

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KOPERASI DAN PARTISIPASI ANGGOTA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA ANGGOTA

(Survei Pada Anggota Koperasi Pengusaha Industri Kecil Suku Cadang Mesin / KOPISMA Bandung)

**Oleh :
Adman ¹**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan koperasi dan partisipasi anggota terhadap perkembangan volume usaha, modal usaha dan produksi usaha anggota Koperasi Pengusaha Industri Kecil Suku Cadang Mesin (KOPISMA) Bandung, baik secara simultan maupun secara parsial. Sasaran dalam penelitian ini adalah pengusaha industri kecil logam, karet, plastik, dan jasa yang menjadi anggota KOPISMA Bandung.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah : (1) Pengaruh kualitas pelayanan koperasi dan partisipasi anggota secara simultan terhadap perkembangan volume usaha, modal usaha dan produksi usaha anggota Koperasi di kota Bandung (2). Pengaruh kualitas pelayanan koperasi dan partisipasi anggota secara parsial terhadap perkembangan volume usaha, modal usaha dan produksi usaha anggota Koperasi di kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (explanatory research) dengan melakukan observasi, wawancara, dan kuesioner sebagai instrument penelitian yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data ordinal yang diperoleh ditingkatkan menjadi data interval melalui Method of Successive interval (MSI).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode sensus karena penelitian dilakukan terhadap seluruh anggota Koperasi Pengusaha Industri Kecil Suku Cadang Mesin Bandung (KOPISMA), yang jumlahnya 35 perusahaan. Untuk menguji hipotesis pertama dan hipotesis kedua digunakan model analisis jalur. (Path Analysis).

Kata kunci : kualitas pelayanan, partisipasi anggota, perkembangan usaha

¹ Dosen Program Studi Pendidikan Manajemen Perkantoran Universitas Pendidikan Indonesia

A. Pendahuluan

Koperasi sebagai gerakan ekonomi yang tumbuh dari masyarakat, lebih merupakan organisasi swadaya masyarakat yang lahir atas kehendak, kekuatan dan partisipasi masyarakat dalam menentukan tujuan, sasaran kegiatan-kegiatan serta pelaksanaannya. Keberadaan koperasi sebagai wadah untuk mewujudkan kesejahteraan bersama bagi seluruh rakyat Indonesia, sejalan dengan nilai yang terkandung dalam pasal 33 ayat 1 Undang-undang Dasar 1945. Berdasarkan ketentuan tersebut di atas jelas bahwa secara konstitusional keberadaan koperasi tidak terlepas dari upaya bangsa Indonesia untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Secara makro koperasi dicita-citakan sebagai tulang punggung perekonomian masyarakat Indonesia berdasarkan asas kekeluargaan dalam rangka menciptakan kemakmuran masyarakat.

Masa depan koperasi sebagai badan usaha yang diharapkan menjadi soko guru perekonomian seperti amanat konstitusi Negara (UUD 45) sangat ditentukan oleh

B. Permasalahan dan Tujuan Penelitian

Masalah yang masih perlu dikaji lebih mendalam dalam studi ini adalah mengenai dampak layanan yang diberikan koperasi terhadap kesejahteraan anggotanya. Pembahasan dan kajian-kajian tentang koperasi selama ini masih terkesan pada segi keberhasilan koperasi sebagai institusi sosial, yang terkadang kurang dapat

mampu tidaknya kemandirian dilaksanakan untuk menjawab tantangan maupun ancaman. Dilihat dari fungsinya sebagai badan usaha, ketangguhan koperasi diukur oleh kemampuannya dalam mengembangkan dan menguasai pasar. Koperasi harus mampu memberi alternatif rasional bagi pelanggannya (anggota) melalui berbagai kebijakan insentif usaha maupun perbaikan teknis pelayanan kepada pelanggan.

