

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di era globalisasi saat ini semakin ketat, termasuk dalam dunia perekonomian. Hal tersebut menyebabkan manusia harus menentukan pilihan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhannya. Para pelaku ekonomi harus meningkatkan daya saingnya agar usahanya dapat bertahan dan menunjukkan eksistensinya.

Di Indonesia sendiri, kita mengetahui pada pasal 33 ayat (1) UUD 1945 dituangkan bahwa perekonomian disusun berdasarkan sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa tujuan perekonomian di Indonesia didasarkan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, bukan kemakmuran dan kesejahteraan hanya untuk segelintir orang, atau segelintir kelompok saja. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa badan usaha yang sesuai dengan pasal tersebut adalah badan usaha koperasi. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, yaitu “koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.

Pengertian koperasi menurut UU No. 25 Tahun 1992 tersebut menjelaskan bahwa koperasi dibentuk untuk menyejahterakan anggota atau masyarakat. Hal tersebut berarti ikut membangun perekonomian Negara dan asas yang diterapkan adalah asas kekeluargaan. Namun pada kenyataannya, eksistensi koperasi di Indonesia masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari data yang tercatat di Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (Kemenkop dan UKM RI) bahwa jumlah penduduk Indonesia yang telah bergabung menjadi anggota koperasi yaitu 36.443.953 jiwa.¹ Sedangkan jumlah angkatan kerja di Indonesia sebesar 182.992.204 jiwa.² Jadi dapat disimpulkan bahwa penduduk Indonesia yang telah bergabung menjadi anggota koperasi hanya sebesar $\pm 19,92\%$. Artinya minat penduduk Indonesia menjadi anggota koperasi masih rendah.

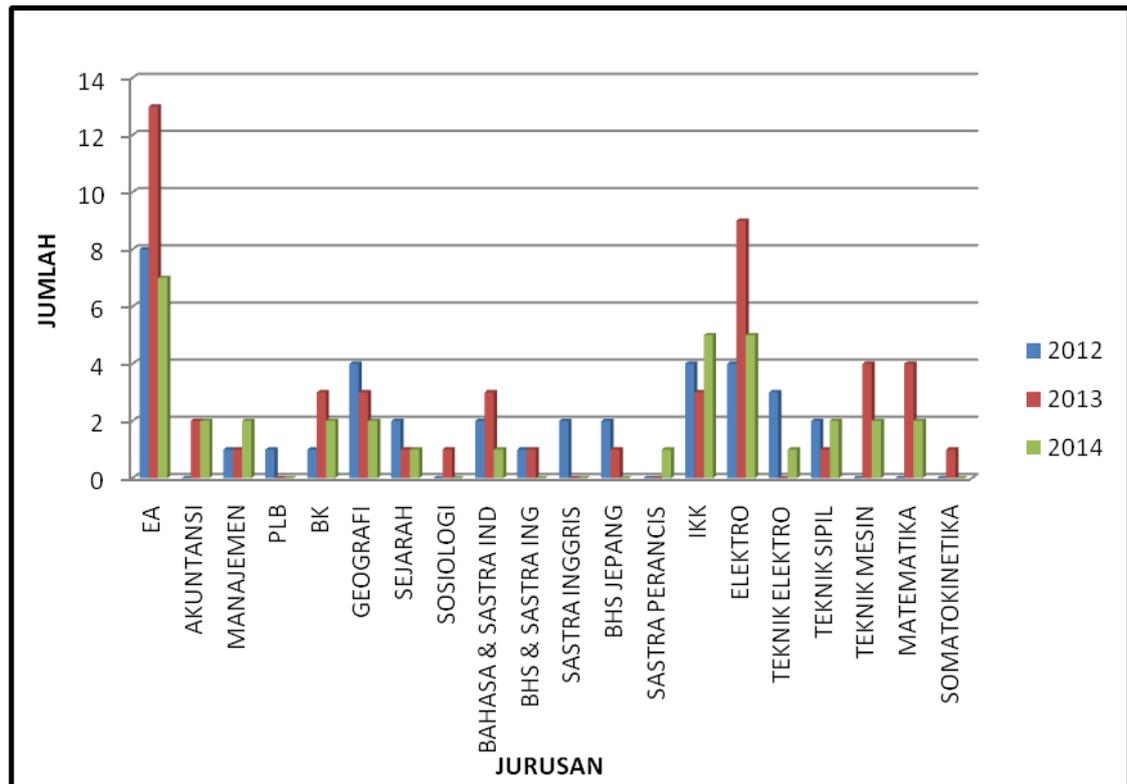
Koperasi memiliki berbagai macam jenis, dilihat berdasarkan profesi anggotanya, salah satu yang termasuk didalamnya adalah koperasi mahasiswa. Disebut demikian karena letak koperasi Mahasiswa tersebut berada di kalangan mahasiswa yang dimana selain turut memajukan ekonomi rakyat, mahasiswa menjadi memiliki jiwa-jiwa yang siap untuk terjun ke masyarakat karena telah memiliki pengalaman perkoperasian.

