehendaki [14].

Social media memiliki karakter jaringan sosial. *Social media* terbangun dari struktur sosial yang terbentuk didalam jaringan atau internet. Namun sebagaimana ditekankan oleh *Castell*, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikro elektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telepon genggam, atau tablet [15].

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah Analytical Hierarchy Process (AHP). Metode tersebut dipilih karena metode AHP merupakan suatu bentuk model penunjang keputusan dimana komponen utamanya adalah sebuah hirarki fungsional dengan input utamanya adalah persepsi manusia. Sifatnya yang fleksible menyebabkan penambahan dan pengurangan kriteria pada suatu hirarki dapat dilakukan dengan mudah dan tidak mengacaukan atau merusak hirarki [16], [17].

AHP digunakan untuk menyelesaikan masalah multikriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, struktur masalah yang belum jelas, ketidakpastian pendapat dari pengambil keputusan, pengambil keputusan lebih dari satu orang, dan ketidakakuratan data yang tersedia [18].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan mencari informasi mengenai Koperasi Keluarga Sejahtera. Dalam metode penelitian ini dilakukan pengumpulan data penelitian dan hasil data yang di dapat akan dibuat kedalam metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Adapun langkah-langkah yang dalam membuat metode metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan menggunakan *index random consistency*, *pairwise comparisons*, penyusunan kriteria, sebagai persiapan data dalam metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yaitu membuat data tabel alternatif, membuat data tabel kriteria, membuat data tabel *ratio* antar kriteria, membuat data tabel hasil akhir metode AHP untuk membentuk perbandingan berpasangan, bobot tiap-tiap kriteria dan matriks *preferensi*.

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan tahapan yang dilakukan oleh penulis dalam menyusun penelitian skripsi yang dimulai dari awal perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap laporan dalam penulisan penelitian, sebagai berikut :

1. Menentukan Penelitian Kualitatif
Dalam persiapan ini akan mengumpulkan seluruh data untuk mendapatkan informasi yang dijelaskan secara deskriptif ke dalam penulisan skripsi.
2. Identifikasi Masalah
Merupakan proses yang dilakukan untuk mendefinisikan masalah yang ada pada Koperasi Keluarga Sejahtera untuk menjadi bagian yang paling penting di dalam penelitian.
3. Mengumpulkan Data
Data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
4. Wawancara Terhadap Narasumber
Melakukan kegiatan Tanya jawab kepada pihak Koperasi Keluarga Sejahtera untuk memperoleh sebuah informasi mengenai Koperasi Keluarga Sejahtera.
5. Menganalisa Data
Mengolah data menjadi sebuah informasi agar dapat dipahami dalam penelitian ini.
6. Membuat Laporan Penelitian
Proses terakhir yang dilakukan adalah menarik seluruh kesimpulan untuk membuat laporan hasil dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

1. Observasi



Observasi yang dilakukan untuk memperoleh data dan gambaran secara jelas dalam obyek yang sedang diteliti. Tujuan observasi ini untuk mengetahui bagaimana proses yang dilakukan pada Koperasi Keluarga Sejahtera dalam proses kegiatan pemasaran yang dilakukan koperasi.

2. Wawancara
 Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *zoom meeting* dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber untuk mengetahui proses pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera.
3. Studi Pustaka
 Studi pustaka yang dilakukan dalam melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan data sebagai sumber informasi terhadap referensi yang berkaitan dengan judul skripsi sebagai laporan penulisan yang dapat memecahkan masalah yang ingin dipecahkan sesuai dengan data yang telah di dapat oleh peneliti.

