

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Koperasi**

Pada tahap penulisan ini akan memaparkan beberapa pengertian tentang koperasi. Pengertian koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 sebagai berikut. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan (UU No.25 tahun 1992 pasal1). Pengertian koperasi menurut Muhammad Hatta yang dikutip oleh Revrison Baswir yaitu Koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum lemah untuk membela keperluan hidupnya. Mencapai keperluan hidupnya dengan ongkos yang semurah-murahnya, itulah yang dituju. Pada koperasi didahulukan keperluan bersama, bukan keuntungan (Baswir, 2010:2).

Pengertian koperasi menurut ILO yang dikutip oleh Revrison Baswir, Koperasi ialah suatu kumpulan orang biasanya yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan, dan bersedia menanggung resiko serta menerima imbalan yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan (Baswir, 2010:2).

Dari beberapa pengertian di atas dapat di simpulkan koperasi merupakan badan usaha dengan asas kekeluargaan yang berbadan hukum, serta perkumpulan orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas

dan memiliki kepentingan yang sama dalam bidang ekonomi. Tujuan utama dari koperasi adalah tercapainya kesejahteraan bersama.

### **2.1.2 Prinsip – Prinsip Koperasi**

Perbedaan koperasi dengan bentuk-bentuk perusahaan lainnya, tidak hanya terletak pada landasan dan dasarnya, tetapi juga pada prinsip pengelolaan organisasi dan usaha yang dilakukan. Terdapat beberapa prinsip, diantaranya dari Fauget, Rochdale, ICA (*International Cooperative Alliance*), dan pasal 15 ayat 1 UU No.25/1992.

Menurut Fauget (dalam Subandi, 2015:22), mengatakan bahwa setidaknya ada 4 prinsip yang harus dipenuhi oleh setiap badan usaha yang ingin menamakan dirinya koperasi.

- a. Adanya pengaturan tentang keanggotaan organisasi yang berdasarkan kesukarelaan.
- b. Adanya ketentuan atau peraturan tentang persamaan hak antara para anggota.
- c. Adanya ketentuan atau peraturan tentang partisipasi anggota dalam ketatalaksanaan dan usaha koperasi.
- d. Adanya ketentuan tentang perbandingan yang seimbang terhadap hasil usaha yang diperoleh, sesuai dengan pemanfaatan jasa koperasi oleh para anggotanya.

Prinsip-prinsip koperasi Rochdale (*The Principle of Rochdale*) (dalam Subandi 2015:23) ialah sebagai berikut.

- a. Barang-barang yang dijual bukan barang palsu dan timbangannya benar.
- b. Penjualan barang dengan tunai.
- c. Harga penjualan menurut harga pasar.
- d. Sisa hasil usaha (keuntungan) dibagikan kepada para anggota menurut pertimbangan jumlah pembelian tiap-tiap anggota koperasi.

- e. Masing-masing anggota mempunyai satu suara.
- f. Netral dalam politik dan keagamaan;

Keenam prinsip tersebut sampai sekarang banyak digunakan oleh koperasi diberbagai negara. Namun dalam perkembangannya kemudian ditambah beberapa prinsip, yaitu:

- a. Adanya pembatasan bunga atas modal.
- b. Keanggotaan koperasi bersifat sukarela.
- c. Semua anggota menyumbang permodalan (saling tolong untuk mencapai penyelamatan secara mandiri).

Terdapat beragam prinsip koperasi diseluruh dunia, sehingga ICA atau Gabungan Koperasi International merumuskan prinsip koperasi yang berlaku umum. Dalam kongres ICA ke -23 di Wina pada tahun 1966, yang menghasilkan rumusan baru yaitu sebagai berikut.

- a. Keanggotaan koperasi harus bersifat sukarela.
- b. Koperasi harus diselenggarakan secara demokratis.
- c. Modal berasal dari simpanan uang dibatasi tingkat bunganya.
- d. Sisa hasil usaha, jika ada, yang berasal dari usaha harus menjadi milik anggota.
- e. Koperasi harus menyelenggarakan pendidikan terhadap anggota-anggotanya, pengurus, pegawai koperasi, serta kepada warga masyarakat pada umumnya.
- f. Seluruh organisasi, baik koperasi pada tingkat lokal, tingkat provinsi, pada tingkat nasional, dan koperasi diseluruh dunia, hendaknya menyelenggarakan usaha sesuai dengan kepentingan anggotanya. Peningkatan pelayanan kepentingan anggota itu hendaknya dilakukan melalui kerjasama antar koperasi, baik secara lokal, nasional, regional maupun international.