Kemampuan organisasi koperasi untuk mencapai keberhasilan tergantung pada pribadi semua anggota, pengurus, dan kelembagaan usaha koperasi. Keterikatan ketiga komponen ini dalam koperasi bersifat timbal balik. Para anggota akan terus mempertahankan keanggotaannya apabila mereka memperoleh manfaat dari koperasi (*cooperative effect*). Untuk itu koperasi harus mampu melaksanakan fungsinya sebagai institusi ekonomi, sehingga mempunyai posisi yang tangguh dalam tatanan perekonomian nasional. Untuk mewujudkan hal itu tentunya koperasi harus bekerja berdasarkan prinsip-prinsip dan jati dirinya dalam mencapai tujuan.

dirasakan dampaknya secara langsung bagi perkembangan kegiatan usaha anggotanya, dengan demikian manfaat ekonomis bagi para anggotanya sangatlah kurang dirasakan.

Mengingat tujuan koperasi sebagai perusahaan atau badan usaha tidak semata-mata hanya pada orientasi laba (*profit oriented*), melainkan juga pada orientasi

manfaat (*benefit oriented*). Karena itu pada dasarnya tujuan utama koperasi didasari oleh pelayanan (*service at cost*), yaitu memberi dan meningkatkan pelayanan pada anggota, berupa penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan rumah tangga maupun kegiatan usaha anggota, yang sama sekali tidak tersedia di pasar atau yang ditawarkan dengan harga, mutu dan syarat-syarat yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan yang ditawarkan di pasar atau lembaga-lembaga ekonomi lainnya (Hanel, 1989:91-92). Pencapaian tujuan tersebut akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan anggota.

Terdapat tiga tujuan (*tripartite*) yang harus dicapai koperasi yaitu keberhasilan usaha perusahaan koperasi (*bussiness success*), keberhasilan usaha anggota (*members success*), dan keberhasilan pembangunan daerah kerja koperasi dan masyarakat sekitarnya (*community development success*). (Hanel, 1989).

Keberhasilan usaha anggota (*members success*), akan tercapai

jika koperasi mampu memberikan pelayanan kepada anggota dengan kualitas pelayanan yang baik. Kondisi ini ditandai dengan bentuk pelayanan yang mencukupi, murah, mudah didapat, dan sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan kegiatan usaha dan rumah tangga anggota. Pelayanan yang berkualitas baik merupakan picu pendorong bagi anggota untuk berpartisipasi. Peran KOPISMA sebagai pusat pelayanan bagi kegiatan ekonomi anggotanya ini mengandung implikasi bahwa KOPISMA harus dapat menyediakan dan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik. Melalui pelayanan yang berkualitas baik, keberhasilan usaha anggota (*members success*) akan dicapai lebih mudah.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan koperasi dan partisipasi anggota secara simultan terhadap perkembangan volume usaha, modal usaha dan produksi usaha anggota KOPISMA di Kota Bandung

2. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan koperasi dan partisipasi anggota secara parsial terhadap perkembangan

C. Tinjauan Pustaka

a. Pengertian dan Pendekatan

Organisasi Koperasi

Koperasi, diterjemahkan dari *co-operative*, berasal dari kata *co-operation* yang berarti bekerja sama diantara dua pihak atau lebih. Kerja sama di dalam bentuk koperasi secara universal diasosiasikan sebagai kerjasama di dalam kegiatan ekonomi. Tidak setiap bentuk organisasi kerja sama ekonomi dapat disebut sebagai koperasi (Hanel,1989). Suatu organisasi kerja sama dapat disebut sebagai koperasi apabila memenuhi kriteria-kriteria pokok sebagai mana yang dikemukakan oleh Dülfer (1994:587), yaitu:

- 1) *a group of persons who joint consciously because of their common interest (→ Group, the Co-operative)*

