

ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PERUSAHAAN (STUDI PADA WARUNG SERBA ADA(WASERDA) KOPERASI UNIT DESA PAKIS)

Yuli Maulita Sari, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati

*Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl.
MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

E-mail: yulimaulita09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam Waserda Koperasi Unit Desa Pakis, dengan cara mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada waserda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan datanya adalah wawancara, kuesioner dan observasi. Analisis data menggunakan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Hasil penelitian ini adalah Waserda Koperasi Unit Desa Pakis memiliki lebih banyak kekuatan dan peluang daripada ancaman dan kelemahannya. Waserda Koperasi Unit Desa Pakis dalam diagram SWOT berada posisi sel 1, dimana dalam sel satu disebut force growth atau tumbuh dengan cepat. Strategi yang bisa dirumuskan dalam Waserda Koperasi Unit Desa Pakis adalah Strategi SO (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threats), WT (Weakness-Threats).

Kata Kunci: SWOT, Strategi and KUD.

ABSTRACT

This research was set out to find out the strategies used in the WASERDA Program of Village Cooperative System in Pakis by identifying the strengths, weaknesses, opportunities and threats that existed at WASERDA. Descriptive quantitative approach was chosen as the method of this study. The techniques to collect the data were conducting interviews, giving questionnaires and having observations. The data collection was then analyzed and described using the SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). The result of this study showed that the WASERDA Program of Village Cooperative System in Pakis has more strength and opportunity than its threats and weaknesses. The WASERDA Program of Village Cooperative System in Pakis occupied cell 1 position based on the SWOT diagram. One cell of SWOT diagram indicated a force growth or rapidly grows. The strategies that can be formulated in WASERDA Program of Village Cooperative System in Pakis are SO Strategy (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threats), WT (Weakness-Threats).

Keywords: SWOT, Strategy, and KUD

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Koperasi merupakan suatu lembaga yang menganut asas kekeluargaan. Perkembangan koperasi di Indonesia sudah sangat pesat. Banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya didirikan koperasi, yaitu untuk membantu memperbaiki perekonomian masyarakat yang pendapatannya di bawah rata-rata dan juga untuk mensejahterakan anggotanya. Lembaga Koperasi memang sudah diarahkan untuk membantu masyarakat yang memiliki ekonomi lemah. Sejak

Indonesia meraih kemerdekaan, organisasi Koperasi memiliki tempat tersendiri dalam struktur perekonomian dan perhatian dari pemerintah.

Koperasi menurut UU No. 25 tahun 1992 dalam Deliarnov (2007 : 26) adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Ada beberapa alat dalam menentukan strategi perusahaan, salah satunya adalah alat analisis SWOT. Menurut Hamali (2016:108) Analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta secara bersamaan dapat meminimalisir ancaman dan kelemahan.

Koperasi Unit Desa Pakis memiliki empat jenis usaha diantaranya : (a) Bidang Kemitraan dan Kredit Program (b) Bidang Perdagangan Umum dan Jasa (c) Bidang Waserda (d) Bidang Simpan Pinjam. Masing-masing dari bidang tersebut memiliki fungsinya masing-masing. Peneliti memfokuskan untuk melakukan penelitian dalam waserda.

Waserda merupakan salah satu unit yang ada di Koperasi Unit Desa Pakis. Seiring dengan perkembangan zaman semakin banyak swalayan atau toko ritel modern yang berdiri saat ini. Persaingan yang semakin ketat membuat waserda harus memiliki strategi yang tepat agar tetap beroperasi dan bisa membantu memenuhi kebutuhan masyarakat desa sekitar.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan yang ada di Waserda KUD Pakis Asrikaton ?
2. Bagaimana peluang dan ancaman yang ada di Waserda KUD Pakis Asrikaton ?
3. Bagaimana strategi yang harus dirumuskan oleh Waserda KUD Pakis Asrikaton?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam unit Waserda KUD Pakis Asrikaton.
2. Mengetahui peluang dan ancaman dalam unit Waserda KUD Pakis Asrikaton.
3. Mengetahui strategi yang harus dilakukan oleh Waserda KUD Pakis Asrikaton

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya, manfaat yang diharapkan yaitu:

1. Secara teoritis
Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti maupun bagi para peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen strategi khususnya tentang Analisis SWOT Untuk menentukan Strategi Perusahaan.

