

STRATEGI PENGEMBANGAN PRIMER KOPERASI
Studi Di Primer Koperasi Produsen Tempe Dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit
Usaha Kota Malang

Rachma Vita Oktaviana¹, Agus Suryono¹, Imam Hanafi¹

¹Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang,
email: vitadevil@yahoo.com

Abstract: Developing Strategy Primer Koperasi Study at Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang. *PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang is a primary Koperasi for fermented soybean producer in Malang that functioned as soybean supplier for cooperative member, This research intend to (1) Knowing Development of VISI and MISI in PRIMKOPTI (2) Strategy formulation to develop PRIMKOPTI (3) Knowing principle practice in PRIMKOPTI. According to research results, The best strategy approach to develop cooperative institution according to SWOT matrix analysis there is develop product promotion to increase sales, improving member ability, improving store system management, applying information technology, PRIMKOPTI is on right track in implementing cooperative principle based on Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 such as member recruitment is voluntarily, democratic management, SHU distribution is fair according merit system, autonomous, cooperative education and partnership with other cooperative institution.*

Keyword: Strategy, SWOT, Development Koperasi

Abstrak: Strategi Pengembangan Koperasi. Studi Di Primer Koperasi Produsen Tempe Dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang adalah koperasi primer produsen untuk tahu dan tempe di Malang yang difungsikan sebagai produsen kedelai untuk anggotanya, Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui Pengembangan Visi dan Misi PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang (2) Mengetahui Strategi Pengembangan PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang (3) Mengetahui Prinsip PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang dalam mengembangkan Koperasi. Berdasarkan hasil penelitian strategi yang cocok diterapkan PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang untuk mengembangkan koperasi menurut analisis matriks SWOT yaitu Mengembangkan strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan, Mengembangkan kemampuan anggota, Meningkatkan sistem manajemen pengendalian persediaan untuk menghindari persaingan harga, dan Menerapkan sistem manajemen informasi yang terpadu. PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sudah melaksanakan prinsip koperasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 yaitu, Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, Pengelolaan dilakukan secara demokratis, Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, Kemandirian, Pendidikan perkoperasian, dan Kerjasama antar koperasi.

Kata Kunci: Strategi, SWOT, Pengembangan Koperasi

Pendahuluan

Gerakan koperasi menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, 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 berdasarkan atas asas kekeluargaan. Dalam pasal 3 disebutkan bahwa tujuan berkoperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur

berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia tahun 1945.

Undang-undang No. 25 Tahun 1992 pasal 16 tentang perkoperasian mengatur mengenai penjenisan koperasi salah satunya adalah koperasi produsen. Koperasi produsen merupakan koperasi yang beranggotakan para produsen barang dan memiliki usaha rumah tangga. Usaha koperasi jenis ini adalah menyelenggarakan fungsi penyedia bahan/sarana produksi, pemrosesan dan pemasaran barang yang dihasilkan anggota selaku produsen. Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (KOPTI) disebut sebagai koperasi produsen karena bertugas untuk meningkatkan kemampuan ekonomi perusahaan-perusahaan anggota (usaha pengolahan tempe dan tahu milik anggota).

Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang merupakan salah satu koperasi berkualitas di kota Malang. Koperasi Berkualitas adalah koperasi sebagai badan usaha aktif yang dicirikan oleh prinsip-prinsip kohesivitas dan partisipasi anggota yang kuat dengan kinerja usaha yang semakin sehat dan berorientasi kepada usaha anggota serta memiliki kepedulian sosial. Hal ini didasarkan pada Penilaian Kinerja suatu Koperasi yang dilandaskan pada Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM Nomor : 129/KEP/M.KUKM/XI/2002 tanggal 29 November 2002, tentang Pedoman Klasifikasi Koperasi. Tujuan terpenting dari klasifikasi koperasi, adalah untuk mengetahui kinerja koperasi dalam satu periode tertentu dan menetapkan peringkat kualifikasi koperasi serta mendorong koperasi agar menerapkan prinsip-prinsip koperasi dan kaidah bisnis sehat.

