

PERSEPSI PETERNAK SAPI PERAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SUSU SIDOARJO

THE PERCEPTION OF DAIRY CATTLE RANCHER AND DEVELOPMENT'S STRATEGY OF SIDOARJO MILK COOPERATIVE

THINESIA ELIZABETH*, EKO NURHADI, EKO PRIYANTO

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*Email:thinesia@gmail.com

ABSTRAK

Koperasi susu Sidoarjo termasuk koperasi produksi yang beranggotakan para peternak sapi perah, dalam perkembangannya, masalah yang dihadapi koperasi susu ini salah satunya adalah menurunnya partisipasi anggota di koperasi susu Sidoarjo sehingga mengakibatkan koperasi kurang berjalan maksimal, sebagai upaya untuk mengembangkan keberadaan koperasi ini maka diperlukan suatu strategi untuk dapat memajukan dan mengembangkan Koperasi Susu Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi peternak sapi perah terhadap kinerja dan manfaat koperasi Susu Sidoarjo, serta menganalisis strategi pengembangan Koperasi Susu Sidoarjo. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan analisis SWOT dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi peternak sapi perah terhadap kinerja dan manfaat koperasi susu Sidoarjo berada dalam kategori cukup baik dengan persentase rata-rata 61,37%. Strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan koperasi susu Sidoarjo adalah memanfaatkan sumber daya manusia, memperjelas tujuan koperasi, meningkatkan pelayanan dan manfaat koperasi, meningkatkan manajemen koperasi, melakukan komunikasi intensif dengan semua anggota koperasi, memanfaatkan sumber daya manusia yang terlatih, memberikan fasilitas kredit kepada anggota, serta melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah untuk bantuan penguatan koperasi.

Kata Kunci: persepsi peternak, pengembangan koperasi, analisis SWOT

ABSTRACT

*The Sidoarjo Dairy Cooperative is a production cooperative consisting of dairy farmers. In its development, the participation of members in the Sidoarjo dairy cooperative has decreased, resulting in a less developed cooperative. To develop the existence of this cooperative, a strategy is needed to be able to advance and develop the Sidoarjd dairy cooperative. This study aims to identify the perception of dairy farmers on the performance and benefits of the Sidoarjo Milk cooperative, and analyze the development strategy of the Sidoarjo dairy cooperative. The data analysis method used is descriptive analysis, and SWOT analysis, the sampling technique used is *purposive sampling*. The results showed that the perception of dairy farmers on the performance and benefits of the Sidoarjo dairy cooperative was in the good enough category with an average percentage of 61.37%. Strategies that can be applied to develop Sidoarjo dairy cooperatives are utilizing human resources, clarifying cooperative goals, improving cooperative services and benefits, improving cooperative management, conducting intensive communication with all cooperative members, utilizing trained human resources, providing credit facilities to members, and coordinate with local governments for assistance in strengthening cooperatives.*

Keywords: cooperative development, farmer's perception, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Peran pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi salah satunya melalui koperasi. Koperasi menjadi salah satu lembaga perekonomian yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia karena berasaskan kekeluargaan, hal ini sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan. Lembaga koperasi oleh banyak kalangan, diyakini sangat sesuai dengan budaya dan tata kehidupan bangsa Indonesia karena mengandung nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat Indonesia seperti gotong royong dan beberapa esensi moral lainnya (O. S. Hidayat et al., 2016). Menurut Priyono & Priyanti (2015), koperasi bukan lembaga yang hanya berorientasi pada keuntungan, namun juga mementingkan kesejahteraan anggota. Sedangkan menurut Handayani & Rahmadania (2019), Koperasi Unit Desa (KUD) dibentuk atas dasar kesamaan persepsi dan kebutuhan petani akan kemudahan untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pertanian. Pengembangan koperasi yang efektif dan optimal akan berdampak pada kemajuan dan keberhasilan suatu koperasi dalam

