
ANALISIS PERBANDINGAN JUMLAH SIMPANAN BERDASARKAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS ANGGOTA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM KARYA USAHA RW.18

Andri Irawan¹

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Achmad
Yani*

*Jl. Terusan Jenderal Sudirman Po. Box 148 Cimahi Telp./Fax 022-6656611
email: andri.rifki81@gmail.com*

ABSTRAK

Pasar bagi perusahaan sangat luas sedangkan kemampuan sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan produk atau jasa suatu pasar sangat kecil sehingga penentuan pasar menjadi sebuah keharusan bagi sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Segmentasi pasar termasuk salah satu strategi atau cara yang bisa dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memenangkan tingkat persaingan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus untuk mengetahui perbandingan jumlah simpanan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 berdasarkan segmentasi demografis yaitu variabel jenis kelamin dan jumlah simpanan. Statistik yang digunakan adalah statistik non parametrik dengan menggunakan alat analisis Independen Sample Test. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 sedangkan metode sampling dilakukan dengan menggunakan sampling pertimbangan yaitu dengan mengambil 100 anggota koperasi yang terdiri dari 50 anggota laki-laki dan 50 anggota perempuan. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Independen Sample Test yang telah dilakukan menunjukkan bahwa varian dan rata-rata jumlah simpanan anggota laki-laki dan perempuan Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 memiliki tingkat yang sama.

Katakunci : *Jumlah Simpanan, Segmentasi demografis*

ABSTRACT

The market for very large companies, while the ability of a company to meet the needs of a product or service market is very small so that the determination of the market becomes a necessity for a company in the face of increasing competition. Market segmentation is one of strategies or ways that can be done by a company in winning the competition level. Type of research is a case study to compare the number of member savings Credit Unions Business Works RW.18 based on demographic segmentation variable gender and the amount of deposits. Statistics used were non-parametric statistical analysis tools using the Independent Sample Test. The population in this study are members of Credit Unions Business Works RW.18 while the sampling method using sampling considerations, namely by taking a 100-member cooperative consisting of 50 male members and 50 female members.

Based on the analysis by using the Independent Sample Test have shown that the variance and the average amount of savings male members and female Enterprises Credit Unions Work RW.18 have the same level. This is due to each member of the Credit Unions RW. 18 in general that the company's employees had an average income of its own

Keywords : Total Deposits, demographic segmentation

1. PENDAHULUAN

Penentuan pasar merupakan suatu hal yang penting dalam keberlangsungan sebuah perusahaan hal ini dikarenakan kesalahan dalam penetapan pasar akan mengakibatkan perusahaan akan melaksanakan strategi yang salah dalam menghadapi persaingan. Pasar sering diartikan secara umum sebagai tempat bertemu penjual dan pembeli, akan tetapi ada juga yang mengartikan secara singkat bahwa pasar adalah tempat bertemunya penawaran dan permintaan.

Pasar bagi sebuah perusahaan sangat luas sehingga sangat kecil kemungkinan sebuah perusahaan dapat memenuhi kebutuhan produk atau jasa suatu pasar. Perusahaan yang tidak dapat berhubungan dengan semua pelanggannya di pasar yang besar, luas atau beragam biasanya perusahaan dapat membagi pasar seperti menjadi kelompok konsumen atau segmen dengan kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Perusahaan harus mengidentifikasi segmen pasar mana yang dapat dilayaninya dengan efektif. Keputusan ini memerlukan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan pemikiran strategis yang seksama.

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar. http://id.wikipedia.org/wiki/Segmentasi_pasar
Koperasi merupakan salah satu bentuk perusahaan yang melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi adalah organisasi bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang demi kepentingan bersama. Prinsip koperasi adalah suatu sistem ide-ide

abstrak yang merupakan petunjuk untuk membangun koperasi yang efektif dan tahan lama. Prinsip koperasi terbaru yang dikembangkan *International Cooperative Alliance* (Federasi koperasi non-pemerintah internasional) adalah

1. Keanggotaan yang bersifat terbuka dan sukarela
2. Pengelolaan yang demokratis,
3. Partisipasi anggota dalam ekonomi,
4. Kebebasan dan otonomi,
5. Pengembangan pendidikan, pelatihan, dan informasi.

