

## STRATEGI PENUMBUHAN DAN PENGEMBANGAN WIRAKOPERASI SPP/STPP

Oleh:

**Elih Juhdi Muslihat**

Dosen Jurusan Penyuluhan Pertanian, STPP Bogor

### ABSTRAK

Identifikasi Potensi Wirakoperasi Bagi SPP dan STPP bertujuan untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh SPP/STPP untuk mengelola dan strategi menumbuhkan serta mengembangkan koperasi usaha pertanian sesuai Program Studi. Penelitian dilaksanakan pada delapan SPP dan empat STPP yang dianalisis dengan Analisis SWOT. Rancangan strategi penumbuhan dan pengembangan wirakoperasi adalah (1) Strategi angka pendek adalah peningkatan status koperasi melalui konsolidasi kepengurusan sesuai job description dan merencanakan proses rekrutment manajer, (2) Strategi angka menengah adalah konsolidasi kelembagaan koperasi dengan mengangkat manajer dan mengembangkan unit usaha dan (3) Strategi angka panjang adalah mewujudkan koperasi sebagai *show window* bagi anggota.

Kata kunci: Wirakoperasi, strategi, SPP/STPP, penumbuhan dan pengembangan.

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Bidang usaha koperasi yang dikembangkan di SPP dan STPP masih belum menunjukkan ciri Program Studi yang diselenggarakan, tetapi lebih mengarah kepada usaha pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Seharusnya koperasi di SPP dan STPP dapat menjadi wadah untuk memasarkan hasil kegiatan swakarya dan wirausaha siswa SPP maupun Unit Produksi yang dikembangkan SPP dan STPP. Selain itu, koperasi SPP maupun STPP dapat dijadikan sarana pembelajaran tentang pemasaran bagi peserta didik. Hal ini dimungkinkan karena SPP dan STPP memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan koperasi usaha pertanian. Dalam pengembangan ke depan, koperasi tersebut seharusnya memiliki strategi pengembangan yang berisi kerangka atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan (*goals*), kebijakan-kebijakan

(*policies*) dan tindakan/program (*program*) organisasi. Selain itu juga perlu diputuskan tentang apa yang ingin dicapai atau hendak-menjadi-apa suatu organisasi di masa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (rute). Pola tindakan dan alokasi sumberdaya yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi.

#### Tujuan

Penelitian ini bertujuan menyusun strategi penumbuhan dan pengembangan koperasi usaha pertanian sesuai Program Studi.

#### Manfaat

Hasil pengkajian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga SPP dan STPP untuk mengetahui potensi dan peluang yang dimiliki untuk mengembangkan koperasi yang berorientasi kepada program studi yang diselenggarakan.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan penelitian wirakoperasi bagi SPP dan STPP dilakukan di delapan SPP dan empat STPP yang dipilih secara sengaja

(*purposive*) dengan mempertimbangkan sebaran. Dasar pemilihan SPP dan STPP sampel adalah letak geografis yang mewakili Indonesia wilayah barat, tengah dan timur. Lokasi kegiatan penelitian tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 1.

Tabel 1. Lokasi penelitian Wirakoperasi

No	Propinsi	Nama Instansi
1	Sumatera Utara	STPP Medan
2	Sumatera Selatan	SPP Sembawa
3	Jawa Barat	1. Tanjungsari 2. Gegerkalong
4	Jawa Tengah	1. STPP Magelang 2. SPP Ungaran
5	Jawa Timur	STPP Malang
6	Kalimantan Selatan	1. SPP Banjarbaru 2. SPP Pelaihari
7	Sulawesi Selatan	1. STPP Gowa 2. SPP Rappang
8	Nusa Tenggara Barat	SPP Mataram

STPP dan SPP yang dikunjungi tersebut telah memiliki usaha koperasi, baik yang dikelola oleh pegawai maupun siswa atau mahasiswa. Waktu pelaksanaan adalah selama bulan Nopember 2007.

### Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam kegiatan ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan. Variabel yang diukur dalam kegiatan identifikasi wirakoperasi dapat dilihat pada Tabel 2.

Data terkait dengan variabel pada Tabel 2 dilakukan melalui **Focus Group Discussion** (FGD) dengan sumber informasi Pengurus koperasi, dan pimpinan STPP/SPP dan anggota koperasi. Diskusi diarahkan sedemikian rupa sehingga sumber informasi secara partisipatif mampu mengenali potensi dan kelemahan koperasi yang saat ini dimilikinya.