Walaupun Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang merupakan salah satu koperasi berkualitas di kota Malang namun masih banyak permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan koperasinya, permasalahan tersebut antara lain: (1) Masih kurangnya pemahaman anggota terhadap Anggaran Dasar dan

Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) koperasi, (2) Kurangnya pemahaman karyawan terhadap Tugas Pokok dan Fungsi karyawan koperasi, (3) Kurangnya kepedulian anggota terhadap koperasi, (4) Minimnya promosi dalam meningkatkan penjualan kedelai, (5) Adanya persaingan harga kedelai dengan toko yang menjual kedelai, (6) masih kurang adanya hubungan kerjasama dengan instansi lain.

Indikasi adanya permasalahan yang tersebut di atas menunjukkan bahwa Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang harus melakukan langkah langkah strategis untuk menghadapi permasalahan tersebut.

Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dalam mengembangkan koperasi maka koperasi juga harus melaksanakan pula prinsip koperasi yaitu keanggotaan bersifat suka rela dan terbuka, pengelolaan dilaksanakan secara demokratis, pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usahamasing-masing anggota, pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, kemandirian, pendidikan perkoperasian, serta kerja sama antar Koperasi

Dengan fakta yang terjadi di lapangan memunculkan pertanyaan bagaimana pengembangan visi dan misi PRIMKOPTI, pengembangan PRIMKOPTI, prinsip PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang dalam mengembangkan koperasi, sehingga membuat PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang menjadi tempat rujukan bagi koperasi produsen lain di Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Menurut Jatmiko (2003,h.4), strategi adalah suatu cara dimana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal organisasi. Sedangkan Definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler dalam Rangkuti (2007, h.4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan

alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Pengertian strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan: a)Kebijaksanaan pelaksanaan b)Penentuan tujuan yang hendak dicapai c)Penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-sarana tersebut.Strategi selalu berkaitan dengan tiga hal utama, yaitu tujuan (*ends*), sarana (*means*), cara (*ways*). Untuk menetapkan sasaran startegis digunakan metode SMART (sebagai singkatan dari *specific,measurable,achievable,relevant, dan timed*). Oleh karena itu, startegi perlu didukung oleh kemampuan (*capability*) untuk mengantisipasi kesempatan atau peluang yang ada. (Suryono, 2004 ,h.79-80)

David(2009, h.5) manajemen strategi (*strategic management*) dapat di definisikan sebagai seni dan ilmu untuk mengformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya, tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang, perencanaan jangka panjang, sebaliknya, mencoba untuk mengoptimalkan tren sekarang untuk masa depan. Menurut David(2009, h.6) Proses Manajemen Strategi (*strategic management process*) terdiri dari tiga tahap yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Tahap formulasi strategi terdiri dari tahap pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.

Nimran (2009,h.139) Pengembangan organisasi adalah salah satu pendekatan yang sistematis, terpadu dan terencana untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Pengembangan organisasi dirancang untuk memecahkan masalah-masalah yang merintang efisiensi pengoperasian organisasi pada semua tingkatan. Menurut Undang-Undang nomor 25 tahun 1992 (Pasal 1 ayat 1), koperasi adalah Badan Usaha yang beranggotakan orang-orang

yang berkumpul secara sukarela (Pasal 5 ayat 1a.) untuk mencapai kesejahteraan (Pasal 3) memodali bersama (Pasal 4 ayat 1) dikontrol secara demokratis (Pasal 5 ayat b) orang-orang itu disebut pemilik dan pengguna jasa koperasi yang bersangkutan (Pasal 17 ayat 1)

Dalam Pasal 15 Undang-Undang No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, bentuk koperasi ada 2 :1)Koperasi Primer adalah koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan orang seorang, dibentuk sekurang-kurangnya 20 (dua puluh) orang 2)Koperasi sekunder adalah koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan koperasi, dibentuk sekurang-kurangnya 3 (tiga) koperasi. Penjenisan koperasi diatur dalam Pasal 16 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992,1)koperasi simpan pinjam, 2)konsumen, 3)produsen, 4)pemasaran, 5)jasa. Berdasarkan Undang-undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian bahwa dalam mengembangkan Koperasi, maka Koperasi melaksanakan pula prinsip Koperasi sebagai berikut:1)pendidikan perkoperasian 2)kerja sama antar Koperasi

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif.Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan oleh peneliti adalah pada kota malang, sedangkan situs penelitian adalah PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang. Analisis data yang digunakan David (2009,h.327) Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu:1) strategi SO, 2) Strategi WO, 3) strategi ST, 3) Strategi WT.

