

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UNIT TOKO (kasus pada Koperasi Karyawan PT Primissima Sleman Yogyakarta)

Dewi Purnama Sari¹⁾, Dandan Irawan²⁾, Diyani Fauziah³⁾, Yuanita Indriani⁴⁾, Deddy Supriyadi⁵⁾

Abstrak

Koperasi Karyawan PT. Primissima telah mengalami fluktuasi pendapatan dan hasil usaha selama lima tahun terakhir. Untuk meningkatkan keuntungan dan relevansi, koperasi perlu mengembangkan strategi yang efektif. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha unit toko Koperasi Karyawan PT Primissima menggunakan Matriks Ansoff dengan metode kuantitatif deskriptif untuk meningkatkan pendapatan dan hasil usaha, serta mempertahankan jatidiri koperasi. Data yang diambil dalam kajian ini berupa data sekunder dari laporan keuangan koperasi digunakan untuk menganalisis pendapatan dan hasil usaha dari tahun 2019 hingga 2023. Strategi-strategi dalam Matriks Ansoff, yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi, diterapkan untuk meningkatkan keuntungan dan relevansi.

Kata kunci: Koperasi, Pengembangan Usaha, Jatidiri Koperasi

Pendahuluan

Dunia usaha saat ini berada di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang terus melaju pesat, yang secara fundamental mengubah pola persaingan dan perilaku konsumen. Konsumen modern semakin dimanjakan oleh beragam pilihan produk dan jasa yang tersedia dengan mudah melalui berbagai platform digital. Kemudahan akses, kecepatan layanan, dan variasi produk menjadi faktor utama dalam menentukan preferensi mereka. Kondisi ini tidak hanya memengaruhi pelaku usaha besar seperti retail modern dan e-commerce, tetapi juga berdampak signifikan pada koperasi, yang selama ini memiliki landasan filosofi kuat dalam mendukung kesejahteraan anggotanya melalui prinsip kebersamaan dan solidaritas.

Koperasi karyawan, sebagai salah satu bentuk koperasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota yang umumnya adalah pekerja, juga menghadapi tekanan besar akibat perubahan ini. Salah satu koperasi yang menghadapi tantangan tersebut adalah Koperasi Karyawan PT Primissima, yang berperan penting dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari para anggotanya. Dalam beberapa tahun terakhir, pilihan belanja karyawan semakin beragam, mulai dari minimarket modern, toko retail besar, hingga platform e-commerce dan warung tradisional. Situasi ini menciptakan persaingan yang ketat, yang jika tidak diantisipasi dengan strategi yang tepat, berpotensi menggerus pangsa pasar koperasi dan mengurangi relevansinya di mata anggota.

Salah satu faktor yang menyebabkan ketertinggalan koperasi dibandingkan pelaku usaha lainnya adalah kurangnya inovasi dalam produk dan layanan, sistem manajemen yang masih tradisional, serta promosi yang belum efektif. Hal ini memperkuat persepsi bahwa koperasi adalah lembaga yang kurang fleksibel dan tidak sekompetitif pesaingnya. Oleh karena itu, agar tetap relevan dan mampu bersaing, Koperasi Karyawan PT Primissima harus melakukan transformasi secara menyeluruh, terutama dalam aspek pengelolaan sarana usahanya.

Transformasi dari sarana usaha tradisional ke modern menjadi langkah strategis yang penting. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, koperasi dapat mengembangkan sistem manajemen yang lebih efisien dan layanan yang lebih mudah diakses oleh anggota. Misalnya, toko koperasi dapat diintegrasikan dengan platform digital untuk memungkinkan anggota melakukan transaksi secara online, kapan saja dan di mana saja. Selain itu, modernisasi tata kelola toko fisik, seperti penggunaan perangkat otomatisasi dan sistem inventaris berbasis teknologi, akan meningkatkan pengalaman berbelanja anggota sekaligus efisiensi operasional.

Lebih jauh lagi, digitalisasi tidak hanya mencakup aspek transaksi tetapi juga promosi dan interaksi dengan anggota. Melalui media sosial, aplikasi mobile, atau situs web yang informatif, koperasi dapat lebih mudah menjangkau anggotanya, menyampaikan informasi produk, dan membangun loyalitas. Kolaborasi dengan startup teknologi juga dapat menjadi solusi untuk mempercepat adaptasi teknologi dan memperkuat daya saing koperasi. Dengan langkah-langkah ini, koperasi tidak hanya dapat mempertahankan anggotanya tetapi juga meningkatkan relevansi dan daya tariknya sebagai lembaga ekonomi yang kompetitif di era digital.

Transformasi ini menjadi sangat penting untuk memastikan koperasi tetap menjalankan misinya sebagai lembaga yang menyejahterakan anggotanya sambil beradaptasi dengan dinamika dunia usaha yang terus berubah. Melalui pendekatan ini, Koperasi Karyawan PT Primissima dapat terus berkembang menjadi entitas yang tidak hanya mempertahankan nilai-nilai tradisional koperasi tetapi juga mampu bersaing dengan pelaku usaha modern.

Dengan demikian, Koperasi Karyawan PT Primissima dapat merumuskan strategi pengembangan pasar yang tepat dan efektif berdasarkan analisis kondisi internal dan eksternal melalui pendekatan Matriks Ansoff (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi)

Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penulisan ini adalah bagaimana strategi yang harus dilakukan oleh koperasi karyawan PT Primissima agar dapat meningkatkan daya saingnya.

