PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KOPMA

(STUDI PADA KOPERASI MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Strata Satu Sosial

Disusun oleh:

Ribchan Ansori
NIM: 07720045

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2014

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama	: Ribchan Ansori
Nim	: 07720045
Prodi	: Sosiologi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana disuatu perguruan tinggi dan sekripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengguji.

Yogyakarta, 28 Agustus 2014

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
E0D1BACF472808122
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

Ribchan Ansori
NIM. 07720045

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Setelah membaca, meneliti, menelaah, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Ribchan Ansori
NIM : 07720045
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
Judul Skripsi : Strategi Mempertahankan Keberadaan Koperasi Mahasiswa Studi Pada Koperasi Mahasiswa UIN SUKA Yogyakarta.

sudah dapat diajukan kepada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Sosial.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera diujikan / dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarya, 28 Agustus 2014

Pembimbing

Drs. Dadi Nurhaedi, S. Ag., M. Si.

NIP. 19711212 199703 1 002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)585300; Fax. (0274)519571; email: fishum@uin-suka.ac.id
YOGYAKARTA 55281

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR
Nomor: UIN.02/DSH/PP.00.9/ 1246 /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEBERADAAN KOPMA UIN SUNAN KALIJAGA
(Studi Kasus di Lingkungan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: Ribchan Ansori
NIM	: 07720045
Telah dimunaqasyahkan pada	: Jumat, 29 Agustus 2014
Nilai Munaqasyah	: 62.3 (C+)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

SIDANG DEWAN MUNAQASYAH

Ketua Sidang,

Dadi Nurhaedi, S.Ag., M.Si.
NIP 19711212 199703 1 002

Penguji I,

an.

Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si.
NIP 19761224 200604 2 001

Penguji II,

Achmad Zainal Arifin, S.Ag., M.A., Ph.D.
NIP 19751118 200801 1 013

Yogyakarta, 30 Oktober 2014
Dekan,

KEMENTERIAN AGAMA UIN SUNAN KALIJAGA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA YOGYAKARTA

Prof. Dr. Dudung Abdurahman, M.Hum.
NIP 19630306 198903 1 010

MOTTO

“ Jika tidak bisa berjalan dengan cepat seperti yang lain, berjalan dengan pelan saja. Dengan begitu bisa melihat banyak hal ”. (Anonim).

“ Saat kita tidak paham dengan maksud Allah tetaplah percaya pada Nya. Saat tertekan oleh perasaan kecewa tetaplah untuk bersyukur. Saat rencana hidup berantakan tetaplah untuk berserah diri. Saat putus asa melingkupi tetaplah untuk melangkah maju ”. (Ust. Yusuf Mansur).

Halaman Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk almameter tercinta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terkhusus prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

Bapak (alm) Wakori dan Ibuku Mursidah Amiyati, kakak Muhammad Nuruzzaman serta adik-adikku tercinta Rifqonul Amin dan Nufa Nurul Fatkhiyati, terimakasih atas doa dan dukungan yang tiada henti.

Mas Ian dan Ratu_nya

Dan untuk seseorang yang selalu memberi ku doa dan semangat. Si “eNeng“ .

Terimakasih untuk semuanya. ^_^

Abstrak

Ribchan Ansori. Persepsi Mahasiswa Terhadap KOPMA Mahasiswa Studi Pada Koperasi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta: Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap kopma UIN SUKA serta untuk mengetahui upaya pengurus terhadap opini mahasiswa terhadap KOPMA UIN SUKA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Kemudian ditambah data sekunder seperti data laporan pertanggung jawaban pengurus KOPMA tahun 2013-2014. Penelitian ini menitikberatkan pada pengungkapan latar belakang masalah dan upaya pengurus KOPMA.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara yang dilakukan oleh dua pihak percakapan yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan objek wawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Kemudian studi dokumentasi digunakan untuk mencari data sekunder, yakni berupa dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk memperkuat data penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa UIN SUKA dan kemudian ditanggapi oleh pengurus KOPMA.

Hasil penelitian menunjukan persepsi mahasiwa yang masih menganggap bahwa keberadaan KOPMA tidak terlalu penting dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa dikarenakan begitu banyaknya pilihan lain diluar KOPMA. Secara luas strategi KOPMA dalam menjalankan kepengurusan KOPMA sangatlah kreatif namun dirasa kurang mengena karena banyak ketidaktahuan mahasiswa terhadap program-program KOPMA.

Kata kunci : Persepsi Mahasiwa, Strategi Keberadaan KOPMA.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي أرسل رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله .أشهد أن لااله الاالله وحده لاشريك له .وأشهد أن محمدا عبده ورسوله .اللهم صل وسلم على سيد نا محمد وعلى أله وصحبه أجمعين ,أما بعد.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *“”*. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW. Semoga kita kelak mendapatkan syafa’atnya di hari kiamat nanti. Amiiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itulah, penulis ingin mengucapakan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Musa Asy’ari, selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
3. Dadi Nurhaedi S.Ag. M.Si, selaku pembimbing dan juga ketua prodi sosiologi terima kasih atas kesediaannya untuk meluangkan waktu, nasehat, masukan dan saran untuk berbagi ilmu.
4. Sulistayningsih S.Sos. M.Si, selaku pembimbing akademik sosilogi 2007 terimakasih atas motivasinya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

5. Seluruh pengajar di Program Studi Sosiologi, yakni : Dadi Nurhaedi S.Ag. M.Si, Ahmad Zainal Arifin, Musa M.Si, Ambar Sari Dewi S.Sos, M.Si, Yayan Suryana M.Si, Napsiah S.Sos. M.Si, Muryanti M.A.
6. Seluruh pegawai dan juga karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah banyak membantu proses dalam hal perizinan. Mengucapkan terima kasih atas bantuannya.
7. Seluruh petugas yang ada di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, terima kasih atas pelayanannya selama ini.
8. Teman-teman dan sahabat sosiologi 2007, kakak angkatan dan adik-adik angkatan prodi Sosiologi serta teman – teman prodi Ilmu komunikasi dan Psikologi.
9. Teman-teman KKN angkatan 70 dan temen-temen Ordadi dusun Kalongan, Tlogoadi, Mlati, Sleman.
10. Segenap keluarga besar Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Sinar Melati Sedan, Sriharjo, Ngaglik, Sleman.
11. Pengurus Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Ar-Raafi'u beserta semua warga Tegalrejo, Gari, Wonosari, Gunungkidul.
12. Segenap Pengajar TPA Masjid Al-Falah Blunyah Gede, dan TPA Masjid Baiturrahman Plemburan.
13. Organisasi muda-mudi RT 03 (Omega).
14. Seluruh responden atas waktu luangnya dalam penelitian ini.
15. Semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan penulis yang tidak dapat ditulis satu persatu. Terimakasih banyak.

Akhirnya penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi semuanya. Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat Nya kepada kita semua. Amiiiin...

Yogyakarta, 29 Agustus 2014.

Ribchan Ansori

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

ABSTRAKSI ii

PERSETUJUAN SKRIPSI iii

PENGESAHAN iv

SURAT PERNYATAAN v

MOTTO vi

PERSEMBAHAN vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI ix

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

E. Tinjauan Pustaka 7

F. Analisis Teori 12

1. Persepsi 12

2. faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi 13

3. Persepsi Dalam Pandangan Sosiologi 14

4. Jenis - Jenis Persepsi 16

5. Perspektif Dalam Pandangan Sosiologi 17

6. Pengertian..... 17

7. Pengertian Konflik..... 23

8. Faktor – Faktor Penyebab Konflik..... 23

9. Dampak Sebuah Konflik..... 25

10. Evaluasi Kinerja Organisasi.....26

11. Evaluasi Kinerja Dengan Model *Balanced Scorecard*.....27

12. Dukungan Sosial.....31

13. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Dukungan.....33

G. Metode Penelitian 34

1. Jenis Penelitian..... 34

2. Subjek dan Lokasi Penelitian..... 35

3. Jenis Data..... 35

4 Teknik Pengumpulan Data..... 36

5. Teknik Analisis Data..... 37

H. Sistematika Pembahasan..... 38

BAB II TINJAUAN UMUM KOMA UIN SUNAN KALIJAGA 40

A. Letak Geografis Kopma 40

B. Profil Kopma UIN SUKA Yogyakarta 40

1. Sejarah dan Latar Belakang Kopma UIN SUKA 40

2. Visi Jangka Pendek 2009 – 2011..... 43

3. Misi Jangka Pendek 2009-2011..... 43

4. Tujuan Jangka Pendek..... 43

5. Visi Jangka Panjang..... 44

7. Tujuan Jangka Panjang..... 44

8. Landasan dan Asas..... 45

9. Badan Hukum dan Perizinan..... 45

10. Klasifikasi dan Prestasi..... 46

11. Keikutsertaan Dalam Asosiasi..... 48

12. Dinamika Keanggotaan..... 48

13. Pembinaan Anggota..... 49

14. Unit Usaha..... 51

C. Kinerja KOPMA Periode 2012-2013..... 55

1. Gambaran Umum..... 55

2. Fokus Program..... 55

3. Gambaran Umum Pencapaian Program..... 56

4. Laporan Pelaksanaan Rekomendasi..... 57

5. Laporan Pelaksanaan Aplikasi Landasan KOPMA UIN..... 57

BAB III Persepsi Mahasiswa, Pengurus Dan Pembimbing Tentang Keberadaaan KOPMA..... 58

