

IDENTIFIKASI SWOT DAN PENENTUAN STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI MAHASISWA

Anis Nur Octaviani¹, Pitri Yandri²

Program Studi S-1 Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta^{1&2}

Email: p.yandri@gmail.com

ABSTRACT

A cooperative is an organizational entity that prioritizes the principle of kinship in its operations. As an organization, cooperatives must establish a strategy to develop their organization. In determining the process, several things must be considered by the leadership of the organization for the sustainability of the organization. Using SWOT analysis, organizational leaders can find out how the internal conditions and external conditions of the organization. This research was conducted to analyze the needs of the external and internal environment of the organization, analyze the current strategies applied, and develop the best strategies that leaders can use in developing their operations. We conducted research at the Student Cooperative of Institut Teknologi & Bisnis Ahmad Dahlan, Jakarta. Data collection using surveys by observation instruments, interviews, and questionnaires. The analytical method used is quantitative SWOT. The results showed that there are strengths and weaknesses in the internal environment as well as opportunities and threats from the external environment. We later learned that the strength score was above the weakness score, and the chance score was above the threat score. In our research, we found that the internal problems of student cooperatives lie in the lack of participation of members in cooperative activities and the lack of communication between members, which causes different perceptions between them. From the external side, the problems include marketing channels and a lack of capital in marketing. Then, the quantitative SWOT analysis results show that the cooperative's position is in the first quadrant, which means that cooperative leaders pursue an aggressive growth strategy.

Received :
09-10-2022
Received in Revised
Format :
22-11-2022
Accepted :
01-04-2023
Available Online :
01-04-2023

Keyword: *student cooperative, strategy, SWOT analysis, IFAS and EFAS matrix*

PENDAHULUAN

Koperasi adalah soko guru dalam perekonomian nasional, dalam arti koperasi sebagai tiang atau fondasi bagi perekonomian sehingga koperasi memiliki peranan penting dalam memajukan perekonomian nasional. Koperasi merupakan wadah atau sistem hubungan kerja sama antara orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama dan memiliki tujuan yang sama. Menurut UU No. 17 Tahun 2012, koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.

Setiap elemen masyarakat diperbolehkan mendirikan koperasi, termasuk para mahasiswa. Koperasi mahasiswa adalah koperasi yang beranggotakan mahasiswa di Perguruan Tinggi tertentu di mana koperasi itu didirikan. Koperasi mahasiswa memiliki fungsi utama yaitu sebagai wadah pengembangan usaha atau bisnis dan juga sebagai tempat sarana pendidikan bagi mahasiswa dalam mengelola usaha dan keuangan ataupun laboratorium kewirausahaan (Salbiyah 2006; Malaya, 2015; Thoharudin, 2017). Pada tingkat yang lain, keberadaan koperasi mahasiswa juga dapat berfungsi sebagai tambahan pendapatan bagi mahasiswa (Zaim, 2018). Seluruh hal tersebut menghasilkan wacana baru atau alternatif usaha yang kreatif untuk mendukung perekonomian koperasi mahasiswa secara

kelembagaan namun juga memberikan partisipasi aktif bagi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah. Dengan adanya koperasi mahasiswa di perguruan tinggi diharapkan dapat ikut serta dalam memajukan koperasi pada khususnya.

Dalam laporan penelitian yang dilakukan oleh [Setianingrum dan Sucihatiningsih \(2019\)](#) menyatakan bahwa faktor mahasiswa ingin menjadi anggota Kopma antara lain bersumber dari faktor internal (dalam diri mereka) dan dari eksternal (pelayanan yang baik dari pengurus). Di lain sisi, [Suasana et al. \(2019\)](#) melaporkan bahwa ekspektasi mahasiswa untuk menjadi anggota koperasi karena manfaat ekonomi, dan non ekonomi sekaligus. Faktor lain adalah karena kepentingan terhadap adanya penghargaan, pengembangan *leadership*, interaksi sosial, dukungan pada bidang akademis, dan dukungan emosional ([Putra et al., 2014](#)).

Pada tanggal 22 Juni 2013 Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan terbentuk dan didirikan oleh sekumpulan Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan. Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta merupakan kampus Muhammadiyah di Jl. Ir H. Juanda No.77, Cireundeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419 (Gambar 1).

Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan merupakan koperasi primer dengan Badan Hukum No.518/218/BH/XI.08/Kop.UKM, yang bergerak dibidang serba usaha koperasi, simpanan anggota, sosiopreneur, pendidikan dan pengembangan anggota. Sebagai wadah *Cooperative* mahasiswa yang berada dilembaga akademis (kampus) dengan orientasi pengabdian menciptakan sumberdaya berkualitas yang kemudian dapat melanjutkan tampuk kepemimpinan dalam hal ini menjalankan perekonomian bangsa yang berbasis koperasi di masa mendatang.

Namun, dalam koperasi mahasiswa juga ditemukan permasalahan dalam lingkup internal maupun eksternal yang bisa membuat kurang berkembangnya koperasi. Dalam faktor internal yaitu kurangnya partisipasi anggota dalam pengetahuan pengembangan serta tata pengelolaan koperasi dan sebagainya. Dengan total 412 anggota Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan yang terdiri dari anggota aktif dan tidak aktif, tidak semua anggota memiliki rasa

kepedulian dan rasa kepemilikan terhadap koperasi. Kurangnya komunikasi antar anggota yang menimbulkan persepsi berbeda sehingga terjadi kesalahpahaman antar anggota, hal ini menyebabkan tidak sejalan visi dan misi sesama anggota dalam memajukan koperasi.

Beberapa peneliti sebelumnya sudah melakukan studi terkait dengan strategi pengembangan dan analisis SWOT. Penelitian yang dilakukan oleh [Ikhsani dan Aryoko \(2019\)](#) dalam penelitiannya menunjukkan koperasi di Kabupaten Banyumas memiliki posisi yang sangat strategis untuk mendukung pengembangan strategi kemenangan. Koperasi di Kabupaten Banyumas terletak di kuadrat I yang dimaksud dengan posisi ini koperasai sangat mendukung mengembangkan strategi perbaikan agar perusahaan dapat bersaing dengan bisnis lain entitas.

Menurut [Istiqomah dan Andriyanto \(2017\)](#) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang dihadapi oleh beberapa pengusaha kecil yang sulit berkembang karena tidak memiliki tempat untuk memasarkan produknya, kualitas SDM yang kurang baik dilatih untuk menghambat proses produksi, perusahaan tidak memiliki pengelolaan keuangan sehingga kesulitan untuk pengelolaan dana, dengan persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang muncul lebih banyak pada jenang produk dari luar Kaliputu dan masuknya produk substitusi agar jajanan lainnya lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman. Dari ancaman yang ada maka setiap UMKM atau industri jenang di desa wisata kaliputu kudu harus membuat inovasi varian baru agar dapat bersaing dipasaran dan tidak kalah dengan produk lain.

Menurut [Ermaya \(2019\)](#) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa KSU Maju Jaya, Kuningan berada pada Kuadran III dengan sumbu x = -0,32 dan sumbu y = -0.25. Beberapa strategi yang harus dilakukan oleh KSU Maju Jaya, Kuningan adalah Strategi Konsentrasi, Strategi Pengembangan Produk dan Pasar serta Strategi Inovasi. Selanjutnya peneliti melakukan analisis bauran pemasaran yang dikembangkan oleh Kotler yang digunakan untuk pengembangan koperasi yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, Process, dan People*.

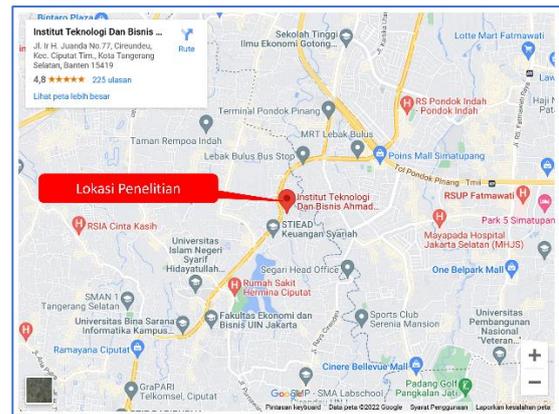
Dari hasil peneliti terdahulu dapat dilihat permasalahan yang dihadapi oleh koperasi secara umum yang salah satunya terletak pada SDM serta menciptakan inovasi terbaru untuk dapat bisa berkembang dan bersaing dengan kompetitor lain. Maka diperlukannya sebuah strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan koperasi. Dengan adanya kelemahan dan ancaman bisa ditangani dengan strategi yang dipilih oleh koperasi, dengan adanya kekuatan dan peluang bisa dimanfaatkan untuk melakukan pengembangan koperasi menjadi lebih maju.

