

B 25

ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jurnal IPS dan Pengajarannya

Permasalahan dan Implikasi Kebijakan Pasar Kera di Indonesia

Penyiapan Sumber Daya Manusia Bagi Pembangunan Ekonomi Daerah Dalam Era Otonomi Daerah

Menanggulangi Kemiskinan melalui Pemberdayaan Masyarakat

Pemanfaatan Perbandingan Hukum dalam Pembangunan Hukum di Indonesia

Peningkatan Kesetiaan Anggota sebagai Pelanggan Koperasi (Suatu Upaya Peningkatan Partisipasi Anggota KUD)

Sejarah Akademis Dalam Proses Pembelajaran Sejarah pada Pendidikan Tingkat SLTP

Upaya Peningkatan Produktivitas Pabrik Gula di Jawa Timur

Pengaruh Perilaku Pemimpin dalam Pengambilan Keputusan terhadap Komitmen Karyawan pada Program Implementasi SJM ISO-9001 (Studi pada Perusahaan Unjuk Jasa Tirta)

Validitas Capital Asset Pricing Model di Bursa Efek Jakarta

Konstruksi Gender Calon Guru Sekolah Dasar Perempuan dan laki-laki Ideal serta Hubungannya menurut Mahasiswa PGSD Universitas Negeri Surabaya

Analisis Transaksi Pembelian Bisnis oleh Anggota pada Koperasi untuk Tanggulangin Sidoarjo Jawa Timur

Peranan Lembaga Latihan Swasta (L-S) terhadap Pengembangan Dunia Usaha di Kota Makassar

Tahun 35, Nomor 1, Juni 2001

ISSN: 0854-8250

ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jurnal IPS dan Pengajarannya

Berdasarkan SK Dirjen Dikti No. 69/DIKTI/Kep/2000 telah terakreditasi sebagai Jurnal Majalah Ilmiah terhitung sejak ditetapkan pada tanggal 21 Maret 2000.

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember, ISSN: 0854-8250, berisi tulisan ilmiah tentang ilmu pengetahuan sosial dan hubungannya dengan pengajaran, baik yang ditulis dalam bahasa Indonesia maupun asing. Tulisan yang dimuat berupa analisis, dan aplikasi teori, hasil penelitian, dan pembahasan kepastakaan.

Ketua Penyunting:
Supriyanto

Wakil Ketua Penyunting:
Sa'dun Akbar

Penyunting Pelaksana:
Mit Witjaksono
Budi Suhartono
Rusuf Subasto
A.J. Purwanto
Tubandjo

Penyunting Ahli:
Salladien
Cahyoto
Wahyudi

Penyunting Tamu:
Umar Nimran (Universitas Brawijaya)
Jusuf Abadi (Universitas Tadulako)
Effendie (Universitas Airlangga)

Pelaksana Tata Usaha:
Bambang Suyono
Abdul Rachman

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: FE Universitas Negeri Malang Jl. Surabaya 6 Malang 65145 Gedung E3. Telepon (0341) 551-312 (4 saluran), psw. 275 dan 276. Faks (0341) 551-921. Langganan 2 Nomor setahun Rp 30.000,00. Uang langganan dapat dikirimkan dengan wesel pos ke alamat Tata Usaha atau melalui Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Universitas Negeri Malang (Jl. Surabaya 6 Malang 65145) rekening Supriyanto, Nomor: 121.001060134.901.

JURNAL ILMU PENGETAHUAN SOSIAL DAN PENGAJARANNYA diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. **Dekan:** Sutrisno. **Pembantu Dekan I:** Bambang Pranowo. **Pembantu Dekan II:** Sutatmi. **Pembantu Dekan III:** Mulyoso. Terbit pertama kali pada tahun 1967 dengan nama **MIMBAR ILMU**.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain. Naskah yang masuk dievaluasi oleh Penyunting dan/atau Penyunting Ahli: Penyunting dapat melakukan perubahan pada tulisan yang dimuat untuk keseragaman format, tanpa mengubah maksud dan isinya.

Jurnal ini diterbitkan di bawah pembinaan Tim Pengembang Jurnal dan Berkata Universitas Negeri Malang. **Pembina:** Nuril Huda (Rektor). **Penanggungjawab:** M. Saleh Marzuki. **Ketua:** Ali Saukah. **Anggota:** Suhadi Ibnu, Amat Mukadis. **Staf Teknis:** S. Fuad, Aminarti S. Wahyuni. **Pembantu Teknis:** Fatmawati, Akhmad Munir, Sukarto.

ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jurnal IPS dan Pengajarannya

Tahun 35, Nomor 1, Juni 2001

DAFTAR ISI

- Salladien* Permasalahan dan Implikasi Kebijakan Pasar Kerja di Indonesia, 1
- Setyaningsih* Penyiapan Sumber Daya Manusia Bagi Pembangunan Ekonomi Daerah Dalam Era Otonomi Daerah, 15
- Sadiyo* Menanggulangi Kemiskinan melalui Pemberdayaan Masyarakat, 27
- H. Suko Wiyono* Pemanfaatan Perbandingan Hukum Dalam Pembangunan Hukum di Indonesia, 43
- Nurhadi* Peningkatan Kesetiaan Anggota sebagai Pelanggan Koperasi (Suatu Upaya Peningkatan Partisipasi Anggota KUD), 55
- A.J. Purwanto* Sejarah Akademis Dalam Proses Pembelajaran Sejarah pada Pendidikan Tingkat SLTP, 68
- Effendie* Upaya Peningkatan Produktivitas Pabrik Gula di Jawa Timur, 79
- Achmad S.* Pengaruh Perilaku Pemimpin dalam Pengambilan Keputusan terhadap Komitmen Karyawan pada Program Implementasi SJM ISO-9001 (Studi pada Perusahaan Umum Jasa Tirta), 95
- F. Danardana M.* Validitas Capital Asset Pricing Model di Bursa Efek Jakarta, 111
- Oksiana J.* Konstruksi Gender Calon Guru Sekolah Dasar: Perempuan dan Laki-Laki Ideal serta Hubungannya menurut Mahasiswa PGSD Universitas Negeri Surabaya, 123
- Sulastri* Analisis Transaksi Pembelian Bisnis oleh Anggota pada Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo Jawa Timur, 140
- Djamaluddin H. Hasanuddin* Peranan Lembaga Latihan Swasta (LLS) Terhadap Pengembangan Dunia Usaha di Kota Makassar, 152

- Praptiningsih S.* Faktor-Faktor Sosial yang Mempengaruhi Sikap Kaum Lansia di Panti Jompo Pangesti Lawang, 165
- Supriyanto* Persepsi Pengelola Koperasi terhadap Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha Koperasi (Studi Kasus Pada KPRI Di Kotamadya Malang), 181
- Bambang Suyono* Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank di Kodya Malang, 198
- H.M. Jusuf Abadi* Analisis Keterkaitan Pembangunan Ekonomi Kawasan Timur Indonesia dan Kawasan Barat Indonesia, 208

Analisis Transaksi Pembelian Bisnis oleh Anggota pada Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo Jawa Timur

Sulastri

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh: lingkungan, organisasi, hubungan antar individu dan individu sebagai variabel bebas terhadap transaksi pembelian anggota Koperasi Intako sebagai variabel terikat. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik regresi ganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat, baik secara bersama-sama maupun secara partial

Kata-kata kunci: bisnis, transaksi pembelian, koperasi, koperasi Intako

Unit penyediaan bahan Koperasi Intako melayani para anggota dan masyarakat pengrajin untuk memenuhi kebutuhan bahan yang digunakan dalam proses produksi. Dalam hal ini berarti Koperasi Intako melayani pasar bisnis dan bukan pasar konsumen. Pasar bisnis merupakan pasar di mana pembelinya terdiri dari organisasi atau perorangan yang memperoleh barang atau jasa untuk dijual, disewakan dan/atau digunakan dalam produksi lebih lanjut (Weibster dan Wind dalam Kotler, 1995). Karena pembeli bisnis melakukan pembelian bukan untuk dikonsumsi, maka proses keputusan pembelian bisnis dipengaruhi oleh beberapa variabel baik yang bersifat eksternal maupun yang bersifat internal dari pengambil keputusan pembelian. Sehubungan dengan variabel-variabel yang diduga mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian bisnis. Loudon dan Bitta (1996) mengemukakan bahwa dalam melakukan pembelian, pembeli bisnis dipengaruhi oleh empat variabel yang terdiri dari beberapa indikator. Keempat variabel tersebut adalah variabel lingkungan, variabel organisasi, variabel hubungan antar individu dan variabel individu.

