

## Analisis Citra Koperasi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Berkoperasi

Shofwan Azhar Solihin, Ahmad Sugih Mukti, Ucu Nurwati

Universitas Koperasi Indonesia

[shofwanas125@gmail.com](mailto:shofwanas125@gmail.com)

[ahmadsugimukti@gmail.com](mailto:ahmadsugimukti@gmail.com)

### ABSTRAK

Secara geografis Kabupaten Subang memiliki permukaan bumi yang sangat lengkap mulai dari dataran tinggi pegunungan hingga dataran rendah pesisir pantai dan laut dengan penduduk multi etnis dan suku serta tingkat pendidikan yang belum merata dan minat masyarakat Subang yang cenderung merantau berkerja dan membangun daerah diluar Kabupaten Subang, adapun industri-industri bahkan sektor pertanian dan kedinasan sebagian besar diisi oleh tenaga kerja dari luar daerah Subang. Persebaran koperasi di Kabupaten Subang belum begitu merata dikarenakan berbagai macam tantangan, sekitar 80% koperasi belum mampu menyelenggarakan rapat anggota tahunan (RAT) dan belum mampu melakukan pelayanan prima bagi anggota maupun non anggota sehingga kemampuan mengelola koperasi pun belum maksimal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra koperasi dalam meningkatkan minat masyarakat dalam berkoperasi di Kabupaten Subang. Motode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik dengan pendekatan studi kasus untuk mendapatkan data dan informasi mendalam. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yakni menyebarkan kuesioner kepada masyarakat umum, mahasiswa dan PNS sebagai responden. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tanggapan anggota mengenai peran citra koperasi memiliki hubungan yang positif terhadap minat berkoperasi, namun masih ada beberapa hal dengan kriteria kurang dan perlu peningkatan pada beberapa aspek. Maka dalam penelitian ini akan ada beberapa upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan masyarakat dalam minat berkoperasi di Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat.

**Kata Kunci:** *Citra Koperasi, Minat Masyarakat Berkoperasi.*

### ABSTRACT

*Geographically Subang Regency has a very complete earth surface starting from the mountain highlands to the coastal and sea lowlands with multi-ethnic and ethnic populations as well as uneven levels of education and the interests of the Subang people who tend to migrate to work and build areas outside Subang Regency, as for the industries and even the agricultural and service sectors are mostly filled by workers from outside the Subang area. The distribution of cooperatives in Subang Regency has not been evenly distributed due to various challenges, around 80% of the cooperatives were not able to hold an annual member meeting (RAT) and have not been able to provide excellent service for members and non-members so that the ability to manage cooperatives has not been maximized. The purpose of this research is to find out the influence of the image of cooperatives in increasing public interest in cooperatives in Subang Regency. The research method used in this research is a descriptive analytic method with a case study approach to obtain in-depth data and information. The instrument used in this study was distributing questionnaires to the general public, students and civil servants as respondents. Based on the research result, it is known that members' responses regarding the role of cooperative image have a positive relationship to interest in cooperatives, but there are still some things with less criteria and need improvement in several aspects. In this study, there will be several efforts that must be made to increase the community's interest in cooperatives in Subang Regency, West Java Province.*

**Keywords:** *Cooperative Image, Community Interest in Cooperatives.*

## PENDAHULUAN

Menurut Badan Pusat Statistik jumlah koperasi aktif di Jawa Barat mengalami penurunan, pada tahun 2016 ada sekitar 16.963 unit, tahun 2017 menurun menjadi 16.203, dan 2018 turun kembali menjadi 11.127, fenomena menurunnya jumlah koperasi ini merupakan hasil evaluasi Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat guna memetakan kembali kekuatan koperasi di Jawa Barat, upaya ini dilakukan untuk dapat merumuskan kembali strategi kebijakan guna mengembangkan perkoperasian di Jawa Barat dan berbagai sektor lainnya secara

menyeluruh.

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada tahun 2019 dan selama masa pandemi, 50% UMKM menutup usahanya dan 88% UMKM kehabisan uang, sementara akses kepada pembiayaan formal terbatas kondisi ini menambah tantangan sekaligus peluang bagi para penggerak koperasi untuk berkerja keras melakukan upaya-upaya dalam pengembangan koperasi. Sayangnya hingga awal 2021, kondisi ini belum banyak berubah.

