

**COOPERATIVE DEVELOPMENT STRATEGY DENGAN ANALISIS SWOT PADA
THE ISLAMIC COOPERATIVE OF PATTANI LIMITED DI CABANG PUSAT
(THAILAND SELATAN)**

**COOPERATIVE DEVELOPMENT STRATEGY WITH SWOT ANALYSIS IN
THE ISLAMIC COOPERATIVE OF PATTANI LIMITED IN THE CENTRAL
BRANCH (SOUTH THAILAND)**

Yahya Waachayee¹, M. Fany Alfarisi²

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi.

Universitas Andalas

yahyawachayee013579@gmail.com¹ mfany@eb.unand.id²

ABSTRAK : Penelitian ini mengfokus pada strategi pengembangan koperasi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan dalam meningkatkan kualitas koperasi yang optimal dan alternatif yang dapat dilakukan dalam pengembangan menggunakan analisis SWOT. Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis kualitatif melalui wawancara langsung, analisis kuantitatif melalui kuesioner. Hasil penelitian ini terdapat bahwa posisi koperasi berada pada kuadran I, strategi pertumbuhan (agresif) pilihan yang tepat dalam perkembangan proyek agar lebih meningkat.

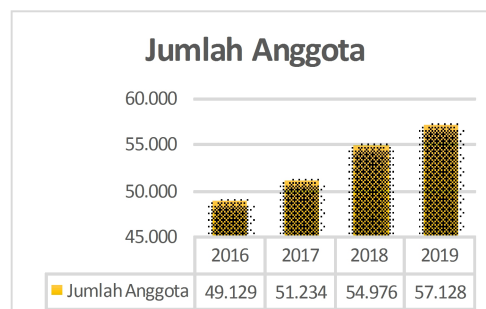
Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisis SWOT, Koperasi

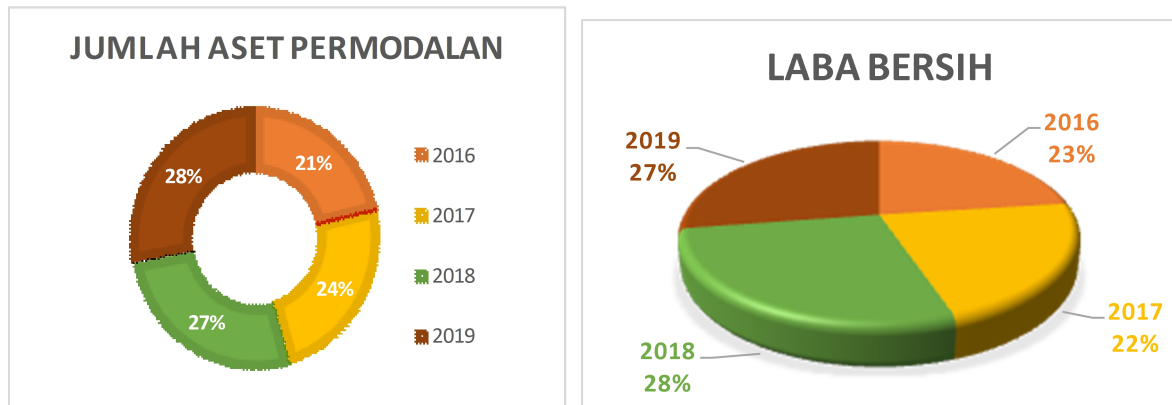
ABSTRACT : This research focuses on cooperative development strategies. The purpose of this study is to determine the development strategy in improving the optimal quality of cooperatives and alternatives that can be carried out in development using SWOT analysis. The data analysis method in this study consisted of qualitative analysis through direct interviews, quantitative analysis through questionnaires. The results of this study indicate that the position of the cooperative is in quadrant I, the growth strategy (aggressive) is the right choice in the development of the project to increase it.

Keywords: Business Strategy, SWOT Analysis, Cooperative

A. PENDAHULUAN

Koperasi Islam Patani Berhad dianggap sebagai lembaga keuangan Syariah pertama di Thailand (Abdulrahman, 2018). Saat ini Koperasi telah berdiri telah 30 tahun dan memiliki dana operasionalnya lebih dari 1,000 juta bath dan anggota lebih dari 60,000 orang. Lokasinya terletak di daerah mayoritas Islam selatan Thailand (Hadi, 2021). Pada 2019-2020 terdampak pada pandemi Covid-19 sehingga koperasi menyadari bahwa perusahaan perlu beradaptasi dengan baik dan segera mencari strategi alternatif yang tepat dalam pengembangan koperasi tersebut. Oleh karena itu, model analisis SWOT sebagai salah satu opsi yang dapat merumuskan permasalahan internal dan eksternal dalam perusahaan (Subekti et al., 2013), kemajuan teknologi dapat memberikan kesempatan sekaligus resiko bagi perusahaan. Perubahan lingkungan dan sosial bisnis tidak dapat dihindari untuk terus melaksanakan kinerja perusahaan harus memiliki visi, misi dan strategi yang kuat (Toyib, 2018).



