

Strategi Pengembangan Koperasi Produsen Kopi di Kabupaten Temanggung

Alfri Ultriasratri*, Lucyana Trimo, dan Iwan Setiawan

Program Studi Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjajaran,
Jalan Raya Bandung-Sumedang Km 21 Jatinangor, Sumedang 45363 Bandung

*Corresponding author: alfri20001@mail.unpad.ac.id

Dikirim: 10-12-2022; Diterima: 02-01-2023

Abstrak

Koperasi sebagai kelompok ekonomi petani merupakan salah satu terobosan guna melakukan pengembangan usaha ekonomi dengan cara memberdayakan petani sehingga mereka dapat mengelola usaha pertanian sendiri secara mandiri dan profesional. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Koperasi Kopi Prima Jaya dan menetapkan prioritas strategi alternatif yang cocok diterapkan sebagai upaya pengembangan usaha Koperasi Kopi Prima Jaya. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal, faktor eksternal dan strategi alternatif sedangkan analisis AHP digunakan untuk menentukan prioritas alternatif strategi. Penelitian yang didesain secara kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan studi kasus. Wawancara mendalam pada 6 informan dilakukan guna memperoleh data primer. Hasil analisis SWOT didapatkan nilai IFAS sebesar 2,902 dan nilai EFAS sebesar 2,799. Posisi koperasi berada pada kuadran I yaitu untuk mendukung strategi agresif dan dari hasil matriks SWOT diperoleh 12 strategi alternatif. Hasil analisis AHP membuktikan bahwa strategi pengembangan koperasi yang paling tepat adalah strategi S01 dengan perolehan nilai 0,70327. Berdasarkan hasil tersebut, menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman budidaya tanaman kopi merupakan prioritas alternatif strategi yang dapat digunakan koperasi untuk meningkatkan pengembangan usaha.

Kata kunci: AHP; koperasi; kopi; strategi pengembangan; SWOT; Temanggung

Abstract

Cooperatives as farmer economic groups are one of the breakthroughs for developing economic businesses by empowering farmers to manage their agricultural businesses independently and professionally. The purpose of this research is to analyze the internal and external conditions of the Prima Jaya Coffee Cooperative and determine alternative priority strategies that are suitable for business development efforts of the Prima Jaya

Coffee Cooperative. SWOT analysis is used to identify internal factors, external factors, and strategic alternatives, while AHP analysis is used to determine priority strategic alternatives. This research was designed to be qualitatively descriptive using a case study approach. In-depth interviews with 6 informants were conducted to obtain primary data. The SWOT analysis results obtained an IFAS value of 2.902 and an EFAS value of 2.799. The cooperative's position is in quadrant I, namely to support an aggressive strategy, and from the results of the SWOT matrix, 12 alternative strategies are obtained. The results of the AHP analysis prove that the most appropriate cooperative development strategy is the S01 strategy, with a score of 0.70327. These results indicate that increasing understanding of coffee cultivation is an alternative priority strategy that cooperatives can use to increase business development.

Keywords: AHP; coffee; cooperative; development strategy; SWOT; Temanggung

PENDAHULUAN

Salah satu lembaga yang dapat dijadikan penggerak sekaligus pendorong kegiatan usaha pertanian yaitu Kelompok Ekonomi Petani (KEP). Keberadaan KEP diarahkan untuk menjadi terobosan dalam pemberdayaan petani (Nasrul et al., 2021). Pemberdayaan petani dalam konteks ini adalah mengembangkan usaha pertanian yang pada akhirnya dapat dikelola sendiri oleh petani secara mandiri (Anantanyu, 2012).

Keberadaan KEP diarahkan untuk membentuk koperasi, Kelompok Usaha Bersama (KUB) maupun Perseroan Terbatas (PT), yang mana nantinya akan disesuaikan pada kebutuhan, sosial budaya, keunggulan daerah serta merujuk pada perundang-undangan yang berlaku (Haryanto et al., 2022). Dalam hal ini, koperasi dirasakan sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia, khususnya di pedesaan. Karakter tersebut merupakan sifat kekeluargaan dan gotong royong. Sifat inilah yang sesuai dengan asas koperasi saat ini (Sitepu & Hasyim, 2018).

