

**Efektivitas Studi Kelayakan Bisnis dalam Meningkatkan Penjualan
Kentang di Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan**

¹Ayra Zakirah Sulaeman, ²Tiris Sudrartono

Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Piki Ganesha

¹ayra.zakirah@gmail.com, ²tiris.sudrartono@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to evaluate the effectiveness of business feasibility studies in improving potato sales at the Aspi Daranata Agro Priangan Cooperative. Conducting feasibility assessments plays a pivotal role in the growth and expansion of cooperative businesses, but their impact on cooperative performance has not been widely studied. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through interviews, observation and documentation. The results show that the business feasibility study conducted by the Aspi Daranata Agro Priangan Cooperative was effective in increasing potato sales. This is reflected in increased sales volume, expanded market reach and increased member satisfaction. Through the feasibility study, the cooperative can identify market potential, evaluate marketing strategies and allocate resources more optimally. The insight gained from this work highlights the requirement to empower the skills of cooperatives in conducting business feasibility studies on a regular basis to support business sustainability and member welfare.

Keywords: Effectiveness; Cooperative; Sales

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas studi kelayakan bisnis dalam meningkatkan penjualan kentang di Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan. Studi kelayakan bisnis merupakan tahap penting dalam pengembangan bisnis koperasi, namun dampaknya terhadap kinerja koperasi belum banyak diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis yang dilakukan Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan efektif dalam meningkatkan penjualan kentang. Hal ini tercermin dari peningkatan volume penjualan, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan kepuasan anggota. Melalui studi kelayakan, koperasi dapat mengidentifikasi potensi pasar, mengevaluasi strategi pemasaran, dan mengalokasikan sumber daya secara lebih optimal. Implikasi penelitian ini adalah perlunya penguatan kapasitas koperasi dalam melakukan studi kelayakan bisnis secara rutin untuk mendukung keberlanjutan usaha dan kesejahteraan anggota.

Kata kunci: Efektifitas; Koperasi; Penjualan

PENDAHULUAN

Koperasi telah lama menjadi instrumen penting dalam memajukan kegiatan ekonomi di berbagai komunitas. Regulasi terkait pengaturan koperasi di Indonesia telah mengalami pembaharuan, yaitu dengan Undang-Undang Perkoperasian Nomor

25 Tahun 1992, yang merumuskan koperasi sebagai berikut : “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan” (Afifudin, 2020). Sedangkan koperasi menurut pernyataan *International Cooperative Alliance* dalam kongres ke-100 di Manchester pada tanggal 23 September 1995 adalah sebagai berikut : “Koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan aspirasi ekonomi, sosial, budaya secara bersama melalui perusahaan yang mereka miliki dan dikendalikan bersama secara demokratis” (Azzam Al Murtadho et al., 2022). *International Cooperative Alliance* juga menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang berpusat pada rakyat dan dimiliki serta dijalankan oleh para anggota untuk mencapai kebutuhan dan tujuan bersama (Mujiyanti et al., 2023).

Dengan prinsip kekeluargaan dan gotong-royong, koperasi melatih anggotanya untuk memiliki kesadaran harga diri dan kepercayaan diri karena setiap anggota memiliki hak dan satu suara dalam menentukan bagaimana jalannya roda operasi koperasi (Ramdani & Martono, 2022). Sebagai model organisasi yang didasarkan pada prinsip kerja sama dan keanggotaan, koperasi menawarkan pendekatan yang inklusif dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosial anggotanya. Koperasi menyediakan platform yang memungkinkan anggotanya untuk berkolaborasi dalam berbagai aktivitas bisnis dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Pembiayaan yang diberikan oleh koperasi juga cenderung lebih fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu atau kelompok usaha (Perkasa & Harahap, 2023).