Gambar 1. Peningkatan Jumlah anggota Koperasi Islam Patani Berhad Pada tahun 2016-2019**Gambar 2.** Perkembangan Permodalan dan Laba Bersih Pada Koperasi Islam Patani Berhad Tahun 2016-2019 Sumber: Laporan Rapat Agung Tahunan (Koperasi, 2019)

Justru, peningkatan jumlah anggota dan jumlah aset yang dipaparkan pada gambar di atas, menunjukkan bahwa setiap tahun selalu meningkat, hal ini sangat baik bagi koperasi. Tetapi laba bersih koperasi menurun karena ada beberapa hal yang mempengaruhi baik faktor internal dan eksternal yakni transaksi koperasi bertentangan dengan UUD pemerintahan adapun pandemi Covid-19 menyebabkan kerugian bisnis semua aspek tidak dapat beraktivitas dengan lancar, baik pinjaman kredit anggota berhenti maupun transaksi muamalah lainnya menurun (Wanhamad, 2021). Oleh karena itu, Koperasi Islam Patani Berhad perlu meningkatkan kualitas koperasi, baik sumber daya manusia maupun unit pelayanan koperasi dengan baik. Model analisis SWOT merupakan salah satu alat dalam menyusun strategi pengembangan bisnis untuk mengatasi permasalahan yang terjadi sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat pada lingkungan bisnis (Noor, 2014).

Mintzberg, menjelaskan bahwa strategi adalah reaksi secara berlanjutan maupun dapat menyesuaikan dengan keadaan terhadap SWOT yang menyerap dalam lingkungan eksternal dan internal sehingga dapat mempengaruhi organisasi (Subekti et al., 2013) agar berhasil di semua aspek, koperasi harus mampu meminimalisir kelemahan menjadi kekuatan dan ancaman harus dimanfaatkan menjadi kesempatan. SWOT membantu dalam mengidentifikasi kompetensi inti organisasi yang merupakan kekuatan potensial dan memanfaatkannya dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman; dan mengidentifikasi kelemahan untuk mengurangnya serta mampu menangani perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis (Vlados, 2019). Perhatian terhadap perkembangan usaha koperasi sangat diperlukan karena koperasi Islam Patani Berhad merupakan sektor keuangan Syariah yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi rakyat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan memberikan informasi mengenai strategi pengembangan koperasi di cabang pusat Patani (Thailand Selatan) dengan mengetahui dampak yang terjadi pada pandemi Covid-19 dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan koperasi agar lebih optimal menggunakan analisis SWOT. Kegiatan atau tindakan dalam menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal agar dapat mengembangkan perusahaan dengan maksimal, adapun dapat menentukan strategi apa yang harus dilakukan sehingga perusahaan semakin meningkat secara efektif, efisien dan berlanjutan (Barati et al., 2017).

B. TINJAUAN LITERATUR

Strategi

Tujuan utama dari perencanaan strategis adalah kemampuan perusahaan untuk melihat secara objektif situasi perusahaan secara internal dan eksternal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal (Okfi, 2020), untuk mendapat persaingan yang kompetitif karena lingkungan yang selalu berubah membuat para pengelolaan lingkungan adalah faktor kunci keberhasilan bisnis (Toyib, 2018). Maka aktivitas yang khusus oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan yang maksimal melalui perkembangan produk atau jasa dibandingkan

pesaingnya. Keunggulan bersaing terhadap perusahaan lain adalah strategi yang cenderung pada merebut peluang pasar (Rusli, 2018). Kroll dan Parnell (2000) menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengadopsi strategi pertumbuhan perusahaan ketika sumber daya tersedia atau ada peluang untuk meningkatkan pangsa pasarnya (Carvalho, 2012).