A. Persepsi Mahasiswa UIN SUKA 58

B. Persepsi Pembimbing KOPMA..... 61

C. Persepsi Pengurus KOPMA..... 63

BAB IV Analisis Strategi Mempertahankan Keberadaan KOPMA UIN SUKA 65

A. Persepsi Mahasiswa UIN SUKA..... 65

B. Permasalahan Internal dan Eksternal KOPMA..... 72

1. Permasalahan Internal Kopma..... 69

2. Permasalahan Eksternal Kopma.....70

3. Strategi Pengurus Terkait Masalah Internal Kopma..... 70

4. Strategi Pengurus Terkait Masalah Eksternal Kopma.....76

BAB V PENUTUP..... 82

A.Kesimpulan..... 82

B. Saran..... 83

DAFTAR PUSTAKA 85

LAMPIRAN 88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang terjadi di Indonesia dewasa ini menyebabkan kebutuhan manusia semakin meningkat, baik jumlah maupun jenisnya sehingga mengakibatkan penawaran barang semakin kompleks. Saat ini dunia dihadapkan pada perkembangan dalam berbagai bidang dengan sangat cepat. Hal ini dapat dilihat dari perubahan-perubahan yang terjadi khususnya dalam bidang ekonomi yang tadinya berbasis sumber daya alam kini memasuki era ekonomi bebas yang mengutamakan kualitas sumber daya manusia. Perubahan tersebut merupakan dampak dari globalisasi ekonomi. Akibatnya terjadi persaingan bebas yang sangat ketat dimana pihak yang kuat dan berdaya beli tinggi akan menguasai pasar dan menjadi pemenang dalam persaingan tersebut, sebaliknya pihak yang lemah dengan daya belinya yang rendah secara otomatis akan tersisih dari lingkup persaingan sehingga menjadi penonton yang pasif dalam perdagangan. Perilaku tersebut dipicu oleh kebutuhan untuk hidup pada kehidupan dengan daya saing yang tinggi.

Negara Indonesia sebagai sebuah Negara yang masih berkembang telah berusaha untuk meningkakan kualitas dan daya saing perekonomian bangsa agar tidak semakin tertinggal dengan Negara lain. Berdasarkan kandungan GBHN dan UUD 1945 yang mengatakan bahwa sistem perekonomian disusun berdasarkan atas dasar kekeluargaan yang menyangkut

tiga pelaku ekonomi yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), swasta (Badan Usaha Milik Swasta/BUMS) dan koperasi. Di Indonesia koperasi adalah suatu system yang dirasa paling sesuai sebagai pendorong ekonomi yang tidak terpisahkan dari system perekonomian yang telah lebih dulu mapan.

Penjelasan pasal 33 UUD 1945 sebagaimana yang dikutip oleh Arifin Sitio dan Halomoan Tamba mengatakan bahwa: [1]

> "produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan kemakmuran orang seorang. Oleh sebab itu perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Bangun perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi".

Pernyataan di atas merupakan bentuk keyakinan bahwa koperasi merupakan salah satu pelaku ekonomi bangsa yang memiliki karakteristik berbeda dibanding dengan pelaku ekonomi lainnya. Ciri yang membedakannya adalah koperasi dibangun berdasarkan atas asas kekeluargaan. Kemakmuran anggota koperasi menjadi hal yang diutamakan dalam kehidupan perkoperasian

Perjalanan koperasi di hadapkan pada proses pengkaderan yang berkelanjutan. Pada saat ini lembaga yang dirasa mumpuni untuk melakukan pengkaderan secara maksimal adalah melalui perguruan tinggi. Pengkaderan koperasi melalui perguruan tinggi dilaksanakan dalam bentuk sebuah lembaga bernama koperasi mahasiswa dimana pengurus aktif adalah mahasiswa dan

[1] Arifin Sitio dan Tamba Halomoan, *Koperasi: Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga, 2001. Hal 28.

anggotanya merupakan mahasiswa perguruan tinggi itu sendiri. Koperasi mahasiswa sendiri identik dengan penyediaan kebutuhan hidup mahasiswa yang profitable seperti penyediaan kebutuhan sehari-hari yang berwujud minimarket, kemudian jasa layanan telpon, jual beli buku pelajaran dan kebutuhan lainnya. Dengan sinergi ini diharapkan kader-kader koperasi akan muncul sehingga koperasi sebagai soko guru perekonomian dapat berdiri tegak diantara globalisasi dunia yang terus menyeruak.

Upaya pengembangan koperasi di yogyakartas terutama koperasi mahasiswa di yogyakarta, dalam perjalanannya terdapat masalah yang mengkawatirkan. Kekawatiran tersebut muncul karena dari 8 Perguruan Tinggi di Yogyakarta, ada 2 Perguruan Tinggi yang tidak memiliki Kopma dan 1 Perguruan Tinggi yang baru memiliki Kopma. Menurut hasil kunjungannya ke Kopindo baik Perguruan Tinggi Swasta dan Negeri, aktivitas koperasi mahasiswa nyaris tenggelam.[2] Bahkan R. Paskalis Daga, Sektretaris Induk Koperasi Pemuda Indonesia (Kopindo) mengilustrasikan Kopma-Kopma tersebut kondisinya dalam setengah koma, atau setengah mati. [3]

Penelitian di lapangan juga menemukan sebuah permasalahan lain yang dihadapi Kopma UIN SUKA, yakni permasalahan pada saat ini bukan pada minimnya barang, tapi berkurangnya mahasiswa yang melakukan pembelian barang dan jasa. Hal tersebut dikarenakan persaingan semakin

---

[2] http://www.dekopindki.com/koperasi/dekopin-usulkan-amandemen-uu-koperasi/2011 di akses pada tanggal 22 agustus 2014.

[3] Dwi , nurhayati , *klasifikasi koperasi mahasiswa di daerah istimewa yogyakarta*. thesis, universitas negeri Yogyakarta, 2012.

meningkat dari waktu ke waktu terutama keberadaan minimarket modern dilingkungan kampus UIN SUKA. Beragamnya pilihan mahasiswa akan suatu produk, seharusnya menjadikan pemasaran sebagai bagian terpenting dari usaha-usaha yang berorientasi profit, dan salah satu tahapan penting pemasaran tersebut adalah menganalisa perilaku konsumen atau dalam hal ini mahasiswa.

Suatu penelitian mengenai perilaku mahasiswa di UIN SUKA akan membantu memudahkan koperasi mahasiswa dalam merencanakan program-program yang dapat menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan mahasiswa sehingga tujuan mahasiswa ber-koperasi dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mahasiwa UIN SUKA. Melalui penelitian diharapkan Kopma UIN SUKA dapat mengetahui faktor-faktor penyebab koperasi mahasiswa menjadi pilihan mahasiswa. Dari hasil tersebut, Kopma UIN SUKA dapat membuat strategi pemasaran dengan tepat. Sesuatu yang tak kalah pentingnya adalah, melalui penelitian maka Kopma UIN SUKA dapat mengetahui setiap gejala yang terjadi, sehingga Kopma UIN SUKA dapat setiap saat berbenah diri serta menyesuaikan diri dengan perubahan keinginan dan kebutuhan mahasiswa.

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa peranan perilaku mahasiswa sangat besar pengaruhnya dalam keberlangsungan keberadaan Kopma UIN SUKA. Artinya Kopma UIN SUKA harus mengetahui seberapa jauh penilaian mahasiswa terhadap produk yang ditawarkan Kopma UIN SUKA ditinjau dari segi produk, harga, lokasi, promosi dan citra. Untuk itulah peranan mahasiswa

sangat besar pengaruhnya dalam membuat keputusan agar mereka selalu menjadikan Kopma UIN SUKA sebagai prioritas utama dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa. Maka dalam penelitian ini penulis mencoba melakukan wawancara kepada mahasiswa UIN SUKA secara acak, tidak melihat jurusan, fakultas dan angkatan. Responden adalah mahasiswa yang secara tidak diketahui penulis apakah pernah ataupun belum pernah melakukan pembelian baik barang dan jasa di Kopma UIN SUKA.

Selain itu hasil dari penelitian ini akan dapat menjadi bahan penyusun strategi untuk menyelesaikan hambatan-hambatan Kopma UIN SUKA. Dengan menganalisa hambatan-hambatan pada Kopma UIN SUKA, maka akan diketahui apa saja yang mempengaruhi mahasiswa menjadikan Kopma UIN SUKA sebagai rujukan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Apabila rekomendasi-rekomendasi pembuat kebijakan Kopma UIN SUKA dapat menjawab dengan keinginan dan kebutuhan mahasiswa UIN SUKA diharapkan potensi jumlah mahasiswa yang masih sangat besar dapat dimaksimalkan dan menjadikan Kopma UIN SUKA sebagai sebuah lembaga yang melekat dalam benak mahasiswa UIN SUKA. Berangkat dari penjelasan di atas, dalam penelitian ini peneliti menetapkan judul “Strategi mempertahankan keberadaan koperasi mahasiswa studi pada koperasi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana strategi keberadaan Koperasi Mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga ?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengelolaan kopma UIN SUKA.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah strategi keberadaan Kopma UIN SUKA.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat secara teoritis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan mampu:

   a. Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih berkembang dan mendalam.
   b. Memberikan sumbangan dalam pengembangan dan penyelenggaraan Kopma selanjutnya sehingga bermanfaat bagi dunia pendidikan.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara praktis bagi berbagai pihak,yaitu:

a. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai salah satu acuan dalam pengembangan dan pendayagunaan Kopma sebagai pusat bisnis dan sarana belajar mahasiswa.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakrawala ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi nyata kepada perkembangan ilmu pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan para pengguna.

c. Bagi Pengambil Kebijakan

Bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam menyusun kebijakan pendidikan dalam mengembangkan Kopma di Perguruan Tinggi dalam upaya menumbuhkan karakter dan perilaku wirausaha.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang mendukung penelitian ini adalah penelitian Rita Yuliana, dkk., dengan judul "Strategi Pengembangan Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Papua".[4]

Penelitian ini memiliki tujuan (1) mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan KOPMA UNIPA dan (2) menyusun dan merekomendasikan alternatif strategi yang bisa diterapkan dalam pengembangan KOPMA UNIPA. Penelitian dilakukan di Koperasi Mahasiswa UNIPA. Subjek dalam penelitian ini yaitu

[4] Lensa Ekonomi, Vol 7, No 1 (2013) di akses pada tanggal 29 agustus 2014 di http://jurnal.unipa.ac.id/index.php/lensaekonomi/article/view/464

pengurus inti Koperasi Mahasiswa. Sedangkan analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis SWOT menggunakan Diagram SWOT dan Matriks SWOT.

