

IMPLIKASI PRODUKSI KOPI TERHADAP PENDAPATAN ANGGOTA KOPERASI (STUDI KASUS PADA KSU AMUNGME GOLD COFFEE DI KABUPATEN MIMIKA)

Anna E. M. Tuwaidan¹
Mesak Iek²
mesakiek@feb.uncen.ac.id
Risky Novan Ngutra³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis lebih dalam pelaksanaan program di koperasi KSU Amungme Gold Coffee, mengetahui dan menganalisis pengaruh keberadaan Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (anggota koperasi), untuk mengetahui dan menganalisis Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee. Metode analisis, untuk menjawab permasalahan pertama penulis menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, menjawab permasalahan menggunakan alat analisis pendapatan, dan menjawab permasalahan ketiga penulis menggunakan alat analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 7 program yang sudah ditetapkan oleh anggota KSU Amungme Gold Coffee yang hanya di jalankan untuk 2 program di tahun 2017. Berdasarkan rata-rata pendapatan anggota KSU Amungme Gold Coffee di atas rata-rata pendapatan per kapita masyarakat di Kabupaten Mimika. Hasil faktor internl IFAS dan faktor eksternal EFAS didapatkan nilai SO 3,96 disusul nilai ST 3,78 WO 3,59 dan WT 3,41 dan KSU Amungme Gold Coffee ada pada kuadran 1 menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi KSU Amungme Gold Coffee tersebut.

Kata Kunci: Produksi Kopi, Koperasi, Pendapatan Anggota Koperasi

PENDAHULUAN

Koperasi dan UKM merupakan bagian integral dunia usaha nasional, mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting serta strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi serta memecahkan masalah ekonomi pada khususnya. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan atas asas kekeluargaan, dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang perkoperasian, maka tersirat suatu harapan bahwa koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sekaligus sebagai bagian yang tidak dipisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Keberadaan koperasi bertujuan sebagai wadah untuk mewujudkan kesejahteraan bersama bagi seluruh masyarakat Indonesia, sejalan dengan nilai yang terkandung dalam pasal 33 ayat 1 Undang-Undang Dasar Tahun 1945 bahwa “Perekonomian Indonesia disusun secara usaha bersama dan berdasarkan asas kekeluargaan”. Kemudian dipertegas dalam penjelasan

¹ Alumni Magister Ilmu Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Uncen

² Staf Pengajar Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Uncen

³ Staf Pengajar Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Uncen

Undang-Undang Tahun 1945 pasal 33 ayat 1 bahwa “Bangun perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi”.

Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee merupakan salah satu koperasi yang didirikan pada tahun 1997 atas inisiatif seorang wanita bernama Caroline Gook dengan tujuan membangun tatanan perekonomian untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan anggota KSU pada khususnya dan masyarakat Kabupaten Mimika pada umumnya. Langkah yang dilakukan oleh pendiri KSU Amungme Gold Coffee salah satunya adalah memperkenalkan produk kopi yang ada di Kabupaten Mimika diantaranya adalah kopi hasil produksi asli para petani kopi dari suku Amungme.

Penerbitan Badan hukum KSU Amungme Gold Coffee pada tahun 2013 dengan nomor badan hukum: 362/BH/DISKOPERINDAK/II/2013 untuk mengelolah penjualan kopi kemasan Amungme Gold. KSU Amungme Gold Coffee beralamat di kantor HAD Basecamp Timika dengan jumlah anggota KSU Amungme Gold Coffee hingga tahun 2018 berjumlah 92 orang. Daerah kerja KSU Amungme Gold Coffee dari tahun ke tahun semakin meluas di Kabupaten Mimika yaitu Distrik Tembagapura, meliputi 4 (empat) desa di dataran tinggi yaitu desa Tsinga, desa Hoesa, desa Aroanop, dan desa Opitawak.

Untuk meningkatkan pendapatan koperasi KSU Amungme Gold Coffee melakukan berbagai program kerja diantaranya melakukan hubungan kerjasama dengan Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Mimika dalam rangka pembinaan kapasitas pengurusan koperasi KSU Amungme Gold Coffee mengenai arus perdagangan kopi dalam hal ini pengenalan pascapanen kopi dan pemasarannya. KSU Amungme Gold Coffee juga melakukan hubungan kerja dengan Dinas Koperasi Kabupaten Mimika dalam melakukan kegiatan promosi kopi se Provinsi Papua yang dilaksanakan di Timika. Dengan kerjasama yang dilakukan oleh KSU Amungme Gold Coffee antara lain untuk meningkatkan pendapatan koperasi dalam hal kesejahteraan anggota koperasi.