Metode penulisan

Penulisan ini diperoleh dari data sekunder mengenai perkembangan hasil usaha koperasi karyawan PT Primissima dan data yang di dapatkan digunakan

untuk strategi koperasi dalam pengembangan usaha unit toko. Hasil dari perolehan data dianalisis secara deskriptif dengan harapan dapat berguna sebagai rekomendasi bagi koperasi dalam pengembangan usaha unit toko agar dapat meningkatkan daya saing.

Pengertian Koperasi

1. Perkoperasian

Koperasi berasal dari kata “Co” yang berarti “bersama” dan “Operation” yang berarti “bekerja” sehingga secara harfiah koperasi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama. Konsep ini diadopsi dari koperasi pertanian yang pertama kali dibentuk di Rochdale, Inggris pada tahun 1844.

Definisi menurut International Labour Organization (ILO) No. 127 Tahun 1966 yang dikutip oleh Alfred Hannel (2005:37)

“koperasi merupakan perkumpulan orang, yang bergabung secara sukarela untuk mewujudkan tujuan bersama, melalui pembentukan suatu organisasi yang diawasi secara demokratis, dengan memberikan kontribusi yang sama untuk modal yang diperlukan dan turut serta menanggung risiko yang layak dan memperoleh kemanfaatan dari kegiatan usaha, dimana para anggota berperan secara aktif.”

Jochen Ropke (1995:130):

“Badan usaha koperasi dimiliki oleh anggota yang merupakan pemakai jasa (user). Fakta ini membedakan koperasi dari badan usaha (Perusahaan) bentuk lain yang pemiliknya pada dasarnya adalah para penanam modal (investor).”

Sedangkan definisi koperasi menurut *International Cooperative Alliance* (ICA) 1995 adalah:

“Koperasi adalah perkumpulan otonomi dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi-aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya bersama melalui perusahaan yang mereka kendalikan secara demokratis.”

Dalam Undang-Undang RI tentang Perkoperasian No. 25 Tahun 1992 penjelasan pasal 16 tentang Perkoperasian disebutkan bahwa dasar menentukan jenis Koperasi adalah pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya. Dalam penjelasan pasal 16 jenis Koperasi terdiri dari:

- 1) Koperasi Konsumen;
- 2) Koperasi Produsen;
- 3) Koperasi Jasa;
- 4) Koperasi Pemasaran;
- 5) Koperasi Simpan Pinjam.

2. Koperasi Konsumen

Hesti Harun (2013) mendefinisikan Koperasi konsumen sebagai organisasi yang didirikan oleh dan untuk konsumen, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya dengan cara menyediakan barang dan jasa dengan harga yang lebih murah dan berkualitas.

Dalam Permenkop 09 tahun 2018 pasal 1 nomor 37 dalam ketentuan umum, koperasi konsumen didefinisikan sebagai berikut:

“Koperasi Konsumen adalah Koperasi yang menjalankan usaha pelayanan di bidang penyediaan barang kebutuhan Anggota dan masyarakat.”

Berdasarkan kesamaan aktivitas, kepentingan dan kebutuhan ekonomi anggotanya, Koperasi karyawan PT Primissima termasuk kedalam jenis koperasi konsumen. Anggota merupakan karyawan yang bekerja di PT Primissima.

Strategi Pengembangan Usaha Bagi Koperasi

Koperasi didirikan dengan tujuan untuk memajukan atau mensejahterakan anggotanya melalui pelayanan yang diberikan oleh unit-unit usaha koperasi. Sebagai suatu perusahaan koperasi mengelola sumber daya ekonomi, melakukan fungsi-fungsi bisnis untuk menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan anggotanya (Supriyadi, Deddy, 2021)

Menurut Hesti Harun (2013), strategi pengembangan usaha adalah suatu rangkaian tindakan yang dipilih dan diimplementasikan oleh manajemen untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang, dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan peluang pasar yang tersedia. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pengembangan usaha adalah Penentuan tujuan jangka panjang organisasi dan arah yang akan diambil untuk mencapainya.

Sebagai badan usaha yang mengutamakan kesejahteraan anggotanya, koperasi perlu terus berkembang dan berinovasi dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu kunci untuk mencapai hal tersebut adalah penerapan strategi pengembangan bisnis yang tepat.

Strategi pengembangan usaha koperasi harus komprehensif dan tepat sasaran, dengan mempertimbangkan seluruh aspek internal dan eksternal koperasi. Faktor internal yang perlu dipertimbangkan antara lain sumber daya manusia, permodalan, dan infrastruktur. Pada saat yang sama, faktor eksternal yang perlu dipertimbangkan meliputi kondisi pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah.

Mengintegrasikan Jatidiri Koperasi dalam Strategi Pengembangan Usaha

Mengintegrasikan jati diri koperasi dalam strategi pengembangan usaha memerlukan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip koperasi seperti keanggotaan sukarela, kontrol demokratis, partisipasi ekonomi, otonomi, pendidikan, kerjasama, dan kepedulian terhadap komunitas. Strategi dapat dimulai dengan program untuk menarik dan mempertahankan anggota yang berkomitmen

pada nilai koperasi, serta melibatkan mereka dalam pengambilan keputusan dan kontribusi modal.

