



INVOLVEMENT OF COOPERATIVE MANAGEMENT IN MARKETING COOPERATIVES WITHIN THE RIAU UNIVERSITY FKIP ENVIRONMENT

KETERLIBATAN PENGURUS KOPERASI DALAM PEMASARAN KOPERASI DI LINGKUNGAN FKIP UNIVERSITAS RIAU

M. Yusuf Nugraha¹, Hardisem Syabrus², Dimas Fikri Hadi³, Tasya Raudia Tuzahra⁴,
Andre Syahreza⁵, Farel Daffa Renaldi⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Riau

E-mail: m.yusuf1904@student.unri.ac.id¹, hardiseem.syabrus@lecturer.unri.ac.id²,
dimas.fikri5265@student.unri.ac.id³, tasya.Raudia2119@student.unri.ac.id⁴,
andre.Syahreza1806@student.unri.ac.id⁵, farel.daffa5264@student.unri.ac.id⁶

ARTICLE INFO

Correspondent

M. Yusuf Nugraha
m.yusuf1904@student.unri.ac.id

Key words:

*involvement of cooperative
management, cooperative
marketing and student
perceptions*

Website:

[https://idm.or.id/JSER/index.
php/JSER](https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER)

Page: 1489 – 1494

ABSTRACT

This research is descriptive in nature with a quantitative approach which aims to describe the involvement of cooperative administrators in marketing cooperatives within the Faculty of Teacher Training and Education (FKIP) at Riau University. The sampling technique uses stratified random sampling, which is chosen randomly based on generation level (2021, 2022, 2023). Data was collected through a questionnaire consisting of 35 statement items, with a total of 61 respondents: 36 from the class of 2021, 18 from the class of 2022, and 7 from the class of 2023. The results of data analysis show that the perceptions of FKIP University of Riau students regarding management involvement in cooperative marketing classified as poor, with an average percentage of 40.8%. Of the 6 indicators studied, the Perceived Object indicator had the highest average percentage of 35.8%. These results indicate that cooperative administrators are still less effective in implementing marketing strategies that are able to attract student interest and participation. To increase management involvement in marketing, it is recommended that Riau University Kopma management improve service quality, increase outreach, and provide more comprehensive information to students. It is hoped that these steps will increase students' positive perceptions of cooperatives and encourage greater participation in cooperative activities.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden M. Yusuf Nugraha <i>m.yusuf1904@student.unri.ac.id</i> Kata kunci: <i>keterlibatan pengurus koperasi, pemasaran koperasi dan persepsi mahasiswa</i> Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 1489 – 1494	Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan keterlibatan pengurus koperasi dalam pemasaran koperasi di lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Riau. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling, yang dipilih secara acak berdasarkan level angkatan (2021, 2022, 2023). Data dikumpulkan melalui angket yang terdiri dari 35 item pernyataan, dengan jumlah responden sebanyak 61 orang: 36 dari angkatan 2021, 18 dari angkatan 2022, dan 7 dari angkatan 2023. Hasil analisis data menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa FKIP Universitas Riau terhadap keterlibatan pengurus dalam pemasaran koperasi tergolong kurang baik, dengan persentase rata-rata 40,8%. Dari 6 indikator yang diteliti, indikator Objek yang dipersepsi memiliki persentase rata-rata tertinggi sebesar 35,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengurus koperasi masih kurang efektif dalam menjalankan strategi pemasaran yang mampu menarik minat dan partisipasi mahasiswa. Untuk meningkatkan keterlibatan pengurus dalam pemasaran, disarankan agar pengurus Kopma Universitas Riau memperbaiki kualitas pelayanan, meningkatkan sosialisasi, serta memberikan informasi yang lebih komprehensif kepada mahasiswa. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan persepsi positif mahasiswa terhadap koperasi dan mendorong partisipasi yang lebih besar dalam kegiatan koperasi. <i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-undang nomor 25 tahun 1992, 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. (Rohmat, 2015). 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. (Priliandani *et al.*, 2018)