2. Secara praktis
Penelitian ini dapat menjadi suatu bahan masukan bagi pihak KUD Pakis khususnya pihak Waserda mengenai analisis SWOT untuk menentukan strategi perusahaan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi dalam rangka menghadapi para pesaing.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu proses pengambilan keputusan melalui proses perencanaan, pengendalian dan pengorganisasian dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Klasifikasi Strategi

Menurut Pearce dan Robinson (2014: 6-7) strategi dibagi kedalam tiga tingkatan : (a) strategi tingkat korporasi, (b) strategi tingkat bisnis, (c) strategi tingkat fungsional. Adapun penjelasan dari ketiga strategi diatas yaitu :

a. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi pada tingkat ini biasanya dirumuskan untuk meningkatkan citra pada suatu perusahaan dan memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. strategi korporasi digunakan untuk menentukan jangka panjang pada perusahaan.

b. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi pada tingkat ini dilakukan oleh manajer untuk mengidentifikasi segmen pasar yang bisa menjanjikan dalam bisnis mereka.

c. Strategi Tingkat Fungsional

Strategi ini dilakukan untuk menentukan tujuan dalam jangka pendek atau dalam waktu tahunan dalam lingkup-lingkup tertentu perusahaan. Menurut Perace dan Robinson (2014: 7) lingkup tertentu dalam perusahaan tersebut meliputi bidang produksi, keuangan, akuntansi, penelitian dan pengembangan pemasaran, manajemen, hubungan masyarakat.

Perumus Strategi

Menurut Sofyan (2015: 7) yang termasuk perumus strategi dalam perusahaan adalah:

- a) Staff dewan direksin atau *Board of Director*
- b) Pemilik perusahaan atau entrepreneur, para pendiri atau pemilik saham
- c) Para pemimpin unit atau *Strategic Bussines Unit (SBU)*
- d) Para penganalisis atau konsultan yang ditunjuk perusahaan

- e) Manajer fungsional, yaitu manajer yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan fungsional, seperti bagian keuangan, produksi, personalia, dan pemasaran, atau fungsi-fungsi lain yang ada dalam organisasi perusahaan.

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2004:19) SWOT adalah singkatan dari Internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*).

Lingkungan Internal

Lingkungan internal perusahaan dilihat dari Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*). Lingkungan internal digunakan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan dan merumuskan strategi dalam suatu perusahaan atau bisnis. Menurut Primyastanto (2016:91-105) Aspek lingkungan internal perusahaan meliputi bidang manajemen, pemasaran, keuangan.

Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal perusahaan dapat dilihat dari Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Lingkungan eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman untuk bisa mengetahui keuntungan dan ancaman yang ada pada perusahaan. Menurut Solihin (2012:134) Aspek lingkungan eksternal perusahaan meliputi sosial, teknologi, ekonomi, politik, hukum, etika dan Lingkungan.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan suatu alat yang dapat membantu seorang manajer untuk mengembangkan tipe strategi, sehingga manajer tahu langkah apa yang harus diambil oleh perusahaan. Dalam matriks SWOT ini bisa menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan serta dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Tabel. 1

	<i>Strengths</i> (S)	<i>Weakness</i> (W)
<i>Opportunity</i> (O)	Strategi SO	Strategi WO
<i>Threats</i> (T)	Strategi ST	Strategi WT

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di KUD Pakis Asrikaton, Jalan Raya Asrikaton Kecamatan Pakis Kabupaten Malang, Jawa Timur Kode Pos 65154.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pengurus yang ada dalam Koperasi Unit Desa Pakis dan sampel yang digunakan ada semua pengurus dalam Koperasi Unit vDesa Pakis.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah:

1. Wawancara
Wawancara dalam penelitian ini ditujukan kepada pengurus dalam KUD Pakis Asrikaton.
2. Dokumentasi
Dokumentasi merupakan suatu bukti tertulis baik berupa catatan atau foto yang digunakan untuk mengetahui informasi-informasi yang berhubungan dengan objek penelitian.
3. Kuesioner
Kuesioner dalam penelitian ini akan diberikan kepada pengurus KUD Pakis Asrikaton untuk mengisi bobot dan rating dalam matriks SWOT guna untuk menentukan strategi perusahaan dan juga posisi waserda KUD Unit Desa Pakis Asrikaton dalam diagram SWOT
4. Observasi
Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah pada saat magang di Koperasi Unit Desa Pakis selama 2 minggu.

