

Analisis Minat Pembentukan Koperasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Kiki Wardiman Jayanegara ¹, Fajarsyah Rizal Hakim ², Fretti Aldina ³,
Moh. Farid Najib ⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia

¹Email : kikiwardimanjayanegara@gmail.com

²Email : Fajarsyah.rizal.mpem416@polban.ac.id

³Email : frettialdina.mpem417@polban.ac.id

⁴Email : mohfaridnajib@polban.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat. Peningkatan ini membawa keuntungan bagi ekonomi kerakyatan dan perkembangan kesejahteraan rakyat serta pembangunan. Tetapi perkembangan UMKM yang pesat justru masih memiliki berbagai masalah. Salah satu penyelesaian masalah yang bisa dilakukan adalah dengan adanya pembangunan koperasi di tempat UMKM itu berada. Dalam penelitian ini kami ingin melihat bagaimana minat pembentukan sebuah koperasi di lingkungan usaha UMKM yang cenderung homogen. Target responden dalam penelitian ini ialah para pelaku usaha meubel di wilayah UMKM Meubeul di desa Cipacing, Kabupaten Sumedang dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Untuk mengetahui minat pembentukan, digunakan variabel sikap, norma subjektif, dan control perilaku. Hasilnya menunjukkan bahwa minat dalam pembentukan koperasi adalah sebesar 0.42 dan sisanya dipengaruhi faktor lain. Variabel sikap, dan variabel norma subjektif dinyatakan diterima sedangkan untuk variabel kontrol perilaku dinyatakan ditolak. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur minat pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan mendirikan atau melalui Koperasi.

Kata Kunci

Minat Pembentukan, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku

1. PENDAHULUAN

Dalam perekonomian masa sekarang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat mengukur maju dan berkembangnya suatu negara, dengan adanya UMKM ini membantu untuk menyediakan lapangan kerja dengan serta pendapatan negara. Dimasa sekarang kemudahan untuk memiliki bisnis kecil UMKM dipermudah dengan mendapatkan modal sehingga persaingan sesama bisnis kecil sangat terlihat, paradigma pemilik UMKM sekarang yang hanya memikirkan pendapatan hanya untuk sehari sudah merasa cukup.

Menurut Husein (2016) UMKM merupakan sebuah bukti adanya ekonomi kerakyatan untuk mendukung adanya perkembangan kesejahteraan rakyat dan pembangunan, dengan begitu adanya dukungan antara pemerintah dan masyarakat perkembangan UMKM dapat dipasarkan tidak hanya dipasar lokal, serta memanfaatkan teknologi informasi di masa sekarang mempermudah pemilik usaha.

Kemenkop dalam Website Resminya mengatakan jumlah UMKM meningkat pesat dari tahun 1997 sampai 2017 [1]. Pada tahun 2016 – 2017 tercatat pertumbuhan UMKM mencapai 2,06% dengan jumlah 1.271.440 unit usaha terdiri dari Usaha

Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Indonesia

INDIKATOR	TAHUN		PERKEMBANGAN TAHUN 2016-2017	
	2016	2017	JUMLAH	%
UMKM	61.651.177	62.922.617	1.271.440	2,06
-Usaha Mikro (Umi)	60.863.578	62.106.900	1.243.322	2,04
-Usaha Kecil (UK)	731.047	757.090	26.043	3,56
-Usaha Menengah (UM)	56.551	58.627	2.075	3,07

Namun demikian perkembangan UMKM yang meningkat, dibalik itu masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pemilik usaha, menurut [2] masalah yang dihadapi oleh UMKM meliputi; modal yang terbatas, teknik pemasaran, tingkat produksi yang tidak memadai, serta mutu dari produk itu sendiri dan manajerial usaha yang lemah. Hal yang sama juga sering dihadapi oleh para pemilik UMKM pengrajin mebeul di Cipacing, Jatinangor [3].