- 2) *the intention of self-help in the group in order to attain common goals by improving their economic situation through common actions or mutual assistance (→ Self- help Organizations).*
- 3) *the executively operating unit (→ Co-operative enterprise) as the operational means for production or the supply of products or service in favour of the members; and*
- 4) *the co-operative combine,i.e. the promotion relationship between the co-operative enterprise and the member economies in favour of which the enterprise is performing business functions (→ Promotion Mandate)*

Uraian di atas menunjukkan bahwa organisasi koperasi mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan usaha lainnya. Röpke (2003) mengemukakan bahwa koperasi merupakan organisasi yang anggotanya sebagai pemilik dan sekaligus sebagai pelanggan (*members as owners and customers*). Ciri pembeda tersebut ditunjukkan oleh peran anggota koperasi sebagai pemilik sekaligus pemakai (pelanggan) dari kegiatan usaha perusahaan koperasi, sedangkan tujuan koperasi yang ingin dicapai adalah promosi anggota (pelayanan) bagi kepentingan anggota melalui bekerjanya perusahaan koperasi.

Dari pemikiran di atas dan pendapat para pakar koperasi, bahwa koperasi dilihat dari fungsinya, dapat dibedakan menjadi empat tipe koperasi. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Röpke (1989), yang mengemukakan empat macam tipe koperasi, yaitu :

- 1). Koperasi pembelian (*purchasing cooperative*), yaitu koperasi yang menyediakan barang dan jasa bagi para anggotanya.
- 2). Koperasi pemasaran (*marketing cooperative*), yaitu koperasi yang menjual/memasarkan barang dan jasa hasil usaha para anggotanya.
- 3). Koperasi konsumen, yaitu koperasi yang melakukan pembelian barang dan para pelanggannya adalah orang yang sama yaitu sebagai pemilik perusahaan .
- 4). Koperasi produsen, yaitu koperasi yang anggotanya orang-orang yang mampu menghasilkan barang.

Menurut status anggota koperasi dapat dibedakan atas koperasi penghasil (*produktif*) dan konsumsi. Koperasi penghasil menurut Z.A. Abidin dan Soejitno (1952:27) adalah koperasi yang "memajukan penghasilan, dilakukan dengan jalan bersama-sama membeli bahan yang diperlukan, bersama-sama menjual barang yang dihasilkan".

b. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian dalam

mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckoff 1991, (dalam Fandy Tjiptono, 2004:59), kualitas pelayanan merupakan Tingkat yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Pendapat di atas mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara *excellent* atau superior pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan yang terjadi adalah kecil atau masih dalam batas toleransi.

Aspek pelayanan kepada anggota menjadi sangat penting artinya dalam konsep pemeliharaan hubungan antara koperasi dan anggota. Setelah memenuhi kewajibannya, anggota memperoleh haknya dari koperasi. Hak tersebut bukan hanya berbentuk materi seperti modal usaha, akan tetapi pelayanan yang baik serta pembinaan yang optimal dari pihak koperasi. pelayanan yang berkualitaslah yang diperlukan untuk menjamin kepuasan anggota .

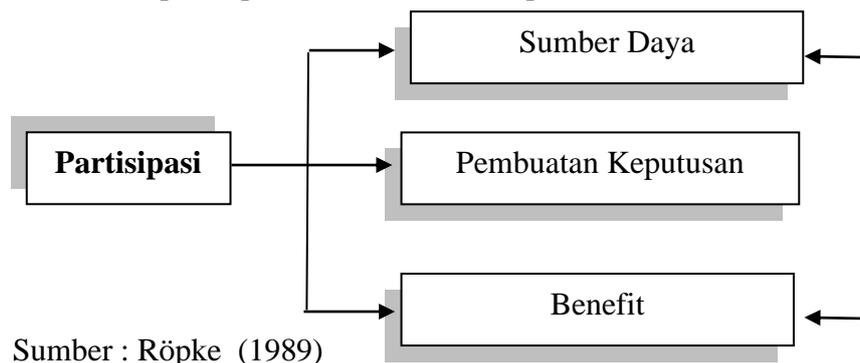
c. Partisipasi Anggota

Pengertian partisipasi dilihat dari arti dan cakupannya mengandung pengertian yang cukup luas dan bersifat umum. Hal ini karena terdapat banyak pandangan yang berbeda terhadap pengertian, indikasi maupun penyebab timbulnya partisipasi . Menyadari hal ini, konsep tertentu dari

partisipasi dapat digunakan untuk memahami berbagai masalah secara simultan.