Teknik Analisis Data

Ada beberapa langkah dalam melakukan analisis SWOT :

1. Identifikasi terlebih dahulu mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan. faktor internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal perusahaan terdiri dari ancaman dan peluang.
2. Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan maka langkah selanjutnya yaitu membuat tabel matriks IFAS dan EFAS.
3. Setelah pembuatan tabel IFAS dan EFAS, maka langkah selanjutnya yaitu pengisian atau pemberian bobot dan rating yang dilakukan oleh manajer waserda dalam KUD Pakis Asrikaton.
4. Setelah pemberian bobot dan rating maka langkah selanjutnya yaitu menghitung bobot dan rating tersebut untuk mencari total skornya. Setelah diketahui skornya, maka dimasukkan dalam diagram SWOT untuk mengetahui posisi Waserda KUD Pakis Asrikaton.
5. Setelah mengetahui posisi perusahaan melalui diagram SWOT, maka langkah selanjutnya yaitu merumuskan strategi melalui matriks SWOT. Dalam matrik SWOT ada 4 alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Gambaran Umum Penelitian

Koperasi Unit Desa Pakis merupakan koperasi yang bergerak di bidang ekonomi dengan tujuan mensejahterakan anggota koperasi pada khususnya dan mensejahterakan masyarakat sekitar pada umumnya. Koperasi Unit Desa Pakis ini didirikan pada tanggal 17 Maret 1978 yang terletak di Jalan Raya Asrikaton Kecamatan Pakis Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur.

Koperasi Unit Desa Pakis memiliki empat jenis usaha diantaranya : (a) Bidang Kemitraan dan Kredit Program (b) Bidang Perdagangan Umum dan Jasa (c) Bidang Waserda (d) Bidang Simpan Pinjam. Masing-masing dari bidang tersebut memiliki fungsinya masing-masing.

Analisis Lingkungan Internal

a) Manajemen

Berdasarkan wawancara dengan bendahara KUD Pakis bahwasanya dikatakan kegiatan manajemen sumber daya dan manajemen pengelolaan dalam Waserda Koperasi Unit Desa Pakis bisa dikatakan baik. Karena dalam Waserda KUD Pakis memiliki

sumber daya manusia yang berkompeten dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk menyelesaikan pekerjaan mereka.

b) Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan memasarkan atau menjual suatu barang atau produk kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran memiliki aspek yang biasanya disebut 4P (*Place, Product, Promotion dan Price*).

c) Keuangan

Langkah yang paling utama jika akan menjalankan suatu bisnis yaitu harus memiliki modal yang cukup atau memiliki kondisi keuangan yang cukup baik. Modal awal yang didapatkan berasal dari koperasi induk sekitar Rp 350.000.000,00 dari simpanan anggota 50% dan pihak ketiga 50%.

Analisis Lingkungan Eksternal

a) Sosial

Gaya hidup masyarakat yang semakin modern membuat pihak KUD harus mengikuti *trend* yang sedang viral dilingkungan masyarakat. Berbagai macam swalayan sudah menjamur dilingkungan masyarakat desa, untuk itu Waserda KUD Pakis hadir dengan memberikan pelayanan belanja dengan sistem swalayan yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan juga anggota koperasi.

b) Teknologi

Waserda Koperasi Unit Desa Pakis sudah merasakan dampak positif dengan adanya teknologi. Hal ini terbukti bahwa dalam proses penyelesaian tugas manajer toko sudah menginput data harga barang melalui komputer. Sehingga ketika konsumen membeli barang di Waserda dan saat akan melakukan pembayaran ke kasir barang tersebut sudah terdeteksi di komputer kasir. Selain itu untuk mempermudah koordinasi antara manajer toko dengan pramuniaga maka Waserda KUD Pakis menggunakan telephone sebagai alat penghubung.

c) Ekonomi

Indonesia merupakan negara berkembang yang harus menjalin kerjasama dengan pihak luar negeri penghasil barang tertentu guna untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri. Walaupun negara Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah ruah akan tetapi kegiatan