Bisnis adalah kegiatan individu yang dapat menghasilkan dan menjual barang ataupun jasa untuk mendapatkan keuntungan secara terorganisir guna memenuhi kebutuhan masyarakat (Andriyansyah et al., 2023). Menurut pendapat Sukirno (2004), bisnis adalah aktivitas yang dijalankan oleh perseorangan atau kelompok dengan maksud mendapatkan laba demi pemenuhan kebutuhan mereka (Alamsyah & Wulandari, 2022). Bisnis pada sebuah koperasi meliputi beragam sektor, mulai dari pertanian, perdagangan, hingga jasa yang mencakup berbagai aspek terkait kegiatan ekonomi yang dilakukan sebuah koperasi sebagai peningkatan kesejahteraan anggotanya. Koperasi dapat menjalankan berbagai bisnis tergantung sektor yang menjadi fokusnya dan keanggotaan dalam sebuah koperasi juga memberikan kepemilikan dan partisipasi dalam bisnis yang dijalankan. Agribisnis, sebagai pendekatan yang menggabungkan elemen bisnis dengan pertanian, memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan pertanian berkelanjutan (Salawati et al., 2024).

Menurut para ahli, bisnis di koperasi memiliki beberapa karakteristik khusus yang membedakannya dari bisnis konvensional. Salah satu ciri khas bisnis di koperasi adalah partisipasi aktif anggota dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan bisnis. Koperasi, berbeda dengan grup atau kelompok komunitas pada umumnya, adalah organisasi yang lebih dekat dengan grass root, di samping juga sesuai dengan

ekonomi pasar, seperti yang disebutkan oleh seorang ahli sebagai berikut : Cooperative societies unlike the customary groups are models money and bookkeeping principles as commercial enterprises, even though they pursue different purpose and goals (Indahningrum & lia dwi jayanti, 2020). Salah satu sektor di mana koperasi memiliki potensi besar adalah dalam bisnis pertanian. Upaya pembangunan pertanian harus ditujukan pada wujud pertanian berkelanjutan (*sustainable agriculture*) yang berlandaskan tiga pilar keberlanjutan: keberlanjutan usaha ekonomi (*profit*), keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat (*people*), dan keberlanjutan lingkungan alam (*planet*) (Sultan et al., 2021). Dalam konteks ini, koperasi memainkan peran penting dalam menyatukan petani, memfasilitasi akses terhadap input pertanian, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperluas pasar dan distribusi produk pertanian. Dengan demikian, gambaran umum bisnis di koperasi menekankan pentingnya partisipasi anggota, tujuan bersama, pembagian keuntungan dan juga pendekatan berkelanjutan dalam menjalankan aktivitas bisnis koperasi.

Studi kelayakan bisnis yang fokus pada peningkatan penjualan kentang produksi (benih) dan kentang konsumsi di koperasi merupakan langkah yang tepat dalam mendukung pengembangan sektor pertanian lokal. Berdasarkan penelitian (Wulandari E & Salsabila Anisa, 2020), volume produksi kentang yang tinggi di Jawa Barat menyebabkan provinsi ini menjadi salah satu sentra produksi kentang terkemuka di Indonesia.

Menurut penelitian (Sudrartono & Firamida, 2021) dalam buku (Handoko, dkk 2012:3) mengeni tentang buku Analisis Perilaku Konsumen Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan- kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen. Dengan mengeksplorasi potensi koperasi sebagai platform untuk meningkatkan penjualan kentang, kami bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika bisnis dalam koperasi dan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan anggotanya. Dengan melihat strategi bisnis kentang yang dapat diterapkan di koperasi, diharapkan bahwa penemuan dari penelitian ini dapat menghadirkan panduan praktis yang dapat berkontribusi terhadap pengembangan usaha pertanian dalam konteks koperasi, serta memberikan kontribusi pada literatur tentang koperasi dan bisnis pertanian.

Tabel 1. Penjualan Kentang Produksi (benih) pada Tahun 2023 per bulan (Omzet)

Sumber: Data diolah oleh penulis pada tahun 2024

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Persentase (%)	Ket
1.	Januari	Rp 58.675.000	-	-
2.	Februari	Rp 35.650.000	39,27	Turun
3.	Maret	Rp 228.535.000	541,26	Naik

4.	April	Rp	106.400.000	53,49	Turun
5.	Mei	Rp	63.350.000	40,45	Turun
6.	Juni	Rp	70.763.000	11,72	Naik
7.	Juli	Rp	61.255.000	13,44	Turun
8.	Agustus	Rp	154.365.000	151,94	Naik
9.	September	Rp	46.277.000	70,02	Turun
10.	Oktober	Rp	16.400.000	64,60	Turun
11.	November	Rp	184.725.000	1025,30	Naik
12.	Desember	Rp	78.150.000	57,66	Turun

