

Analisis Strategi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Usaha Koperasi Mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan

Gunawan Aji

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
gunawanaji@uingusdur.ac.id

Rokhmatus Solekha

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
rokhmatussolekha@mhs.uingusdur.ac.id

Mizanatus Sabillah

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
mizanatussabillah@mhs.uingusdur.ac.id

Fara Lustiani

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
faralustiani@mhs.uingusdur.ac.id

Winata Prasetio

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
winataprasetio@mhs.uingusdur.ac.id

Korespondensi Penulis: gunawanaji@uingusdur.ac.id

***Abstract.** Business is always related to how we get profit. This study aims to examine how to process properly in the business world by prioritizing business strategy K.H. UIN student cooperative Abdurrahman Wahid trains students entrepreneurial spirit to develop better human resources. The result of this study are Business Strategy, how student themselves can do business with student cooperatives.*

***Keywords:** Student Cooperative, Business, Strategy*

Abstrak. Bisnis selalu berkaitan dengan bagaimana kita mendapatkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana cara berproses dengan baik dalam dunia bisnis dengan mengedepankan strategi bisnis. Koperasi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid melatih jiwa kewirausahaan mahasiswa untuk mengembangkan sumber daya manusia lebih baik. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi Bisnis, bagaimana mahasiswa itu sendiri dapat bebisnis dengan adanya koperasi mahasiswa.

Kata kunci: Koperasi Mahasiswa, Bisnis, Strategi.

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, dan setiap perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan pelanggan sambil terus mengembangkan produk unggulan dan

Received April 22, 2023; Revised April 12, 2023; Accepted Mei 10, 2023

* Gunawan Aji, : gunawanaji@uingusdur.ac.id

mampu bersaing dengan produsen lain (Suteja et al., n.d.). Akibatnya, inisiatif pengembangan produk yang berbeda dapat menjadi strategi sukses bagi bisnis untuk menawarkan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai keputusan untuk setiap pihak, termasuk pembeli karena mereka membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka serta untuk bisnis yang ingin menghasilkan keuntungan dari penjualan produknya dan reputasi bisnis yang positif di antara pelanggan (Halimah et al., 2019).

Koperasi mahasiswa sendiri merupakan salah satu organisasi mahasiswa yang berada di intra kampus UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dimana koperasi mahasiswa itu selain mengembangkan sumber daya manusia yang berasal dari mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dengan program pelatihan dan pendidikan dasar hingga pendidikan lanjutan juga melatih jiwa kewirausahaan para anggotanya melalui bidang usaha yang dijalankan oleh para anggota koperasi (Djafar et al., 2022).

Bagi anggota maupun non anggota kopma memiliki peran penting. Peran kopma bagi anggota yaitu menyediakan kebutuhan yang dibutuhkan oleh anggotanya, sebagai upaya mengaplikasikan ilmu yang telah diajarkan dibangku kuliah, memahami bagaimana berorganisasi, mengelola usaha, emnumbuhkan jiwa kewirausahaan dan lain sebagainya (Susanti, 2019). Kemudian bagi non anggota sendiri kopma juga berusaha menyediakan kebutuhan yang dibutuhkan oleh para mahasiswa melalui pelayanan dan produk usahanya.

Berdasarkan masalah diatas maka Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah pendekatan yang diambil untuk mempromosikan barang-barang bisnis sesuai dengan isu-isu di atas.

KAJIAN TEORITIS

Seni dan ilmu mengembangkan, melaksanakan, dan menilai keputusan lintas fungsional yang membantu organisasi mencapai tujuannya dikenal sebagai manajemen strategis. Manajemen strategi menurut Stephen P. Robbins-Mary Coulter adalah bahwa manajer menggunakan manajemen strategis untuk membuat strategi organisasi. Padahal itu tidak diragukan lagi mencakup keempat tugas manajemen mendasar yaitu memimpin, perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian. Rifai dan Darsono menjelaskan strategi sebagai cara atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan utama (Rojabiyah, 2021). Selain itu, strategi harus mampu menyatukan dan mengintegrasikan setiap komponen bisnis besar untuk mencapai tujuan utama.