Dalam menghadapi masalah-masalah tersebut para pemilik UMKM dapat menyelesaikan secara jangka pendek antara meminjam modal, atau persaingan

dengan mengikuti harga pasar. Dalam jangka panjang masalah UMKM dapat diselesaikan dengan adanya organisasi yang menaungi UMKM itu sendiri. Sistem tanggung tentang oleh Koperasi Setia Bhakti Wanita di Malang telah berhasil menjalankan alternatif sistem kerjasama antar anggota, bilamana ada kredit macet yang menjadi tanggung jawab anggota tersebut merupakan tanggung jawab anggota lainnya [4]. Homogenitas UMKM di Indonesia yang menjadi masalah dapat dibantu dengan adanya Koperasi yang menjadi titik perkumpulan serta saling membantu. Peran dinas Koperasi dan UKM diharapkan untuk meningkatkan Iklim Usaha dan menumbuhkan usaha-usaha baru yaitu dengan maksud memberdayakan para UMKM untuk berkembang [4].

Dalam penyelesaian masalah oleh pihak ketiga hanya dibantu oleh lembaga-lembaga keuangan dengan melibatkan bank sebagai salah satu menutupi modal UMKM, dari pemerintahan yang notabene memiliki lembaga Kementrian Koperasi dan UMKM memiliki program untuk membantu usaha-usaha kecil agar terus berkembang, tetapi lembaga tersebut belum mampu merembes ke semua UMKM, banyak bantuan-bantuan yang tidak tersalurkan.

Maka dari itu pertumbuhan yang pesat usaha kecil menengah dizaman sekarang seperti menjadi trend dikalangan masyarakat, tetapi kurang memperhatikan aspek-aspek kedepan sehingga banyak usaha kecil yang hanya seumur jagung, serta peran pemerintah melalui kementrian koperasi belum mampu menyediakan iklim usaha yang progresif bagi pemilik usaha kecil, akan tetapi adanya usaha kecil begitu membantu ekonomi kerakyatan. Dengan adanya Koperasi diharapkan mampu membantu usaha kecil dalam menghadapi masalah-masalah yang sering terjadi. Ini sejalan dengan penelitian [15] Koperasi yang menganut nilai kekeluargaan yang berdasarkan sistem organisasi terstruktur dapat meningkatkan ekonomi rakyat berdasarkan hasil penelitian yang menyimpulkan Koperasi dapat perekonomian nelayan di Desa Padangdangan Kecamatan Pasongsongan UMKM disana mendapatkan masalah seperti modal, alat-alat tangkap, dan berharap pada Koperasi dapat menyediakan atau membantu permasalahan UMKM. Hal ini berkaitan dengan Teori minat, yaitu sebagai sumber motivasi yang dapat mengarahkan individu pada apa yang mereka lakukan untuk dapat kebebasan memilih hal tersebut, dapat memiliki arti, serta ketertarikan terhadap objek tersebut, sehingga dapat memenuhi kecenderungan individu tersebut [16]

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana minat dari para pelaku umkm akan hadirnya koperasi sebagai sebagai alat untuk memudahkan jalannya bisnis mereka. Dalam

penelitian ini juga akan dilihat apa saja alasan perpindahan layanan ke koperasi jika sebuah koperasi telah didirikan. Karena kebanyakan para pelaku UMKM ini menggunakan layanan perbankan dan menggunakan jasa kredit swasta. Sehingga kami melihat pula bagaimana peran koperasi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada dalam lingkungan UMKM.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat Berkoperasi

Niat beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan atas produk yang ditawarkan atau yang dibutuhkan oleh pelanggan [5]. Ada lima tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umum dilakukan oleh seseorang, yaitu: pengenalan kebutuhan, proses informasi pelanggan, evaluasi produk / merek, pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Jadi dapat dikatakan bahwa niat beli adalah suatu tindak lanjut dari minat beli konsumen dimana keyakinan untuk memutuskan akan membeli sudah dalam persentase yang besar. Jadi dapat dikatakan bahwa niat beli adalah tingkatan akhir dalam minat beli berupa keyakinan sebelum keputusan pembelian diambil.