Berdasarkan **tabel 1**, dapat diketahui bahwa pada bulan Januari, jumlah penjualan kentang mencapai Rp 58.675.000. Namun, pada bulan Februari terjadi penurunan penjualan sebesar 39,27% menjadi Rp 35.650.000 dibandingkan bulan sebelumnya. Bulan Maret menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan sebesar 541,26% dibandingkan dengan bulan Februari, dengan total penjualan sebesar Rp 228.535.000. Bulan April mengalami penurunan penjualan sebesar 53,49% dari bulan Maret, mencapai total penjualan Rp 106.400.000. Penurunan penjualan juga terjadi pada bulan Mei, yaitu sebesar 40,45% dibandingkan dengan bulan April, dengan total penjualan Rp 63.350.000. Akan tetapi, bulan Juni menunjukkan peningkatan penjualan sebesar 11,72% dibandingkan dengan bulan Mei, dengan total penjualan Rp 70.763.000. Penjualan kembali mengalami penurunan pada bulan Juli, yaitu sebesar 13,44% dibandingkan dengan bulan Juni, dengan total penjualan Rp 61.255.000.

Bulan Agustus menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan, yaitu sebesar 151,94% dibandingkan dengan bulan Juli, mencapai total penjualan Rp 154.030.000. Namun, pada bulan September terjadi penurunan penjualan sebesar 70,02% dari bulan Agustus, dengan total penjualan Rp Rp 46.186.000. Penurunan penjualan juga berlanjut pada bulan Oktober, yaitu sebesar 64,60% dibandingkan dengan bulan September, dengan total penjualan Rp 16.367.000.

Setelah mengalami penurunan selama dua bulan berturut-turut, bulan November menunjukkan peningkatan penjualan yang sangat tinggi, yaitu sebesar 1025,30% dibandingkan dengan bulan Oktober, dengan total penjualan Rp 184.000.000. Namun, penjualan kembali mengalami penurunan pada bulan Desember, yaitu sebesar 57,66% dibandingkan dengan bulan November, dengan total penjualan Rp 77.600.000. Dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata penurunan penjualan kentang selama setahun adalah sebesar 26,72%.

Dengan melihat perubahan penjualan kentang per bulan, dapat dilihat bahwa terdapat fluktuasi yang signifikan. Ketidakstabilan dan besarnya fluktuasi harga yang sering terjadi selain akibat kelancaran distribusi yang terganggu juga akibat spekulasi dan psikologis pasar (Bahtiar & Raswatie, 2022). Hal ini dapat dipengaruhi oleh fluktuasi harga, permintaan pasar, dan faktor-faktor musiman. Pada faktor musiman, perubahan musim seperti cuaca dapat mempengaruhi produksi ketersediaan

kentang. Karena cuaca tidak dapat diprediksi, misalkan akibat cuaca tidak menentu juga berpengaruh terhadap panen sehingga dapat meningkatkan harga suatu barang (Pujiati, 2020). Proses pemasaran dituntut harus dapat mempertemukan kepentingan dan kebutuhan produsen dan konsumen, yang kadangkala amat saling bertentangan (Hasanuddin et al., 2021). Harga juga dapat membantu membentuk citra sebuah produk (Sudrartono, 2019), maka pertimbangan harga kentang dapat mempengaruhi pola penjualan. Jika harga kentang naik, konsumen cenderung membeli dalam jumlah yang lebih sedikit yang mengakibatkan penurunan penjualan sehingga fluktuasi harga kentang ini yang menjadi faktor utama dalam naik turunnya penjualan setiap bulan.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan dalam membaca keinginan konsumen dan menawarkan produk secara terus menerus dengan volume penjualan yang semakin meningkat (Nasional & Snpk, 2023). Penyebab utama lain dalam keberhasilan penjualan kentang juga dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan penjualan yang digunakan oleh koperasi, seperti promosi produk, distribusi dan hubungan dengan pelanggan. Jika strategi pemasaran dan penjualan efektif, penjualan kentang cenderung meningkat. Namun, diduga strategi yang diterapkan oleh koperasi kurang efektif, sehingga penjualan mengalami penurunan. Atas dasar itu, peneliti tergerak untuk menjalankan penelitian yang berjudul Efektivitas Studi Kelayakan Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Kentang Di Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan, dengan tujuan untuk penyebab permasalahan tersebut dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualannya serta memberikan rekomendasi yang praktis untuk meningkatkan performa bisnis koperasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang sebagaimana menurut Bennet & Elman, metode kualitatif memiliki keunggulan komparatif dalam pengembangan internal langkah-langkah dengan konsep yang valid (Sahir, 2021). Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka (Nasution, 2023).

Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis sebuah fenomena, kejadian atau keadaan sosial, seperti dalam kasus ini, penjualan kentang di koperasi. Dalam metode ini, analisis data dapat bervariasi tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memahami makna dan keunikan objek yang diteliti serta memahami proses dan interaksi sosial yang terjadi di Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi catatan lapangan, hasil observasi dan wawancara langsung dengan manajer karyawan di koperasi. Pengamatan alami (*Natural Observaation*) dilakukan dengan observasi menyeluruh pada sebuah latar tertentu tanpa sedikitpun mengubahnya (Hasan, 2023). Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti dapat mendapatkan pemahaman yang unik

dan temuan baru yang bersifat deskriptif mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan jumlah penjualan kentang yang dikelola oleh Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan. Data jumlah penjualan kentang pada Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan di kecamatan Pangalengan, kabupaten Bandung dikumpulkan dari bulan Januari hingga Desember 2023. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara langsung dengan pihak koperasi guna mendapatkan informasi yang lebih jelas dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang ada. Dengan mengumpulkan data-data tersebut, peneliti dapat menganalisis dan mengolahnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena penelitian. Secara keseluruhan, metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif digunakan untuk memahami fenomena dan permasalahan di Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan. Dengan mengumpulkan data kualitatif, dan menganalisisnya secara deskriptif, diharapkan peneliti dapat memperoleh pemahaman yang khas dan mendalam mengenai objek penelitian serta memberikan kontribusi dalam mengatasi permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

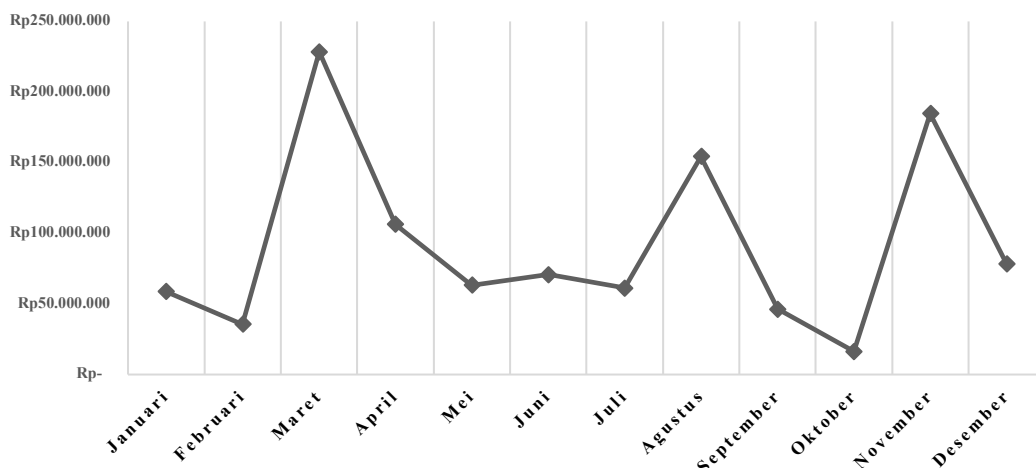
Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan merupakan koperasi produsen yang bergerak di bidang pertanian. Koperasi ini berdiri sejak tahun 2021 di sebuah desa di Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Koperasi ini didirikan oleh sekelompok petani dengan tujuan untuk bekerjasama dalam melakukan pembinaan budidaya pertanian, termasuk kegiatan penanaman dan pembenihan, serta menjembatani para petani untuk mendapatkan harga yang lebih baik dari hasil pertanian mereka.