Menurut Röpke (1989), tipe partisipasi anggota terdiri atas partisipasi dalam kontribusi atau mobilisasi sumber daya manusia (*resources*), partisipasi dalam

pengambilan keputusan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan (*decision Making*), dan partisipasi dalam pemanfaatan pelayanan (*benefit*). Ketiga partisipasi ini saling berkait dan saling melengkapi, seperti terlihat pada Gambar 2.1 berikut :



Gambar 2. 1 Tipe partisipasi

d. Perkembangan Usaha Industri Kecil

Keberhasilan usaha industri kecil dapat dilihat dari segi makro yang meliputi keseluruhan sub sektor industri kecil maupun dari segi mikro yang dilihat dari industri kecil secara individual. Dengan demikian untuk menilai keberhasilan industri kecil tergantung dari keberhasilan tersebut, dipandang dari alat ukur apa yang harus digunakan. Dalam UU RI No 9 tahun 1995 Pasal 14 Tentang Usaha Kecil, dijelaskan bahwa pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dalam bidang: (a). Produksi dan Pengolahan, (b) Pemasaran (c). Sumber Daya Manusia dan (d). Teknologi.

D. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data

dalam penelitian ini adalah metode sensus yaitu dengan melihat seluruh elemen populasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu jenis penelitian untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi,1989 : 5).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koperasi Pengusaha Industri Kecil Suku Cadang Mesin Bandung (KOPISMA), yang jumlahnya 35 perusahaan.

Data lapangan yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berhubungan dengan aspek kualitas pelayanan koperasi, partisipasi anggota dan perkembangan usaha anggota. Data Primer diperoleh dengan

menggunakan angket (*kuesioner*), observasi (*observation*) dan wawancara (*interview*), sedangkan data sekunder diambil dari koperasi, industri terkait dan kepustakaan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Pengujian data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas data hasil penelitian dari setiap pernyataan dari instrumen penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid dan reliabel digunakan untuk uji hipotesis. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan alat Analisis Jalur (*Path Analysis*) Hal ini disebabkan karena pola hubungan antar variabel dalam penelitian adalah bersifat korelatif dan kausalitas (Harun Al-Rasjid, 1997 :14).

E. Hasil Penelitian

a. Hasil Analisis Penelitian

Sebelum membahas hasil analisis penelitian, terlebih dahulu dilakukan transformasi data dengan menaikan skala ordinal ke skala interval dengan melalui *Method of Successive Interval* (MSI) (lampiran 3 dan Lampiran 4), serta pengujian terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan realibilitas. Jenis korelasi yang digunakan untuk menguji validitas adalah korelasi *Rank Spearman*. Penentuan valid tidaknya item pernyataan menggunakan batas koefisien korelasi terkecil sebesar 0.3 (Azwar,1997 :158), sehingga item yang memiliki koefisien korelasi kurang dari 0.3 dinyatakan gugur. Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga

harus memiliki kekonsistenan.

Dari hasil korelasi (lampiran 5) bahwa 21 butir instrumen variabel kualitas pelayanan koperasi yang diuji, semuanya valid dengan koefisien korelasi dari masing-masing butir item pertanyaan dengan totalnya berkisar antara 0.334 s/d 0.768. Kedua puluh satu butir pertanyaan yang valid memiliki koefisien reliabilitas (keandalan) sebesar 0.8998, dan lebih besar dari yang direkomendasikan yaitu 0.7. Dengan demikian berdasarkan hasil pengujian kedua puluh satu butir pertanyaan mengenai kualitas pelayanan sudah valid dan andal sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data.