Dalam Undang-Undang Dasar 1945, Pasal 33 ayat 1 disebutkan, bahwasanya: “perekonomian Indonesia disusun secara usaha bersama dan berdasarkan kekeluargaan”. Artinya koperasi ada bukan hanya sebagai usaha rakyat, namun juga berperan dalam pembangunan ekonomi bangsa (Rohmat, 2015). Koperasi memiliki peranan cukup penting dalam menyusun usaha bersama dari masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, sehingga diperlukan perhatian pemerintah untuk memantau pertumbuhan dan perkembangan koperasi (Azhari, 2017).

Secara spasial, Provinsi Jawa Tengah menempati urutan nomor tiga dengan jumlah koperasi terbanyak (19.447 unit) di Indonesia. Omset dan asetnya terus mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan jumlah. Pada tahun 2010, omset sekitar Rp. 10,463 miliar dan berkembang menjadi Rp. 68,242 miliar pada tahun 2021. Sedangkan aset meningkat dari Rp 4,448 miliar menjadi Rp 38,521 miliar pada tahun 2021 (Dinkop UMKM Prov Jateng, 2021). Angka tersebut menegaskan bahwa koperasi di

Provinsi Jawa Tengah memiliki peranan strategis dan perlu mendapatkan perhatian agar dapat berkembang, termasuk diantaranya adalah koperasi pertanian.

Kopi Prima Jaya merupakan salah satu koperasi pertanian yang memproduksi kopi di Kabupaten Temanggung, Provinsi Jawa Tengah. Dengan produksi sebesar 10.003,82 ton terbanyak nomor satu di Jawa Tengah (BPS, 2022). Koperasi ini didirikan dengan tujuan untuk memajukan dan memberdayakan petani kopi khususnya jenis robusta.

Pemberdayaan kepada petani kopi masih mengalami hambatan yang disebabkan rendahnya kualitas SDM, minimnya sarana dan prasarana, masalah pada pemasaran, dan partisipasi petani (Kasmita, et al 2021). Sebagai koperasi, Kopi Prima Jaya berupaya melakukan adaptasi dan menjaga kinerjanya, sehingga koperasi diharapkan mampu memaksimalkan potensi, dapat mengatasi permasalahan, serta berkembang untuk mensejahterakan anggota. Namun seiring berjalan waktu, Koperasi Kopi Prima Jaya masih menghadapi kendala dari berbagai aspek.

Kendala yang dihadapi oleh sebagian besar koperasi di Indonesia adalah beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut adalah kelembagaan petani belum berorientasi pada usaha produktif, rendahnya akses terhadap lembaga keuangan, kelembagaan petani belum mampu melayani kebutuhan pengembangan agribisnis bagi para anggota serta kurangnya keahlian dalam menguasai teknologi (Pakaya, 2017). Kendala yang ada tersebut dapat menjadi penghambat

dalam berjalannya manajemen kinerja koperasi (Dhona, 2019).

Tidak jauh berbeda dengan koperasi lain, permasalahan yang dihadapi Koperasi Kopi Prima Jaya saat ini adalah kurang permodalan, SDM yang masih rendah, partisipasi anggota yang menurun, pemasaran hasil dan permasalahan lain. Permasalahan tersebut dapat mempengaruhi bahkan menghambat berjalannya usaha Koperasi Kopi Prima Jaya. Sebagaimana langkah untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi tersebut, perlu dilakukan kajian lebih lanjut.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Aulawi, (2022), Permata et al., (2019), Sriwardiningsih et al., (2017) dan Bahra et al., (2021), yang menggunakan metode SWOT dan AHP untuk menentukan strategi pemasaran dan daya saing pada perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan metode tersebut untuk menentukan strategi pengembangan pada koperasi. Strategi pengembangan dapat meningkatkan usaha petani kopi yang tergabung dalam anggota koperasi.

Koperasi Kopi Prima Jaya sebagai pelopor KEP harus mampu mensejahterakan anggotanya. Kesejahteraan anggota diperoleh melalui kelembagaan koperasi yang tangguh dan kuat. Maka, tujuan penelitian ini adalah 1) menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pada koperasi; 2) menentukan prioritas strategi alternatif yang cocok diterapkan sebagai upaya pengembangan usaha Koperasi Kopi Prima Jaya.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2022 di Koperasi Kopi Prima Jaya, yang merupakan salah satu koperasi produsen kopi di Kabupaten Temanggung. Penelitian di desain secara kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan *interview*. Teknik *triangulasi* dilakukan pada 6 informan untuk mendapatkan data primer, yaitu Ketua, Sekretaris, Bendahara, Anggota dan Pengawas Koperasi, serta Kepala Bidang SDM Dinas Pertanian setempat. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan: buku laporan tahunan, buku, jurnal dan artikel yang relevan dengan penelitian. Analisis *Strengths Weakness Opportunities Threats* (SWOT) digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan berdasarkan logika dari analisa kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman dari kondisi internal serta eksternal koperasi. Sedangkan keunggulan teknik *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dapat menguraikan permasalahan multi faktor dan multi kriteria menjadi lebih sederhana dan terstruktur sehingga mudah untuk dipecahkan (Irawan et al., 2017).

