

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu bentuk organisasi ekonomi yang dimiliki Indonesia adalah koperasi. Koperasi lahir sebagai reaksi terhadap sistem ekonomi kapitalistik, lahirnya koperasi bukan hanya sekedar bentuk perlawanan terhadap efek-efek negatif dari sistem kapitalisme saja, tetapi lebih dari itu adalah sebagai langkah awal untuk memodernisasi dari nilai-nilai tradisional kedalam wujud kehidupan yang rasional yang diterapkan berdasarkan pola pemikiran yang maju. Di Indonesia koperasi dikenal sebagai soko guru perekonomian bagi bangsa Indonesia yang keberadaan dan eksistensinya dijamin oleh Undang-Undang. Dikukuhkannya koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia, karena adanya keyakinan bahwa koperasi adalah salah satu jalan yang tepat untuk mensejahterakan rakyat. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian:

“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 asas kekeluargaan”.

Didalam koperasi, proses bisnisnya ditujukan langsung untuk melayani anggota. Sebagai badan usaha yang berbasis anggota, dimana keberadaan anggota sangat diutamakan. Selain dari modal, maka yang pertama diharapkan dalam mengerjakan usaha koperasi tidak lain adalah anggotanya sendiri.

Keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya sangat ditentukan oleh kinerja dari para anggotanya. Dalam upaya pencapaian tujuan tersebut, koperasi membutuhkan manajemen yang profesional agar upaya pencapaian tujuan berjalan sesuai harapan.

Dalam usaha mengembangkan koperasi, peran pengurus sangat menentukan dan pada gilirannya anggota juga ikut menentukan keberhasilan koperasi. Maka dari itu, perlu adanya komitmen yang kuat antara orang-orang yang tergabung didalamnya.

Permasalahan yang juga sering dialami koperasi sebagai organisasi salah satunya adalah karena kurangnya komitmen antara anggota koperasi sehingga mengakibatkan kinerja dalam berkoperasi kurang optimal yang membuat sulit tercapainya tujuan dalam berkoperasi. Ketika seseorang bergabung dalam suatu organisasi, maka orang tersebut dituntut untuk memiliki suatu komitmen dalam diri mereka. O'Reilly, 1998 (dalam Sopiah, 2008:156) menyebutkan :

“Komitmen pada organisasi sebagai ikatan kejiwaan individu terhadap organisasi. Yang mencakup keterlibatan kerja, kesetiaan, dan perasaan percaya terhadap nilai-nilai suatu organisasi”.

Dalam berkoperasi, komitmen adalah kadar kesetiaan seorang anggota koperasi terhadap suatu koperasi dengan memberikan usaha terbaik untuk terus setia menjadi bagian dari koperasi demi mencapai tujuan individu maupun koperasi.

Komitmen dalam berkoperasi menjadi pemikiran bersama, karena sejatinya keberadaan koperasi bukan hanya untuk kepentingan pengurus dan pengelola saja, tetapi juga untuk kebersamaan dan berorientasi kepada kesejahteraan para anggotanya. Untuk itu, jiwa komitmen dalam berkoperasi harus ditumbuhkan sebagai spirit dalam memajukan koperasi. Semua itu, tak lepas dari fondasi koperasi yaitu para anggotanya, untuk itu jika anggota koperasi lemah maka lemah pula koperasinya (Rulli Nuryanto dalam “Komitmen anggota menjadi kendala internal berkoperasi.”[Globalnews.id](http://globalnews.id).<http://globalnews.id/komitmen-anggota-menjadi-kendala-internal-berkoperasi/> (diakses 16 maret 2020).

Dalam berkoperasi komitmen seorang anggota dan pengurus sangat dibutuhkan. Karena seseorang yang memiliki komitmen tinggi terhadap organisasinya akan melakukan pekerjaan secara optimal dan lebih bertanggung jawab. Sehingga dengan adanya komitmen tersebut dapat membantu memperlancar organisasi koperasi dalam mencapai tujuannya.

Dengan adanya komitmen yang tinggi, mereka cenderung mencintai pekerjaannya dan mampu bekerja dengan rasa penuh tanggung jawab. Semua itu didukung oleh teori dari Steers dan Porter, 1983 (dalam Sopiah, 2008:156) yang mengatakan bahwa :

“Suatu bentuk komitmen yang muncul bukan hanya bersifat loyalitas yang pasif, tetapi juga melibatkan hubungan yang aktif dengan organisasi kerja yang memiliki tujuan memberikan segala usaha demi keberhasilan organisasi yang bersangkutan”.