Di Indonesia sendiri telah dibuat UU no. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian. Prinsip koperasi menurut UU no. 25 tahun 1992 adalah:

1. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
2. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi
3. Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan jasa usaha masing-masing anggota
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
5. Kemandirian
6. Pendidikan perkoperasian
7. Kerjasama antar koperasi

Prinsip Koperasi berdasarkan UU No. 17 Th. 2012, yaitu:

1. Modal terdiri dari simpanan pokok dan surat modal koperasi(SMK)

<http://id.wikipedia.org/wiki/Koperasi>

Jenis Koperasi menurut fungsinya terbagi menjadi

1. Koperasi pembelian/pengadaan/konsumsi adalah koperasi yang menyelenggarakan fungsi pembelian atau pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan anggota sebagai konsumen akhir. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pembeli atau konsumen bagi koperasinya.
2. Koperasi penjualan/pemasaran adalah koperasi yang menyelenggarakan fungsi distribusi barang atau jasa yang dihasilkan oleh anggotanya agar sampai di tangan konsumen. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pemasok barang atau jasa kepada koperasinya.

3. Koperasi produksi adalah koperasi yang menghasilkan barang dan jasa, dimana anggotanya bekerja sebagai pegawai atau karyawan koperasi. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pekerja koperasi.
4. Koperasi jasa adalah koperasi yang menyelenggarakan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh anggota, misalnya: simpan pinjam, asuransi, angkutan, dan sebagainya. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pengguna layanan jasa koperasi.

Apabila koperasi menyelenggarakan satu fungsi disebut koperasi tunggal usaha (*single purpose cooperative*), sedangkan koperasi yang menyelenggarakan lebih dari satu fungsi disebut koperasi serba usaha (*multi purpose cooperative*). Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Karya Usaha RW.18 adalah sebuah koperasi yang menurut jenis koperasi termasuk pada bentuk koperasi jasa karena dalam kegiatannya menyelenggarakan simpan pinjam. Alamat kantor Koperasi Simpan Pinjam adalah di RW.18 Desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung.

Struktur organisasi dari KSP Karya Usaha RW.18 periode 2014-2016 yang dipilih pada Rapat Anggota Tahunan adalah sebagai berikut :

Ketua	: H. R.K.Rustandi
Sekretaris	: Ai Mulyati
Bendahara	: H. Endang Budiman, S.Pd.,M.Pd
Komisaris I	: Entin
Komisaris II	: Larasati

Kegiatan KSP Karya Usaha RW.18 yang dilakukan pada bidang :

1. Bidang Usaha

Bidang usaha KSP Karya Usaha RW.18 yang sedang berjalan terbatas pada unit usaha simpan pinjam. Ketentuan jasa pinjaman yang berlaku dalam pinjaman adalah 2,5% menurun perbulan dengan provisi pinjaman tetap sebesar 1%.

2. Permodalan

Sumber permodalan KSP Karya Usaha RW.18 antara lain adalah penyertaan modal dari anggota berupa simpanan pokok dan wajib, simpanan sukarela,

modal bergulir pemerintah melalui PDM-DKE tahun 1999 yang dijadikan modal awal pendirian Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 sebesar Rp. 1.200.000,-, penyisihan SHU sebesar 10% setiap tahun untuk cadangan umum koperasi.

3. Bidang sosial

Upaya menggalang kebersamaan, kekeluargaan, persatuan dan kesatuan serta solidaritas di kalangan para anggota, koperasi telah memberikan santunan kepada beberapa anggota yang sakit dan meninggal dunia. Demikian pula pada saat Hari Raya Idul Fitri pengurus menyisihkan sebagian dari sisa hasil usaha (SHU) untuk pengadaan paket bingkisan hari raya.