Pendapat lainnya bahwa ketika seorang pelanggan memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu, dari situ akan terjadi penguatan, dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya memungkinkan individu untuk melakukan pembelian [6]. [7] menyatakan bahwa pelanggan melakukan pembelian karena adanya suatu dorongan dan perilaku membeli yang dapat menumbuhkan suatu loyalitas terhadap apa yang dirasakan sesuai untuk dirinya. Jadi niat beli dapat disimpulkan sebagai suatu kecenderungan untuk melakukan pembelian, setelah memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu.

2.2 Dimensi Minat Berkoperasi

2.2.1 Sikap

Definisi sikap menurut [8] adalah tindakan yang cenderung diperoleh dari hasil belajar dengan maksud yang konsisten, yang menunjukkan suatu rasa suka atau tidak terhadap suatu objek. Di sisi lain menurut [9] menjabarkan sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan individu positif atau negatif tentang melakukan suatu perilaku. Hal ini ditentukan melalui penilaian dari keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang timbul dari perilaku dan evaluasi dari keinginan konsekuensi konsekuensi. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dibentuk oleh :

1. *Behavioral Belief* (keyakinan perilaku), yaitu

keyakinan bahwa perilaku akan menghasilkan suatu keluaran atau keyakinan terhadap adanya konsekuensi karena melakukan perilaku tertentu.

2. *Outcomes Evaluation / Evaluation of the Consequency* (evaluasi konsekuensi), yaitu evaluasi seseorang terhadap keluaran atau evaluasi terhadap konsekuensi dari keyakinan perilaku.

2.2.2 Norma Subjektif

Norma subjektif adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative belief*) [10]. Kalau individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan, bukan ditentukan oleh orang lain di sekitarnya, maka dia akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukannya.

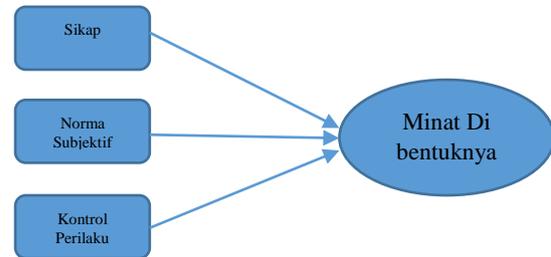
Norma subjektif (*subjective norms*) dibentuk oleh *Normative Belief* (keyakinan normatif), yaitu keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka berpikir subjek seharusnya atau tidak melakukan suatu perilaku atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan. Selanjutnya, Norma subjektif (*subjective norms*) dibentuk oleh *Motivation to comply* (motivasi mematuhi), yaitu motivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan [11]

2.2.3 Kontrol Perilaku

Perceived behavioral control atau persepsi control perilaku didefinisikan sebagai persepsi seseorang terhadap hambatan dalam melakukan suatu perilaku. *Perceived behavioral control* memandang pengendalian/kontrol yang dimiliki seseorang terhadap perilakunya berada pada sebuah kontinum dari perilaku yang mudah dilakukan dengan usaha dan sumber daya yang cukup. *Behavioral control* dibentuk oleh *control belief* (keyakinan pengendalian), yaitu probabilitas bahwa beberapa faktor menunjang suatu tindakan/ perilaku. Di samping itu, dibentuk oleh *power of control factor/access to the control factor* (kekuatan faktor pengendalian), yaitu akses subjek atau kekuatan subjek terkait faktor-faktor yang menunjang perilaku tersebut [11]

Dengan adanya keinginan untuk melakukan perubahan atau mendirikan sesuatu yang berbeda demi kepentingan bersama banyak faktor yang akan mendorong untuk mencapai tujuan tersebut, begitu juga dengan adanya pembentukan Koperasi di suatu daerah UMKM yang menjadi pendorong sehingga

memiliki minat untuk melakukan hal tersebut terdiri dari pemikiran hasil sendiri berdasarkan observasi dan pengetahuan pribadi, selanjutnya dengan adanya proses sosial dengan orang lain sehingga apa yang disampaikan orang lain bisa mempengaruhi minat tersebut dan yang terakhir dengan adanya persepsi untuk mengontrol perilaku.