Permasalahan selanjutnya terletak pada aspek pemasaran yang disebabkan oleh beberapa faktor yang seharusnya dikelola dan dibina secara utuh. Minimnya penjualan dikarenakan kurangnya modal dan sumberdaya manusia yang belum mampu atau tau kapasitas pengetahuan produk. Selain itu anggota koperasi mahasiswa juga belum mengetahui secara konkret apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen di kampus dan tidak adanya sinergitas dan komunikasi atau kordinasi dengan pihak kampus sehingga proses pemasaran sehingga branding koperasi mahasiswa masih sangat minim di kalangan mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.

Adapun permasalahan eksternal yang dihadapi koperasi mahasiswa yaitu kurangnya saluran pemasaran yang dapat membantu memasarkan produk koperasi mahasiswa dalam menjangkau atau memiliki akses dengan mitra lain. Dengan adanya saluran pemasaran dapat menjadi penghubung anatar produsen dan calon pelanggan, adanya saluran ini akan membantu koperasi mahasiswa untuk berkembang secara luas dalam memasarkan produk anggota koperasi.

BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *mix methods*, yaitu suatu langkah yang menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011) *mix methods* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, realibel, dan objektif.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Teknik analisis yang digunakan yaitu deskriptif dan analisis SWOT kuantitatif. Pada analisis SWOT kuantitatif dilakukan dengan menggunakan membuat matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*).

Tabel 1. Tujuan Penelitian dan Teknik Analisis yang Digunakan

Tujuan Penelitian	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	Metode dan Teknik Analisis	Keluaran (output)
Menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan internal organisasi Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan	1. Primer 2. Observasi 3. Wawancara	Deskriptif	Mendapatkan hasil bagaimana kondisi lingkungan eksternal dan internal organisasi Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan
Menganalisis strategi saat ini yang diterapkan oleh Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan	1. Primer 2. Observasi 3. Wawancara	Deskriptif	Menemukan dan mengetahui strategi apa saja yang saat ini diterapkan oleh Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan
Menyusun strategi terbaik yang dapat diterapkan oleh Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan dalam mengembangkan Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan	1. Primer 2. Observasi 3. Wawancara 4. Kuesioner	Metode SWOT	Menemukan strategi terbaik yang dapat diterapkan oleh Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan dalam mengembangkan Koperasi Mahasiswa Ahmad Dahlan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan narasumber yang dilakukan selama 2 hari sesuai dengan daftar pertanyaan, sehingga

mendapatkan informasi secara langsung mengenai faktor internal dan eksternal Koperasi Mahasiswa. Tabel 2 berikut adalah hasil wawancara.

