

SKRIPSI



STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA UNIT USAHA TOKO KOPERASI PEGAWAI DEPARTEMEN KOPERASI (KPDK MART) DI KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM

Disusun Oleh:

Nama : NABILA JAYANTI PUTRI

NPM : 2031011051

Jurusan : ADMINISTRASI BISNIS

Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, TAHUN 2024



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA UNIT
USAHA TOKO KOPERASI PEGAWAI DEPARTEMEN
KOPERASI (KPKD MART)
DI KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana

Terapan

Oleh

NAMA : NABILA JAYANTI PUTRI

NPM : 2031011051

JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK

SKRIPSI

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, TAHUN 2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Nabila Jayanti Putri
NPM : 2031011051
JURUSAN : Administrasi Bisnis
PROGRAM STUDI : Administrasi Bisnis Sektor Publik
JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA UNIT
USAHA TOKO KOPERASI PEGAWAI DEPARTEMEN
KOPERASI (KPKD MART)

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan,
Pada (19 November, 2024)

Pembimbing



Nurmita Sari, SE, MM

NIP. 198411142018012002

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

LEMBAR PENGESAHAN

Diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan
Politeknik STIA LAN Jakarta pada (19 November, 2024)

Ketua merangkap anggota



(Tintin Sri Murtinah, S.E, M.M)

Sekretaris merangkap anggota

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Drs. Agoes Inarto, M.M.

(Drs. Agoes Inarto, M.M)

Anggota

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Nurmita Sari, S.E, M.M.

(Nurmita Sari, S.E, M.M)

POLITEKNIK
STIA LAN
JAKARTA

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Jayanti Putri

NPM : 2031011051

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi: Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah saya buat ini dengan judul **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA UNIT USAHA TOKO KOPERASI PEGAWAI DEPARTEMEN KOPERASI (KPKD MART) DI KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM** merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan hasil karya plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan atau ketentuan yang berlaku di Politeknik STIA LAN Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 15 November 2024

Penulis,



Nabila Jayanti Putri

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT. Karena atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dalam rangka memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan. Selama proses penyusunan tugas akhir dalam bimbingan Ibu Nurmita Sari selaku Dosen Pembimbing dan Bapak Lurio selaku Pembimbing Instansi, banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang didapatkan oleh peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir ini. Oleh karenanya peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T yang selalu membimbing dan menjaga peneliti untuk selalu berpegang teguh untuk percaya dengan setiap kehendak-Nya yang membawa peneliti menjadi seseorang yang lebih baik lagi, yang mampu melewati proses kehidupan lalu, sekarang, dan nanti.
2. Kedua orang tua, saudara kandung, dan kerabat lainnya yang selalu mendukung dan mendoakan kelancaran untuk setiap proses penyusunan tugas akhir yang dijalankan peneliti.
3. Ninditya Agi Pratami, sosok teman yang selalu menjadi motivasi sekaligus inspirasi bagi peneliti dari awal proses penyusunan penelitian tugas akhir sampai penyelesaiannya.
4. Brigita Kurnia Iswara dan Alike Hanifasasti, keduanya selalu menjadi sosok hangat yang senantiasa mendukung setiap proses perjalanan hidup peneliti sejak sekolah hingga kuliah dan seterusnya.
5. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuannya untuk memberikan dorongan kepada peneliti untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 14 November 2024

Peneliti,

Nabila Jayanti Putri

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Bisnis Pada Unit Usaha Toko Koperasi Pegawai Departemen Koperasi (KPKD Mart) di Kementerian Koperasi dan UKM Nabila Jayanti Putri, Nurmita Sari

Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis Pada Unit Usaha Toko Koperasi Pegawai Departemen Koperasi (KPKD Mart)?” Adapun yang menjadi dari tujuan penelitian adalah ”Untuk mengetahui strategi yang dapat dijadikan referensi dan masukan oleh unit usaha toko Koperasi Pegawai Departemen Koperasi (KPKD Mart)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan Analisis SWOT (Matiks IFE & EFE) dan Analisis Prospektif Partisipatif. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan terjun langsung ke lapangan dan wawancara dengan para pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 6 variabel utama yang menjadi penentu dalam penyusunan strategi unit usaha toko KPKD Mart, yaitu 1) kategori produk, 2) kerjasama kemitraan, 3) pengelolaan keuangan, 4) pelayanan toko, 5) anggota koperasi, dan 6) loyalitas konsumen. Selain itu dari 10 rumusan strategi yang disusun, hanya terdapat 3 strategi yang menjadi prioritas. Hal ini dikarenakan diagram hasil analisis SWOT menunjukkan untuk berfokus pada strategi W-O (*Weakness-Opportunity*). Rekomendasi penelitian: Sebaiknya KPKD Mart mencari mitra usaha yang bisa menawarkan produk elektrik seperti pulsa, dan listrik; Menjaring mitra usaha dengan produk unik dan berkualitas sebagai buah tangan dari Kementerian Koperasi dan UKM; Mengajukan kerjasama kepada pihak Bank lain untuk menambahkan opsi pelayanan transaksi dan tarik tunai.