Sebagaimana dinyatakan dalam pasal 15 ayat 1 UU No.25/1992, Koperasi Indonesia melaksanakan prinsip-prinsip koperasi sebagai berikut.

- a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
- b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis.
- c. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
- d. Pembagian balas jasa yang terbatas pada modal.
- e. Kemandiriann.

### **2.1.3 Fungsi dan Peran Koperasi**

Menurut Subandi (2015: 30-31) Pada dasarnya usaha koperasi memiliki duang fungsi dan peran penting yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, yaitu dalam bidang ekonomi dan bidang sosial.

#### 1) Bidang ekonomi

- a. Menumbuhkan motif berusaha yang lebih berperikemanusiaan.
- b. Mengembangkan metode pembagian sisa hasil usaha yang lebih adil.
- c. Memerangi monopoli dalam bentuk-bentuk konsentrasi permodalan lainnya.
- d. Menawarkan barang-barang dan jasa yang lebih murah.
- e. Meningkatkan penghasilan anggota.
- f. Menyederhanakan dan mengefisiensikan tata niaga.
- g. Menumbuhkan sikap jujur dan keterbukaan dalam pengelolaan perusahaan.
- h. Menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran, antara kebutuhan dan pemenuhan kebutuhan.
- i. Melatih masyarakat untuk menggunakan pendapatannya secara aktif.

## 2) Bidang sosial

- a. Mendidik para anggotanya untuk memiliki semangat bekerja sama, baik dalam menyelesaikan mereka, maupun dalam membangun tatanan sosial masyarakat yang lebih baik.
- b. Mendidik para anggotanya untuk memiliki semangat berkorban, sesuai dengan kemampuannya masing-masing, demi terwujudnya tatanan sosial dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan beradab.
- c. Mendorong terwujudnya suatu tatanan sosial yang bersifat demokratis, menjamin dan melindungi hak dan kewajiban setiap orang.
- d. Mendorong terwujudnya suatu kehidupan masyarakat yang tentram dan damai.

### **2.1.4 Pengertian Minat**

Minat merupakan salah satu aspek psikis yang dapat mendorong seseorang mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat pada suatu objek, cenderung memberikan perhatian dan perasaan senang yang sangat besar terhadap objek tersebut. Namun, apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang terhadap orang tersebut maka tidak akan menimbulkan rasa minat atas objek tersebut. Oleh karena itu, tinggi rendahnya perhatian atau rasa senang terhadap objek dipengaruhi oleh tinggi rendahnya minat seseorang tersebut.

Slameto (2003:57) mengatakan bahwa “Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang”.

Menurut Witherington (dalam Istiqomah, 2011:32) minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu objek seseorang, suatu soal atau situasi

yang mengandung sangkut paut dengan dirinya. Seseorang dikatakan berminat terhadap objek apabila orang tersebut menyadari akan objek itu dan terlibat didalamnya.

Menurut Winkel (1984:30) minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kemauan yang tinggi dan berasal dari dalam diri seseorang yang diwujudkan dalam rasa senang, konsentrasi, sadar, dan mempunyai kemampuan terlibat terhadap sesuatu dan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu. Minat bukan timbul dan didapatkan sejak lahir, melainkan suatu faktor psikologis yang timbul dari dalam diri seseorang untuk menentukan sebuah pilihan.

### **2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Menurut teori tindakan beralasan (*Theory of reasoned action*), minat merupakan suatu fungsi dari faktor dasar yang satu berhubungan dengan pengaruh sosial, faktor tersebut ialah:

- a. Faktor pribadi, ialah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini merupakan evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individu jika melakukan perilaku yang dikehendaki. Misalnya perasaan senang atau tidak senang kepada koperasi, kesadaran berkoperasi, perhatian, kemauan pada usaha koperasi dan citra koperasi. Norma subyektif, disebut norma subyektif karena berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial (kepercayaan-kepercayaan yang lain) yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogiyanto, 2007:31-32).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota koperasi berwujud banyak sedikitnya koperasi melibatkan anggotanya dalam kegiatan koperasi. Berdasarkan teori mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi minat, minat seseorang menjadi anggota koperasi berkoperasi ditentukan oleh faktor pribadi (sikap terhadap koperasi), dan pengaruh sosial (penilaian orang lain jika ia melakukan kegiatan koperasi).

