

ANALISIS SWOT PADA KOPERASI DI KALANGAN PEMUDA BAKORWIL II

Susanti ¹⁾ Lintang Venusita ²⁾

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Email: susanti_otto@yahoo.com

lvenusita@gmail.com

ABSTRAK

Koperasi pemuda merupakan salah satu jenis koperasi yang para anggotanya terdiri atas kelompok pemuda baik yang berada di lingkungan masyarakat seperti karang taruna, lingkungan sekolah maupun di perguruan tinggi tempat dimana koperasi tersebut didirikan. Keberadaan koperasi pemuda saat ini menjadi penting untuk memajukan perekonomian bangsa, melalui peningkatan jumlah wirausaha-wirausaha muda yang mandiri dan potensial. Penguatan koperasi pemuda untuk memiliki kemampuan mengembangkan jiwa kewirausahaan pada pengurus dan anggota dalam menghadapi berbagai kendala/resiko yang akan dihadapi dengan menggunakan analisis S.W.O.T (Strength, Weakness, Opportunities, Threats).

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain bahwa sebagian besar koperasi pemuda di lingkungan Bakorwil II Jawa Timur telah melaksanakan operasional kegiatan usaha koperasi sesuai dengan undang-undang perkoperasian nomor 25 Tahun 1992 serta peraturan lainnya yang terkait. Secara umum semua koperasi pemuda yang menjadi peserta pendampingan telah memiliki usaha tetap, akan tetapi skala usaha yang dilakukan masih sederhana sehingga pendampingan yang dilakukan bermanfaat bagi peserta pendampingan untuk dapat menumbuhkan jiwa kreatifitas dan berani membuat terobosan-terobosan yang akan menghasilkan produk-produk usaha yang inovatif dan dicari oleh masyarakat. Strategi bisnis yang perlu diterapkan meliputi pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengelolaan pemasaran, serta pengelolaan kegiatan produksi bagi usaha yang melakukan proses produksi.

Kata kunci: Analisis SWOT, Koperasi Pemuda

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Koperasi adalah soko guru dalam perekonomian nasional, soko guru sama dengan tiang atau penyangga bagi perekonomian sehingga koperasi memiliki peranan yang penting dalam memajukan perekonomian nasional. Menurut undang-undang Koperasi No.25 Tahun 1992 koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum

koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Salah satu jenis koperasi yang berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan adalah Koperasi Pemuda. Koperasi pemuda menjalankan usaha simpan pinjam sebagai satu-satunya usaha dalam melayani anggota. Sistem pengelolaan dalam koperasi simpan pinjam dibedakan menjadi dua sistem, yaitu bersifat konvensional dan syariah. Pemilihan pengelolaan jenis koperasi tersebut disesuaikan dengan fungsi dan kebutuhan koperasi dalam melayani anggotanya.

Seperti lembaga perbankan, koperasi simpan pinjam berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat. Perbedaan yang paling mendasar antara koperasi simpan pinjam dan bank terletak pada tujuan dari kegiatan operasionalnya. Koperasi simpan pinjam memberi pinjaman dengan tujuan kesejahteraan anggotanya (*service oriented*), sementara bank mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya atau dikenal sebagai *profit oriented*.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), perkembangan perkoperasian meningkat antara 10-12% setiap tahun. Pada tahun 2013, jumlah koperasi di Indonesia mencapai 203.701 unit. Jumlah tersebut meningkat signifikan dibanding tahun sebelumnya yang hanya mencapai 194.295 unit. Dari keseluruhan jumlah koperasi di Indonesia, Jawa Timur merupakan provinsi dengan jumlah koperasi terbanyak, yakni sejumlah 29.263 unit.

Lebih lanjut, jumlah koperasi simpan pinjam termasuk Koperasi Pemuda di Indonesia terdapat 8.761 unit, sedangkan Jumlah unit simpan pinjam (USP) sebanyak 86.203 unit. Volume usaha koperasi simpan pinjam mencapai 49,78 Miliar rupiah. Seperti halnya dengan jumlah koperasi secara keseluruhan, Jawa Timur juga menempati posisi pertama sebagai provinsi dengan jumlah Koperasi Pemuda/USP terbanyak di Indonesia mengalahkan Jawa Tengah dan Jawa Barat yang berada di posisi kedua dan ketiga. Jumlah Koperasi Pemuda/USP di Jawa Timur bahkan mencapai lebih dari 18.000 unit. Perkembangan koperasi simpan pinjam di Jawa Timur ini tidak dapat dipandang sebelah mata dan merupakan bukti kuat bahwa koperasi mempunyai peran yang besar dalam pertumbuhan perekonomian Jawa Timur. Jumlah koperasi sebanyak 29.263 pada tahun 2013 dan 75 persen diantaranya berbentuk Koperasi/Unit simpan pinjam (Koperasi Pemuda/USP). Jumlah anggota Koperasi Pemuda/USP mencapai 4,5 juta dengan total aset mencapai Rp 15 Trilyun. Dengan demikian, keberadaan Koperasi Pemuda di Jawa Timur yang sangat dominan tersebut menjadikan koperasi sebagai salah satu lembaga alternatif bagi UMKM dalam menyediakan layanan keuangan (Data Keragaan Koperasi dan UMKM Jawa Timur, 2013).