- Impor belum bisa diminimalisir.
- d) **Hukum**
Koperasi Unit Desa Pakis terikat dengan aturan hukum pemerintah yang tertuang dalam Undang-Undang No 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian. Undang-Undang Pasal 2 dikatakan bahwa koperasi berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 serta berdasarkan atas asas Kekeluargaan. Pasal 16 Undang-Undang No 25 tahun 1992 disebutkan bahwa jenis koperasi didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya.
- e) **Etika**
Waserda Koperasi Unit Desa Pakis memiliki etika yang harus dipatuhi oleh

semua karyawan dan Anggota Koperasi, diantaranya yaitu menghormati pimpinan, dalam melayani pelanggan harus bersikap ramah dan profesional walaupun terkadang ada tipe pelanggan yang kurang menyenangkan.

Matriks IFAS dan EFAS

Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk memberi rating dan bobot dalam analisis lingkungan internal dan eksternal serta digunakan untuk menentukan posisi Waserda dalam diagram SWOT.

Tabel 2. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Unit Waserda Koperasi Unit Desa Pakis

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	BxR
KEKUATAN				
1	Sistem Manajemen menggunakan komputerisasi	0,2	3	0,6
2	Lokasi usaha yang strategis (berada di pinggir jalan raya)	0,3	4	1,2
3	Pelayanannya baik didukung dengan SDM yang tepat	0,1	3	0,3
4	Memiliki pelanggan tetap	0,2	3	0,6
5	Menjadikan waserda sebagai warung modern dengan menggunakan sistem pelayanan seperti di swalayan	0,1	3	0,3
6	Adanya sarana dan prasarana toko seperti Full musik, AC, Toilet, CCTV	0,04	3	1,2
7	Memiliki supplier yang tetap mengenai barang-barang tertentu	0,03	3	0,09
Jumlah Kekuatan		0,97	22	3,96
KELEMAHAN				
1	Layout kurang menarik	0,01	3	0,03
2	Lamanya perputaran penjualan barang	0,01	3	0,03
3	Lemahnya sistem promosi online terhadap masyarakat	0,01	3	0,03
Jumlah Kelemahan		0,03	9	0,09
Jumlah		1.00		

Berdasarkan hasil dari matriks IFAS di atas, bahwasanya faktor kekuatan yang ada pada Waserda Koperasi Unit Desa Pakis diambil tiga contoh yang memiliki pengaruh paling besar adalah Lokasi usaha yang strategis karena berada di pinggir jalan tepat dengan bobot 0,3, sistem manajemen menggunakan

komputerisasi dengan bobot 0,2, dan memiliki pelanggan tetap dengan bobot 0,2. Hasil matriks IFAS menunjukkan bahwasanya faktor kelemahan yang ada dalam Koperasi Unit Desa Pakis memiliki nilai yang sama yaitu 0,01. Jadi dalam tabel kelemahan tidak

ada nilai yang paling besar atau yang paling kecil.

Tabel 3. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Unit Waserda Koperasi Unit Desa Pakis

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	BxR
PELUANG				
1	Adanya moment tertentu seperti Ramadhan, Hari Raya Idul Fitri, Natal, Tahun Baru memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan.	0,3	4	1,2
2	Memiliki aturan hukum yang kuat dalam Undang-undang No.35 tahun 1992.	0,1	3	0,3
3	Tingkat perekonomian masyarakat semakin meningkat	0,09	3	0,27
4	Mendorong masyarakat sekitar untuk berbelanja di Waserda dengan pelayanan seperti swalayan modern.	0,05	3	0,15
5	Minimnya swalayan seperti Indomart dan Alfamart di lingkungan sekitar Koperasi.	0,1	2	0,2
Jumlah Peluang		0,64	15	2,12
ANCAMAN				
1	Adanya toko ritel modern	0,1	2	0,2
2	Adanya persaingan harga dengan pesaing.	0,1	2	0,2
3	Rendahnya pendapatan masyarakat mengakibatkan rendahnya tingkat daya beli.	0,09	2	0,18
4	Banyaknya promo yang dilakukan setiap minggu oleh pesaing.	0,07	2	0,14
Jumlah Ancaman		0,36	8	0,72
Jumlah		1,00		