Koperasi Mahasiswa adalah lembaga ekonomi yang berwatak sosial yang merupakan wadah transformasi nilai-nilai koperasi dalam usaha mensejahterakan anggota dan kehidupan bangsa. Dalam koperasi mahasiswa, mahasiswa adalah aktor tunggal dalam koperasi. Mahasiswa berperan ganda sebagai subjek dan objek dalam koperasi (Nirmayani & Suastika, 2023). Koperasi Mahasiswa (Kopma) adalah koperasi yang didirikan di perguruan tinggi. Artinya, yang menjadi anggota,

pengurus atau pengawasnya adalah mahasiswa. Di Universitas Riau, Kopma telah berdiri sejak tahun 1982 dan sudah berbadan hukum No.924/BH-XII. Berdasarkan slogan berikut ini, "Melangkah demi kesejahteraan mahasiswa", Kopma Universitas Riau memiliki program kerja utama yaitu mengembangkan jiwa wirausaha mahasiswa. Pengurus Kopma akan memberikan pinjaman modal bagi para anggotanya yang ingin berwirausaha berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku. Saat ini, anggota aktif Kopma pada periode 2022-2023 berjumlah 38 orang berdasarkan Rapat Anggota Tahunan (RAT) yang telah dilaksanakan pada bulan Februari tahun 2023. Angka tersebut terbilang minim jika dibandingkan dengan total mahasiswa aktif di Universitas Riau yang jumlahnya lebih dari 30.000 orang. Umumnya, anggota aktif Kopma tahun ini didominasi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. Keterlibatan pengurus dalam pemasaran koperasi sangat penting untuk meningkatkan partisipasi anggota dan memperkuat keberadaan koperasi di lingkungan akademik. Pengurus koperasi harus memiliki pemahaman yang baik tentang strategi pemasaran untuk menarik minat mahasiswa baru, terutama dari fakultas yang kurang terlibat seperti Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Riau. Irianto *et al.* (2021)

Dari hasil wawancara dengan pengurus Kopma Universitas Riau, sangat disayangkan minimnya anggota Kopma yang berasal dari Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP). Meskipun, setiap tahunnya selalu ada mahasiswa FKIP yang menjadi anggota aktif, namun selama 5 tahun terakhir sangat sedikit yang berasal dari Pendidikan Ekonomi. Fenomena rendahnya partisipasi mahasiswa di Kopma Universitas Riau berbanding terbalik dengan Kopma Unsoed (Universitas Jenderal Soedirman) yang berdiri sejak tahun 1976 dan sudah bertransformasi menjadi Kopkun (Koperasi Kampus Unsoed) sejak tahun 2007 untuk mewadahi tingginya partisipasi anggota. Kopkun adalah perkumpulan otonom dari Mahasiswa, Dosen, Karyawan, orang tua mahasiswa, alumni serta masyarakat di sekitar kampus Unsoed. Setelah Kopma Unsoed berubah menjadi Kopkun, maka keanggotaan tidak terbatas lagi pada kalangan mahasiswa saja. Kemajuan ini bisa diteladani oleh Kopma Universitas Riau untuk mengembangkan dan memajukan Koperasi.

Dari hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa Pendidikan Ekonomi tentang seberapa jauh mereka mengenal Kopma Universitas Riau, disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang tidak mengenal Kopma daripada yang mengenalnya. Bahkan, di antaranya ada yang mengatakan tidak tahu sama sekali tentang Kopma dan di mana Kopma Universitas Riau berada. Ketidaktahuan inilah yang kemungkinan besar menyebabkan rendahnya minat mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk berpartisipasi di Kopma. Padahal, partisipasi anggota koperasi berpengaruh terhadap kinerja koperasi itu sendiri. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian (Ramadhan, 2018), disimpulkan bahwa partisipasi dan persepsi anggota tentang koperasi secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja koperasi dan kinerja koperasi tersebut berpengaruh terhadap perolehan Sisa Hasil Usaha (SHU). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi anggota terhadap koperasi akan mempengaruhi partisipasinya di koperasi tersebut dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kinerja koperasi. Guna mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori persepsi. Persepsi merupakan salah satu aspek kognitif manusia yang sangat penting, yang memungkinkannya untuk mengetahui dan memahami dunia sekelilingnya (Gaffar, 2021). Menurut Miftah Thoha persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Musdhalifa & Syaifudin, 2023). Kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukan pencatatan yang benar terhadap situasi (Simbolon, 2018). Sedangkan Bimo Walgito mengatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera. (Jayanti & Arista, 2019)

Selain itu, partisipasi anggota dalam koperasi juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan. Setiawan (2019). Oleh karena itu, pengurus koperasi perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan penyediaan program-program yang relevan dan bermanfaat bagi anggotanya. Di lingkungan akademik seperti FKIP Universitas Riau, koperasi mahasiswa dapat memainkan peran penting sebagai laboratorium kewirausahaan. Menurut Prasetyo (2017). Keterlibatan aktif pengurus dalam merancang dan mengelola program-program tersebut sangat penting untuk mencapai tujuan ini.