Gambar 1. Skema Kerangka Berpikir

Sebuah konklusi atau jawaban sementara untuk menjawab permasalahan pada penelitian sampai ada bukti yang dapat dipertanggung jawabkan [12]. Berikut kami simpulkan Hipotesis untuk penelitian ini:

- H1 : Sikap berpengaruh terhadap Minat Pembelian pelanggan.
- H2 : Norma Subjektif berpengaruh terhadap Minat Pembelian.
- H3 : Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Minat Pembelian

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode dan Objek Penelitian

Penyusunan metodologi penelitian dilakukan langkah persiapan menuju kelapangan, maka dari itu untuk mendapat data yang diukur secara ilmiah. Serta metode yang diinginkan harus relevan [13]. Dengan begitu metode penelitian merupakan salah satu cara untuk memahami objek yang akan diteliti dan meliputi prosedur yang akan dilakukan. Dalam hal ini kami menggunakan metode deskriptif yang mana perlu dilakukan untuk menjelaskan fenomena yang ditemukan dilapangan. Suatu penggambaran dari sebuah populasi merupakan tujuan dari metode deskriptif dengan melakukan analisis dari suatu penelitian [14]. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan keadaan sebenarnya dalam kebutuhan pemilik UMKM pada Koperasi.

Objek serta sasaran penelitian dalam penelitian ini terfokus terhadap pemilik usaha UMKM dan para pelaku yang bergerak di dalam UMKM termasuk para pekerja mebel di kawasan Jatininggor. Yang mana objek serta sasaran penelitian ini memiliki kesulitan atau menghadapi masalah yang telah terdeskripsikan, dengan adanya solusi diadakannya Koperasi tersebut akan mendapat bantuan secara tersruktur karena bagian dari hal tersebut. Dengan

melihat perkembangan UMKM serta dengan masalah-masalah belum terurai.

3.2 Pendekatan Penelitian

Didalam penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif serta verifikatif, dengan upaya peneliti untuk membuktikan serta menginterpretasikan pengaruh diantara variabel-variabel yang telah ditentukan. Penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk menguji nilai variabel satu ataupun lebih, maka akan didapat suatu teori untuk membuktikan dan mengontrol suatu gejala [13]

3.3 Instrumen Penelitian

Fenomena yang telah didapat sehingga peneliti menggunakan skala *likert* untuk mendapat data serta mendeskripsikan fenomena, skala *likert* merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat ataupun persepsi seseorang serta kelompok orang dengan adanya fenomena yang telah terjadi. Skala tersebut dapat menggambarkan variabel yang telah diukur dan dijabarkan menjadi sebuah indikator variabel [13].

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang akan diperlukan adalah data primer untuk memenuhi proses penelitian ini, data primer merupakan data yang diberikan langsung kepada peneliti oleh responden atau sumber data [13]. Serta penggunaan data sekunder dari pihak lain antara lain pihak eksternal, akan dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai penunjang data lainnya, untuk memaksimalkan hasil penelitian. Sehingga dalam jenis serta sumber data dapat menunjang hasil yang dimaksud oleh peneliti agar dapat mendeskripsikan serta menggambarkan fenomena dilapangan yang akan di hadapi agar dapat diukur dan diinterpretasikan.

3.5 Populasi dan Sample Penelitian

Wilayah fokus penelitian berdasarkan urgensi dan kebutuhan dengan melihat fenomena yang telah dideskripsikan, begitupun menurut [13]. Pada penelitian ini fokus penelitian dan populasi UMKM yaitu didaerah Jatinangor tepatnya di Cipacing yang notabene pemilik usaha Mebeul pada daerah tersebut. Ini menjadi perhatian dikarenakan potensi daerah tersebut sangat besar tetapi dihadapi masalah-masalah yang bisa diselesaikan dengan adanya Koperasi.

Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara langsung, Kuesioner akan dibagikan secara terstruktur di Wilayah pemilik UMKM di Cipacing, Jatinangor. Karena kebanyakan para pemilik usaha diatas 40 tahun sehingga

pengisian kuesioner harus didampingi oleh peneliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Sample Penelitian

Data yang didapat sebanyak 120 responden kemudian di menyeleksi dan didapat 110 responden serta dianalisa secara dekskriptif, responden dengan dominasi Pria sebanyak 78% atau sebanyak 86 orang, responden wanita sebanyak 21 orang atau sebanyak 22% dari 110 responden. Karena orang yang berkaitan langsung dengan pengrajin mebeul merupakan kaum pria maka yang sering ditemukan dan diminta untuk mengisi waktu adalah para pekerja.