Tabel 2. Hasil Identifikasi SWOT

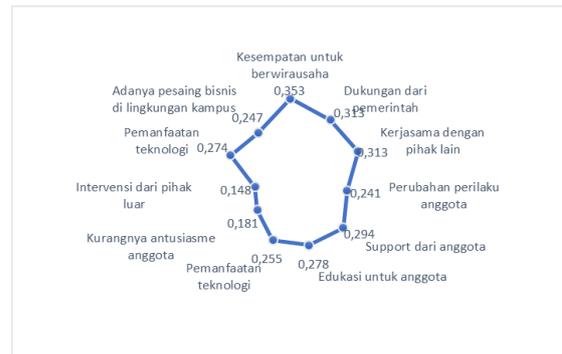
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
1) Struktur organisasi yang dirancang sudah sesuai dengan tugas, fungsi dan tanggungjawab 2) Koperasi Mahasiswa memiliki tujuan mewujudkan inkubator bisnis <i>cooperative</i> untuk anggota dan mahasiswa 3) Koperasi Mahasiswa memiliki visi dan misi yang jelas 4) Pelayanan yang diberikan Koperasi Mahasiswa memudahkan anggota maupun customer 5) Update setiap kegiatan 6) Sudah mempunyai produk dari kelas pengembangan bisnis	1) Arah gerak yang kurang jelas 2) Kurang baiknya komunikasi dari atas kebawah 3) Naik turun rasa semangat baik pengurus maupun anggota 4) Cukup banyak untuk kegiatan pelatihan namun belum optimal dalam kegiatan seminar 5) Anggota kurang bisa membagi waktu dengan organisasi lain
Peluang (O)	Ancaman (T)
1) Memberikan anggota kesempatan untuk dapat berwirausaha atau menjualkan produknya di koperasi mahasiswa 2) Adanya dukungan dari pemerintah setempat yang mendukung kegiatan koperasi mahasiswa 3) Adanya program kerjasama dengan pihak lain dalam percetakan serta usaha 4) Adanya kemampuan perubahan perilaku dalam mengelola koperasi mahasiswa 5) Adanya kontribusi dari anggota dalam membantu kegiatan koperasi mahasiswa 6) Memiliki beberapa cara dalam mengedukasi anggota	1) Pemanfaatan teknologi belum optimal 2) Kurangnya minat anggota untuk mengelola koperasi mahasiswa 3) Mudah dipengaruhi oleh pihak – pihak tertentu 4) Kurang akan pemahamnya penggunaan teknologi 5) Munculnya pesaing bisnis di lingkungan kampus

Untuk dapat menyusun strategi pengembangan organisasi Koperasi Mahasiswa, perlu adanya pengolahan pada matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui posisi organisasi. Berikut hasil pengolahan matriks IFAS dan EFAS disajikan dalam diagram radar sebagaimana tersaji dalam Gambar 2 dan 3.



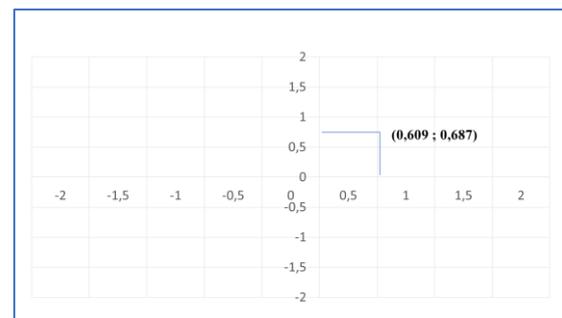
Gambar 2. Hasil Penilaian Matriks IFAS

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa kekuatan utama pada Koperasi Mahasiswa yaitu pada tujuan organisasi dan visi misi organisasi dengan skor yang sama yaitu 0,314. Kelemahan utama pada Koperasi Mahasiswa yaitu ada pada antusiasme pengelola koperasi dan komunikasi antar anggota dan pengurus di mana naik turunnya rasa semangat anggota dan pengurus dengan skor yang sama yaitu 0,159. Hasil akhir faktor–faktor internal dengan matriks IFAS adalah dengan total skor < 2,50 yaitu 2,485 yang menunjukkan bahwa faktor kelemahan lebih besar dari faktor kekuatan.



Gambar 3. Hasil Penilaian Matriks EFAS

Kesempatan untuk berwirausaha menjadi peluang paling besar dengan skor 0,353 dan intervensi dari pihak luar menjadi faktor yang sangat mengancam dengan skor 0,148. Hasil akhir faktor – faktor eksternal dengan matriks EFAS adalah dengan total skor 2,889 menunjukkan bahwa peluang lebih besar dari ancaman.



Gambar 4. Hasil Kalkulasi Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal yang telah didapatkan dan diolah menggunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*). Maka, didapatkan total skor dari masing – masing faktor, sebagai berikut: untuk nilai kekuatan (*Strength/S*) sebesar 1,547; nilai kelemahan (*Weakness/W*) sebesar 0,938; sehingga diperoleh nilai S-W (X) = 0,609.

Berdasarkan gambar diagram SWOT di atas, menunjukkan bahwa posisi organisasi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa koperasi memiliki posisi strategis yang sangat baik dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*) artinya organisasi berada di posisi yang prima dan bagus, sehingga dimungkinkan organisasi untuk terus melakukan pengembangan. Organisasi dapat melaksanakan strategi agresif seperti berikut.