**Tabel 1. Keragaan Koperasi Kabupaten Subang Tahun 2017 – 2021**

No	Uraian	Satuan	Jumlah Pertahun				
			2017	2018	2019	2020	2021
1	Jumlah Koperasi	Unit	143	140	135	133	125
2	Jumlah Anggota	Orang	21765	21664	20067	19200	15988
3	Jumlah Modal Sendiri	Rp.	169,634,927,081.00	168,537,889,007.00	170,347,889,111.00	171,223,567,345.00	180,447,980,234.00
4	Jumlah Modal Luar	Rp.	10,688,199,125.00	11,889,119,123.00	9,889,227,221.00	9,113,345,900.00	5,336,770,535.00
5	Jumlah Volume Usaha	Rp.	208,357,588,920.00	207,335,699,778.00	200,459,976,000.00	119,678,220,768.00	110,988,345,889.00
6	Jumlah Asset	Rp.	238,684,337,425.00	222,567,343,119.00	220,445,123,780.00	215,383,123,990.00	115,223,115,006.00
7	Jumlah SHU	Rp.	33,876,751,718.00	30,121,667,339.00	30,111,540,150.00	27,344,566,119.00	20,709,546,001.00

Sumber: *Diskoperindag Kabupaten Subang 2021*

Tabel 1. menunjukkan perkembangan jumlah koperasi dan anggota koperasi di Kabupaten Subang mengalami penurunan pada tahun 2017 dan 2021. Penurunan ini terjadi berangsur-angsur dan anggota koperasi juga semakin berkurang.

Namun apabila dilihat dari perkembangan modal sendiri justru terjadi peningkatan dan modal luar dari tahun 2017–2020 mengalami penurunan, sedangkan untuk jumlah aset cenderung tidak banyak berubah sedangkan Jumlah SHU koperasi tahun 2021 mengalami peningkatan cukup signifikan.

Bagi perkoperasian yang mencitrakan kekuatannya dengan kumpulan orang, bukan kumpulan modal merupakan fenomena yang sangat menarik untuk dikaji lebih dalam di Kabupaten Subang, bagaimana citra koperasi di Kabupaten Subang serta bagaimana minat masyarakat Subang untuk berkoperasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dekopinda Kabupaten Subang, secara geografis Kabupaten Subang memiliki permukaan bumi yang sangat lengkap mulai dari dataran tinggi, pegunungan, hingga dataran rendah pesisir pantai dan laut dengan penduduk multi etnis dan suku serta tingkat pendidikan yang belum merata, ditambah minat masyarakat Subang yang cenderung senang berkerja merantau dan membangun daerah diluar Kabupaten Subang, adapun industri-industri bahkan sektor pertanian dan kedinasaan sebagian besar diisi oleh tenaga kerja dari Indramayu, Purwakarta, Karawang, Bandung dan Sumedang.

Kabupaten Subang dibagi menjadi empat wilayah yaitu Subang Selatan, Subang Utara Suubang Timur,

dan Subang Barat, persebaran koperasi dikabupaten Subang belum begitu merata dikarenakan berbagai macam tantangan yang selalu menadi fokus utama untuk dipecahkan salah satunya dengan membina koperasi yang ada dan membubarkan koperasi-koperasi yang tidak aktif dan tidak sehat, permasalahan yang terjadi meliputi para pengurus koperasi dan anggotanya belum mampu melakukan manajemen keanggotaan dengan baik, sekitar 80% koperasi belum mampu menyelenggarakan Rapat Anggota Tahunan (RAT) dan belum mampu melakukan pelayanan prima bagi anggota maupun non-anggota sehingga kemampuan mengelola koperasi pun belum maksimal. Selain itu, partisipasi anggota bersifat sementara yang cenderung hanya untuk memenuhi kuota saja.

Hal tersebut sesuai dengan data terakhir BPS yang belum *update* kembali secara *online* sejak 2012, dapat di lihat dari 976 koperasi hanya 165 koperasi yang telah RAT dan data keragaan koperasi yang di *update online* terakhir tahun 2017 dan belum *update* kembali hanya tersisa 148 koperasi. Dilihat dari laporan rapat anggota tahnun kondisi koperasi yang mengalami penurunan jumlah dalam menyelenggarakan RAT, ada tiga jenis koperasi yang jarang menyelenggarakan RAT yaitu KPRI, KSP, dan Koperasi Wanita yang hanya tercatat tiga koperasi yang telah menyelenggarakan RAT dari total 43 badan koperasi.