mencapai tujuannya, yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya secara khusus dan masyarakat secara umum. Berkembang atau tidaknya suatu koperasi dipengaruhi oleh partisipasi anggota dan manajemen yang baik pada suatu koperasi. Semakin banyak dan aktif anggota koperasi maka semakin besar peluang koperasi tersebut untuk berkembang dan maju sehingga dapat bersaing dengan badan usaha yang lain. Pengurus dan karyawan sebagai pengelola koperasi harus mampu memberikan dorongan agar dapat menarik anggota untuk ikut serta dalam pengembangan koperasi.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di provinsi Jawa Timur yang mempunyai cukup banyak jumlah sapi perah, hal ini merupakan peluang untuk pengembangan susu sapi perah serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi peternak sapi perah di Kabupaten Sidoarjo. Pengembangan susu sapi perah ini dapat dilakukan melalui koperasi susu Sidoarjo, koperasi merupakan suatu wadah bagi peternak untuk dapat menyalurkan hasil usahanya serta dapat mempermudah peternak dalam kegiatan lainnya, seperti pakan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya. Koperasi Susu Sidoarjo (KSS) ini

merupakan jenis koperasi produksi dimana koperasi produksi mempunyai tujuan membantu usaha para anggotanya seperti menyediakan sarana produksi yaitu obat-obatan, pakan, dan lainnya, hal ini sesuai dengan pendapat Priyono & Priyanti (2015) Koperasi yang dibentuk merupakan milik para usaha mikro dan dikelola bersama untuk kegiatan usaha, seperti kredit pembelian bibit sapi perah, pembelian bahan baku konsentrat dan benih hijauan pakan ternak, pengolahan susu untuk menghasilkan nilai tambah dan pemasaran susu ke IPS. Setiap tahunnya jumlah anggota koperasi mengalami penurunan dikarenakan ada beberapa peternak yang keluar. Anggota yang hadir dalam RAT setiap tahunnya juga mengalami penurunan, menurut wawancara pra-penelitian dengan pengurus koperasi, para peternak kurang memahami akan pentingnya koperasi sebagai wadah usaha bersama. Masalah lainnya yang dihadapi oleh koperasi susu Sidoarjo yaitu kurangnya partisipasi anggota dalam kegiatan pembangunan koperasi seperti simpanan wajib dan simpanan sukarela yang mengakibatkan rendahnya modal usaha, beberapa anggota yang tidak menyetorkan susu sapi perah sehingga koperasi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen secara

penyempurnaan. Untuk mencapai keberhasilan suatu koperasi maka diperlukan peran serta anggota untuk dapat berpartisipasi dalam setiap kegiatan koperasi serta pengambilan keputusan.

Pengembangan susu ini dapat berjalan maksimal dengan adanya koperasi, koperasi susu sebagai wadah pemberdayaan para peternak, Zikri P et al (2018) menyatakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan produksi susu nasional dalam mencukupi permintaan dalam negeri adalah dengan menghimpun para peternak kecil menjadi anggota koperasi yang pada dasarnya bertujuan untuk mensejahterakan seluruh anggota didalamnya melalui aktifitas usaha yang dijalankan. Maka dari itu penting untuk mengetahui persepsi peternak terhadap koperasi mengenai kinerja dan manfaat dari koperasi itu sendiri sehingga nantinya ditetapkan sebuah strategi untuk mengembangkan koperasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi peternak sapi perah terhadap kinerja dan manfaat koperasi Susu Sidoarjo dan menganalisis strategi pengembangan Koperasi Susu Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Susu Sidoarjo desa Karangpuri,

kecamatan Wonoayu, kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2021 – Juni 2021 yang diawali dengan wawancara dengan pihak pengurus koperasi serta para anggota koperasi.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu sesuai dengan penelitian, sampel dalam penelitian ini sebanyak 42 responden yang terdiri peternak sapi perah dan pengurus koperasi.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data deskriptif kualitatif dan data kuantitatif. Analisis data kualitatif merupakan data yang menggambarkan kondisi koperasi susu Sidoarjo dengan segala aktivitasnya untuk mendukung data kuantitatif, pengambilan data yang digunakan adalah skala likert dengan 5 kategori penilaian yaitu nilai 5 untuk kategori sangat baik, nilai 4 untuk kategori baik, nilai 3 untuk kategori cukup baik, nilai 2 untuk kategori buruk, dan nilai 1 untuk kategori buruk sekali. Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT untuk dapat menentukan alternatif

strategi pengembangan pada koperasi susu Sidoarjo. Analisis SWOT sebagai alat formulasi strategi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dari sebuah penelitian (Rangkuti, 2013). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Dalam proses penyusunan strategi, terdapat tiga tahapan yaitu :

1. Tahap pengumpulan data, Pada tahap pengumpulan data dilakukan identifikasi faktor internal dan identifikasi faktor eksternal untuk memperoleh data yang dibutuhkan.
2. Tahap analisis, pada tahap analisis data yang sudah terkumpul dimasukkan kedalam tabel matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) kemudian berikan bobot penilaian masing-masing faktor strategis dengan skala penilaian 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), setelah itu menghitung rating dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1.