Kelangsungan hidup dan perkembangan koperasi sangat tergantung pada pengelolaannya. Pengelolaan yang baik akan membawa dampak positif terhadap koperasi sehingga koperasi mampu berkembang dengan pesat. Namun pengelolaan yang kurang baik terhadap koperasi yang ada justru akan membawa dampak yang buruk dalam koperasi tersebut dan secara tidak langsung pada perekonomian bangsa. Sejalan dengan kemajuan zaman, perkembangan koperasi tidak sesuai harapan. Kontribusi keberadaannya kurang bisa

dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Kini kehidupan perekonomian Negara lebih banyak dikuasai oleh perusahaan-perusahaan besar dengan sistem kapitalisnya.

Salah satu jenis koperasi dilihat dari anggotanya adalah Koperasi Pemuda. adalah koperasi yang beranggotakan para pemuda baik pemuda yang ada di masyarakat maupun yang ada di perguruan tinggi dan sekolah dimana koperasi tersebut didirikan. Keberadaan Koperasi Pemuda selain untuk kepentingan bisnis, juga bertujuan sebagai wadah dan sarana belajar pemuda dalam mengelola suatu usaha. Bidang usaha biasanya berupa toko, kantin, kafe, pembiayaan, penyewaan, fotocopy, penjilidan dan print.

Keberadaan diharapkan mampu mencetak wirausaha muda dan kader gerakan koperasi yang nantinya akan memajukan perekonomian bangsa. Diharapkan peranan Koperasi Pemuda bagi perekonomian nasional adalah meningkatkan kontribusinya dalam kegiatan perekonomian yang produktif, misalnya mencetak wirausaha muda yang kompeten dalam persaingan usaha dan inovasi, sehingga dengan kontribusi Koperasi Pemuda di Jawa Timur, maka secara tidak langsung akan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian Jawa Timur. Namun perkembangan dan eksistensi saat ini mulai terancam. Hal ini disebabkan kurangnya kemampuan pengelolaan yang kurang baik dan kurangnya pengurus menangkap peluang usaha guna pengembangan koperasi. Selain itu eksistensi Koperasi Pemuda cenderung menurun seiring waktu. Hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor penghambat, misalnya faktor usaha, faktor sumber daya manusia, faktor birokrasi/pendukung, dan faktor lainnya.

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah untuk menilai manajemen organisasi Koperasi Pemuda di Jawa Timur khususnya di Bakorwil II dengan menggunakan analisis SWOT sehingga dapat diketahui peluang dan tantangan pengembangan Koperasi Pemuda di Jawa Timur, dapat meminimalisir risiko serta dapat menentukan strategi bisnis yang berupa produksi, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Koperasi

Koperasi merupakan soko guru perekonomian Indonesia, maka keberadaan dan eksistensinya dijamin oleh undang-undang. Koperasi telah lama dikenal sebagai sebuah lembaga ekonomi rakyat di Indonesia. Koperasi berasal dari beberapa bahasa, yakni bahasa Inggris *co-operation*, *cooperative*; bahasa Latin: *coopere*, atau bahasa Belanda: *cooperatie*, *cooperatieve* yang artinya bekerja bersama-sama, atau usaha bersama yang bersifat kerjasama (Anggraeni dkk., 2012).

Mohammad Hatta sebagai Bapak koperasi Indonesia mengartikan koperasi sebagai bangunan organisasi sekaligus badan usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Semua bertanggung jawab dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Koperasi sendiri mempunyai definisi suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan,

yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha, untuk mempertinggi kesejahteraan jasmaniah para anggotanya (Widiyanti dan Sunindhia, 1992:1). Definisi koperasi tersebut memberikan suatu arti bahwa:

1. Dalam perkoperasian terdapat suatu unsur kesukarelaan (kesadaran untuk menjadi anggota koperasi tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun).
2. Dengan adanya suatu kerja sama maka manusia akan lebih mudah mencapai segala sesuatu yang mereka inginkan dalam hidupnya karena beban yang dirasakan menjadi lebih ringan jika dipikul bersama-sama.
3. Koperasi yang didirikan memiliki beberapa pertimbangan-pertimbangan ekonomis yang harus diperjuangkan (dalam segala kegiatan usaha koperasi diarahkan untuk mencapai tujuan meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan dapat memberikan manfaat ekonomis yang diharapkan).

Undang-undang No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian mendefinisikan koperasi sebagai badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan pula bahwa koperasi di Indonesia dijadikan sebagai suatu gerakan ekonomi rakyat. Hal ini dikarenakan tujuan utama dari koperasi adalah meningkatkan taraf hidup atau mensejahterakan anggotanya maupun masyarakat di lingkungan sekitarnya dengan melandaskan kegiatannya pada prinsip-prinsip koperasi. Sebagai gerakan, koperasi menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dan kerja sama antar anggotanya yang sangat diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.

Muslimin Nasution (1987) mengatakan bahwa kunci keberhasilan koperasi terletak pada partisipasi anggota. Sehingga dapat dikatakan partisipasi anggota dalam koperasi seperti hubungan antara jantung dengan tubuh manusia, karena anggota koperasi berperan ganda (*dual identity*) dalam kegiatan perkoperasian yaitu sebagai pemilik maupun pengguna. Hal ini merupakan pembeda utama antara lembaga keuangan koperasi dengan lembaga keuangan yang lain. Selain itu, peran anggota koperasi tersebut juga menyebabkan koperasi lebih banyak menuntut partisipasi dari anggota untuk mengembangkan usaha yang telah didirikan bersama untuk mencapai tujuannya.