Kata Kunci: Strategi pengembangan bisnis; unit usaha toko koperasi; analisis SWOT; analisis prospektif partisipatif.

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

ABSTRACT

***Business Development Strategy for the Employee Cooperative Store
Business Unit of the Cooperative Department (KPDK Mart) Nabila
Jayanti Putri, Nurmita Sari***

The formulation of the problem in this research is "What is the Business Development Strategy in the Cooperative Department Employees Cooperative Shop Business Unit (KPDK Mart)?" The aim of the research is "To find out strategies that can be used as references and input by the Cooperative Department Employees Cooperative shop business unit (KPDK Mart)". The method used in this research is a qualitative research method, with a SWOT Analysis approach (Matiks IFE & EFE) and Participatory Prospective Analysis. This research was conducted by researchers by going directly to the field and interviewing stakeholders. The results of this research show that there are 6 main variables that are determining in formulating the strategy for the KPDK Mart store business unit, namely 1) product category, 2) partnership cooperation, 3) financial management, 4) store service, 5) cooperative members, and 6) consumer loyalty. Apart from that, of the 10 strategy formulations prepared, there are only 3 strategies that are priorities. This is because the SWOT analysis diagram shows to focus on the W-O (Weakness-Opportunity) strategy. Research recommendations: KPDK Mart should look for business partners who can offer electrical products such as credit and electricity; Recruit business partners with unique and quality products as souvenirs from the Ministry of Cooperatives and SMEs; Propose cooperation with other banks to add transaction and cash withdrawal service options.

Keyword: *Business development strategy; cooperative shop business unit; SWOT analysis; participatory prospective analysis.*

**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PERMASALAHAN PENELITIAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Permasalahan	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Kebijakan dan Teori	9
1. Kebijakan Tentang Koperasi	9
2. Teori Tentang Bisnis.....	12
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Konsep Kunci.....	25
D. Kerangka berpikir.....	26

BAB III	27
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Metode Penelitian.....	27
B. Teknik Pengumpulan Data	27
1. Wawancara	28
C. Instrumen Penelitian.....	29
D. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	30
1. Teknik Pengdiolah Data	30
2. Teknik Analisis Data	30
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN.....	37
A. Penyajian Data	37
1. Gambaran umum KPDK	37
2. Visi, Misi dan Tujuan KPDK	40
3. Struktur Organisasi.....	41
B. Pembahasan.....	41
1. Analisis Internal dan Eksternal KPDK <i>Mart</i>	51
2. Identifikasi Variabel Sistem KPDK <i>Mart</i>	53
3. Identifikasi Variabel Kunci dan Pendefinisian Variabel Kunci KPDK <i>Mart</i>	54
4. Analisis Pengaruh Langsung Antar Variabel KPDK <i>Mart</i>	55
5. Interpretasi Skor Pengaruh dan Ketergantungan Antar Variabel KPDK <i>Mart</i>	56
6. Penentuan Gambaran Kondisi Variabel KPDK <i>Mart</i>	58