Menurut Dandan Irawan (2024) dalam buku yang berjudul urgensi jatidiri koperasi menjelaskan bahwa ada dua cara penyampaian dalam implementasi jatidiri yaitu implementasi jatidiri koperasi berdasarkan model ICA Grid dan implementasi jatidiri koperasi berdasarkan subyektif peneliti atau penilai selama berinteraksi langsung dengan koperasi dan disajikan secara deskriptif. Pada kajian ini, dilakukan pengukuran jatidiri koperasi berdasarkan penilaian subjektif.

Strategi Pengembangan Usaha melalui Matriks Ansoff

Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur dari perkembangan usahanya dimana berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat dinilai melalui beberapa indikator atau faktor yang mencerminkan tercapainya tujuan dan dampak positif yang diharapkan (Iksan dkk, 2023). Agar tercapainya hal tersebut, maka diperlukan adanya metode yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha.

Pertumbuhan bisnis merupakan salah satu tujuan utama dari setiap organisasi. Dalam mencapai pertumbuhan, perusahaan dihadapkan pada pilihan strategi yang menentukan arah perkembangan mereka. Salah satu alat yang banyak digunakan untuk menentukan strategi tersebut adalah Matriks Ansoff,

Ansoff Matrix atau dikenal juga dengan *Product and market growth matrix* adalah alat perencanaan pemasaran yang biasanya membantu suatu bisnis dalam menentukan pertumbuhan produk dan pasar. Ini biasanya ditentukan dengan berfokus pada apakah produk tersebut merupakan produk baru atau yang sudah ada, dan apakah merupakan pasar yang baru atau yang sudah ada (Marbun et al, 2023).

Tabel 1 Matriks Ansoff

	Produk sekarang	Produk baru
Pasar sekarang	Penetrasi pasar	Pengembangan produk
Pasar yang baru	Pengembangan pasar	diversifikasi

Sumber: marketers, 2023

1. Penetrasi Pasar

Strategi ini memiliki risiko rendah dan berfokus pada penjualan produk yang ada di pasar yang sudah ada. Perusahaan mengenal pelanggannya dan saluran

pemasarannya. Strategi ini sering diterapkan dengan taktik pemasaran seperti diskon dan promosi produk.

2. Pengembangan Produk

Strategi ini melibatkan pengembangan produk baru untuk pasar yang sudah ada. Meskipun risikonya lebih tinggi dari penetrasi pasar, keberhasilan bergantung pada kemampuan organisasi dalam meneliti kebutuhan pelanggan dan pasar.

3. Pengembangan Pasar

Strategi ini membawa produk yang ada ke pasar baru. Risiko lebih tinggi dibanding penetrasi pasar karena perusahaan harus memahami kompleksitas pasar baru. Perusahaan harus menemukan pasar dan saluran pemasaran yang sesuai dengan segmen pelanggan.