Melihat dari fenomena penurunan jumlah koperasi dan anggota koperasi serta koperasi yang terkendala dalam pelaksanaan RAT, salah satunya dapat terjadi karena citra koperasi secara keseluruhan menurunkan minat masyarakat terhadap

perkoperasian di Kabupaten Subang, oleh karena itu pengaruh citra teradap minat berkoperasi perlu diuraikan untuk memperoleh langkah strategis dalam pembangunan koperasi sebagai keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang koperasi dan mendorong tumbuhnya minat untuk berkoperasi.

Citra atau *image* menggambarkan keseluruhan kesan yang dibuat publik tentang perusahaan dan produknya. Citra perusahaan meliputi nama baik, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan konsumen pada sektor jasa dan produk. Membina dan mempertahankan suatu citra positif yang kuat menjadi sangat penting bagi perusahaan maupun badan usaha koperasi agar selalu dikenang dibenak masyarakat dan menguatkan loyalitas konsumen maupun anggota dengan tujuan menarik konsumen baru untuk bergabung dan terus berkembang, untuk itu seluruh gerakan koperasi khususnya dinas koperasi perlu mengkaji dan mengevaluasi terkait bagaimana citra koperasi dimata masyarakat.

Upaya analisis citra koperasi akan menjadi bagian dari langkah pembangunan citra koperasi dan berpotensi menjadi masukan strategis dalam peningkatan kinerja koperasi selain itu dapat menjadi program pemasaran dalam meningkatkan partisipasi masyarakat sebagai konsumen koperasi atau anggota koperasi.

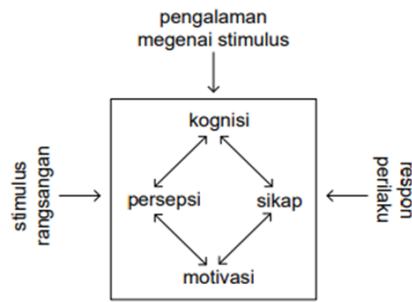
Belum diketahui sejauh mana citra koperasi wilayah subang mempengaruhi minat masyarakat untuk berkoperasi, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra koperasi dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk berkoperasi. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis citra koperasi dalam upaya meningkatkan minat masyarakat di berkoperasi Kabupaten Subang. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Citra Koperasi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Berkoperasi”.

**TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut Kotler (1995), citra adalah jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang pada suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi, kelompok orang atau yang lain yang dia ketahui. Jika objek itu berupa organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra. (Soeganda Priyatna dan Elvinaro Ardianto, 2009; 7)

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S Nimpoeno, dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip Danusaputra (dalam Soemirat dan

Ardianto, 2004; 114-115), sebagai berikut:



**Gambar 1. Model pembentukan citra Sumber: Danusaputra (dalam Soemirat dan Ardianto, 2004; 114)**

Proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi- kognisi- motivasi- sikap.

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus yang diberikan dapat diterima atau ditolak. Jika rangsangan ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, sehingga proses selanjutnya dapat berjalan.

**Pendekatan dan Peran Koperasi**

Definisi Koperasi secara yuridis tercantum dalam Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pada Bab I Pasal I, adalah :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa koperasi merupakan suatu badan usaha yang didalam menjalankan semua kegiatan usahanya berdasarkan prinsip koperasi dan asas kekeluargaan. Dalam menjalankan kegiatannya, koperasi mempunyai fungsi, peran serta prinsip koperasi yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar No.25

Tahun 1992 tentang Perkoperasian sebagai pedoman kerja koperasi dan juga sebagai pembeda antara badan usaha koperasi dengan badan usaha lain sebagai berikut :

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya

- dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
2. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitasnya kehidupan manusia dan masyarakat.
  3. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko gurunya.
  4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* sebagai metode untuk menentukan responden. *Accidental sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007).

Jumlah responden/sampel penelitian yang tidak diketahui populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel analisis atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dari variabel dalam penelitian ini berjumlah 18 (Hair, 2006). Maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut :

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* sebagai metode untuk menentukan responden. *Accidental sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007).