Permasalahan yang dihadapi oleh KSU Amungme Gold Coffee adalah tidak mempunyai modal sendiri. Modal yang didapat oleh KSU Amungme Gold Coffee yaitu dengan bantuan subsidi dari PT Freeport Indonesia. Dengan bantuan dari PT Freeport Indonesia koperasi KSU Amungme Gold Coffee dapat mengembangkan penanaman dan budi daya tanaman kopi. Pada tahun 2007 KSU Amungme Gold Coffee melakukan penjualan kopi mentah (*green beans coffee*) sehingga profit inilah yang menjadi penambahan modal bagi KSU Amungme Gold Coffee.

Subsidi PT FI masih terus dilakukan untuk mengembangkan KSU Amungme Gold Coffee, namun anggota KSU Amungme Gold Coffee manargetkan tingkat penjualan dengan terus melakukan pemasaran produk kopi untuk meningkatkan pendapatan koperasi. Hal ini dilakukan untuk mengurangi subsidi dari PT FI hingga 0 (nol) rupiah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan program di Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee?
2. Seberapa besar pengaruh keberadaan Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (anggota koperasi)?
3. Kendala apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan program pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis lebih dalam pelaksanaan program di koperasi KSU Amungme Gold Coffee.
2. Menganalisis pengaruh keberadaan Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (anggota koperasi).

3. Menganalisis Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee.

Kegunaan Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Memberikan tambahan referensi bagi civitas akademika, baik bagi peneliti umum, maupun yang berasal dari Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan.
2. Memberikan tambahan informasi kepada peneliti selanjutnya, terkait dengan kajian yang sama berkaitan dengan Implikasi Produksi Kopi Terhadap Pendapatan Anggota Koperasi.
3. Bagi Pemerintah, sebagai bahan masukan untuk pengembangan koperasi-koperasi di Kabupaten Mimika untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee di Kabupaten Mimika. Penelitian dilakukan di daerah tersebut dengan pertimbangan: pertama, adanya permasalahan untuk diteliti sebagaimana telah dikemukakan pada bab terdahulu; kedua, Koperasi Serba Usaha (KSU) Amungme Gold Coffee merupakan satu-satunya produsen penghasil kopi terbaik yang ada di wilayah Kabupaten Mimika; ketiga, salah satu percontohan proyek penerapan yang dilakukan oleh KSU Amungme Gold Coffee yang terbilang sukses, banyak mendapatkan perhatian dan tanggapan positif dari masyarakat setempat dan pemerintah daerah. Waktu yang ditempuh untuk melakukan penelitian survei di tahun 2015, pengumpulan data sumber referensi dan data KSU Amungme Gold Coffee di tahun 2016, tahun 2017 mulai melakukan penggarapan dan tahun 2018 perencanaan ujian proposal dan ujian tahap akhir.

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam angka atau bilangan seperti jumlah produk kopi, jumlah penjualan, jumlah pendapatan dan lain-lain.
2. Data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata atau uraian kalimat seperti program dan kebijakan KSU Amungme Gold Coffee dan lain-lain.

b. Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu:

1. Sumber primer, yaitu sumber yang diperoleh langsung dari responden atau target pengamatan, yakni manajemen dan anggota KSU Amungme Gold Coffee.
2. Sumber Sekunder, yaitu sumber yang sudah diolah berupa laporan, jurnal, referensi buku maupun dokumen yang diperoleh dari KSU Amungme Gold Coffee dan juga pihak-pihak terkait lainnya.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota KSU Amungme Gold Coffee berjumlah 92 orang.

b. Sampel

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *Quota Sampling*. Dalam teknik ini, penulis memilih beberapa orang yang dianggap bisa mengetahui dan menjawab semua

permasalahan dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang diambil dari populasi yaitu 92 orang anggota KSU Amungme Gold Coffee.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu:

- a. Penelitian pustaka (*library research*) adalah penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku, jurnal, tesis terdahulu dan lain sebagainya yang berhubungan dengan judul penelitian yang dibahas.
- b. Penelitian lapangan (*field research*) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti langsung terjun ke objek yang diteliti, melalui:
 1. Observasi, artinya sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dilakukan terhadap kegiatan operasi KSU Amungme Gold Coffee.
 2. Kuesiner (angket), adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan-pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau jawaban pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Angket dalam penelitian ini memuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pelaksanaan program KSU Amungme Gold Coffee dan dampak dari program tersebut terhadap tingkat pendapatan sebagai anggota koperasi.
 3. Interview (wawancara), yakni melakukan tanya jawab secara langsung kepada berbagai pihak, yaitu manajemen KSU Amungme Gold Coffee dan anggota koperasi untuk menggali informasi yang lebih dalam terkait dengan permasalahan yang diteliti.