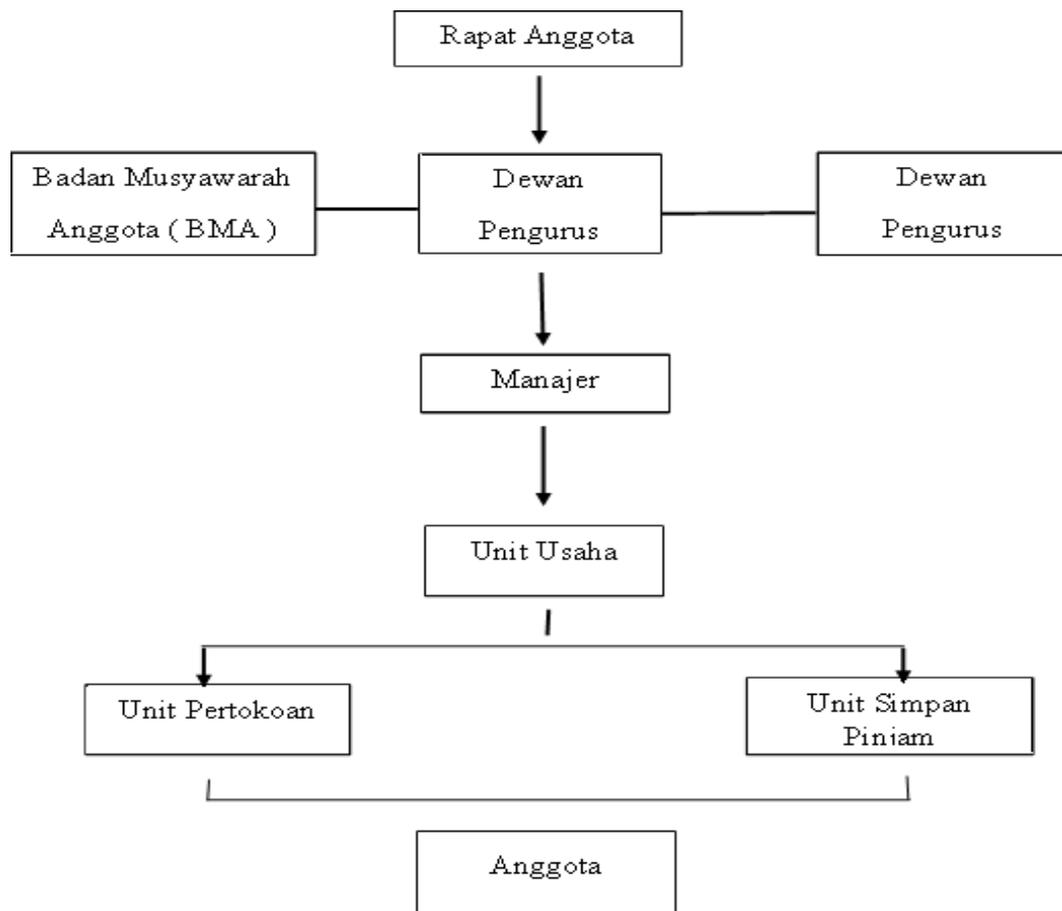
4. Diversifikasi

Strategi paling berisiko ini melibatkan pengembangan produk baru untuk pasar baru. Perusahaan harus mampu menawarkan produk di pasar yang 'asing' dengan mitigasi risiko yang tepat untuk mencapai target penjualan dan pendapatan.

Pembahasan

Organisasi dan Manajemen Koperasi

Suatu tujuan terbentuk karena adanya sebuah wadah yang dibentuk yaitu organisasi. Di dalam suatu organisasi tentunya memiliki struktur guna menunjukkan kelengkapan dari organisasi yang akan menjelaskan mengenai kewenangan, tanggung jawab serta hak dari masing-masing anggota organisasi yang ada. Berikut merupakan struktur organisasi Koperasi Karyawan PT. Primissima:



Gambar Struktur Organisasi Koperasi Karyawan PT. Primissima

Memperhatikan Struktur Organisasi Koperasi Karyawan PT. Primissima di atas pada dasarnya sudah baik tetapi belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan umum perlengkapan organisasi koperasi yang berlaku di Indonesia, yaitu menurut Undang-Undang RI tentang Perkoperasian No. 25 Tahun 1992 Bab VI Pasal 21 Ayat 1 Mengenai perangkat koperasi terdiri dari Rapat Anggota, Pengurus, dan Pengawas. Oleh sebab itu, peneliti mengusungkan struktur organisasi yang disarankan yang dapat dilihat pada lampiran.

Perkembangan Usaha

Koperasi Karyawan PT. Primissima memiliki rangkaian usaha yang diselaraskan dengan keperluan serta kepentingan para anggotanya. Di antara kegiatan bisnis yang dimiliki oleh koperasi ini adalah unit toko dan unit simpan pinjam.

Keberadaan unit toko pada anggota koperasi memberikan beberapa manfaat yang signifikan, di antaranya:

1. Akses ke barang dengan harga lebih terjangkau.

Anggota koperasi biasanya mendapatkan akses ke produk dengan harga yang lebih rendah atau kompetitif dibandingkan dengan pasar umum. Hal ini karena

koperasi beroperasi dengan prinsip nirlaba, di mana keuntungan yang dihasilkan akan dikembalikan ke anggota.

2. Dividen dari keuntungan.

Sebagai pemilik koperasi, anggota dapat menerima bagian dari keuntungan (Sisa Hasil Usaha) yang dihasilkan oleh unit toko koperasi. Semakin besar partisipasi anggota dalam belanja di toko koperasi, semakin besar pula SHU yang akan diterima.

3. Penyediaan kebutuhan sehari-hari.

Unit toko koperasi biasanya menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota, seperti bahan pokok dan barang-barang keperluan lainnya, sehingga memudahkan anggota dalam memenuhi kebutuhan tanpa harus pergi ke tempat lain

4. Pembelian secara kredit.

Banyak koperasi menyediakan fasilitas kredit bagi anggotanya, sehingga mereka dapat membeli barang di unit toko koperasi dengan pembayaran yang dapat dicicil, yang memudahkan dalam perencanaan keuangan.

Dengan jumlah 428 anggota, Koperasi Karyawan PT. Primissima menawarkan layanan bisnis yang memprioritaskan kebutuhan serta kepentingan individu-individu yang tergabung di dalamnya. Keberadaan unit toko menegaskan komitmen koperasi untuk memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota. Berikut ialah data yang diberikan untuk menunjukkan informasi mengenai perkembangan usaha unit toko pada Koperasi Karyawan PT. Primissima dari lima tahun terakhir.

Tabel 1. Perkembangan Pendapatan dan Hasil Usaha periode 2019-2023

Tahun	Pendapatan	Hasil Usaha
2019	Rp. 2.472.245.431	Rp. 128.653.387,14
2020	Rp. 2.280.388.214	Rp. 152.733.940,02
2021	Rp. 2.431.089.039	Rp. 175.389.537,13
2022	Rp. 2.401.924.664	Rp. 183.822.954,41
2023	Rp. 2.202.253.629	Rp. 204.379.224,21

Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan PT. Primissima 2019-2023

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel perkembangan pendapatan dan hasil usaha periode 2019-2023. Dalam periode lima tahun terakhir, pendapatan dan hasil usaha Koperasi Karyawan PT Primissima pada unit toko mengalami berbagai fluktuasi. Pada tahun 2019, pendapatan koperasi tercatat sebesar Rp 2.472.245.431 dengan hasil usaha mencapai Rp 128.653.387,14. Pada tahun berikutnya, 2020, terjadi penurunan pendapatan sebesar 7,77% menjadi Rp 2.280.388.214, namun hasil usaha justru meningkat sebesar 18,71% menjadi Rp 152.733.940,02.