Untuk menghitung reliabilitas digunakan metode *split-half* dari *Spearman-Brown*. Setelah nilai koefisien reliabilitas diperoleh, maka ditetapkan suatu nilai koefisien reliabilitas paling kecil yang dianggap reliabel. Dimana disarankan bahwa koefisien reliabilitas antara 0,70-0,80 cukup baik untuk tujuan penelitian dasar. Analisis validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS Ver 10.0. Berdasarkan hasil uji validitas, maka secara riil item yang dipakai dalam penelitian ini adalah yang memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0.30 dan koefisien reliabilitas yang direkomendasikan tidak kurang dari 0.70.

Dari hasil korelasi (Lampiran 6) Tujuh butir instrumen variabel partisipasi anggota koperasi yang diuji, hal ini ditunjukkan semuanya valid dengan koefisien korelasi dari masing-masing butir item pertanyaan dengan totalnya berkisar antara 0.350 s/d 0.811. Ketujuh butir

pertanyaan yang valid memiliki koefisien reliabilitas (keandalan) sebesar 0.8387, dan lebih besar dari yang direkomendasikan yaitu 0.7. Dengan demikian berdasarkan hasil pengujian ketujuh butir pertanyaan mengenai partisipasi sudah valid dan andal sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data.

b. Pembahasan

Pertimbangan anggota koperasi dan masyarakat tentang kegiatan koperasi yang dapat menarik partisipasi mereka, M.Amin Aziz, (1987:312) mengemukakan bahwa "pertimbangan pertama adalah pelayanan apa atau bagaimana yang dapat diberikan koperasi kepada anggotanya". Semakin baik atau semakin banyak pelayanan itu, semakin tinggi peran serta anggota koperasi itu.

Dengan demikian koperasi di dalam memperhatikan kebutuhan anggota sesuai dengan tugas utamanya yaitu menunjang kegiatan usaha rumah tangga anggota dalam rangka meningkatkan kekuatan ekonominya melalui penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan anggota. Hal ini bagi para anggota yang membentuk organisasi koperasi dan membiayai perusahaan koperasinya dapat memperbaiki keadaan ekonominya melalui cara penyatuan sumber daya, peningkatan ekonomi perusahaan, melalui penerapan metode produksi dan teknologi modern serta memperkuat daya saingnya. (Hanel, 1985:21).

Pada bagian ini akan diuraikan gambaran hasil penelitian yang merupakan tanggapan responden atas pernyataan-

pernyataan yang diajukan peneliti dalam kuesioner. Deskripsi skor jawaban objek penelitian terhadap instrumen penelitian digunakan untuk mendapatkan gambaran umum skor jawaban responden dari kualitas pelayanan yang diberikan KOPISMA yang meliputi penjualan produk, penyediaan jasa, pemberian fasilitas kredit, dan pemasaran produk. Proporsi responden ini akan memberikan informasi awal dalam memahami jawaban responden.

F. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan :

1. Semakin tinggi kualitas pelayanan koperasi dan partisipasi anggota maka akan semakin meningkatkan perkembangan volume usaha, modal usaha dan produksi usaha anggota. .
2. Secara parsial kualitas pelayanan merupakan faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi volume, modal dan produksi usaha anggota, dibandingkan partisipasi. Diantara ketiga model pengaruh kualitas pelayanan , paling besar terhadap volume usaha anggota.

Karena kualitas pelayanan lebih dominan dalam mempengaruhi perkembangan usaha anggota, maka disarankan kepada pengurus dan pengelola KOPISMA untuk lebih meningkatkan layanannya pada anggota dalam hal :

1. Penetapan harga produk bahan baku, dimana KOPISMA harus berfungsi sebagai koordinator pembelian, membelikan bahan baku kebutuhan anggota secara bersama-sama serta kebutuhan

alat-alat produksi dan bahan-bahan lain yang diperlukan para anggotanya. Karena pembelian dilakukan secara bersama-sama dalam jumlah yang besar, maka koperasi dapat berhubungan langsung dengan produsen bahan baku tersebut, guna merundingkan masalah potongan harga, sehingga barang-barang tersebut dapat dibeli secara lebih murah.