Menurut Ermaya (2019), analisis SWOT adalah memberikan bobot dan peringkat untuk masing-masing faktor yang mencerminkan tingkat kepentingan satu faktor dibanding faktor lainnya. Sebelum menggunakan SWOT dilakukan observasi lapangan kemudian dianalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi aktivitas kerja koperasi. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor

eksternal mencakup ancaman dan peluang.

Langkah selanjutnya membuat matriks IFAS dan EFAS. Hasil identifikasi faktor-faktor tersebut kemudian digambarkan dalam diagram SWOT untuk mengetahui posisi letak kuadran dan keadaan koperasi saat ini. Pada setiap kuadran mempunyai arti dan penjelasan berbeda dalam menerjemahkan kondisi koperasi (Rangkuti, 2015).

Setelah diagram SWOT diidentifikasi, maka akan dapat menentukan rumus kombinasi alternatif strategi dan perumusan alternatif strategi pada matriks SWOT. Berdasarkan rumus kombinasi pada alternatif strategi matriks SWOT, kemudian tersusun struktur hierarki yang terdiri dari tiga tingkatan. Dengan tersusunnya struktur hierarki ini, maka dapat dilakukan perhitungan dengan metode AHP untuk memperkuat penentuan strategi yang dapat dipilih oleh koperasi dalam pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Observasi langsung dilakukan terhadap kondisi internal dan eksternal koperasi yang kemudian dilakukan wawancara pada informan guna memperoleh informasi mendalam. Hasil wawancara diolah dengan analisis matriks IFAS dan EFAS. Dari matriks IFAS (Tabel 1) didapatkan nilai skor faktor kekuatan (*strength*) sebesar **1,465** dan nilai skor pada faktor kelemahan (*weakness*) sebesar **-1,438**. Sedangkan dari matriks EFAS (Tabel 2) didapatkan nilai skor faktor peluang (*opportunity*)

sebesar **1,465** dan skor faktor ancaman (*threat*) sebesar **-1,108**.

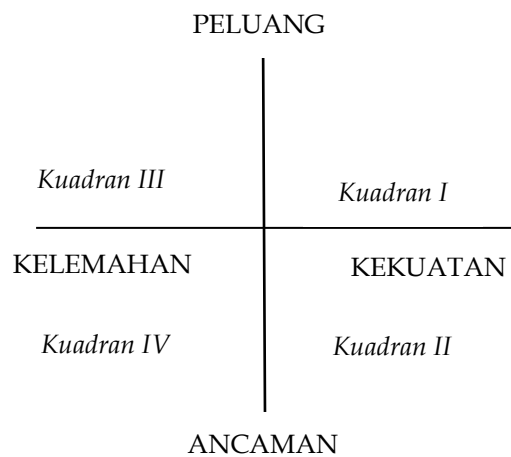
Tabel 1. Matriks IFAS Koperasi Kopi Prima Jaya

No	Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor
Kekuatan				
1	Unit usaha yang saling melengkapi	0,095	3,5	0,333
2	Tertib Administrasi	0,098	3,5	0,344
3	Prestasi Komoditas	0,065	3,7	0,240
4	Sarana Prasarana memadai	0,143	3,8	0,548
Jumlah				1,465
Kelemahan				
1	Keterbatasan Permodalan	0,173	2,3	0,403
2	SDM dan Manajemen yang belum maksimal	0,125	2,7	0,333
3	Belum memiliki mitra yang konsisten	0,161	2,3	0,375
4	Keaktifan anggota yang belum optimal	0,140	2,3	0,326
Jumlah				-1,438
Total				2,902

Tabel 2. Matriks EFAS Koperasi Kopi Prima Jaya

No	Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor
Kekuatan				
1	Potensi Wilayah Mendukung	0,189	3,5	0,661
2	Permintaan Komoditas Kopi dan produk olahannya	0,178	3,0	0,533
3	Memfaatkan dukungan dan bantuan dari pemerintah	0,183	3,2	0,581
Jumlah				1,465
Ancaman				
1	Pasar Bebas	0,200	2,3	0,467
2	Harga Input Produksi yang semakin Meningkat	0,200	2,5	0,500
3	Persaingan Usaha Sejenis	0,050	2,8	0,142
Jumlah				-1,108
Total				2,883