Salah satu upaya koperasi untuk mengembangkan usahanya adalah menggerakkan potensi sumber daya ekonomi yang dimiliki koperasi. Sumber daya tersebut dapat berasal dari anggota koperasi sendiri maupun dari alam. Karena sumber daya ekonomi tersebut terbatas, maka koperasi harus mampu bekerja seefisien mungkin tanpa terlepas dari prinsip-prinsip koperasi serta kaidah-kaidah ekonomi (Gutomo, 2012).

Sedangkan fungsi dan peran koperasi ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 1. Fungsi dan Peran Koperasi

| No | Fungsi koperasi | Peran koperasi |
|----|--|---|
| 1 | Sebagai urat nadi kegiatan perekonomian Indonesia. | Meningkatkan taraf hidup sederhana masyarakat Indonesia. |
| 2 | Sebagai urat nadi kegiatan perekonomian Indonesia. | Mengembangkan demokrasi ekonomi di Indonesia. |
| 3 | Sebagai upaya mendemokrasi sosial ekonomi Indonesia. | Mewujudkan pendapatan masyarakat yang adil dan merata dengan cara menyatukan, membina, dan mengembangkan setiap potensi yang ada. |
| 4 | Untuk meningkatkan kesejahteraan warga negara Indonesia. | |
| 5 | Memperkokoh perekonomian rakyat Indonesia dengan jalan pembinaan koperasi. | |

Sumber: UU No.25 Tahun 1992

Prinsip koperasi adalah sebuah sistem berbentuk ide abstrak sebagai panduan untuk membangun koperasi agar tahan lama serta efektif. Prinsip koperasi berisi ketentuan-ketentuan pokok yang berlaku dan dijadikan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan perkoperasian sebagai pedoman kerja koperasi sehingga membedakan koperasi dengan organisasi ekonomi lainnya (Hall, 2004).

Di Indonesia, prinsip-prinsip perkoperasian yang harus dipegang teguh oleh koperasi diatur menurut Undang-undang No.25 Tahun 1992 Pasal 5, seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. Prinsip Koperasi Berdasarkan Pasal 5 UU No.25 Tahun 1992

| No | Prinsip Koperasi |
|----|---|
| 1 | Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka |
| 2 | Pengelolaan dilaksanakan secara demokratis |
| 3 | Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota |
| 4 | Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal |
| 5 | Kemandirian |

Sumber: UU No.25 Tahun 1992

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa perhatian utama pada koperasi adalah kekeluargaan dan kebersamaan serta peduli terhadap orang lain untuk dapat mewujudkan kesuksesan bersama bagi koperasi.

Sampai saat ini, keberadaan koperasi masih dapat terus bertahan walaupun banyak terjadi masalah-masalah ekonomi di negara Indonesia. Hal ini sangat membuktikan bahwa koperasi memberikan kontribusi positif dalam perkembangan perekonomian Indonesia.

Fokus pemerintah terhadap pendirian koperasi menyebabkan koperasi mengalami pertumbuhan yang luar biasa di seluruh kepulauan Indonesia. Perkembangan perkoperasian meningkat antara 10-12% setiap tahun. Pada tahun 2013, jumlah koperasi di Indonesia mencapai 203.701 unit. Jumlah tersebut meningkat signifikan dibanding tahun sebelumnya yang hanya mencapai 194.295 unit (Kemenkop UKM, 2014).

Analisis SWOT

Menurut Kurtz (2008,45), SWOT analisis adalah suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencana untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari external. Menurut Pearce and Robinson (2003,134), analisis SWOT perlu dilakukan karena analisa SWOT untuk mencocokkan "fit" antara sumber daya internal dan situasi eksternal perusahaan. Pencocokkan yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan dan meminimumkan kelemahan dan ancamannya.

Asumsi sederhana ini mempunyai implikasi yang kuat untuk design strategi yang sukses. Menurut Wikipedia, analisis SWOT (singkatan bahasa Inggris dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Menurut Robert W.Duncan (2007, 142), menganalisis lingkungan internal dan eksternal merupakan hal penting dalam proses perencanaan strategi. Faktor-faktor lingkungan internal di dalam perusahaan biasanya dapat digolongkan sebagai Strength(S) atau Weakness(W), dan lingkungan eksternal perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai Opportunities(O) atau Threat(T). Analisis lingkungan strategi ini disebut sebagai analisis SWOT.

Menurut Thompson (2008,97), analisa SWOT adalah simpel tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat untuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidakefisienan sumber daya perusahaan, kesempatan dari pasar dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi.

Menurut Fred David (1997,134), analisa SWOT adalah metode perencanaan strategis yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT memberikan informasi untuk membantu dalam hal mencocokkan perusahaan sumber daya dan kemampuan untuk menganalisis kompetitif lingkungan di mana bidang perusahaan itu bergerak. Informasi tersebut dibuat berdasarkan perumusan strategi dan seleksi.

1. Kekuatan/Strength

Sebuah kekuatan perusahaan adalah sumber daya dan kemampuan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan competitive advantage. Contoh dari kekuatan tersebut meliputi: hak paten, nama merek yang kuat, reputasi yang baik dimata para pelanggan, keuntungan biaya operasional, akses eksklusif dalam sumber daya alam kelas tinggi, akses yang menguntungkan di jaringan distribusi.

2. Kelemahan/Weakness

Kelemahan adalah sesuatu yang menyebabkan satu perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lain. Dalam beberapa kasus, kelemahan bagi satu perusahaan mungkin merupakan suatu kekuatan bagi perusahaan lainnya. Sebagai contoh, berikut ini dapat dianggap sebagai Weakness: kurangnya perlindungan hak paten, nama merek yang lemah, reputasi buruk di antara para pelanggan, struktur biaya tinggi, kurangnya akses sumber daya alam yang baik, kurangnya akses untuk saluran distribusi utama.