2. KOPISMA dituntut oleh anggotanya dalam memberi bantuan modal harus lebih murah biayanya. Dengan demikian, maka koperasi dalam upaya mengembangkan usaha anggota harus mampu menyediakan modal pinjaman yang lebih menguntungkan kepada para anggotanya dari pada yang disediakan oleh lembaga-lembaga penyedia lainnya, sehingga anggota merasakan adanya manfaat yang diperolehnya.

G. Daftar Pustaka

- Abidin, St. Z. A. dan Soejitno. 1952. *Penuntun Koperasi*. Jakarta. Yayasan Pendidikan Masyarakat.
- Budiarto. 1998. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Pelayanan KUD Terhadap Anggotanya di Propinsi Bengkulu*. Disertasi Doktor. Universitas Padjadjaran Bandung
- Deputi Bidang Kelembagaan Koperasi Dan UKM. 2004. *Modul Peningkatan Kualitas Manajemen Dan Kelembagaan Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah*. Jakarta
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2002. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Menengah*. Nusa Tenggara Barat.
- Dulfer, Eberhard. 1994. *Cooperative Culture of Cooperatives*. Dalam International Handbook of Cooperative Organizations. Vandenhoeck & Ruprecht. Gottingen.
- Eschenburg, Rolf, 1994, *Theory of Co-Operative Cooperation*, dalam E.Dulfer (Editor) *International Handbook of Cooperative Organization*, Vandenhoeck & Ruprecht in Gottingen, Germany.
- Hahn, Dietger and Kaufmann, Lutz. 1994. *Strategic Alliances*. Dalam International Handbook of Cooperative Organizations. Vandenhoeck & Ruprecht. Gottingen.
- Hanel, 1992. *Basic Aspects of Cooperative Organization and Cooperative Self-help Promotion. in Developing Countries*. Marburg Consult for -Self Promotion. Marburg.
- Hanel, Alfred.1989. *Pokok-pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan pengembangan di Negara-negara Berkembang UNPAD Bandung*.

- Harun Al-Rasyid, 1997. *Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*, tidak dipublikasikan Program Pascasarjana, Unpad. Bandung
- Hutagalung. 2004. *Dorong Peran KUKM Di Pedesaan*. Info KUKM. November Edisi XI . Dinas Koperasi dan KUKM Provinsi Jawa Barat.
- Ibnoe Soedjono. 1993. *Koperasi sebagai Alat Kebijakan Pemerintah dan Perkembangan*, Badan Penelitian dan Pengembangan. Koperasi. Jakarta
- Ima Suwandi.1985. *Koperasi Organisasi Ekonomi Rakyat yang Berwatak Sosial*. Bharata Aksara. Jakarta.
- M. Amin Azis, 1987, *Partisipasi Anggota dan Pengembangan Koperasi*, dalam Sri Edi Swasono (ed), *Koperasi di dalam Orde Ekonomi Indonesia*, UI- Press, Jakarta.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995. *Metode Penelitian Survei*, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Munkner. Hans. H. 1987. *Ten Lectures on Cooperative Law*. Alih bahasa Abdul Kadir Muhamad . PT. Alumni . Bandung
- Prijono Tjiptoherijanto. 1986. *Menggerakkan Sumber Daya Manusia Dalam Koperasi*. Suatu Renungan Dalam Sri Edi Swasono (editor) *Koperasi didalam Orde Ekonomi Indonesia*. UIP. Jakarta.
- Ramudi Ariffin, R.M 1994. *Efisiensi Koperasi Berdasarkan Konsep Skala Ekonomi*. Dalam Bunga Rampai 20 Pokok Pemikiran Tentang Pembangunan Koperasi. Ikopin Jatinangor
- Ramudi Ariffin, R.M. 1992. *Pendapatan, Biaya, dan SHU Koperasi*.UPT.Penerbitan IKOPIN. Jurnal Koperasi No 1.
- Ramudi Ariffin, R.M. 2003. *Ekonomi Koperasi* .IKOPIN. Press. Jatinangor Sumedang
- Republik Indonesia. 2002. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 *Tentang Perkoperasian*, Jakarta . Grasindo.
- Röpke, Jochen. 1989. *The Economic Theory Of Cooperative Enterprise*. Universitas Padjadjaran Bandung dan Marburg University
- Röpke, Jochen. 2003. *Ekonomi Koperasi : Teori dan Manajemen* , Diterjemahkan oleh Sri Djatnika. S. Ariffin, Penerbit Salemba Empat . Jakarta
- Rudy Eko Pramono.1998. *Analisis Kualitas Pelayanan KUD*