3. Tahap pengambilan keputusan, pada tahap ini menggunakan matriks IE untuk melihat posisi perusahaan saat ini. Matriks IE dianalisis berdasarkan nilai yang sudah di peroleh melalui matriks IFAS dan matriks EFAS. Kemudian melakukan penentuan strategi pengembangan menggunakan indikator pada analisis SWOT yaitu, strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Persepsi peternak sapi perah terhadap koperasi susu Sidoarjo yang diukur dalam penelitian ini adalah persepsi mengenai kinerja koperasi dan manfaat koperasi, hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kinerja yang dilakukan koperasi dan manfaat yang di rasakan oleh peternak dengan adanya koperasi susu Sidoarjo. Berikut merupakan hasil persepsi peternak sapi perah terhadap koperasi susu Sidoarjo dapat di lihat pada tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Peternak Sapi Perah Terhadap Kinerja dan Manfaat Koperasi Susu Sidoarjo

Tabel 1. Persepsi Peternak Sapi Perah Terhadap Koperasi Susu Sidoarjo

Variabel	Indikator	Parameter	Persentase (%)	Kategori
Persepsi Peternak Sapi Perah	Kinerja Koperasi	1. Kepengurusan manajemen KSS	59,05	Cukup Baik
		2. Pengawasan kegiatan koperasi melibatkan penyuluh pertanian	60,95	Cukup Baik
		3. Melakukan Rapat dengan Rutin	62,38	Cukup Baik
	Manfaat Koperasi	1. Meningkatnya pendapatan peternak	56,19	Cukup Baik
		2. Mempermudah akses penjualan susu	60,00	Cukup Baik
		3. Adanya koperasi susu peternak guyub dan sejahtera	69,05	Cukup Baik
		4. Adanya bantuan modal untuk pengembangan usaha	64,29	Cukup Baik
		5. Koperasi susu memberikan fasilitas untuk para anggota seperti layanan kesehatan ternak, pengukuran kualitas susu	59,05	Cukup Baik
	Rata-rata Tingkat Persepsi Peternak			61,37

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2021

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa tingkat persepsi peternak terhadap koperasi susu Sidoarjo termasuk kategori cukup baik dengan persentase 61,37%. Responden memberikan penilaian koperasi terkait pelaksanaan koperasi susu Sidoarjo bahwa, kepengurusan manajemen di koperasi sudah cukup berjalan dengan baik. Berdasarkan wawancara dengan responden, responden memberikan penilaian pengembangan koperasi terkait pelaksanaan koperasi susu Sidoarjo bahwa, kepengurusan manajemen di koperasi sudah cukup berjalan dengan baik seperti mengadakan rapat anggota walaupun tidak semua anggota datang, untuk sekedar berbagi informasi sudah dilaksanakan melalui grup whatsapp, kemudian dapat dilihat juga adanya peran pemerintah dalam kegiatan koperasi susu menurut responden peran pemerintah (dinas peternakan) setempat pernah beberapa kali juga memberikan pelatihan namun memang pelatihan yang diberikan tidak berkelanjutan ada pula pengecekan kesehatan sapi dan kualitas susu sapi.