3. Peluang/Opportunities

Analisis lingkungan eksternal dapat membuahkan peluang baru bagi sebuah perusahaan untuk meraih keuntungan dan pertumbuhan. Beberapa contoh kesempatan tersebut adalah: kebutuhan pelanggan yang tidak dipenuhi dipasar, kedatangan teknologi baru, pelonggaran peraturan, penghapusan hambatan perdagangan internasional,

4. Ancaman / Threat

Perubahan dalam lingkungan eksternal jugadapat menghadirkan ancaman bagi perusahaan. Beberapa contoh ancaman tersebut adalah: perubahan selera konsumen dari produk-produk perusahaan, munculnya produk-produk pengganti, peraturan baru, peningkatan hambatan perdagangan.

Sebuah perusahaan tidak selalu harus mengejar peluang yang menguntungkan karena dengan mengembangkan competitive advantage, ada kesempatan yang lebih baik untuk meraih kesuksesan dengan cara mengidentifikasi sebuah kekuatan dan kesempatan mendatang. Dalam beberapa kasus, perusahaan dapat mengatasi kelemahannya dengan cara mempersiapkan diri untuk meraih kesempatan yang pasti.

Ada empat strategi yang tampil dari hasil analisis SWOT tersebut antara lain:

1. Strategi SO dipakai untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal. Para manajer tidak akan meninggalkan kesempatan untuk memanfaatkan eksternal. Para manajer tidak akan meninggalkan kesempatan untuk memanfaatkan kekuatannya mengejar peluang yang dimaksud.
2. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan luar.
3. Strategi ST akan digunakan organisasi untuk menghindari, paling tidak memperkecil dampak dari ancaman yang datang dari luar.
4. Strategi WT adalah taktik pertahanan yang diarahkan pada usaha memperkecil kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk membahas objek yang diteliti lebih mendalam. Pengumpulan data dari pendekatan kualitatif dalam kajian ini bersumber dari hasil survey, buku, dan sumber data lainnya. Survey yang dilakukan adalah melalui kuesioner dan wawancara dalam rangka mengidentifikasi, kemudian menganalisis permasalahan yang ada. Pendekatan kuantitatif dalam kajian ini lebih ditekankan pada analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk membaca data yang diperoleh dari kuesioner.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian pada Koperasi Pemuda (BAKORWIL II) adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu informasi dari tiap peserta pendampingan (wirausaha baru) yang di peroleh dari kuesioner yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu. Kuesioner yang diberikan berisi tentang informasi manajemen bisnis yang ada dan kendala-kendala yang dihadapi oleh Koperasi Pemuda.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objeknya, didapatkan melalui sumber lain baik secara lisan maupun tulisan. Data sekunder yang meliputi jumlah Koperasi global diperoleh melalui Badan Pusat Statistik dan Dinas Koperasi Provinsi Jawa Timur.

Obyek Kegiatan Pendampingan

Obyek dari kegiatan ini adalah pengurus/anggota Koperasi Pemuda di BAKOWIL II yang meliputi wilayah Kabupaten Tuban, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Mojokerto, Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri.

Tahap-tahap Penelitian

1. Mengetahui pengelolaan Koperasi Pemuda di BAKOWIL II dengan cara pengamatan secara langsung.
2. Penyebaran kuesioner ke unit Koperasi Pemuda di BAKOWIL II (Kabupaten Tuban, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Lamongan, Kota Mojokerto, Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri)
3. Kuesioner yang telah diisi oleh pengurus/anggota koperasi pemuda tersebut dianalisis untuk mengetahui bagaimana kondisi, tantangan dan peluang usaha yang di miliki koperasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Koperasi Pemuda di BAKORWIL II Jatim

Berdasarkan hasil rekapitulasi data Koperasi berdasarkan Provinsi yang bersumber dari website Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), terdata bahwa per 30 Juni 2014 jumlah koperasi di Indonesia secara nasional mencapai 206.288 unit dengan jumlah anggota koperasi sebanyak 35.237.990, khusus untuk Provinsi Jawa Timur terdapat 30.741 unit koperasi sebanyak 3.710 dalam kondisi tidak aktif dengan jumlah anggota sebanyak 7.248.543 orang, terbanyak pertama secara nasional. Pada dasarnya, koperasi pemuda karang taruna, koperasi sekolah dan koperasi mahasiswa yang banyak tersebar di Kabupaten/Kota Jawa Timur sampai saat ini telah semakin tumbuh dan berkembang pesat. Semakin banyak jumlah Koperasi Pemuda baru yang lahir pada wilayah tersebut sehingga menunjukkan adanya pertumbuhan dan kemampuan untuk bertahan diantara banyaknya pesaing koperasi seperti Lembaga Keuangan Masyarakat Desa dan Lembaga Keuangan bukan bank lainnya. Peningkatan jumlah koperasi pemuda di wilayah Kabupaten Kediri, Kota Bojonegoro, dan Kabupaten Tuban dll mendukung para pengusaha baik skala mikro maupun makro untuk mengembangkan usaha yang dimiliki atau bahkan membuka sektor usaha baru melalui dukungan jasa-jasa pinjaman yang ditawarkan oleh koperasi unit usaha simpan pinjam. Hal ini tentu berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian khususnya di wilayah tersebut.