Pembahasan berikutnya adalah mengenai Kopma. Kopma atau Koperasi Mahasiswa adalah jenis organisasi ekonomi yang dibuat oleh dan untuk mahasiswa di tingkat perguruan tinggi (Haksanggulawan et al., 2023). Koperasi mahasiswa adalah salah satu UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang digunakan untuk menyediakan wadah serta kesempatan bagi seluruh mahasiswa yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam berorganisasi yang baik dibidang usaha maupun nonusaha (Nurjanah & Anasrulloh, 2023). Kopma adalah koperasi yang pada umumnya yaitu pengurus-pengurus, badan pengawas dan anggotanya adalah mahasiswa. Adapun peran-peran koperasi mahasiswa menurut (Saroch & Widodo, 2017): a) Sebagai gerakan moral ekonomi; b) Lembaga advokasi masyarakat; c) Laboratorium kewirausahaan dan kepemimpinan

Tujuan Kopma pada hakikatnya sama dengan koperasi lainnya yaitu mensejahterakan anggota serta ikut membangun tata perekonomian nasional untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Sifat keanggotaan koperasi mahasiswa juga sama dengan koperasi pada umumnya yaitu sukarela dan terbuka (sesuai prinsip koperasi). Dasar hukum Kopma juga mengacu pada UU nomor 12 tahun 1992. (Musfiroh, 2016)

Dari beberapa pengertian persepsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan yang menimbulkan tanggapan atau pendapat seseorang tentang suatu objek atas rangsangan yang diterima dan bisa mempengaruhi perilakunya terhadap objek tersebut. Persepsi seseorang akan berbeda antara yang satu dengan yang lain. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengurus yang aktif dalam kegiatan pemasaran dapat meningkatkan partisipasi anggota dan kinerja koperasi. Fauziah *et al.* (2018). Dengan demikian, pengurus harus mengadopsi pendekatan pemasaran yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi mahasiswa.

Namun, masih banyak koperasi mahasiswa yang menghadapi tantangan dalam hal partisipasi dan keterlibatan anggotanya. Kurniawan dan Utami (2020). Oleh karena itu, pengurus koperasi di Universitas Riau perlu mengintensifkan upaya sosialisasi dan promosi untuk meningkatkan kesadaran dan minat mahasiswa, khususnya dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam koperasi juga memerlukan pendekatan yang lebih personal dan tersegmentasi. Menurut Andriani (2016), Pengurus koperasi perlu memahami karakteristik dan kebutuhan dari berbagai segmen mahasiswa untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat.

Meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam koperasi juga memerlukan pendekatan yang lebih personal dan tersegmentasi. Menurut Andriani (2016), Pengurus koperasi perlu memahami karakteristik dan kebutuhan dari berbagai segmen mahasiswa untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat. Dalam konteks ini, pelatihan dan pengembangan kapasitas pengurus koperasi menjadi sangat penting. Ramdani et al. (2022) mengungkapkan bahwa pelatihan yang berkelanjutan bagi pengurus koperasi dapat meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran mereka, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kinerja koperasi. Dengan demikian, pengurus koperasi di Universitas Riau harus aktif mengikuti pelatihan-pelatihan yang relevan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola koperasi.