2.3 Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

Dalam penelitian ini dilakukan analisis menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk melakukan pengambilan keputusan dalam perbandingan berpasangan yang merupakan komponen kriteria dan alternatif pilihan. Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat kepentingan relatif dari kriteria yang ada
 Pada proses analisis ini dapat dilakukan untuk meningkatkan peringkat kriteria ke dalam sebuah sistem berbasis *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.
2. *Pairwise Comparison* (Perbandingan Berpasangan)
 Proses analisis yang dilakukan untuk menghitung perbandingan kriteria yang dibandingkan dengan yang lain dan dapat di ekspresikan untuk mendapatkan nilai *equal, moderate, strong, very strong, dan extreme*.
3. Mencari *Eigenvector*
 Dalam mencari *eigenvector* digunakan untuk mendapatkan peringkat untuk menggunakan matriks berpasangan sebagai dasar perhitungan kuadrat matriks berpasangan pada setiap saat yang sedang dilakukan penghitungan dengan keduanya.
4. Menghitung *Eigenvector* Pertama
 Untuk menghitung *Eigenvector* pertama dilakukan untuk menjumlahkan baris dari baris-baris yang ada, dan melakukan normalisasi nilai jumlah dari masing-masing baris tersebut.
5. Menentukan Peringkat Alternatif
 Dalam menentukan peringkat alternatif dilakukan dari perbandingan berpasangan terhadap kriteria masing-masing. Sebagai *judgement* dalam proses yang dilakukan berbaris data/informasi alternatif pilihan (*Quantitatif Approach*) dengan *judgement* dari pakar terkait pemilihan alternatif (*Qualitative Approach*).
6. Menghitung index konsistensi $CI = (\lambda_{max} - n) / (n - 1)$ dan menghitung rasio konsistensi $CR = CI / IR$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan dengan cara mencari nilai kriteria dan alternative pilihan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk mencari hasil perhitungan akhir dalam pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera dan melakukan penyebaran kuesioner terhadap masyarakat umum untuk mendapatkan informasi dari masing-masing responden yang telah mengisi kuesioner terhadap penelitian ini. Adapun hasil dan pembahasannya sebagai berikut:

3.1 Hasil Kuesioner

Penelitian dilakukan dengan subyek penelitian adalah masyarakat, Ibu-ibu PKK, dan anggota Koperasi Keluarga Sejahtera itu sendiri. Dikarenakan masih terjadi pandemic penyebaran kuesioner dilakukan secara tidak langsung melalui media sosial seperti *Whatsapp* menggunakan *Google Form*. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, data kuesioner yang kembali pada peneliti adalah 50 responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada tahap analisis jawaban responden terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner, karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, informasi mengenai koperasi, dan status dalam Koperasi Keluarga Sejahtera. Peneliti telah merangkum karakteristik responden secara terperinci yang ditunjukkan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Jumlah
Perempuan	27	54%
Laki-Laki	23	46%
Jumlah	50	100%



Observasi yang dilakukan untuk memperoleh data dan gambaran secara jelas dalam obyek yang sedang diteliti. Tujuan observasi ini untuk mengetahui bagaimana proses yang dilakukan pada Koperasi Keluarga Sejahtera dalam proses kegiatan pemasaran yang dilakukan koperasi.

2. Wawancara
Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *zoom meeting* dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber untuk mengetahui proses pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera.
3. Studi Pustaka
Studi pustaka yang dilakukan dalam melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan data sebagai sumber informasi terhadap referensi yang berkaitan dengan judul skripsi sebagai laporan penulisan yang dapat memecahkan masalah yang ingin dipecahkan sesuai dengan data yang telah di dapat oleh peneliti.