Diagram matriks SWOT digunakan untuk memetakan dimana letak kuadran berada dan menggambarkan bagaimana kondisi keadaan dari koperasi saat ini. Titik penentuan kuadran diperoleh dengan menggunakan selisih antara skor faktor internal dan faktor eksternal pada matriks IFAS dan EFAS. Diketahui sumbu *x* yaitu selisih jumlah kekuatan dikurangi jumlah kekurangan, dan menghasilkan nilai sebesar **0,027**. Sumbu *y* merupakan selisih jumlah peluang dikurangi jumlah ancaman, menghasilkan nilai sebesar **0,667**. Hasil dari identifikasi kedua faktor tersebut, dapat diperoleh letak kuadran posisi dari koperasi seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram analisis Koperasi Kopi Prima Jaya (Sumber: Rangkuti, 2015)

Mengacu dari hasil diagram analisis, diketahui bahwa faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung strategi tersebut terletak pada kuadran I yang artinya, koperasi dalam kondisi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Ragista et al., 2021). Koperasi berada dalam

situasi yang prima sehingga dimungkinkan untuk melakukan perbaikan dalam memperluas pemasaran, dan meningkatkan kualitas produksinya.

Tabel 3. Rumus kombinasi matriks SWOT

	(S)	(W)
Strategi SO		Strategi WO
(O) = 1,465+1,775		= -1,438+1,775
= 3,240		= 0,338
Strategi ST		Strategi WT
(T) = 1,465+(-1,108)		= -1,438+(-1,108)
= 0,356		= -2,546

Berdasarkan rumus kombinasi matriks SWOT (Tabel 3), diketahui bahwa kombinasi antara kekuatan dan peluang lebih besar daripada kelemahan dan ancaman. Maka, koperasi memiliki banyak kesempatan untuk mengembangkan usaha dengan evaluasi menyeluruh. Nilai SO sebesar **3,240** tersebut kemudian dijabarkan lebih mendetail dengan analisis matriks SWOT guna mendapatkan pilihan alternatif strategi (Gambar 2).

IFAS	(STRENGTHS)	(WEAKNESS)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit usaha yang saling melengkapi 2. Tertib Administrasi 3. Prestasi Komoditas 4. Sarana Prasarana budidaya dan pasca panen memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan modal yang dimiliki 2. Manajemen yang belum dikelola dengan maksimal 3. Belum memiliki mitra yang konsisten 4. Keaktifan dari anggota yang belum optimal
(OPPORTUNITIES)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wilayah mendukung 2. Permintaan komoditas kopi dan produk olahannya 3. Memanfaatkan dukungan dan bantuan pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan pemahaman budidaya tanaman kopi 2. Variasi produk olahan dan memperluas promosi akan keunggulan produk kopi yang dihasilkan kepada masyarakat 3. Memanfaatkan potensi wilayah untuk menghasilkan kopi yang berkualitas secara kualitas maupun kuantitas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan unit usaha koperasi 2. Bekerja sama dengan pemerintah maupun mitra lain guna perluasan pasar. 3. Memanfaatkan dukungan dan bantuan dari pemerintah guna menguatkan permodalan
(THREATS)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar Bebas 2. Harga Input Produksi yang semakin meningkat 3. Persaingan Usaha Sejenis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan, dan inovasi produk guna memperluas pemasaran 2. Mengoptimalkan sarana prasarana yang dimiliki guna meminimalisir ancaman 3. Memanfaatkan keunggulan komoditas kopi robusta agar lebih unggul dari pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyuluhan koperasi dan pemberian motivasi untuk anggota 2. Mengoptimalkan peran pengurus dan anggota dalam menjalankan usaha dan lembaga koperasi guna meminimalisir ancaman pesaing 3. Menggunakan teknologi yang lebih modern untuk mengoptimalkan dan mempermudah dalam pengelolaan unit usaha dan keuangan koperasi