Pembahasan

Kota Malang merupakan sebagian kota industri di Jawa Timur. Potensi ekonomi kota Malang salah satunya adalah usaha kerajinan keripik tempe dan tahu yang berpusat di Sanan. Oleh karena itu, munculah kepedulian dari beberapa tokoh masyarakat yakni Ir. H. Zainudin, Drs. H Mahfud, H. Anwar Aris serta H. Ahmari Amir. untuk mencetuskan gagasan membentuk suatu wadah untuk

menghimpun dan membina para pengrajin tempe dan tahu. Akhirnya pada tanggal 09 Januari 1981 didirikanlah wadah yang diberi nama Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) dan terdaftar sebagai Badan Hukum dalam buku Daftar Umum dengan Nomor 5060/BH/II/1981 tanggal 09 Januari 1981. Sejak itulah resmi berdiri PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang yang beralamatkan di Jl. Sanan 46 Purwantoro, Kelurahan Blimbing Kota Malang yang tujuan utamanya ialah untuk menyediakan wadah untuk menghimpun, membina usaha dan kesejahteraan para pengrajin tempe tahu beserta keluarganya. Sedikitnya terdapat 413 perajin. Berdasarkan kelompok usaha, tercatat 336 produsen tempe, 5 perajin tahu, 71 perajin kripik tempe, dan satu perajin susu kedelai.

Visi dan misi Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha adalah sebagai berikut : Visi “Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) Seluruh Anggota Koperasi” sedangkan Misi nya adalah “Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Koperasi”, David (2009, h.102), ada sembilan komponen pernyataan visi dan misi yang merupakan hal penting antara lain yaitu : 1) Konsumen (*Customer*), 2) Produk atau jasa (*product and service*), 3) Pasar (*market*), 4) Teknologi (*technology*), 5) Fokus pada kelangsungan hidup, pertumbuhan dan profitabilitas (*concern for survival, growth, and profitability*), 6) Filosofi (*philosophy*), 7) Konsep diri (*self concept*), 8) Fokus pada citra publik (*concern for public image*), 9) Fokus pada karyawan (*concern for employees*)

Menurut analisis peneliti, dari pernyataan visi dan misi PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang masih belum memenuhi sembilan komponen pernyataan visi dan misi yang dikemukakan oleh David. Visi “Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) Seluruh Anggota Koperasi” sedangkan Misi nya adalah “Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Koperasi” hanya mencakup poin konsumen yaitu anggota koperasi, poin produk dan jasa yaitu penyediaan bahan

baku kedelai, point filosofi perusahaan yaitu mensejahterakan anggota, dan yang terakhir poin fokus pada karyawan yaitu meningkatkan SDM anggota koperasi. Dapat dikatakan pernyataan visi dan misi PRIMKOPTI ini masih belum cukup jelas mengingat belum masuknya beberapa poin dari sembilan poin pernyataan visi dan misi yang dikemukakan oleh David. Padahal poin tersebut sangatlah penting untuk mengetahui secara lebih rinci tujuan PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang.

Dalam menetapkan tujuan jangka panjang biasanya ditetapkan antara dua sampai lima tahun sekali. Tujuan jangka panjang PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang yaitu untuk meningkatkan sarana prasarana koperasi. Dipilihnya tujuan jangka panjang ini didasarkan pada hasil Rapat Anggota yang mengindikasikan masih banyak permasalahan dalam koperasi. Dengan menetapkan tujuan jangka panjang meningkatkan sarana dan prasarana antara lain menyediakan mesin pemecah kedelai koperasi dan mengadakan diklat mengenai perkoperasian diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan koperasi.

David (2009, h.17), kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori besar yaitu kekuatan ekonomi, kekuatan politik, pemerintah dan hukum, kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan dan kompetitif. Berikut ini akan peneliti sajikan hasil identifikasi peluang dan ancaman eksternal PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang berdasarkan lima kategori David,

– Kekuatan Budaya

Konsumsi kedelai dari tahun ke tahun terus meningkat. Yang mana 50 persen digunakan dalam bentuk tempe 40 persen tahu dan sisanya untuk bahan olahan lainnya, akan tetapi yang masih dipilih adalah kedelai impor yang lebih murah dari kedelai lokal

– Kekuatan Pemerintah

Saat ini pemerintah sedang menggalakan program-program untuk meningkatkan perekonomian rakyat dengan pengembangan UKM & koperasi, berbagai pelatihan serta pembinaan intensif dilakukan oleh pemerintah Kota Malang.

