

Analisis Strategi Koperasi Samakai Dompu Dalam Meraih Keunggulan Bersaing

Suparman

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis.

Email: suparman33@gmail.com

Riwayat Artikel	Abstrak
Diterima: Direvisi: Disetujui:	<p>Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompu dalam meraih keunggulan bersaing di tengah persaingan ketat antar koperasi dan pelaku usaha non-koperasi.</p> <p>Metode: Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam bersama pengurus koperasi serta observasi aktivitas operasional. Data dianalisis secara deskriptif untuk memahami berbagai strategi yang diterapkan koperasi dalam menghadapi persaingan.</p> <p>Hasil & Pembahasan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koperasi Samakai Dompu memanfaatkan kekuatan internal seperti skala ekonomi dan posisi tawar strategis untuk menghadapi persaingan pasar. Strategi utama yang diterapkan meliputi peningkatan kualitas pelayanan, penguatan tata kelola organisasi, pemanfaatan teknologi informasi untuk efisiensi dan transparansi, serta pembangunan jaringan kerja antar koperasi guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan produktivitas. Selain itu, koperasi ini aktif memperluas daerah kerja melalui integrasi vertikal dan jaringan kerjasama antar koperasi sejenis. Namun, tantangan signifikan muncul dari rendahnya kesadaran anggota dalam memenuhi kewajiban serta persaingan dari koperasi dan usaha non-koperasi lain yang menawarkan produk serupa. Koperasi perlu terus memperkuat kapasitas koperasi primer dan mengoptimalkan hubungan antar tingkat organisasi agar struktur koperasi lebih efisien dan responsif.</p> <p>Implikasi: Strategi yang diterapkan oleh Koperasi Samakai Dompu dapat dijadikan model bagi koperasi lain dalam upaya meraih keunggulan bersaing melalui inovasi pelayanan, tata kelola transparan, dan pengembangan jaringan kerja. Peningkatan kesadaran anggota serta penguatan koperasi primer menjadi kunci keberhasilan yang harus terus dikembangkan untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi anggota dan masyarakat luas.</p> <p>Kata Kunci: Analisis Strategi; Koperasi Simpan Pinjam; Keunggulan bersaing.</p>



PENDAHULUAN

Pada era masa kini, koperasi menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompleks, disamping menghadapi persaingan antar koperasi ada juga perusahaan – perusahaan lain yang menjadi saingannya, hal ini tentunya koperasi harus memiliki strategi dalam melakukan aktivitas untuk meraih keunggulan bersaing. Kondisi ekonomi dan sosial telah mengubah secara drastis perilaku dan sikap masyarakat yang menjadi pelanggan pada suatu koperasi maupun perusahaan lain. Analisis tentang banyaknya pilihan pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh koperasi dapat mengubah strategi sehingga pelanggan memiliki percaya diri yang lebih besar dari pada sebelumnya. Mereka tidak hanya mengharapkan produk yang berkualitas tinggi karena kualitas produk telah menjadi kewajaran dan persyaratan umum. Jenis baru yang diinginkan pelanggan/konsumen adalah apa yang dimiliki koperasi sesuatu yang lebih dan tidak dimiliki oleh koperasi lain.

Salah satu sektor perekonomian negara yang dapat dikembangkan di Indonesia adalah koperasi, karna koperasi merupakan bentuk organisasi ekonomi yang paling cocok dilaksanakan di Indonesia berdasarkan amanat pasal 33 ayat 1 UUD 1945 yang berbunyi “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan”. (Dirjen Dikti Depdikbud, tahun 1986 : 6)

Bunyi pasal tersebut mencerminkan adanya dasar demokrasi dalam perekonomian di Indonesia, oleh sebab itu perlu dikembangkan kehidupan demokrasi dalam perekonomian negara, melalui koperasi pembangunan ekonomi sangat cocok dikembangkan di Indonesia dan salah satunya adalah Koperasi Simpan Pinjam (KSP) yang terdapat di Kabupaten Dompu.

Bagi koperasi-koperasi kredit di negara berkembang, adanya globalisasi ekonomi dunia akan merupakan peluang untuk mengadakan kerjasama dengan koperasi kredit di negara maju dalam membangun sistem perkreditan melalui koperasi. Koperasi kredit atau simpan pinjam di masa mendatang akan menjadi pilar kekuatan sekitar koperasi yang perlu diikuti oleh dukungan lainnya seperti sistem pengawasan dan jaminan.