### **2.1.6 Indikator Minat Menjadi Anggota Koperasi**

Minat berkoperasi ialah keinginan yang tinggi untuk mendorong anggota koperasi berperan aktif dalam kegiatan koperasi. Minat berkoperasi anggota koperasi dapat berwujud perasaan senang memanfaatkan barang dan jasa koperasi, memperhatikan usaha koperasi, berkonsentrasi dalam kegiatan koperasi. Indikator untuk mengukur seberapa besar minat menjadi anggota koperasi.

Menurut Soemanto (2012:34-37) mengatakan bahwa indikator minat yaitu:

1. Perasaan senang berkoperasi
2. Perhatian kepada koperasi
3. Konsentrasi pada kegiatan koperasi
4. Kesadaran berkoperasi
5. Kemauan dalam kegiatan koperasi
6. Keterlibatan dalam kegiatan koperasi

### **2.1.7 Citra koperasi**

Pada bagian ini penulis akan memaparkan beberapa pengertian tentang citra koperasi. Salah satu untuk meningkatkan minat mahasiswa pendidikan ekonomi menjadi anggota koperasi adalah citra koperasi.

Menurut Kotler dan Keller (2012:274) “Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sedangkan menurut Jefkins (dalam Ardianto, 2003: 114) “Citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Jadi citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Soemirat dan Ardianto (2003: 113) “Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang suatu perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Nimpoe (dalam Soemirat dan Ardianto, 2003: 115) citra dapat digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap dari seseorang sehingga pembentukan citra akan menghasilkan sikap pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa citra koperasi adalah kesan mahasiswa terhadap koperasi yang diperoleh melalui persepsi mahasiswa tentang fakta-fakta atau kenyataan yang ada pada koperasi tersebut. Citra sangat penting bagi koperasi sedemikian penting arti dari citra itu sendiri sehingga koperasi bersedia mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra untuk meraihnya. Citra adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai public relations.

#### **2.1.8 Citra Perusahaan/ Instansi**

Menurut Jefkins (2003: 117) dalam bukunya Hubungan Masyarakat menyebutkan citra perusahaan adalah sebuah upaya dari perusahaan mengenai tujuan kedepan perusahaan dimata publiknya, tentang bagaimana citra perusahaan mendapatkan citra positif, lebih dikenal dan diterima dengan baik oleh publiknya. Humas berperan untuk mengupayakan dan bertanggung



jawab untuk memajukan citra perusahaan yang menjadi salah satu tujuan utama perusahaan.

Sedangkan citra menurut M. Linggar Anggoro dalam buku teori & profesi Kehumasan (2001:59) citra perusahaan atau citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi atau keseluruhan bukan hanya soal produk dan pelayanan semata yang terbentuk karena banyak hal. Hal-hal positif yang mampu meningkatkan citra perusahaan antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dalam bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, biaya industri yang baik, reputasi pencipta lapangan pekerjaan yang besar, kesediaan untuk memikul tanggung jawab sosial, komitmen tentang pengadaan riset serta lain sebagainya.

### **2.1.9 Indikator Citra Koperasi**

Menurut Fortune dalam Handi (2003:2) melakukan penelitian tentang citra dengan membatasi pada 4 indikator, yaitu:

#### **1. Tanggung jawab sosial**

Tanggung jawab sosial adalah perilaku yang merupakan reaksi terhadap norma-norma, nilai-nilai dan harapan-harapan yang diselenggarakan masyarakat yang berlaku. Tanggung jawab perusahaan dapat juga dikatakan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan ekstern perusahaan, misalnya pada masyarakat sekitar perusahaan, perusahaan memberikan kompensasi atas keberadaan perusahaan tersebut.

#### **2. Inovasi**

Inovasi ditunjukkan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Inovasi merupakan ciri utama dari perusahaan yang berkinerja tinggi. Keberhasilan inovasi dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk menyerap dan mengevaluasi informasi lingkungan eksternal dan mengimplementasikan dalam kemampuan teknis perusahaan.