Bisnis adalah salah satu yang dioperasikan dengan laba sebagai tujuan utamanya. Sementara itu, Sudaryono mengartikan bisnis bahwa seseorang atau sekelompok pelaku usaha melakukan usahanya sebagai kegiatan untuk menghasilkan pendapatan melalui penyediaan jasa atau barang. Kemudian menurut Joewono, strategi bisnis merupakan pendekatan untuk mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur. Dimana dalam permainan catur terbagi menjadi beberapa karakteristik dengan praktik manajemen bisnis, seperti pemikiran sistematis, perencanaan, kewaspadaan, keberanian mengambil risiko, dan hasrat untuk memenangkan pertandingan. (Setianingrum, 2022).

Koperasi mahasiswa adalah organisasi yang menitikberatkan pada kesejahteraan anggotanya melalui seminar koperasi, pengelolaan unit usaha, pengelolaan dana anggota, dan kegiatan lainnya. Cara terbaik bagi mahasiswa untuk mempraktikkan apa yang mereka pelajari di kelas adalah melalui organisasi koperasi siswa, terutama yang berfokus pada koperasi dan kewirausahaan (Alfarizi et al., 2023).

Penjualan adalah komponen dari promosi sedangkan promosi tersebut merupakan bagian pemasaran secara keseluruhan. Selain itu, Basu Swastha mendefinisikan penjualan sebagai proses antara penjual dan pelanggan bertukar barang atau jasa (Kusna, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menarik informasi dari fenomena, tindakan, peristiwa, pengetahuan, dan objek studi yang dapat diamati oleh peneliti, seperti tulisan atau lisan, fenomena, dan perilaku. Analisis deskriptif adalah suatu gaya penyajian data yang memberikan gambaran tentang data yang berasal dari temuan penelitian sesuai dengan kenyataan atau fakta yang sebenarnya pada saat penelitian dilakukan. Pendekatan penelitian kualitatif yang berlandaskan postpositivisme dan diterapkan ketika objek berada di lingkungan alamnya, dimana peneliti sebagai instrumennya. Dari metode tersebut dapat membantu peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian mereka dengan bantuan prosedur yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rencana dan tindakan jangka panjang yang membentuk strategi bisnis dimaksudkan untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu. Rencana permainan manajemen untuk meningkatkan kinerja bisnis disebut strategi. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, itu menentukan bagaimana bisnis harus dijalankan. Meskipun Analisis SWOT dapat menunjukkan kepada pelaku bisnis faktor-faktor apa yang penting untuk pengembangan bisnis, namun prosesnya tidak berakhir di situ. Analisis yang telah dilakukan perlu diterapkan dengan hati-hati. Mengembangkan strategi nyata berdasarkan Analisis SWOT adalah langkah selanjutnya setelah menghasilkannya. Buat produk terlebih dahulu yang memiliki nilai yang tepat berdasarkan Analisis SWOT. Siapkan rencana kerja, distribusikan sumber daya, dan tetapkan tujuan yang ingin dicapai.

Penurunan profitabilitas koperasi dapat dikaitkan dengan berbagai faktor internal dan eksternal. Strategi bisnis koperasi, yang didasarkan pada diferensiasi terfokus, telah berkontribusi pada penurunan profitabilitasnya. Namun, bagian operasi dan logistik kurang mendapat perhatian sehingga menimbulkan masalah yang berdampak pada bisnis koperasi. Strategi diferensiasi terfokus tidak dilaksanakan secara efektif, menyebabkan masalah dan penurunan profitabilitas. Koperasi menghadapi kesulitan dalam strategi diferensiasinya karena kurangnya pemahaman tentang bagaimana aktivitas berdampak pada nilai pembeli dan persepsi nilai, menghasilkan produk yang terdiferensiasi secara berlebihan.