Saat ini, Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan memiliki 54 orang anggota aktif yang terdiri dari petani dan buruh tani di wilayah Pangalengan. Seluruh anggota koperasi memiliki latar belakang ekonomi yang relatif homogeny, yaitu berasal dari kalangan menengah ke bawah. Kondisi ini telah memupuk semangat kebersamaan dan solidaritas yang kuat di antara anggota koperasi. Sebagai koperasi produsen di bidang pertanian, Aspi Daranata Agro Priangan memegang peranan penting dalam pembinaan dan pengembangan usaha tani para anggotanya. Beberapa peran utama koperasi ini antara lain :

- 1) **Pembinaan Budidaya Pertanian** : Koperasi memberikan bimbingan dan pelatihan kepada anggota dalam teknik budidaya, mulai dari pengolahan lahan sampai pemilihan bibit unggul untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil pertanian anggota koperasi.
- 2) **Penyediaan Sarana Produksi Pertanian** : Koperasi menyediakan sarana produksi pertanian seperti benih, pupuk dan alat-alat pertanian bagi anggota dengan harga terjangkau. Hal ini dapat mengurangi beban biaya produksi yang harus ditanggung petani anggota.

- 3) Pemasaran Hasil Pertanian : Koperasi berperan sebagai jembatan penghubung antara petani anggota dengan pasar dan memfasilitasi penjualan hasil pertanian anggota ke pasar dengan harga yang lebih baik dibandingkan jika dijual secara individual.
- 4) Pemberdayaan Ekonomi Anggota : Dengan latar belakang ekonomi yang relatif homogen, koperasi dapat memberdayakan anggota dari kalangan menengah ke bawah dan memberikan akses yang lebih baik bagi anggota untuk memperoleh sarana produksi, meningkatkan produktivitas dan memperoleh harga jual yang lebih menguntungkan.

Melalui peran-peran strategis tersebut, Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi para petani anggotanya. Selain itu, koperasi juga berfungsi sebagai penghubung antara petani anggota dengan pasar, sehingga mereka dapat memperoleh harga jual yang lebih baik atas hasil pertanian mereka. Dengan latar belakang ekonomi yang relatif serupa, para anggota koperasi dapat membangun semangat kebersamaan dan solidaritas yang kuat dalam menjalankan usaha tani dan pemasaran hasil pertanian. Berikut pada gambar 1, diketahui jumlah penjualan kentang produksi pada tahun 2023 dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengurus Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan bagian staff penjualan, Ibu Tania Fitriya Fauzieni, mengatakan bahwa tingkat penjualan setiap bulannya tidak stabil dikarenakan hasil panen kentang yang diperoleh dari para petani tidak dapat diprediksi jumlah maupun kualitas kentangnya. Hal ini disebabkan oleh perubahan musim yang berdampak pada penjualan karena hasil yang tidak maksimal, sehingga jumlah penjualan yang diperoleh tiap bulannya mengalami kenaikan serta penurunan yang drastis. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 1, bulan Februari ke Maret mengalami kenaikan jumlah penjualan sebesar Rp 35.650.000 pada bulan Februari, lalu pada bulan Maret sebesar 228.535.000. Kenaikan ini diperoleh persentase sampai 541,26%. Dan pada bulan Maret ke bulan April mengalami penurunan jumlah penjualan yang sangat anjlok, sebesar Rp 122.135.000 dengan persentase hingga 53,49%.



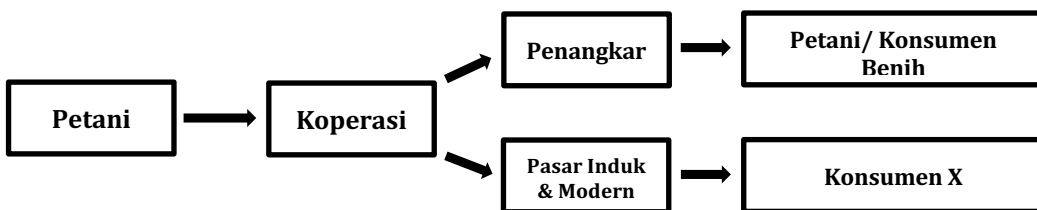
Gambar 1. Chart Hasil Penjualan Kentang Produksi (benih)

Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan memiliki kondisi keuangan yang cukup stabil. Hal ini ditunjukkan dengan modal awal yang memadai untuk menjalankan kegiatan operasional koperasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan, Ibu Siti Masitoh Darma Saputa, koperasi juga mengalami peningkatan omzet penjualan setiap tahunnya. Peningkatan omzet penjualan ini merupakan indikasi bahwa koperasi mampu meningkatkan volume penjualan hasil pertanian para anggota secara efektif. Pada tahun terakhir, koperasi berhasil memperoleh keuntungan sebesar 150 juta rupiah. Sebagian besar keuntungan tersebut didistribusikan kembali kepada anggota secara proporsional sesuai dengan partisipasi mereka dalam kegiatan koperasi. Kondisi keuangan yang stabil tersebut tidak terlepas dari peran serta aktif anggota koperasi. Para anggota koperasi berpartisipasi aktif dalam menyimpan dan meminjam dana di koperasi. Kegiatan simpan-pinjam ini menjadi salah satu sumber permodalan bagi koperasi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Selain itu, simpanan anggota juga dapat digunakan untuk membiayai berbagai program pemberdayaan ekonomi anggota. Selain kondisi keuangan yang stabil, Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan juga dikelola dengan baik oleh pengurus yang dipilih secara langsung oleh anggota. Pemilihan pengurus secara langsung oleh anggota menunjukkan adanya keterlibatan dan partisipasi aktif anggota dalam pengelolaan koperasi. Pengurus yang dipilih secara demokratis ini bertanggung jawab menjalankan fungsi-fungsi manajemen koperasi, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan terhadap seluruh kegiatan koperasi.

Dari segi fasilitas, Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan memiliki kantor pemasaran dan gudang penyimpanan kentang produksi (benih) maupun kentang konsumsi. Koperasi juga memiliki lahan pertanian di wilayah PT Perkebunan Nusantara (PTPN) yang berstatus Hak Guna Usaha (HGU). Fasilitas-fasilitas ini menjadi penunjang bagi koperasi dalam menjalankan kegiatan usahanya dan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan anggota.

Koperasi membagi kentang menjadi dua kategori, yaitu ABD dan Dn. Kentang dengan ukuran ABC akan dijual oleh koperasi langsung ke pasar. Sementara kentang dengan ukuran Dn, koperasi akan menangkarnya sendiri untuk dijadikan benih kentang (kentang produksi) yang akan ditanam kembali oleh para petani. Proses penangkaran kentang Dn hingga siap tanam membutuhkan waktu sekitar 3 bulan. Koperasi dapat memperoleh keuntungan sebesar 3.000 – 5.000 rupiah per kilogram dari penjualan benih kentang ini, dengan harga yang relatif stabil setiap musim tanam, yaitu 18.000 – 20.000 rupiah per kilogram. Sementara harga kentang di pasaran umum berkisar 25.000 – 30.000 rupiah per kilogram.

Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan memiliki proses penjualan benih kentang yang dilakukan secara langsung kepada konsumen, yaitu para petani anggota koperasi yang membutuhkan benih untuk menanam kentang konsumsi. Melalui pola penjualan benih kentang secara langsung kepada petani anggota, koperasi dapat memastikan pasokan benih berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Hal ini memungkinkan para anggota koperasi untuk memperoleh benih kentang berkualitas dan menjamin keberhasilan panen kentang konsumsi mereka. Selanjutnya, hasil panen kentang konsumsi yang dihasilkan oleh anggota koperasi akan ditampung dan dipasarkan oleh koperasi melalui berbagai saluran distribusi yang lebih luas. Koperasi memasarkan kentang konsumsi tersebut ke berbagai pasar, termasuk pasar induk, supermarket dan pemasok eksportir. Dengan pola ini, koperasi dapat memastikan pemasaran hasil panen kentang konsumsi anggotanya secara optimal dan menjamin keberlanjutan usaha tani anggota. Dengan menjalankan proses penjualan benih dan pemasaran hasil panen kentang konsumsi secara terintegrasi, Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan dapat memberikan manfaat yang komprehensif bagi para anggotanya. Anggota memperoleh pasokan benih berkualitas dan kepastian pemasaran hasil panen, sementara koperasi dapat memastikan keberlanjutan usahanya melalui partisipasi aktif anggota.