Tabel 2. Profil Responden

Demografi	Jumlah	Freq
Jenis Kelamin		
Pria	165	79%
Wanita	42	21%
Usia		
18 – 22 tahun	97	46%
23 – 28 tahun	35	16%
29 – 33 tahun	19	9%
34 – 39 tahun	24	11%
39 – 44 tahun	32	15%
Pendidikan Terakhir		
SD	50	23%
SMP	78	40%
SMA	78	30%
Diploma	5	2%
S1	7	3%
S2	0	0%
Lama Menjadi Bagian dari Mebeul		
< 1 tahun	50	24%
1 – 5 tahun	70	37%
5 – 10 tahun	55	17%
10 tahun >	35	15%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	26	12%
PNS	0	0%
Wiraswasta	99	47%
Wirausaha	81	39%

Tabel di atas menjelaskan profil responden sebanyak 210 terkait dengan usia terbanyak berapa pada usia kisaran 18 – 22 tahun dengan 97 orang, serta pendidikan terakhir responden terbanyak adalah SMP sebanyak 40% adapun lama menjadi bagian dari pengrajin ini sekitar 1 – 5 tahun sebesar 37% dan pekerjaan terbanyak wiraswasta dan wirausaha sesuai dengan target responden yang dibutuhkan.

Rata-rata responden menjawab yaitu koperasi dapat memberikan dan di saat darurat menjadi poin rata-rata tertinggi senilai 4,163. Yang mana ini artinya bahwa responden menyatakan setuju bahwa koperasi bisa menjadi sebuah lembaga yang dapat membantu mereka ketika mereka sedang kekurangan dana. Sedangkan item pertanyaan lain yaitu kondisi keuangan yang baik akan membuat mereka enggan menjadi anggota koperasi menjadi poin rata-rata

terendah dengan nilai 2,90. Yang mana ini artinya adalah, para responden tidak akan terpengaruhi dengan kondisi keuangan mereka untuk menjadi anggota koperasi. Meskipun dengan kondisi keuangan yang baik sekalipun, mereka tetap akan menjadi anggota koperasi.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha
1	Independen (Sikap terhadap perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku)	0.909
2	Dependen (Minat Pembentukan)	0.857

Tabel di atas merupakan hasil pengukuran Cronbach Alpha, dimana detail hasil output SPSS versi 22 dapat dilihat dalam lampiran Untuk melakukan test reability Cronbach Alpha adalah metode terpopuler dalam pengujian Reliabilitas variabel yang digunakan [14]. Nilai minimum Reliabilitas suatu variabel ditunjukkan dengan nilai 0,6 – 0,7 [14]. Table 4 menunjukkan Variabel Sikap terhadap perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dengan nilai Cronbach Alpha 0,909 dan Variabel Dependen yaitu Minat Pembentukan sebesar 0,857 maka kedua variabel realibel atau serangkain tanggapan dari responden konsisten dan dapat dijadikan sebagai alat ukur penelitian.

4.2 Hasil Uji Regresi

Tujuan dari Regresi berganda yaitu dalam mencari tahu hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang akan diteliti [14]. Maka peneliti telah mengajukan 4 hipotesis untuk diuji oleh regresi berganda yang akan meneliti hubungan antara kedua variabel, berikut hipotesis yang telah diajukan:

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,650 ^a	,422	,405	,60633

a. Predictors: (Constant), KFK, EK, KK, KN, MM, KP

Tabel menunjukkan hasil bahwa variabel independen yaitu Variabel Sikap terhadap perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku memiliki hubungan yang sangat kuat dengan variable dependen Minat Pembentukan dengan hasil koefisien korelasi (R) sebesar 0.650, serta pengaruh variabel independen sebesar 42,2 % terhadap variable dependen dan 67,8 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 5. Anova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	856,210	6	142,702	24,267	,000 ^b
Residual	1170,198	199	5,880		
Total	2026,408	205			

a. Dependent Variable: MP

b. Predictors: (Constant), KFK, EK, KK, KN, MM, KP

Dengan melihat tabel di atas bahwa penggunaan model regresi yaitu kepuasan konsumen disebabkan oleh dimensi factor minat pembentukan (Variabel Sikap terhadap perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku) dikatakan tepat atau signifikan melihat hasil sig 0.000.