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Untuk menganalisis permasalahan pertama penulis menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data berdasarkan sumber yang sudah diolah dan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data (sampel atau populasi) sebagaimana adanya, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (*generalisasi*).
- b. Untuk menganalisis permasalahan kedua penulis menggunakan analisis pendapatan (Muthia Rafli, 2013) dengan rumus:

$$Y = P \cdot Q$$

Keterangan:

Y = Pendapatan anggota koperasi

P = Harga kopi

Q = Jumlah produksi kopi permusim panas
(Tiens Indonesia:

- c. Untuk menganalisis permasalahan yang ketiga penulis menggunakan alat analisis SWOT. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi

eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain.

Selanjutnya Fredi Rangkuti (2004:18) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*).

Unsur-unsur SWOT adalah Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*weakness*), Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Threats*). Faktor eksternal dan internal Menurut (Irham Fahmi, 2013:260) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu: Faktor eksternal, ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Faktor internal, ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan.

Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

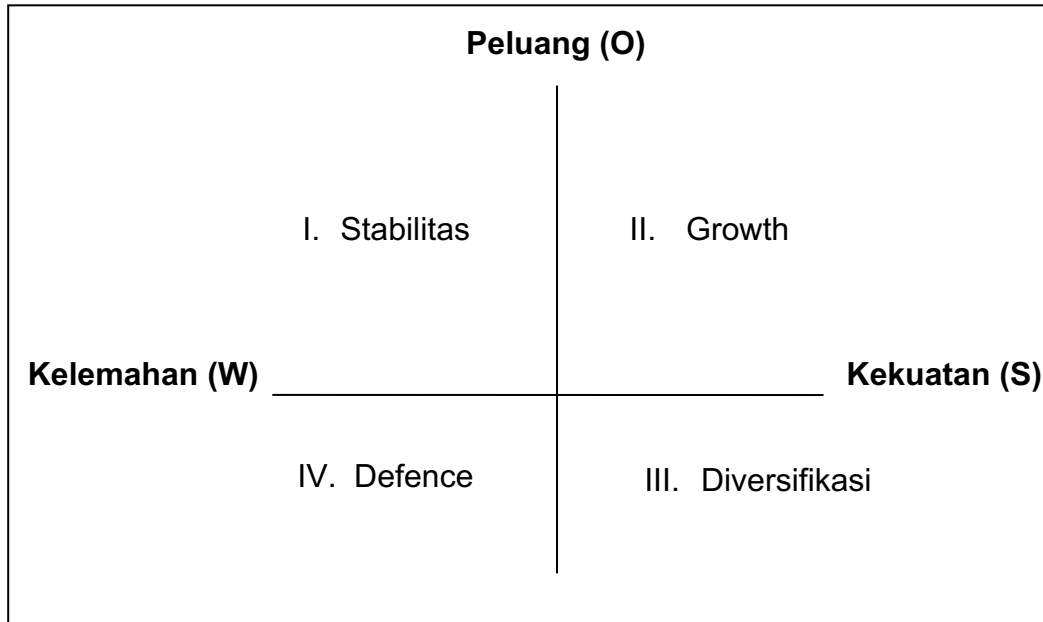
Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksterna IEFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*).

Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

Untuk alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis. Berikut ini adalah diagram Cartesius Analisis SWOT:

Gambar 1.

Diagram Cartesius Analisis SWOT



Sumber : Fredi Rangkuti (2004:18) **Ancaman (T)**

Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman dengan tabel penolong diagram matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 1.

Diagram Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH(S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 kelemahan internal
EFAS		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGISO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGIWO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STARAEGIST Ciptakan strategi yang Menggunakan kekuatan Untuk Mengatasi ancaman	STRATEGIWT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Fredi Rangkuti (2004:18)

Strategi SO (*Strength-Opportunities*) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. Strategi ST (*Strenghts-Threats*) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (*Weknesses-Opportunities*) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT (*Weknesses-Threats*) strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Dalam bukunya (freddy Rangkuti, 2004:153) Keberhasilan suatu strategi yang telah ditetapkan sangat ditentukan oleh seberapa besar tingkat kesesuaian strategi tersebut dengan perubahan lingkungan, pesaing, serta situasi organisasi faktor-faktor dalam merumuskan strategi: dalam kondisi posisi persaingan yang kuat, membangun kekuatan kompetitif.

Defenisi Operasional

Untuk menghindari agar pembahasan tidak keluar dari pokok permasalahan, maka variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Program KSU Amungme Gold Coffee, adalah program kerja yang telah disusun oleh KSU Amungme Gold Coffee
- b. Pendapatan adalah nilai kerja anggota KSU Amungme Gold Coffee yang diukur dengan uang.
- c. Koperasi adalah usaha bersama untuk meningkatkan kebutuhan bersama di KSU Amungme Gold Coffee.
- d. Pemasaran adalah cara-cara yang digunakan oleh KSU Amungme Gold Coffee untuk menjual produk kopi Amungme Gold.
- e. Distribusi adalah pemindahan produk kopi Amungme Gold dari tempat produksi, Agen sampai dengan pengecer dan pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pelaksanaan Program KSU Amungme Gold Coffee