Strategi koperasi merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dilakukan dan harus dilaksanakan demi mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebagian besar koperasi memiliki kemampuan bersaing yang cukup tinggi, sehingga apabila koperasi tersebut menjalankan aktivitasnya dengan baik atau strategi dengan baik, maka tidak akan mengalami kesulitan bagi koperasi untuk meraih keunggulan bersaing. Misalnya dalam bentuk pelayanan, kualitas produk atau jasa dan lain-lain dapat dilaksanakan dengan baik, maka keunggulan bersaing mestinya tetap diraih oleh koperasi, karena koperasi sangat mengutamakan pelayanan dari pada keuntungan terutama kepada anggotanya, sesuai dengan prinsip dan tujuannya adalah untuk mensejahterakan anggota khususnya dan umumnya masyarakat.

Produk yang ditawarkan koperasi Samakai saat ini adalah simpan pinjam dan ini dapat diyakini oleh pengurus atau manajemen koperasi maupun anggota, bahwa produk tersebut mampu bersaing di pasar terutama kepada anggota sebagai pelanggan tetap pada koperasi tersebut.

Untuk meraih suatu keunggulan bagi koperasi tentu harus memperhatikan strategi yang akan digunakan dalam meraih perhatian anggota/pelanggan dan masyarakat pada umumnya, misalnya ada keuntungan yang diperoleh dari pemamfaatan fasilitas yang

disediakan koperasi kepada anggota/pelanggan kalau dibanding dengan pemamfaatan fasilitas pada perusahaan lain, dan sangat masuk akal akan memiliki dampak kuat apakah positif atau negatif atas sikap anggota/pelanggan dan masyarakat terhadap strategi koperasi. Sikap didefinisikan sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespon (menanggapi) dengan cara menguntungkan atau tidak secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan (Setiadi, 2003 : 216). Disamping sikap pelanggan/konsumen koperasi juga sangat memperhatikan terhadap strategi untuk meraih keunggulan, berarti bagian - bagian tertentu mempelajari kecenderungan pelanggan/konsumen untuk mengevaluasi ketepatan strategi dalam meraih keunggulan tersebut, apakah mampu atau tidak secara konsisten sehingga melahirkan advantages kompetitive.

Salah satu strategi yang dimiliki koperasi adalah menurut UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, prinsip koperasi merupakan esensi dari dasar kerja koperasi sebagai badan usaha dan merupakan ciri khas dan jati diri koperasi yang membedakannya dari usaha lain. Yang dimaksud dengan prinsip-prinsip koperasi adalah (1) Keanggotaan bersifat terbuka dan sukarela, (2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis, (3) Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing- masing anggota, (4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, (5) Kemandirian, (6) Pendidikan perkoperasian dan (7) Kerja sama antar koperasi. (UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian).

Prinsip-prinsip Koperasi adalah dasar kegiatan Koperasi dan sebagai pedoman bagi Koperasi dalam menjalankan aktifitasnya. Ada beberapa prinsip yang ditekankan oleh Herman Schulze- Delitzsch yaitu:

1. Prinsip menolong diri sendiri (*self-help*)
2. Prinsip pengurus / mengelola sendiri (*self- managemen*),
3. Dan mengawas diri sendiri (*self- conrol*)

Ini dilakukan oleh anggota merupakan sendi- sendi dasar organisasi koperasi dan menjadi identitas pada koperasi (*identity principles*). Dan dengan memperhatikan pentingnya pembangunan ekonomi di suatu negara, koperasi perlu melakukan prinsip-prinsip tersebut di atas sebagai dasar pelaksanaannya dalam menjalankan usahanya sehingga dapat dikatakan layak menurut UU perkoperasian khususnya usaha simpan pinjam yang dimaksud.

Dengan memperhatikan strategi koperasi, diharapkan dapat mempengaruhi keputusan anggota khususnya, umumnya masyarakat untuk menjadikan koperasi sebagai wadah yang senantiasa mempertinggi tingkat perekonomian sehingga dapat dikatakan sebagai suatu keunggulan bersaing bagi koperasi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul "Analisis Strategi Koperasi Samakai Dompu Dalam Meraih Keunggulan Bersaing".