Peran penting yang dimiliki koperasi pemuda di Kabupaten Tuban, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri sebagai motor penggerak perekonomian usaha kecil masyarakat ini perlu didukung oleh pengetahuan tata kelola yang baik pada usaha koperasi tersebut. Koperasi pemuda yang ada para pengurus dan anggota-anggotanya harus dibekali pengetahuan dan keahlian dalam membuat perencanaan

bisnis dan teknik mengelola dana yang dimiliki secara optimal, sehingga dapat mencapai sasaran keuntungan yang diharapkan dan terhindar dari risiko-risiko usaha yang merugikan.

Tabel 3. Daftar Koperasi Pemuda yang Menjadi Obyek Penelitian

| NO | NAMA KOPERASI | ALAMAT |
|----|---|--|
| 1 | KOPERASI TUNAS KARYA | Ds. Tanjungharjo, Kec. Kapas, Kab. Bojonegoro |
| 2 | KOPMA STITMA | Kab. Tuban |
| 3 | KOPERASI PEMUDA SANTRI | Paciran Kab. Lamongan |
| 4 | KOPERASI QONA'AH | Kab. Tuban |
| 5 | KOPERASI PEMUDA SAKTI | Kab. Bojonegoro |
| 6 | KOPERASI WIRAUSAHA MUDA | Kab. Bojonegoro |
| 7 | KOPERASI BINA SISWA MANDIRI | Kab. Tuban |
| 8 | KOPMA UNIROW | Kab. Tuban |
| 9 | KOPERASI SISWA CIPTA MANDIRI | Mojoagung Kab. Jombang |
| 10 | KJKS STIE CENDEKIA | Kab. Bojonegoro |
| 11 | KOPMA HIMKANU STIKES NU (S1 KEPERAWATAN) | Kab. Tuban |
| 12 | KOPMA HIMKANU STIKES NU (D3 KEBIDANAN) | Kab. Tuban |
| 13 | KOPERASI TANWIRUL QULUB | Kab. Tuban |
| 14 | KOPERASI PEMUDA RONGGOLawe | Kab. Tuban |
| 15 | KOPERASI MANUNGGAL MUDA | Kab. Tuban |
| 16 | KOPERASI PEMUDA HARAPAN | Kab. Tuban |
| 17 | KOPMA STIT MUHAMMADIYAH | Kab. Bojonegoro |
| 18 | KOPERASI BUNGA MERAH | Kab. Tuban |
| 19 | KOPERASI BERJUTA | Kab. Lamongan |
| 20 | KOPERASI BINA ARTA MUDA | Kab. Lamongan |
| 21 | KOPERASI SISWA ASYIK | Pucuk Kab. Lamongan |
| 22 | KOPMA LOKAJAYA | UNP Kediri Kab. Kediri |
| 23 | KOPMA GEMPUR "AL KHAIFA" | Uniska Kediri Kab. Kediri |
| 24 | KOMPA FIB CARAKA | UNP Kediri Kab. Kediri |
| 25 | KOPERASI PUTRA BAHARI | Palang Kab. Tuban |
| 26 | KOPMA STAI AT-TANWIR | Kab. Bojonegoro |
| 27 | KOPERASI PEMUDA AL GHIFARI | Kab. Kediri |

Sumber: Hasil Survey FE-UNESA Tahun 2014, diolah

SWOT DARI KOPERASI PEMUDA DI BAKORWIL II.

Faktor Internal

Faktor internal merupakan lingkungan internal yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan yang ada didalam Koperasi Pemuda.

| |
|--|
| Kekuatan (<i>Strength</i>) Koperasi Pemuda |
| Menilai Koperasi Pemuda sangat penting sebagai tempat berorganisasi sekaligus berwirausaha |
| Koperasi Pemuda memiliki daya dukung lingkungan yang baik untuk pengembangan sosial ekonomi. |
| Sebagian besar Koperasi Pemuda memiliki unit usaha selain simpan pinjam yang menunjang kebutuhan sehari-hari para anggotanya. |
| Koperasi Pemuda memiliki pengawasan yang baik (keberadaan dewan pengawas dan dewan penasihat koperasi). |
| Kelemahan (<i>Weakness</i>) Koperasi Pemuda |
| Rendahnya partisipasi pemuda untuk menjadi anggota koperasi |
| Anggota pasif Koperasi Pemuda lebih banyak daripada anggota yang aktif |
| Turn over anggota koperasi yang tinggi |
| Modal yang mampu diputar relatif kecil dan kesulitan modal dalam pengembangan unit usaha |
| Sarana dan prasarana pendukung kelancaran usaha dari aktivitas usaha koperasi seperti sarana komunikasi, transportasi, Listrik, komputer dan tempat usaha kurang memadai |
| Kemampuan manajerial pengurus kurang memadai |
| Daya saing yang lemah karena belum ada kekhasan usaha yang dikelola koperasi |

Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan lingkungan eksternal yang terdiri atas peluang dan ancaman yang ada didalam Koperasi Pemuda.

| |
|--|
| Peluang (<i>Opportunity</i>) Koperasi Pemuda |
| Adanya dukungan dari pemerintah (Dinas Koperasi dan UMKM) |
| Adanya MEA pada akhir 2015 |
| Kemajuan teknologi untuk mempermudah mendapatkan dan menyebarkan informasi |

| |
|--|
| Ancaman (<i>Threats</i>) Koperasi Pemuda |
| Tumbuhnya berbagai <i>system</i> koperasi simpan pinjam dengan anggota secara umum |
| Kemudahan akses pinjaman di bank dengan nominal yang besar |
| Preferensi pemuda yang lebih memilih berbelanja di mini market atau belanja online |
| Persaingan yang semakin tinggi di era perdagangan bebas |