Berdasarkan hasil studi lapangan yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini program-program kerja yang dilakukan oleh KSU Amungme Gold Coffee di tahun 2017, antara lain:

a. Pemantapan Keuangan/Financial Koperasi KSU Amungme Gold Coffee

Dari hasil studi melalui bedah buku laporan pertanggungjawaban tahun 2017 untuk laporan di tahun 2016 menunjukkan bahwa tiak ada perubahan peningkatan kenaikan keuangan pada KSU Amungme Gold Coffee di tahun 2015 an 2016. Dengan perbandingan laporan keuangan sebagai berikut:

Tabel 2.

Laporan Keuangan Kas dan Ban KSU Amungme Gold Coffee

No	Uraian	2015	2016
1	Saldo Awal Kas dan Setara Kas	Rp. 876,808,636	Rp. 1,281,429,597
2	Penerimaan Kas dan Setara Kas	Rp. 7,580,686	Rp. 73,577,178
3	Pengeluaran Kas dan Setara Kas	Rp. 10,097,638	Rp. 552,471,193
4	Arus Kas Bersih	(Rp. 2,516,952)	(Rp. 478,894,015)
5	Saldo Akhir Kas dan Setara Kas	Rp. 874,291,684	Rp. 802,535,582

Sumber: KSU Amungme Gold Coffee, 2017

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa di tahun 2015 saldo awal kas dan setara kas yang tersimpan di bank sebesar Rp. 876,808,636 dikurangi dengan arus kas bersih yang mengalami mines (-) sebesar Rp.2,516,952 sehingga kas yang tersimpan di bank untuk tahun 2015 sebesar Rp. 874,291,684. Pada tahun 2016 saldo awal kas dan setara kas yang tersimpan di bank sebesar Rp. 1,281,429,597 dikurangi dengan arus kas bersih yang mengalami mines (-) dengan nilai sebesar Rp. 478,894,015 sehingga saldo akhir di tahun 2016 sebesar Rp. 802,535,582. Hal ini menunjukkan bahwa biaya arus kas bersih yang digunakan oleh KSU Amungme Gold Coffee di tahun 2016 lebih besar dari tahun 2015 dengan demikian tidak ada pematangan financial yang dilakukan oleh manajemen KSU Amungme Gold Coffee.

b. Pelatihan Manajemen Koperasi Kerjasama Lembaga Mitra

Untuk meningkatkan pendapatan koperasi KSU Amungme Gold Coffee melakukan berbagai program kerja diantaranya melakukan hubungan kerjasama dengan Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Mimika dalam rangka pembinaan dan pelatihan terkait dengan kapasitas pengurusan koperasi KSU Amungme Gold Coffee mengenai arus perdagangan kopi dalam hal ini pengenalan pascapanen kopi dan pemasarannya. KSU Amungme Gold Coffee juga melakukan hubungan kerja dengan Dinas Koperasi Kabupaten Mimika dalam melakukan pelatihan dan kegiatan, salah satunya adalah kegiatan promosi kopi se Provinsi Papua yang dilaksanakan di Timika. Dengan kerjasama yang dilakukan oleh KSU Amungme Gold Coffee antara lain untuk meningkatkan pendapatan koperasi dalam hal kesejahteraan anggota koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa ada peningkatan pada program pelatihan manajemen koperasi kerjasama lembaga mitra.

c. Pelatihan Sistem Permodalan Koperasi

Dari hasil studi yang dilakukan tidak ada pelatihan sistem permodalan koperasi KSU Amungme Gold Coffee di tahun 2016. Hasil ini menunjukkan bahwa program ini tidak terlaksana.

d. Pembangunan Sarana Infrastruktur Pabrik dan Kantor Koperasi di Timika.

Untuk program pembangunan sarana infrastruktur pabrik dan kantor koperasi di Timika, yang direncanakan oleh KSU Amungme Gold Coffee bangunan milik sendiri sesuai dengan program kerja 2017. Dari hasil studi lapangan yang dilakukan penulis, kantor dan pabrik pengolahan kopi KSU Amungme Gold Coffee masih menggunakan gedung sewa (pinjam).

e. Pengadaan Unit Kendaraan Koperasi

Program pengadaan unit kendaraan koperasi di tahun 2016 tidak terlaksana. Hal ini menunjukkan bahwa dari hasil pelaporan keuangan tidak ada pengadaan kendaraan di tahun 2016.

f. Perekrutan Tenaga Administrasi Koperasi

Perkrukan tenaga administrasi dan anggota koperasi KSU Amungme Gold Coffee di tahun 2016 terlaksana. Jumlah anggota koperasi di tahun 2015 berjumlah 53 orang meningkat di tahun 2016 menjadi 92 orang.

g. Peningkatan Kerjasama dengan Koperasi Dekanat Paniai dan Kopermas Jagara Walesi Wamena serta Baiem Arabica (KBA)

Program Peningkatan Kerjasama dengan Koperasi Dekanat Paniai dan Kopermas Jagara Walesi Wamena serta Baiem Arabica (KBA) berjalan sesuai kontrak kerjasama antara koperasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa program ini tercapai dengan baik.