Jumlah responden/sampel penelitian yang tidak diketahui populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel analisis atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dari variabel dalam penelitian ini berjumlah 18 (Hair, 2006). Maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 5 \times \text{indikator variabel} = 5 \times 18 \\ \text{indikator variabel} &= 93 \text{ responden} \rightarrow (1) \end{aligned}$$

Setelah di lakukan perhitungan didapatkan minimal responden adalah 30, maka dalam penelitian ini bisa dilakukan penelitian dengan menggunakan responden sebanyak 93 orang. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang secara kebetulan berada di lokasi penelitian dan

orang tersebut merupakan masyarakat Kabupaten Subang yang diantaranya 31 orang PNS, 31 orang masyarakat umum di Kabupaten Subang dan terakhir 30 mahasiswa dan mahasiswi Kabupaten Subang. Orang yang hanya berkunjung dan bukan PNS atau masyarakat kampus Kabupaten Subang tidak bisa dimasukkan menjadi responden penelitian. Dalam penelitian kualitatif istilah populasi tidak digunakan karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ketempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial yang diteliti. Menurut Sugiyono (2008: 390) "Sampel dalam penelitian kualitatif bukan responden, tetapi sebagai nara sumber atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian". Dengan demikian dalam penelitian ini, situasi sosial penelitiannya seperti tergambar dalam tabel berikut

**Tabel 2. Status Sosial Penelitian**

Pelaku	1. Anggota PNS pada Wilayah Administrasi Kabupaten Subang (dipilih 31 orang PNS secara acak dari 21 kedinasan yang di Kabupaten Subang) 2. Masyarakat swasta usia produktif 16-64 tahun (dipilih 31 orang masyarakat swasta pedesaan secara acak dari 30 kecamatan di Kabupaten Subang) 3. Masyarakat kampus (dipilih 31 orang mahasiswa secara acak dari 4 kampus di Kabupaten Subang)
Aktivitas	1. Upaya Koperasi dalam menciptakan minat masyarakat 2. Kegiatan ekonomi masyarakat Subang
Tempat	Kabupaten Subang

Untuk menilai citra dan minat masyarakat maka narasumber yang diteliti adalah para PNS, masyarakat kampus dan masyarakat swasta. Asumsinya bahwa citra koperasi dimata PNS, masyarakat kampus dan masyarakat pedesaan sudah sangat baik sehingga minat berkoperasinya sudah muncul dan diwujudkan dengan mendirikan atau menjadi anggota koperasi. Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah *snowballing sampling* dalam penentuan narasumber.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh total skor sebesar 265 dan dapat dinyatakan bahwa minat eksploratif dalam keterlibatan dalam berkoperasi ada pada kategori Cukup baik. Adapun rekapitulasi mengenai minat berkoperasi dapat dilihat pada tabel 3:

**Tabel 3. Rekapitulasi Variabel Minat berkoperasi di Kabupaten Subang**

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Total Skor			
				Mahasiswa	PNS	Masyarakat	Umum
1	Minat Berkoperasi Soemanto (2012:34-37)	Minat Eksploratif	Perasaan Senang Berkoperasi	92	91	94	277
			Perhatian Kepada Koperasi	92	108	93	293
			Kosentrasi Pada Setiap Kegiatan Koperasi	93	100	87	280
			Kesadaran Berkoperasi	109	118	108	335
			Kemampuan Dalam Kegiatan Koperasi	91	95	96	282
			Keterlibatan Berkoperasi	77	106	82	265
			<b>TOTAL</b>	<b>554</b>	<b>618</b>	<b>560</b>	<b>1732</b>
			<b>KATEGORI</b>	<b>CB</b>	<b>CB</b>	<b>CB</b>	<b>CB</b>

Berdasarkan tabel 3 diperoleh satu indikator yaitu kesadaran berkoperasi berada di kategori baik sedangkan sisanya lima indikator mengenai minat eksploratif masyarakat subang dalam berkoperasi berada di kategori cukup baik. Maka berdasarkan tabel rekapitulasi dan pengolahan data diperoleh total skor sebesar 1.732 dimana variabel minat berkoperasi masyarakat di Kabupaten Subang dinilai **Cukup Baik**. Begitupun dengan perolehan total skor per-kategori mahasiswa, PNS maupun masyarakat swasta menyatakan bahwa minat berkoperasi **Cukup Baik**.