Konsep Strategi

Porter (1985), berpendapat bahwa ada 3 (tiga) konsep strategi untuk memperoleh keunggulan bersaing yang harus ditindakan oleh perusahaannya yaitu; *pertama* strategi kepemimpinan biaya; strategi ini berfokus hanya pada biaya (J. David Hunger, 2003), *kedua* strategi differensiasi; strategi ini cenderung pada menawarkan produk dan layanan konsumen dengan rasa berbeda dengan tidak dimiliki operator lain, *ketiga* strategi fokus; strategi ini berfokus pada produk yang dihasilkan bisnis akan menjadi produk yang dijual kepada kelompok pelanggan tertentu (Harmoyo, 2012).

Analisis SWOT

Manap (2016), menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah model wawasan untuk mengenali bagaimana semua bentuk dan ukuran kekuatan dan kelemahan organisasi dan bagaimana semua bentuk dan ukuran peluang dan ancaman yang mungkin terjadi (Reza et al., 2020). Analisis SWOT mungkin telah menjadi alat yang paling membantu dalam dunia bisnis. Strategi ini adalah penelitian yang benar-benar baik, sukses dan terampil serta alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan memahami hasil yang mungkin terkait dengan kemajuan baru di dunia bisnis (Noor, 2014). SWOT sendiri tidak mempunyai metode secara analitis untuk menentukan pentingnya faktor SWOT antara menilai kesesuaian dan keputusan *alternative* (Barati et al., 2017). Kalpande et al., (2010) menjelaskan bahwa tujuan analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana strategi organisasi saat ini menentukan kekuatan dan kelemahan yang relevan dan bagaimana menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis (Toyib, 2018). Dengan menggunakan analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang saling memiliki keterkaitan antar alternatif, namun alternatif yang diperoleh perlu dibobotkan karena tingkat kepentingan dari tiap alternatif berbeda.

Alternatif Strategi

Setelah melakukan tindakan atau kegiatan pada analisis lingkungan, baik di dalam maupun di luar, gerakan berikut adalah membedakan alternatif-alternatif strategi yang mungkin diambil untuk mencapai tujuan umum organisasi (Rusli, 2018) dari alternatif strategi ini membuat perusahaan dapat menilai sejauh mana perusahaan berhasil atau merugikan. Ada beberapa strategi alternatif yang dapat bertindak sesuai kebutuhan perusahaan adalah strategi stabilitas, strategi ekspansi, strategi penciutan, strategi kombinasi (Aqmal, 2019), strategi pertumbuhan dan strategi konsentrasi (Harmoyo, 2012).

Koperasi

Perkembangan koperasi menjadi tema atau perbincangan yang cukup luas untuk diperhatikan, dilihat dari kepentingan ekonomi dan sosialnya (Carvalho, 2012). Sehubungan dengan kemajuan koperasi, seperti yang ditunjukkan oleh Marziana et al. menggambarkan petunjuk pengelolaan yang bermanfaat dari empat sudut, khususnya alam, sosial, keuangan, administrasi dan kejujuran, serta menyatakan bahwa koperasi dapat menjamin pemeliharaan dengan menetapkan target dan penanda yang sesuai dengan tujuan yang disepakati, menggunakannya sebagai aturan dalam kegiatan, dan menilai kesesuaian aturan eksekusi (Moon & Lee, 2020).

FAO, Getnet dan Anullo, menjelaskan bahwa koperasi adalah organisasi yang berpotensi dalam memfasilitasi untuk pembangun sosial ekonomi dan meminimalisirkan kemiskinan, terutama di pedesaan. Keuntungan dan pendapatan yang diperoleh dari koperasi didistribusikan kepada anggota atau penggunaanya (Barati et al., 2017). Efek positif dari kesepakatan ini pada kemajuan ramah dan keuangan dapat diperiksa apakah itu berfungsi dengan baik sesuai dengan tujuan koperasinya, seperti menciptakan kapasitas bagian, menghasilkan manfaat, menawarkan jenis bantuan kepada anggota, dan menginvestasikan kembali organisasi yang bermanfaat melalui pengumpulan modal (Moon & Lee, 2020). Perbedaan koperasi Syariah dengan koperasi non-Syariah yakni Koperasi Syariah merupakan komponen kegiatan usaha yang sistem pengelolaan kerjanya hampir tidak beda dengan koperasi non-Syariah yaitu mencakup pada anggota, rakyat dan

sifatnya berbentuk kepada kekeluargaan, demikian juga dalam peduman atau peraturan keuangan sangat berbeda dengan tidak menggunakan system bunga (*Riba*). Sedangkan koperasi Syariah menggunakan sistem bagi hasil (*Sukut*), sehingga menjadi halal bagi umat muslim (Nur-Syamsudin, 2012). Nur S. Buchori, menjelaskan bahwa tujuan koperasi syariah adalah memberikan bantuan/kesejahteraan masyarakat kepada anggota-anggotanya sesuai standar dan etika Islam, serta untuk membuat persaudaraan dan kesetaraan di antara individu, dalam menyampaikan gaji dan kelimpahan yang sama di antara anggota. Jadi meningkatkan kesejahteraan anggota kepada individu harus didasarkan pada standar Islam (Sofian, 2018).

C. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan satu perusahaan sebagai objek penelitiannya itu Koperasi Islam Patani Berhad Selatan Thailand yang terletak di kawasan kota Patani yaitu Lokasi di 72 M. 7 Jl. Yarang T. Talubok D. Muang P. Pattani, Kode Pos: 94000.

Jenis Data

Data primer adalah semacam informasi sebagai pengandaian, perspektif, perjumpaan atau kualitas individu atau kumpulan individu yang menjadi bahan penelitian (Asiyah, 2020). Data primer dari penelitian terdiri dari wawancara langsung kepada pimpinan koperasi secara *online* dan *questioner* didapat pada pengawai koperasi yang berkaitan dengan masalah peneliti. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan memanfaatkan strategi pemilahan data melalui pemilahan hasil penelitian atau data yang telah didistribusikan yang dilakukan oleh berbagai perkumpulan (Gandhy & Kurniawati, 2018). Jadi data sekunder pada penelitian ini terdapat pada artikel, buku, dokumen yang berkaitan dengan penelitian adapun data yang dapat langsung dari objek penelitian seperti gambaran umum koperasi, visi, misi dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan berupa data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Terdapat dua cara untuk mengumpulkan data, yaitu: *pertama*, analisis kualitatif digunakan di lingkungan koperasi untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi koperasi melalui wawancara. Sedangkan *kedua*, analisis kuantitatif digunakan pada matriks IFE dan matriks EFE dengan menggunakan kuesioner untuk penentuan bobot dan rating serta diagram analisis SWOT. Wawancara semi-terstruktur diterapkan pada pimpinan koperasi terdiri dari direktur, sekretaris dan manajer serta karyawan. Soal-soal yang menyusun formulir wawancara memuat soal-soal semi terstruktur tentang: Model analisis SWOT (*Strength and Weakness, Opportunities and Threats*); masalah administrasi; proses perumusan strategi; dan partisipasi anggota. Model SWOT mendeteksi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi organisasi (Carvalho, 2012).

Teknik Analisis Data

Untuk mendapatkan data yang lebih efektif dalam menganalisis data akan dilaksanakan dengan konsep yang diberikan oleh Miles dan Huberman, dengan ungkapannya bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara intraktif dan berjalan terus menerus disetiap tahap sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan puas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu: Pengurangan Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display and Conclusion*) dan Kesimpulan (*Drawing/Verification*). Dari tahapan tersebut maka terdapat data yang telah dikumpul, diolah dan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan alat analisis SWOT yang merupakan analisis kualitatif dan kuantitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah *Strength* (kekuatan atau potensi) dan *Weakness* (kelemahan atau kendala). Adapun faktor eksternal terdiri dari *Opportunity* (peluang atau kesempatan) dan *Threat* (ancaman).

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dapat diidentifikasi bahwa dari dampak kondisi pandemi Covid-19 terdapat beberapa faktor yang harus diselesaikan dengan baik oleh koperasi. Pandemi mempengaruhi setiap perusahaan dengan sangat parah sehingga perusahaan berhenti dan pegawai tidak dapat bekerja. Namun dampak pandemic ini telah menimbulkan kerusakan ekonomi dan sosial yang luar biasa. Termasuk

koperasi, pengelolaan wabah memaksa untuk merumuskan strategi sesuai dengan situasi saat ini. Faktor-faktor penyebab berikut ini adalah:

1. Faktor Internal saat pandemi Covid-19

Koperasi merasa ragu dan takut dalam melayani anggotanya yang menginginkan pinjaman kredit dari koperasi. Ketika pandemi Covid-19 jumlah modal meningkat pesat, layanan kredit untuk anggota menurun dapat dilihat pada gambar 1 dan 2.