Analisis SWOT

| | <i>Strength (S)</i> | <i>Weaknesses (W)</i> |
|--|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menilai Koperasi Pemuda sangat penting sebagai tempat berorganisasi sekaligus berwirausaha 2. Koperasi Pemuda memiliki daya dukung lingkungan yang baik untuk pengembangan sosial ekonomi. 3. Sebagian besar Koperasi Pemuda memiliki unit usaha selain simpan pinjam yang menunjang kebutuhan sehari-hari para anggotanya. 4. Koperasi Pemuda memiliki pengawasan yang baik (adanya dengan pengawas dan dewan penasihat koperasi) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya partisipasi pemuda untuk menjadi anggota koperasi 2. Anggota pasif Koperasi Pemuda lebih banyak daripada anggota yang aktif 3. Turn over anggota koperasi yang tinggi 4. Modal yang mampu diputar relatif kecil dan kesulitan modal dalam pengembangan unit usaha 5. Sarana dan prasarana pendukung kelancaran usaha dari aktivitas usaha koperasi seperti sarana komunikasi, transportasi, Listrik, komputer dan tempat usaha kurang memadai 6. Kemampuan manajerial pengurus kurang memadai 7. Daya saing yang lemah karena belum ada kekhasan usaha yang dikelola koperasi |
| <i>Opportunities (O)</i> | Strategi SO | Strategi WO |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari pemerintah (Dinas Koperasi dan UMKM) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki sarana prasarana koperasi 2. Menghayati manfaat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk Koperasi Pemuda yang terdapat pada suatu universitas dapat |

| | | |
|---|--|--|
| <p>2. Adanya MEA pada akhir 2015</p> <p>3. Kemajuan teknologi untuk mempermudah mendapatkan dan menyebarkan informasi</p> | <p>sumberdaya lokal yang akan dikembangkan untuk menopang koperasi yang mantap dan mandiri</p> <p>3. Memberikan pengetahuan tentang manfaat Koperasi kepada para pemuda</p> | <p>mensyaratkan mahasiswa baru untuk menjadi anggota koperasi</p> <p>2. Pelatihan tentang manajemen perkoperasian, kewirausahaan dan penggunaan teknologi oleh Dinas Koperasi dan UMKM</p> <p>3. Memperluas jaringan untuk mengembangkan akses pasar</p> |
| <p>Threat (T)</p> <p>1. Tumbuhnya berbagai <i>system</i> koperasi simpan pinjam dengan anggota secara umum</p> <p>2. Kemudahan akses pinjaman di bank dengan nominal yang besar</p> <p>3. Preferensi pemuda yang lebih memilih berbelanja di mini market atau belanja online</p> <p>4. Persaingan yang semakin tinggi di era perdagangan bebas</p> | <p>Strategi ST</p> <p>1. Memberikan pinjaman dengan cicilan yang ringan kepada anggota koperasi</p> <p>2. Membuat Koperasi Pemuda lebih menarik dan modern dengan mengutamakan kebutuhan anak muda seperti pulsa, handphone, flashdisk dan sebagainya</p> <p>3. Strategi low cost berubah menjadi strategi diferensiasi</p> | <p>Strategi WT</p> <p>1. Pemberian hibah untuk pengembangan modal Koperasi Pemuda</p> <p>2. Pemberian tambah pengetahuan pengelolaan koperasi dan kewirausahaan oleh pihak akademisi melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat</p> |

Strategi SO

Strategi SO yang harus diambil Koperasi Pemuda yang utama adalah kepemilikan sarana dan, prasarana pendukung kelancaran usaha dari aktivitas usaha koperasi seperti komunikasi, transportasi, listrik, komputer, air bersih, kantor dan tempat usaha yang memadai. Pemanfaatan perangkat teknologi produksi dan informasi yang belum memadai. Pada umumnya koperasi masih belum memiliki akses terhadap alat-alat komunikasi modern seperti jaringan internet. Banyak koperasi yang masih menggunakan mesin ketik sebagai piranti manajemennya sehingga cukup lamban dalam memberikan berbagai pelayanan kepada anggota. Jadi koperasi harus lebih tanggap dan lebih cepat dalam memperoleh informasi-informasi agar tidak tertinggal dengan badan usaha lain, karena untuk memenuhi keinginan anggotanya dan masyarakat koperasi harus selalu mengikuti perkembangan zaman.

Yang kedua yaitu peran pemuda di masa depan harus mampu membangun koperasi yang lebih maju dengan pola adaptif management yang berbasis lokal, agar pemerintah daerah

ke depan yang akan diisi oleh para pemuda masa kini dapat menghayati manfaat sumberdaya lokal yang akan dikembangkan untuk menopang koperasi yang mantap dan mandiri; dan pemuda masa kini, yang ketika nanti menjadi pemerintah, maka harus menjadi pemerintah yang ikut serta aktif dalam pengelolaan pasar untuk mengoreksi kebijakan pasar dan kegagalan kebijakan, serta harus bisa menuangkan sumberdaya alami setempat secara lintas sektor dengan dukungan analisa science-technology untuk membina anggota koperasi yang memiliki daya unggul. Hal lain yang bisa dilakukan oleh generasi muda ke depan untuk memperkuat sistem lokal yang berbasis pada masyarakat lokal dan kearifan tradisional dalam pengelolaan koperasi, yaitu dengan cara perlahan merubah orientasi tujuan pengelolaan koperasi dari makro-nasional-global (devisa Negara, penerimaan pendapatan pemerintah pusat dan daerah) menjadi koperasi yang berorientasi ke tujuan mikro-lokal.