2.3 Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

Dalam penelitian ini dilakukan analisis menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk melakukan pengambilan keputusan dalam perbandingan berpasangan yang merupakan komponen kriteria dan alternatif pilihan. Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat kepentingan relatif dari kriteria yang ada
Pada proses analisis ini dapat dilakukan untuk meningkatkan peringkat kriteria ke dalam sebuah sistem berbasis *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.
2. *Pairwise Comparison* (Perbandingan Berpasangan)
Proses analisis yang dilakukan untuk menghitung perbandingan kriteria yang dibandingkan dengan yang lain dan dapat di ekspresikan untuk mendapatkan nilai *equal, moderate, strong, very strong, dan extreme*.
3. Mencari *Eigenvector*
Dalam mencari *eigenvector* digunakan untuk mendapatkan peringkat untuk menggunakan matriks berpasangan sebagai dasar perhitungan kuadrat matriks berpasangan pada setiap saat yang sedang dilakukan penghitungan dengan keduanya.
4. Menghitung *Eigenvector* Pertama
Untuk menghitung *Eigenvector* pertama dilakukan untuk menjumlahkan baris dari baris-baris yang ada, dan melakukan normalisasi nilai jumlah dari masing-masing baris tersebut.
5. Menentukan Peringkat Alternatif
Dalam menentukan peringkat alternatif dilakukan dari perbandingan berpasangan terhadap kriteria masing-masing. Sebagai *judgement* dalam proses yang dilakukan berbaris data/informasi alternatif pilihan (*Quantitatif Approach*) dengan *judgement* dari pakar terkait pemilihan alternatif (*Qualitative Approach*).
6. Menghitung index konsistensi $CI = (\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1})$ dan menghitung rasio konsistensi $CR = CI/IR$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan dengan cara mencari nilai kriteria dan alternative pilihan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk mencari hasil perhitungan akhir dalam pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera dan melakukan penyebaran kuesioner terhadap masyarakat umum untuk mendapatkan informasi dari masing-masing responden yang telah mengisi kuesioner terhadap penelitian ini. Adapun hasil dan pembahasannya sebagai berikut:

3.1 Hasil Kuesioner

Penelitian dilakukan dengan subyek penelitian adalah masyarakat, Ibu-ibu PKK, dan anggota Koperasi Keluarga Sejahtera itu sendiri. Dikarenakan masih terjadi pandemic penyebaran kuesioner dilakukan secara tidak langsung melalui media sosial seperti *Whatsapp* menggunakan *Google Form*. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, data kuesioner yang kembali pada peneliti adalah 50 responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada tahap analisis jawaban responden terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner, karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, informasi mengenai koperasi, dan status dalam Koperasi Keluarga Sejahtera. Peneliti telah merangkum karakteristik responden secara terperinci yang ditunjukkan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Jumlah
Perempuan	27	54%
Laki-Laki	23	46%
Jumlah	50	100%



Pekerjaan	Frekuensi (F)	Jumlah
Ibu-Ibu PKK	6	12%
Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel 5 di atas, karakteristik status masyarakat mendapatkan 33 orang dengan sebanyak 66%, anggota koperasi mendapatkan 11 orang dengan sebanyak 22%, ibu-ibu PKK mendapatkan 6 orang dengan sebanyak 12%. Maka hasil yang di dapatkan berdasarkan karakteristik usia yang melakukan simpan pinjam terbanyak adalah masyarakat sebesar 66%.

3.2 Penerapan Metode AHP

Dalam metode ini menggunakan bagan *Analytical Hierarchy process* (AHP) untuk mengetahui kriteria dan alternatif pilihan dalam melakukan pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera untuk dapat menyelesaikan suatu proses kerangka pemikiran secara terstruktur, agar proses penelitian yang dilakukan dapat menyelesaikan suatu keputusan dalam melakukan pemasaran, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Dari gambar 2 di atas, memberikan gambaran mengenai struktur *Hierarchy* dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera dalam pemilihan alternatif pemasaran kepada masyarakat, anggota koperasi dan ibu-ibu PKK.

3.2.1 Menentukan Prioritas Kriteria

Dalam menentukan prioritas kriteria dengan melakukan penghitungan pada pilihan kriteria dengan kriteria yang lainnya ke dalam sebuah matriks. Adapun hasil penilaian, yaitu sebagai berikut:

1. Matriks Perbandingan Berpasangan

Matriks perbandingan berpasangan dilakukan dengan cara melakukan sebuah perbandingan dengan kriteria yang satu terhadap kriteria yang lainnya. Nilai yang di dapat antar kriteria tersebut di dapat, sebagai berikut:

Tabel 6. Nilai Perbandingan Berpasangan

Kriteria	Direct Selling	Media Cetak	Media Sosial
Direct Selling	1/1	3/1	4/1
Media Cetak	1/3	1/1	2/1
Media Sosial	1/4	1/2	1/1