Pada tahun 2021, pendapatan koperasi kembali mengalami kenaikan sebesar 6,61% menjadi Rp 2.431.089.039, sementara hasil usaha meningkat sebesar 14,83% menjadi Rp 175.389.537,13. Tren peningkatan ini berlanjut pada tahun 2022, dengan pendapatan yang sedikit menurun sebesar 1,21% menjadi Rp 2.401.924.664, namun hasil usaha tetap mengalami peningkatan sebesar 4,81% menjadi Rp 183.822.954,41.

Pada tahun terakhir yang tercatat, 2023, pendapatan koperasi kembali mengalami penurunan yang lebih signifikan sebesar 8,29% menjadi Rp 2.202.253.629. Meskipun demikian, hasil usaha koperasi justru menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan sebesar 11,18%, mencapai Rp 204.379.224,21.

Hal ini dapat divisualisasikan lebih jelas dalam grafik dimana peningkatan dan penurunan digambarkan pada tahun tersebut.



Gambar Grafik Perkembangan Pendapatan dan Hasil Usaha Periode 2019-2023

Grafik perkembangan pendapatan dan hasil usaha periode 2019-2023 menunjukkan fluktuasi dari tahun ke tahun, yang memungkinkan disebabkan oleh faktor eksternal seperti perubahan perilaku konsumen atau adanya penurunan permintaan.

Tabel 2. Perkembangan Sisa Hasil Usaha Kopkar Primissima

Tahun	Sisa Hasil Usaha (SHU)	Keterangan	Persentase
2019	Rp. 90.896.780,05		
2020	Rp. 98.328.501,40	Naik	8,2%
2021	Rp. 103.130.556,23	Naik	4,9%
2022	Rp. 81.105.823,02	Turun	(21,7%)
2023	Rp. 81.841.276,29	Naik	0,9%

Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan PT. Primissima 2019-2023

Berdasarkan data dari Tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sisa hasil usaha Koperasi Karyawan PT. Primissima mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2020, nilai mengalami kenaikan sebesar 8,2% dibandingkan tahun 2019, dan pada tahun 2021, nilai kembali meningkat sebesar 4,9% dari tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2022, terjadi penurunan yang cukup signifikan sebesar 21,7% dari nilai tahun 2021. Meski begitu, pada tahun 2023, nilai kembali mengalami kenaikan kecil sebesar 0,9% dibandingkan tahun 2022. Secara keseluruhan, periode ini menunjukkan adanya pertumbuhan di awal yang diikuti oleh penurunan tajam, dan sedikit pemulihan pada akhir periode.

Implementasi Jatidiri Koperasi Berdasarkan Penilaian Subyektif Peneliti

koperasi di Indonesia merupakan “Suatu sistem ekonomi yang berbeda dengan sistem bisnis lainnya dan mempunyai ciri-ciri suatu entitas ekonomi yang mengutamakan kesetaraan anggota, merupakan kumpulan orang (*member based*) bukan kumpulan modal, didasarkan azas kekeluargaan, dan dalam pelaksanaannya memiliki “*rules of game*” yakni prinsip-prinsip koperasi serta merupakan gerakan ekonomi rakyat (Irawan, Dandan, 2024).

Tabel 3. Implementasi Definisi Koperasi Karyawan PT Primissima

No.	Definisi Koperasi	Pelaksanaan			Keterangan
		S	BS	B	
1	Badan usaha	√			Kopkar pt primissima memiliki dua unit usaha yakni unit toko dan unit simpan pinjam, Dimana dalam pelaksanaannya unit usaha sesuai dengan jm kerja yang telah ditetapkan dan petugas yang bekerja di koperasi selalu datang tepat waktu.
2	Beranggotakan orang seorang	√			Koperasi karyawan pt primissima memiliki badan hukum dengan nomor 1372/BH/XI/1985 merupakan koperasi primer Dimana koperasi ini didirikan oleh orang-orang (karyawan pt primissima) yang memiliki kepentingan ekonomi yang sama dengan jumlah anggota hingga pada tahun 2023 berjumlah 428 orang.
3	Bekerja berdasarkan prinsip-prinsip koperasi		√		Kopkar PT Primissima belum sepenuhnya mengimplementasikan prpinsip-prinsip koperasi
4	Sebagai Gerakan Ekonomi Rakyat			√	Didirikannya Kopkar Pt Primissima bertujuan untuk menyejahterakan anggota. Pada kenyataannya, koperasi masih belum memberi manfaat ekonomi baik langsung maupun tidak langsung bagi anggota.
5	Berasaskan kekeluargaan	√			Kopkar Pt Primissima dalam pengambilan keputusaannya didasari atas musyawarah mufakat pada saat rapat anggota.

S: Sudah **BS:** Belum Sepenuhnya **B:** Belum.

Dari perspektif diatas, koperasi ini telah berfungsi sebagai badan usaha yang sah dan memiliki dua unit usaha (unit toko dan unit simpan pinjam), di mana unit toko dioperasikan dengan baik sesuai jadwal kerja. Namun, meskipun unit toko berperan sebagai gerakan ekonomi rakyat yang bertujuan untuk menyejahterakan anggota, hasil ekonominya belum sepenuhnya dirasakan oleh seluruh anggota. Hal ini terlihat dari penurunan pendapatan di 2023, yang mengindikasikan bahwa manfaat ekonomi belum optimal.