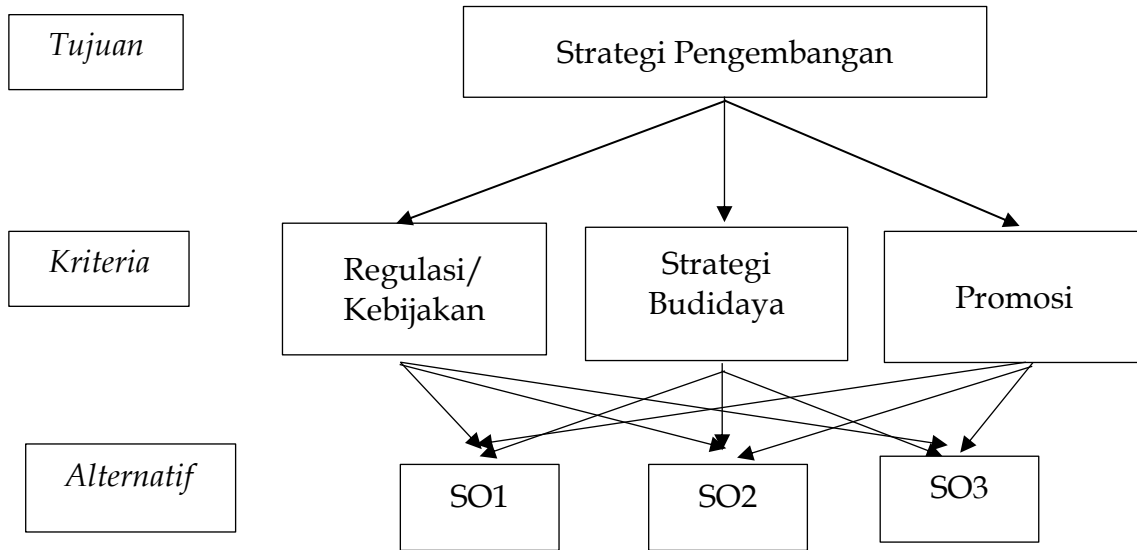
Gambar 2. Analisis matriks SWOT

Analisis Metode AHP

AHP merupakan alat analisis dalam proses pengambilan keputusan. Prosedur yang digunakan sangat kuat, sehingga sudah dipastikan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang penting (Dzulkarnain et al, 2020). Langkah awal penggunaan

metode AHP adalah membuat bagan hierarki strategi pengembangan, kemudian menghitung matriks perbandingan kriteria berpasangan dan matriks perbandingan alternatif berpasangan berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada informan.

Hierarki Strategi Pengembangan Koperasi Kopi Prima Jaya



Gambar 3. Bagan hierarki strategi pengembangan koperasi pertanian

Berdasarkan tabel matriks SWOT (Gambar 2), disusun strategi serta program kerja dari masing-masing strategi dalam suatu bagan hierarki seperti terlihat pada Gambar 3. Tingkatan teratas dari puncak hierarki merupakan tujuan yang akan dicapai pada koperasi, kemudian pada tingkat kedua adalah faktor kriteria yang mempengaruhi usaha koperasi. Pada tingkat ketiga yaitu berupa alternatif strategi yang dapat digunakan oleh koperasi untuk mencapai tujuan.

Setelah hierarki tersusun, selanjutnya adalah membuat prioritas alternatif berdasarkan kriteria (Tabel 4). Kriteria yang digunakan mengacu pada tujuan atau *goal* yang akan dicapai oleh koperasi. Adapun alternatif strategi yang terbentuk berdasarkan hierarki adalah sebagaimana berikut:

Tabel 4. Alternatif berdasarkan kriteria

Alternatif	Kriteria		
	Budidaya	Promosi	Regulasi
Pemahaman budidaya tanaman kopi (SO1)	Pelatihan	Media cetak, Media online, Pameran	Memfaatkan bantuan sarpras dari pemerintah dan meningkatkan pelayanan
Memperluas promosi pemasaran (SO2)	Sosialisasi	Broadcast iklan di sosial media	Peningkatan monitoring dan evaluasi laporan berkala
Memanfaatkan potensi wilayah untuk menghasilkan kopi yang berkualitas (SO3)	Sekolah Lapang Kopi	Menjalin kerjasama dengan pemerintah desa dan swasta	Mencari bantuan permodalan guna meningkatkan skala usaha

Analisis Strategi S-O:

Budidaya

Proses budidaya tanaman kopi adalah aktivitas kunci yang dilakukan oleh pihak koperasi. Terdapat bermacam jenis varietas pohon kopi yang menghasilkan kopi berkualitas, oleh karena itu proses pengolahan budidaya sangat berpengaruh besar. Cara berbudidaya harus dilakukan dengan benar dan tepat, guna memperoleh produktivitas tinggi serta kualitas baik (Anandya, et al, 2019).