Berdasarkan hasil dari matriks EFAS di atas, bahwasanya faktor peluang yang ada pada Waserda Koperasi Unit Desa Pakis yang memiliki pengaruh paling besar adalah adanya moment tertentu seperti bulan Ramadhan, Hari Raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dengan bobot 0,3 , memiliki aturan hukum yang kuat dalam Undang-undang No.35 tahun 1992 memiliki bobot 0,1, dan minimnya swalayan seperti indomart dan alfamart dilingkungan sekitar koperasi dengan bobot 0,1. Hasil matriks EFAS menunjukan bahwasanya faktor ancaman yang ada dalam Waserda Koperasi Unit Desa Pakis yang memiliki pengaruh paling besar adalah adanya toko ritel modern dan adanya persaingan harga dengan pesaing dengan memiliki bobot yang sama yaitu 0,1.

Diagram SWOT

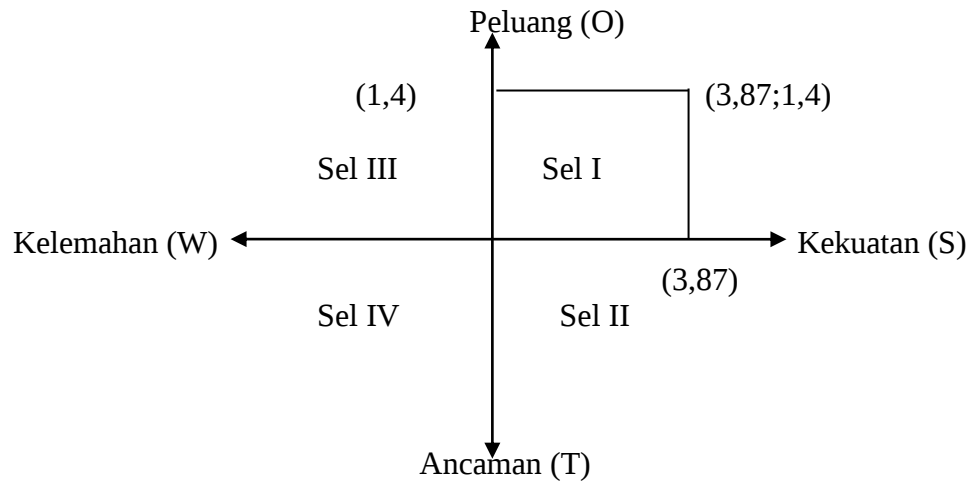
Diagram SWOT digunakan untuk menentukan posisi waserda yang nantinya bisa digunakan untuk merumuskan strategi

yang cocok digunakan oleh Waserda KUD Pakis.

Tahap penentuan titik koordinat untuk mengetahui posisi Waserda Koperasi Unit Desa Pakis dilihat dari faktor internal dan eksternal.

1. Sumbu Horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) didapat dari hasil nilai koordinat $X = 3,96 - 0,09 = 3,87$
2. Sumbu Vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) didapat dari hasil nilai koordinat $Y = 2,12 - 0,72 = 1,4$

Berdasarkan hasil perhitungan titik koordinat dari diagram SWOT bahwasanya kedua sumbu (X,Y) memiliki nilai yang positif.



Gambar 1. Diagram SWOT Waserda Koperasi Unit Desa Pakis

Setelah diperoleh titik koordinat (X,Y) yaitu 3,87:1,4 dapat ditarik garis dalam diagram SWOT. Berdasarkan hasil analisis posisi Waserda Koperasi Unit Desa Pakis dalam diagram SWOT berada di Sel I, dimana posisi tersebut merupakan posisi yang sangat menguntungkan bagi Waserda Koperasi Unit Desa Pakis karena memiliki banyak kekuatan dan juga banyak peluang. Pada sel I biasanya disebut juga dengan *growth oriented strategy*.