Tabel 4. Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Karyawan PT Primissima

No.	Nilai-Nilai Koperasi	Pelaksanaan			Keterangan
		S	BS	B	
1.	Keluargaan	√			Kopkar Pt Primissima melayani dengan baik kepada anggota serta dalam menjalin hubungan sudah baik.
2	Menolong diri sendiri		√		Kopkar pt primissima telah menyediakan berbagai barang kebutuhan anggota namun masih banyak yang kurang memanfaatkan fasilitas yang telah diberikan koperasi
3	Bertanggung jawab pada diri sendiri		√		Anggota kopkar Pt Primissima masih kurang dalam berpartisipasi pada kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi
4	Demokrasi	√			Kopkar Pt Primissima mengambil Keputusan pada kesepakatan saat Rapat Anggota yang di hadiri oleh BMA sebanyak 46 orang yang diundang, dan 43 orang BMA yang hadir (93,48%)
5	Persamaan	√			Tidak ada pembedaan antar anggota, semua anggota mempunyai hak dan hak kewajiban yang sama dengan ikut serta dalam koperasi, menyampaikan pendapat tentang koperasi, memperoleh informasi atau Pelatihan dll.
6	Berkeadilan	√			Salah satu keadilan Kopkar Pt Primissima yakni pemberian manfaat ekonomi bagi anggota sesuai dengan partisipasinya di koperasi
7	Kemandirian	√			Dalam pengambilan Keputusan, koperasi dapat melakukannya sendiri dan mendapat dukungan baik internal maupun eksternal
8	Kejujuran	√			Kopkar Pt Primissima menjalankan tugasnya dengan transparansi kepada anggotanya pada saat pelaksanaan RAT
9	Keterbukaan	√			Pada saat RAT, koperasi memberikan informasi mengenai keadaan yang sedang dialami sehingga anggota mengetahui perkembangan usaha koperasi
10	Tanggung jawab	√			Kopkar Pt Primissima memenuhi tanggung jawab sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.
11	Kepedulian terhadap yang lain	√			Kopkar Pt Primissima peduli terhadap kesejahteraan anggotanya. Kepedulian koperasi kepada anggota dengan mengadakan arisan motor

S: Sudah **BS:** Belum Sepenuhnya **B:** Belum.

Menurut Dandan Irawan dalam bukunya yang berjudul Urgensi Jatidiri Koperasi (2024) nilai-nilai koperasi dapat dibedakan antara nilai-nilai etis dengan nilai-nilai fundamental. Nilai etis koperasi bertitik-tolak pada nilai-nilai yang diperkenalkan oleh para perintis koperasi, yaitu kejujuran dan keterbukaan.

Sedangkan nilai-nilai fundamental koperasi lebih bersifat universal, artinya berawal dari semangat untuk memperbaiki nasib penghidupan sendiri berdasarkan prinsip tolong-menolong. Nilai-nilai fundamental ini antara lain menolong diri sendiri (*self-help*), tanggung jawab sendiri (*self-responsibility*), demokrasi (*democracy*), persamaan (*equality*), keadilan (*equity*), dan solidaritas (*solidarity*).

Dalam penerapan nilai-nilai koperasi, memiliki peran krusial dalam memastikan bahwa unit toko beroperasi tidak hanya sesuai dengan prinsip koperasi, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesejahteraan ekonomi anggota. Kajian lebih lanjut mengenai implementasi nilai-nilai ini akan memperlihatkan sejauh mana koperasi mendukung peningkatan partisipasi anggota dan memperkokoh ikatan sosial di antara mereka.

Berdasarkan penilaian diatas, bahwa nilai-nilai implementasi koperasi sudah dikatakan baik, hanya saja anggotanya masih kurang memanfaatkan fasilitas yang sudah diberikan oleh koperasi serta kurangnya partisipasi anggota terhadap koperasi.

Tabel 5. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Karyawan PT Primissima

No.	Nilai-Nilai Koperasi	Pelaksanaan			Keterangan
		S	BS	B	
1	Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka	√			Anggota Kopkar PT Primissima merupakan karyawan dari PT Primissima (anggota biasa), dan di luar karyawan PT Primissima seperti mantan karyawan yang terdaftar sebagai anggota/keluarga mantan karyawan PT Primissima (anggota luar biasa). Setiap anggota yang mendaftar didasari karena kemauan sendiri
2	Pengelolaan dilaksanakan secara demokratis	√			Dalam pelaksanaan RAT yang menghadiri sebanyak 94,23%. dihadiri oleh 43 BMA dari 46 BMA yang diundang, 3 pengurus dari 3 pengurus dan 3 pengawas dari 3 pengawas.
3	Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa	√			Dalam pembagian SHU Kopkar PT Primissima berikan atas partisipasi anggota dalam satu tahun.
4	Pemberian balas jasa terhadap modal	√			Pemberian balas jasa sudah dilaksanakan oleh koperasi karena sistem pembagian SHU pada koperasi ini didasarkan pada besaran simpanan masing-masing anggota dan besaran transaksi anggota tersebut.
5	Kemandirian		√		Koperasi telah memiliki AD/ART akan tetapi koperasi masih mengandalkan modal dari luar koperasi
6	Pendidikan koperasi	√			Kopkar PT Primissima aktif dalam diklat yang dihadiri oleh perwakilan pengurus dan karyawan koperasi
7	Kerjasama antar koperasi			√	Kopkar PT Primissima tidak Kerjasama dengan koperasi lain

S: Sudah **BS:** Belum Sepenuhnya **B:** Belum.