#### **3. Kualitas manajemen**

Suatu manajemen yang baik harus dapat membuat keputusan yang tepat untuk perusahaan keputusan yang diambil akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dimata masyarakat. Manajemen yang berkualitas dari

suatu perusahaan adalah suatu manajemen yang dapat menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang baik.

#### 4. Kepercayaan masyarakat

Kepercayaan masyarakat yaitu persepsi masyarakat dengan perusahaan tersebut. Kepercayaan masyarakat ini terbentuk setelah melihat kinerja dari perusahaan sehingga masyarakat meyakini perusahaan akan dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas citra yang diambil dalam penelitian ini adalah citra koperasi. Menurut fortune indikator citra koperasi dapat diukur dengan tanggung jawab sosial perusahaan, inovasi, kualitas manajemen serta dapat membangun kepercayaan masyarakat.

#### **2.1.10 Persepsi Pelayanan Koperasi**

Menurut Irwanto (2002:71) mengatakan bahwa persepsi adalah proses diterimanya rangsangan baik itu berupa obyek, kualitas, hubungan antara gejala maupun peristiwa, sampai rangsangan-rangsangan itu disadari dan dimengerti lebih lanjut, menurutnya persepsi bukan sekedar penginderaan melainkan penafsiran pengalaman (*the interpretation on experience*).

Menurut Atkinson, Rita L dkk (1983: 201) persepsi adalah proses dimana mengorganisasi dan menafsirkan pola stimulus ini dalam lingkungan. Setiap orang hidup dalam suatu lingkungan dapat memberikan persepsi dengan panca indra yaitu dengan melihat, mendengar, dan mencium.

Menurut Moenir (1995:16-17) pelayanan adalah suatu proses memenuhi kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.

Menurut Thoha dalam Handayani (2002:14) ada 3 hal yang mempengaruhi persepsi, yaitu objek atau peristiwa yang dipahami lingkungan terjadinya, dan orang yang melakukan.

Sementara menurut Walgito (2004:87) mengatakan persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau disebut juga proses sensoris.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwasannya persepsi itu terjadi jika seseorang dapat melihat juga merasakan apa yang terlihat dan apa dirasakan, sehingga kemudian akan membentuk hal tersebut menjadi baik maupun menjadi buruk.

Selanjutnya informasi yang ada mengenai pelayanan koperasi baik bersumber dari orang lain maupun melihat, mendengar sendiri dapat menambah pengetahuan seseorang mengenai keadaan pelayanan koperasi. Setelah mereka mengerti tentang keadaan pelayanan yang diberikan koperasi tersebut, selanjutnya mereka akan memulai dan mengungkapkan pendapatnya tentang pelayanan yang diberikan koperasi. Hal ini akan mempengaruhi persepsi mereka tentang pelayanan koperasi.

Seseorang akan mengatakan baik buruknya koperasi ketika sudah mendapatkan informasi mengenai pelayanan koperasi tersebut, sehingga mereka kemudian dapat mengintrepretasikannya dalam minat mereka untuk bergabung dalam koperasi tersebut. Begitupun dengan mahasiswa, jika semua mahasiswa sudah mengetahui keberadaan koperasi yang kemudian pula mengetahui tujuan dari koperasi tersebut, kemudian merasakan manfaat dari koperasi tersebut, selanjutnya mereka akan tertarik untuk mengikuti koperasi tersebut.

### **2.1.11 Indikator Persepsi Pelayanan Koperasi**

Menurut Tjiptono, (2002: 59) mengatakan bahwa indikator pelayanan ada 5 yaitu:

1. Reliabilitas, berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan dengan segera dan tanggap`
3. Jaminan, berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence).
4. Empaty, berarti memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.
5. Bukti fisik, berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi/sarana komunikasi.

### **2.1.12 Persepsi Pelayanan Koperasi**

Setelah melihat dari beberapa pengertian tentang persepsi, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi itu adalah suatu proses informasi yang diterima melalui alat indra manusia yang kemudian terjadi penilaian dari setiap yang dirasakannya. Kemudian jika melihat pengertian persepsi pelayanan koperasi berarti segala informasi mengenai pelayanan yang diberikan koperasi yang diterima oleh mahasiswa, yang kemudian mahasiswa dapat menilai baik buruknya dari pelayanan koperasi itu sendiri.