TINJAUAN PUSTAKA

Resource-Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) merupakan teori yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu organisasi dapat diperoleh melalui pengelolaan sumber daya internal yang dimiliki secara efektif dan efisien. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Wernerfelt

(1984) dan kemudian diperkuat oleh Barney (1991), yang menyatakan bahwa sumber daya organisasi yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan tidak dapat digantikan (*non-substitutable*) menjadi dasar utama terciptanya keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Dalam konteks Koperasi Samakai Dompus, RBV relevan digunakan untuk menganalisis bagaimana koperasi memanfaatkan kekuatan internalnya, seperti struktur organisasi berbasis anggota, hubungan sosial yang kuat, pengetahuan lokal, dan loyalitas anggota, sebagai sumber daya strategis dalam menghadapi persaingan. Melalui teori ini, strategi yang diterapkan koperasi tidak hanya dilihat dari respons terhadap lingkungan eksternal, tetapi juga dari kemampuan koperasi dalam mengelola dan mengembangkan potensi internal yang unik. Oleh karena itu, RBV menjadi kerangka teoritis yang tepat untuk menjelaskan bagaimana Koperasi Samakai Dompus dapat meraih dan mempertahankan keunggulan bersaing di tengah dinamika ekonomi lokal.

Strategi

Strategi pada dasarnya merupakan seni dalam mengatur langkah untuk mencapai kemenangan, sebagaimana dikemukakan oleh Carl Von Clausewitz (2015:11) bahwa strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan sebuah peperangan, yang mana perang itu sendiri merupakan kelanjutan dari politik. Dalam konteks organisasi atau lembaga, strategi dapat dipahami sebagai cara yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal serta kemampuan internal dan sumber daya yang dimiliki, sebagaimana dijelaskan oleh A. Halim (2015:51). Dengan demikian, strategi menjadi elemen penting dalam menentukan arah dan keberhasilan organisasi dalam menghadapi dinamika lingkungan yang kompetitif.

Menurut Pearce dan Robinson (2015:82), strategi merupakan rencana utama (*grand strategy*) suatu perusahaan yang mencerminkan kesadaran akan waktu, tempat, dan cara yang tepat untuk bersaing dalam menghadapi lawan demi mencapai tujuan tertentu. Sejalan dengan pendapat tersebut, Hendar dan Kusnadi (2002:44) menyatakan bahwa strategi adalah serangkaian cara atau tindakan yang menyeluruh dan berkaitan dengan pelaksanaan gagasan serta perencanaan dalam jangka waktu tertentu.

Koperasi

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang perseorangan atau badan hukum koperasi, yang melandaskan kegiatannya pada prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Definisi ini menegaskan bahwa koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pemenuhan kebutuhan sosial dan budaya anggotanya melalui semangat kebersamaan dan solidaritas.

Sejalan dengan regulasi tersebut, berbagai penelitian dalam tujuh tahun terakhir menyoroti pentingnya penerapan prinsip koperasi dan tata kelola yang baik. Penelitian oleh Wulandari et al. (2024) menunjukkan bahwa ketaatan terhadap prinsip-prinsip koperasi secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan anggota. Sementara itu, Dasuki (2018) menemukan bahwa penerapan Good Corporate Governance dalam koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah dapat meningkatkan transparansi,

akuntabilitas, serta pelayanan kepada anggota. Hal ini menunjukkan bahwa koperasi yang dikelola secara profesional dan berlandaskan nilai-nilai koperasi mampu menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menerapkan strategi secara efektif sehingga menciptakan nilai lebih bagi pelanggan dibanding pesaing. Menurut Kotler dan Armstrong (2003), keunggulan bersaing diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih rendah atau manfaat yang lebih besar meski dengan harga lebih tinggi. Porter (2004) menegaskan bahwa keunggulan bersaing adalah inti kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Keunggulan ini berasal dari perpaduan antara keunggulan perusahaan dan efektivitas organisasi dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan (South, 1981). Penelitian terbaru memperkuat bahwa keunggulan bersaing didasarkan pada pengelolaan sumber daya dan kapabilitas secara optimal (Day dan Wensley, 2019; Wulandari et al., 2023). Sumber daya utama meliputi modal fisik, modal manusia, dan modal organisasi (Barney, 1991).