Analisis identifikasi lingkungan internal dan eksternal KOPMA UNIPA menunjukkan bahwa kekuatan KOPMA UNIPA adalah memiliki sistem pengawasan yang demokratis, memiliki badan hukum, mahasiswa memiliki modal intelektual dan kreativitas yang tinggi, adanya bantuan modal dari Universitas, memiliki unit kegitan yang beragam, dan harga relatif sama dengan pesaing. Sedangkan Kelemahan KOPMA adalah lokasi kurang strategis, mahasiswa memiliki keterbatasan waktu, kurangnya pemahaman tentang koperasi, kemampuan manajemen yang rendah, partisipasi anggota yang lemah, promosi yang belum maksimal, belum adanya training atau pelatihan, produk yang dijual masih terbatas pilihan dan jumlahnya, dan ruang koperasi yang kurang luas.

Berdasarkan analisis Matriks SWOT rumusan strategi untuk mengembangkan KOPMA UNIPA adalah meningkatkan peran dan partisipasi mahasiswa dalam Kopma, meningkatkan suplai barang primer yang menjadi kebutuhan mahasiswa, mengembangkan inovasi pada seluruh aspek dengan pemanfaatan kemajuan teknologi, memperluas pangsa pasar, membentuk pola pemasaran yang baik, meningkatkan kemampuan manajemen, membangun gedung tersendiri yang strategis, membangun kerjsama dan koordinasi dengan Pemerintah, Akademis dan Koperasi-koperasi yang ada di daerah, meningkatkan kualitas pelayanan, dan melakukan konsolidasi internal.

Penelitian lainnya adalah penelitian Budi Santosa, dkk., yang berjudul "Modal Sosial Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (Studi Kasus Kegiatan Organisasi Dan Bisnis Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)". [5]

Penelitian ini menjelaskan bahwa KOPMA UNY merupakan sebuah unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang sekaligus sebagai badan usaha perkoperasian. Organisasi ini tumbuh dan berkembang dengan menerapkan modal sosial dalam kegiatan-kegiatannya. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui modal sosial yang dimiliki KOPMA UNY dalam kegiatan-kegiatanya baik organisasi maupun bisnisnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara kepada elemen-elemen yang menjalankan organisasi, bisnis dan elemen lain yang turut berpartisipasi didalamnya serta didukung oleh data hasil studi pustaka dan dokumentasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Teknik analisis data menggunakan model analisis interakif Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Modal sosial yang ada di KOPMA UNY berupa kepercayaan, norma sosial, jaringan, dan

[5] Jurnal mahasiswa UNY, (Volume 3, Number 1, Tahun 2014) di akses pada tanggal 29 agustus 2014 di http://journal.student.uny.ac.id/jurnal/artikel/7089/34/746.

inovasi. Modal sosial tersebut secara garis besar terletak pada seluruh kegiatan operasional baik di dalam organisasi maupun bisnis yang dijalankan setiap hari. Kepercayaan yang ada di KOPMA UNY diberikan oleh berbagai pihak yakni mulai dari Civitas Akademika UNY, para suplier, organisasi-organisasi lain dan masyarakat secara umum. Norma yang ada melekat dalam setiap elemen di KOPMA UNY yaitu berupa aturan-aturan yang disepakati bersama baik tertulis seperti pada tata tertib maupun tidak tertulis atau aturan lisan. Jaringan yang ada meliputi berbagai bentuk seperti adanya ikatan kuat dan ikatan lemah serta jaringan internal dan eksternal KOPMA UNY. Inovasi yang ada di KOPMA UNY terdapat diseluruh aktifitas/kegiatan dalam pengembangan KOPMA UNY baik dari segi organisasi maupun bisnisnya.

Penelitian lainnya adalah penelitian Benni Wicaksono yang berjudul "Studi Koperasi Mahasiswa UNNES Dalam Strategi Pemasaran Beserta Hambatannya Terhadap Pesaing Ritel".[6]

Penelitian ini menunjukan bahwa koperasi mahasiswa atau KOPMA UNNES merupakan koperasi yang beroprasi di kawasan perguruan tinggi. Seiring dengan moderenisasi dan pertumbuhan jaman KOPMA mulai kewalahan dengan mengatasai pesaing-pesaing yang berada di sekitar kampus UNNES. Sehingga terjadi penurunan total omzet penjualan dari tahun 2009-2010 sebanyak Rp 13.938.712,- maka dari itu peneliti berusaha mengaitkan

[6] Data skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang di akses pada tanggal 29 agustus 2014 di *uap.unnes.ac.id/**skripsi.***

dengan strategi pemasaran yang sedang dijalankan oleh KOPMA UNNES sekarang.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah : pertama Strategi Pemasaran apa yang digunakan sebagai peranannya terhadap pesaing ritel KOPMA. kedua, hambatan apakah yang dihadapi dalam meningkatkan kinerja dan Keberhasilan Usaha KOPMA UNNES, dan ketiga upaya apakah yang dilakukan KOPMA di dalam mengatasi hambatan tersebut. Tujuan dari penelitia ini adalah: pertama untuk mengetahui strategi pemasaran yang di gunakan dalam menghalau pesaing ritel. kedua, untuk mengetahui hambatan yang dihadapi KOPMA UNNES, dan ketiga untuk mengetahui upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut.

Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan dan metode kualitatif yang berfokus pada Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh KOPMA sehubungan dengan adanya pesaing ritel, hambatan Yang dihadapi KOPMA dalam Kinerja dan Bisnis yang dijalankan dan upaya yang dilakukan KOPMA UNNES di dalam mengatasi hambatan tersebut guna keberhasilan unit Usaha KOPMA. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder berupa hasil observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukan adanya tiga penyebab menurunya total omzet penjualan pada tahun 2009-2010. Pertama dikarenakan banyaknya investasi untuk membuka lahan usaha baru yaitu warnet. Kedua pendapatan dari peminjaman toga yang menurun dan ketiga adanya pesaing yang banyak mengakibatkan menurunya penjualan produk, hambatan KOPMA dalam

bidang usaha datang dari faktor internal pengurus dan eksternal penerapan pemasaran yang kurang tepat.

Berdasarkan penelitian yang sudah terlaksana, jelas sekali KOPMA belum menerapkan strategi pemasaran dengan sistem SWOT untuk mengatasi para pesaing usaha dan juga dalam meningkatkan omzet penjualanya, saran yang dapat diajukan KOPMA semestinya mulai merubah strategi pemasaran dengan gaya *red ocean strategy* yang bersaing di tingkat harga, dan beralih ke *blue ocean strategy* dimana tertuju ke pengembangan inovasi.

F. Analisis Teori

1. Persepsi.

Pengertian Persepsi Secara etimologis persepsi berasal dari bahasa Latin *perceptio* yang artinya menerima atau mengambil. Notoatmodjo mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan sensasi yang dirasakan dengan tujuan untuk memberi makna terhadap lingkungannya. Persepsi adalah suatu proses otomatis yang terjadi sangat cepat dan kadang tidak kita sadari, dimana kita dapat mengenali stimulus yang kita terima dan memengaruhi tindakan kita. [7]

Persepsi merupakan perlakuan yang melibatkan penafsiran melalui proses pemikiran tentang apa yang dilihat, dengar, alami atau dibaca, sehingga persepsi sering memengaruhi tingkah laku, percakapan serta perasaan seseorang. Persepsi yang positif akan memengaruhi rasa puas

[7] Notoatmodjo, *"Pendidikan dan Perilaku Kesehatan",* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005)

seseorang dalam bentuk sikap dan perilakunya terhadap suatu kegiatan pelayanan kesehatan, begitu juga sebaliknya persepsi negatif akan ditunjukkan melalui kinerjanya.[8]

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.

Notoatmodjo menyatakan bahwa ada dua faktor yang memengaruhi persepsi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang memersepsikan stimulus tersebut, sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang melekat pada objeknya.

a. Faktor Internal.
   1) Pengalaman / Pengetahuan.
   2) Harapan (expectation).
   3) Kebutuhan.
   4) Motivasi.
   5) Emosi.
   6) Budaya.
b. Faktor Eksternal.
   1) Kontras.
   2) Perubahan intensitas.
   3) Pengulangan (repetition).
   4) Sesuatu yang baru (novelty).
   5) Sesuatu yang menjadi perhatian orang banyak.

[8] Fandy Tjiptono, *"Manajemen Jasa",* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2000).

Proses pembentukan persepsi antara satu individu dengan individu yang lain berbeda-beda. Thoha menyatakan bahwa pembentukan persepsi tergantung beberapa faktor yang memengaruhi, baik faktor internal seperti pengalaman, keinginan, proses belajar, pengetahuan, motivasi, pendidikan, dan faktor eksternal yang meliputi lingkungan keluarga, masyarakat, sekolah, faktor sosial budaya, lingkungan fisik, dan hayati dimana seseorang tersebut bertempat tinggal. Faktor-faktor inilah yang menyebabkan setiap orang memberikan interpretasi yang berbeda terhadap satu hal yang sama. Sehingga persepsi seseorang erat kaitannya dengan pengambilan keputusan untuk bertindak. [9]

3. Persepsi dalam Pandangan Sosiologi

Persepsi dalam pembentukan teori sosiologi adalah suatu perjalanan karena persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.[10]

Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Perilaku individu seringkali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri.