Berdasarkan teori tersebut, maka apabila koperasi menerapkan suatu komitmen didalam setiap kegiatan usahanya maka tujuan koperasi akan mudah untuk dicapai.

Adapun pengertian tujuan koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab II Pasal (3), yang menyatakan bahwa:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”.

Berhasil tidaknya suatu koperasi dalam mencapai tujuannya tergantung pada faktor yang mempengaruhinya, salah satu diantaranya adalah faktor partisipasi anggota. Partisipasi anggota merupakan kunci keberhasilan organisasi dan usaha koperasi.

Partisipasi anggota menggambarkan keterlibatan anggota didalam organisasi koperasi, baik yang menyangkut kewajiban maupun hak-hak anggota. Partisipasi anggota juga menggambarkan keterlibatan anggota baik didalam kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan. Seperti yang sudah diketahui bahwa yang membedakan organisasi koperasi dengan organisasi lainnya terletak pada identitas ganda anggotanya. Yaitu selain sebagai pemilik, anggota juga berperan sebagai pengguna jasa dikoperasi (pelanggan).

Sebagai pemilik koperasi, anggota harus berupaya mendukung manajemen organisasi dan permodalan koperasi. Sementara itu, sebagai pelanggan koperasi,

anggota harus menjamin keberlangsungan usaha koperasi dengan selalu memanfaatkan potensi dan layanan usaha koperasi.

Sebagai institusi sosial, koperasi merupakan wadah senasib sepenanggungan, hidup dalam kebersamaan, didasarkan pada prinsip solidaritas didalam kesamaan derajat (equality) dan dikelola secara demokratis. Adanya karakteristik kegandaan didalam koperasi tersebut menciptakan mekanisme kerja koperasi yang khas dimana partisipasi anggota merupakan inti dari kekhasan itu (dalam Ramudi Ariffin, 2013:151).

Dalam suatu organisasi, partisipasi anggota memegang peran penting dalam meraih tujuannya. Tujuan organisasi akan lebih mudah diraih ketika anggotanya memiliki kualitas partisipasi yang tinggi. Oleh karena itulah, partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi mutlak diperlukan oleh koperasi. Hidup-matinya usaha koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota dalam mendukung dan memanfaatkan layanan usaha koperasi.

Partisipasi setidaknya akan meningkat ketika anggota organisasi secara emosional merasa memiliki ikatan dengan organisasi, merasa bangga, dan merasa menjadi bagian dari organisasinya. Pernyataan tersebut didukung dengan teori tentang komitmen organisasional menurut Allen & Meyer (dalam Sopiiah, 2008:157) yang menyebutkan:

“komitmen dalam berorganisasi terjadi apabila karyawan/anggota organisasi ingin menjadi bagian dari organisasi karena terdapat suatu ikatan emosional antara seseorang dengan organisasi”.

Rendahnya keterlibatan dan partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi serta kesediaan untuk melakukan usaha-usaha demi perkembangan koperasi menunjukkan lemahnya komitmen anggota didalam koperasi. Rendahnya komitmen dapat menimbulkan masalah bagi koperasi, karena komitmen adalah komoditas yang menentukan keberhasilan koperasi tersebut. Komitmen sangat penting bagi koperasi ketika ingin meningkatkan partisipasi anggotanya. Keberlangsungan hidup koperasi sangat bergantung pada anggota koperasi, mengingat prinsip dalam koperasi adalah dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Oleh karena itu, komitmen dan partisipasi anggota dalam kegiatan-kegiatan koperasi akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup koperasi.

Demikian halnya dengan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” yang beralamat di Jl. Raya Rancaekek – Majalaya No. 79 Kode Pos 40382 Desa. Majasetra Kec. Majalaya Kab. Bandung, dengan Hak Badan Hukum: No. 10427/BH/PAD/518-KOP/III/2016 Tanggal, 22 Maret 2016 NIK: 3204120060005.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” saat ini menjalankan unit usaha yang dimilikinya yaitu Unit Simpan Pinjam (USP), Unit Perdagangan dan Jasa Pembayaran Listrik.

1. Unit Simpan Pinjam

- a) Pinjaman Jangka Panjang (Pjpan), adalah pinjaman dengan masa pinjaman lebih dari satu tahun dengan bunga jasa 2% perbulan dan provisi 1%.

- b) Pinjaman Khusus (PjKhs), adalah adalah pinjaman dengan masa pinjaman kurang dari satu tahun dengan bunga jasa 3% perbulan dan provisi 1%.