Terdapat dua strategi utama untuk mencapai keunggulan bersaing: strategi biaya rendah dan strategi diferensiasi produk. Strategi biaya rendah memungkinkan perusahaan menawarkan harga lebih murah, sedangkan strategi diferensiasi memberikan manfaat unik yang dinilai pelanggan bernilai lebih. Keunggulan bersaing juga bergantung pada tiga faktor penting: dasar persaingan (asset, skill, kemampuan), pasar yang dipilih, dan identifikasi pesaing. Keunggulan ini tidak hanya berasal dari keseluruhan perusahaan, tetapi dari berbagai aktivitas seperti desain, produksi, pemasaran, dan pelayanan produk (Hendar & Kusnadi, 2002). Cara mempertahankan keunggulan bersaing meliputi keunggulan operasional (efisiensi dan pengurangan biaya), keunggulan produk dan teknologi (inovasi berkelanjutan), serta kedekatan dengan pelanggan (membangun citra dan solusi sesuai kebutuhan pelanggan). Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa perpaduan ketiga aspek ini adalah kunci sukses mempertahankan posisi kompetitif dalam pasar yang dinamis.

Strategi Bersaing

Persaingan merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan, karena persaingan mempengaruhi ketepatan aktivitas seperti inovasi, budaya organisasi, dan pelaksanaan operasional. Strategi bersaing didefinisikan sebagai upaya untuk mencari posisi yang menguntungkan dalam industri tempat persaingan berlangsung, dengan tujuan mempertahankan posisi tersebut dari tekanan kekuatan persaingan industri (Porter, 2007). Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk bertahan, tetapi juga mampu mengubah aturan persaingan demi kepentingan perusahaan.

Perusahaan dapat mencapai keberhasilan dalam persaingan dengan beberapa cara, antara lain melalui perlindungan pasar domestik yang diatur oleh regulasi, meskipun sifatnya bersifat sementara. Selain itu, strategi bersaing dapat diwujudkan dengan menawarkan produk lengkap, fasilitas, dan suasana yang menarik, sambil memperhatikan faktor sosial, budaya, ekonomi, dan pemilihan lokasi yang strategis. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk bersaing bahkan dengan pesaing yang lebih kuat dengan cara menciptakan nilai tambah yang unik bagi pelanggan dan lingkungan

operasionalnya.

Koperasi Simpan Pinjam (KSP)

Koperasi simpan pinjam adalah salah satu bentuk badan hukum koperasi yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan tujuan memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, dan budaya anggotanya berdasarkan prinsip kekeluargaan dan gotong royong. Bung Hatta dikenal sebagai pelopor pengembangan koperasi di Indonesia, menekankan koperasi sebagai wadah kolektif untuk saling membantu anggota, terutama melalui sistem simpan pinjam sebagai bentuk pembiayaan.

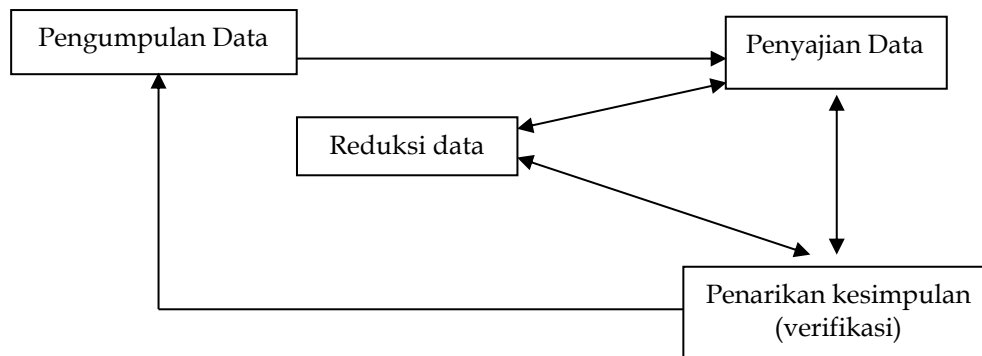
Koperasi simpan pinjam berfungsi menghimpun dana dari anggota melalui simpanan pokok dan simpanan wajib, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman kepada anggota atau masyarakat umum. Sesuai dengan karakteristik lembaga keuangan, koperasi ini mengelola dana tersebut dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan anggota melalui pinjaman lunak tanpa jaminan atau dengan bunga rendah. Sebagai bentuk penguatan, pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM sejak tahun 2007 mengimplementasikan program peneringkatan koperasi untuk menilai kinerja secara kualitatif dan kuantitatif, serta memberikan pelatihan manajemen dan teknis guna meningkatkan profesionalisme koperasi. Hal ini sesuai dengan prinsip koperasi yang menuntut pengelolaan yang transparan dan akuntabel demi keberlanjutan usaha dan manfaat bagi anggota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan pada pengungkapan makna, proses sosial, dan konteks alami (natural setting) sesuai dengan pandangan Sugiyono (2013). Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung terlibat dalam pengumpulan data, sebagaimana dijelaskan oleh Lincoln dan Guba dalam Moleong (1990). Pendekatan ini sering disebut sebagai penelitian studi kasus (embedded qualitative research) yang memungkinkan analisis mendalam terhadap subjek dan konteks penelitian. Lokasi penelitian dipilih di Koperasi "Samakai" Dompu dengan alasan efisiensi biaya, waktu, dan kemudahan akses data.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengurus, karyawan, dan anggota koperasi yang kompeten, serta data sekunder berupa dokumen resmi dan laporan kegiatan yang dikumpulkan dari instansi terkait sebagai pelengkap. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan dengan observasi dan wawancara mendalam, serta penelitian kepustakaan yang melibatkan studi literatur dan dokumentasi terkait koperasi. Analisis data mengikuti model interaktif Milles dan Huberman (1992), yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data untuk menyaring dan mengelompokkan data yang relevan, penyajian data dalam bentuk matriks, grafik, atau narasi untuk memudahkan interpretasi, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan secara kontinu untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan. Proses analisis yang bersifat iteratif ini bertujuan menghasilkan proposisi serta pengayaan teori yang sesuai dengan konteks penelitian.