Gambar 2. Kerangka Alur Penjualan Kentang Produksi (benih) dan Kentang Konsumsi.

Berdasarkan gambar 2, maka pentingnya studi kelayakan bisnis penjualan kentang produksi maupun kentang konsumsi berupa riset pasar, segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning*. Riset pasar oleh koperasi dapat dilakukan dengan survei dan analisis data penjualan historis untuk mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan

pelanggan, tren pasar, potensi permintaan dan pesaing. Hal ini membantu koperasi memahami pasar dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Segmentasi pasar oleh koperasi dapat dilakukan berdasarkan karakteristik geografis, psikografis dan perilaku konsumen. Misalnya, membagi pasar berdasarkan lokasi (daerah), gaya hidup dan pola pembelian. Hal ini memungkinkan koperasi untuk lebih fokus dan menyesuaikan penawaran produk serta strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan segmen yang ditargetkan.

Targeting koperasi dilakukan dengan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang paling potensial dan memiliki kemampuan untuk menjadi pelanggan yang menguntungkan. Hal ini membantu koperasi mengalokasikan sumber daya secara efektif dan meningkatkan probabilitas keberhasilan penjualan kentang. Sedangkan *positioning* koperasi dilakukan dengan mengembangkan citra dan persepsi merek yang diinginkan di benak konsumen sasaran, misalnya sebagai produsen kentang berkualitas, harga terjangkau atau produk yang mudah didapat. Hal ini memungkinkan koperasi untuk membedakan dirinya dari pesaing dan membangun keunggulan kompetitif. Sehingga diharapkan pengelolaan koperasi dapat lebih efektif melalui studi kelayakan bisnis, yang berdampak pada meningkatnya penjualan kentang produksi (benih) maupun kentang produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Studi yang telah dilakukan mengindikasikan bahwa Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis kentang, baik produksi benih maupun kentang konsumsi. Studi kelayakan bisnis yang dilakukan dapat membantu koperasi mengoptimalkan penjualan dan distribusi produk kentang. Partisipasi aktif anggota koperasi dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan bisnis kentang merupakan kunci keberhasilan. Koperasi dapat memanfaatkan keunggulan model organisasi koperasi yang berbasis keanggotaan dan gotong-royong. Pendekatan bisnis berkelanjutan yang mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dapat mendukung pengembangan agribisnis kentang di Koperasi Aspi Daranata Agro Priangan. Hal ini sejalan dengan prinsip pembangunan pertanian berkelanjutan.