7. Penyusunan Skenario KPDK <i>Mart</i>	58
8. Analisis Hubungan Hasil Rekomendasi Operasional KPDK <i>Mart</i>	59
9. Perhitungan Skor SWOT KPDK <i>Mart</i>	62
10. Diagram SWOT dan Hasil Rekomendasi Strategi KPDK <i>Mart</i>	64
C. Sintesis Pemecahan Masalah	65
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tugas dan Wewenang Perangkat Organisasi Koperasi	11
Tabel 3.1 <i>Key Informant</i> KPDK Mart.....	28
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 3.3 Pedoman Penilaian Analisis Pengaruh	32
Tabel 3.4 Matriks Pengaruh Antar Variabel	32
Tabel 3.5 Format Analisis Situasi Internal dan Eksternal	34
Tabel 3.6 Format Identifikasi Hubungan Rumusan Strategi Terhadap Kondisi KPDK Mart.....	34
Tabel 3.7 Format Matriks SWOT.....	35
Tabel 4.1 Susunan Pengurus Pengawas Periode 2021 s.d 2024.....	38
Tabel 4.2 Visi, Misi dan Tujuan KPDK	51
Tabel 4.3 Hasil Analisis Kondisi Internal dan Eksternal KPDK Mart.....	51
Tabel 4.4 Hasil Identifikasi Variabel Sistem KPDK Mart	54
Tabel 4.5 Hasil Identifikasi dan Pendefinisian Variabel Kunci KPDK Mart.....	54
Tabel 4.6 Pemetaan Gambaran Kondisi Variabel.....	58
Tabel 4.7 Skenario Pengembangan Bisnis KPDK Mart	59
Tabel 4.8 Hasil Identifikasi Hubungan Rumusan Strategi Terhadap Kondisi KPDK Mart.....	59
Tabel 4.9 Matriks SWOT	60
Tabel 4.10 Perhitungan Skor Bobot	63
Tabel 4.11 Hasil Analisis Prospektif Partisipatif dan Analisis SWOT (W-O)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	1
Gambar 1.2 Badan Usaha/Hukum UMK	2
Gambar 3.2 Analisis Pengaruh Antar Variabel.....	33
Gambar 3.2 Diagram SWOT.....	36
Gambar 4.1 Whatsapp Business KPDK Martx	39
Gambar 4.2 Instagram KPDK Martx	39
Gambar 4.3 Website KPDK Martx	40
Gambar 4.4 Visualisasi Titik Koordinat pada Diagram SWOT	64
Gambar 4.5 Sintesis Pemecahan Masalah.....	66

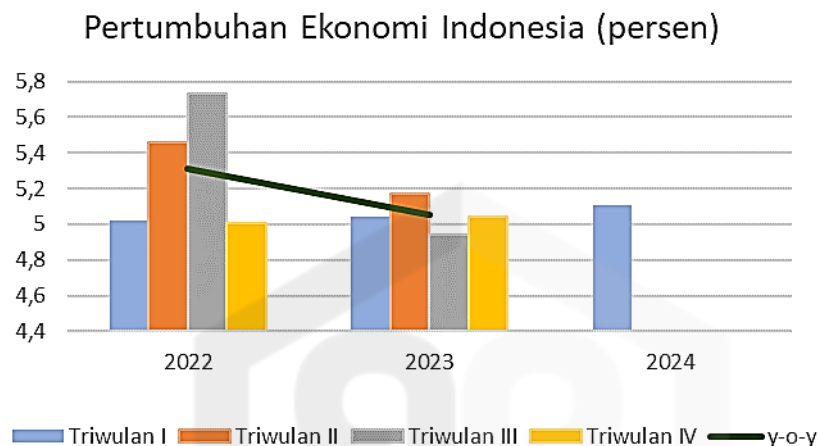


POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang Permasalahan



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

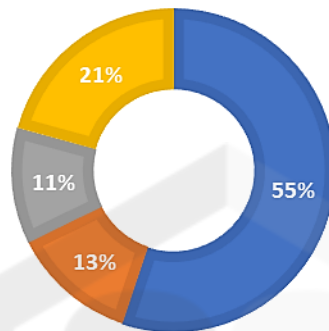
Sumber: Data BPS Diolah Peneliti, 2024

Pada triwulan ke-4 tahun 2023, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang dilansir dari berita resmi statistik BPS mencapai 5,05%, lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2022 yang mencapai 5,31%. Namun jika dilihat secara spasial perekonomian Indonesia masih terus tumbuh selama tahun 2023. Dikutip dari situs resmi Bank Indonesia terkait infografis pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan I 2024, dengan pertumbuhan yang mencapai 5,11% perekonomian Indonesia tetap memiliki daya tahan meskipun ketidakpastian global sedang meningkat. Jika dilihat dari sektor lapangan usaha, perdagangan besar dan eceran menjadi penyumbang pertumbuhan terbesar ketiga setelah transportasi dan pergudangan dan penyedia akomodasi dan makan minum. Diprakirakan ke depannya pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2024 akan tetap kuat dalam kisaran 4,7-5,5% selama setahun kedepan. Namun data dari statistik

karakteristik usaha 2022-2023 yang diterbitkan oleh BPS, perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor sebagai lapangan usaha yang paling besar, hanya 44,85% UMK yang telah memiliki badan usaha/hukum dengan rincian sebagai berikut.