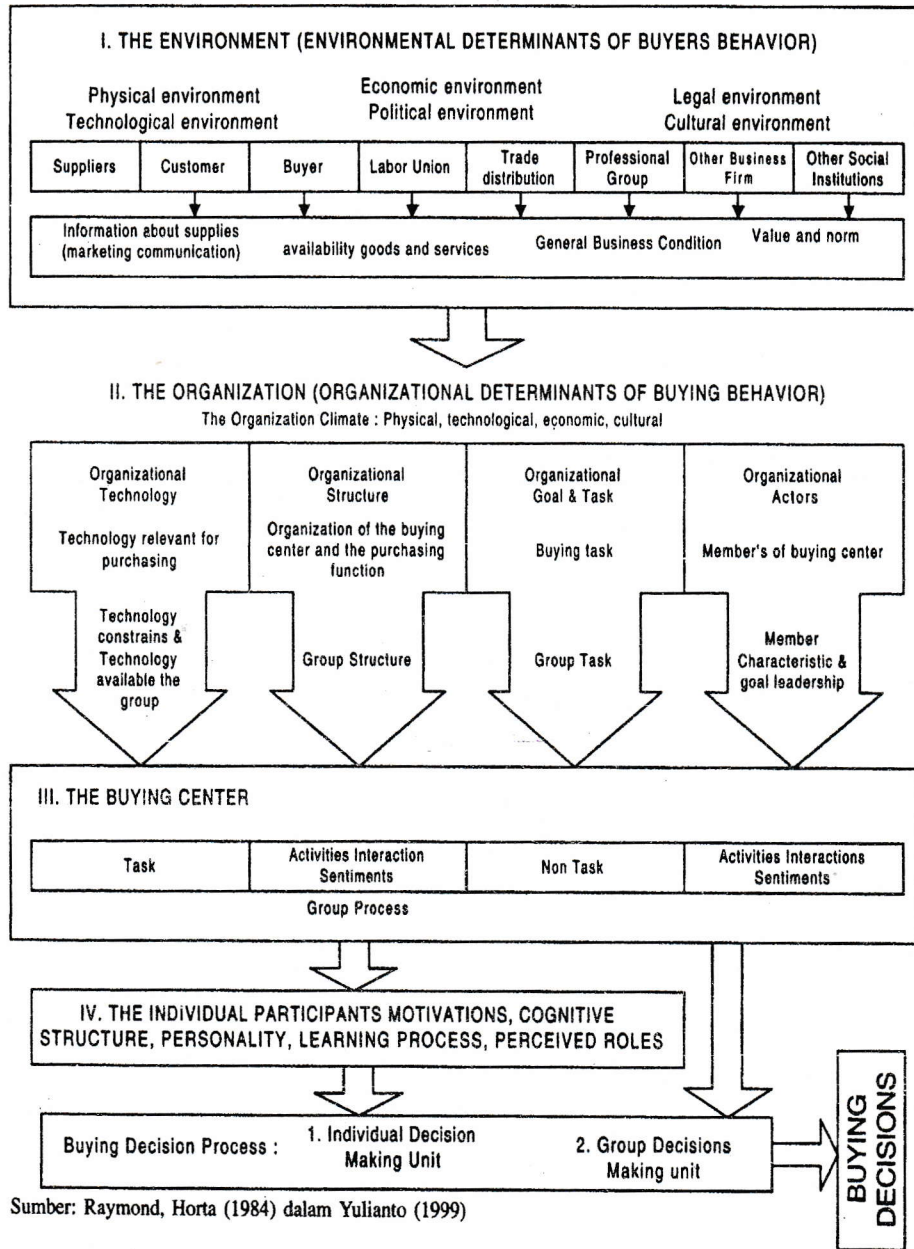
Sulastri adalah dosen Jurusan Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

Beberapa variabel menjadi pertimbangan bagi pembeli bisnis dalam melakukan pembelian. Se jauh manakah variabel-variabel tersebut berpengaruh dan berarti secara statistik merupakan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: (a) apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel lingkungan, variabel organisasi, variabel hubungan antar individu dan variabel individu dengan transaksi pembelian bisnis anggota pada Koperasi Intako, baik secara bersama maupun parsial; (b) di antara variabel lingkungan, variabel organisasi, variabel hubungan antar individu dan variabel individu, variabel manakah yang lebih penting (dominan) pengaruhnya terhadap transaksi pembelian bisnis anggota pada Koperasi Intako.