Untuk lebih meningkatkan persepsi peternak dan partisipasi peternak terhadap koperasi maka pihak pengelola koperasi perlu memberikan layanan yang lebih bagi para anggota sehingga anggota

merasa mendapatkan kebanggaan dari layanan koperasi itu sendiri, layanan yang diberikan bisa berupa permodalan, sosialisasi pentingnya berkoperasi, mengadakan kegiatan kumpul bersama atau *gathering* dan lain sebagainya hal ini sependapat dengan Sudiarditha et al., (2013), pelayanan yang baik dari koperasi akan membuat anggota tersebut merasakan adanya manfaat dan keuntungan untuk berada didalam koperasi tersebut dan dapat meningkatkan partisipasinya kepada koperasi. Menurut Pratama & Soejoto (2015) peningkatan pelayanan yang efisien melalui penyediaan barang dan jasa oleh perusahaan koperasi dapat menjadi rangsangan penting bagi anggota untuk ikut memberikan kontribusinya bagi pemupukan modal dan pertumbuhan koperasi. Keberhasilan suatu koperasi pertama-tama di pengaruhi oleh faktor internal yaitu manajemen koperasi, manajemen koperasi merupakan kegiatan pengelolaan usaha koperasi sesuai dengan tugas dan fungsinya. Untuk itu perlu juga meningkatkan faktor dari dalam koperasi yaitu pengelolaan manajemen koperasi yang lebih baik lagi agar mampu memberikan nilai positif bagi para peternak sapi perah, hal ini sesuai dengan penelitian yang telah

dilakukan O. S. Hidayat et al., (2016), sistem paling baik sekalipun jika tidak dijalankan oleh manajemen (pengurus) yang baik tidak akan memberikan dampak positif yang maksimal. Pelatihan yang diberikan tidak terbatas hanya kepada penggunaan sistem yang telah ada namun juga meliputi aspek manajemen lainnya, materi yang akan diberikan dalam kegiatan pelatihan manajemen ini adalah : penggunaan dan pemanfaatan sistem, pengembangan manajemen koperasi yang professional, pengembangan bisnis koperasi.

Strategi Pengembangan Koperasi Susu Sidoarjo

1. Tahap Pengumpulan Data, Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

a. Identifikasi Faktor Internal Koperasi Susu Sidoarjo

Identifikasi faktor internal digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada koperasi berdasarkan persepsi peternak sapi perah. Faktor internal ini akan menentukan arah pengembangan yang baik bagi pengembangan koperasi susu Sidoarjo.

Faktor kekuatan adalah kondisi internal yang mempunyai nilai positif

untuk menunjang keberadaan koperasi susu Sidoarjo lebih baik lagi, ada beberapa faktor kekuatan yaitu : 1). Adanya hubungan kerjasama yang baik dengan pihak ketiga (pemasok susu dari luar koperasi), 2). Prosedur dan mekanisme yang mudah, 3). Mempunyai badan hukum, 4). Mempunyai susunan organisasi dan pembagian tugas yang jelas, 5). Sumber daya manusia yang berpendidikan dan terlatih.

Faktor kelemahan merupakan kondisi internal yang ada pada koperasi susu Sidoarjo yang mempunyai nilai negatif sehingga perlu diatasi dengan baik agar dapat menutupi kekurangan yang ada, adapun faktor kelemahan yang teridentifikasi yaitu: 1). Belum mempunyai visi dan misi yang jelas, 2). Kurang motivasi pengurus dalam mengelola koperasi, 3). Rendahnya kesadaran anggota untuk melunasi simpanan wajib, 4). Terbatasnya modal usaha, 5). Belum melaksanakan sistem informasi manajemen secara ideal, 6). Belum adanya pengolahan produk yang menghasilkan nilai tambah.

b. Identifikasi Faktor Eksternal Koperasi Susu Sidoarjo

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang berada di luar koperasi

susu sidoarjo berdasarkan persepsi peternak sapi perah.

Peluang adalah kondisi dari luar koperasi yang dapat memberikan nilai positif dan menunjang keberhasilan koperasi, adapun peluang koperasi susu Sidoarjo, yaitu: 1). Tingginya permintaan pasar akan susu segar, 2). Dekat dengan sumber pakan, 3). Harga susu yang tinggi, 4). Dekat dengan kota, 5). Pesaing yang sedikit.

Ancaman adalah kondisi dari luar koperasi susu Sidoarjo yang menjadi penghambat keberhasilan koperasi. Adapun ancaman dari koperasi susu Sidoarjo ini, yaitu: 1). Kurang minatnya peternak untuk gabung ke koperasi, 2). Keterbatasan dalam mengikuti perkembangan teknologi, 3). Kurang intensitas perhatian pemerintah tentang pengembangan koperasi susu Sidoarjo.