2. Unit Perdagangan

- a) Perdagangan Konsumsi, adalah barang yang disediakan koperasi bagi anggotanya berupa kebutuhan sehari-hari seperti beras, telur, minyak dll. Yang dapat dibayar secara kredit oleh anggota.
- b) Perdagangan Konsumtif, adalah barang-barang lain dari kebutuhan anggota seperti handphone, TV, kulas, mesin cuci dll. Yang juga dapat dibayar secara kredit oleh anggota.

3. Unit Pembayaran Listrik, sama halnya dengan unit perdagangan fotocopy, unit pembayaran listrik ini juga melayani anggota dan non anggota.

Untuk menunjang pelayanan terhadap anggota, koperasi KKMK kamola ini dikelola oleh 3 orang pengurus, 3 orang pengawas dan 4 orang karyawan.

Pada koperasi Konsumen Karyawan Dan Mantan Karyawan Kamola, Komitmen merupakan suatu kesepakatan antara anggota dengan pengurus agar tidak terjadi kesalahpahaman disaat proses pencapaian tujuan sedang berlangsung. Kesepakatan tersebut biasanya dibicarakan secara demokratis dalam suatu forum online khusus, dan juga dibicarakan dalam Rapat Anggota Tahunan agar setiap anggota dapat memberikan kontribusi saran dan masukan secara lebih terbuka.

Komitmen terjadi karena adanya suatu ikatan antara seseorang dengan organisasi. Ikatan tersebut berupa ikatan emosional. Ikatan emosional akan terbentuk dengan baik ketika seseorang merasa kebutuhan emosionalnya terpenuhi

dengan berbagai respon yang didapat. Ketika anggota koperasi merasa bahwa koperasi peduli terhadap setiap permasalahan yang dihadapinya, maka akan membentuk dan menumbuhkan keyakinan serta ikatan emosional anggota terhadap koperasinya.

Pada Koperasi Konsumen Karyawan Dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, ikatan emosional antara anggota dengan koperasi timbul karena anggota bergabung dengan koperasi sebab mereka membutuhkan bantuan. Dan mereka merasa koperasi dapat membantu mereka. Juga karena nilai-nilai yang ditanamkan oleh koperasi Kamola bahwa koperasi bukan hanya sebagai faktor ekonomi saja tetapi juga sebagai faktor fisiologis. Koperasi hadir untuk menjadi solusi bagi anggota. Sehingga anggota tidak akan merasa canggung terhadap koperasi karena anggota merasa koperasi adalah temannya sendiri dan mereka dapat berkeluh kesah kepada koperasi.

Dalam menanggulangi setiap permasalahan anggota, koperasi Kamola tetap mengutamakan kenyamanan anggota. Karena koperasi merasa kenyamanan anggota ini akan mengalahkan apapun termasuk uang.

Selain itu, pada Koperasi Kamola, jika dilihat dari nilai bisnisnya, komitmen juga digunakan untuk memperluas pasar. Dimana, target pasar koperasi ini sudah jelas yaitu anggota. Dengan demikian, semakin banyak anggota maka semakin luas pasar koperasi.

Berikut data perkembangan jumlah anggota aktif pada koperasi KKMK kamola selama lima tahun kebelakang :

Tabel 1.1. Perkembangan Jumlah Anggota Aktif Koperasi “Kamola”

Tahun	Jumlah Anggota/Orang	Persentase Perkembangan Anggota
2015	279	–
2016	329	18%
2017	344	5%
2018	389	13%
2019	450	16%

Sumber : Laporan RAT tahun buku 2015 sampai 2019

Berdasarkan tabel 1.1. dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah anggota yang aktif dikoperasi tersebut meningkat. Dengan demikian, kondisi tersebut memberikan peluang koperasi untuk memperluas pasarnya.

Khusus pada unit perdagangan di Koperasi Kamola ini, diklasifikasikan kedalam dua jenis yaitu perdagangan konsumsi dan perdagangan konsumtif. Sebenarnya keduanya itu memiliki kesamaan, baik dalam sistem pembelian maupun sistem pemesanan semuanya sama, hanya saja dalam klasifikasi produk yang berbeda. Untuk unit perdagangan konsumsi, koperasi menyediakan kebutuhan primer bagi anggotanya. Kebutuhan primer merupakan sebuah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Pada perdagangan Konsumsi ini, koperasi menyediakan barang bagi anggotanya berupa kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan pokok seperti beras, telur, minyak, mie, dan kebutuhan pokok lainnya. Juga seperti shampo, sabun, pasta gigi dll. Sedangkan untuk perdagangan konsumtif, lebih menyediakan seperti kebutuhan sekunder bagi anggotanya. Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi setelah terpenuhinya kebutuhan primer. Dimana, kebutuhan sekunder ini bisa kita sebut sebagai kebutuhan tambahan, kebutuhan sekunder ini memiliki sifat sebagai pelengkap. Pada perdagangan konsumtif, koperasi menyediakan barang bagi anggotanya berupa barang-barang