Analisis Pendapatan Anggota Koperasi KSU Amungme Gold Coffee

Hasil survei yang dilakukan di kantor KSU Amungme Gold Coffee menunjukkan bahwa hasil panen kopi dalam 1 tahun di tahun 2016 sebanyak 3 kali dengan total panen sebesar 500 ton atau 500,000 Kg. Produk kemasan bubuk kopi Amungme Golf yang diproduksi oleh KSU Amungme Gold Coffee pada tahun 2016 sebanyak 2000 kemasan dengan berat bersih 250 gram, serta harga perkemasannya di patok Rp. 135.000. maka dapat dihitung pendapatan KSU Amungme Gold Coffee sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= P \cdot Q \\
 &= \text{Rp. } 135,000 \times 2000 \text{ Produk} \\
 &= \text{Rp. } 270,000,000
 \end{aligned}$$

Dapat dijelaskan bahwa pendapatan koperasi KSU Amungme Gold Coffee berdasarkan jumlah 2000 kemasan produk kopi Amungme Gold bubuk di tahun 2016 sebesar Rp. 270,000,000.

Di dalam Undang-Undang Koperasi No. 25 Tahun 1992 pasal 5 ayat 1 mengatakan bahwa “Pembagian SHU dilakukan kepada anggota semata-mata berdasarkan modal yang dimiliki seseorang dalam koperasi, tetapi juga berdasarkan pertimbangan jasa usaha anggota terhadap koperasi. Ketentuan ini merupakan perwujudan kekeluargaan dan keadilan”.

Dalam AD/ART koperasi telah ditentukan pembagian SHU sebagai berikut: Cadangan koperasi 40%, jasa anggota 40%, dana pengurus 5%, dana karyawan 5%, dana pendidikan 5%, dana sosial 5%, dana pembangunan lingkungan 5%. Maka dapat ditentukan SHU sebagai berikut:

Tabel 3.
Operasional Hasil Usaha Koperasi

No	Keterangan	Presentasi	SHU
1	Cadangan Koperasi	40%	Rp 108.000.000
2	Jasa Anggota	40%	Rp 108.000.000
3	Dana Pengurus	5%	Rp 10.800.000
4	Dana Karyawan	5%	Rp 10.800.000
5	Dana Pendidikan	5%	Rp 10.800.000
6	Dana Sosial	5%	Rp 10.800.000
7	Dana Pembangunan Lingkungan	5%	Rp 10.800.000
Total			Rp 270.000.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan laporan KSU Amungme Gold Coffee Kewajiban dana ini belum atau tidak diterapkan selama masa tahun buku 2016, namun hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan yang seharusnya di dapat oleh anggota koperasi KSU Amungme Gold Coffee dari penjualan 2000 kemasan serbuk kopi Amungme Gold dengan total pendapatan Rp. 270,000,000. Maka dari 92 anggota koperasi harus mendapatkan jasa dari Sisa Hasil Usaha (SHU) sebagai berikut:

Dari total jasa anggota sebesar Rp. 108,000,000 dibagi kepada 92 anggota koperasi KSU Amungme Gold Coffee sesuai dengan besaran penanaman modalnya.