2. Faktor Eksternal saat pandemi Covid-19

Anggota yang meminjam dana dari Koperasi melalui kredit sangat berkurang, pembayaran hutang anggota tidak sesuai dengan kesepakatan semula. Karena peraturan pemerintah menekankan bahwa semua pekerjaan harus dihentikan, berdampak pada pendapatan anggota yang tidak stabil.

Pada saat yang sama, strategi kombinasi sebagai pilihan yang tepat dalam kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Pasalnya, ada beberapa proyek pelayanan di koperasi yang dihentikan termasuk pinjaman kredit anggota. Strategi yang harus diterapkan adalah melanjutkan proyek perumahan; Koperasi Islam Patani Berhad mengadakan proyek perumahan untuk dijual atau disewakan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proyek tersebut sebagai salah satu pendapatan dalam meningkatkan keuntungan. Adapun mengadakan program pelatihan kejuruan di bidang pertanian, memasak, menjahit dan lain sebagainya. Penganggur akan menciptakan pekerjaan mereka.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Perkembangan Koperasi Islam Patani Berhad

Proses identifikasi faktor-faktor tersebut dilakukan dengan analisis SWOT upaya menghasilkan lingkungan koperasi Islam Patani Berhad berpotensi untuk meningkatkan perkembangan yang lebih maju. Dengan sebab analisis SWOT sebagai alat dalam merumuskan keberhasilan dan kerugian koperasi dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang tepat. Adapun faktor internal yang menjadi kekuatan strategi pengembangan koperasi Islam Patani Berhad, yaitu: (1) Perkembangan Modal (2) Kinerja Pengurus (3) Partisipasi Anggota (4) Lokasi Kantor (5) Keterampilan Manajerial. Adapun faktor internal yang menjadi kelemahan Koperasi Islam Patani Berhad, yaitu: (1) Penerapan Inovasi Digital (2) Pemanfaatan Teknologi dalam Pelayanan dan Produksi (3) Sebagian Besar Laba dari Anak Perusahaan Koperasi (4) Jaringan Pasar. Selanjutnya, hasil terhadap faktor eksternal yang menjadi peluang pengembangan Koperasi Islam Patani Berhad, yaitu: (1) *Training, Team Building* anggota (2) Tingkat Harga/Dividen Meningkat (3) Pengawasan dari badan pengawas Koperasi (4) Sistem Prasarana, Pelayanan, Pendidikan dan Penyuluhan. Sedangkan yang menjadi ancaman pengembangan Koperasi Islam Patani Berhad, yaitu: (1) Motivasi Masyarakat berkoperasi (2) Pandemi Covid-19 (3) Kebijakan Pemerintah (4) Pesaing yang pesat.

Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Factor Analysis Summary (EFAS)

Analisis pada tahap ini bertujuan untuk melihat posisi tiap faktor yang termasuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pengembangan koperasi Islam Patani Berhad. Tabel 1. Menunjukkan bahwa urutan nilai tertinggi sampai untuk faktor yang menjadi kekuatan adalah perkembangan modal (0.48), kinerja pengurus (0.46), partisipasi anggota (0.44), lokasi kantor dan keterampilan manajerial (0.32). Berdasarkan urutan nilai tersebut, maka dapat dikatakan bahwa faktor keunggulan koperasi Islam Patani Berhad adalah peningkatan modal setiap tahun sangat bagus, kinerja pengurus dan partisipasi anggota berkualitas dalam melayani koperasi. Sementara urutan nilai tertinggi sampai terendah untuk faktor yang menjadi kelemahan pengembangan koperasi Islam Patani Berhad adalah Pemanfaatan Teknologi dalam Pelayanan dan Produksi (0.48), Penerapan Inovasi Digital (0.46), Sebagian Besar Laba dari Anak Perusahaan Koperasi (0.32) dan Jaringan Pasar (0.30). Urutan nilai tertinggi menunjukkan bahwa faktor tersebut masih perlu perbaikan dengan dalam keberlangsungan usaha kedepan agar lebih kualitas.