Untuk melihat seberapa besarnya pengaruh persepsi pelayanan koperasi terhadap minat menjadi anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi, maka diperlukan indikator sebagai alat ukur dari pengaruh

tersebut. Indikator tersebut mengadopsi yang dikatakan Tjiptono, (2002: 59)

sebagai berikut :

1. Reliabilitas
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empaty
5. Bukti Fisik

## 2.2 Kajian Empirik Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang releva dimaksudkan sebagai pembanding suatu penelitian yang akan dilaksanakan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya.

**Tabel 2.1**  
**Kajian Empirik Penelitian Sebelumnya**

No	Nama	Tahun	Judul	Hasil
1.	Stefanus Riski Kresna	2011	Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan citra koperasi terhadap kepuasan anggota KPRI Setia dibuktikan dengan nilai Koefisien regresi (r) sebesar 0.132, nilai t sebesar 2,133 pada signifikansi 0,165; 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KPRI setia dibuktikan dengan nilai F sebesar 24,412 pada signifikansi 0,000 sumbangan efektif variabel citra koperasi sebesar 6,1%, dan kualitas pelayanan sebesar 39,2% terhadap kepuasan anggota KPRI Setia.
2.	Ristia Eriana Putri	2016	Pengaruh Pengetahuan Perkoperasian dan Minat Berkoperasi terhadap Partisipasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) terdapat pengaruh positif pengetahuan perkoperasian terhadap partisipasi berkoperasi bagi siswa kelas XI SMK 2 Depok. Hal tersebut ditunjukkan dengan skor $t_{hitung}$ (2.647) > $t_{tabel}$ (1.625); 3) terdapat pengaruh

			dalam Berkoperasi bagi siswa kelas XI SMK 2 Depok pada tahun ajaran 2014/2015	positif pengetahuan perkoperasian dan minat berkoperasi terhadap partisipasi dalam berkoperasi bagi siswa XI SMK 2 Depok. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien $R_{Y(1,2)}$ sebesar $(0.499) > R_{tabel}$ $(0.133)$ dan $F_{hitung}$ $(14.358) > F_{tabel}$ $(3.04)$
3.	Niken Kusdayanti	2016	Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo	Hasil penelitian ini menunjukkan 1) pengaruh positif dan signifikan citra koperasi terhadap kepuasan anggota KPRI Setia dibuktikan dengan koefisien regresi (r) sebesar 0,132, nilai t sebesar 2,133 pada signifikansi 0,000; 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KPRI Setia dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (r) sebesar 0,476, nilai t sebesar 6,284 pada signifikansi 0,000; 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra koperasi dan kualitas pelayan secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota KPRI Setia dibuktikan dengan nilai F sebesar 24,412 pada signifikansi 0,000 sumbangan efektif variabel citra koperasi sebesar 6,1%, dan kualitas pelayanan sebesar 39,2% terhadap kepuasan anggota KPRI Setia.
4.	Dhara Rima Pangestuti	2016	Pengaruh Pengetahuan Anggota Koperasi, Persepsi Anggota Tentang Pelayanan Koperasi, dan Motivasi Berkoperasi Terhadap Partisipasi Berkoperasi Siswa SMA Negeri 1 Ngemplak, Sleman,	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) pengetahuan anggota koperasi, persepsi anggota tentang pelayanan koperasi, dan motivasi berkoperasi, serta partisipasi berkoperasi siswa SMA Negeri 1 Ngemplak, Sleman, Yogyakarta dalam kategori sedang; 2) ada pengaruh positif signifikan pengetahuan anggota koperasi terhadap partisipasi berkoperasi; 3) ada pengaruh positif signifikan persepsi anggota tentang pelayanan koperasi terhadap partisipasi berkoperasi; 4) ada pengaruh positif signifikan motivasi berkoperasi terhadap partisipasi berkoperasi; dan

			Yogyakarta.	5) pengetahuan anggota koperasi, persepsi anggota tentang pelayanan koperasi, dan motivasi berkoperasi mampu menjadi prediktor yang baik untuk partisipasi berkoperasi.
--	--	--	-------------	---

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2016: 91) “Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting” kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variabel yang akan diteliti.