Analisis Kendala-Kendala yang Dihadapi KSU Amungme Gold Coffee

a. Perhitungan Bobot Internal dan Eksternal

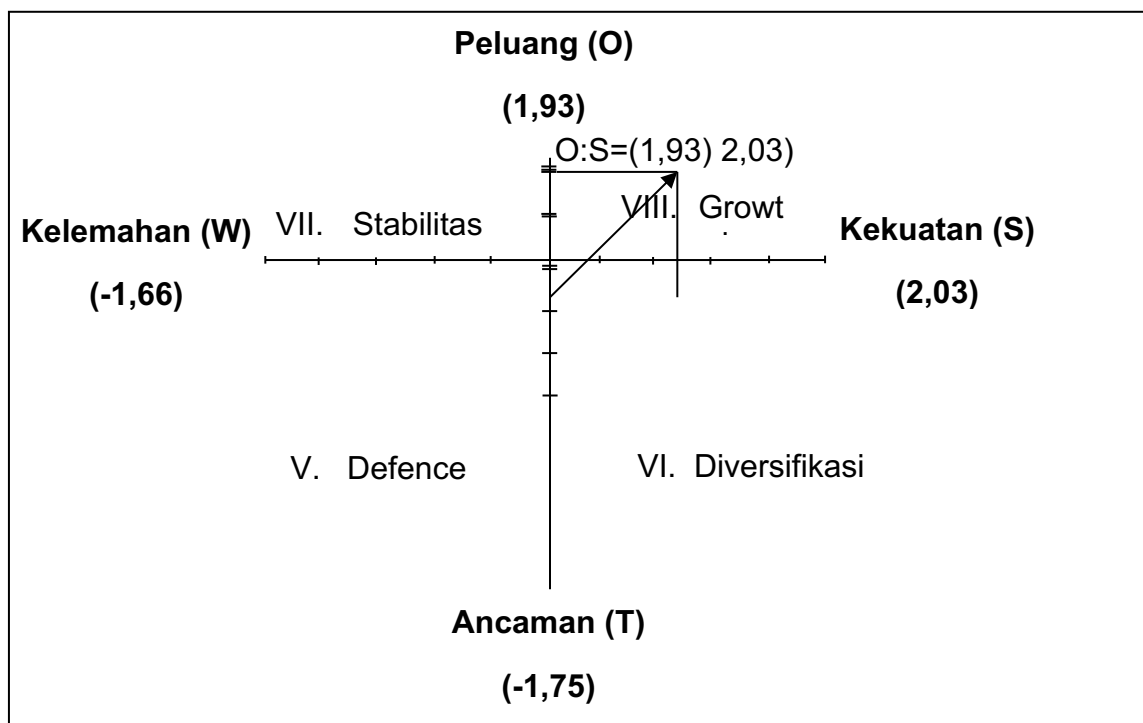
Hasil perhitungan bobot faktor internal dan eksternal pada tabel menyajikan Matrik *Internal Faktor Analisis Summary* (IFAS) dan Matrik *Eksternal Faktor Analisis Summary* (EFAS). Dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada 92 orang anggota koperasi KSU Amungme Gold Coffee, maka tabulasi data dapat dilihat pada lampiran. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa faktor internal kekuatan dan kelemahan mendapatkan total perhitungan dari setiap indikator dengan nilai bobot kekuatan 0,53 dan total nilai skor 2,03 dan pada kelemahan mendapatkan total nilai bobot 0,47 serta nilai skornya 1,66. Secara keseluruhan nilai bobot untuk peluang dan ancaman 1,00 dengan total nilai skornya 3,69.

Analisis factor internal menggunakan tabel EFAS digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal hasil analisa dalam kerangka peluang, ancaman nilai bobot dan ratingnya yang berada dalam tabel. Dari hasil pada faktor eksternal peluang dan ancaman mendapatkan total perhitungan dari setiap indikator dengan nilai bobot peluang 0,51 dan total nilai skor 1,93 dan pada ancaman mendapatkan total nilai bobot 0,49 serta nilai skornya 1,75. Secara keseluruhan total nilai bobot untuk faktor eksternal peluang dan ancaman 1,00 dan total skornya 3,68.

b. Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Setelah di identifikasi hasil dari faktor internal dan faktor eksternal, kemudian dibuatkan kedalam diagram *cartesius* analisis SWOT pada gambar 5.3 yang di dapat dari matrik IFAS dan matrik EFAS. Data yang di masukan yaitu total dari perkalian antara (rating x bobot). Berikut gambaran dari tahapan pencocokan yang digunakan matriks SWOT.

Gambar 2.
 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2018

c. Matriks SWOT

Nilai total dari matrik IFAS dan matrik EFAS di gambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Setelah didapatkan hasil rumusan kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT dari lingkungan internal dan eksternal pada tabel di atas. Setelah didapatkan hasil rumusan kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT dari lingkungan internal dan eksternal pada tabel di atas. Rumusan alternatif strategi merupakan suatu alternatif yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini kombinasi strategi matrik yang di dapat dari indikator dan dilakukan penggabungan pada faktor internal dan eksternal kombinasi, hasilnya bisa dilihat dari lampiran 5 Kombinasi Strategi Matriks SWOT.

d. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi SO

Setelah melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh KSU Amungme Gold Coffee dapat meningkatkan strategi pemasaran di perusahaan dengan memaksimalkan kekuatan yang ada agar perusahaan dapat melihat peluang yang ada untuk memanfaatkan peluang untuk memperluas pemasaran pada KSU Amungme Gold Coffee dengan memaksimalkan lokasi yang strategis dalam pelayanan yang baik, memiliki gedung sendiri menjadikan peluang pelanggan potensi, memberikan harga terjangkau kopi Amungme Gold demi meningkatnya kegiatan bisnis, menjalin hubungan baik pada mitra kerja dengan berkembangnya bisnis yang semakin meluas dan menambahkan cabang untuk memenuhi pertumbuhan bisnis *on line*.

e. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi WO

Dari kelemahan dan peluang yang dimiliki oleh KSU Amungme Gold Coffee dapat disusun strategi dengan meminimalkan kekuatan yang ada sehingga koperasi dapat merebut peluang yang ada dan untuk meningkatkan strategi pemasaran pada KSU Amungme Gold Coffee dengan melakukan pelatihan kepada 92 orang anggota koperasi agar menghasilkan tenaga kerja yang terampil, memperluas dan meningkatkan promosi yang dapat menarik minat pelanggan, meningkatkan pendistribusian dalam pengiriman dengan waktu yang tepat dan meningkatkan pelayanan baik secara langsung maupun *on-line*.

f. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi ST

Dilihat dari kekuatan dan ancaman KSU Amungme Gold Coffee menggunakan kekuatannya untuk mengatasi terjadinya ancaman yang datang dari luar dengan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak, memberikan fasilitas dan harga terjangkau untuk para konsumen, melakukan kerja sama yang baik, untuk memuaskan konsumen dan banyaknya cabang menjadi satu alasan persaingan tarif.

g. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi WT

Pada kelemahan dan ancaman yang ada pada perusahaan harus bisa meminimalkan kelemahan internal untuk menghindari ancaman dari segi lingkungan muncul dengan pemilihan tempat-tempat penjualan kopi Amungme Gold yang strategis agar dapat bersaing dengan produk-produk kopi yang ada di Kabupaten Mimika maupun diluar dari Kabupaten Mimika, melakukan perbaikan promosi yang inovatif dalam meningkatkan produk kopi Amungme Gold, memberikan pelayanan yang maksimal dan harga yang terjangkau, menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan membangun cabang yang lebih luas demi persaingan yang tinggi.

h. Usulan Strategi Pemasaran

Setelah melakukan Kombinasi strategi matriks SWOT selanjutnya membuat analisis model kuantitatif sebagai dasar jumlah nilai skor pada tiap-tiap faktor yang ada pada masing-masing

strategi SO, ST, WO, dan WT. KSU Amungme Gold Coffee perlu memanfaatkan strategi *strength* dan *opportunities* (SO) yang mempunyai skor tertinggi 3.96, kemudian peringkat kedua diikuti *strength* dan *treaths* (ST) 3.78 dan selanjutnya *weakness* dan *opportunities* (WO) 3.59, yang terakhir dan *treaths* (WT) 3.41. Strategi yang mempunyai nilai tertinggi yaitu SO dengan cara memanfaatkan lokasi strategis untuk penjualan kopi Amungme Gold yang bisa mendapatkan peluang layanan kiriman secara cepat dan akurat, memiliki gedung sendiri menjadikan peluang pelanggan potensi, memberikan harga terjangkau demi meningkatnya kegiatan bisnis, menjalin hubungan baik pada mitra kerja dengan berkembangnya bisnis yang semakin meluas dan menambahkan cabang untuk memenuhi pertumbuhan bisnis *online*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil analisis dari penelitian yang dilakukan oleh penulis:

- a. Program kerja KSU Amungme Gold Coffee tahun 2017 diantaranya: pemantapan keuangan/financial koperasi KSU Amungme Gold Coffee, pelatihan manajemen koperasi kerjasama lembaga mitra, pelatihan sistem permodalan koperasi, pembangunan sarana infrastruktur pabrik dan kantor koperasi di timika, pengadaan unit kendaraan koperasi, perekrutan tenaga administrasi koperasi, peningkatan kerjasama dengan Koperasi Dekenat Paniai dan Kopermas Jagara Waleli Wamena serta Baiem Arabica (KBA). Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 7 program yang sudah ditetapkan oleh anggota KSU Amungme Gold Coffee yang hanya di jalankan untuk 2 program di tahun 2017, diantaranya adalah pelatihan sistem permodalan koperasi, peningkatan kerjasama dengan Koperasi Dekenat Paniai dan Kopermas Jagara Waleli Wamena serta Baiem Arabica (KBA).
- b. Hasil Analisis menunjukkan bahwa pendapatan yang seharusnya di dapat oleh 92 anggota koperasi KSU Amungme Gold Coffee dari SHU periode tahun berjalan sebesar Rp. 543,478. Dibandingkan dengan pendapatan per kapita di Kabupaten Mimika pada tahun 2017 sebesar Rp. 549.500. Maka pendapatan anggota KSU Amungme Gold Coffee masih dikatakan makmur karena pendapatannya masih sebanding dengan pendapatan perkapita Kabupaten Mimika. Namun pada kenyataannya berdasarkan laporan KSU Amungme Gold Coffee Kewajiban dana ini belum atau tidak diterapkan selama masa tahun buku 2016.
- c. Hasil analisis menunjukkan bahwa yang menjadi kendala bagi koperasi KSU Amungme Golf Coffee dalam memasarkan produk kopi Amungme Gold adalah harus bisa meminimalkan kelemahan internal untuk menghindari ancaman dari segi lingkungan muncul dengan pemilihan tempat-tempat penjualan kopi Amungme Gold yang strategis agar dapat bersaing dengan produk-produk kopi yang ada di Kabupaten Mimika maupun diluar dari Kabupaten Mimika, melakukan perbaikan promosi yang inovatif dalam meningkatkan produk kopi Amungme Gold, memberikan pelayanan yang maksimal dan harga yang terjangkau, menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan membangun cabang yang lebih luas demi persaingan yang tinggi