1. Strategi yang dapat digunakan oleh Koperasi Mahasiswa dapat diawali dengan membenahi kondisi internal organisasi, dengan melakukan evaluasi pengurus mengenai masalah operasional ataupun masalah manajerial. Karena adanya beberapa masalah internal seperti kurangnya partisipasi anggota dalam setiap kegiatan, hal ini harus dibenahi apa yang menjadi permasalahan tersebut.
2. Gencarkan sosialisasi atau edukasi dikalangan mahasiswa kampus untuk bergabung dengan koperasi mahasiswa. Seperti menyosialisasikan visi, misi, tujuan, konsep, dan keuntungan bergabung dengan koperasi mahasiswa. Dikarenakan banyaknya bakal calon anggota ataupun yang sudah menjadi anggota yang belum tau manfaat dan keuntungan yang akan di dapat jika bergabung dengan koperasi mahasiswa.
3. Mengoptimalkan penerapan teknologi informasi dalam koperasi dan melatih anggota untuk paham dengan perkembangan teknologi, guna membangun
4. kualitas sumber daya anggota dan pola fikir anggota untuk koperasi yang berkembang.
5. Menerapkan strategi team building, dengan adanya strategi ini pengurus maupun anggota dapat berdiskusi atau mendefinisikan jobdesk dari setiap bidang dan juga dapat berkolaborasi dari berbagai tugas dari program kerja yang telah disusun

Sementara nilai peluang (*Opportunity/O*) sebesar 1,793; nilai ancaman (*Threats/T*) sebesar **1,106**. Sehingga diperoleh nilai O-T (Y) = **0,687**.

Besarnya faktor-faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang telah dianalisis (hasil perkalian bobot faktor dengan rating), maka selanjutnya kan dimasukkan dalam diagram cartesius digambarkan dalam Gambar

Dari tabel matriks SWOT di atas dapat diinformasi beberapa strategi yang dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Analisis Matriks SWOT Strategi SO

Pada kondisi ini adalah posisi yang baik dimana organisasi dapat menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar – besarnya. Sehingga organisasi dapat mengembangkan organisasi dengan segala keunggulan yang dimiliki. Adapun beberapa strategi yang dapat dilakukan:

- a. Koperasi Mahasiswa sudah memiliki visi, misi yang jelas dan tujuan yang jelas yaitu untuk merubah mindset anggota, merubah pola pikir anggota untuk berwirausaha. Maka, Koperasi Mahasiswa dapat menggunakan seluruh cara atau metode yang dimiliki untuk lebih mengedukasi mahasiswa Kampus Ahmad Dahlan.
- b. Koperasi Mahasiswa sudah mempunyai produk anggota dari hasil kelas pengembangan bisnis. Dengan adanya produk anggota ini koperasi dapat berkolaborasi atau bekerjasama dengan pemerintah setempat atau pihak lain agar dapat mengembangkan produknya.

2. Analisis Matriks SWOT Strategi ST

Pada kondisi ini adalah bagaimana menggunakan keseluruhan kekuatan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Berikut strategi yang dapat dilakukan adalah Pengurus Koperasi Mahasiswa harus lebih bisa meningkatkan pelayanan pada anggota dan customer dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal, agar pelayanan di koperasi mahasiswa lebih efektif dan efisien.

3. Analisis Matriks SWOT Strategi WO

Pada kondisi ini adalah kondisi dimana organisasi memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan segala peluang yang

dimiliki organisasi. Adapun berikut strategi yang dapat digunakan adalah Pengurus koperasi mahasiswa harus mengoptimalkan pelatihan dan seminar tentang perkoperasian ataupun usaha dengan berkolaborasi dengan pemerintah setempat maupun pihak lain.

4. Analisis Matriks SWOT Strategi WT

Strategi ini bisa disebut juga sebagai strategi bertahan dengan cara mengatasi atau mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman. Berikut strategi yang dapat dilakukan adalah Mengoptimalkan pelatihan dan seminar perkoperasian ataupun usaha dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal.