---

[9] Thoha, Miftah, " Perilaku Oranisasi-Konsep Dasar dan Aplikasinya", (Jakarta : P.T Raja Grafindo Persada, 1999).

[10] Baron, Robert A & Paul B. Paulus, "Undertanding Human Relations : A Practical guide to People at Work (2nd ed.)" A Division of Simon & Schuster, (Inc Needham Heights, MA., 1991).

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang diartikan, atau dalam konteks situasi di mana persepsi tersebut dibuat. Asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu dan persepsi-persepsi yang dipengaruhi oleh asumsi–asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu. Konsep ini pada dasarnya menjelaskan bahwa pengamat dan dunia sekitar merupakan partisipan aktif dalam tindakan persepsi. Kemudian munculah teori hubungan tentang persepsi dimana ini merupakan usaha individu-individu dalam mengamati perilaku untuk menentukan apakah persepsi disebabkan secara internal atau eksternal. Berikut adalah penjelasan teori hubunga dalam perseps;

a. Persepsi selektif

Persepsi selektif adalah menginterpretasikan secara selektif apa yang dilihat seseorang berdasarkan minat, latar belakang, pengalaman, dan sikap seseorang.

b. Efek halo

Efek halo adalah membuat sebuah gambaran umum tentang seorang individu berdasarkan sebuah karakteristik. Ketika membuat sebuah kesan umum tentang seorang individu berdasarkan sebuah karakteristik, seperti kepandaian, keramahan, atau penampilan, efek halo sedang bekerja. Kenyataan akan efek halo diperkuat dalam sebuah penelitian, yaitu saat para pelaku diberi daftar sifat seperti pandai, mahir, praktis, rajin, tekun, dan ramah, kemudian diminta untuk

mengevaluasi individu dengan sifat-sifat tersebut diberlakukan. Ketika sifat-sifat itu digunakan, individu tersebut dinilai bijaksana, humoris, populer, dan imajinatif. Ketika daftar yang sama dimodifikasi diperoleh serangkaian persepsi yang sama sekali berbeda. iPod, salah satu contoh efek halo. Produk ini memberikan persepsi terhadap produk apple lainnya

4. Jenis-Jenis Persepsi

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis.[11]

a. Persepsi visual

Persepsi visual didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.

b. Persepsi auditori

Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga.

c. Persepsi perabaan

Persepsi pengerabaan didapatkan dari indera taktil yaitu kulit.

d. Persepsi penciuman

[11] Baron, Robert A & Paul B. Paulus, "Undertanding Human Relations : A Practical guide to People at Work (2nd ed.)" A Division of Simon & Schuster, (Inc Needham Heights, MA., 1991).

Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung.

e. Persepsi pengecapan

Persepsi pengecapan atau rasa didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah.

5. Perspektif dalam Pandangan Sosiologi

Sosiologi menawarkan suatu perspektif, suatu pandangan mengenai dunia. Perpektif sosiologi membuka jendela ke arah dunia yang tak dikenal dan menawarkan pandangan segar ke dunia yang dikenal. Dalam masyarakat tentunya sering ditemukan beberapa pandangan yang berbeda satu sama lain, terutama dalam melihat kenyataan sosial atau realitas sosial. Penilaian atas sebuah realitas umumnya dimulai dengan asumsi, yaitu dugaan individu yang belum teruji kebenarannya. Kemudian asumsi-asumsi tersebut berkembang menjadi perspektif, pandangan atau paradigma.

6. Pengertian

Perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tentang suatu hal, dengan perspektif orang akan memandang suatu hal berdasarkan cara-cara tertentu. Perspektif adalah kerangka kerja konseptual, sekumpulan asumsi, nilai, gagasan yang mempengaruhi perspektif manusia sehingga menghasilkan tindakan dalam suatu konteks situasi tertentu. Perspektif membimbing setiap orang untuk menentukan

bagian yang relevan dengan fenomena yang terpilih dari konsep-konsep tertentu untuk dipandang secara rasional.

Perspektif sosiologi menekankan pada konteks sosial dalam mana manusia hidup. Perspektif sosiologi mengkaji bagaimana konteks tersebut mempengaruhi kehidupan manusia. Perspektif sosiologi merupakan pola pengamatan ilmu sosiologi dalam mengkaji tentang kehidupan masyarakat dengan segala aspek atau proses sosial kehidupan di dalamnya. Inti dari perspektif sosiologi adalah pertanyaan bagaimana kelompok mempengaruhi manusia, khususnya bagaimana manusia dipengaruhi masyarakatnya.

Pada perkembangannya terdapat empat perspektif dalam sosiologi, yaitu perspektif evolusionis, perspektif interaksionis, perspektif fungsionalis dan perspektif konflik.

a. Perspektif Evolusionis

Merupakan Perspektif teoretis yang paling awal dalam sosiologi perspektif ini didasarkan pada karya Auguste Comte (1798-1857) dan Herbert Spencer (1820-1903). Perspektif ini memberikan keterangan tentang bagaimana masyarakat manusia berkembang dan tumbuh, yang menitikberatkan pada pola perubahan masyarakat dalam kehidupannya.

Dalam perspektif ini secara umum dapat dikatakan bahwa perubahan manusia atau masyarakat itu selalu bergerak maju, namun ada beberapa hal yang tidak ditinggalkan sama sekali dalam pola

kehidupannya yang baru dan akan terus dibawa meskipun hanya sebagian kecil sampai pada perubahan yang paling baru.

Selain itu juga, perspektif ini menyatakan bahwa masyarakat sebagai suatu organisme atau suatu makhluk hidup yang mengalami proses diferensiasi dan integrasi secara berurutan. Kehidupan masyarakat sebagai suatu organisme mengalami suatu pertumbuhan secara terus menerus dalam upaya memperbaiki struktur yang ada. Dalam kaitannya dengan proses perubahan sosial terdapat empat hal penting, yaitu : asal usul dari masyarakat maju sekarang, tingkat perubahan sosial, penyebab perubahan sosial, kemana arah perubahan sosial yang akan terjadi.

Para sosiolog yang memakai perspektif evolusionis, mencari pola perubahan dan perkembangan yang muncul dalam masyarakat yang berbeda, untuk mengetahui apakah ada urutan umum yang dapat ditemukan. Contoh : Apakah faham komunis Cina akan berkembang sama seperti faham komunis Rusia yang memperoleh kekuasaan tiga dasa warsa lebih dulu; Apakah pengaruh proses industrialisasi terhadap keluarga di negara berkembang sama dengan yang ditemukan di negara Barat.

b. Perspektif Interaksionis

Perspektif ini tidak menyarankan teori-teori besar tentang masyarakat karena istilah “masyarakat”, “negara”, dan “lembaga

masyarakat" adalah abstraksi konseptual saja, yang dapat ditelaah secara langsung hanyalah orang-orang dan interaksinya saja.

Akan tetapi, masyarakat adalah juga suatu kenyataan subjektif, dalam arti bagi setiap orang, dan lembaga-lembaga lain tergantung pada pandangan subjektif orang tersebut. Apakah sebagian orang sangat baik atau sangat keji, apakah polisi pelindung atau penindas, apakah perusahaan swasta melayani kepentingan umum atau kepentingan pribadi. Ini adalah persepsi yang mereka bentuk dari pengalaman-pengalaman mereka sendiri, dan persepsi ini merupakan "kenyataan" bagi mereka yang memberikan penilaian tersebut.

Para ahli dalam bidang perspektif interaksi modern, seperti Erving Goffman (1959) dan Herbert Blumer (1962) menekankan bahwa orang tidak menanggapi orang lain secara langsung; sebaliknya mereka menanggapi orang lain sesuai dengan "bagaimana mereka membayangkan orang itu."

c. Perspektif Fungsionalis

Dalam Perspektif ini, suatu masyarakat dilihat sebagai suatu jaringan kelompok yang bekerjasama secara terorganisasi yang berkerja dalam suatu cara yang agak teratur menurut seperangkat peraturan dan nilai yang dianut oleh sebagian besar masyarakat tersebut.

Masyarakat dipandang sebagai suatu sistem yang stabil dengan suatu kecenderungan ke arah keseimbangan, yaitu suatu

kecenderungan untuk mempertahankan sistem kerja yang selaras dan seimbang.

Talcott Parsons (1937), Kingsley Davis (1937) dan Robert Merton (1957) ; Setiap kelompok atau lembaga melaksanakan tugas tertentu dan terus menerus, karena hal itu fungsional. Perubahan sosial mengganggu keseimbangan masyarakat yang stabil, namun tidak lama kemudian terjadi keseimbangan baru. Bila suatu perubahan sosial tertentu mempromosikan suatu keseimbangan yang serasi, hal tersebut dianggap fungsional; bila perubahan sosial tersebut mengganggu keseimbangan, hal tersebut merupakan gangguan fungsional; bila perubahan sosial tidak membawa pengaruh, maka hal tersebut tidak fungsional. Dalam suatu negara demokratis, partai-partai politik adalah fungsional, sedangkan pemboman, pembunuhan dan terorisme politik adalah gangguan fungsional, dan perubahan dalam kamus politik dan perubahan dalam lambang adalah tidak fungsional.

Dalam pengembangannya Perspektif fungsionalis menekankan pada empat sebagai berikut :

1) Masyarakat tidak bisa hidup kecuali anggota-anggotanya mempunyai persamaan persepsi sikap, dan nilai.
2) Setiap bagian mempunyai kontribusi pada keseluruhan.
3) Masing-masing bagian terintegrasi satu sama lain dan saling memberi dukungan.