– Kekuatan Teknologi

Perkembangan pengetahuan teknologi budidaya kedelai telah banyak berkembang dan dilakukan di Indonesia akan tetapi belum banyak dilakukan petani lokal sehingga banyak petani enggan menanam kedelai, dan menyebabkan makin banyak impor kedelai, dalam pemecahan kedelai telah terdapat teknologi pemecah kedelai untuk mempermudah pengrajin kedelai, berkembangnya internet dapat memupuskan jarak dan dapat menjadi sumber pengetahuan bagi pengrajin kedelai

– Kekuatan Kompetitif

PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang merupakan satu-satunya wadah koperasi yang menyalurkan kedelai kepada para pengrajin tempe dan tahu. Namun, persaingan yang terjadi sangatlah ketat.

Bedasarkan analisis di atas PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang tidak menggunakan aspek ekonomi dalam identifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan dikarenakan masalah eksternal PRMKOPTI hanya mencakup organisasi dan persaingan harga kedelai. Secara ringkas akan peneliti sajikan daftar tabel peluang dan ancaman eksternal PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang berdasarkan hasil penelitian di atas.

Peluang	Ancaman
a. Pembinaan dan pelatihan koperasi dan UKM	a. Persaingan harga kedelai dengan usaha sejenis
b. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi	b. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang koperasi

David (2009, h.17) audit internal meliputi Manajemen, pemasaran, keuangan, operasi, Penelitian dan pengembangan serta Sistem informasi manajemen. Berikut ini akan peneliti sajikan analisis audit internal PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang berdasarkan audit internal menurut David :

1. Manajemen, dapat dilihat dari aspek-aspek berikut ini:
 - a. Perencanaan

Perencanaan tersebut berupa rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta rencana kerja yang meliputi kebijaksanaan umum di bidang organisasi dan manajemen usaha koperasi.

- b. Pengorganisasian
Perangkat organisasi dalam PRMKOPTI meliputi Rapat Anggota, pengurus dan pengawas.
 - c. Pelaksanaan
Jika dilihat dari struktur organisasinya terdapat beberapa komponen sumber daya manusia yaitu pengurus, pengawas, karyawan dan anggota.
 - d. Pengawasan
Pengawasan koperasi sehari-hari dilakukan oleh pengawas yang telah dipilih oleh Rapat Anggota. Pengawas berwenang untuk meneliti catatan dan segala keterangan yang diperlukan. Pengurus pun melakukan sistem pengawasan kepada para karyawan PRMKOPTI.
2. Pemasaran
PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sebagai salah satunya penyalur kedelai yang berbentuk koperasi di Kota Malang memiliki kekuatan tersendiri di sisi pemasaran dikarenakan target pasarnya adalah para anggota koperasi
 3. Operasi
PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang membeli produk kedelai dari Amerika Serikat. PRMKOPTI hanya memenuhi kebutuhan anggota akan bahan baku kedelai yang selanjutnya akan diproses menjadi tahu ataupun tempe di dapur masing-masing anggota atau dengan kata lain mendistribusikan kedelai dari pemasok kepada anggota atau pelanggan PRMKOPTI.
 4. Penelitian dan Pengembangan
PRMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang telah memiliki divisi khusus untuk penelitian dan pengembangan koperasi. Riset yang dilakukan yaitu pada petani kedelai. Pengembangan teknologi pengelolaan kedelai saat ini masih diusahakan untuk pengadaan mesin pemecah kedelai.
 5. Sistem Informasi manajemen

PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sebagai suatu organisasi yang bersaing di pasar bebas seharusnya memiliki sistem informasi manajemen yang terpadu. Namun hal tersebut belum sepenuhnya dapat dilakukan. PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sampai dengan saat ini hanya menerima informasi, mengolah data, memberikan laporan dari lingkungan internal.

Berikut ini akan peneliti sajikan secara ringkas daftar tabel kekuatan dan kelemahan internal PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang berdasarkan hasil penelitian di atas.