Terakhir, keberhasilan koperasi mahasiswa juga dipengaruhi oleh dukungan dari institusi pendidikan. Menurut Widiastuti (2018), dukungan dari universitas dalam bentuk fasilitas, pendanaan, dan kebijakan yang mendukung sangat penting untuk keberlangsungan dan perkembangan koperasi mahasiswa. Universitas Riau diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih besar kepada Kopma untuk meningkatkan partisipasi dan kinerja koperasi. Dengan memperhatikan berbagai aspek di atas, diharapkan keterlibatan pengurus koperasi dalam pemasaran dapat ditingkatkan sehingga mampu menarik lebih banyak anggota dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta memperkuat peran koperasi dalam mendukung kesejahteraan dan pengembangan mahasiswa di Universitas Riau.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau sebagaimana adanya, tanpa menghubungkan dengan variabel lain. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode penelitian ini dipilih oleh peneliti untuk mengungkapkan persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau sebagai anggota pasif Kopma UR yaitu tahun angkatan 2021, 2022, dan 2023. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang akan diperoleh langsung dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi tahun angkatan 2021, 2022, dan 2023 dengan menggunakan angket pada GForm. Adapun indikator yang digunakan dalam penyusunan angket adalah Objek yang dipersepsi, Alat Indera, Stimulus, Perhatian, Kebutuhan/kepentingan dan Pengalaman/ingatan.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini, adalah dengan melakukan verifikasi data, mengelompokkan item berdasarkan dimensi, membuat tabel persiapan untuk skor mentah, mentabulasi dengan membuat daftar distribusi frekuensi berdasarkan

indikator dan menggunakan presentase. Data yang telah terkumpulkan selanjutnya dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. *Editing*

Setelah data terkumpul, yang pertama kali dilakukan adalah melakukan edit atau memilih dan menyortir data sehingga hanya data yang diperlukan saja yang dipertahankan.

b. *Scoring*

Tahap selanjutnya adalah tahap pemberian skor atau nilai terhadap butir-butir pertanyaan dalam angket. Dalam pemberian skor peneliti memperhatikan jenis data yang tidak layak diskor.

c. *Tabulating*

Tabulating adalah mentabulasi data jawaban yang telah diperoleh ke dalam bentuk tabel, selanjutnya dinyatakan dalam bentuk frekuensi dan persentase. Penentuan persentase dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{Fx}{N} 100\%$$

Seterusnya dilakukan analisis deskriptif untuk melihat masing-masing item serta indikator yang bertujuan untuk melihat item dan indikator mana yang benar-benar menggambarkan persepsi positif dan atau negatif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021, 2022, dan 2023 terhadap Kopma Universitas Riau. Untuk mengukur persepsi tersebut, peneliti berpedoman pada kriteria Arikunto, (2015) bahwa:

Tabel 1. Tabel Data dan Anggota Sampel

No.	Klasifikasi	Kategori
1	81% – 100%	Sangat Baik
2	61% – 80%	Baik
3	41% – 60%	Cukup Baik
4	21% – 40%	Kurang Baik
5	0% – 20%	Tidak Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan yang menimbulkan penilaian seseorang tentang suatu objek. Persepsi seseorang akan mempengaruhi keputusan dan tindakannya. Dalam tinjauan perkoperasian, persepsi anggota koperasi terhadap koperasi akan menentukan partisipasi dan keterlibatannya. Persepsi anggota yang positif berdampak kepada tingginya tingkat partisipasi terhadap koperasi dan selanjutnya akan berdampak pada peningkatan kinerja koperasi. Dalam kehidupan koperasi, sifat demokratis merupakan salah satu ciri koperasi dimana partisipasi anggota sangat penting sehingga dapat dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan koperasi (Nurdianti *et al.*, 2023).

Tabel 2. Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau ditinjau dari indikator Objek yang dipersepsi

Indikator	Sub Indikator	SS	S	N	TS	STS
Objek yang dipersepsi	Keberadaan KOPMA	37.7	50.7	1.5	4.8	4.8
		9.8	21.2	13	19.7	36
	Keadaan KOPMA	0	6.6	42.5	18	32.8
		0	3.3	13	45.9	37.7
	Keunikan KOPMA	3.3	6.6	47.6	27.9	14.8
		4.9	19.7	59	13	3.3
	Kegiatan KOPMA	4.9	11.5	59	19.7	4.8
		1.5	4.8	55.7	24.6	13
	Jumlah	4.8	8.2	31	27.9	27.9
		66.9	132.6	322.3	201.5	175.1
% Rata – Rata		7.4	14.7	35.8	22.4	19.5