Selain itu dikumpulkan pula data sekunder yang terkait dengan variabel tersebut di atas. Data sekunder dikumpulkan dari lembaga terkait seperti SPP/STPP itu sendiri, kantor desa, dinas koperasi dan lain-lain.

Tabel 2. Variabel yang Diukur dalam Kegiatan Identifikasi Wirakoperasi

No	Kelompok	Variabel
1	Kelembagaan Koperasi	1.1. Badan Hukum 1.2. Kepengurusan 1.3. Keanggotaan 1.4. Bidang Usaha Koperasi 1.5. Sumber Pendanaan 1.6. Pembinaan 1.7. Manfaat Koperasi
2	Pemindaian Lingkungan Eksternal	2.1. Potensi Pengembangan Usaha 2.2. Potensi Konsumen 2.3. Produk yang diminati 2.4. Perkiraan besarnya permintaan 2.5. Jumlah pesaing 2.6. Peluang sukses
3	Pemindaian Lingkungan Internal	3.1. Perkiraan arus kas (cash flow) 3.2. Target tahunan dan strategi pencapaiannya 3.3. Strategi pendanaan pengembangan usaha 3.4. Keahlian SDM pengurus 3.5. Kelemahan internal lainnya

### Analisis Data

Analisis dilakukan menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT adalah perangkat umum yang didesain dan digunakan sebagai langkah awal dalam proses pembuatan keputusan dan sebagai perencanaan strategis dalam berbagai terapan (Johnson et al, 1989; Bartol et al, 1991). Analisis SWOT harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi terkini, sehingga analisis ini sering disebut juga dengan analisis situasi (Rangkuti, 1997).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Koperasi Saat Ini

Hasil tabulasi terhadap seluruh (100%) koperasi yang menjadi sampel dalam kegiatan identifikasi ini memperlihatkan sudah berbadan hukum, adapun tahun pendiriannya bervariasi dari mulai yang

tertua didirikan yaitu KPRI Aneka Guna STPP Malang pada tanggal 16 Desember 1967 dan paling muda KPN Kesuma STPP Gowa yang didirikan pada tanggal 16 Maret 2006.

Pada umumnya koperasi tersebut masih terbatas dalam melayani kebutuhan anggotanya, beberapa jenis usaha yang sudah dapat dilayani koperasi diantaranya adalah: simpan pinjam, sembako, penyediaan saprotan, dan pemasaran hasil pertanian. Namun demikian tidak ada dari koperasi yang menjadi sampel dalam identifikasi ini sudah menjadikan koperasi sebagai sarana pembelajaran dan mengembangkan koperasi sesuai dengan program studi yang diselenggarakan.

Manajemen Koperasi, baik usaha, keuangan, pemasaran maupun organisasi pada umumnya masih dikelola secara sederhana. Manajemen usaha yang dilakukan di koperasi pada umumnya masih dikelola oleh pengurus. Badan Pengawas atau anggota belum merekrut karyawan apalagi

manajer. Manajemen keuangan pada umumnya belum mengacu pada Sistem Akuntansi Koperasi walaupun ada yang sudah mengacu pada SAK masih dilakukan secara manual. Manajemen Pemasaran pada umumnya masih mengandalkan pada konsep penjualan belum mengacu pada konsep pemasaran berwawasan sosial.

Selanjutnya peranan atau fungsi koperasi terhadap proses pembelajaran sampai dengan saat ini belum melibatkan siswa atau mahasiswa dalam pengelolannya. Berdasarkan hasil identifikasi Potensi Wirakoperasi pada empat STPP dan delapan SPP maka dapat disajikan rancangan pengembangan koperasi sebagai mana dapat dilihat pada Tabel 3 - 5.