### Peran Citra koperasi terhadap Minat berkoperasi di Kabupaten Subang

Untuk mengetahui bagaimana peran citra koperasi dari sudut pandang masyarakat Subang, baik masyarakat swasta, mahasiswa ataupun PNS terhadap minat berkoperasi, akan dijelaskan melalui tabel *Correlations* dimana data sebelumnya telah diubah kedalam bentuk Interval melalui *Metode Succesive Interval* (MSI) kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS seperti tersaji pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. Peran Citra Koperasi Terhadap Minat Berkoperasi**

		Citra Koperasi	Minat Berkoperasi
Citra Koperasi	Person Corelation	1	.746
	Sig. (2-tailed)		.000
	n	94	94
Minat Berkoperasi	Person Corelation	.746	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	n	94	94

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai signifikansi dari citra koperasi adalah ( 0,000) kurang dari 5% atau 0,05 dan Minat koperasi adalah (0,000) kurang dari 5 % atau 0,05 hal tersebut memiliki arti bahwa antara citra koperasi maupun minat koperasi memiliki hubungan atau berkorelasi. Dari tabel tersebut dapat diketahui pula untuk person correlation atau nilai korelasi citra koperasi dan minat berkoperasi adalah 0,746 berdasarkan pedoman derajat hubungan 0,746 termasuk dalam kategori korelasi kuat.

Maka peran citra koperasi memiliki hubungan yang positif terhadap minat berkoperasi, hal tersebut dapat dilihat dari hasil sebelumnya pada analisis deskriptif

bahwa citra koperasi di Kabupaten Subang di nilai masih cukup baik sehingga minat berkoperasi masyarakat di Kabupaten Subang turut dinilai masih cukup baik. Serta dari hasil korelasi yang menunjukkan bahwa peran citra koperasi terhadap minat berkoperasi memiliki hubungan positif dan termasuk dalam kategori memiliki hubungan yang kuat. Jadi apabila citra koperasi baik maka minat berkoperasi masyarakat di Kabupaten Subang pun akan meningkat.

### SIMPULAN DAN SARAN

#### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pemahaman

mengenai Citra Koperasi di Kabupaten Subang Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Kabupaten Subang untuk Berkoperasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Koperasi di Kabupaten Subang dinyatakan dalam kategori **Cukup Baik**, sehingga diperoleh total skor untuk variabel-variabel citra koperasi sebesar 2.789 dan dapat dinyatakan bahwa citra koperasi di Kabupaten Subang adalah **Cukup Baik**. Sedangkan untuk masing-masing kelompok seperti kelompok mahasiswa, PNS dan masyarakat swasta menyatakan bahwa kategori citra koperasi dinyatakan **Cukup Baik**.

2. Minat berkoperasi di Kabupaten Subang, sesuai hasil analisis data yang diperoleh berdasarkan tabel rekapitulasi data diperoleh total skor sebesar 1.732 yang dimana variabel-variabel minat berkoperasi masyarakat di Kabupaten Subang dinilai **Cukup Baik**. Namun tentunya masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan diantaranya perasaan senang berkoperasi, dimana masyarakat swasta kurang antusias dalam memanfaatkan keunggulan berkoperasi dikarenakan kurangnya informasi mengenai pentingnya berkoperasi.

Peran citra koperasi yang memiliki hubungan positif terhadap minat berkoperasi, karena dapat dilihat dan disimpulkan dari hasil sebelumnya pada analisis deskriptif dinilai masih cukup baik. Serta dari hasil kolerasi yang menunjukkan bahwa peran citra koperasi terhadap minat berkoperasi memiliki hubungan positif dan termasuk dalam kategori memiliki hubungan yang kuat. Apabila citra koperasi baik maka minat masyarakat di Kabupaten Subang pun akan meningkat.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

### **Saran Teoritis**

Disarankan kepada peneliti melakukan penelitian yang mendalam terhadap Citra Koperasi Di Wilayah Kabupaten Subang Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Kabupaten Subang Untuk Berkoperasi.

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai Citra Koperasi Di Wilayah Kabupaten Subang Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Kabupaten Subang untuk Berkoperasi dilihat dari penyebaran kuesioner dan rekapitulasi bahwa ternyata masyarakat dalam minat berkoperasi kurang antusias, sehingga bagi para peneliti lain diharapkan dapat mencari variabel-variabel dan upaya-upaya apa saja yang mempengaruhi minat berkoperasi di daerah Kabupaten Subang.