Menurut (Djuwendah et al., 2018), budidaya kopi secara organik merupakan metode yang didasarkan pada kaidah pertanian organik yang ramah lingkungan. Kaidah tersebut akan mendukung gerakan pertanian berkelanjutan karena pada hakikatnya lingkungan merupakan ruang lingkup untuk makhluk hidup saling bersosialisasi dan membutuhkan satu sama lainnya, sehingga perlu untuk dijaga kelestariannya (Mangka et al, 2022). Hasil dari penelitian Bahri (2022), menunjukkan penerapan penggunaan produk ramah lingkungan dalam sebuah bisnis memberikan dampak pada keunggulan bersaing dan juga pada lingkungan bisnis sekitarnya.

Alternatif strategi ini dapat dilakukan dengan pendampingan oleh penyuluh pertanian kepada para petani anggota koperasi untuk dapat menerapkan konsep budidaya yang baik serta penanganan tepat pada pasca panen kopi. Selain itu, meningkatnya nilai input produksi seperti pupuk dan pestisida kimiawi dapat ditekan dengan penerapan pertanian organik. Terlebih tingginya

harga jual kopi organik dibanding kopi biasa dapat menjadi salah satu alternatif bagi petani untuk beralih ke pertanian organik.

Memperluas Promosi dan Pemasaran

Belakangan ini, tren minum kopi semakin meningkat baik remaja, dewasa, atau bahkan orang tua banyak yang menjadikan kopi sebagai minuman favorit, tidak heran jika terdapat banyak kedai kopi bermunculan. Hal ini membuka kesempatan bagi Koperasi Kopi Prima Jaya sebagai *supplier* atau pemasok kopi. Dengan pasar yang begitu besar koperasi harus mampu untuk melakukan pengembangan produk dalam bentuk beras maupun siap konsumsi.

Kemudian, untuk alternatif strategi dalam kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara modern maupun tradisional (Ermaya, 2019). Promosi modern dilakukan melalui media cetak maupun media elektronik seperti pemanfaatan media sosial, website dan lain sebagainya. Sedangkan promosi tradisional dengan membuat brosur atau stiker, leaflet yang berisi keunggulan dan manfaat mengkonsumsi kopi bagi kesehatan, serta memperkenalkan keberadaan koperasi kepada masyarakat yang dapat ditempelkan pada lokasi tertentu atau membagikan ketika mengikuti sebuah *event*.

Memanfaatkan Potensi Wilayah

Potensi wilayah yang cocok untuk tumbuh kembang tanaman kopi

serta luas areal tanam yang terus mengalami peningkatan di Kab. Temanggung harus mampu menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan bagi koperasi. Diharapkan kedepannya kualitas dan kuantitas produksi kopi dapat terus meningkat. Adanya kontinuitas produksi yang terjaga pada koperasi akan mempermudah untuk mendapatkan bantuan, baik dari pemerintah maupun swasta (Suriyanti et al, 2020).

Matriks Perbandingan Berpasangan

Proses pengambilan keputusan dengan membuat daftar pertanyaan dalam kuesioner tentang perbandingan antar kriteria dengan kriteria secara berpasangan. Kemudian matriks berpasangan antara kriteria dengan alternatif. Hasil dari matriks perbandingan kriteria berpasangan yang sudah diolah dari beberapa informan adalah sebagaimana tersaji dalam Tabel 5:

Tabel 5. Matriks perbandingan kriteria utama berpasangan

Goal	Budidaya	Promosi	Regulasi
Budidaya	6,000	29,000	37,000
Promosi	1,468	6,000	18,000
Regulasi	0,750	2,000	6,000
Jumlah	8,218	37,000	61,000

Setelah diperoleh matriks perbandingan kriteria utama. Dilakukan pengujian terhadap konsistensi logis, yang artinya pembobotan skala pada sepasang pilihan informan tidak menyimpang dari skala pembobotan pada pilihan lainnya (Pradipta et al., 2019). Perbandingan berpasangan antar kriteria dan alternatif juga dilakukan

guna mendapatkan nilai bobot kriteria (Tabel 6).