Gambar.1 Analisis Data : Model Interaktif



Sumber data: Milles & Huberman (analisis data kualitatif : 1992:20)

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Gambaran Objek Penelitian

Koperasi Simpan Pinjam “Samakai” Dompu yang berbadan hukum No. 82/BH/PAD/KWK.23/N1996 Tanggal 21-10-1996 Jalan Pemuda No. 10 Telp. (0373) 21165 Dompu 84211 merupakan koperasi yang dapat mendukung program pemerintah dalam bidang ekonomi, baik Pemerintah Daerah maupun Pusat melalui program pengembangan wilayah, dan mengeluarkan kebijakan baru dibidang perkreditan dengan berkoperasi diseluruh Kabupaten termasuk di Kabupaten Dompu, ini dilaksanakan dalam rangka menopang perekonomian masyarakat karna terbukti bahwa koperasi mampu bertahan dalam persaingan global khususnya dan krisis moneter umumnya yang berkaitan dengan di bidang ekonomi. Bahwa Koperasai di nilai sangat baik dan cocok sebagai lembaga perekonomian rakyat kecil dan menengah serta mempunyai prospek yang cerah untuk di kembangkan. Oleh karena itu Koperasi Simpan Pinjam “Samakai” Dompu sangat berpotensi di kembangkan dengan tujuan untuk menstabilkan perekonomian anggota khususnya, dan masyarakat umumnya.

Koperasi Simpan Pinjam “Samakai” berada di Wilayah Kecamatan Dompu Kabupaten Dompu ini di dirikan pada tanggal 21 Oktober 1996. selanjutnya sesuai dengan anjuran pemerintah guna pemerataan pendapatan rakyat seluruh Indonesia. Dengan dasar hukum pendirian Koperasi Simpan Pinjam “Samakai” adalah berdasarkan UU No. 12 tahun 1967 dan dirubah dengan UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dengan bentuk usaha yaitu, usaha simpan pinjam.

Kegiatan Koperasi Simpan Pinjam “Samakai” Dompu

1. Menghimpun dana dari anggota dalam bentuk simpanan yaitu, berupa simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela dan bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan pinjaman (kredit) berupa uang kepada anggota khususnya dan masyarakat umumnya.

3. Menyediakan pembiayaan bagi anggota berdasarkan prinsip – prinsip koperasi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Undang-Undang koperasi nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian di Indonesia.