### **Saran Praktis**

Citra koperasi di Kabupaten masih dipandang cukup baik karena kurangnya informasi mengenai pentingnya berkoperasi bagi masyarakat umum, pihak yang bersangkutan tentang citra koperasi harus meningkatkan informasi tentang manfaat atau keunggulan berkoperasi sehingga menimbulkan kesadaran masyarakat swasta tentang informasi yang jelas disampaikan oleh pihak yang dapat dipercaya.

Minat berkoperasi intensitas penyebaran informasi tentang koperasi harus sering disampaikan kepada masyarakat karena secara tidak langsung hal ini dapat memberikan rayuan kepada masyarakat swasta dimana dapat mempengaruhi produk – produk tertentu yang tersedia dikoperasi daerah Kabupaten Subang.

Produk yang disediakan oleh koperasi agar lebih diperhatikan lagi kebutuhan masyarakat umum, karena masih ada masyarakat swasta yang belum terpenuhi keinginannya. Bahkan masyarakat umum lebih memilih ke pesaing yang lebih mudah diakses dengan metode secara online. Sehingga pihak yang bersangkutan hendaknya melakukan komunikasi kepada masyarakat swasta tentang produk yang tersedia.

Banyak upaya yang harus dilakukan oleh Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Subang. Tentang pentingnya kolaborasi antara koperasi-koperasi di daerah Kabupaten Subang minimal acara tahunan yakni pada tanggal 12

Juli dimana memperingati hari koperasi nasional, apabila acara ini berjalan dengan baik. Kemungkinan dapat meningkatkan masyarakat swasta untuk minat berkoperasi karena merasakan senang berkoperasi dengan memanfaatkan keunggulan-unggulan yang telah didemostrasikan pada acara hari koperasi nasional tersebut.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta atas doa serta dorongan semangatnya, terima kasih atas pengorbanan, kasih sayang beserta doa yang diberikan. Penulis haturkan terima kasih juga kepada sahabat, rekan, dan semua yang terlibat dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan ini. Mohon maaf bilamana dalam penyusunannya masih terdapat banyak kekurangan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Andang K Ardiwidjaja, dkk (2008). Model-Model Penilaian Kinerja Koperasi. Penerbit Bakop Jabar, Sumedang. Agus Darma (1985). Manajemen Prestasi Kerja. Penerbit Rajawali, Jakarta.
- Ali, Lukman (1995). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Penerbit Balai Pustaka, Jakarta.
- Arikunto, Suharsini (1998). Prosedur Penelitian. Edisi Kelima. Penerbit Bineka Cipta, Jakarta.
- Buchari Alma (1999). Pengantar Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Departemen Koperasi dan UKM (2020). Laporan Evaluasi kinerja koperasi Kabupaten Subang.
- Hanel, Alfred (2005). Organisasi Koperasi, Pokokpokok Pemikiran mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangannya di Negara-negara Berkembang. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Hurlock, B.E (1995). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Malayu Hasibuan (1996). Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Muwafik (2009). Konsep Citra dan Reputasi. (<http://muwafikcenter.blogspot.com/2009/10/psc-6-citra-reputasi.html>)
- Nasution (2003). Metode Research. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Ramudi Arifin (2003). Ekonomi Koperasi. Penerbit Ikopin Press, Bandung. \_\_\_\_\_ (2011). Manajemen Koperasi. Penerbit Program Magister Manajemen (MM) Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN), Sumedang.
- Redaksi(2008). Koperasi Akan Diakreditasi, [www.radarbanten.com](http://www.radarbanten.com) Republik Indonesia (1999). Undang-undang
- Perkoperasian No. 25 tahun 1992. Penerbit IKOPIN, Jatinangor, Bandung
- Rhenald Kasali (2008). Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Penerbit PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta
- Ropke, Jochen (2003). Ekonomi Koperasi, Teori dan Manajemen. Penerbit Salemba Empat, Fakultas Ekonomi UNPAD, Bandung
- Soeganda Priyatna dan Elvinaro Ardianto (2009). Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis. Penerbit Widya Padjadjaran, Bandung
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2004). Dasar-dasar Public Relation. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Jurnal umum :

- Sri Harini<sup>1)</sup> ; Agit Septiansyah<sup>2)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor dengan *Judul Pengaruh Motivasi Anggota, Manajemen Keanggotaan, Dan Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Usaha Koperasi Wanita Di Kabupaten Subang.*
- Selvy Mardiana Universitas Muhammadiyah, *Metromanfaat Program One Village One Product, Citra Koperasi Dan Minat Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi.*