Saran penulis adalah koperasi perlu terus melakukan studi kelayakan bisnis secara berkala untuk mengidentifikasi potensi, peluang, dan tantangan dalam pengembangan bisnis kentang, meningkatkan kapasitas dan partisipasi anggota koperasi dalam pengelolaan bisnis kentang demi menjaga keberlanjutan usaha, mempertimbangkan diversifikasi produk kentang agar tidak hanya fokus pada benih dan kentang konsumsi untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan serta menjalin kemitraan strategis dengan pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, universitas dan swasta untuk mendukung pengembangan agribisnis kentang yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, A. (2020). Monopoli Bisnis Koperasi Simpan Pinjam Di Tinjau Dari Undang – Undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. *Jurnal Usm Law Review*, 1(1), 106. <https://doi.org/10.26623/julr.v1i1.2235>
- Alamsyah, R. T. P., & Wulandari, E. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Pertanian di PT Agro Jabar Kebun Cikajang, Kabupaten Garut. *Agrikultura*, 33(1), 68. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i1.38082>
- Andriyansyah, Thantawi, T. R., & Putra, B. P. (2023). Analisis Implementasi Akad Syariah Dan Etika Bisnis Islam Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Baytul Ikhtiar Cabang Cipanas Kabupaten Lebak Terhadap Loyalitas Anggota. *Sahid Banking Journal*, 3(01), 78–92. <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v3i01.120>
- Azzam Al Murtadho, A. M., Khoerunnisa, G., Assadiyah Wantika, L., . W., & Hadi, S. (2022). Keragaman Koperasi dan Potensi Pengembangannya pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Gabungan Koperasi Syariah Jawa Barat. *Prestise: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 16–30. <https://doi.org/10.15575/prestise.v2i1.24196>
- Bahtiar, R., & Raswatie, F. D. (2022). *Analisis Fluktuasi Harga Pangan di Kota Bogor*. 1(2), 70–81.
- Hasan, D. M. dkk. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (D. M. Hasan (ed.)).
- Hasanuddin, A., Said, M., & Ruslan, M. (2021). Pengaruh Saluran Distribusi, Biaya Pemasaran Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Petani Kentang Di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.35965/jbm.v3i1.590>
- Indahningrum, R. putri, & lia dwi jayanti. (2020). *PENGEMBANGAN KOPERASI BERORIENTASI BISNIS*. 2507(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Mujiyanti, S. A., Maulidiyah, N. N., Dassucik, Rasyidi, A. H., & Indawati, N. K. (2023). Persepsi Gen Z terhadap Koperasi Sebagai Entitas Bisnis yang Berkelanjutan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1344–1349. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.705>
- Nasional, S., & Snpk, K. (2023). *STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGEMBANGAN USAHA BATIK DIANA HADI DI KOTA SOLO* Karyawan Batik Diana Hadi sudah memiliki bagian pekerjaan masih-masing dari mulai proses produksi , hingga penjualan batik . Ada juga karyawan yang bekerja di. 258–262.
- Nasution, D. A. F. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002->

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024>
<https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103>
<http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>

- Perkasa, R. D., & Harahap, F. F. (2023). Pengaruh Koperasi terhadap Peningkatan Usaha Kecil Menengah Masyarakat Kota Tanjungbalai. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 13931–13936.
- Pujiati, N. (2020). ANALISIS PENYEBAB FLUKTUASI HARGA BARANG POKOK DI PASAR KABUPATEN MAGETAN JAWA TIMUR. 4(2), 191–199.
<https://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4906>
- Ramdani, E., & Martono, A. (2022). Paradoks Koperasi Mati Segan Hidup Tak Mau. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 7(1), 23–37.
<https://doi.org/10.33884/jab.v7i1.6153>
- Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian* (D. I. T. Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
[https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book Metodologi Penelitian Syafrida.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf)
- Salawati, U., Rusmayadi, G., Rijal, S., Ihsan, M., Ahmad, S., & Hertini, E. S. (2024). *Menjelajahi Hubungan Agribisnis dan Keberlanjutan: Studi Bibliometrik mengenai Strategi Bisnis untuk Pembangunan Pertanian Berkelanjutan*. 03(03), 296–304.
- Sudrartono, T. (2019). *Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Produk Boneka*. 10(2), 121–129.
- Sudrartono, T., & Firamida, N. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Benang Rajut Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan MYSQL di CV Kunia Baru Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Sultan, M. A., Furqon, C., Wijaya, F., & Surachman, E. (2021). Peningkatan Literasi Proses Bisnis Pada Kelompok Tani Kopi Buntis Dalam Rangka Penciptaan Keberlanjutan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 280.
<https://doi.org/10.30651/aks.v5i3.6512>
- Wulandari E, & Salsabila Anisa. (2020). PERSEPSI PETANI KENTANG TERHADAP KEMITRAAN DI KECAMATAN PANGALENGAN, KABUPATEN BANDUNG. *Universitas Padjajaran*, 7(1): 499-(1), 499–513.
<https://www.bing.com/ck/a?!&p=c94dc5aa28a5e145JmldHM9MTcxMzY1NzYwMCZpZ3VpZD0wOGQzZDEyYi1iMTlkLTZhOTUtMjExZC1jMDg2YjA5YzZiNDkmaW5zaWQ9NTE4NA&pptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=08d3d12b-b19d-6a95-211d-c086b09c6b49&psq=PERSEPSI+PETANI+KENTANG+TERHADAP+KEMITRAAN+DI+KE>