2. Tahap Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Tahap selanjutnya yaitu tahap analisis dengan membuat tabel matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan tabel matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) atau matriks strategi internal digunakan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dihadapi koperasi susu Sidoarjo. Matriks IFAS diperoleh dengan cara memberikan penilaian bobot dan rating terhadap variabel-variabel kekuatan dan kelemahan yang sudah didiskusikan oleh 10 responden yang mengetahui kondisi koperasi susu Sidoarjo, yaitu para peternak anggota aktif koperasi. Berikut adalah hasil penilaian matriks IFAS :

Tabel 2. Matriks IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot	
I. Kekuatan				
1	Adanya hubungan kerjasama yang baik dengan pihak ketiga (pemasok susu dari luar koperasi)	0,22	3,2	0,70
2	Prosedur dan mekanisme yang mudah	0,26	3,1	0,81
3	Mempunyai badan hukum yang sah	0,23	3,5	0,79
4	Mempunyai susunan organisasi dan pembagian tugas yang jelas	0,17	2,8	0,47
5	Sumber daya manusia yang berpendidikan dan terlatih	0,13	3	0,38
Total Skor Kekuatan				3,15
II. Kelemahan				
1	Belum mempunyai visi dan misi yang jelas	0,24	1,40	0,33
2	Kurang motivasi pengurus dalam mengelola koperasi	0,21	1,70	0,35
3	Rendahnya kesadaran anggota untuk melunasi simpanan wajib	0,17	2,00	0,34
4	Terbatasnya modal usaha	0,11	1,90	0,21
5	KSS belum melaksanakan sistem informasi manajemen secara ideal	0,11	1,90	0,21
6	Belum adanya pengolahan produk yang menghasilkan nilai tambah	0,16	1,30	0,21
Total Skor Kelemahan				1,66
Total Skor IFAS (S-W)				1,50

Berdasarkan pada tabel di atas faktor-faktor kekuatan (strengths) dan faktor-faktor kelemahan (Weakness) masing-masing mempunyai nilai skor sebesar 3,15 dan 1,66, yang berarti bahwa koperasi susu Sidoarjo mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan dalam menentukan strategi pengembangan untuk memajukan koperasi susu Sidoarjo. Kekuatan utama yang ada pada faktor kekuatan tabel matriks IFAS adalah variabel kekuatan yang memiliki nilai skor bobot rata-rata

terbesar, yakni variabel prosedur dan mekanisme yang mudah dengan nilai skor (0,81). Variabel tersebut menjadi kekuatan utama karena dapat menarik anggota dan peternak sapi perah lainnya untuk gabung koperasi susu Sidoarjo. Sedangkan kelemahan yang ada di koperasi susu Sidoarjo yaitu kurang motivasi pengurus dalam mengelola koperasi dengan nilai skor (0,35) hal ini menjadi kelemahan bagi koperasi sendiri karena para pengurus kurang memberikan motivasi kepada para anggotanya.

Matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) atau matriks strategi eksternal yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi koperasi susu Sidoarjo. Matriks EFAS diperoleh dengan cara memberikan penilaian bobot dan rating

terhadap variabel-variabel peluang dan ancaman yang sudah didiskusikan oleh 10 responden yang mengetahui kondisi koperasi susu Sidoarjo, yaitu para peternak anggota aktif koperasi. Berikut adalah hasil penilaian matriks EFAS :

Tabel 6. Matriks EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot	
I. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Tingginya permintaan pasar	0,31333	4,6	1,44
2	Dekat dengan sumber pakan	0,26	4,5	1,17
3	Harga jual susu yang tinggi	0,18	3,5	0,63
4	Dekat dengan kota	0,13333	4,4	0,59
5	Pesaing yang sedikit	0,11333	4,2	0,48
Total Skor Peluang			4,30	
II. ANCAMAN (<i>Threats</i>)				
1	Kurang minatnya peternak untuk gabung ke koperasi	0,3	2	0,60
2	Keterbatasan dalam mengikuti perkembangan teknologi	0,28	2,8	0,79
3	Kurang intensitas perhatian pemerintah tentang pengembangan KSS	0,42	2,7	1,13
Total Skor Ancaman			1,39	
Total Skor Matriks EFAS (O-T)			2,91	