Hal ini membuat koperasi rentan terhadap pesaing dengan harga yang lebih rendah dan tingkat kualitas yang sesuai. Koperasi juga kurang memahami biaya diferensiasi, artinya diferensiasi tidak akan menghasilkan kinerja yang superior kecuali jika nilai yang dirasakan oleh pembeli melebihi biayanya. Penurunan profitabilitas koperasi adalah hasil dari masalah ini. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan harus mempertimbangkan untuk mengadopsi strategi Kepemimpinan dan Diferensiasi Biaya Terintegrasi. Strategi ini bertujuan untuk menyeimbangkan penentuan harga dan kualitas diferensiasi. Menjadi semakin layak bagi bisnis untuk mengadopsi strategi ini seiring kemajuan teknologi dan dapat membantu perusahaan mengatasi kendala strategi diferensiasi saat ini sambil juga memanfaatkan strategi keunggulan biaya.

Menurut Porter (1985), strategi keunggulan biaya dapat dicapai melalui dua pendekatan utama: mengidentifikasi penggerak biaya dalam aktivitas rantai nilai dan mengkonfigurasi ulang rantai nilai. Penulis menyarankan agar koperasi dalam hal ini harus fokus pada

rekonfigurasi rantai nilainya untuk mencapai strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi yang terintegrasi. Ini dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti menerapkan proses manufaktur yang berbeda, mengotomatiskan proses tertentu, mengintegrasikan mundur, dan mengubah lokasi fasilitas. Keberhasilan strategi baru ini akan bergantung pada kemampuan untuk secara konsisten menerapkannya dan terus berusaha untuk mengurangi biaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bisnis yaitu usaha yang dijalankan dengan keuntungan sebagai tujuan utamanya. Namun, saat ini persaingan semakin ketat dilihat dari semakin banyaknya orang-orang berusaha dalam dunia bisnis. Dengan adanya hal tersebut maka berbagai pihak melakukan strategi bisnis. Upaya pengembangan perusahaan tidak berhenti sampai di situ saja, namun analisis SWOT dapat membantu pelaku bisnis dalam mewujudkan komponen-komponen kritis SWOT. Tentunya harus melihat juga lingkungan sekitar dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Alfarizi, M., Gita Anggraeni, D., & Andriana Firmansyah, A. (2023). Rancang Bangun Prototype Aplikasi Koperasi Mahasiswa B-IU Digicoop Untuk Pencapaian Inklusi Keuangan Nusantara. *Ejournal.Ft-Undar.Ac.Id*, 4(1). <https://doi.org/10.32492/jeetech.v4i1.4105>
- Djafar, H., ... L. L.-L., & 2022, undefined. (2022). Efektivitas Penggunaan Google Form Untuk Presensi Anggota Ukm Koperasi Mahasiswa Sultan Alauddin Uin Alauddin Makassar Di Masa Covid-19. *Journal3.Uin-Alauddin.Ac.Id*, 1(2).
- Halimah, D. N., Murniawaty, I., Artikel, I., & Artikel, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Manajemen Koperasi Terhadap Keberhasilan Toko Koperasi Mahasiswa. *Journal.Unnes.Ac.Id*.
- Kusna, N. (2020). Akuntansi dalam Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan dengan Software Armadillo Accounting: Studi pada Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN
- Rojabiyah, S. (2021). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Koperasi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Koperasi Mahasiswa Universitas. *Bajangjournal.Com*, 1(4).
- Setianingrum, T. (2022). Pengaruh Motivasi Anggota Dan Kualitas Layanan Terhadap Perilaku Berkoperasi Anggota Koperasi Mahasiswa. *Journal.Unnes.Ac.Id*, 1(2).
- Susanti, A. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Koperasi Mahasiswa di Kabupaten Sleman. *Journal.Student.Uny.Ac.Id*, 08(03).
- Suteja, A., Marsyidin, S., Gistuati, N., Pendidikan, A., & Negeri Padang Penulis, U. (n.d.). Hubungan Gaya Kepemimpinan Pengurus Harian Dengan Loyalitas Anggota Aktif Organisasi Di UK-Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jeal.Ppj.Unp.Ac.Id*, 1, 46–51. <https://doi.org/10.24036/jeal.v1i2>