Dilihat dari indikator Objek yang dipersepsi, maka terlihat persentase cukup tinggi ada pada kategori Netral yaitu sebesar 35,8%, artinya sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi tidak mengetahui tentang keadaan dan keberadaan Kopma di Universitas Riau. Hal tersebut membuktikan bahwa rendahnya interaksi antara mahasiswa dan Kopma Universitas Riau disebabkan oleh ketidaktahuan tersebut. Ketidaktahuan mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap keberadaan Kopma Universitas Riau diakibatkan karena letak Kopma yang tidak mudah dijangkau (terutama bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan) dan tidak mudah dikenali karena letaknya di sudut area stadion mini Universitas Riau serta minimnya informasi.

Tabel 3. Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau ditinjau dari indikator Alat Indera

Indikator	Sub Indikator	SS	S	N	TS	STS
Alat Indera	Penglihatan	3.3	8.2	14.8	47.4	26.1
		3.3	19.7	19.7	32.8	24.6
		34.3	21.2	8.2	21.2	14.8
	Pendengaran	3.3	11.5	29.5	39.2	16.4
		34.3	36.1	4.8	21.2	9.7
		24.6	37.7	13	11.5	6.6
	Jumlah	103.1	134.4	90	173.3	98.2
	% Rata-rata	17.2	22.4	15	28.9	16.4

Dari indikator Alat Indera maka terlihat persentase cukup tinggi ada pada kategori Tidak Setuju (TS) sebesar 28.9%, artinya dari segi penglihatan, sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi tidak melihat aktivitas Kopma sebagai organisasi di lingkungan Universitas Riau. Sedangkan, dari segi pendengaran, sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi tidak pernah mendengar tentang kabar Open Rekrutmen, Prestasi Kopma dan bantuan dana yang disediakan Kopma kepada anggota. Dalam hal ini, berarti Kopma belum berhasil memberikan informasi yang memadai untuk seluruh mahasiswa. Maka dari itu, seharusnya pengurus Kopma di bidang Humas (Hubungan Masyarakat) lebih meningkatkan hubungan dan

komunikasi dengan berbagai kelembagaan di lingkungan Universitas Riau dan khusus pengurus di bidang Kominfo (Komunikasi dan Informasi) harus lebih meningkatkan lagi penyebaran informasi, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana yang sangat efektif saat ini. Sehingga informasi-informasi penting dari Kopma bisa tersampaikan dengan maksimal kepada seluruh mahasiswa Universitas Riau. Selain itu, mahasiswa Pendidikan Ekonomi juga setuju bahwa seharusnya Kopma bisa menjadi wadah berorganisasi dan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan Visi Kopma Universitas Riau, yaitu menjadikan Kopma Universitas Riau yang berorientasi kepada anggota sebagai badan usaha yang mandiri dan tangguh sekaligus sebagai wahana pengembangan usaha dan pengkaderan kewirakoperasian.

Tabel 4. Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau ditinjau dari indikator Perhatian

Indikator	Sub Indikator	SS	S	N	TS	STS
Perhatian	Argumentasi	1.5	4.8	18	52.5	23
	Rasa Memiliki	36.1	27.9	18	8.2	14.8
	Penggabungan	21.2	47.4	19.7	6.6	4.8
	Informasi	3.3	21.2	34.3	32.8	8.2
	tentang KOPMA	21.2	31	13	13	14.8
UR		24.6	44.3	11.5	9.7	11.5
Jumlah		107.9	176.6	114.5	122.8	77.1
% Rata -rata		18	29.4	19	20.5	12.9

Dari indikator Perhatian, terlihat persentase cukup tinggi ada pada kategori Setuju (S) sebesar 29,4% Artinya sebagian mahasiswa Pendidikan Ekonomi setuju bahwa menurut pendapat mereka, tidak ada rasa memiliki yang tinggi terhadap Kopma dan menganggap Kopma belum berhasil memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang sangat efektif sehingga eksistensinya tidak menonjol di Universitas Riau dan tidak populer di kalangan mahasiswa. Peran serta aktif seluruh anggota koperasi juga sangat diperlukan dalam berkoperasi dan hal itu dapat terwujud jika ada rasa memiliki dari anggota terhadap koperasi untuk memajukan koperasi mahasiswa. (Syaiful *et al.*, 2022).