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas, faktor-faktor peluang (*opportunity*) dan faktor-faktor ancaman (*threats*) masing-masing mempunyai nilai skor sebesar 4,30 dan 1,39, yang berarti bahwa koperasi susu Sidoarjo mempunyai faktor peluang yang lebih tinggi dibandingkan faktor ancaman dalam menentukan strategi pengembangan untuk memajukan dan mengembangkan koperasi susu Sidoarjo. Peluang utama yang ada pada faktor peluang tabel matriks EFAS adalah variabel peluang yang memiliki nilai skor bobot rata-rata terbesar, yakni variabel

tingginya permintaan pasar akan susu segar dengan nilai skor (1,44). Variabel tersebut menjadi peluang utama karena dengan tingginya permintaan pasar akan susu segar otomatis berpengaruh pada pendapatan yang diterima oleh koperasi sehingga nantinya masuk ke dana koperasi untuk menunjang kebutuhan-kebutuhan koperasi lainnya. Sedangkan ancaman utama bagi koperasi susu Sidoarjo berada pada variabel kurang intensitas perhatian pemerintah tentang pengembangan koperasi susu Sidoarjo dengan nilai skor (1,13) hal ini menjadikan koperasi susu Sidoarjo

sedikit sulit mengajak para peternak sapi perah untuk gabung karena informasi yang didapat kurang menyebar banyak.

3. Tahap Pengambilan Keputusan

a. Matriks IE (Internal-Eksternal)

		TOTAL RATA-RATA IFAS		
		Kuat 3,0 – 4,0	Rata-Rata 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99
TOTAL RATA-RATA EFAS	Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
	Rata-Rata 2,0 – 2,99	IV	V	VI
	Lemah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks IE Posisi Koperasi Susu Sidoarjo

Matriks IE digunakan untuk melihat posisi koperasi susu Sidoarjo saat ini, matriks IE digolongkan menjadi 3 bagian yaitu untuk posisi perusahaan yang masuk dalam sel I, II, dan IV perusahaan berada pada posisi *Grow and Build* yang artinya sedang tumbuh dan membangun, perusahaan berada pada posisi sel III, V, atau VII, maka perusahaan dapat digambarkan sedang menjaga dan mempertahankannya (*Hold and Maintain*). Selanjutnya, apabila perusahaan pada sel VI, VIII, atau IX, maka perusahaan dalam kondisi *divestasi* atau *harvest or divest* (Rangkuti, 2011). Berikut ini adalah gambar matriks IE berdasarkan matriks IFAS dan EFAS:

Berdasarkan nilai skor pada matriks IFAS dan EFAS maka posisi koperasi susu Sidoarjo berada pada sel VI (*Harvest and Divest*) yang berarti panen atau divestasi.

b. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang menggambarkan 4 alternatif strategi yaitu : strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ST (*Strengths-Threats*), dan strategi WT (*Weakness-Threats*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Saleh & Ismail, 2015).

Berdasarkan identifikasi analisis faktor internal dan eksternal maka dapat dirumuskan empat strategi utama yaitu :

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dirumuskan Meningkatkan partisipasi anggota.

Anggota merupakan aset bagi koperasi, menurut Fatmala & Muflikh (2012), partisipasi anggota merupakan faktor yang paling penting dalam mendukung keberhasilan atau perkembangan suatu organisasi termasuk

koperasi.. Prosedur dan mekanisme yang mudah memberikan kekuatan bagi koperasi susu Sidoarjo untuk dapat meningkatkan jumlah anggota karena tidak ada persyaratan apapun kepada anggota yang ingin berpartisipasi ke koperasi susu Sidoarjo, kemudian dengan menambahnya jumlah anggota koperasi maka akan meningkatkan volume produksi susu di koperasi lebih banyak karena banyak anggota yang setor susu. Menurut Deputi Pengembangan SDM dalam (Azis et al., 2012), terdapat berbagai cara untuk dapat meningkatkan partisipasi anggota baik menggunakan pendekatan materi maupun non materi. Pendekatan materi yang dimaksud adalah memberikan komisi dan insentif, pemberian bonus, maupun pemberian tunjangan atas aktivitas keterlibatan anggota berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan organisasi maupun layanan barang/jasa yang disediakan koperasi.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) alternatif strategi WO dapat dirumuskan sebagai berikut :