Ketiga adanya partisipasi pemuda untuk menjadi anggota koperasi. Hal ini akan berdampak pada kaderisasi pengurus dan anggota koperasi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan penjelasan dan sosialisasi pada para pemuda. Pengetahuan anggota atau pengurus koperasi terhadap makna dan hakekat koperasi, manfaat koperasi, hak dan kewajiban anggota atau pengurus di dalam berkoperasi saat ini belum sepenuhnya dapat dikatakan baik. Keikutsertaan anggota ini diwujudkan dalam bentuk pencurahan pendapat dan pikiran dalam pengambilan keputusan, dalam pengawasan, kehadiran dan keaktifan dalam rapat anggota, pemberian kontribusi modal keuangan, serta pemanfaatan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Partisipasi anggota merupakan kunci keberhasilan organisasi dan usaha koperasi. Secara harfiah, partisipasi berarti meningkatkan peran serta orang-orang yang mempunyai visi dan misi yang sama bagi mengembangkan organisasi maupun usaha koperasi. Dalam koperasi akan menimbulkan suatu kebajikan yakni kejujuran, loyalitas, ketepatan yang cerdas, partisipasi yang adil, disiplin dan keteguhan terhadap ikatan perjanjian, kodeterminasi untuk memacu mutual benefit, dan transparan. Dengan prinsip ini masyarakat diajak untuk sungguh-sungguh berperan aktif, dan bukan hanya menjadi penonton yang pasif, menunggu, dan menggantungkan nasibnya pada "belas kasihan" orang lain.

Strategi WO

Dalam perkembangannya, koperasi memiliki syarat keanggotaan yang ditentukan dari keaktifan anggotanya, seperti Koperasi Mahasiswa dapat mensyaratkan pada mahasiswa baru yang telah terdaftar menjadi mahasiswa Universitas tertentu untuk menjadi anggota aktif Koperasi Mahasiswa, sehingga koperasi dapat memiliki strategi pengembangan kader yang kompetitif. Minimnya partisipasi anggota juga tidak secara mutlak merupakan kesalahan anggota dan juga koperasi. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi anggota, salah satunya belum pahamnya anggota terhadap perannya di dalam koperasi atau organisasi koperasinya yang belum dapat memberikan pelayanan atau fasilitas secara maksimal kepada anggota sehingga dapat menimbulkan rasa "enggan" bagi anggota untuk menjalankan peran anggotanya. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi anggota, organisasi koperasi dapat menentukan strategi-strategi yang dapat merangsang partisipasi anggota dalam menjalankan perannya. Dalam upaya meningkatkan partisipasi

anggota dapat digunakan berbagai cara yang tentunya disesuaikan dengan kondisi yang ada pada koperasi tersebut. Salah satu contohnya adalah dengan mengajak anggota untuk terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan di organisasi koperasi, dan juga melibatkan anggota dalam pengambilan keputusan penting di organisasi koperasi. Mengingat betapa pentingnya partisipasi anggota, organisasi koperasi diharapkan tidak lagi menunggu anggota berpartisipasi secara aktif akan tetapi organisasi koperasilah yang mengajak langsung anggota untuk berpartisipasi.

Pelatihan dan penyuluhan anggota dan pengurus untuk meningkatkan kualitas sumber daya anggota dan pengurus serta meningkatkan kemampuan manajerial. Kualitas dan ketrampilan yang dimiliki anggota dan pengurus koperasi itu sangat penting karena dengan meningkatkan ketrampilan dapat menghasilkan produk yang berdaya saing dan dapat memajukan koperasi.

Jaringan pasar merupakan suatu tempat untuk mencari pangsa pasar yang lebih luas agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Bahwa Pelayanan koperasi umumnya terfokus pada internal koperasi yang belum terbentuk jaringan antar koperasi. Koperasi akan lebih berdaya saing jika koperasi mampu membentuk jaringan usaha. Melalui jaringan yang kuat, koperasi akan mampu berkiprah di pasar global dengan meningkatkan mutu pelayanan. Dapat dijelaskan bahwa jaringan adalah suatu faktor pendukung yang mempunyai kekuatan yang menentukan dalam melaksanakan usaha ekonomi dan program lainnya. Skala usaha yang belum layak, karena kemampuan pemasaran yang masih terbatas pada beberapa jenis komoditi, dan belum terbinanya jaringan dan mata rantai pemasaran produk koperasi secara terpadu menyebabkan koperasi sulit untuk berkembang. Dapat disimpulkan bahwa dengan skala usaha yang kecil yang dilaksanakan oleh koperasi menyebabkan koperasi sulit untuk berkembang. Kesulitan koperasi dalam membangun akses pasar lebih disebabkan oleh adanya beberapa faktor yang belum dapat dieliminasi terutama yang berkaitan dengan informasi. Tetapi kendala tersebut bukanlah harga mati, karena banyak variabel-variabel pemasaran produk koperasi yang dapat diandalkan seperti rendahnya harga jual produk koperasi yang menjadi daya tarik bagi sebagian kalangan di pasar internasional. Rendahnya eksistensi koperasi dalam penguasaan pasar memang lebih terlihat sebagai dampak dari kondisi pasar yang tidak kondusif.