Karakteristik keanggotaan KSP Karya Usaha RW. 18 Tahun Buku 2013 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Keadaan Awal Tahun 2013	70	114	184
Masuk Selama Tahun 2013	3	16	19
Jumlah	73	130	203
Keluar Selama Tahun 2013	3	17	20
Keadaan Akhir Tahun 2013	70	113	183

Sumber Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 2014

Keanggotaan koperasi KSP Karya Usaha RW.18 mempunyai karakteristik anggota yang rata-rata sudah mempunyai penghasilan. Hal ini disebabkan karena keberadaan dari Koperasi KSP Karya Usaha RW.18 yang berada di lingkungan industri sehingga hal ini memberikan pengaruh terhadap aspek demografis dari anggota koperasi secara umum menunjukkan bahwa tidak sedikit jumlahnya dalam keluarga anggota koperasi suami dan istrinya bekerja tapi tidak juga sedikit juga jumlahnya yang hanya salah satunya aja yang bekerja. Hal ini juga berdampak pada pola dan besaran simpanan dari anggota koperasi KSP Karya Usaha RW.18

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil permasalahan “apakah ada perbedaan jumlah simpanan berdasarkan segmentasi

demografis nasabah koperasi simpan pinjam karya usaha RW. 18 dan membatasi permasalahan hanya pada variabel jenis kelamin dan jumlah simpanan.

Pengertian Koperasi

Menurut Hendar (2010; 2) Koperasi merupakan organisasi otonom dari orang-orang yang berhimpun secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya secara bersama-sama melalui kegiatan usaha yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis.

Penyataan ini mendefinisikan sebuah koperasi sebagai berikut: koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi-aspirasi ekonomi, sosial dan budaya bersama melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis.

Definisi ini dimaksudkan sebagai pernyataan minimal; tidak dimaksudkan sebagai deskripsi dari koperasi yang sempurna. Secara sengaja ruang lingkungnya dibuat luas, mengakui bahwa anggota-anggota dari koperasi yang jenisnya beragam, akan dilibatkan secara berbeda dan anggota-anggota harus memiliki kebebasan tertentu bagaimana mereka mengorganisir kepentingan-kepentingan bersama. Diharapkan, definisi ini akan berguna dalam merancang perundang-undangan, mendidik anggota-anggota, dan membuat buku-buku pegangan.

Definisi ini menekankan karakteristik koperasi sebagai berikut:

- a. Koperasi adalah otonom artinya sejauh mungkin bebas dari pemerintah dan perusahaan swasta.
- b. Koperasi adalah perkumpulan orang-orang. Ini berarti bahwa koperasi memiliki kebebasan untuk mendefinisikan orang-orang sesuai dengan ketentuan hukum yang dipilihnya. Banyak koperasi primer lain, menerima badan-badan hukum orang, yang dalam banyak kawasan hukum meliputi perusahaan, dengan memberikan kepada mereka hak-hak yang sama seperti halnya anggota yang lain. Dalam koperasi-koperasi pada tingkat yang lain daripada koperasi primer, yang umumnya dimiliki oleh koperasi lain, sifat dari

praktek demokrasi adalah masalah yang harus diputus oleh keanggotaan mereka sendiri.