Kekuatan	kelemahan
a. pengurus yang berpengalaman	a. Kurangnya pemahaman anggota
b. memiliki hubungan baik dengan pemerintah	terhadap koperasi
c. satu-satunya distributor berbentuk koperasi	b. Kurangnya pemahaman anggota terhadap anggaran dasar dan anggaran rumah tangga ADART
d. letak kantor dan gudang yang startegis	
e. Memiliki usaha simpan pinjam yang berkembang	c. Kurangnya kepedulian anggota terhadap koperasi
f. Fasilitas memadai	

Dengan mencocokkan faktor-faktor kunci internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor kunci eksternal (peluang dan ancaman) merupakan cara yang efektif untuk menghasilkan strategi yang layak Matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan alat pencocokan yang penting untuk mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ST (*Strengths-Threats*) dan strategi WT (*Weakness-Threats*) dimana strategi SO

berarti menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, strategi WO berarti mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, strategi ST berarti menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman, dan strategi WT berarti meminimalkan kelemahan dan hindari ancaman. Berikut ini akan peneliti sajikan analisis SWOT PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang yaitu :

Pembahasan alternatif strategi yang dihasilkan Matriks SWOT untuk PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang antara lain :

1. Strategi SO : Mengembangkan strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan
Pembinaan dan pelatihan koperasi & UKM oleh pemerintah dan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan oleh PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang untuk melakukan promosi kepada para target pasar.
2. Strategi WO : Mengembangkan kemampuan anggota
Peningkatan produktivitas anggota dalam menjalankan aktivitas organisasi dapat ditingkatkan melalui program-program pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah dan anggota koperasi. Pelatihan bagi anggota merupakan sebuah proses mangajari pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar anggota semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik.
3. Strategi ST : Meningkatkan sistem manajemen pengendalian persediaan untuk menghindari persaingan harga
Sistem manajemen pengendalian persediaan dimulai dari peramalan harga dan peramalan permintaan, penentuan pemasok, waktu pemesanan, jumlah pemesanan, harga jual sampai dengan perhitungan-perhitungan biaya seperti biaya penyimpanan, biaya pemesanan atau pembelian, biaya penyiapan, ataupun biaya kehabisan atau kekurangan bahan.
4. Strategi WT : Menerapkan sistim manajaemen informasi yang terpadu

Analisis terhadap data dan informasi serta penggunaan sistem informasi manajemen penting dilakukan untuk menjalankan visi dan misi PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang dalam jangka panjang. Menerapkan sistem informasi manajemen yang terpadu dapat meminimalkan kelemahan yang ada seperti dapat meminimalkan biaya-biaya yang tidak diinginkan seperti kerugian akibat keputusan yang kurang tepat.

Menurut analisis peneliti, pelaksanaan prinsip koperasi pada PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sudah dilaksanakan dengan cukup baik dan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992. Hal tersebut dapat kita lihat dari:

- a. Keanggotaan Koperasi bersifat Sukarela
Kesukarelaan dalam PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota mengandung makna bahwa menjadi anggota koperasi tidak boleh ada unsur paksaan oleh siapapun begitu pula ketika anggota ingin mengundurkan diri. Sedangkan koperasi yang bersifat sukarela yaitu PRIMKOPTI bersedia menerima anggota tanpa membedakan jenis kelamin, status sosial, ras, politik maupun agama.
- b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis.
Hal ini dapat kita lihat dari pemilihan pengurus melalui Rapat Anggota dan pilih serta disahkan oleh anggota. Padahal dalam hal ini untuk memilih pengurus koperasi tidaklah mudah. Selalu ada unsur-unsur seperti kolusi dan nepotisme. Namun dalam hal ini pemilihan pengurus didasarkan pada pemahaman calon pengurus terhadap koperasi.
- c. Pembagian Sisa Hasil Usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota
PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang membagikan 40 persen SHU untuk anggota secara adil dengan

jumlah transaksi maupun simpanan yang dilakukan oleh anggota.