lain dari kebutuhan anggota seperti handphone, TV, kulkas, mesin cuci, motor dan berupa barang-barang lain sesuai kebutuhan dan keinginan anggota yang dapat dibayar secara kredit.

Berikut adalah data perkembangan target dan realisasi pendapatan Koperasi “Kamola”

Tabel 1.2. Perkembangan Target dan Realisasi Pendapatan Unit Perdagangan dan Unit Simpan Pinjam Koperasi “Kamola”

THN	Unit Perdagangan			Unit Simpan Pinjam			Unit Pembayaran Listrik		
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%
2015	38.000.000	45.971.379	-	567.000.000	592.597.400	-	9.000.000	10.235.300	-
2016	53.420.000	83.103.744	0,81%	601.800.000	652.831.100	0,10%	10.000.000	9.327.700	-0,09%
2017	83.000.000	128.005.064	0,54%	690.000.000	756.000.000	0,16%	10.000.000	7.941.700	-0,15%
2018	130.000.000	266.161.666	1,08%	830.000.000	816.660.300	0,08%	5.000.000	6.480.800	-0,18%
2019	280.727.000	516.442.555	0,94%	913.746.000	973.425.064	0,19%	7.000.000	5.183.300	-0,20%

Sumber : Laporan RAT tahun buku 2015 sampai 2019

Berdasarkan tabel 1.2. dapat diketahui bahwa baik target maupun realisasi pendapatan dari unit perdagangan dan unit simpan pinjam Koperasi “Kamola” mengalami peningkatan. Pada tabel tersebut terlihat bahwa perkembangan pendapatan yang meningkat secara signifikan adalah unit simpan pinjam. Berbeda dengan unit pembayaran listrik yang cenderung mengalami penurunan. Dikarenakan banyak anggota dan masyarakat yang beralih menggunakan listrik Prabayar.

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian hanya pada unit perdagangan saja. Karena, untuk unit simpan pinjam memang selalu menjadi primadona bagi anggota koperasi, dan pada dasarnya anggota koperasi juga lebih senang meminjam uang kepada koperasi dikarenakan bunga yang kecil dan uangnya dapat digunakan untuk keperluan apa saja. Sedangkan untuk Unit pembayaran listrik ini berbeda dengan unit usaha lainnya di Koperasi “Kamola” karena bukan hanya melayani anggota saja tetapi juga non anggota. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya pendapatan pada unit pembayaran listrik ini adalah karena lokasi koperasi yang cukup jauh dengan tempat tinggal anggota serta terkait faktor kebijakan pemerintah yang menyarankan masyarakat untuk menggunakan listrik Prabayar. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti pada unit perdagangan.

Berikut adalah data perkembangan transaksi anggota pada Koperasi Konsumen Karyawan Dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola :

Tabel 1.3. Perkembangan Transaksi Anggota Pada Koperasi “Kamola”

Unit Usaha	Tahun	2015		2016		2017		2018		2019	
	Jumlah Anggota (Orang)	Orang	%								
Unit Perdagangan	Barang Primer (Perdagangan Konsumsi)	-	-	84	25%	130	38%	122	31%	122	27%
	Barang Sekunder (Perdagangan Konsumtif)	-	-	51	16%	84	24%	127	33%	211	47%
Unit Simpan Pinjam	Pinjaman Jangka Panjang	228	82%	290	88%	328	95%	360	92%	355	78%
	Pinjaman Khusus	130	64%	162	49%	191	55%	188	48%	206	45%

Sumber : Laporan RAT Tahun Buku 2015-2019

Berdasarkan data dari tabel 1.3. dapat diketahui bahwa setaip tahunnya anggota koperasi selalu mengalami peningkatan, tetapi partisipasi anggota pada unit perdagangan baik konsumsi (Barang Primer) maupun konsumtif (Barang Sekunder) belum sepenuhnya optimal. Hal tersebut menjadikan indikasi bahwa komitmen yang dimaksud Koperasi Kamola untuk memperluas pasar belum sepenuhnya terealisasi. Seharusnya, dengan terjadinya peningkatan jumlah anggota dapat memberikan peluang bagi koperasi untuk mencapai target pasar yang lebih luas, tetapi kenyataannya anggota yang menjadi target pasar tersebut tidak berpartisipasi seluruhnya.