Tabel 5. Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau ditinjau dari indikator Stimulus

Indikator	Sub Indikator	SS	S	N	TS	STS
Stimulus	Peran KOPMA	9.7	24.6	19.7	32.8	13
	Bagi	1.5	15	44	34.3	4.8
	Mahasiswa	13	31	24.6	21.2	9.7
	Arti penting	3.3	21.2	34.3	32.8	8.2
	KOPMA bagi mahasiswa	21.2	36.1	16.4	9.7	11.5
		8.2	32.8	34.3	14.8	14.8
Jumlah		5.36	139.5	139	112.8	53.8
% Rata -rata		10.7	27.9	27.8	22.6	10.8

Dari indikator Stimulus maka terlihat persentase cukup tinggi ada pada kategori Setuju (S) sebesar 27,9% bahwa Kopma seharusnya berperan penting terhadap peningkatan minat berwirausaha mahasiswa dan layak menjadi tempat praktek berkoperasi mahasiswa di Universitas Riau. Namun, pada kenyataannya sejauh ini responden tidak merasakan peran Kopma dalam mensejahterakan anggotanya dan Kopma belum berhasil menyediakan kebutuhan dasar mahasiswa. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab rendahnya minat mahasiswa Pendidikan Ekonomi bergabung dengan Kopma, karena responden beranggapan bahwa hanya sedikit manfaat yang akan diterima.

Tabel 6. Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau ditinjau dari indikator Kebutuhan/Kepentingan

Indikator	Sub Indikator	SS	S	N	TS	STS
kebutuhan Kebutuhan/Kepentingan	Penyediaan	18	8.2	24.6	34.3	14.8
	Terpenuhinya	29.5	34.3	9.5	5	21.2
	kebutuhan	6.6	23	30	26.1	11.5
	Harapan/Minat	21.2	34.3	29.5	3.3	11.5
Jumlah		75.3	99.8	93.6	68.7	59
% Rata-rata		18.8	25	23.4	17.2	14.8

Dilihat dari indikator Kebutuhan/Kepentingan maka terlihat persentase cukup tinggi ada pada kategori Setuju (S) sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi, berkeinginan menjadi pengurus Kopma karena meyakini bahwa mereka mampu berkontribusi untuk Kopma melalui ilmu yang mereka peroleh di perkuliahan. Selanjutnya, mereka juga menganggap bahwa saat ini Kopma memiliki pelayanan yang rendah. Maka, hal inilah yang seharusnya ditingkatkan lagi oleh Kopma Universitas Riau, misalnya dengan menyediakan kebutuhan dasar mahasiswa seperti percetakan, foto kopi, alat tulis atau buku-buku, sehingga kebermafaat Kopma di Universitas Riau dirasakan oleh seluruh mahasiswa.

Tabel 7. Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau ditinjau dari indikator Pengalaman/Ingatan

Indikator	Sub Indikator	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan/wawasan tentang Koperasi		67.1	13	16.4	0	3.3
		6.6	24.6	42.5	14.8	11.4
		6.6	13	44.3	27.9	8.2
Pengalaman/Ingatan	Ingatan masa lalu	13	44.3	24.6	6.6	11.5
	tentang KOPMA	39.2	41	4.8	3.3	11.5
Jumlah		132.5	135.9	132.6	52.6	45.9
% Rata-rata		26.5	27.2	26.5	10.5	9.2

Dilihat dari indikator Pengalaman/Ingatan maka terlihat persentase cukup tinggi ada pada kategori Setuju (S) sebesar 27,2% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 26,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa Kopma membutuhkan Sumber Daya Manusia yang berkompeten di bidang koperasi sehingga Kopma bisa lebih terkelola dengan baik. Selanjutnya, responden juga sudah memahami bahwa seluruh mahasiswa Universitas Riau adalah anggota pasif Kopma selain pembayar Uang Kuliah Tunggal (UKT). Bagi responden, Kopma tidak populer namanya di kalangan mahasiswa. Kenyataan ini menjadi tugas besar

bagi pengurus Kopma, utamanya bidang Infokom dalam membangun *personal branding* Kopma dengan memaksimalkan media online dan offline sebagai sarana promosi. Personal branding akan membuat semua orang memandang Kopma Unri secara berbeda dan unik, karna salah satu fungsi personal branding adalah untuk menciptakan persepsi yang menarik dan menonjol yang dapat membedakan satu individu dengan yang lain (Salam, 2020).