Tabel 3. Identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi Wirakoperasi SPP/STPP

Faktor Internal	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
Latar Belakang Anggota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cenderung saling mengenal</li> <li>• Pengalaman menjadi anggota sangat lama &gt;10 tahun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pendidikan anggota umumnya relatif lemah</li> <li>• Tingkat keahlian dan keterampilan berusaha masih lemah</li> </ul>
Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Kepribadian, termasuk keterbukaan relatif tinggi</li> <li>• Disiplin dalam beranggota termasuk tinggi</li> <li>• Semangat untuk mencapai sukses dalam berusaha</li> <li>• Aktif dalam merespon perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresiasi terhadap proses inovatif teknologi relatif tidak cepat</li> <li>• Hubungan sosial antara anggota sebatas lingkungan kerja, kurang melakukan terobosan hubungan sosial antar pengusaha</li> </ul>
Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebersamaan berkoperasi tercermin dari frekuensi pertemuan yang intensif</li> <li>• Pengurus, BPK, Pembina, Manajer koperasi dipercaya anggota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih dijumpai anggota koperasi yang tidak menepati janji atau kesepakatan yang telah ditetapkan oleh RAT, seperti sering terlambat memenuhi kewajiban</li> <li>• Sifat konsumtif anggota relatif menonjol</li> </ul>
Persepsi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keberadaan koperasi dinilai bermanfaat, khususnya dalam pengadaan kebutuhan sehari-hari dan penyediaan jasa lainnya</li> <li>• Pengurus mampu menanggulangi kekurangan modal anggota (kerjasama dengan BANK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlalu menggantungkan kepada pengurus, sehingga kemandirian anggota masih dirasakan kurang produktif</li> <li>• Seolah-olah segala-galanya telah tersedia pada koperasi</li> <li>• Terlalu percaya terhadap pengurus, sehingga tidak ada kontrol yang bersifat</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengurus mampu melakukan usaha-usaha diversifikasi dalam pemanfaatan jasa yang dibutuhkan anggota</li> </ul>	<p>timbang balik dengan anggota</p>
Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal kepercayaan, kejujuran &amp; Keterbukaan pengurus sangat memperoleh perhatian dari Pihak Ketiga</li> <li>• Pengurus rela memberikan pinjaman modal murah melalui unit usaha tepat waktu jenis dan tempatnya</li> <li>• Mampu menjalin kerjasama dengan mitra bisnis untuk pengadaan yang dibutuhkan anggota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sangat terbatas, sehingga iuran anggota tidak berjalan sebagaimana mestinya</li> <li>• Terlalu mengandalkan modal dari luar melalui aktivitas Pengurus</li> </ul>
Hubungan Anggota dengan Pengurus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan interaksi yang relatif tinggi diantara sesama anggota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengaruh pola hidup konsumtif menurunkan kinerja anggota dalam koperasi</li> </ul>
Pengurus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sangat bertanggung jawab terhadap keberlangsungan hidup organisasi koperasi (seperti mem bantu permasalahan anggota)</li> <li>• Mampu menjalin kerjasama dengan Pihak III (mitra bisnis)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persoalan sangat banyak, namun belum mempunyai karyawan (manajer) sehingga semua permasalahan di tangani (over lapping)</li> <li>• Insentif pengurus yang relatif masih belum memadai</li> </ul>
Anggota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota koperasi termasuk anggota yang aspiratif</li> <li>• Karakternya telah dikenal satu dengan yang lainnya termasuk juga oleh pengurus koperasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tuntutan anggota sangat tinggi, sementara SDM pengurus dan dana sangat terbatas</li> <li>• Ada anggota yang belum memenuhi hutang dan lain-lain</li> </ul>