a. Memperjelas tujuan koperasi

Koperasi susu Sidoarjo masih belum mempunyai visi dan misi yang jelas yang mengakibatkan sulit untuk menentukan pandangan kedepan bagaimana,

hal ini sependapat dengan Kusmulyono & Endaryono (2018), visi dan misi membuat perusahaan tidak mampu untuk melihat potensi masa depan dan cenderung mendorong pemikiran jangka pendek. Untuk mengatasi hal ini maka pengurus beserta anggota koperasi dapat berdiskusi bersama-sama menetapkan tujuan koperasi yang jelas.

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*) alternatif strateginya sebagai berikut:

a. Meningkatkan manajemen koperasi

Pengelolaan manajemen yang kurang baik ini merupakan suatu kelemahan koperasi susu Sidoarjo sehingga berpengaruh bagi koperasi yang menjadi lambat untuk berkembang. Untuk mengatasi permasalahan ini perlu meningkatkan manajemen koperasi hal ini sependapat dengan (Priyono & Priyanti, 2015) bahwa manajemen koperasi sangat menentukan efektivitas mekanisme perkembangan industri persusuan nasional.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*), alternatif strateginya adalah sebagai berikut :

a. Melakukan diversifikasi produk untuk pengembangan koperasi

Diversifikasi produk merupakan suatu usaha menciptakan produk baru yang lebih beranekaragam dengan tujuan untuk memberikan nilai tambah dari produk awal, hal ini salah satu strategi untuk dapat mengembangkan koperasi susu Sidoarjo dengan menciptakan inovasi produk baru yang berasal dari susu sapi segar, sependapat dengan Mahdiah, (2020) bahwa diversifikasi produk susu sangat diperlukan agar jenis produk yang dijual dapat lebih bervariasi, tahan lama, dan memiliki nilai tambah. Untuk menciptakan produk baru maka koperasi susu Sidoarjo harus melihat tren pasar saat ini agar produk yang dibuat memberikan kegunaan dan manfaat bagi konsumen.

b. Penguatan permodalan melalui Lembaga keuangan

Kendala yang dihadapi koperasi susu Sidoarjo saat ini adalah keterbatasan jumlah modal, modal yang ada di KSS hanya berasal dari iuran anggota dan ada beberapa anggota enggan

untuk dimintai iuran sehingga menyebabkan koperasi ini kesulitan untuk mengembangkan usahanya contohnya koperasi tidak bisa membeli aset yang dibutuhkan untuk operasional misalnya membeli vitamin dan tes kesehatan ternak. (Gemiharto et al., 2016) bahwa sumber permodalan sangat penting bagi koperasi, khususnya dalam memberikan pelayanan berupa pemberian pinjaman kepada anggota petani.

KESIMPULAN

1. Persepsi peternak terhadap kinerja dan manfaat koperasi susu Sidoarjo berada dalam kategori cukup baik dengan persentase rata-rata 61,37%.
2. Strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan koperasi susu Sidoarjo adalah dengan, memperjelas tujuan koperasi, meningkatkan manajemen koperasi, memanfaatkan sumber daya manusia yang terlatih, memberikan fasilitas kredit kepada anggota, melakukan diversifikasi produk, serta penguatan permodalan melalui lembaga keuangan.