- dan Karakteristik Anggota Terhadap Partisipasi Serta Hubungannya Dengan Keberhasilan Usaha KUD Kasus KUD di Kabupaten Jember Jatim.* Tesis. Universitas Padjadjaran Bandung
- Saifuddin Azwar, 1999, *Metodologi Penelitian*, cet II, Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Stank, Theodore P. Thomas J . Goldsby and Shawnee K , Vickery. 1990. *Effect of Service Supplier Performance on Satisfaction and Loyalty of Store Managers in the Fast Food Industry*, Journal Of Operations Management Vol 17 429 - 477.
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. CV. Alfabeta. Bandung
- Sukera I.N. 1988, *Strategi Pembinaan dan Alat Ukur Keberhasilan Industri Kecil Lembaga* . Manajemen Fak Ekonomi. Universitas Udayana Denpasar.
- Sutarto. 1986. *Peningkatan Kelayakan Wilayah Usaha KUD*. Balitbang Dekop.R.I Jakarta
- Sutaryo Salim. 1991. *Manajemen Permodalan Serta Hubungannya dengan Penerapan Sendi-sendi Dasar Koperasi, Partisipasi Anggota, Peranan Pemerintah dan Lingkungan pada KUD*. Disertasi Doktor. Universitas Padjadjaran Bandung
- Sutaryo Salim. 2002. " *Manajemen Strategik Pelayanan Kepada Anggota Koperasi* ". Makalah disampaikan pada Seminar Satu Abad Bung Hatta 16 Juli 2002. . Universitas Padjadjaran Bandung.
- Umi Salma, 2004 *Pengaruh Keberhasilan Usaha Koperasi Terhadap Perkembangan Usaha anggota (Survei Pada Anggota Koperasi Industri Logam Waru Buana Putra Di Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur*, Tesis. Universitas Padjadjaran Bandung
- Yuyun Wirasmita, 1992. *Aspek-aspek Teoritis Tentang Pasar Internal Dalam Koperasi. dan Implikasinya Dalam Penentuan Kebijakan Harga*. Jurnal Koperasi Indonesia No. 2. UPT. Penerbitan IKOPIN.
- Yuyun Wirasmita, 2000. *Cooperative Effect (Dampak Koperasi) dan Kesejahteraan Anggota*. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Yuyun Wirasmita. 1991. *Strategi Pembangunan Sektor Perkoperasian yang dapat Menggerakkan Masyarakat dalam Pembangunan*

Koperasi. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Bidang Ekonomi Dewan Pimpinan Pusat Golkar, Bandung.

Zeithaml, Valerie A, A. Parasuraman and L.L. Berry .1990. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*, The Free Press, Advision Of Macmillan, Inc., New York

Zeithaml, Valerie A, A. and M.J.Bitner. 1996. *Service Marketing*. Third Edition, USA:Mc.Graw Hill Co,Inc.