Tabel 4. Identifikasi Peluang dan Ancaman Organisasi Wirakoperasi SPP/STPP

Faktor eksternal	OPPORTUNITIES (O)	THREATS (T)
Bentuk Kerjasama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperoleh kepercayaan dari pihak III, bentuk organisasi dapat ditingkatkan menjadi BH atau Wirakoperasi pada Institusi dan memperoleh posisi tawar yang baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesiapan SDM dan Dana belum memadai untuk mrespon tawaran dalam bentuk kerjasama dengan Pihak III, sehingga menjadi <i>critical point</i> bagi wirakoperasi, terlebih untuk perluasan modal sangat terbatas</li> </ul>
Institutional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemihakan pemerintah cq. Institusi terkait terhadap ekonomi kerakyatan</li> <li>• Pengalokasian dari Kredit Program Departemen yang relatif besar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketidaksiapan atau miskomunikasi aparat di daerah dalam men- terjemahkan pemberdayaan anggota/ masyarakat melalui ekonomi kerakyatan (beda persepsi)</li> <li>• Terjadi <i>vested interest</i> dan cenderung <i>conflict interest</i> antara kelembagaan, karena oknum yang belum siap dengan Gelombang Reformasi</li> </ul>
Lingkungan Fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asset Koperasi, Instansi dan jumlah anggota yang dapat dikelola oleh koperasi</li> <li>• Pusat/kawasan jajan, pertokoan dll. Untuk memenuhi kebutuhan anggota mudah dijangkau anggota dan letaknya strategis walau pun fisik bangunan masih sederhana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akses koperasi dan institusi (pembina) dan anggota sama, sehingga menimbulkan <i>conflict interest</i> atau tumpang tindih, pembinaan karena adanya beda persepsi ditingkat bawah (belum siap melaksanakan reformasi kelembagaan)</li> </ul>
Lingkungan Sosial Budaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya hubungan baik antara anggota dengan pengurus dan masyarakat lainnya</li> <li>• Kultur gotong royong, sekalipun telah berubah (ada upah) masih kuat (contoh : kebersamaan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelembagaan masyarakat yang telah terbentuk, serta pandangan anggota lebih suka berbelanja di toko (dep. Store) daripada di Koperasi</li> <li>• Gaya hidup konsumtif dapat mempengaruhi perubahan sosial budaya anggota &amp; masyarakat terutama dlm kultur gotong royong</li> </ul>

Tabel 5. Matriks SWOT untuk penumbuhan & pengembangan wirakoperasi SPP/STPP

<p><b>Faktor Internal</b></p> <p><b>Faktor Eksternal</b></p>	<p><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hubungan Kekeluargaan &amp; Pengalaman dalam berusaha</li> <li>▪ Motivasi anggota dan Pengurus untuk memajukan koperasi</li> <li>▪ Pengurus yang dapat dipercaya</li> <li>▪ Pengurus mampu membina hubungan kemitraan dengan Pihak III</li> <li>▪ Intensitas antara sesama anggota, hubungan anggota dengan pengurus frekuensinya tinggi</li> </ul>	<p><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ada anggota yg belum membayar kewajiban pinjamannya, sementara modal koperasi sangat terbatas</li> <li>▪ Pengembangan kelembagaan sepenuhnya dipercayakan kepada pengurus, sementara banyak persoalan yang harus dihadapi dan belum adanya karyawan (manajer) yg dapat membantu pengurus.</li> <li>▪ Insentif terhadap pengurus relatif rendah yang dikhawatirkan ada mis manajemen</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengembangan kelembagaan</li> <li>▪ Keberpihakan pemerintah/Intitusi dalam program pemberdayaan koperasi dan dukungan masyarakat</li> <li>• Asset Koperasi, Instansi dan jumlah anggota yang dapat dikelola oleh koperasi</li> <li>• Kultur gotong royong, sekalipun telah berubah (ada upah) masih kuat (contoh: kebersamaan)</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membentuk kelembagaan koperasi yang BH</li> <li>▪ Mengoptimalkan hubungan antara pengurus, anggota dan peranan kelembagaan</li> <li>▪ Mengoptimalkan hubungan kekeluargaan dan tingkat kebersamaan masyarakat dalam mempercepat posisitawar kelembagaan sebagai organisasi profesional di masyarakat untuk menjali hubungan kemitraan dengan pihak III</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan <i>sense of belonging</i> dari anggota terhadap kelembagaan, sehingga sadar atas hak dan kewajibannya</li> <li>▪ Perlunya rekrutmen tenaga profesional untuk ditempatkan sebagai karyawan (manajer)</li> <li>▪ Meningkatkan sistem insentif yang memadai bagi pengurus dan karyawan (manajer)</li> </ul>

<p><b>THREATS (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keterbatasan SDM dan sumber dana</li> <li>▪ Masih terjadi beda persepsi antara aparat di bawah dengan pengurus</li> <li>▪ Lemahnya sistem promosi dan pemasaran</li> <li>▪ Belum mengoptimalkan aset koperasi</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan wawasan anggota dengan memanfaatkan tingginya hubungan kekeluargaan untuk mempengaruhi proses adopsi teknologi dengan perlahan-lahan meninggalkan teknologi tradisional</li> <li>▪ Melakukan dialog antara pengurus dengan aparat/kelembagaan di tingkat bawah dengan menyertakan aspirasi anggota</li> <li>▪ Meningkatkan sistem promosi dan pemasaran</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melakukan manajemen kepengurusan koperasi secara transparan</li> <li>▪ Mendekatkan aparat di bawah melalui kegiatan forum komunikasi baik dengan pengurus maupun anggota</li> <li>▪ Melibatkan anggota secara <i>part time</i> untuk mengisi ketiadaan karyawan (manajer)</li> </ul>
---	--	---