4) Masing-masing memberi kekuatan sehingga keseluruhan masyarakat menjadi stabil.

d. Perspektif Konflik

Perspektif konflik secara luas terutama didasarkan pada karya Karl Marx (1818-1883), yang melihat pertentangan dan eksploitasi kelas sebagai penggerak utama kekuatan-kekuatan dalam sejarah. Wright Mills (1956-1959), Lewis Coser (1956), Aron (1957), Dahrendorf (1959, 1964), Chambliss (1973), dan Collines (1975): Bilamana, para fungsionalis melihat keadaan normal masyarakat sebagai suatu keseimbangan yang mantap, maka para teoretisi konflik melihat masyarakat sebagai berada dalam konflik yang terus-menerus di antara kelompok dan kelas. Teoretisi konflik melihat perjuangan meraih kekuasaan dan penghasilan sebagai suatu proses yang berkesinambungan terkecuali satu hal, dimana orang-orang muncul sebagai penentang – kelas, bangsa, kewarganegaraan dan bahkan jenis kelamin. Para teoretisi konflik memandang suatu masyarakat sebagai terikat bersama karena kekuatan dari kelompok atau kelas yang dominan.

Mereka mengklaim bahwa “nilai-nilai bersama” yang dilihat oleh para fungsionalis sebagai suatu ikatan pemersatu tidaklah benar-benar suatu konsensus yang benar; sebaliknya konsensus tersebut adalah ciptaan kelompok atau kelas yang dominan untuk memaksakan nilai-nilai serta peraturan mereka terhadap semua orang. Singkatnnya,

pandangan ini berorientasi pada studi struktur sosial dan lembaga-lembaga sosial, yang memandang masyarakat terus menerus berubah dan masing-masing bagian dalam masyarakat potensial memacu dan menciptakan perubahan sosial. Dalam konteks pemeliharaan tatanan sosial. Perspektif ini lebih menekankan pada peranan kekuasaan.

7. Pengertian Konflik

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) konflik diartikan sebagai percekcokan, perselisihan atau pertentangan. Secara sosiologis, konflik diartikan sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih(atau juga kelompok) yang berusaha menyingkirkan pihak lain dengan cara menghancurkan atau membuatnya tak berdaya.[12]

Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa konflik merupakan suatu proses sosial individu atau kelompok yang berusaha memenuhi tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan yang disertai dengan ancaman dan /atau kekerasan. Kemudian Gillin and Gillin menmaknai konflik sebagai bagian dari sebuah proses sosial yang terjadi karena adanya perbedaan-perbedaan fisik, emosi , kebudayaan dan perilaku.

8. Faktor-faktor Penyebab Konflik

Soejono Soekanto mengemukakan 4 faktor penyebab terjadinya konflik yaitu :[13]

a. Perbedaan antarindividu

[12] Alwi, Hasan, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia",* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)

[13] Soekanto, Soerjono*, "Sosiologi Suatu Pengantar",* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006).

Merupakan perbedaan yang menyangkut perasaan, pendirian, atau ide yang berkaitan dengan harga diri, kebanggan, dan identitas seseorang. Sebagai contoh anda ingin suasana belajar tenang tetapi teman anda ingin belajar sambil bernyanyi, karena menurut teman anda itu sangat mundukung. Kemudian timbul amarah dalam diri anda. Sehingga terjadi konflik.

b. Perbedaan Kebudayaan

Kepribadian seseorang dibentuk oleh keluarga dan masyarakat . tidak semua masyarakat memiliki nilai-nilai dan norma yang sama. Apa yang dianggap baik oleh satu masyarakat belum tentu baik oleh masyarakat lainnya. Interaksi sosial antarindividu atau kelompok dengan pola kebudayaan yang berlawanan dapat menimbulkan rasa amarah dan benci sehingga berakibat konflik.

c. Perbedaan Kepentingan

Setiap kelompok maupun individu memiliki kepentingan yang berbeda pula. erbedaan kepentingan itu dapat menimbulkan konflik diantara mereka.

d. Perubahan Sosial

Perubahan yang terlalu cepat yang terjadi pada suatu masyarakat dapat mengganggu keseimbangan sistem nilai dan norma yang berlaku, akibatnya konflik dapat terjadi karena adanya ketidaksesuaian antara harapan individu dengan masyarakat. Sebagai contoh kaum muda ingin merombak pola perilaku tradisi

masyarakatny, sedangkan kaum tua ingin mempertahankan tradisi dari nenek moyangnya. Maka akan timbulah konflik diantara mereka.

9. Dampak Sebuah Konflik

Dampak sebuah konflik memiliki 2 sisi yang berbeda yaitu dilihat dari segi positif dan dari segi negatif.[14]

a. Segi positif dari konflik adalah sebagai berikut:

1) Konflik dapat memperjelas aspek-aspek kehidupan yang belum jelas atau masih belum tuntas di telaah.
2) Konflik memungkinkan adanya penyesuaian kembali norma-norma, nila-nilai, serta hubungan-hubungan sosial dalam kelompok bersangkutan dengan kebutuhan individu atau kelompok.
3) Konflik meningkatkan solidaritas sesama anggota kelompok yang sedang mengalami konflik dengan kelompok lain.
4) Konflik merupakan jalan untuk mengurangi ketergantungan antarindividu dan kelompok.
5) Konflik dapat membantu menghidupkan kembali norma-norma lama dan menciptakan norma baru.
6) Konflik dapat berfungsi sebagai sarana untuk mencapai keseimbangan antara kekuatan-kekuatan yang ada di dalam masyarakat.
7) Konflik memunculkan sebuah kompromi baru apabila pihak yang berkonflik berada dalam kekuatan yang seimbang.

---

[14] Soekanto, Soerjono, *"Sosiologi Suatu Pengantar"*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006).

b. Segi negatif dari konflik :

1) Keretakan hubungan antarindividu dan persatuan kelompok.

2) Kerusakan harta benda dan hilangnya nyawa manusia.

3) Berubahnya kepribadian para individu.

4) Munculnya dominasi kelompok pemenang atas kelompok yang kalah.

10. Evaluasi Kinerja Organisasi

Evaluasi kinerja adalah penentuan secara periodik tentang efektifitas operasional suatu organisasi, bagian operasional dan karyawannya berdasarkan sasaran standar, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.[15] Dalam hal ini setiap organisasi yang sehat akan melakukan evaluasi diri baik secara internal maupun eksternal tentang posisinya dalam beraktivitas sesuai dengan standar dan kriteria yang telah ditetapkan.

Selanjutnya Hansen dan Mowen menyatakan bahwa ukuran kinerja didesain untuk menilai seberapa baik aktivitas yang dilakukan dan dapat mengidentifikasi apakah telah dilakukan perbaikan berkesinambungan. Pendapat tersebut memperjelas bahwa setiap organisasi harus mempunyai desain tentang standar dan kriteria untuk diterapkan dalam penilaian

[15] Hassel N.S Tangkilisan . *Manajemen Modern untuk Sektor Publik: Strategi Manajemen Total Quality Balanced Scorecard Scenario Planing. Yogyakarta. Balairung and Co*. 2003, di akses pada tanggal 29 agustus 2014

organisasi tentang aktivitas yang telah dan yang akan dilakukan serta mengidentifikasi tentang perbaikan yang berkesinambungan.[16]

11. Evaluasi Kinerja dengan Model *Balanced Scorecard*

Sebagai alat evaluasi kinerja, *Balanced Scorecard* mengimplementasi program perbaikan yang berkelanjutan (continous improvement programs) yaitu mengukur kinerja organisasi secara komprehensif dan seksama untuk mencapai target kinerja yang diharapkan. Kaplan dan Norton memperkenalkan empat perspektif yang berbeda dari suatu aktivitas perusahaan yang dapat dievaluasi oleh manajemen.[17] Empat perspektif yang dimaksud dalam *Balanced Scorecard* untuk mengukur kinerja meliputi:

a. Perspektif finansial

Perspektif ini dimaksudkan untuk menemukan cara yang tepat untuk memuaskan pelanggan. Pada perspektif ini perusahaan dapat dikelompokkan dalam tiga tahap yaitu (1) perusahaan pada tahap awal pertumbuhan (*early stage company*) (2) perusahaan pada tahap kelangsungan (*sustainable stage company*) dan (3) perusahaan yang berada pada tahap kematangan (*mature stage company*).

Perusahaan yang berada pada tahap awal pertumbuhan memiliki produk barang/jasa bertambah secara signifikan sehingga strategi dan pengukuran dalam perspektif finansial yang digunakan

---

[16] Hansen dan Mowen. Diterjemahkan oleh Ancella A Hermawan. "Akuntansi Manajemen", (Jakarta: Erlangga, 2000).

[17] http://setyowibowo.wordpress.com/2006/07/06/balanced-scorecard-dari-performance-measurement-hingga-strategy-focused-organization/ di akses pada tanggal 29 agustus 2014

dapat difokuskan pada pertumbuhan penerimaan, keuntungan positif dan peningkatan penjualan serta peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang berada pada tahap keberlangsungan (*sustainable stage company*) tumbuh dengan stabil sehingga strategi dan pengukuran dalam perspektif finansial yang digunakan dapat difokuskan pada peningkatan pendapatan operasional, peningkatan tingkat pengembalian investasi dan peningkatan keuntungan kotor.