Kemandirian Koperasi

Bagi koperasi, kemandirian adalah bagian dari hakikatnya yang sudah terbawa mulai lahir. Dengan demikian, kemandirian merupakan sikap mental untuk berani hidup di atas kaki sendiri tanpa mengandalkan dan tergantung pada orang lain. Kemandirian ini bisa bersifat individual atau sektoral, akan tetapi cirinya adalah kolektif sebagaimana dinyatakan dalam semboyan “satu untuk semua dan semua untuk satu”. Kemandirian tidak berarti harus menolak bantuan berupa fasilitas. Ukurannya adalah bahwa koperasi yang mandiri tetap dapat hidup dan berkembang meskipun tidak ada bantuan dan fasilitas dari luar. (www.unisosdem.org)

Dasar kemandirian adalah kemampuan koperasi itu sendiri. Oleh sebab itu, untuk dapat mandiri koperasi harus menyusun kemampuan dan kekuatannya sendiri yang bersumber pada potensi dari dalam dan kesempatan-kesempatan yang diperoleh dari luar. Ada dua jalur utama yang dapat dipakai sebagai indikator kemandirian, yaitu kemampuan untuk memupuk modal dengan kekuatan sendiri dan kemampuan manajemen untuk mengambil keputusan sendiri. Adanya kerjasama dengan pihak lain dan konsultasi-konsultasi dengan pihak luar tidak mengurangi arti kemandirian menurut indikator-indikator di atas. Dalam hubungan ini maka pengembangan organisasi menurut jalur horisontal dan vertikal sangat menentukan kemampuan dan kekuatan koperasi, karena organisasi bukan hanya sekadar wadah tetapi sebagai modal dasar.

PEMBAHASAN

Konsep Dasar Persaingan Koperasi

Animo masyarakat yang tinggi terhadap produk koperasi telah mendorong pertumbuhan koperasi yang pesat saat ini, yang sekaligus diikuti oleh persaingan yang semakin kompetitif antar koperasi. Sebagai organisasi yang dimiliki oleh para anggotanya, koperasi memiliki peluang besar untuk memanfaatkan kekuatannya, terutama melalui skala ekonomi (*economies of scale*) di pasar serta posisi tawar (*bargaining position*) yang strategis, guna memperkuat daya saingnya dalam menghadapi persaingan tersebut. Menurut Porter (2007), daya saing organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memanfaatkan posisi strategis di tengah lingkungan persaingan industri.

Dalam konteks koperasi, penelitian oleh Suryani dan Wibowo (2022) menunjukkan bahwa koperasi yang berhasil bersaing adalah yang mampu berinovasi dalam layanan dan memiliki manajemen yang efisien serta akuntabel. Hal ini sejalan dengan pernyataan informan, Ramli H.A, selaku Ketua merangkap Manajer Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompus, bahwa untuk dapat unggul dalam persaingan, koperasi harus memiliki strategi yang tepat, meningkatkan pelayanan, serta menerapkan sistem pengelolaan yang transparan. Selain itu, dibutuhkan pula alat bantu berupa Sistem Informasi Manajemen Koperasi yang mampu mengakomodasi kegiatan administrasi, mempercepat pelayanan, serta menghasilkan laporan yang cepat dan akurat untuk mendukung pengambilan keputusan strategis oleh pimpinan koperasi. Saat ini, peranan koperasi tidak lagi terbatas bagi anggotanya saja, namun telah meluas hingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, melihat ketatnya persaingan antar koperasi dalam memberikan

berbagai layanan, masyarakat dituntut untuk lebih jeli dan selektif dalam memilih koperasi yang mampu memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan.

Strategi Koperasi Simpan Pinjam 'Samakai' Dompu Dalam Meraih Keunggulan Bersaing

Bagi koperasi kredit, terbukanya aliran modal yang keluar masuk merupakan indikasi hadirnya pesaing baru dalam pasar keuangan; namun demikian, para pesaing tersebut tetap memiliki keterbatasan dalam menjangkau anggota koperasi secara langsung. Jika koperasi kredit memiliki jaringan yang luas dan tetap membatasi layanannya hanya untuk anggota, maka segmentasi pasar ini akan sulit ditembus oleh pesaing baru. Oleh karena itu, koperasi perlu mengadopsi berbagai strategi dan kebijakan yang lazim digunakan oleh perusahaan non-koperasi untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan wawancara dengan informan, yakni Ramli H.A dan Dyas Kurniawan selaku pengurus Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompu, menunjukkan bahwa koperasi telah memiliki pemahaman mengenai strategi yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing, antara lain melalui peningkatan kualitas pelayanan, penguatan tata kelola organisasi, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung efisiensi dan transparansi operasional:

1. Memahami kekuatan dan kelemahan koperasi dalam sistim pasar

Koperasi Simpan Pinjam 'Samakai' Dompu menghadapi tantangan persaingan dengan perusahaan non-koperasi dalam sistem pasar terbuka. Untuk memenangkan persaingan, koperasi ini menerapkan strategi yang mencakup kemampuan menghadapi ketidakpastian, pemanfaatan peluang pasar sekitar (inter-linkage market), efisiensi biaya transaksi, serta pengawasan dan manajemen mandiri guna menjaga efektivitas dan integritas operasionalnya.