Tabel 7. Hasil Matriks Perbandingan Berpasangan

Kriteria	Direct Selling	Media Cetak	Media Sosial
Direct Selling	1,00	3,00	4,00
Media Cetak	0,33	1,00	2,00
Media Sosial	0,25	0,50	1,00
Jumlah	1,58	4,50	7,00

Pada tabel diatas, dapat dijelaskan matriks perbandingan antar kriteri dengan cara, Nilai 1 pada cell Direct Selling didapatkan dari perbandingan kriteria Direct Selling dengan kriteria Direct Selling yang mempunyai kepentingan sama maka dapat dirumuskan dengan 1/1. Nilai 0,33 pada cell Direct Selling Media Cetak didapatkan dari perbandingan kriteria Direct Selling dengan Media Cetak yang mempunyai sedikit lebih kepentingan Direct Selling dibanding Media Cetak dengan rumus perbandingan 1/3. Nilai 0,25 pada cell Direct Selling Media sosial didapatkan dari perbandingan kriteria Direct seling dengan Media sosial yang mempunyai sedikit cukup lebih kepentingan Direct Selling dibanding Media Sosial dengan rumus perbandingan 1/4. Nilai 1 pada cell Media Cetak didapatkan dari perbandingan kriteria Media Cetak dengan kriteria Media Cetak yang mempunyai kepentingan sama maka dapat dirumuskan dengan 1/1. Nilai 2 pada cell Media Sosial Media Cetak didapatkan dari perbandingan kriteria Media Sosial dengan kriteria Media Cetak yang mempunyai cukup kepentingan kriteria Media Sosial dibanding kriteria Media Cetak dengan rumus 2/1. Nilai 1 pada cell Media Sosial didapatkan dari perbandingan



kriteria Media Sosial dengan kriteria Media Sosial yang mempunyai kepentingan sama maka dapat dirumuskan dengan 1/1.

2. Matriks Nilai Kriteria

Matriks nilai kriteria diperoleh dengan rumus Nilai cell baru = Nilai cell lama/Jumlah masing-masing cell lama. Berikut hasil perhitungannya dan nilai $\sum$ baris didapatkan dengan cara menjumlahkan tiap baris dan $\sum$ prioritas didapat dari hasil rata-rata tiap baris.

Tabel 8. Matriks Nilai Kriteria

Kriteria	Direct Selling	Media Cetak	Media Sosial	$\sum$ Baris	$\sum$ Prioritas
Direct Selling	0,63	0,67	0,57	1,87	0,62
Media Cetak	0,21	0,22	0,29	0,72	0,24
Media Sosial	0,16	0,11	0,14	0,41	0,14
Jumlah	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00

3. Matriks Penjumlahan Setiap Baris

Matriks ini dilakukan dengan cara mengalikan nilai jumlah baris pada setiap baris. Dalam penjumlahan setiap baris dengan matriks perbandingan berpasangan kriteria dengan penjumlahan keseluruhan pada tiap baris, yaitu sebagai berikut:

Tabel 9. Matriks Penjumlahan Setiap Baris

Kriteria	Direct Selling	Media Cetak	Media Sosial	$\sum$ Baris
Direct Selling	1,87	5,61	7,48	14,96
Media Cetak	0,24	0,72	1,44	2,39
Media Sosial	0,10	0,21	0,41	0,72

4. Perhitungan Rasio Konsistensi

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai rasio konsistensi (CR) = 0,1. Jika ternyata CR lebih besar dari 0,1 maka matriks perbandingan berpasangan harus diperbaiki. Untuk menghitung rasio konsistensi, dibuat tabel berikut.

Tabel 10. Perhitungan Rasio Konsistensi

Kriteria	$\sum$ Baris	$\sum$ Prioritas	Hasil
Direct Selling	1,87	0,62	2,49
Media Cetak	0,72	0,24	0,96
Media Sosial	0,41	0,14	0,55
Jumlah			4,00

5. Nilai Consistency Ratio Kriteria (CR)

Pada nilai CR dilakukan dengan melakukan hasil perbandingan *Consistency Index* (CI) dengan *Indeks Random* (IR). Oleh karena CR < 0,1, maka rasio konsistensi dari perhitungan tersebut dapat diterima.