Perusahaan yang berada pada tahap kematangan (*mature stage company*) .memiliki produk yang bertumbuh secara lamban sehingga strategi dan pengukuran dalam perspektif finansial dapat difokuskan pada pengelolaan arus kas (*cash flows management*), nilai tambah ekonomi (*economics value added*) dan nilai tambah kas (*cash value added)*

b. Perspektif pelanggan;

Dalam perspektif ini perusahaan harus mengidentifikasikan pelanggan dan segmen pasar dimana mereka akan berkompetisi. Elemen yang paling penting dalam bisnis adalah pelanggan, oleh karena itu harus diidentifikasi secaara tepat tentang kebutuhan pelanggan. Keberhasilan organisasi dinilai dari kemampuannya dalam memberikan pelayanan jasa secara optimal dan berkelanjutan kepada setiap konsumen atau masyarakat. Dalam hal ini perlu diperhatikan kualitas, layanan waktu dan kinerja merupakan kepentingan utama bagi pelanggan. Ada beberapa aspek yang diukur dalam perspektif

pelanggan yaitu, jumlah masyarakat yang dilayani, kepuasan pelanggan, bertambahnya pelanggan baru, ketepatan waktu respon terhadap permintaan pelanggan serta kualitas hubungan dengan pelanggan.[18]

Ada beberapa cara untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan antara lain dengan sistem keluhan dan saran yang diterima oleh organisasi, survai kepuasan konsumen dengan menyebar angket, dan analisis kehilangan pelanggan dengan cara menghubungi pelanggan untuk mencari penyebabnya. [19]

Beberapa alat untuk melihat perspektif pelanggan adalah:

1. kenaikan pangsa pasar, dapat dilihat dari kenaikan jumlah pelanggan (anggota Kopma) tahun 2012-2013.
2. Kepuasan pelanggan, dapat dilihat beberapa indikator tentang kepuasan pelanggan yang diambil melalui angket yang diberikan kepada pelanggan.

c. Perspektif Proses Bisnis Internal

Dalam perspektif ini, manajer harus mengidentifikasi prosesproses yang paling kritis untuk mencapai tujuan peningkatan nilai bagi pemilik dan pelanggan. Kinerja organisasi dalam perspektif bisnis internal dilihat dari segala tindakan yang dilakukan organisasi dalam usahanya untuk memuaskan pemilik dan pelanggan. Ukuran

---

[18] Kaplan, Robert S dan David P. Norton, "*Balanced Scorecard* : Menerapkan Strategi Menjadi Aksi", (Jakarta: Erlangga, 2000).

[19] Kotler Philip dan A.B Susanto,"*Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi Pertama"*. (Jakarta: Salemba Empat, 1999).

yang digunakan untuk menilai proses perspektif bisnis internal antara lain: waktu yang dibutuhkan dalam memberikan layanan jasa dari ide produk baru sampai memasarkannya, jumlah pelanggan baru, kinerja ketepatan waktu, kecepatan pelayanan terhadap pelanggan, peningkatan efektivitas operasi secara keseluruhan, pengurangan biaya dalam desain ulang proses serta jumlah pelatihan bagi karyawan. Beberapa alat untuk melihat proses bisnis internal adalah:

1. Proses inovasi yaitu dilihat dari jumlah aplikasi teknologi dan peralatan baru yang digunakan dalam operasional organisasi serta jumlah produk baru.
2. Proses operasional yaitu dilihat dari kecepatan pelayanan kepada pelanggan dan jumlah pelanggan baru.
3. Proses layanan, dapat dilihat dari fasilitas dan atau kemudahan yang diberikan kepada pelanggan.

d. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran.

Dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran suatu organisasi, dapat diketahui dari tiga faktor utama yang berperan dalam pertumbuhan jangka panjang yaitu; manusia, sistem dan organisasi. Selanjutnya ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan untuk melakukan pengukuran dalam tiga perspektif pembelajaran dan pertumbuhan:

1) Kemampuan karyawan;

Kemampuan karyawan diukur berdasarkan (1) *employee satisfaction* melalui survai tentang keterlibatan karyawan dalam

pengambilan keputusan, pengakuan atas hasil kerja yang baik, akses terhadap informasi serta keaktifan dan kreativitas karyawan (2) employee retention diukur melalui tingkat perputaran karyawan dan jumlah karyawan yang berhenti bekerja (3) employee productivity diukur dengan melihat gaji yang diperoleh tiap-tiap karyawan atau melalui kompensasi yang diperoleh karyawan.

2) Kemampuan sistem informasi, diukur dengan melihat persentase ketersediaan informasi mengenai pelanggan, kecepatan respon atas permintaan pelanggan.

3) Motivasi dalam memberikan wewenang dan penempatan karyawan. Selain itu ada pula ukuran lain yang digunakan untuk mengukur perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yaitu jumlah aplikasi teknologi baru, jumlah rekruitmen karyawan, jumlah karyawan yang sudah dilatih dan tingkat intensitas koordinasi dalam organisasi. [20]

12. Dukungan Sosial**.**

Dukungan sosial adalah penerimaan yang dirasakan dari kebersamaan orang-orang disekitar individu. Dukungan sosial ini tidak langsung akan mempunyai manfaat emosional yang akan memberikan sesuatu yang terbaik. Smet dalam bukunya menyatakan bahwa :

[20] Kaplan, Robert and David P. Norton. "*Balance Scorecard: Menerapkan Strategi menjadi Aksi*", (Jakarta: Erlangga, 2000). Hlm 26.

"Dengan memberi dukungan sosial individu akan mendapat pengalaman yang positif, meningkatkan rasa percaya diri dan mampu untuk mengontrol perubahan-perubahan dilingkungannya".[21]

Dukungan sosial merupakan ketersediaan sumber daya yang memberikan kenyamanan fisik dan psikologis yang didapat lewat pengetahuan bahwa individu tersebut dicintai, diperhatikan, dihargai oleh orang lain dan ia juga merupakan anggota dalam suatu kelompok yang memiliki kepentingan bersama.[22]

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Kuntjoro yang berpendapat bahwa dukungan sosial mencakup dua hal, yaitu :

a. Jumlah atau sumber dukungan sosial yang tersedia merupakan persepsi individu terhadap sejumlah orang yang dapat diandalkan saat individu membutuhkan bantuan (pendekatan berdasarkan kuantitas).
b. Tingkat kepuasan akan dukungan sosial yang diterima berkaitan dengan persepsi individu bahwa kebutuhannya akan terpenuhi (pendekatan berdasarkan kualitas). [23]

Dukungan sosial bukan sekedar memberikan bantuan, tetapi yang penting adalah bagaimana persepsi si penerima terhadap makna dari bantuan itu. Hal ini erat hubungannya dengan ketepatan dukungan sosial yang diberikan, dalam arti bahwa orang yang menerima sangat merasakan manfaat bantuan bagi dirinya, karena sesuatu yang aktual dan memberikan

---

[21] Bart, Smet, " Psikologi Kesehatan", (Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 1994).

[22] Bedjo, Siswanto, " Manajemen Tenaga Kerja", (Bandung : Sinar Baru, 1990).

[23] Kuntjoro, H. Zainudin Sri Drs, Mpsi, " Komitmen Organisasi" (Jakarta: 200).

kepuasan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial adalah sesuatu yang dimiliki individu yang hanya dapat dinilai dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tepat kepada individu tersebut dan memberikan bantuan, dorongan, serta penerimaan apabila individu mengalami kesulitan. Bantuan atau pertolongan tersebut dapat berbentuk fisik, perhatian, emosional, pemberian informasi dan pujian. Itu sebabnya persepsi sangat berperan penting dalam proses seseorang memberikan dukungan[24].

13. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dukungan.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi seseorang memberikan dukungan antara lain :

a. Keintiman Dukungan sosial lebih banyak diperoleh dari keintiman daripada aspek-aspek lain dalam interaksi sosial, semakin intim seseorang maka dukungan yang diperoleh akan semakin besar.
b. Persepsi Dukungan sosial akan dipersepsi positif apabila individu tersebut merasakan manfaat dari dukungan yang diterimanya, dan sebaliknya persepsi yang negatif apabila si penerima tidak merasakan manfaat dari dukungan yang diterimanya.
c. Harga Diri Individu dengan harga diri yang tinggi memandang bantuan dari orang lain merupakan suatu bentuk penurunan harga diri karena dengan menerima bantuan orang lain diartikan bahwa individu yang bersangkutan tidak mampu lagi dalam berusaha.

[24] Kuntjoro, H. Zainudin Sri Drs, Mpsi, “ Komitmen Organisasi” (Jakarta: 200).

d. Keterampilan Sosial Individu dengan pergaulan yang luas akan memiliki keterampilan sosial yang tinggi, sehingga akan memiliki jaringan sosial yang luas. pula. Sedangkan, individu yang memiliki jaringan individu yang kurang luas memiliki keterampilan sosial rendah.

G. Metode Penelitian

Apabila diuraikan secara umum metode penelitian bisa diartikan sebagai cara yang alamiah untuk mendapatkan data yang valid yang bertujuan agar dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga bisa digunakan untuk memahami dan mengantisipasi suatu masalah dalam lingkup pendidikan.[25]

1. Jenis Penelitian.

Penelitian ini bermaksud untuk membahas dan memetakan masalah atau konflik yang terjadi dalam strategi mempertahankan keberadaan KOPMA UIN SUKA sehingga dapat memberikan solusi dalam mempertahankan keberadaan KOPMA UIN SUKA. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research)* dengan menggunakan metode kualitatif. Prosedur penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dari seseorang yang baik tertulis maupun diucapkan dan juga perilaku yang dapat diamati. Melalui metode ini diharapkan dapat ditemukan strategi keberadaan Kopma UIN SUKA dalam konteks kekinian.

[25] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan,* Bandung : Alfabeta, 2007. Hlm 6

2. Subjek dan lokasi penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengurus Kopma UIN SUKA periode 2013-2014. Subjek ini merupakan pelaksana program Kopma UIN SUKA dan mengetahui kondisi riil di lapangan. Kemudian data penelitian di dapatkan melalui pengamatan dan wawancara langsung dilokasi Kopma UIN SUKA Yogyakarta yang beralamat di Jl. Bimokurdo, Sleman, Yogyakarta.

3. Jenis data.

Menurut sumbernya, data penelitian digolongkan sebagai data primer dan data sekunder :

a. Data Primer.

Adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Yang termasuk data primer yaitu :26

1) Dokumen atau catatan yang diarsipkan dan ditulis oleh pengamat (saksi mata) suatu peristiwa.
2) Peninggalan yang berhubungan dengan seseorang, lembaga, kelompok suatu periode.
3) Penuturan saksi mata, dalam hal ini informan tentang suatu peristiwa melalui lisan.

b. Data Sekunder.