Prinsip-prinsip koperasi merupakan suatu ketentuan yang berlaku dan menjadi pedoman bagi koperasi dalam bekerja. Lebih jauh lagi, prinsip-prinsip ini adalah "*rules of the game*" dalam kehidupan bekerja sama. Pada dasarnya prinsip-

prinsip koperasi juga merupakan identitas atau ciri khas koperasi. Adanya prinsip koperasi inilah yang membentuk karakter koperasi sebagai lembaga berbeda dengan lembaga lainnya (Irawan, Dandan, 2024)

Berdasarkan analisis di atas terlihat meskipun banyak aspek jati diri koperasi telah diimplementasikan dengan baik, terdapat beberapa area yang memerlukan peningkatan, terutama dalam hal partisipasi anggota dan kemandirian unit toko. Kondisi keuangan yang fluktuatif, terutama penurunan pendapatan di 2023, mengindikasikan perlunya strategi yang lebih kuat untuk meningkatkan loyalitas anggota dan memastikan bahwa mereka lebih aktif memanfaatkan layanan koperasi. Peningkatan hasil usaha menunjukkan bahwa koperasi dapat mengelola toko dengan efisien, namun tanpa dukungan penuh dari anggota, potensi manfaat ekonominya tidak akan maksimal.

Berdasarkan hasil diatas, Koperasi Karyawan PT Primissima telah mengimplementasikan sebagian besar prinsip-prinsip koperasi dengan baik, namun masih perlu memperkuat aspek kemandirian dan kerjasama antar koperasi untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing koperasi.

Identifikasi Matriks Ansoff

Dari hasil penilaian jati diri koperasi secara subjektif dan berdasarkan kondisi perkembangan usaha Kopkar PT Primissima, maka rekomendasi dalam pengembangan usaha pada matriks Ansoff adalah pada Penetrasi pasar. Dimana pada bagian ini produk sudah ada di pasaran serta pasarnya sudah ada. Ini merupakan kondisi yang ideal karena perusahaan akan meningkatkan penjualan dan profitabilitas bisnis dengan melakukan penetrasi pasar yang ada dengan produknya. Strategi ini merupakan strategi yang berisiko rendah karena tidak memerlukan pengembangan produk. Dengan kata lain, biaya pengembangan hampir tidak ada karena pasar sudah ada sehingga tidak diperlukan riset pasar yang mahal. Misalnya pemberian layanan dan promosi yang menarik konsumen. Pelayanan dapat diterima oleh anggota apabila manajemen pelayanan tersebut dianggap baik dan menghasilkan pelayanan sesuai harapan (Fauziyah dan Fahreza, 2022) Walaupun hal ini secara umum merupakan situasi yang ideal dan berisiko rendah, hal ini tidak secara otomatis berarti bahwa produk kita akan tumbuh dan sukses. Koperasi tetap perlu memiliki keunggulan kompetitif agar penetrasi pasar dapat efektif.

Layanan dan promosi yang dapat digunakan oleh Koperasi Karyawan PT Primissima adalah dengan membentuk layanan bisnis melalui whatsapp bisnis sehingga dapat memudahkan anggota dalam memilih atau memesan produk. Dengan adanya fitur whatsapp bisnis memungkinkan koperasi menjangkau anggota yang memerlukan kebutuhannya dengan efektif dan efisien.

Revolusi Industri 4.0 menyebabkan terbentuknya dan penggunaan big data, *Internet of Things*, pencetakan 4D dan robotika untuk menyelesaikan tugas di berbagai aspek dan bidang, mempersingkat waktu penyelesaian tugas, meningkatkan akurasi registrasi dan pelaksanaan tugas, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja. Pemanfaatan teknologi informasi diperlukan untuk memecahkan berbagai permasalahan yang menjaga dan meningkatkan

kelangsungan usaha. Begitu pula dengan perubahan cara hidup dan gaya hidup koperasi sebagai sebuah usaha memerlukan perubahan proses bisnis dan pelayanan bagi koperasi (Indriani, Yuanita, 2021).

Kesimpulan dan Rekomendasi

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan ini adalah bahwa Koperasi Karyawan PT Primissima menghadapi tantangan signifikan di era digital, terutama dari minimarket modern, toko retail besar, dan platform e-commerce yang menawarkan kemudahan akses bagi konsumen. Untuk tetap relevan dan kompetitif, koperasi perlu beradaptasi dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam layanan dan operasionalnya. Salah satu langkah strategis adalah mengembangkan platform digital seperti aplikasi belanja atau penggunaan fitur komunikasi berbasis teknologi, yang tidak hanya mempermudah akses anggota tetapi juga meningkatkan efisiensi layanan. Selain itu, modernisasi toko fisik koperasi menjadi lebih menarik dan fungsional, serta pengelolaan inventaris berbasis teknologi, menjadi elemen penting untuk meningkatkan daya saing koperasi. Transformasi ini diharapkan tidak hanya mempertahankan anggota yang ada, tetapi juga menarik lebih banyak partisipasi, sehingga koperasi dapat terus berkembang dan memenuhi perannya sebagai lembaga ekonomi yang mendukung kesejahteraan anggotanya.