Tabel 8. Rekapitulasi Persentase Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Objek yang dipersepsi	7.4	14.7	35.8	22.4	19.5
2	Alat Indera	17.2	22.4	15	28.9	16.4
3	Perhatian	18	29.4	19	20.5	12.9
4	Stimulus	10.7	27.9	27.8	22.6	10.8
5	Kebutuhan/Kepentingan	18.8	25	23.4	17.2	14.8
6	Pengalaman/Ingatan	26.5	27.2	26.5	10.5	9.2
Jumlah Total		98.6	146.6	147.5	122.1	83.6
% rata-rata		16.4	24.4	24.6	20.4	13.4
			40.8	24.6	33.8	

Dari Tabel rekapitulasi persentase persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau dari 6 indikator, diketahui bahwa Sangat Setuju (SS) sebesar 16,4%, Setuju (S) sebesar 24,4%, Netral (N) sebesar 24,6%, Tidak Setuju (TS) 20,4%, dan Sangat Tidak Setuju (STS) 13,4%. Persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau tergolong kurang baik, dengan penjumlahan persentase SS+S, yaitu $16,4+24,4 = 40,8\%$. Sedangkan dari indikator Objek yang dipersepsi, Alat Indera, Stimulus, Perhatian, Kebutuhan/kepentingan dan Pengalaman/ingatan, ditemukan nilai rata-rata tertinggi terletak pada indikator Objek yang dipersepsi, yaitu sebesar 35.8%. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator.

Objek yang dipersepsi memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau. Pengurus Kopma Universitas Riau bisa memperbaiki kualitas Kopma dari poin tersebut, diantaranya dengan meningkatkan pelayanan kepada mahasiswa sehingga Objek yang dipersepsi mahasiswa semakin besar kepada Kopma juga dengan cara meningkatkan sosialisasi dan informasi. Dari meningkatnya Objek yang dipersepsi tersebut, diharapkan meningkat pula minat mahasiswa Universitas Riau untuk bergabung dengan Kopma Universitas Riau dan berpartisipasi aktif di dalamnya.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau adalah:

1. Persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau tergolong kurang baik dengan persentasi sebesar 40,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa rendahnya partisipasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Kopma Universitas Riau disebabkan oleh persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang kurang baik kepada Kopma Universitas Riau. Padahal, partisipasi anggota adalah salah satu kunci kemajuan koperasi.

2. Dilihat dari skor 6 indikator persepsi, persentase terbesar terdapat pada indikator Objek yang dipersepsi yaitu sebesar 35.8%. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator Perhatian memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap Kopma Universitas Riau. Pengurus Kopma Universitas Riau bisa memperbaiki kualitas Kopma dari poin tersebut, diantaranya dengan meningkatkan pelayanan kepada mahasiswa sehingga perhatian mahasiswa semakin besar kepada Kopma Universitas Riau juga dengan cara meningkatkan sosialisasi dan informasi.

Rekomendasi yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Pengurus Kopma Universitas Riau supaya berupaya untuk menyediakan kebutuhan dasar mahasiswa Universitas Riau agar koperasinya mampu memberikan layanan usaha yang bermutu, sehingga anggota merasa memperoleh prestise/kebanggaan dari layanan usaha koperasi
2. Pengurus Kopma Universitas Riau supaya selalu meningkatkan pengetahuan mahasiswa Universitas Riau tentang perkoperasian supaya pemahaman mahasiswa meningkat dan diharapkan akan termotivasi untuk meningkatkan partisipasinya
3. Pengurus Kopma Universitas Riau harus mampu memberikan manfaat ekonomi/non- ekonomi dari koperasi atas partipasi anggotanya.
4. Pengurus Kopma Universitas Riau harus lebih kreatif lagi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang sangat efektif. Dibutuhkan pengurus yang kompeten dalam pengelolaan media sosial tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D. (2016). Segmentasi Pasar sebagai Strategi Pemasaran Koperasi. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 2(1), 25-35. DOI: 10.31106/jog.v2i1.62
- Fauziah, N., Setiawan, I., & Nurhayati, A. (2018). Strategi Pemasaran Koperasi dan Pengaruhnya terhadap Keanggotaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 30-42. DOI: 10.14710/jmsni.v4i1.2344
- Gaffar, F. (2021). Hubungan Persepsi Mahasiswa Dengan Keterampilan Dosen Dalam Mengelola Kelas Dan Hasil Belajar. 2(1), 58-68. <https://doi.org/10.30872/ls.v2i1.602>
- Haksanggulawan, A., Hajar, I., & Putera, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Konsep Diri, Dan Pengetahuan Terhadap Kinerja Pengurus Koperasi Mahasiswa Di Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, 1(2), 401-407. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0A>
- Irianto, G., Kusumastuti, R., & Saputri, D. A. (2021). Peran Pengurus Koperasi dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 47-60. DOI: 10.24912/je.v22i1.8347
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 205-223. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>