Koperasi mahasiswa yang sering juga dipanggil Kopma adalah koperasi yang pada umumnya yaitu pengurus-pengurus, badan pengawas dan anggotanya adalah mahasiswa, tergantung kesepakatan seluruh anggota koperasi.

¹Departemen Koperasi, *Rekapitulasi Data Koperasi Berdasarkan Provinsi Desember 2014*, Diakses pada tanggal 23 Maret 2015 Pukul 19.30 WIB.

²Badan Pusat Statistik, Angkatan kerja, www.bps.go.id, Diakses pada tanggal 23 Maret 2015 Pukul 19.20 WIB.

Seperti di Universitas ataupun Sekolah Tinggi lainnya, Universitas Negeri Jakarta (UNJ) juga memiliki Kopma. Kopma UNJ sudah berdiri sejak tahun 1991. Dalam kepengurusan, organisasi Kopma UNJ memiliki pengurus yang dipilih oleh para anggota.

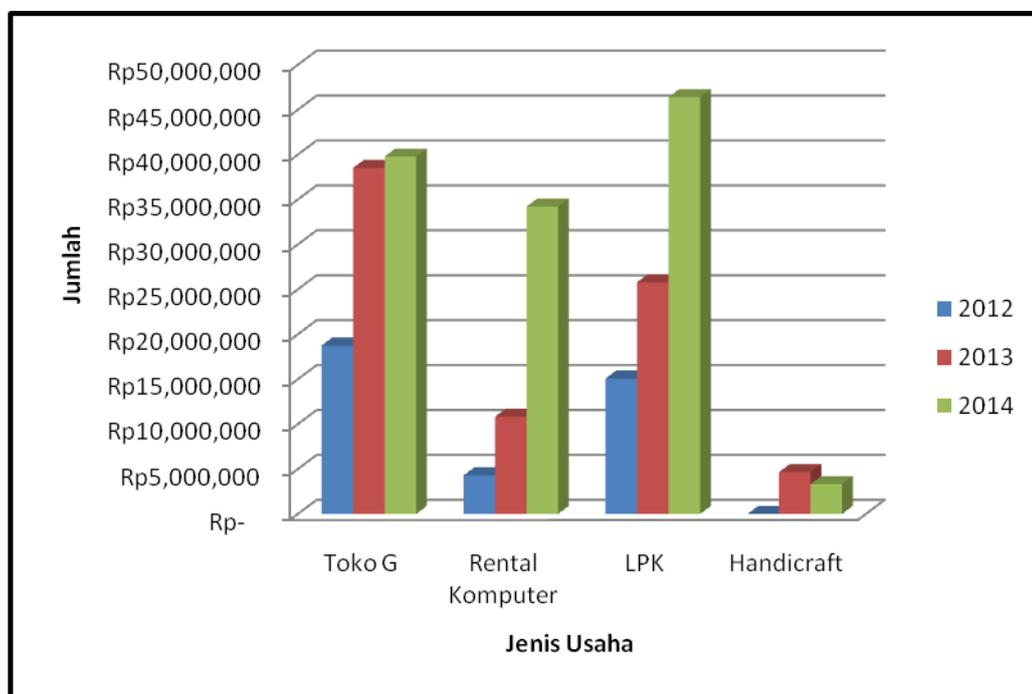


Gambar I.1
Pengurus Koperasi Mahasiswa UNJ Periode Tahun 2012-2014
Berdasarkan Jurusan

Data yang ditunjukkan oleh grafik diatas menjelaskan bahwa selama tiga tahun terakhir yaitu pada periode tahun 2012 sampai dengan 2014 mahasiswa Fakultas Ekonomi yang mendominasi kepengurusan Koperasi Mahasiswa UNJ. Adapun mahasiswa yang paling banyak menjadi pengurus Kopma UNJ berasal dari Jurusan Ekonomi dan Administrasi yang jumlahnya hingga mencapai 25% sampai dengan 30% dari jumlah keseluruhan pengurus kopma UNJ. Sedangkan

untuk Jurusan Akuntansi dan Manajemen sebanyak 2% sampai dengan 6% dari jumlah keseluruhan pengurus Kopma UNJ.