Tabel 11. Nilai Consistency Ratio Kriteria

Kriteria	Rumus	Hasil
Jumlah	$\sum$ Baris + $\sum$ Prioritas	4,00
Jumlah Kriteria (n)	Banyaknya Kriteria	3,00
λ Maks	Jumlah/n	1,33
Consistency Index (CI)	(maks-n)	-1,67
RI	Nilai Random Indeks	1,24
CR	CI/RI	-1,34

3.3 Potensi Hasil

Nilai prioritas kriteria didapat dari kolom $\sum$ Prioritas pada tabel rasio konsistensi kriteria, begitupun nilai prioritas alternatif didapat dari kolom $\sum$ Prioritas pada tabel rasio konsistensi alternatif. Sedangkan nilai jumlah didapatkan dari hasil perkalian prioritas kriteria dengan prioritas alternatif. Jumlah nilai akhir tersebut yang dapat digunakan sebagai dasar untuk meranking pemilihan dalam pemasaran Koperasi Simpan Pinjam Keluarga Sejahtera. Maka didapatkan bahwa Direct Selling lebih banyak digunakan kepada masyarakat dibanding Media Cetak dan Media Sosial.

Tabel 12. Matriks Prioritas Kriteria dan Subkriteria

Kriteria	Prioritas Kriteria	Alternatif	Prioritas Alternatif	Jumlah
Direct Selling	0,62	Masyarakat	0,61	0,379579989



Kriteria	Prioritas Kriteria	Alternatif	Prioritas Alternatif	Jumlah
Media Cetak	0,24	Anggota	0,26	0,063099778
Media Sosial	0,14	Ibu-ibu PKK	0,13	0,017499203

Berdasarkan hasil akhir pada tabel 12 diatas, maka hasil akhir yang di dapat dalam pemasaran pada Koperasi Keluarga Sejahtera mendapatkan hasil tertinggi dalam pemasaran adalah Direct Selling dengan hasil 0,379579989.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan Sistem Penunjang Keputusan Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*, merupakan perusahaan yang menyediakan jasa keuangan untuk membantu masyarakat umum dalam kebutuhan ekonomi dengan cara yang cepat sesuai dengan syarat yang diberikan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera. Perkembangan pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang signifikan di dalam direct selling/media cetak/media sosial. Hal itu bertujuan untuk mempermudah manajemen dalam mendapatkan hasil dalam pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Keluarga Sejahtera. Penelitian ini untuk dapat mengoptimalkan dengan proses pengambilan keputusan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan cara yang lebih terstruktur secara jelas, agar data telah dimasukkan ke dalam matriks dapat sebagai sebuah perhitungan dalam melakukan pemasaran Koperasi Keluarga Sejahtera. Dengan adanya pemasaran yang disusun dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dapat meminimalisir waktu untuk pengambilan keputusan supaya lebih efisien dan efektif dalam melakukan simpan pinjam pada Koperasi Keluarga Sejahtera. Hal ini berkaitan dengan hasil akhir yang di dapat dalam melakukan pemasaran adalah direct selling, proses pemasaran yang dilakukan ini akan membutuhkan tenaga yang lebih ekstra lagi untuk melaksanakan pemasaran dengan terjun langsung ke masyarakat umum untuk mendapatkan banyaknya jumlah masyarakat yang ingin melakukan simpan pinjam pada Koperasi Keluarga Sejahtera. Untuk media cetak dan media sosial akan semakin merubah angka secara signifikan dengan program pemasaran terbaru yang dibuat dengan semenarik mungkin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini. :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta kesehatan sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Daning Nur Sulistyowati, M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan ilmu dan arahan selama melaksanakan penelitian ini.
3. Pimpinan perusahaan Koperasi Keluarga Sejahtera beserta karyawan perusahaan.
4. Orang tua kami yang selalu memberikan dukungan semangat selama melaksanakan penelitian.
5. Triyana Dewi sahabat saya yang sudah membantu dalam penelitian ini.
6. Teman seperjuangan di Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan support dalam proses pembuatan penelitian ini hingga selesai.