- c. Orang-orang bersatu secara sukarela. Keanggotaan dalam koperasi tidak boleh merupakan keharusan. Anggota-anggota harus bebas, dalam batas tujuan-tujuan dan sumber-sumber daya koperasi, untuk bergabung atau menanggulangnya.
- d. Anggota-anggota koperasi memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial dan budaya bersama mereka. Bagian dari definisi ini menekankan, bahwa koperasi diorganisir oleh anggota-anggota untuk kemanfaatan bagi diri sendiri dan bagi mereka bersama. Normalnya, koperasi berfungsi dalam pasar dan dengan demikian harus dioperasikan secara efisien dan hati-hati. Sebagian besar dari koperasi-koperasi didirikan terutama untuk memenuhi tujuan-tujuan ekonomi, akan tetapi mereka mempunyai tujuan-tujuan sosial dan budaya pula. Dengan sosial dimaksudkan pemenuhan tujuan-tujuan sosial, seperti penyediaan jasa kesehatan atau penitipan anak-anak. Kegiatan-kegiatan seperti itu harus dilakukan secara ekonomi, hingga jasa-jasa yang diberikan adalah yang memberikan kemanfaatan bagi anggota-anggota. Koperasi dapat pula memiliki tujuan-tujuan budaya yang merupakan kepedulian dan kehendak anggota-anggota. seperti membantu memajukan budaya nasional, memajukan perdamaian, mensponsori olahraga dan kegiatan-kegiatan kebudayaan, dan meningkatkan hubungan dengan komunitas. Sesungguhnya, untuk masa depan membantu penyiapan jalan hidup yang lebih baik, kultural, intelektual dan spiritual koperasi dapat memberikan kemanfaatan bagi anggota-anggotanya dan menyumbang bagi komunitas mereka. Kebutuhan-kebutuhan anggota dapat tunggal dan terbatas dapat pula beragam, dapat pula sosial dan kultural dan juga murni ekonomi, tetapi apapun sifat kebutuhan-kebutuhannya, itu semua adalah tujuan sentral untuk apa koperasi diadakan.
- e. Koperasi adalah perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis. Perumusan kata-kata ini menekankan bahwa dalam koperasi, pengendalian dibagi diantara anggota-anggota atas dasar demokrasi. Watak rangkap dari pemilikan dan pengendalian secara demokratis adalah sangat

penting dalam membedakan koperasi dari bagian-bagian perusahaan yang lain, seperti perusahaan-perusahaan yang dikendalikan oleh modal dan oleh pemerintah. Setiap koperasi adalah sebuah perusahaan pula dalam arti bahwa koperasi merupakan satu kenyataan yang normalnya berfungsi dalam pasar, dan kerananya koperasi harus bekerja dengan sungguh-sungguh untuk melayani anggota-anggota secara efisien dan efektif.

Ayat 1, Pasal 1, Bab I Ketentuan Umum Undang-Undang No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian (1992) menyatakan bahwa Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Ayat 1, Pasal 1, Bab I Ketentuan Umum PP No.9/1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi (1995) menyatakan bahwa kegiatan usaha simpan pinjam adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghimpun dana dan menyalurkannya melalui kegiatan usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota koperasi yang bersangkutan, calon anggota koperasi yang bersangkutan, koperasi lain dan atau anggotanya.

Ayat 2, Pasal 1, Bab I, Ketentuan Umum Peraturan Pemerintah No.9/1995 (1995) menyatakan bahwa Koperasi Simpan Pinjam adalah koperasi yang kegiatannya hanya usaha simpan pinjam.

Tim Inkopdit (2003; 354) berpendapat bahwa Koperasi Kredit adalah sekumpulan orang yang bersepakat untuk menghimpun modal bersama guna dipinjamkan diantara mereka sendiri dengan bunga yang layak untuk tujuan yang baik

Sumber-sumber Permodalan Koperasi

Hendar (2010:191) berpendapat bahwa pada saat koperasi berdiri sumber utama permodalan koperasi berasal dari anggota, berupa simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela, serta harta-harta pribadi yang diinvestasikan pada koperasi baik dalam bentuk saham maupun donasi. Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama banyaknya yang wajib dibayarkan kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota yang tidak dapat diambil kembali

selama yang bersangkutan masih menjadi anggota. Simpanan wajib adalah jumlah uang tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar anggota kepada koperasi dalam waktu dan kesempatan tertentu yang tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota (Permenekop dan UKM No. 19 Tahun 2008).