BADAN USAHA/HUKUM UMK

■ Tidak berbadan usaha/hukum ■ Perseroan ■ Koperasi, Yayasan, Perwakilan ■ Lainnya



Gambar 1.2 Badan Usaha/Hukum UMK

Sumber: Data BPS Diolah Peneliti, 2024

Pada diagram ini, badan usaha/hukum yang berlaku di Indonesia terbagi menjadi 3 kategori, yaitu 1) Perseroan, 2) Koperasi, Yayasan, Perwakilan, dan 3) Lainnya. Kategori perseroan mencakup PT Persero, dan Perusahaan Umum (Perum). Kemudian kategori lainnya merujuk pada CV (*Commanditaire Vennootschap*), dan Firma. Dan yang terakhir adalah kategori koperasi, yayasan, dan perwakilan perusahaan/lembaga asing.

Dari beberapa kategori badan usaha/hukum yang berlaku di Indonesia, koperasi adalah badan usaha/hukum berbentuk organisasi ekonomi rakyat yang memiliki watak sosial, dengan anggota berupa orang-orang maupun badan hukum koperasi yang menjadi bagian dari struktur ekonomi selaku usaha bersama dengan asas kekeluargaan. Sebagaimana yang diuraikan dalam UU No.25 Tahun 1992 bahwa kemakmuran individu maupun perusahaan bukanlah yang utama, melainkan kemakmuran rakyat. Koperasi menjadi bagian dari tata perekonomian Indonesia yang tidak bisa dipisahkan karena memiliki peran yang krusial dalam

menumbuh kembangkan kemampuan ekonomi bangsa serta mewujudkan kehidupan perdagangan yang merakyat dengan ciri-ciri demokratis, kekeluargaan, kebersamaan, dan keterbukaan. Tetapi dalam pertumbuhan ekonomi yang meningkat dengan cepat, perkembangan koperasi sampai saat ini belum sepenuhnya memperlihatkan wujud dan fungsinya sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945.

Sampai dengan bulan Juni 2024, jumlah koperasi yang terdapat pada website resmi Kementerian Koperasi dan UKM RI ada sebanyak 131,093 unit di Indonesia. Dalam pencatatan ini, koperasi dibagi menjadi 5 jenis dan 6 bentuk. Jika dilihat dari jenisnya koperasi terbagi menjadi koperasi simpan pinjam (18,927 unit), koperasi pemasaran (4,472 unit), koperasi jasa (9,831 unit), koperasi produsen (27,836 unit), dan koperasi konsumen (70,027 unit). Sedangkan dari bentuknya koperasi terbagi menjadi koperasi primer nasional (8,922 unit), primer provinsi (11,682 unit), primer kabupaten/kota (109,574 unit), sekunder nasional (127 unit), sekunder provinsi (400 unit), dan sekunder kabupaten/kota (388 unit).

Kementerian Koperasi dan UKM RI sendiri memiliki koperasi pegawai yang tercatat sebagai satu-satunya koperasi berbentuk primer nasional dengan jenis koperasi konsumen. Koperasi ini memiliki nama resmi Koperasi Pegawai Departemen Koperasi atau yang selanjutnya disebut KPDK. Dalam menjalankan perannya sebagai koperasi konsumen serta bentuk perwujudan salah satu prinsip koperasi yang termuat pada UU No.25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pasal 5 ayat 2 yaitu pengembangan koperasi melalui kerjasama antar koperasi, KPDK membangun unit usaha berupa toko ritel/eceran yang menjual aneka produk makanan, minuman, bahkan kosmetik layaknya supermarket. Toko ini hadir sebagai bentuk upaya kerja sama antara KPDK dengan Koperasi Karyawan PT Adis Footwear Dimension (KOPKAR Adis), yang mana hal ini didukung langsung oleh MenkopUKM RI yaitu Bapak Teten Masduki. Dilansir dari *indopos.co.id*, dia menyatakan bahwa *Coop* merupakan jaringan ritel modern yang dimiliki dan dikelola oleh koperasi yang menempati posisi paling unggul keempat

secara global setelah *WallMart*, *Tesco*, dan *Carrefour*. Toko ritel modern milik KOPKAR Adis menjadi inspirasi MenkopUKM untuk dikembangkan seperti jaringan supermarket *Coop* yang dikelola koperasi di Prancis.