Strategi ST

Koperasi harus mampu menerapkan manajemen keuangan yang baik sehingga koperasi dapat mengatur pengeluaran dan penerimaan sampai dengan menentukan strategi pemberian pinjaman dengan cicilan yang tidak memberatkan anggotanya. Pengetahuan seperti ini dapat diperoleh dengan bantuan pihak pemerintah dalam hal ini adalah Dinas Koperasi dan UMKM yaitu dengan adanya pelatihan mengenai manajemen pengelolaan koperasi termasuk manajemen keuangan.

Dari penelitian yang telah dilakukan banyak Koperasi Pemuda yang memiliki usaha lain seperti menjual kebutuhan sehari-hari dengan harapan akan dapat menambah penghasilan koperasi. Namun dengan kondisi saat ini preferensi pemuda untuk lebih memilih berbelanja di

mini market disebabkan karena menjamurnya minimarket dilingkungan sekitar kita. Para pemuda menjadi subjek yang konsumtif perilaku konsumsi mahasiswa berubah dari hanya membeli kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan, menjadi kebutuhan lain yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Konsep minimarket yang *men-display* semua jenis produknya dengan rapi dan terbuka, membawa kemudahan bagi konsumen untuk membeli. Harga yang bersaing dan tempat yang bersih serta nyaman menjadi keunggulan minimarket. sehingga tidak boleh dipungkiri bahwa hadirnya minimarket membawa kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Jadi jelas bahwa koperasi yang diidamkan di masa yang akan datang adalah koperasi modern, berlandaskan kearifan tradisional, serta digerakkan oleh jiwa yang dinamis dan enerjik, yaitu jiwa muda. Jika koperasi di masa yang akan datang telah mampu berjalan sesuai laju modernisasi dan tetap berlandaskan kearifan tradisional, maka target koperasi untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia bukanlah tidak mungkin.

Pada akhir 2015 akan memasuki area perdagangan bebas, area perdagangan bebas adalah kumpulan negara-negara yang menetapkan sedikit atau tidak ada kontrol harga dalam bentuk tarif atau kuota antara satu sama lain. Area perdagangan bebas yang memungkinkan negara-negara setuju untuk fokus pada keunggulan kompetitif mereka dan bebas melakukan perdagangan untuk barang mereka. Manfaat perdagangan bebas antara lain mempromosikan inovasi dan persaingan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menyebarkan nilai-nilai demokrasi dan mendorong kebebasan ekonomi. Dalam rangka memenangkan persaingan bisnis di era perdagangan bebas, maka strategi yang harus dilaksanakan adalah penetapan strategi biaya yang memungkinkan untuk menawarkan produk pada harga yang lebih rendah dibanding pesaing dan strategi diferensiasi produk sehingga pelanggan mengerti dan memahami tentang manfaat produk yang membenarkan harga tinggi.

Strategi WT

Peranan pemerintah sangat penting disini untuk pemberian hibah bagi pengembangan modal Koperasi Pemuda. Seperti yang telah dilakukan pada Koperasi Wanita pemberian hibah bagi Koperasi Pemuda juga penting karena stabilitas modal koperasi memang harus dipertimbangkan misalnya modal yang berkurang karena anggota yang keluar.

Pemberian tambah pengetahuan pengelolaan koperasi dan kewirausahaan oleh pihak akademisi melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat. Pemerintah banyak memberikan dana Pengabdian Kepada Masyarakat kepada pihak akademisi dengan tujuan agar dapat mentransformasikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah Koperasi Pemuda yang terdapat di Bakorwil II yakni di Tuban, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri dalam mengelola operasional kegiatan usaha

koperasi dengan cukup baik. Pemuda yang terdapat di Bakorwil II memiliki kegiatan usaha, namun demikian kegiatan usaha yang telah dijalankan masih tergolong sederhana dan masih dapat dikembangkan lagi, selain itu perlunya peningkatan pengetahuan tentang manajemen perkoperasian dan perbaikan sarana prasarana yang akan membantu kemajuan Koperasi Pemuda terutama dalam menghadapi MEA pada akhir 2015. Disamping itu peran pemerintah dan pihak akademisi akan sangat membantu.

Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Perlunya perluasan bidang-bidang usaha pada koperasi pemuda agar mendukung kemajuan perkembangan koperasi.
2. Bagi koperasi yang telah memiliki usaha-usaha kreatif dibutuhkan pelatihan mengenai manajemen keuangan, produksi dan manajemen pemasaran untuk membantu pemasaran hasil usaha koperasi.
3. Dibutuhkan suatu komunitas untuk membagi pengalaman dan informasi mengenai pengembangan usaha dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pengurus/anggota koperasi pemuda di Bakorwil II.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G & Kotler P. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Erlangga
- Ari Sudarman. 1989. *Teori Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga, Jilid 1*. Yogyakarta: BPFE\
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Gaspers
- Dessler, Gary. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Indeks
- Munawir. 1995. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Keempat Cetakan Kelima, Liberty Jogja, Yogyakarta
- Scout Shane, Watson Locke Christopher J. 1998. *Entrepreneurial Motivation*. *Human Resource Management Review* 13 (1998) 257–279
- Sunyoto, Danang. 2006. "Studi Kelayakan Bisnis". Jakarta: Gramedia.
- Warsono. 2003. *Manajemen Keuangan Buku I*. Edisi Ketiga. Malang: Bayumedia
- Munthe, Mulia Ginting. 2011. *Menatap Masa Depan Koperasi di Indonesia*. Jakarta: Yudistira
- Republik Indonesia. 1967. *Undang-Undang No. 12 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian*
- Republik Indonesia. 1992. *Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*
- Van Horne, James dan John Wachowicz. 2011. *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Keuangan (Fundamental of Financial Statements)*. Jakarta: Salemba Empat.