Saran

- a. Bagi anggota KSU Amungme Gold Coffee, dalam penetapan program kerja alangkah baiknya dibutuhkan strategi yang matang dan disesuaikan dengan target dari tahun ke tahun.
- b. Untuk meningkatkan pendapatan anggota, lebih lagi meningkatkan kerjasama dengan pihak lain, memperhatikan tingkat pemasaran, distribusi, dan kualitas hasil produksi kopi yang dijual bagi konsumen.
- c. yang menjadi perhatian khusus dari KSU Amungme Gold Coffee untuk menghindari kendala koperasi adalah mencari tempat-tempat penjualan kopi Amungme Gold yang strategis agar

dapat bersaing dengan produk-produk kopi yang ada di Kabupaten Mimika maupun diluar dari Kabupaten Mimika, melakukan perbaikan promosi yang inovatif dalam meningkatkan produk kopi Amungme Gold, memberikan pelayanan yang maksimal dan harga yang terjangkau, menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan membangun cabang yang lebih luas demi persaingan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenk Sudarwanto. 2013 *Ekonomi Koperasi*. Bandung: Graha Ilmu;
- Andjar Pacht W, dkk. 2009. *Manajemen Koperasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu;
- Ardoyone. 2009. *Kamus Besar Akuntansi*. Jakarta: Citra Harta Prima;
- Azhar Susanto. 2013. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya;
- Baswir, Revrisond (2000). *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta: BPFE;
- Benhard Limbong. 2012. *Penguasa Koperasi*. Jakarta: Margaretha Pustaka;
- Djoko Mulyono. 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: CV Andi Offset, Yogyakarta;
- Hendrojogi. *Koperasi: Asas-asas, Teori, dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010;
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (2nded)*. Jakarta: Rajawali Pers;
- Iwan, S. 2011. *Teknik Penulisan Skripsi, Thesis dan Disertasi*. Bandung: CEPLAS;
- Krismiaji. 2015. *Sistem Informasi Akuntansi Edisi Keempat*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN;
- KSU Amungme Gold Coffee. 2017. *LPJ KSU Amungme Gold Coffee*. Timika: KSU Amungme Golf Coffee;
- Mokalu Frendy, Tumbel Altje. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap Perkasa*. Manado: Universitas Samratulangi, Manado.
- Muthia Rafli. 2013. *Penghitungan Pendapatan Nasional*. Padang: Universitas Taman Siswa, Padang;
- Ninik Widiyanti dan Y. W Sinindia. 2009. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta;
- Noprin. 2013. *Pengantar Ilmu Makro dan Mikro*. Yogyakarta: Universitas Gajah Madah, Yogyakarta;
- R Hutami, ER Zain, dan RF Theo. 2017. *Saluran distribusi produk PJAS*. Bobor: Universitas Juanda, Bogor. Indonesia;
- Raja Andri Sastriawan Surya. 2012. *Akuntansi Keuangan Versi IFRS*. Yogyakarta: Graha Ilmu;
- Ratih Huriyatih. 2010. *Penerapan Model pada Industri Kecil Strategis di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia;
- Republik Indonesia 1992, Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 Pasal 3 Tentang Perekonomian;
- Republik Indonesia 1992, Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 Pasal 5 Tentang Perekonomian;
- Rudianto. 2010. *Akuntansi Koperasi*. Jakarta: Erlangga;
- S. Munawir. 2010. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty;
- Sri Djatnika. 2012. *Ekonomi Koperasi Teori dan Manajemen*. Edisi revisi. Yogyakarta: Graha Ilmu;
- Subandi. 2013. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung: Alfabeta;
- Sudarsono dan Edilius. 2010. *Manajemen Koperasi Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta;
- Titik Sartika Partomo. 2009. *Ekonomi Koperasi*. Bogor: Ghalia UNCEN. 2017. *Pedoman Penulisan Tesis*. Jayapura: Universitas Cendrawasih, Jayapura;
- Yaung, Yohanes; Hafizrianda, Yundi; Rumlatur, Tince. (2017). *Analisis Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi Tanaman Kakao Di Kampung Sarmai Atas Distrik Namblong Kabupaten Jayapura*. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Volume IV No. 1, April 2017.