Tabel 6. Rancangan strategi penumbuhan & pengembangan Wirakoperasi dan implementasinya

Sasaran Program	Materi Program	Implementasi Program Jk. Pendek	Implementasi Program Jk. Menengah	Implementasi Program Jk. Panjang
Kelembagaan Wirakoperasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperkuat posisi tawar wirakoperasi dengan pihak III</li> <li>• Memperluas wilayah dan/atau jangkauan kerja, termasuk peningkatan anggota dan koperasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan status koperasi yang berbadan hukum, yaitu koperasi institusi SPP/STPP</li> <li>• Pemrosesan legalitas kelembagaan seperti SITU, SIUP, NPWP, TDP dan sertifikasi</li> <li>• Peningkatan akses koperasi institusi dengan badan usaha lain untuk menjalin kerjasama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsolidasi internal dalam kelembagaan baru sebagai koperasi institusi</li> <li>• Perluasan keanggotaan baru dengan melibatkan siswa, mahasiswa, dosen/guru/karyawan dan masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mewujudkan koperasi institusi sebagai sarana pembelajaran bagi siswa/mahasiswa, <i>show window</i> dan peningkatan kesejahteraan anggota</li> </ul>

Kepengurusan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam manajemen kewirakoperasian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsolidasi kepengurusan koperasi institusi SPP/STPP</li> <li>• Pembuatan job description dan job specification yang di tuangkan dalam AD/ART</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyusunan ART secara lengkap</li> <li>• Sosialisasi AD dan ART kepada anggota</li> <li>• Penyusunan Struktur Organisasi Koperasi Institusi</li> <li>• Pelaksanaan rapat anggota tahunan RAT dan RK-RAPB secara tepat waktu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revitalisasi kepengurusan koperasi institusi</li> <li>• Pembuatan program evaluasi tertulis lima tahunan</li> </ul>
Manajer Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Recruitment</i> calon manajer yang profesional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penetapan kriteria dan proses rekrutment manajer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perekrutian manajer</li> <li>• Penetapan kontrak manajemen antara pengurus dan manajer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan wawasan manajer dengan pengetahuan dan ketrampilan yang up date</li> </ul>
Manajemen Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penataan unit usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelolaan unit usaha oleh pengurus/BP/ anggota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelolaan unit usaha oleh pengurus dan karyawan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelolaan unit usaha oleh manajer</li> </ul>
Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pencatatandan pelaporan keuangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan akuntansi koperasi manual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan semi komputerisasi akuntansi koperasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan komputerisasi sistem akuntansi koperasi</li> </ul>
Manajemen Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penataan manajemen pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan konsep penjualan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan konsep pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan konsep pemasaran berwawasan sosial</li> </ul>

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Rancangan strategi penumbuhan dan pengembangan wirakoperasi adalah:

1. Strategi jangka pendek adalah peningkatan status koperasi melalui konsolidasi kepengurusan sesuai job description dan merencanakan proses rekrutment manajer
2. Strategi jangka menengah adalah konsolidasi kelembagaan koperasi dengan mengangkat manajer dan mengembangkan unit usaha

3. Strategi jangka panjang adalah mewujudkan koperasi sebagai *show window* bagi anggota.

### Saran

Dalam rangka mewujudkan koperasi yang ada di SPP/STPP menjadi koperasi institusi diperlukan adanya penataan dan pengembangan dalam aspek manajemen seperti manajemen usaha, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran serta manajemen organisasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bartol, K.M. & Martin, D.C. 1991. Management. McGraw Hill, Inc. New York.
- Glass, N.M. 1991. Pro-active Management: How to Improve Your Management Performance. Nichols Publishing. East Brunswick, NJ.
- Hendar dan Kusnadi. 2002. Ekonomi Koperasi. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Freddy Rangkuti. 2001. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Johnson, G., Scholes, K., and Sexty, R.M. 1989. Exploring Strategic Management. Prentice Hall. Scarborough, Ontario.
- Tripomo, T dan Udan. 2005. Manajemen Strategi. Rekayasa Sains. Bandung.
- Umar, H. 2001. Strategic Management in Action. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.