Unit usaha toko yang dibangun dari kerja sama KPDK dengan KOPKAR Adis ini diberi nama KPDK *Mart*. *Grand launching* KPDK *Mart* diresmikan pada tanggal 12 Juli 2023 bertepatan dengan hari koperasi Indonesia yang ke 76. Peresmian ini dilakukan langsung oleh Bapak Teten Masduki selaku Menteri Koperasi dan UKM RI. Seiring dengan peresmiannya, KPDK *Mart* dipromosikan dengan slogan “Murah, Mudah, dan Modern”. Hal ini mengisyaratkan bahwa untuk bersaing di pasar, KPDK *Mart* menyediakan produk dengan harga yang terjangkau calon konsumen. Selain itu KPDK *Mart* juga memberikan kemudahan akses bagi calon konsumen dari berbagai aspek untuk berbelanja di toko. Kemudian modern karena KPDK *Mart* sudah dapat melayani pembayaran *cashless* seperti *e-money*, debit, dan QRIS. Dengan ini kehadiran KPDK *Mart* diharapkan menjadi percontohan yang dapat direplikasikan ke koperasi pegawai maupun karyawan lainnya. Keberadaan KPDK *Mart* sekaligus menjadi tonggak *rebranding* KPDK dalam pelayanan kepada anggota KPDK beserta pegawai di kalangan Kementerian Koperasi dan UKM. Salah satu upayanya adalah menyediakan jasa pemenuhan kebutuhan snack rapat guna mendukung kegiatan rapat di lingkungan Kementerian Koperasi dan UKM RI.

Toko KPDK *Mart* berlokasi di gedung yang sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI yaitu di wilayah Rasuna Said, Jakarta. Menurut publikasi BPS yang berjudul Profil Perdagangan Indonesia Tahun 2022, wilayah Jakarta memiliki 9.792 unit usaha dengan kategori eceran/supermarket dari total 87.065 unit yang ada di Indonesia. Dengan adanya toko KPDK *Mart*, unit usaha koperasi ini bergabung menjadi salah satu unit usaha toko dengan kategori eceran/supermarket di provinsi Jakarta. Secara tidak langsung di usia yang belum genap setahun, KPDK *Mart* harus menghadapi persaingan dengan ribuan pesaing lain sesama pengusaha toko eceran. Meskipun perdagangan eceran khususnya toko serba ada seperti KPDK *Mart* telah memberikan kinerja yang positif

terhadap pertumbuhan ekonomi, namun mereka masih dihadapkan pada berbagai tantangan dan risiko. Selain menghadapi sesama pengusaha ritel, keberadaan perusahaan besar, perubahan tren konsumen, dan perkembangan teknologi adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis toko eceran, termasuk *KPDK Mart*.

Sebagai unit usaha toko perkoperasian, *KPDK Mart* juga diharapkan mampu memenuhi banyaknya permintaan yang masuk dari para anggota sekaligus konsumen *KPDK Mart*. Setiap permintaan selalu diusahakan pengelola untuk mempertahankan loyalitas konsumen sekaligus kepercayaan anggotanya. Dalam hal ini *KPDK Mart* menggunakan intuisi manajer dan arahan dari jajaran pengurus untuk mengusahakan setiap permintaan tersebut. Sehingga tidak jarang *KPDK Mart* mengatasi permasalahan yang mereka hadapi secara tiba-tiba atau tanpa perencanaan yang matang karena desakan dari anggotanya. Usia yang masih sangat muda menjadikan *KPDK Mart* memiliki keterbatasan untuk memenuhi seluruh permintaan anggotanya karena tidak semua permintaan dari anggota akan menguntungkan penjualan *KPDK Mart*. Untuk menghindari situasi yang merugikan, *KPDK Mart* perlu memilah permintaan yang akan diwujudkan dan merencanakannya terlebih dahulu. Karena kerugian yang ditimbulkan oleh tindakan yang kurang matang ini dapat diminimalisir dengan membangun strategi yang tepat untuk perkembangan *KPDK Mart* kedepannya.