Dapat dilihat jumlah transaksi anggota pada unit perdagangan baik transaksi barang primer maupun transaksi barang sekunder dari tahun 2016 hingga 2019 belum mengalami peningkatan yang signifikan. Dilihat dari jumlah persentase anggota yang bertransaksi secara aktif, masih dibawah 50%. Sedangkan harapan koperasi semua anggota dapat bertransaksi secara keseluruhan.

Setelah dilakukan observasi dikoperasi serta wawancara secara langsung kepada pengurus dan beberapa anggota mengenai kurangnya partisipasi anggota, peneliti menduga bahwa faktor yang menyebabkan kurangnya partisipasi anggota dalam unit perdagangan baik konsumsi maupun konsumtif, adalah karena Rendahnya komitmen dari anggota koperasi sehingga menyebabkan beberapa dari anggota berbelanja kebutuhan sehari-hari mereka keluar koperasi. Dan indikasi rendahnya Komitmen dari anggota diduga dikarenakan oleh:

1. Kurangnya komunikasi diantara anggota dengan koperasi, sehingga menyebabkan menurunnya sikap percaya anggota terhadap koperasi.
2. Produk yang bersifat *intangibile* (produk yang tidak berwujud). Maksudnya, karena koperasi tidak menyimpan stok barang dan hanya menyediakan sesuai pesanan anggota, sehingga anggota tidak begitu mengetahui dan kurang tertarik untuk bertransaksi di unit tersebut.
3. Tidak adanya daftar barang yang dijual oleh koperasi, sehingga anggota tidak mengetahui jenis produk apa saja yang disediakan koperasi. Misalnya ragam produk (satu produk tapi terdiri dari beberapa merk produk). Agar anggota dapat membedakan kualitas produk yang satu dengan yang lainnya.
4. Rendahnya pengetahuan anggota mengenai tanggung jawab dan kewajibannya dikoperasi.
5. Lokasi koperasi yang jauh dengan tempat tinggal anggota

Dalam penelitian sebelumnya yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ulya Ridlo Maulina yang dipublikasikan di Jurnal of Management pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Citra Koperasi, Komitmen Anggota Dan Pendidikan Perkoperasian Terhadap Partisipasi Anggota”. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulya Ridlo Maulina menunjukkan bahwa variabel Komitmen Anggota berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan partisipasi anggota.

Berdasarkan fenomena dan kondisi yang telah diuraikan didalam latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah dengan menentukan judul penelitian yaitu **“ANALISIS KOMITMEN BERKOPERASI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka peneliti dapat mengklasifikasikan beberapa masalah yang perlu dikaji tentang Analisis Komitmen Berkoperasi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola. Dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Komitmen Anggota Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola?
2. Bagaimana Kebijakan Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Mengenai Peningkatan Komitmen Berkoperasi?
3. Bagaimana Tingkat Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola?
4. Bagaimana Hubungan Antara Komitmen Berkoperasi Dengan Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola?
5. Bagaimana Upaya Perbaikan Komitmen Berkoperasi Yang Seharusnya Dilakukan Oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dan Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis tentang Komitmen Berkoperasi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan

pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Komitmen anggota pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola.
2. Kebijakan Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Mengenai Peningkatan Komitmen Berkoperasi.
3. Partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola.
4. Hubungan Antara Komitmen Berkoperasi Dengan Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola.
5. Upaya Perbaikan Komitmen Berkoperasi Yang Seharusnya Dilakukan Oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk Aspek Teoritis dan Aspek Praktis:

1.4.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Penulis

Penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang Manajemen Bisnis. Khususnya mengenai Komitmen

Berkoperasi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan.

2. Institute Manajemen Koperasi Indonesia (Ikopin)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan juga referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi di Institute Manajemen Koperasi Indonesia.

3. Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan masukan bagi peneliti lain yang mempunyai topik dan permasalahan yang serupa, serta dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut (pengembangan ilmu).

1.4.2. Aspek Praktis

Selain untuk pengembangan ilmu, penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah pada koperasi dan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berguna dalam upaya peningkatan keberhasilan koperasi dengan diterapkannya Komitmen dalam berorganisasi.

IKOPIN