Hendar (2010:192) berpendapat sumber pendanaan koperasi terdiri dari

1. Simpanan pokok. Pada dasarnya adalah saham koperasi karena dengan memiliki simpanan pokok pada koperasi seorang anggota secara otomatis ikut memiliki perusahaan koperasi
2. Simpanan wajib adalah bentuk simpanan yang rutin dilakukan anggota koperasi setiap periode tertentu tapi bukan sebagai dasar penentuan hak miliknya atas koperasi.
3. Simpanan sukarela adalah simpanan yang besarnya tidak ditentukan tetapi bergantung kepada kemampuan anggota.
4. Hibah adalah sejumlah uang atau barang modal yang dapat dinilai dengan uang yang diterima dari pihak lain yang bersifat pemberian dan tidak mengikat.
5. Modal penyertaan adalah sejumlah uang atau barang modal yang dapat dinilai dengan uang yang ditanamkan oleh pemodal untuk menambah dan memperkuat struktur permodalan koperasi dalam meningkatkan kegiatan usahanya (PP Nomor 33 Tahun 1998)
6. Cadangan koperasi adalah sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan hasil usaha setelah pajak yang dimaksudkan untuk memupuk modal sendiri dan menutup kerugian koperasi bila diperlukan.
7. Utang jangka panjang. Usaha untuk mendapatkan modal pinjaman bagi koperasi biasanya sangat sulit. Bank atau para kreditur lain menyadari kenyataan bahwa perusahaan koperasi sering dikelola oleh pengurus yang kurang berpengalaman dalam berusaha.
8. Utang jangka pendek adalah utang yang jangka waktunya paling lama satu tahun.

Dasar Segmentasi Demografis

Perusahaan tidak dapat berhubungan dengan semua pelanggannya dipasar yang besar, luas, atau beragam tetapi mereka dapat membagi pasar seperti itu menjadi kelompok konsumen atau segmen dengan kebutuhan dan keinginan berbeda. Kemudian perusahaan harus mengidentifikasi segmen pasar mana yang dapat dilayaninya dengan efektif. Keputusan ini memerlukan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan pemikiran strategis yang seksama. Untuk mengembangkan rencana pemasaran terbaik, manajer harus memahami apa yang membuat setiap segmen unik dan berbeda. Kotler (2009:233) berpendapat bahwa beberapa peneliti berusaha mendefinisikan segmen dengan melihat karakteristik deskriptif : geografis, demografis, dan psikografis. Lalu mereka memeriksa apakah segmen pelanggan ini mempunyai kebutuhan atau respons produk yang berbeda. Misalnya mereka dapat mempelajari berbagai sikap kalangan profesional, kerah biru dan kelompok lain terhadap misalnya keamanan sebagai manfaat sebuah mobil. Peneliti lain berusaha mendefinisikan segmen dengan melihat pertimbangan perilaku seperti respons konsumen terhadap manfaat, alasan penggunaan, atau merk. Lalu peneliti melihat apakah ada karakteristik yang berbeda untuk setiap segmen respons-konsumen.

Kotler berpendapat (2009:236) karakteristik deskriptif tentang segmen konsumen diantaranya didasarkan kepada segmentasi demografis. Segmentasi ini membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial. Salah satu alasan variabel demografis begitu populer bagi pemasar adalah bahwa variabel ini sering terkait erat dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Alasan lainnya adalah variabel-variabel tersebut mudah diukur.

Berikut bagaimana variabel demografis tertentu digunakan untuk mensegmentasi pasar adalah

1. Usia dan tahap siklus hidup, keinginan dan konsumen berubah sesuai dengan usia.

2. Tahap kehidupan, merepresentasikan peluang bagi pemasar yang dapat membantu masyarakat mengatasi masalah utama mereka
3. Jenis kelamin. Pria dan wanita mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda sebagian berdasarkan susunan genetik dan sebagian karena sosialisasi
4. Pendapatan. Banyak pemasar sengaja mengincar kelompok berpendapatan rendah dalam beberapa kasus menemukan tekanan kompetitif yang lebih sedikit atau loyalitas konsumen yang lebih besar.
5. Generasi. Setiap generasi sangat dipengaruhi oleh saat-saat pertumbuhan mereka –musik, film, politik dan mendefinisikan kejadian pada periode tersebut.
6. Kelas sosial. Kelas sosial berpengaruh kuat terhadap preferensi mobil, pakaian, perlengkapan rumah, kegiatan bersenang-senang, kebiasaan membaca, dan pengecer serta banyak perusahaan merancang prosuk dan jasa untuk kelas sosial tertentu meskipun demikian selera kelas sosial berubah setiap tahun.