Dari hasil analisis SWOT strategi pengembangan organisasi Koperasi Mahasiswa, berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Koperasi Mahasiswa, dapat diketahui bahwa:

1. Diketahui dari hasil analisis faktor internal dan eksternal di atas, skor kekuatan berada di atas skor kelemahan, dan skor peluang berada di atas dari skor ancaman. Maka dari pada itu berdasarkan matriks SWOT strategi yang dapat dijalankan koperasi mahasiswa yaitu strategi SO, strategi ini menggambarkan bahwa koperasi mahasiswa mampu memanfaatkan peluang dengan berbagai kekuatan yang dimiliki.
2. Pada diagram SWOT, terlihat jelas bahwa posisi organisasi berada di kuadran I yang artinya strategi yang dapat digunakan adalah strategi agresif (*growth oriented strategy*). Artinya koperasi mahasiswa dapat terus mengembangkan kegiatan dan organisasinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT secara keseluruhan terhadap kondisi internal dan eksternal Koperasi Mahasiswa dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) dan matriks SWOT terhadap pengembangan organisasi Koperasi Mahasiswa Institut

Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa koperasi Mahasiswa berada pada kuadran I yaitu mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2013). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ermaya, K. (2019). Strategi pengembangan koperasi dengan analisis swot (studi kasus di KSU Maju Jaya). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 86-100.
- Hanel (2005). *Organisasi Koperasi : Pokok – pokok Pemikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangannya dinegara – negara Berkembang*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Haryadi, (2003). *Strategi Manajemen*, Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Ikhsani, M. M., & Aryoko, Y. P. (2019). Strategi Pengembangan Koperasi Dalam Upaya Membangun Kesejahteraan Masyarakat. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363-382.
- Malaya, A., Suprihanto, J., & Kodiran, (2015), *Peran Koperasi Mahasiswa (Kopma) Dalam Membangkitkan Jiwa Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Anggota (Studi Di Kopma Universitas Gadjah Mada Yogyakarta)*, Tesis, Universitas Gadjah Mada, <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/84075>.
- Manap (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Partomo (2009). *Ekonomi Skala kecil/Menengah dan Koperasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Priansa, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta: Bandung.
- Putra, A.W., Rukmi, H.S., & Ardianto, H., (2014), *Peningkatan Minat Mahasiswa untuk Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Itenas Berdasarkan*

- Teori Pembentukan Kelompok, *Reka Integra*, Vol 4 No. 02: 355-364.
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Cet. Ke-20.
- Salbiyah, S. (2006), Koperasi Mahasiswa sebagai Laboratorium Kewirausahaan, *Balance*, Vol 3 No. 1: n.p.
- Samsu, S. (2017). Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development).
- Sari, (2016). Analisis Swot Strategi Pemasaran pada Koperasi Indonesia Berjamaah. Jakarta: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah
- Setianingrum, T., & Sucihatiningsih, D.W.P. (2019), Pengaruh Motivasi Anggota Dan Kualitas Layanan Terhadap Perilaku Berkoperasi Anggota Koperasi Mahasiswa, *Economic Education Analysis Journal*, 8 (1): 193-208.
- Soesastro, (2005). Pemikiran dan Permasalahan Ekonomi di Indonesia dalam setengah abad Terakhir Jilid 1 Jakarta: Kanisius
- Sriati, Priyanto, G, Yulian Junaidi (2021). Pelatihan Analisis SWOT bagi Pengurus dan Ketua Unit Usaha Koperasi untuk Pengembangan Koperasi BMT Trans Mekar Sari Mandiri di Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin. *JPKM*. 27(1) : 55-61
- Suasana, I.G.A.K.G, Suarjaya, A.A.G., & Dana, M.I., (2019), Pengembangan Kinerja Organisasi: Menggali Minat Untuk Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Di Universitas Udayana Bali, *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol 2 No. 2: 299-314.
- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- , (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suryatama, (2014). Analisis SWOT. Cetakan pertama. Surabaya : Kata Pena
- Thoharudin, M., (2017), Peranan Koperasi Mahasiswa Dalam Membentuk Mental Entrepreneurship Mahasiswa, *Sosio Didaktika*, Vol. 4 No. 2: 74-86.
- Setiawan. T., (2016). Analisis Swot (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Dalam Strategi Pengelolaan Dana Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional Tulungagung. Skripsi: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
- Zaim, M., (2018), Peran Koperasi Mahasiswa dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Anggota (Studi Pada Kopma UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), *Al Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 3 No. 1: 60-73.