---

[26] Sanapiah Faisal, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1992), hlm.390-393.

Adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Daata sekunder biasanya terwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.[27] Data sekunder dalam penelitian ini berupa berita dari sebuah buku RAP pengurus Kopma tahun 2012-2013.

4. Teknik Pengumpulan Data.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi persitipatif (*partisipan observasion*), wawancara mendalam *(indepthinterview*), dan studi dokumentasi *(study of documents).*

a. Observasi partisipasif.

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengulas dan mencatat secara sistematis kejadian atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian observasi partisipatif *(partisipation observation).* Peneliti juga akan melakukan pengamatan terhadap beberapa kegiatan yang dilakukan oleh pengelola Kopma untuk menarik mahasiswa untuk berbelanja di Kopma.

a. Wawancara Mendalam.

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi struktur *(semi structure interview).* Jenis wawancara masuk dalam in-dept interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan

[27] Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm 91.

dari wawancara jenis ini adalah untuk menentukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-ide nya. Dalam melakukan wawancara, peneliti mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Untuk mendapatkan datanya peneliti akan bertanya langsung terhadap beberapa mahasiswa pelanggan Kopma, dan pengurus Kopma UIN SUKA.

b. Studi Dokumentasi.

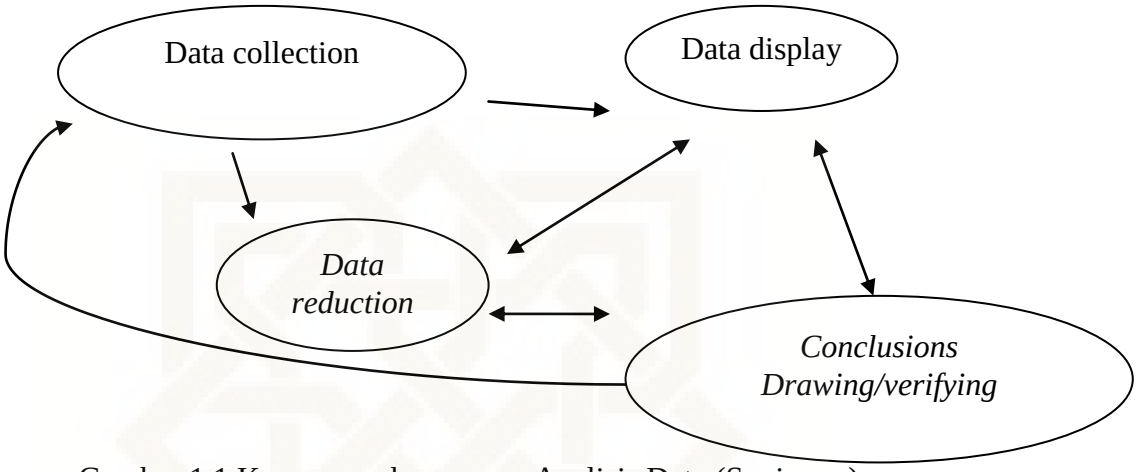
Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya yang dihasilkan dari seseorang. Teknik studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan dan wawancara.

5. Teknik analisis data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi Miles dan Huberman.[28] Analisis deskriptif merupakan upaya yang berlanjut dan terus menerus. Masalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan rangkaian kegiatan analisis yang saling susul menyusul. Tiga jenis kegiatan utama analisis data merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak bolak balik di antara kegiatan reduksi,

[28] Sugiyono, "*Memahami Penelitian Kualitatif……"*, hlm. 92.

penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi untuk lebih memperjelas alur kegiatan analisis data penelitian tersebut pada bagan berikut ini:



Gambar 1.1 Komponen-komponen Analisis Data (Sugiyono)

Penjelasan mengenai proses penemuan data di atas kemudian akan didukung dengan perbandingan kinerja keuangan untuk memperkuat data dan fakta di lapangan. Seperti teknik penghitungan profitabilitas untuk mengukur perbandingan keuntungan tahun 2012 dengan keuntungan tahun 2013.

H. Sistematika Pembahasan.

Sistematika pembahasan skripsi ini bertujuan untuk memberikan suatu gambaran secara utuh, menyeluruh dan agar mudah dibaca dan dipahami skripsi ini akan disusun sisitematika sebagai berikut :

Bab I pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori yang digunakan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang profil dan sejarah Kopma UIN SUKA. Kemudian Profil Kopma UIN SUKA Yogyakarta periode 2013-2014 yang akan dijadikan tempat penelitian mulai dari letak geografis, sejarah dan latar belakang, visi dan misi, struktur organisasi Kopma, serta sarana dan prasarana dan kondisi sosial dan kegiatan-kegiatannya.

Bab III membahas tentang bagaimana tanggapan pengurus atas opini yang mengalir dan bagaimana strategi mempertahankan keberadaan KOPMA UIN SUKA.

Bab IV yang berisi saran-saran, kesimpulan, daftar informan dan penutup.

BAB V

PENUTUP.

A. Kesimpulan.

Setelah dilakukan penelitian secara mendalam mengenai "Strategi Keberadaan Kopma UIN SUKA", bisa diambil kesimpulan bahwasanya keberadaan Kopma UIN SUKA memang mempunyai peranan yang besar dilihat dari sejarah keberadaan Kopma di kampus UIN Sunan Kalijaga. Kopma telah bertahan dari waktu ke waktu, dan mengikuti seiring perkembangan zaman. Namun pada dekade / era sekarang keberadaan Kopma UIN SUKA masih dipandang tidak terlalu orgen bagi sebagian mahasiswa. Terbukti lewat wawancara dengan beberapa mahasiswa mereka menyatakan ada yang belum pernah melakukan transaksi jual beli barang / jasa di Kopma. Untuk memenuhi kebutuhan keseharian atau pun kebutuhan perkuliahan dari hasil wawancara terhadap beberapa mahasiswa, mereka mengaku tidak menjadikan Kopma sebagai pilihan / rujukan utama.

Dengan berkembangnya zaman Kopma sendiri telah berbenah diri dan bermetamorfosis, dari sebuah (menyerupai) toko kecil yang terletak dibawah masjid UIN Sunan Kalijaga pada saat itu, saat ini menjadi toko dengan gedung bertingkat lantai 3 di Jl. Bimokurdo Sapen Yogyakarta. Tetapi bukan berarti Kopma tidak mempunyai kendala, masih saja ada kendala termasuk pada letak geografis keberadaan gedung Kopma saat ini yang dinilai beberapa mahasiswa kurang strategis. Untuk menanggulangi hal tersebut, pengurus Kopma

mengupayakan perizinan kepada pihak Rektorat untuk pemasangan spanduk Kopma didepan Poliklinik UIN SUKA. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah mahasiswa (mahasiswa baru khususnya) mengetahui letak Kopma UIN SUKA.

Pengelolaan kopma saat ini secara garis besar masih berjalan sama seperti kepengurusan tahun kemarin. Kebijakan dan fokus utama tertuju kepada calon konsumen ataupun calon anggota baru (mahasiswa baru). Sebagai contoh, dengan memberikan potongan harga sebesar 5% setiap melakukan transaksi pembelian di Kopma dengan cara menunjukan KTM.

Pengurus Kopma tidak menampik saat ini masih ada mahasiswa baru yang belum mengetahui letak keberadaan Kopma. Untuk menanggulangi hal tersebut saat ini pengurus Kopma masih dalam pengupayaan mengurus perizinan pada pihak Rektorat UIN SUKA untuk memasang spanduk didepan Poliklinik UIN SUKA sebagai penunjuk letak keberadaan Kopma UIN SUKA.

B. Saran.

Dari hasil penelitian tersebut peneliti mempunyai beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi Kopma UIN Sunan Kalijaga. Yakni untuk lebih mengenalkan Kopma kepada mahasiswa pihak Kopma yang berwenang melakukan promosi lebih mendalam, tidak hanya dilingkungan Kopma tetapi merambah tempat-tempat umum dikampus bahkan lebih mendalam. Semisal dilingkungan fakultas bahkan tiap prodi. Promosi tidak hanya yang berkaitan

dengan UKM saja tetapi juga yang berkaitan dengan produk atau barang-barang yang dijual di Kopma.

Alangkah baiknya dalam pemasaran buku, Kopma bekerjasama dengan pihak kampus / fakultas dengan melobi tiap dosen buku apa saja yang sekiranya dibutuhkan dalam perkuliahan dan Kopma menyediakan dengan harga yang lebih murah dari tempat lain. Dengan begitu mahasiswa sedikit banyak muncul rasa ketertarikan bahkan memprioritaskan untuk berbelanja kebutuhan perkuliahan di KOPMA, terutama buku perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin Sitio dan Tamba Halomoan, *Koperasi: Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga, 2001.

Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedelapan,* Liberty :Yogyakarta, 2000.

Dwi nurhayati , *klasifikasi koperasi mahasiswa di daerah istimewa yogyakarta*. thesis, universitas negeri Yogyakarta, 2012.

Husein Umar, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT Gramedia, 2000.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Jilid I,* Penerbit Andi,. Yogyakarta, 1999.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan,* Bandung : Alfabeta, 2007.

Arif Sudaryana, "*Perilaku Konsumen dalam Berbelanja pada Supermarket di Yogyakarta",* Jurnal AKMENIKA UPY Vol. 8: 67 – 83 tahun 2011.

Notoatmodjo, *"Pendidikan dan Perilaku Kesehatan",* .Jakarta: Rineka Cipta, 2005.

Mahmud Thoha, *Puslitbang Ekonomi dan Pembangunan* : Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta, 1999

Kuntjoro, H. Zainuddin Sri Drs, MPsi. (2002). *Komitmen Organisasi.* Jakarta.