Koperasi Mahasiswa UNJ memiliki beberapa usaha yaitu berupa rental komputer, toko makanan kecil, lembaga pendidikan keterampilan berupa penawaran jasa les privat dan menjual barang-barang handicraft. Sebagai gambaran dibawah ini terdapat data omzet penjualan dari usaha-usaha yang dijalankan kopma UNJ.



Gambar I.2
Omzet Penjualan Kopma UNJ
Periode Tahun 2012-2014

Informasi yang diberikan berdasarkan grafik di atas menjelaskan omzet penjualan yang didapatkan oleh Kopma UNJ setiap periode dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 dengan empat usaha yang dijalankan. Dari data yang ditunjukkan dapat kita ketahui bahwa pada tahun 2012 omzet penjualan tertinggi

didapatkan dari Toko G sebesar Rp 18.746.795,-. Toko G merupakan toko yang berlokasi di gedung G Kampus A Universitas Negeri Jakarta. Adapun yang ditawarkan merupakan makanan kecil. Sedangkan Omzet terendah didapatkan dari rental komputer sebesar Rp 4.288.000,-. Hal ini dikarenakan pada tahun 2012 kopma UNJ mengalami kesulitan mendapatkan lokasi untuk usaha rental komputer, ini terjadi dikarenakan lokasi rental komputer yang sebelumnya mengalami pembebasan lahan. Selain itu jika kita amati grafik diatas, omzet penjualan handicraft sebesar Rp 0, hal ini dikarenakan usaha handicraft baru dijalankan pada tahun 2013.

Tahun 2013, omzet tertinggi masih diperoleh dari usaha toko G sebesar Rp 38.515.260,- dan omzet terendah diperoleh dari usaha penjualan handicraft sebesar Rp 4.658.300,-. Kemudian pada tahun 2014, omzet tertinggi diperoleh dari usaha LPK (Lembaga Pendidikan Keterampilan) berupa penawaran jasa les privat yang notabene para pelanggannya adalah para siswa dari jenjang SD hingga SMA. Besar Omzet yang di dapatkan dari usaha LPK ini yaitu Rp 46.400.000,- Omzet terendah masih diperoleh dari usaha penjualan handicraft yaitu sebesar Rp 3.312.000,-.

Dilihat dari keanggotaannya, Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari data keanggotaan tiga tahun terakhir yaitu periode 2012 hingga 2014.

Tabel I.1
Jumlah Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA)
Universitas Negeri Jakarta
Periode Tahun 2012 -2014

TAHUN	FAKULTAS							JUMLAH
	FE	FT	MIPA	FIP	FIS	FBS	FIK	
2012	42	21	10	14	20	12	1	120
2013	45	19	3	4	5	1	0	77
2014	22	4	5	3	13	11	0	58

Sumber: LPJ Pengurus KOPMA UNJ

*) Diolah sendiri oleh peneliti

Berdasarkan data tersebut, kita dapat mengetahui bahwa jumlah anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta dalam tiga tahun terakhir mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi penurunan minat pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta.

Penurunan jumlah anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta ini terjadi di semua fakultas, begitu pula dengan Fakultas Ekonomi. Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang bergabung menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta juga mengalami penurunan. Dapat kita lihat dari tabel diatas bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi pada tahun 2012 sebesar 42 orang, kemudian pada tahun 2013 sebesar 45 orang, dan pada tahun 2014 sebesar 22 orang. Dari data yang ada menginformasikan bahwa pada mulanya dari tahun 2012 ke tahun 2013 jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah bergabung menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma)

Universitas Negeri Jakarta mengalami kenaikan sebesar 7,2%. Sedangkan dari tahun 2013 ke tahun 2014 jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang bergabung menjadi anggota Kopma UNJ menurun sebesar 51%. Penurunan jumlah anggota Koperasi Mahasiswa khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi ini terjadi cukup drastis jumlahnya mencapai setengah dari tahun sebelumnya.

Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi anggota Koperasi Mahasiswa, yaitu citra Koperasi Mahasiswa di lingkungannya. Citra merupakan sebuah kesan yang terbentuk didalam diri seseorang terhadap suatu objek yang dihasilkan dari pengamatan dan pengalaman. Apabila citra Kopma UNJ di mata mahasiswa baik, maka akan muncul minat untuk bergabung menjadi anggota Kopma UNJ. Namun apabila citra Kopma UNJ di mata mahasiswa buruk, maka mahasiswa tidak tertarik untuk bergabung menjadi anggota kopma UNJ. Berdasarkan observasi awal, beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi menyatakan tentang Citra kopma UNJ yang kurang baik seperti pernyataan bahwa keberadaan Kopma masih kalah bersaing dengan para pesaingnya di wilayah kampus.

Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi anggota Kopma yang lain adalah pengetahuan tentang koperasi. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang kita ketahui tentang suatu objek. Maka dari itu, pengetahuan tentang koperasi adalah segala sesuatu yang kita ketahui tentang koperasi. Seseorang yang mengetahui banyak hal tentang koperasi akan cenderung tertarik untuk bergabung menjadi anggota koperasi. Sedangkan orang yang tidak mengetahui apa itu koperasi, dan manfaat apa yang diperoleh jika bergabung menjadi anggota koperasi, ia tidak akan berminat untuk bergabung menjadi anggota koperasi

karena ketidaktahuannya. Setelah diadakan wawancara, diketahui bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi tentang koperasi masih belum cukup baik.

Faktor selanjutnya yang menimbulkan minat untuk menjadi anggota koperasi yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan penilaian seseorang terhadap pelayanan yang dirasakan ketika menggunakan jasa. Pelayanan yang dirasakan baik oleh mahasiswa akan menimbulkan ketertarikan atau keberminatan mahasiswa untuk bergabung menjadi anggota koperasi mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi memberikan tanggapan bahwa kualitas pelayanan yang mereka rasakan saat memakai jasa atau membeli barang di toko kopma UNJ belum cukup memuaskan karena pelayanan yang kurang ramah.

Minat juga dipengaruhi oleh motivasi berkoperasi. Motivasi berkoperasi merupakan suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk ikut melaksanakan aktivitas perkoperasian. Motivasi berkoperasi mahasiswa Fakultas Ekonomi masih tergolong rendah. Berdasarkan data yang diperoleh dari bagian akademik Fakultas Ekonomi, jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi sebanyak 3.048 mahasiswa. Namun hingga saat ini jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah menjadi anggota Koperasi Mahasiswa UNJ hanya berkisar 0,72% saja yaitu sebanyak 22 orang. Hal ini menjelaskan bahwa motivasi berkoperasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi masih tergolong sangat rendah.

Faktor yang tidak kalah penting dalam menumbuhkan minat merupakan iklan. Sebagai sebuah organisasi sekaligus sebuah badan usaha, koperasi

mahasiswa harus bisa menarik perhatian para mahasiswanya melalui iklan. Kopma UNJ harus menunjukkan manfaat menjadi anggota koperasi mahasiswa salah satunya melalui periklanan. Pada kenyataannya, iklan yang dilakukan oleh koperasi mahasiswa UNJ masih tergolong belum efektif. Iklan yang dilakukan oleh koperasi mahasiswa UNJ dilakukan hanya di saat acara demo unit kegiatan mahasiswa yang dilaksanakan hanya satu kali dalam satu tahun, yaitu acara pengenalan kampus kepada mahasiswa-mahasiswa baru. Adapun iklan-iklan yang tersebar disudut-sudut kampus hanya sebatas iklan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, sedangkan iklan-iklan mengenai ajakan untuk menjadi anggota kopma UNJ masih kurang dikomunikasikan kepada para mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi anggota koperasi mahasiswa.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?
2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?
4. Apakah terdapat pengaruh motivasi berkoperasi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?
5. Apakah terdapat pengaruh efektivitas iklan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah rendahnya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota koperasi memiliki penyebab yang sangat luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain: dana, dan waktu, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah: “Analisis Faktor citra Koperasi Mahasiswa, pengetahuan tentang koperasi, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa UNJ.”

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra koperasi mahasiswa terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?

2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan tentang koperasi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?
4. Apakah terdapat pengaruh citra koperasi mahasiswa, pengetahuan tentang koperasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) UNJ?

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini berguna untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan serta masukan untuk meningkatkan minat mahasiswa menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini berguna sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya dan pemecahan masalah mengenai minat mahasiswa menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta yang selanjutnya dapat dikembangkan oleh berbagai pihak. Penelitian ini juga sebagai bahan masukan dan sumbang saran bagi pembuat dan pengambil kebijakan yang berkaitan dengan minat berkoperasi sebagai alternatif sumber dalam meningkatkan minat menjadi anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Negeri Jakarta.