- d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang melaksanakan prinsip ini sesuai dengan modal yang ditanamkan anggota Koperasi.
- e. Kemandirian
PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang melaksanakan prinsip kemandirian yaitu dengan menunjuk anggota sebagai pengawas anggota sendiri hal ini bertujuan untuk mempertahankan otonomi koperasi.
- f. Pendidikan Perkoperasian
PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sudah melaksanakan prinsip ini melalui diklat dan pelatihan yang diadakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang serta para pengurus koperasi juga mengadakan pertemuan dengan anggota setiap 3 bulan sekali yang membahas mengenai perkembangan koperasi serta musyawarah antar anggota yang membahas mengenai permasalahan mengenai koperasi.
- g. Kerjasama antar koperasi
PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang menjalin kerjasama dengan pemerintah melalui Dinas Perindustrian Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang namun juga menjalin kerjasama dengan koperasi lain dalam hal peminjaman modal usaha. Selain itu belum ada lagi bentuk kerjasama lainnya untuk memperkuat gerakan koperasi.

Penutup

Dalam pengembangan Visi dan Misi PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang belum sesuai dengan 9 (sembilan) kriteria yang tercantum dalam teori David Freed R (2009, h.102) hanya beberapa point saja yang masuk di dalamnya, Berdasarkan hasil identifikasi lingkungan eksternal di PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang maka peluang eksternal yang dimiliki PRIMKOPTI antara lain yaitu Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas

Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini. Ancaman eksternal yang harus dihadapi PRIMKOPTI adalah persaingan harga kedelai di pasar dan masih kurangnya pemahaman masyarakat mengenai koperasi. Berdasarkan hasil identifikasi lingkungan internal di PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang kekuatan internal yang dimiliki PRIMKOPTI antara lain yaitu pengurus yang berpengalaman, memiliki hubungan baik dengan pemerintah, satu-satunya distributor kedelai yang berbentuk Koperasi, letak kantor dan gudang yang strategis memiliki Usaha Simpan Pinjam yang berkembang baik dan Fasilitas Koperasi yang memadai. Kelemahan internal PRIMKOPTI yaitu kurangnya pemahaman anggota terhadap Koperasi, kurangnya pemahaman anggota terhadap anggaran dasar dan anggaran rumah tangga AD/ART serta kurangnya kepedulian anggota terhadap Koperasi

Strategi yang cocok diterapkan PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang untuk mengembangkan Koperasi menurut analisis matriks SWOT yaitu Mengembangkan strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan, Mengembangkan kemampuan anggota, Meningkatkan sistem manajemen pengendalian persediaan untuk menghindari persaingan harga, dan Menerapkan sistem manajemen informasi yang terpadu.

Prinsip-prinsip koperasi yang dicantumkan dalam Undang-Undang

Nomor 25 Tahun 1992 dalam upaya mengembangkan koperasi sejauh ini sudah dilaksanakan oleh PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang hal ini di tandai oleh Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, Pengelolaan dilakukan secara demokratis,

Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil dan sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota., Pemberian balas jasa yang terbatas pada modal, Kemandirian Pendidikan perkoperasian dan Kerjasama antar koperasi

Adapun saran yang dapat di berikan peneliti, Dalam upaya pengembangan Visi dan Misi PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang dibidang teknologi hendaknya ditambahkan alat pemecah kedelai dalam upaya pencapaian hasil kedelai yang berkualitas.

PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang diharapkan dapat mensosialisasikan strategi dan program yang telah dirumuskan kepada seluruh pengurus, badan pengawas, karyawan serta anggota PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang sehingga setiap orang memiliki rasa tanggung jawab dan motivasi untuk dapat melaksanakan strategi ini.

Dalam penerapan strategi ini, perlu adanya komitmen dan konsistensi sehingga pada pelaksanaannya sebaiknya diikuti dengan evaluasi secara bertahap. Penelitian lebih lanjut yang diperlukan ialah mengenai evaluasi strategi pengembangan usaha PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang,

Daftar Pustaka

- David, R Freed. (2009) *Strategic Management Konsep edisi 10*. Jakarta, Salemba Empat.
- Nirman, Umar. (2009) *Perilaku Organisasi*. Sidoarjo : Laras
- R.D Jatmiko. (2003) *Manajemen Strategik. Edisi Pertama*, Penerbit UMM Press, Malang
- Rangkuti, (2007) *Analisis SWOT :Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan ke-12. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Suryono, Agus. (2004) *Pengantar Teori Pembangunan*, UM Press, Malang
- Undang-undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian**. [internet] available from <www.djkn.depkeu.go.id/.../media/.../UU1992-25.perkoperasian.pdf> [accessed 19 Maret 2013]