Tabel 2. Menunjukkan bahwa urutan nilai tertinggi sampai terendah untuk faktor yang menjadi peluang adalah *Training, Team Building* Anggota (0.54), Sistem Prasarana, Pelayanan, Pendidikan dan Penyuluhan (0.52), Tingkat Harga/Dividen Meningkat (0.39) dan Pengawasan dari

badan pengawas Koperasi (0.35). Berdasarkan urutan nilai tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kepercayaan dan kecenderungan bagi masyarakat akan pelayanan yang tersetia oleh koperasi merupakan peluang utama pengembangan koperasi Islam Patani Berhad selain dari tingkat harga dan motivasi dari badan pengawas. Adapun urutan nilai tertinggi sampai terendah untuk faktor yang menjadi ancaman pengembangan koperasi Islam Patani Berhad, yaitu Pandemi Covid-19 (0.52), Motivasi Masyarakat berkoperasi (0.40), Kebijakan Pemerintah (0.35) dan Pesaing yang pesat (0.33). Urutan nilai tertinggi mengindikasikan bahwa faktor tersebut merupakan ancaman yang buruk bagi keberlangsungan proyek koperasi kedepannya.

Tabel 1. Matriks IFAS Koperasi Islam Patani Berhad

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Strength				
1	Perkembangan Modal	0.12	4	0.48
2	Kinerja Pengurus	0.12	4	0.46
3	Partisipasi Anggota	0.11	4	0.44
4	Lokasi Kantor	0.11	3	0.32
5	Keterampilan Manajerial	0.11	3	0.32
Jumlah Strength				2.02
Weakness				
1	Penerapan Inovasi Digital	0.12	4	0.46
2	Pemanfaatan Teknologi dalam Pelayanan dan Produksi	0.12	4	0.48
3	Sebagian Besar Laba dari Anak Perusahaan Koperasi	0.11	3	0.32
4	Jaringan Pasar	0.10	3	0.30
Jumlah Weakness				1.56
Total IFAS				0.46

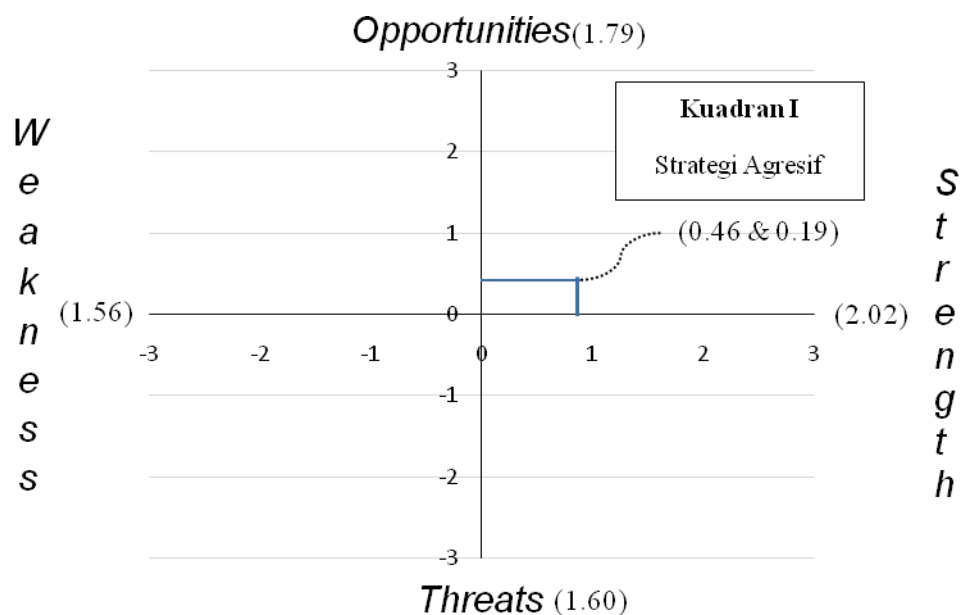
Tabel 2. Matriks EFAS Koperasi Islam Patani Berhad

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities				
1	Training, Team Building Anggota	0.13	4	0.54
2	Tingkat Harga/Dividen Meningkat	0.13	3	0.39
3	Pengawasan dari badan pengawas Koperasi	0.12	3	0.35
4	Sistem Prasarana, Pelayanan, Pendidikan dan Penyuluhan	0.13	4	0.52
Jumlah Opportunities				1.79
Threats				
1	Motivasi Masyarakat berkoperasi	0.13	3	0.40
2	Pandemi Covid-19	0.13	4	0.52
3	Kebijakan Pemerintah	0.12	3	0.35
4	Pesaing yang pesat	0.11	3	0.33
Jumlah Threats				1.60
Total EFAS				0.19

Matriks IE (Internal-Eksternal) diperoleh melalui penggabungan data dari tabel IFAS dan EFAS yang kemudian akan digunakan menentukan strategi alternatif koperasi. Nilai matriks IFAS sebesar 0.46 merupakan total kekuatan (2.02) dikurangi total kelemahan (1.56). Maka nilai IFAS mengindikasikan bahwa koperasi Islam Patani Berhad dapat memanfaatkan unsur kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan internal koperasi yang ada. Untuk nilai EFAS sebesar 0.19

diperoleh dari total peluang (1.79) dikurangi total ancaman (1.60), menunjukkan bahwa pelayanan koperasi Islam Patani Berhad memiliki kemampuan yang tinggi dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada.