Rekomendasi

Dalam menentukan strategi pengembangan usaha pada koperasi karyawan PT Primissima, diperlukan adanya Langkah pengembangan strategi lebih lanjut agar strategi yang dilakukan efektif. Langkah-langkah tersebut bisa berupa

1. Pengalokasian sumber daya yang cukup untuk setiap tugas. Hal ini mencakup sumber daya manusia, modal hingga pemanfaatan teknologi yang ada.
2. Memastikan perkembangan kinerja dapat dilihat berdasarkan implementasi strategi yang dipilih
3. Menganalisis risiko terkait strategi yang akan diambil. Hal ini bisa berupa pengawasan dan evaluasi untuk memastikan strategi yang dipilih sudah sesuai dengan visi dan misi koperasi.
4. Meningkatkan pelayanan melalui teknologi seperti aplikasi whatsapp bisnis

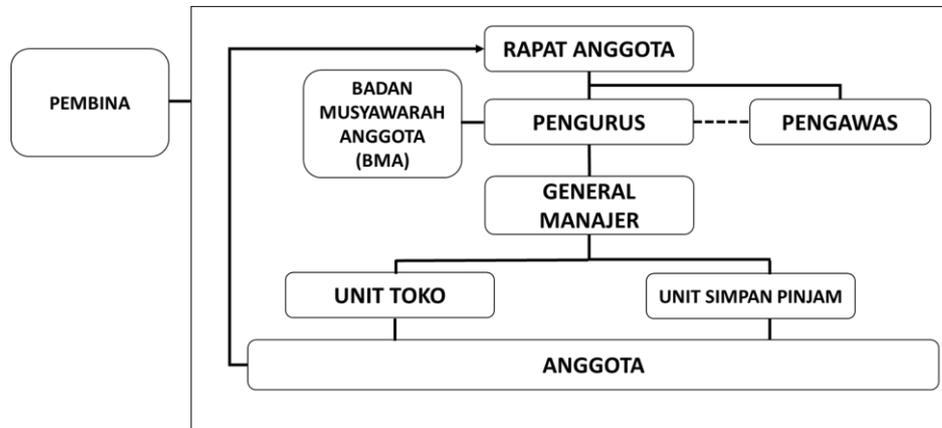
REFERENSI

- Fauziah, Diyani, dan Mohammad Fahreza. "Analisis Kualitas Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota pada Unit Koperasi Kredit." *Koaliansi: Cooperative Journal* 2.1 (2022): 43-52.
- Hanel, Alfred. 2005. *Organisasi Koperasi Pokok-pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan pengembangannya di Negara Berkembang*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu

- Harun, H. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi Konsumen (Studi Kasus pada Koperasi Konsumen "Serba Usaha" di Kota Malang). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 115-126.
- Ikhsan, Sugiyanto, Udin Hidayat, and Mohammad Fahreza. "Pelatihan Pengembangan Usaha Koperasi Rumah Sakit Citra Mandiri Dr. Cipto di Jakarta." (2023).
- Indriani, Yuanita. "Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Dalam Era multi Disrupsi." *Adaptasi dan Sinkronisasi Kebijakan Pembangunan Memanfaatkan Momentum New Normal Pasca Covid-19* (2021): 219-228.
- Irawan, Dandan. (2024). Urgensi Jatidiri Koperasi. Sumedang: IKOPIN Press, Juli 2024
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Prentice Hall.
- Marbun, A. S., Hutomo, N. P. C., Nugroho, S. A., Darmawan, R., Emrizal, E., & Syahputra, M. H. I. (2023). Perencanaan & Pengembangan Kampung Ibus Sebagai Desa Wisata Budaya Jawa di Kabupaten Serdang Bedagai. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 155-168
- Permenkop dan UKM No 9 Tahun 2018.
(https://www.academia.edu/37308048/Permenkop_dan_UKM_No_9_Tahun_2018_Tentang_Penyelenggaraan_dan_Pembinaan_Koperasi).
- Primissima, P. (2018). *Laporan Rapat Anggota Tahunan*. Sleman.
- Primissima, P. (2019). *Laporan Rapat Anggota Tahunan*. Sleman.
- Primissima, P. (2020). *Laporan Rapat Anggota Tahunan*. Sleman.
- Primissima, P. (2021). *Laporan Rapat Anggota Tahunan*. Sleman.
- Primissima, P. (2022). *Laporan Rapat Anggota Tahunan*. Sleman.
- Primissima, P. (2023). *Laporan Rapat Anggota Tahunan*. Sleman.
- Supriyadi, Deddy. "Penentuan Strategi Usaha Dalam Bisnis Yang Bersaing (Studi Kasus pada Koperasi Akar Wangi di Kabupaten Garut)." *PROSIDING SEMINAR NASIONAL Adaptasi dan Sinkronisasi Kebijakan Pembangunan Memanfaatkan Momentum New Normal Pasca Covid-19*. Institut Manajemen Koperasi Indonesia, 2021.
- Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. (1992). *Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia*. 25, 1-57.
(<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1992/25tahun~1992uu.htm>).
- Wulandari, M., & Gundo, E. S. (2018). Strategi Pengembangan Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Mentari dan Mandiri Salatiga). *Ecodunamika*, 1(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Struktur Organisasi menurut Undang – Undang RI tentang Perkoperasian No. 25 Tahun 1992



Keterangan:

← = Garis Komando

← - - - = Garis Pengawas