Saran

Bagi para pengelola koperasi untuk dapat menarik minat peternak untuk berpartisipasi lebih kepada koperasi maka perlu menetapkan visi dan misi yang jelas sebagai dasar fondasi membangun organisasi, kemudian para pengelola juga perlu melakukan penyuluhan sosialisasi secara berkelanjutan dan berkala bagi para peternak tentang pentingnya koperasi ternak, penyuluhan dapat dilakukan melalui media-media online saat ini agar informasi mengenai keberadaan koperasi susu Sidoarjo dan manfaatnya ini dapat diketahui banyak masyarakat khususnya peternak sapi perah di Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Azis, M. A., Khosmas, F. ., & Utomo, B. B. (2012). Upaya Pengurus Koperasi Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota Koperasi Serba Usaha Mitra Sakinah Pontianak. *Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan*.
- Fatmala, E., & Muflikh, Y. (2012). Analisis Hubungan Kinerja Partisipasi dan Manfaat Bagi Anggota Koperasi (Studi Kasus: KUD Puspa Mekar, Kabupaten Bandung Barat). *Forum Agribisnis : Agribusiness Forum*, 3(1), 17–32.
- <https://doi.org/10.29244/fagb,3,1,%p>
- Gandhy, A., & Kurniawati, S. D. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Susu Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), 15. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.376>
- Gemiharto, I., Zein, D., & Karimah, K. EL. (2016). Evaluasi Model Komunikasi Pemasaran Koperasi Dalam Upaya Penguatan Kelembagaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 57–78.
- Hanafi, I., Hubeis, A. V. S., & Raharja, S. (2019). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Suku Cadang Otomotif dan Elektronik Berbahan Karet di PT BesQ Sarana Abadi. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 167. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.167-174>
- Handayani, R., & Rahmadania. (2019). ERAN KOPERASI UNIT DESA (KUD) DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KELOMPOK TANI DI DESA TANAH HABANG KANAN KECAMATAN LAMPIHONG KABUPATEN BALANGAN. *Inovatif*, 2(2), 22–31.
- Hidayat, F. (2017). Upaya Pemerintah Daerah Kabupaten Temanggung Dalam Mendorong Eksistensi dan Peningkatan Koperasi. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 109. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i2.1276>
- Hidayat, O. S., Setiana, E., & Situmeang, C. (2016). PENGEMBANGAN SISTEM DAN PENGUATAN MANAJEMEN KOPERASI. *Jurnal*

- Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(4), 26–33.
- Kamidin, M., Rahim, S., & Hasan, S. (2019). *PELATIHAN PEMBUATAN KEMASAN PRODUK SEBAGAI BENTUK INOVASI DAN STRATEGI*. 2, 104–110.
- Kusmulyono, M. S., & Endaryono, T. (2018). Kekuatan Visi Misi dalam Memandu Arah Strategis UMKM Lebon. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat PKN STAN*, 138–143.
- Listiana, I., Murniati, K., Mutolib, A., & Yanfika, H. (2020). PELAYANAN & MANFAAT KOPERASI SERTA PENGARUHNYA TERHADAP PARTISIPASI ANGGOTA (STUDI KASUS PADA KOPERASI JURAI SIWO RAGEM KOTA METRO). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5, 12–26.
- Mahdiah, N. (2020). Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Susu di Sentra Peternakan Sapi Perah Kelurahan Kebon Pedes (Training on Diversification of Processed Dairy Products at the Center for Dairy Farms in Kebon Pedes Village). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(1), 97–103.
- Pratama, M. R., & Soejoto, A. (2015). *UPAYA PENGURUS KOPERASI UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA DI KOPERASI WANITA HARUM MELATI KARANG PILANG SURABAYA*. 148, 148–162.
- Priyono, & Priyanti, A. (2015). Penguatan Kelembagaan Koperasi Susu melalui Pendekatan Pengembangan Kawasan Peternakan Nasional. *Indonesian Bulletin of Animal and Veterinary Sciences*, 25(2), 85–94. <https://doi.org/10.14334/wartazoa.v25i2.1145>
- Saleh, Y., & Ismail, S. (2015). Strategi Pengembangan Koperasi Unit Desa (KUD) Berkat Telaga Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo Yanti Saleh; Siska Ismail Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pemanagunan Daerah*, 2(4), 217–222.
- Sudiarditha, I. K., Saptono, A., & Widyastuti, A. (2013). Pengaruh Pengetahuan Anggota Tentang Koperasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Partisipasi Anggota Pada Koperasi Serba Usaha (Ksu) Warga Sejahtera, Kelurahan Cipinang, Jakarta Timur. *Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 62–76. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpeb/article/view/2017/1596>
- Zikri P, M. D., Suparno, O., & Bantacut, T. (2018). Analisis Alternatif Strategi Pengembangan Koperasi Produksi Susu. *Forum Agribisnis*, 8(2), 169–180. <https://doi.org/10.29244/fagb.8.2.169-180>