2. Membangun jaringan kerja untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas

Jaringan koperasi adalah bentuk kerjasama antar koperasi yang saling terhubung dalam fungsi produksi, distribusi, dan keuangan. Menurut Ramli HA dan Dyas Kurniawan dari KSP Samakai Dompu, kerjasama ini idealnya berkembang dari lokal ke tingkat nasional dan internasional sesuai prinsip koperasi. Konsep ini didukung oleh Teori Jaringan Sosial dan Ekonomi Kelembagaan yang menekankan pentingnya hubungan dan struktur kelembagaan untuk efisiensi. Penelitian dalam tujuh tahun terakhir menunjukkan bahwa jaringan koperasi meningkatkan ketahanan usaha, akses pasar, daya tawar, dan adaptasi terhadap perubahan pasar, sehingga menjadi strategi penting dalam pemberdayaan koperasi.

3. Memperluas daerah kerja

Untuk memperbesar potensi ekonomi dan memperkuat partisipasi anggota, koperasi primer seperti Simpan Pinjam Samakai Dompu perlu memperluas wilayah kerja dan menguatkan kapasitasnya berdasarkan jumlah anggota. Karena keterbatasan koperasi primer dalam memenuhi kebutuhan anggota, kerjasama dengan koperasi lain melalui integrasi vertikal yaitu penggabungan aktivitas di bawah manajemen bersama koperasi sekunder atau federasi penting dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan

efisiensi. Dalam struktur ini, kekuasaan tetap di koperasi primer melalui rapat anggota, sementara koperasi tingkat atas memiliki otonomi mengelola organisasi bawahannya.

Jika integrasi vertikal kurang memadai, jaringan kerjasama antar koperasi sejenis dapat dibentuk dengan syarat adanya kebutuhan bersama yang nyata dan kemampuan yang seimbang antar koperasi (Rahman & Lestari, 2021). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa koperasi yang mengadopsi integrasi dan jaringan kerjasama memiliki daya saing lebih tinggi, efisiensi yang lebih baik, serta pelayanan anggota yang optimal (Fitriani et al., 2022; Rachmawati & Riyanto, 2020). Oleh karena itu, pengembangan koperasi melalui integrasi dan kerjasama menjadi strategi penting untuk memperkuat koperasi primer dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

4. Membangun keterkaitan Antar Tingkat

Menurut Ramli H.A dan Dyas Kurniawan, meskipun integrasi vertikal bertujuan untuk efisiensi dan optimalisasi koperasi, tujuan penting lainnya adalah membangun struktur organisasi koperasi yang kuat dan kokoh dengan pembagian tugas sesuai tingkat yang paling efisien, yakni kegiatan yang cocok dilaksanakan di tingkat bawah sebaiknya dilakukan di bawah, dan sebaliknya. Namun, struktur bertingkat ini sering menimbulkan birokrasi dan biaya tinggi sehingga menurunkan daya saing koperasi. Penyebab utamanya adalah kelemahan koperasi primer yang belum kuat dan pendirian koperasi sekunder yang prematur, sehingga fungsi integrasi menjadi kurang efektif. Untuk mengatasi hal ini, koperasi primer harus diperkuat secara fisik dan mental, sementara koperasi sekunder harus benar-benar menjadi perpanjangan tangan koperasi primer dengan manajemen yang tangguh. Penting pula menjaga keseimbangan kepemilikan dan manajerial antar tingkat organisasi, kelancaran komunikasi, manfaat nyata koperasi sekunder bagi primer, serta hubungan kerja yang berlandaskan hukum dan prinsip koperasi. Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompus berpegang pada prinsip koperasi seperti keanggotaan terbuka, pengelolaan demokratis, pembagian hasil usaha yang adil, kemandirian, pendidikan koperasi, dan kerjasama antar koperasi, serta selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan untuk meraih keunggulan.