M Keesing, Roger, *Antropologi Budaya, Suatu Perspektif Kontemporer*, Jakarta : Erlangga, 1992.

Indra Jaya, Pajar Hatma, *Analisis Masalah Sosial, Breakdown Teori-teori Sosial Menuju Praktis Sosial*. Yogyakarta : Senter, 2008.

Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Bandung : Alfabeta, 2008, cetakan keempat.

Pedoman Penulisan Proposal / Skripsi Sosiologi, Program Study Sosiologi Fishum UIN Sunan Kalijaga, 2008.

Laporan Pertanggung Jawaban Kepengurusan dan Kepengawasan, KOPMA UIN Sunan Kalijaga, 2013

Hassel N.S Tangkilisan . *Manajemen Modern untuk Sektor Publik: Strategi Manajemen Total Quality Balanced Scorecard Scenario Planing. Yogyakarta. Balairung and Co*. 2003 di akses pada tanggal 29 agustus 2014.

Bernard Raho, "*Teori Sosiologi Modern*". Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2007

Lewis Coser , "*The Function of Social Conflict*", New York: Free Press, 1956

Alwi, Hasan, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia",* Jakarta: Balai Pustaka, 2007

Soekanto, *Soerjono, "Sosiologi Suatu Pengantar"*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006

Lain-lain.

Lensa Ekonomi, Vol 7, No 1 (2013) di akses pada tanggal 29 agustus 2014 di http://jurnal.unipa.ac.id/index.php/lensaekonomi/article/view/464

Elly Malihah/Pokok_Materi_Sosiologi,_Elly_M/7._Konflik_Dan_Integrasi_Skl. http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/M_K_D_U/196604251992032

http://www.dekopindki.com/koperasi/dekopin-usulkan-amandemen-uu-koperasi/2011

http://skripsi-manajemen.blgspot.com/2011/03/pengertian-loyalitas-konsumen.html

http://kopmauinsuka.wordpress.com/

http://uin-suka.ac.id/

http://jurnal.unipa.ac.id/index.php/lensaekonomi/article/view/464

http://journal.student.uny.ac.id/jurnal/artikel/7089/34/746

*uap.unnes.ac.id/**skripsi.***

Lampiran Lampiran.

Responden

Wawancara 1
Nama : Alifiano Arif Muhammad
Jabatan : Mhs Pekerja sosial / pascasarjana UIN SUKA.
Tanggal : 08 Agustus 2014
Pukul : 12.30 WIB,
Tempat : Masjid Kampus UIN SUKA

Wawancara 2
Nama : Zainal
Jabatan : Mhs Pendidikan Fisika / Saintek.
Tanggal : 08 Agusutus 2014
Pukul : 13. 00 WIB,
Tempat : Masjid kampus UIN SUKA

Wawancara 3
Nama : Fajar
Jabatan : Mhs PGMI / Tarbiyah.
Tanggal : 08 Agustus 2014
Pukul : 13.15 WIB,
Tempat : Masjid kampus UIN SUKA

Wawancara 4
Nama : Anang Jefri
Jabatan : Mhs Ilmu Komunikasi / Fishum.
Tanggal : 08 Agustus 2014
Pukul : 13.30 WIB,
Tempat : Masjid kampus UIN SUKA

Wawancara 5
Nama : Mujiburrohman
Jabatan : Mhs PAI / Tarbiyah.
Tanggal : 08 Agustus 2014
Pukul : 13.45 WIB,
Tempat : Minimarket Kopma UIN SUKA.

Wawancara 6
Nama : Yayan Suryana
Jabatan : Dosen Pembimbing Kopma.
Tanggal : 08 Agustus 2014

Pukul : 08.45 WIB,
Tempat : Kantor Prodi Sosiologi Fishum UIN SUKA.

Wawancara 7
Nama : Rofiq Mahfur
Jabatan : Ketua Umum Kopma UIN SUKA.
Tanggal : 19 Agustus 2014
Pukul : 13.00 WIB,
Tempat : Kantor Sekertariatan Kopma UIN SUKA.

GUIDE INTERVIEW

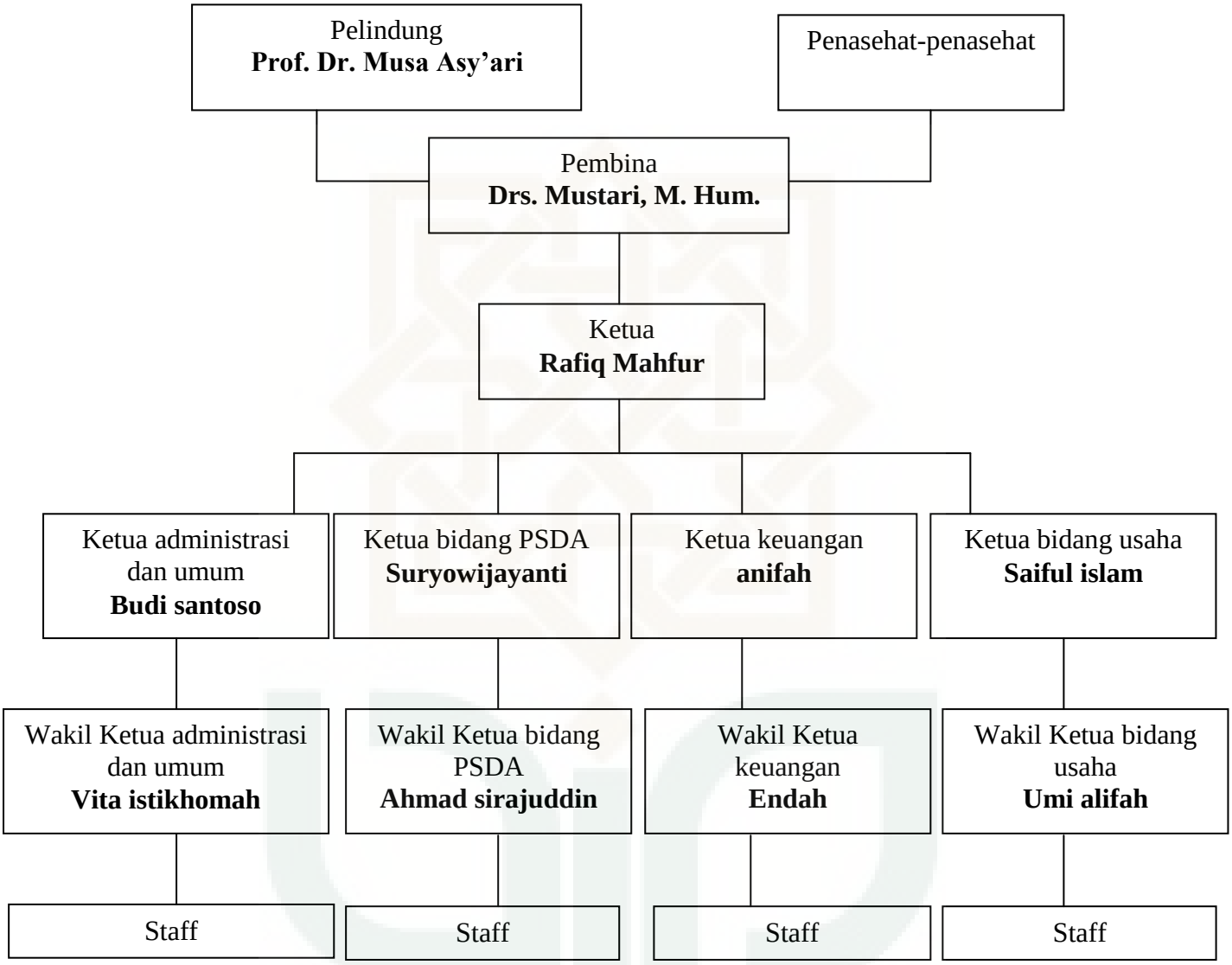
A. Pelanggan Kopma UIN SUKA

1. Pernahkah anda melakukan transaksi pembelian barang / jasa di Kopma UIN SUKA?
2. Apa alasan anda melakukan transaksi pembelian barang / jasa di Kopma UIN SUKA?
3. Apa masukan atau kritik dan saran anda atas keberadaan Kopma UIN SUKA?

B. Pengurus dan dosen pembimbing Kopma UIN SUKA.

1. Apa kendala yang ada di Kopma dalam pengelolaan minimarket?
2. Sejak kapan hal tersebut terjadi?
3. Kenapa hal tersebut bisa terjadi?
4. Dimana masalah pengelolaan tersebut sering terjadi?
5. Dalam kondisi tersebut siapakah yang bisa menyelesaikan kendala tersebut?
6. Bagaimana seharusnya Kopma itu berjalan?

Susunan Kepengurusan Koperasi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta periode 2013-2014.



Gambar 3.1 Struktur KOPMA UIN SUKA tahun 2013-2014

(Gambar Gedung Kopma Tampak Depan).

(Gambar Unit Usaha Mini Market Kopma UIN Suka).

(Gambar Unit Usaha Toko Buku Kopma UIN SUKA).

(Salah satu poster dari event yang diadakan oleh Kopma UIN SUKA).

CURRICULUM VITAE

Nama : Ribchan Ansori.

Alamat : Sawahan, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta.

Email : ribchanansori@yahoo.co.id.

Nomor kontak : 089674622782.

Tempat, tanggal lahir : Sleman, 03 April 1989.

Nama Ayah : (Alm) Wakori.

Nama Ibu : Mursidah Amiyati.

Riwayat Pendidikan **:**

TK ABA Mlangi : Lululus tahun 1995.

SD Negeri Tuguran : Lulus tahun 2001.

MTs N Yogyakarta 1 : Lulus tahun 2004.

SMK Muhammadiyah Mlati : Lulus tahun 2007.

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : Masuk tahun 2007.