Tabel 6. Bobot kriteria

Kriteria	Bobot
Strategi Budidaya	0,71
Promosi	0,21
Regulasi	0,08

Tabel 7. Bobot antar kriteria

Alternatif Strategi	Strategi Budidaya	Promosi	Regulasi
SO1	0,740226	0,668696	0,472
SO2	0,184812	0,243100	0,377
SO3	0,074961	0,088202	0,151

Tabel 8. Perangkingan alternatif strategi

Strategi	Hasil
SO1	0,703275103
SO2	0,212754623
SO3	0,083970274
Jumlah	1

Merujuk pada perkalian bobot kriteria (Tabel 7) dan bobot antar alternatif strategi (Tabel 8), alternatif strategi utama yang dapat diaplikasikan pada Koperasi Kopi Prima Jaya dengan analisa AHP adalah strategi SO1 atau peningkatan pemahaman budidaya. Pemahaman budidaya kopi dapat dilakukan melalui kerjasama dengan para fasilitator seperti Penyuluh serta Dinas Pertanian Kabupaten dan Provinsi; pihak swasta; dan akademisi yang relevan untuk melakukan kegiatan pelatihan, sosialisasi, bimtek serta sekolah lapang terkait budidaya kopi yang unggul dan berkualitas. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan AHP maka koperasi tetap perlu memperhatikan beberapa hal seperti keaktifan anggota yang belum optimal serta persaingan usaha sejenis yang

memiliki nilai rata-rata rendah. Menurut Sugiarto (2021), koperasi yang aktif adalah mereka yang mampu berkomitmen pada kegiatan koperasi baik dari manajemen maupun non manajemen. Pentingnya meningkatkan kesadaran dan partisipasi anggota dalam berkoperasi dikarenakan hakikat koperasi adalah dari anggota dan tumbuh untuk anggota.

KESIMPULAN

Faktor internal dan eksternal yang paling mempengaruhi dalam pengembangan usaha koperasi yaitu sarana prasarana budidaya yang memadai (kekuatan), keterbatasan modal yang dimiliki (kelemahan), potensi wilayah yang mendukung (peluang) dan harga input produksi yang semakin meningkat (ancaman). Pengembangan usaha yang paling tepat digunakan Koperasi Kopi Prima Jaya adalah memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Alternatif strategi tersebut yaitu: 1) Peningkatan pemahaman budidaya tanaman kopi, 2) Perluasan promosi dan pemasaran, dan 3) Memanfaatkan potensi wilayah untuk menghasilkan kopi yang berkualitas. Hasil pemeringkatan strategi alternatif AHP secara berturut-turut adalah SO1, SO2, dan SO3.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G. N., & Aulawi, H. (2022). Perancangan strategi pemasaran jersey olahraga menggunakan metode analisis SWOT dan AHP. *Jurnal Kalibrasi*, 19(1), 82–89. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.19-1.1063>
- Anandya, A., Jamhari, J., & Hardyastuti, S. (2019). The impact of good agriculture practices (gap) implementation on productivity of pacific white shrimp in Grabag district Purworejo regency. *Agro Ekonomi*, 29(2), 335–345. <https://doi.org/10.22146/ae.35786>
- Anantanyu, S. (2012). Kelembagaan petani: peran dan strategi pengembangan kapasitasnya. *Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), 102–109. <https://jurnal.uns.ac.id/sepa/article/view/48895/30162>
- Azhari. (2017). Peranan koperasi dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 47–52. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ekonomi-dan-bisnis/article/view/650>
- Bahra, A., Rokhmadi, & Efendi, Y. (2021). Menentukan strategi pemasaran perusahaan menggunakan analisis SWOT pada produk alarm mobil di PT. Mandiri Sentosa. *Jurnal Penelitian Teknik Industri*, 1(1), 8–17. <https://ejournal.sttmutu.ac.id/index.php/industri>
- Bahri, B. B. (2022). Dampak *green product* dan *green marketing* terhadap keunggulan bersaing kelompok UPKKS “Kalipakem Baru”: Dimediasi etika lingkungan bisnis. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 27(1), 1. <https://doi.org/10.20961/jkb.v27i1.52113>