Tabel 6. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,453	1,507		1,627	,105
1 V1	,571	,054	,863	10,497	,000
V2	-,340	,061	-,508	-5,614	,000
V3	,030	,050	,041	,595	,553

a. Dependent Variable: VDD

Variabel Independen berdasarkan tabel di atas memiliki nilai sig = < 0,00 nilai α yaitu 0,005 artinya :

- H1: Dapat diterima dan Sikap berpengaruh terhadap Minat Pembelian pelanggan.
- H2: Dapat diterima dan Norma Subjektif berpengaruh terhadap Minat Pembelian.
- H3: Ditolak dan Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Minat Pembelian

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa adanya homogenitas usaha yang sama yaitu dalam sektor UMKM mebeul memiliki masalah yang sama antara lain pemasaran dan manajemen keuangan yang menjadi masalah yang sama diantara para pemilik usaha maupun para pengrajin yang terlibat langsung dalam perkembangan UMKM tersebut. Kemudian, dengan adanya penelitian ini yaitu untuk membantu menyelesaikan masalah yang telah dihadapi yaitu dengan membentuk sebuah koperasi. Didaerah tersebut belum memiliki Koperasi yang menaungi UMKM tersebut dengan adanya minat yang telah diteliti bahwa para pemilik dan pegawai serta masyarakat yang terlibat langsung memiliki minat yang cukup tinggi dalam pembentukan sebuah Koperasi, selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pembentukan Koperasi disebuah UMKM yang telah tersebut di beberapa Wilayah Indonesia secara

khususnya. Hasil luaran ini dilaksanakannya pembentukan Koperasi di UMKM wilayah Jatinangor sebagai bentuk partisipasi turut membantu perekonomian daerah setempat.

5.2 Saran

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penyelesaian masalah bagi UMKM mebeul dengan membentuk sebuah koperasi, peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini, keinginan untuk membentuk Koperasi dapat teralisasi untuk membantu pemasaran dan finansial bagi para pemilik UMKM dan pengrajin. Sebagai salah satu pelopor pembentukan koperasi penelitian-penelitian yang di dasari keresahan publik diharapkan ada tindak lanjut menyelesaikan masalah

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2019, Mei 11). DATA UMKM . Diambil kembali dari DATA DAN INFORMASI: <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- [2] Risnawati, N. (2018). Profil Umk, Permasalahan Dan Upaya Pemberdayaannya Di Kabupaten Sumedang. *Coopetition*, 13-29.
- [3] Wardiman, K. W., M. Putra , B., & Yasmin, M. S. (2018). ANALISIS PERMASALAHAN PERTUMBUHAN UMKM DI DAERAH JATINANGOR. Bandung.
- [4] Nur, D. S. (2017). Peter, J. P., & Olson, J. C. (2009). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- [5] Anoraga, P. (2010). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [6] Sutisna. (2008). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- [7] Peter J. Paul dan Olson Jerry C. (2010). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy* 9 ed. New York, USA: Mc Graw Hill
- [8] Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2008). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall
- [9] Fishbein, M., & Ajzen, I. (1991). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.
- [10] Ajzeen, I. (2007). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- [11] Anggelina, J., & Japariato, E. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjektif Norm, dan Perceived Behavioral Terhadap Purchase Intention Pelanggan Sogo Depaartement Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-7.
- [12] Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [13] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- [14] Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Arifandy, Fiqih Putra., Norsain., & FiArifandy, F.P., Norsain & Frimansyah, I.D. (2020). Peran Koperasi Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Nelayan: Perspektif Modal Kerja. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 3(1), 118-132.
- [16] Witherington, H.C. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Aksara Baru, 1999