*Grand Theory* yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein dalam (Jogiyanto, 2007 : 29), mengenai perilaku yang spesifik dari dalam diri manusia. Teori tersebut menjelaskan bahwa suatu perilaku akan dilakukan jika seseorang pada dasarnya memiliki keinginan atau rencana untuk melakukannya. Dengan kata lain, semakin kuat keinginan pada diri seseorang tersebut untuk melakukan sesuatu, maka akan semakin kuat pula niat atau motivasi untuk menampilkan suatu perilaku.

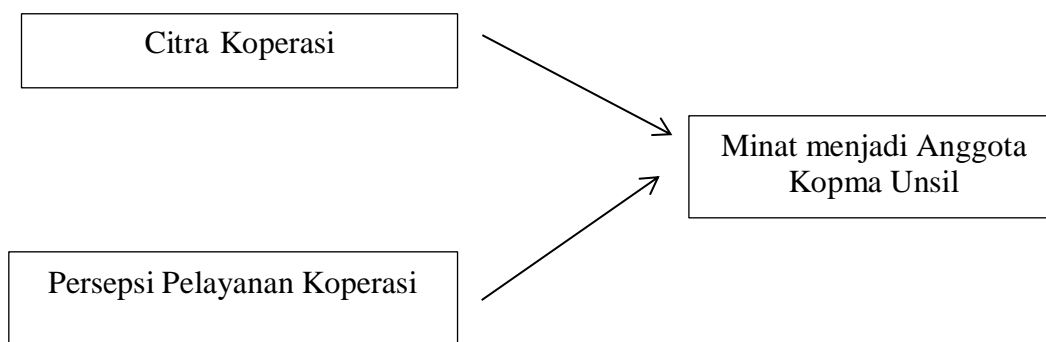
Menjadi anggota koperasi bukan merupakan minat semua mahasiswa, karena tergantung kepada niat dan keinginan setiap mahasiswa. Citra koperasi memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi anggota koperasi. Apabila koperasi mempunyai citra yang baik maka mahasiswa mempunyai kesan yang sangat positif terhadap koperasi mahasiswa. Citra koperasi merupakan faktor pendorong yang mempengaruhi mahasiswa untuk menjadi anggota koperasi.

Begitupun dengan persepsi pelayanan koperasi merupakan pandangan dari setiap mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Baik atau buruk nya pelayanan yang diberikan oleh koperasi maka akan berdampak

terhadap minat mahasiswa menjadi anggota koperasi. Hubungan antara pelayanan koperasi dengan minat adalah semakin baik pelayanan yang diberikan koperasi maka semakin baik pula koperasi dipandangan mahasiswa. Sehingga akan menambah minat mahasiswa menjadi anggota koperasi mahasiswa universitas siliwangi.

Slameto (2003:57) mengatakan bahwa “Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang”. Pengukuran minat menjadi anggota koperasi menurut Soemanto (2012:34-37) mengatakan bahwa indikator minat yaitu: (1) perasaan senang berkoperasi, (2) perhatian kepada koperasi, (3) konsentrasi pada kegiatan koperasi, (4) kesadaran berkoperasi, (5) kemauan dalam kegiatan koperasi, (6) keterlibatan dalam kegiatan koperasi.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa citra koperasi dan persepsi pelayanan koperasi mempunyai hubungan terhadap minat. Oleh karena itu maka keterikatan antara citra koperasi, persepsi pelayanan koperasi dan minat anggota koperasi dapat dilihat pada gambar 2.1.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## 2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono, (2016: 96) menyatakan “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan”. Berdasarkan landasan teoritis dan kerangka berfikir, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut “Terdapat pengaruh Positif Signifikan dan tidak signifikan Pengaruh Citra Koperasi dan Persepsi Pelayanan Koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi”.

Hipotesisnya adalah:

- 1)  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.  
 $H_a$  = Terdapat pengaruh Positif dan Signifikan Citra Koperasi terhadap Minat menjadi Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.
- 2)  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh Positif dan Signifikan Persepsi Pelayanan koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.  
 $H_a$  = Terdapat pengaruh Positif dan Signifikan Persepsi Pelayanan koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

3)  $H_0$  = Tidak terdapat Positif dan Signifikan Citra Koperasi dan Persepsi Pelayanan Koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

$H_a$  = Terdapat Positif dan Signifikan Citra Koperasi dan Persepsi Pelayanan Koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.