Penentuan Strategi Untuk Waserda KUD Pakis

Alternatif strategi ini disusun agar memperoleh strategi perusahaan yang tepat untuk mengembangkan usaha Waserda Koperasi Unit Desa Pakis. Strategi yang cocok untuk Waserda Koperasi Unit Desa Pakis dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4. Matriks SWOT Waserda Koperasi Unit Desa Pakis

EFAS	IFAS	Strenghts (S) 1. Sistem manajemen menggunakan komputerisasi 2. Lokasi usaha yang strategis (berada di pinggir jalan raya) 3. Pelayanannya baik dengan didukung SDM yang tepat 4. Memiliki pelanggan tetap 5. Menjadikan waserda sebagai warung modern dengan menggunakan sistem pelayanan seperti di swalayan 6. Adanya sarana dan prasarana toko seperti Full musik, AC, Toilet, CCTV 7. Memiliki supplier barang yang tetap	Weakness (W) 1. Layout kurang menarik 2. Lamanya perputaran penjualan barang 3. Lemahnya sistem promosi online terhadap masyarakat
	Opportunity (O)	1. Adanya momen tertentu seperti Ramadhan, hari Raya Idul Fitri, Natal, Tahun Baru memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. 2. Memiliki aturan hukum yang kuat dalam Undang-undang No 35 tahun 1992. 3. Tingkat perekonomian masyarakat semakin meningkat. 4. Mendorong masyarakat sekitar untuk berbelanja di waserda dengan pelayanan seperti swalayan modern 5. Minimnya swalayan seperti indomart dan alfamart dilingkungan sekitar koperasi.	Strategi SO Membuat design yang menarik dan disesuaikan pada saat momen-moment tertentu, misal saja pada saat Hari raya idul fitri memberi design ketupat dan masjid pada pintu masuk dan pada saat hari raya natal memberi design pohon natal pada sudut ruangan tertentu agar para pembeli merasa senang . Terus berupaya menambah anggota koperasi agar bisa menambah modal yang berasal dari iuran wajib dan sukarela. Memberikan pelayanan untuk menerima pelayanan berbelanja secara online (go-shopping).
	Threats (T)	1. Adanya toko ritel modern 2. Adanya persaingan harga dengan pesaing 3. Rendahnya pendapatan masyarakat mengakibatkan rendahnya tingkat daya beli 4. Banyaknya promo yang dilakukan oleh pesaing setiap minggu.	Strategi ST Meningkatkan manajemen pelayanan dan membuat nyaman pelanggan yang berbelanja di waserda. Memberikan harga yang rendah dibanding para pesaing agar pelanggan tetap setia berbelanja di waserda.
			Strategi WO Melakukan inovasi terhadap design penataan barang di waserda. Meningkatkan promosi secara online saat akan adanya momen tertentu. Merenovasi suasana toko dengan memberikan dekorasi terbaru.
			Strategi WT Memaksimalkan promosi online kepada masyarakat dan anggota dengan menggunakan sosial media seperti facebook dan whatsapp serta memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing namun tetap memberikan keuntungan bagi waserda.

Berdasarkan dari tabel matrik SWOT diatas maka strategi yang dapat dirumuskan dalam Waserda Unit Desa Pakis adalah sebagai berikut :

- a) Strategi SO
Strategi SO dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan yang ada dalam perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adanya moment tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri dan Natal memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan di Waserda, untuk itu alangkah baiknya pada saat moment-moment tersebut waserda bisa mendesign ruangan sesuai dengan tema saat Hari Raya Idul Fitri maupun pada saat Natal.
- b) Strategi ST
Strategi ST dibuat dengan menggunakan kekuatan yang ada dalam perusahaan untuk meminimalisir ancaman yang mempengaruhi perkembangan perusahaan. Meningkatkan manajemen pelayanan dan membuat nyaman pelanggan yang berbelanja di waserda. Memberikan harga yang rendah dibanding para pesaing agar pelanggan tetap setia berbelanja di waserda.
- c) Strategi WO
Strategi WO dibuat dengan tujuan untuk memperbaiki kelemahan yang ada dalam suatu perusahaan dengan cara memanfaatkan peluang. Waserda Koperasi Unit Desa pakis harus melakukan inovasi terhadap design penataan barang di waserda serta meningkatkan promosi secara online saat akan adanya momen tertentu.
- d) Strategi WT
Strategi ini dibuat dengan tujuan untuk mengurangi kelemahan dan juga menghindari ancaman pada perusahaan. Waserda perlu memaksimalkan promosi online kepada masyarakat dan anggota dengan

menggunakan sosial media seperti facebook dan whatsapp serta memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing namun tetap memberikan keuntungan bagi waserda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Posisi Waserda dalam Diagram SWOT berada pada Sel 1, yang artinya Waserda memiliki banyak kekuatan dan peluang dimana strateginya biasanya disebut dengan *growth oriented strategy*. Strategi yang cocok digunakan dalam Waserda Koperasi Unit Desa Pakis adalah SO (*Strenght-Opportunity*) dimana dalam strategi ini lebih banyak menggunakan kekuatan yang ada dalam perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Saran