Meskipun begitu kehadiran *KPDK Mart* sejauh ini sudah sangat membantu kebutuhan para pegawai Kementerian Koperasi dan UKM dengan menyediakan pelayanan yang memuaskan dan produk-produk eceran sebagaimana toko ritel pada umumnya. Produk yang dimaksud merupakan makanan, minuman, aksesoris, hingga kebutuhan rumah tangga seperti sembako, produk kebersihan, produk kecantikan, sampai pakaian. Tidak sedikit produk yang dijual *KPDK Mart* merupakan produk buatan dalam negeri yang didapat dari kerjasama secara langsung dengan para pelaku UMKM.

Dengan potensi yang dimiliki *KPDK Mart* sebagai unit usaha toko koperasi modern yang mendapat dukungan langsung dari MenkopUKM RI

sekaligus menjadi percontohan bagi koperasi pegawai/karyawan lain, KPDK *Mart* perlu menyusun strategi untuk mengembangkan bisnisnya dalam meningkatkan daya saing toko. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Shidqi Syauqi 2022) di Toko Kue Aisyah. Sebagai usaha dagang baru Toko Kue Aisyah harus mampu bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, sehingga membutuhkan strategi pengembangan bisnis guna memperoleh perubahan di masa mendatang. Dengan memanfaatkan pendekatan analisis SWOT dan analisis prospektif. Situasi internal maupun eksternal bisnis dapat diidentifikasi dan menemukan rekomendasi strategi yang berlandaskan situasi aktual yang didasari oleh faktor internal (*strength* dan *weakness*) dan faktor eksternal (*opportunity* dan *threat*) pada Toko Kue Aisyah. Di sisi lain pemanfaatan analisis prospektif memberikan uraian perumusan strategi yang melibatkan *stakeholder* (pemaku kepentingan) yang beralaskan peluang-peluang yang mungkin terjadi di masa yang akan datang. Dengan ditemukannya sejumlah variabel sebagai penentu dalam perumusan strategi pengembangan bisnis Toko Kue Aisyah (citarasa, pelayanan, sumber daya manusia, pengelolaan sosial media, bahan baku berkualitas, *quality control*, target penjualan, loyalitas konsumen, dan kerjasama kemitraan), strategi yang dapat disusun pun mencapai 10 rumusan strategi dan 3 di antaranya dapat diprioritaskan implementasinya pada usaha Toko Kue Aisyah, strategi tersebut terdiri atas memantau serta mengevaluasi bahan baku, konsisten menjalankan *quality control* saat proses produksi, dan merekrut karyawan baru.

Karena KPDK *Mart* memiliki situasi yang serupa dengan Toko Kue Aisyah, yaitu memiliki potensi dan merupakan unit usaha toko yang baru beroperasi, KPDK *Mart* memerlukan strategi guna meningkatkan daya saing toko dengan toko dari pengusaha lain. Oleh karena itu, penelitian tentang strategi pengembangan bisnis pada KPDK *Mart* menjadi sangat penting. Dengan memahami secara mendalam dinamika pasar, tren konsumen, serta kekuatan dan kelemahan internal dari KPDK *Mart*, kita dapat menyusun strategi yang akurat untuk meningkatkan kekuatan bersaing dan pertumbuhan bisnis dalam lingkungan yang berubah-ubah.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, peneliti tertarik melakukan penyusunan skripsi dengan judul: **Strategi Pengembangan Bisnis Pada Unit Usaha Toko Koperasi Departemen Koperasi (KPDK Mart)**

B. Rumusan Permasalahan

Dengan berlandaskan latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi fokus permasalahan pada penelitian ini adalah: “Bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis Pada Unit Usaha Toko Koperasi Pegawai Departemen Koperasi (KPDK Mart)?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan proses pendukung terbentuknya suatu latar belakang pada penyusunan penelitian tugas akhir. Dengan ini peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis Pada Unit Usaha Toko Koperasi Pegawai Departemen Koperasi (KPDK Mart).

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan untuk para pembaca dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Bagi Kepentingan Dunia Akademis

Harapannya penelitian ini bisa dijadikan sumber rujukan maupun wawasan bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian mengenai administrasi bisnis sektor publik khususnya yang berkaitan dengan strategi bisnis bagi unit usaha toko atau koperasi khususnya lagi koperasi yang dinaungi oleh instansi pemerintah.

2. Manfaat Bagi Kepentingan Dunia Praktis

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman dalam pemecahan masalah, khususnya di bidang strategi pengembangan bisnis serta ide, masukan dan referensi untuk strategi bisnis pada unit usaha toko Koperasi Pegawai Departemen Koperasi.