- BPS. (2022). *Provinsi Jawa Tengah dalam angka 2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/publication/2022/02/25/431f4f4bbe02b47866b357cc/provinsi-jawa-tengah-dalam-angka-2022.html>
- Dhona, S. (2019). Strategi manajemen meningkatkan kinerja dan pelayanan anggota koperasi produksi pedagang Kota Depok. *Journal of Applied Business and Economic*, 5(4), 285–300. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/42/35>
- Dinkop UMKM Prov Jateng. (2021). *Time series data UMKM binaan Provinsi Jawa Tengah*. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/public/uploads/statistik-1631169929.pdf>
- Djuwendah, E., Karyani, T., Syamsiah, N., & H, H. (2018). Penguatan kelembagaan koperasi produsen kopi java preanger dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis dan pendapatan petani kopi. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 7(4), 228–233. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v7i4.9773>
- Dzulkarnain, S. I., & Mustaniroh, S. A. (2020). Strategi pengembangan kemitraan agroindustri nilam di kabupaten Konawe Selatan menggunakan metode analisis SWOT dan AHP. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1), 53–62. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.1.53>
- Ermaya, S. K. (2019). Strategi pengembangan koperasi dengan analisis SWOT (studi kasus di KSU Maju Jaya). *Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 86–100. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.812>
- Haryanto, Y., Rusmono, M., Aminudin, A., Pury Purboingtyas, T., & Gunawan, G. (2022). Analisis penguatan kelembagaan ekonomi petani pada komunitas petani padi di lokasi *food estate*. *Jurnal Penyuluhan*, 18(02), 323–335. <https://doi.org/10.25015/18202241400>
- Irawan, J. P., Santoso, I., & Asmaul Mustaniroh, S. (2017). Model analisis dan strategi mitigasi risiko produksi keripik tempe. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 88–96. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2017.006.02.5>
- Kasmita, K. H., Eviany, E., & Sutikno, A. N. (2021). Pemberdayaan petani kopi oleh Dinas Pertanian di Desa Ramung Jaya Kecamatan Permata Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 6(2), 149–170. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v6i2.1735>
- Mangka, A., Husma, A., & Mangka, J. (2022). Pelestarian lingkungan hidup dalam pandangan syariat Islam. *Bidang Hukum Islam*, 3(2), 205–221. <https://doi.org/10.36701/busta>

- nul.v3i2.613.PENDAHULUAN
- Nasrul, W., Zulmardi, & Indrayani, T. I. (2021). *Kelembagaan ekonomi pertanian* (1 ed.). UMSB Press. <http://eprints.umsb.ac.id/id/eprint/150>
- Pakaya, A. R. (2017). *Managemen kinerja koperasi*. Zahir Publishing. <https://123dok.com/document/q2n142oj-manajemen-kinerja-koperasi.html>
- Permata, E. G., Kusumanto, I., Nur, M., & Sijabat, M. N. (2019). Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan AHP untuk meningkatkan volume penjualan (studi kasus: toko roti ayah bakery). *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi dan Industri (SNTIKI)* 11, 609–616. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/SNTIKI/article/view/7851>
- Pradipta, Z. H. A., Suaedi, D. A., & Dewa, W. A. (2019). Analisis strategi pemasaran menggunakan metode kombinasi SWOT (strength, weakness, opportunity, threats) dan AHP (analytical hierarchy process). *Jurnal Teknologi Informasi*, 10(1), 43–58. <http://ejurnal.stimata.ac.id/index.php?journal=TI&page=article&op=view&path%5B%5D=348>
- Ragista, E., Koto, H., & Uker, D. (2021). Analisis strategi pengembangan usaha tape di era *new normal* menggunakan metode SWOT dan AHP. *Journal of Global Forest and Environmental Science*, 1(1), 78–92. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jhutanlingkungan/article/view/21136>
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmat, A. B. (2015). Analisis penerapan prinsip-prinsip koperasi dalam Undang-undang koperasi (studi Undang-undang No. 25 Tahun 1992 dan Undang-undang No.17 Tahun 2012). *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2(1), 138–147. <https://doi.org/10.26532/jph.v2i1.1424>
- Sitepu, C. F., & Hasyim, H. (2018). Perkembangan ekonomi koperasi di Indonesia. *Niaga*, 7(2), 59–68. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10751>
- Sriwardiningsih, E., Mahaputra, K. R., Aji, K., & Setiawan, S. (2017). Strategi daya saing dengan pendekatan metode SWOT-AHP (studi kasus: PT XYZ). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.35384/jemp.v3i1.112>
- Sugiarto. (2021). Arti, fungsi dan peran koperasi. In *Ensiklopedia Koperasi* (hal. 39). Hikam Pustaka.
- Suriyanti, F. A., Nurlina, I. G. B., & Putra, A. H. P. K. (2020). Planning strategy of operation business and maintenance by analytical hierarchy process and strength, weakness, opportunity,

and threat integration for energy
sustainability. *International
Journal of Energy Economics and*

Policy, 10(4), 221–228.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32479/ijeeep.9267>