1. Bagi peneliti
Alangkah baiknya meneliti semua unit yang ada dalam Koperasi Unit Desa Pakis.
2. Bagi Waserda Koperasi Unit Desa Pakis,
 - a) Alangkah baiknya dalam menata barang sesuaikan dengan jenisnya, dan para karyawan yang bertugas harus lebih memperhatikan atau mengontrol barang kembali, karena terkadang ada pembeli yang tidak jadi membeli barang lalu meletakkan barang tidak sesuai tempatnya.
 - b) Terkait dengan promosi yang kurang maksimal alangkah baiknya pihak manajer membuat promosi online kepada anggota Koperasi melalui *whatsapp* atau sosial media lainnya. Karena pada saat ini *whatsapp* merupakan alat komunikasi yang sedang trending dilingkungan masyarakat sekitar dengan fitur kecanggihannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Thomas. 2014. *Sinergi Sukses Pengusaha Dan Bankir* [Internet]. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. Tersedia di : <https://books.google.co.id> [diakses pada tanggal 20 Februari 2019]
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis* [Internet]. Yogyakarta : Kanisius. Tersedia di : <https://books.google.co.id> [diakses pada tanggal 20 Mei 2019]
- Budi, Ichsan Setiyo. 2005. *Strategic manajemen edisi 10*. Jakarta, Salemba Empat.
- Deliarnov. 2007. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi* [Internet]. Erlangga. Tersedia di : <https://books.google.co.id> [diakses pada tanggal 20 Mei 2019]
- Hamdi, Asep Saipul dan Bahrudin E. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* [Internet]. Yogyakarta, Deepublish. Tersedia di : <https://books.google.co.id> [diakses pada tanggal 20 Mei 2019]
- Primyastanto, Mimit. 2016. *Evaluasi Proyek*. Malang, UB Press.

- Pearce dan Robinson. 2014. *Manajemen Strategi edisi 12 buku 1*. Jakarta, Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Sattar, 2017. *Ekonomi Koperasi* [Internet]. Yogyakarta, Deepublish. Tersedia di : <https://books.google.co.id> [diakses pada tanggal 20 Mei 2019]
- Bateman, Thomas S dan Snell, Scott A. *Manajemen kepemimpinan dan kolaorasi dalam dunia yang kompetitif* [Internet]. Jakarta, Salemba Empat. Tersedia di : <https://books.google.co.id> [diakses pada tanggal 28 Juni 2019]
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta, Erlangga.
- Sofyan, Iban. 2015. *Manajemen Strategi*. Jogjakarta, Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2004. *Metode penelitian Bisnin*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiarto, 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Penerbit Andi
- Umar, Husein. 2005. *Strategic Management In Action*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2003. *Bussines An Introduction* [Internet]. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama. Tersedia di : <https://books.google.co.id>. [diakses pada tanggal 20 Mei 2019]
- Zulfikar dan Budiantara, I Nyoman. 2014. *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistik* [Internet]. Yogyakarta, Deepublish. Tersedia di : <https://books.google.co.id>. [diakses pada tanggal 20 Mei 2019]
- Jurnal :**
- Hidayat, Rahmat dan Ricky Rahmat. 2018. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan (studi kasus pada CV Star Pratama Kota Batam)*. Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Politeknik Negeri Batam.
- Julita, Sheila. 2016. *Analisis Strategi Bersaing (studi kasus pada PT Sentral Motor Indonesia)*. Skripsi Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra.
- Rokhaenisza, Putri Adella dan Putu Nina Madiawati. 2018. *Penggunaan Analisis SWOT Dala Menentukan Strategi Bersaing (Studi Kasus Dalam Usaha Angkutan Barang CV Putera Sarana Utama)*. Skripsi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Rahmawati, Dian. 2007. *Analisis SWOT Dalam Rangka Menentukan Strategi Perusahaan (Studi pada Rumah Sakit PARU-PARU Kota Batu)*. Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.
- <https://blog.kredivo.com/dolar-as-tembus-rp-15-penyebab-dampak-dan-cara-menyikapinya>.