2. METODO PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 Desa Cilampeni Kec. Katapang Kab. Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota koperasi simpan pinjam yang berjumlah 183 orang sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampling pertimbangan dalam hal ini penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang secara random yang masing-masing dari 50 orang anggota berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Jenis statistik yang digunakan adalah statistik non parametrik yaitu Independent Samples T-Test. Alat analisis ini digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok. Tes ini juga digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah simpanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah saldo akhir simpanan anggota pada akhir tutup buku atau periode tahun 2013 di Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW. 18. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS Versi 20 didapatkan hasil pada Tabel 2.

Tabel 2. Group Statistics

	Jenis_Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Jumlah_Simpanan	Laki-laki	50	1.40E6	1035098.339	146385.011
	Perempuan	50	1.56E6	1057721.849	149584.458

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan rata-rata simpanan anggota perempuan (Rp. 1.560.000,-) lebih tinggi dari pada rata-rata simpanan anggota laki-laki (Rp. 1.400.000,-) dengan nilai standar deviasi anggota laki-laki (1057721.849) lebih besar dibanding anggota perempuan (1035098.339) Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan *Levene's Test* yang telah dilakukan maka didapatkan hasil pada Tabel 3.

Tabel 3. Independent Sample Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Jumlah Simpanan	Equal variances assumed	.390	.534	-.764	98	.446	-160.000.000	209.294.247
	Equal variances not assumed			-.764	97.954	.446	-160.000.000	209.294.247

Berdasarkan hasil *Levene's Test* pada tabel 3 diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah simpanan antara anggota laki-laki dan perempuan pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW. 18 mempunyai varian jumlah

simpanan yang sama hal ini dapat dilihat dari Nilai Sig (0,534) > α (0,05). Sedangkan berdasarkan t-test didapat hasil Nilai Sig (2-tailed) (0,446) > α (0,025) sehingga dapat diambil kesimpulan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW. 18 memiliki rata-rata tingkat simpanan yang sama

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah simpanan anggota laki-laki dan perempuan pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW. 18 mempunyai rata-rata jumlah simpanan yang sama. Hal ini disebabkan setiap anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW. 18 secara umum adalah karyawan perusahaan sehingga rata-rata punya penghasilan sendiri serta keberadaan dari lokasi Koperasi Simpan Pinjam Karya Usaha RW.18 yang berada di sekitar lokasi industri.

5. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dilakukan lagi penelitian lain segmentasi pemasaran berdasarkan analisis psikografik

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Trihendardi. 2012. *Step By Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*, Andi Yogyakarta
- [2] Hendar, 2010, *Manajemen Perusahaan Koperasi : Pokok-pokok Pikiran mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi*, Erlangga, Jakarta.
- [3] Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Erlangga, Jakarta
- [4] PP Nomor 33 Tahun 1998
- [5] Permenegkop dan UKM No. 19 Tahun 2008

- [6] Tim Inkopdit, 2003, *Manajemen Profesional Koperasi Kredit*, Induk Koperasi Kredit, Jakarta.
- [7] PP No.9/1995 tentang *Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi*.
- [8] http://id.wikipedia.org/wiki/Segmentasi_pasar diakses hari senin tanggal 25 agustus 2014 jam 11:00 Wib
- [9] UU No. 17 Th. 2012
- [10] UU no. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian
- [11] <http://id.wikipedia.org/wiki/Koperasidiakses> hari senin tanggal 25 agustus 2014 jam 11:30 Wib