Dengan demikian, nilai IFAS dan EFAS yang koperasi miliki dapat membuktikan bahwa koperasi Islam Patani Berhad berada pada kuadran I, yang berarti koperasi ada pada posisi strategis yang sangat baik dan dapat mengindikasikan dalam tingkat yang sangat menguntungkan. Pada posisi tersebut, pilihan strategi terbaik yang dapat dilakukan koperasi Islam Patani Berhad yaitu strategi pertumbuhan. Strategi ini mendukung pada tahap-tahap agresif, untuk terus mengembangkan semua aspek di organisasi karena dinilai akan membawa keuntungan yang optimal jika membuat strategi yang tepat. Salah satu langkahnya adalah dengan menyusun rancangan promosi yang terstruktur dan progresif, memberdayakan semua sarana media yang dapat mendukung eksistensi dan perluasan proyek transaksi lebih maju. Posisi koperasi Islam Patani



Berhad dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3. Diagram Matrik Analisis SWOT

Tabel 3. Kuadran IFAS dan EFAS Koperasi Islam Patani Berhad

	IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
		1. Perkembangan Modal 2. Kinerja Pengurus 3. Partisipasi Anggota 4. Lokasi Kantor 5. Keterampilan Manajerial	1. Penerapan Inovasi Digital 2. Pemanfaatan Teknologi dalam Pelayanan dan Produksi 3. Sebagian Besar Laba dari Anak Perusahaan Koperasi 4. Jaringan Pasar
EFAS			

Opportunity (O) 1. Training, Team Building Anggota 2. Tingkat Harga/Dividen Meningkat 3. Pengawas dari badan pengawas Koperasi 4. Sistem Prasarana, Pelayanan, Pendidikan dan Penyuluhan	Strategi SO 1. Meningkatkan Promosi 2. Meningkatkan frekuensi pelatihan manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan, manajemen dan penerapan prinsip Syariah 3. Meningkatkan pengawasan internal	Strategi WO 1. Mengembangkan produk usaha simpan pinjam 2. Mengoptimalkan peran koperasi dalam peningkatan kapasitas aset modal dan pemanfaatan teknologi informasi.
Treath (T) 1. Motivasi Masyarakat berkoperasi 2. Pandemi Covid-19 3. Kebijakan Pemerintah 4. Pesaing yang Pesat	Strategi ST 1. Meningkatkan hubungan baik dan pemberian penyuluhan dengan baik kepada masyarakat 2. Mengoptimalkan pelayanan dan pembinaan bisnis anggota untuk memotivasi loyalitas dan minat anggota menabung	Strategi WT 1. Meningkatkan dan mengefektifkan penerapan dan penerapan prinsip Syariah 2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang profesional dan kuat.

Selanjutnya dengan menganalisis SWOT (*SWOT analysis*) maka dapat memberikan arah bagi koperasi dalam menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan perusahaan. Dari analisis SWOT di atas dapat, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan beberapa alternatif strategi yakni empat set strategi terdiri dari strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. Adapun konsep strategi yang dapat dilakukan oleh Koperasi Islam Patani Berhad adalah *Focus Strategy*. Strategi fokus, dibangun untuk melayani target tertentu secara baik, dan semua kebijakan fungsional dikembangkan atas dasar pemikiran ini. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing yang bersaing lebih luas. Oleh karena kondisi pandemi Covid-19, berakibat untuk mengfokus pada proyek yang dapat meningkatkan keuntungan koperasi.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Koperasi Islam Patani Berhad berada pada posisi kuadran I, menunjukkan bahwa Koperasi memiliki kekuatan internal dan peluang dari eksternal sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah strategi pertumbuhan (agresif) atau disebut strategi S-O. Strategi ini mendukung untuk terus mengembangkan seluruh aspek Koperasi karena dinilai membawa manfaat yang optimal jika dibuat strategi yang permanen.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan adalah:

1. Meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada dengan memaksimalkan potensi kekuatan dan peluang yakni dengan mencari alternatif yang tepat dalam mengembangkan profitabilitas koperasi, meningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan teknologi sesuai kebutuhan zaman, memperluas proyek atau pasar ke area potensial menggunakan strategi yang efektif, menentukan sistem pembayaran yang sistematis menggunakan sistem

- IT, adapun perbaikan program pelatihan untuk menghasilkan ide-ide inovatif dalam menciptakan produk baru.
2. Segera mengimplementasikan strategi agresif dengan berusaha memperbaiki kondisi kelemahan dan ancaman dengan memanfaatkan sejumlah kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, D. I. (2018). *Koperasi Al-Diwani*. Saudara Pres Patani.
- Aqmal, H. F. (2019). Diversifikasi Sebagai Strategi Korporasi Dan Dampaknya Terhadap Sustainability Business Performance (Studi Kasus Pada CV . Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap). *Skripsi*. Prodi Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto.
- Asiyah, D. N. (2020). Analisis SWOT Tahun 2017 Sebagai Pertimbangan Menetapkan Strategi Tahun 2018-2020 Pada PT. Asfiyak Graha Medika. *Simki-Economic*, 1(5), Pp 1-15.
- Barati, A. A., Kalantari, K., Nazari, M. R., & Asadi, A. (2017). A hybrid method (ANP-SWOT) to formulate and choose strategic alternatives for development of rural cooperatives in Iran. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 19(4), Pp 757-769. <https://www.researchgate.net/publication/316957053>
- Carvalho, A. D. de. (2012). The Cooperative Development And Strategy. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 2(1), Pp 191-202. <https://doi.org/10.5296/ijaf.v2i1.1563>
- Gandhy, A., & Kurniawati, S. D. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Susu Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), Pp 15-31. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.376>
- Hadi, W. (2021). 33ปีสหกรณ์อิสลามปัตตานีทิศทางและอนาคตทางการเงินของคนจต. In www.pataninotes.com. <https://pataninotes.com/33-ปีสหกรณ์อิสลามปัตตานี/>
- Harmoyo, D. (2012). Manajemen Strategi Koperasi Jasa Keuangan Mikro Syariah (KJKS) Studi Kasus di Baitul Mal W at tamwil (BMT) Syariah Sejahtera Boyolali. *Jurnal Muqtasid, Manajemen Strategi Koperasi Jasa Keuangan Mikro Syariah.*, 3(2), Pp 299-317.
- J. David Hunger, T. L. W. (2003). Strategic Management. *Company Inc. Copyright 1996*. Andi.
- Koperasi, P. (2019). *การประชุมใหญ่สามัญประจำปี*.
- Moon, S., & Lee, S. H. (2020). A strategy for sustainable development of cooperatives in developing countries: The success and failure case of agricultural cooperatives in musambira sector, Rwanda. *International Journal of Sustainability (Switzerland)*, 12(20), Pp 1-24. <https://doi.org/10.3390/su12208632>
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*, 14(2), Pp 102-209.
- Nur-Syamsudin, B. (2012). *Koperasi Syariah teori dan praktik*. Pustaka Aufa Media.
- Okfi, R. (2020). A The Strategy of Syariah Cooperative Development in Padang Panjang City. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 5(1), Pp 130-148. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v5i1.1643>
- Reza, F., Santoso, B., & Dewi, E. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Mini Market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *International Journal of Social Science and Business.*, 4(2), Pp 301-307. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Rusli. (2018). Middle-Class Housing Industry Management And Development Strategy (Case Study Of Pt. Baruga Asrinusa Development). *Tesis*. Program Magister Manajemen. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Sofian. (2018). Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiusitas, Trend, Dan Kemudahan Layanan. In *IRWNS-Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Subekti, L., Suryono, A., & Hadi, M. (2013). Implementasi Strategi Pembinaan dan Pengembangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(1), Pp 85-92.
- Toyib, J. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Manokwari.

- JMM UNRAM - Master of Management Journal*, 7(4), Pp 101-112.
<https://doi.org/10.29303/jmm.v7i4.349>
- Vlados, C. (2019). On a correlative and evolutionary SWOT analysis. *Journal of Strategy and Management*, 12(3), Pp 347-363. <https://doi.org/10.1108/JSMA-02-2019-0026>
- Wanhamad, W. (2021). Pertanyaan Mengenai Dampak Wabah Covid-19 dan Strategi Pengembangan Koperasi Islam Patani Berhad. *Wawancara Dengan Manajer Koperasi Islam Patani*, 5 May 2021, diakses pada jam 13.33 WIB.