5. Hambatan-Hambatan/Tantangan

Sekretaris Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompus menyatakan bahwa salah satu hambatan utama dalam meraih keunggulan bersaing adalah rendahnya kesadaran anggota untuk memenuhi kewajiban sebagai pemilik dan pelanggan, yang berpotensi menimbulkan pelanggaran aturan dan menghambat pencapaian tujuan koperasi. Kesadaran anggota dianggap sebagai faktor kunci keberhasilan koperasi, sehingga dibutuhkan strategi khusus agar koperasi dapat berjalan maksimal. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah adanya anggota yang kurang aktif berkoperasi dan persaingan dari koperasi serta usaha non-koperasi yang menawarkan produk serupa, yang menjadi rintangan dalam memperkuat posisi Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompus.

SIMPULAN

Berdasarkan sumber informasi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa Koperasi

Simpan Pinjam Samakai Dompu dapat meraih keunggulan bersaing karena didorong oleh animo masyarakat yang tinggi terhadap koperasi sebagaimana informasi dari sumber yang peneliti peroleh. Agar koperasi dapat unggul, karena koperasi memiliki persaingan disamping Memahami Kekuatan dan kelemahan Koperasi dalam sistim Pasar, **Membangun Jaringan Kerja Koperasi untuk Meningkatkan Daya Saing dan Produktifitas Koperasi**, **Memperluas** daerah kerja, **Membangun Keterkaitan Antar Tingkat** yang diantaranya adalah melalui pembaharuan produk, peningkatan pelayanan dan pengelolaan koperasi yang transparan. Pemerintahpun memberikan berbagai paket dengan berbagai macam bantuan demi menunjang kestabilan persaingan.

Persaingan koperasi juga ada dalam berbagai bidang. Seperti bidang komoditi impor, perdagangan bebas, pada otonomi daerah dan pada era krisis yang mempengaruhi struktur ekonomi nasional. Karena hal ini juga, maka koperasi Pengurus dan pengelola Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompu dihadapkan pada situasi sulit dapat berkembang. Maka harus disiapkan koperasi yang mandiri. Yang biasanya bersemboyan "1 untuk semua, semua untuk 1". Solusinya untuk tingkat persaingan yang tinggi ini sebagaimana dilansir Ketua Pengurus Koperasi Simpan Pinjam Samakai Dompu bahwa persaingan bisa dibatasi oleh para pelaku usaha dengan meningkatkan kemampuan diri untuk dapat menangkap setiap peluang pasar yang ada.

KONTRIBUSI

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan menegaskan bahwa integrasi dan jaringan koperasi sangat vital untuk memperkuat koperasi primer, meningkatkan efisiensi, dan memperluas akses pasar. Penguatan koperasi primer dan kesadaran anggota menjadi kunci sukses, sementara tantangan seperti persaingan usaha non-koperasi perlu diatasi. Rekomendasi tata kelola koperasi yang transparan dan demokratis juga dihasilkan. Temuan ini bermanfaat bagi pengurus dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan koperasi yang lebih kuat dan berdaya saing.

Referensi

- A.Halim, 2015. *Strategi Pemasaran*. Sumber; <http://www.com.2015/02/10.html>
- A Pit, 1996. *productivitas and seroice quality*, Pretice Hall, Singapore. (Penerjemah: Muhammad Shobaruddin), Rineka Cipta, Jakarta.
- Barney, 1991. *Pelayanan Terpadu*. Karunia, Jakarta
- Carl Von Clausewitz, 2015. *Strategi*. Sumber; <http://www.com/2015/02/10.html>
- Day dan Wensley, 1988. *Budaya Kerja: Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Kondusif Untuk Meningkatkan Produktifitas Kerja*, Golden Tedvon Press, Jakarta.
- Hendar Dan Kusnadi, 2002. *Ekonomi Koperasi*. FE-UII Jakarta
- Lincoln dan Guba, Moleong, 1990. *Prosedur Penelitian Kualitatif*. Pustaka Binaman, Presindo, Jakarta.
- Michael E, Porter. 2004. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Miles dan Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif*, PT. Raja Grafindo Persada
- Pearcedan Robinson, 2015. *Seputar Pengetahuan Strategi*. <http://www.com/2015/02/10.html>

- Philip, Kotler dan Gary Armstrong, 2003. Manajemen Pemasaran Erlangga. Jakarta*
- Rumelt dan Porter, 1984. Kebijakan Kinerja Karyawan, Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Menjelang Perdagangan Bebas Dunia, BPFE, Yogyakarta.*
- Setiadi, 2003. Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta: Bumi Aksara*
- South, 1981. Dasar-Dasar Organisasi, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.*
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta Bandung*