REFERENCES

- [1] K. Simpan and P. Di, "IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM," vol. 1, no. 2, 2021.
- [2] D. W. Firdaus and D. Widyasastrena, "Perancangan Sistem Informasi Koperasi dan UMKM Berbasis Technopreneur, Daya Saing dan Pemasaran," *SNIA (Seminar Nas. Inform. dan Apl.*, vol. 3, no. September, pp. 27–32, 2018.
- [3] Ismawati, 17–21. Ilham, MuhIsmawati, Ilham, M., & Nia, M. (2020). Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi. Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi, 5(1), and M. Nia, "Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi," *J. Online Progr. Stud. Pendidik. Ekon.*, vol. 5, no. 1, pp. 17–21, 2020.
- [4] T. B. Budiyo and C. M. Indah, "Tatakelola Koperasi Di Salatiga," *Masal. Huk.*, vol. 46, no. 3, p. 257, 2018.
- [5] J. Wahyudi, "Kontribusi Koperasi Dalam Upaya Pencapaian Tujuan-Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Studi Kasus KUD Bahagia Kabupaten Pati)," *6th Univ. Res. Colloq.*, pp. 9–16, 2017.
- [6] S. Tinggi Ilmu Kesuma Negara Blitar Jl Matript kepanjen kidul and J. Timur, "ANALISIS FAKTOR FAKTOR PENGHAMBAT DAYA SAING KOPERASI Arum Arupi Kusnindar," *J. Ilm. Ekon. Manaj.*, vol. 08, no. 02, pp. 49–59, 2017.
- [7] S. Rokhman, I. F. Rozi, and R. A. Asmara, "Pengembangan Sistem Penunjang Keputusan Penentuan Ukt Mahasiswa Dengan Menggunakan Metode Moora Studi Kasus Politeknik Negeri Malang," *J. Inform. Polinema*, vol. 3, no. 4, p. 36, 2017.
- [8] J. H. Gurusinga and B. Sinaga, "Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Prioritas Tujuan Wisata Daerah pada Kabupaten Karo Menggunakan TOPSIS," *J. Nas. Komputasi dan Teknol. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 144–150, 2020.
- [9] R. (2018) Fitriana, "Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Pemasangan Iklan," *Hilos Tensados*, vol. 1, no., pp. 1–476, 2019.
- [10] M. T. Kombih and N. Suwardianto, "Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan," *EKUITAS (Jurnal Ekon. dan Keuangan)*, vol. 1, no. 3, pp. 281–302, 2018.
- [11] S. Labaso, "Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta," *Manag. J.*



- Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 2, pp. 289–311, 2019.
- [12] G. Sugiyarti and A. Mardiyono, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Busana Muslim pada Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang," *J. Ilm. Untag Semarang*, vol. 2, pp. 36–44, 2017.
- [13] T. Dewi, P. Y. Wandani, Y. Anggraeni, and E. S. Budi, "Sistem Penunjang Keputusan dengan Metode AHP Dalam Strategi Pemasaran Travel Umroh dan Haji Pada PT Jabal Rahmah," vol. 2, no. 2, pp. 70–78, 2021.
- [14] E. Hulasoh, "Komunikasi Pemasaran Terpadu Umroh Esq Tour Travel Pt. Fajrul Ikhsan Wisata," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 1, no. 2, pp. 32–44, 2018.
- [15] K. Basuki, "Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah Di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru," *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [16] D. Gustina and D. Mutiara, "SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMILIHAN ROUTER MIKROTIK DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (Analytical Hierarchy Process)," *J. Ilm. FIFO*, vol. 9, no. 1, p. 68, 2017.
- [17] T. Limbong *et al.*, *Sistem Pendukung Keputusan: Metode & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [18] D. R. Sari, A. P. Windarto, D. Hartama, and S. Solikhun, "Decision Support System for Thesis Graduation Recommendation Using AHP-TOPSIS Method," *J. Teknol. dan Sist. Komput.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–6, 2018.