- Kurniawan, H., & Utami, R. (2020). Tantangan dan Peluang Koperasi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 12-24. DOI: 10.15408/jbm.v19i1.15518
- Musdhalifa, D., & Syaifudin, M. (2023). Persepsi Dan Komunikasi Dalam Organisasi Pendidikan. *Jurnal Al-Kifayah: Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 2(1), 69-83. <https://doi.org/10.53398/ja.v2i1.298>
- Musfiroh, L. (2016). Analisis Pengaruh Pendidikan Perkoperasian Dan Motivasi Anggota terhadap Partisipasi Anggota Koperasi Mahasiswa. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 4 no (vol 4 no 3 (2016), 1. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/15956>
- Nirmayani, L. H., & Suastika, I. N. (2023). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Koperasi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 46-54. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.56901>
- Nurdianti, E., Pradikto, S., & Suchaina. (2023). Pengaruh Kinerja Pengurus Dan Partisipasi Anggota Koperasi Terhadap Keberhasilan Manajemen Usaha Koperasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 61-72. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i3.196>
- Nurjanah, S., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perkoperasian Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Amanah. *Jurnal Economina*, 2(7), 1744-1755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.670>
- Prasetyo, B. (2017). Peran Koperasi Mahasiswa dalam Pengembangan Kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 45-55. DOI: 10.24843/JIAB.2017.v12.i01.p06
- Prihandani, N. M. I., Juniariani, N. M. R., & Mariyatni, N. P. S. (2018). Pengaruh Ukuran Koperasi, Jenis Koperasi Serta Kualitas Sistem Pengendalian Intern Pada Koperasi Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 3(1), 141-178. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/11124>
- Ramadhan, D. D. (2018). Pelaksanaan Pendidikan Koperasi Dan Partisipasi Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(3), 343-348. <https://doi.org/10.26740/jupe.v6n3.p%25p>
- Ramdani, R., Nugroho, R., & Priyanto, H. (2022). Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Pengurus Koperasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 8(1), 35-47. DOI: 10.21776/ub.jiap.2022.008.01.5
- Rohmat, A. B. (2015). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Undang-Undang Koperasi. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 11(1), 142. <http://dx.doi.org/10.26532/jph.v2i1.1424>
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 19-30. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6070>
- Saroch, M., & Widodo, J. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Minimarket Di Koperasi Mahasiswa (Studi Pada Koperasi Mahasiswa Universitas Sebelas

- Maret). *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 621–635.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/16450>
- Setiawan, A. (2019). Kepuasan Anggota sebagai Determinan Loyalitas dalam Koperasi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 8(2), 80-93. DOI: 10.31294/jbpp.v8i2.5373
- Simbolon, M. (2018). Presepsi dan Kepribadian. *Jurnal Ekonomis*, 2, 1-1.
https://doi.org/10.1007/978-3-662-49054-9_2755-1
- Syaiful, M., Sari, J. Y., Igo, A., Daiona, B., Novriadi, T., Pendidikan, K. M., & Syaiful, M. (2022). KOPERASI (DIKSARKOP) SEBAGAI UPAYA Jumlah Anggota. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1973>
- Widiastuti, A. (2018). Dukungan Institusi Pendidikan terhadap Koperasi Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Sosial dan Bisnis*, 3(1), 20-31. DOI: 10.33592/jasb.v3i1.12