Temuan-temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada: (a) Koperasi Intako dalam rangka meningkatkan pelayanan khususnya dalam usaha penyediaan *input* (bahan baku dan bahan pembantu) untuk kelancaran proses produksi tas dan koper serta meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya; (b) sektor perkoperasian Indonesia khususnya koperasi kerajinan dalam upaya meningkatkan pelayanan dan kinerja mereka; (c) instansi terkait dengan perkoperasian, baik pemerintah maupun swasta dalam usaha melakukan pembinaan terhadap perkoperasian, baik secara empiris maupun teoretis.

Kotler (1995) serta Loudon dan Bitta (1996) mengemukakan teori tentang variabel-variabel yang diduga berpengaruh pada perilaku pembeli bisnis dan indikator-indikator dalam setiap variabel dimaksud. Secara skematis masing-masing teori tersebut digambarkan sebagai Gambar 1, 2 dan 3.

1. Model Weibster dan Wind



Gambar 1 Model Perilaku Pembeli Bisnis dari Weibster dan Wind

2. Model Kotler

Lingkungan				
1. Tingkat pembelian	Organisasi	Antar Pribadi	Individu	Pembelian Bisnis
2. Prakiraan ekonomi				
3. Biaya	2. Kebijakan	2. Penghasilan	2. Pendidikan	
4. Tingkat perubahan teknologi	3. Prosedur	1. Wewenang 2. Kedudukan 3. Empati 4. Bujukan	3. Pendidikan	
5. Perkembangan politik dan peraturan	4. Struktur Organisasi		4. Jabatan	
6. Perkembangan persaingan	5. Sistem		5. Sikap terhadap risiko	
			6. Kebudayaan	

Sumber: Kotler (1994)

Gambar 2 Pengaruh Utama dalam Pembelian Bisnis

3. Model Loudon dan Bitta

Lingkungan	Organisasi	Interpersonal	Individu	
1. Fisik	1. Tujuan 2. Struktur 3. Teknologi 4. Sistem 5. Orang	Pusat Perbelanjaan (<i>buying center</i>)	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Belajar (<i>learning</i>)	Keputusan Pembelian Bisnis
2. Teknologi				
3. Ekonomi				
4. Politik				
5. Hukum				
6. Etika				
7. Budaya				

Sumber: Loudon dan Bitta (1996)

Gambar 3 Model Perilaku Pembeli Bisnis Loudon dan Bitta

Keunikan dan karakteristik yang dimiliki koperasi mensyaratkan bahwa pasar utama dari perusahaan koperasi adalah para anggotanya, meski tidak tertutup kemungkinan untuk melayani yang bukan anggota. Sebagai saluran pemasaran koperasi harus memenuhi persyaratan: (a) mampu memenuhi sebagian besar atau seluruhnya kebutuhan anggota dalam waktu tertentu, (b) mampu bersaing dengan usaha lainnya, (c) persediaan barang yang tidak terjual harus relatif sedikit dan (d) jumlah perputaran *operating asset* dalam periode tertentu cukup besar. Adapun peran koperasi dalam pemasaran adalah: (a) memperpendek saluran pemasaran, (b) mengembangkan diversifikasi produk dan (c) menyediakan informasi

(H_0) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Karena $F_{hitung} > F\alpha_{0,05/2(4,57)} \rightarrow 25,38551 > 2,53$ bahkan angka ini berada pada signifikansi yang sangat kuat yaitu 0,0000. Ini berarti secara bersama variabel bebas (lingkungan, organisasi, hubungan antar individu dan individu) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat transaksi pembelian bisnis.

Hasil uji analisis regresi parsial untuk variabel lingkungan (X_1) diperoleh koefisien regresi sebesar 1674878,2282, $t_{hitung} = 8,442$, $t_{tabel} = 2,000$ dan signifikansi $t = 0,0000$ (Tabel 1), batas toleransi signifikansi t yang ditetapkan adalah 0,05. Kondisi ini dapat diartikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selanjutnya lebih besarnya hasil t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} ($8,442 > 2,000$) pada batas signifikansi yang ditetapkan, memberikan indikasi bahwa koefisien yang diperoleh melalui model yang dibangun dapat digunakan untuk menjelaskan nilai variabel transaksi pembelian bisnis. Bila variabel lingkungan dinaikkan satu unit, maka variabel transaksi pembelian bisnis akan meningkat sebesar 1674878,2282. Besarnya keragaman (*variance*) variabel transaksi pembelian bisnis yang dapat dijelaskan oleh variabel lingkungan secara parsial diperoleh 0,40439 atau 40,44%.

Hasil uji analisis regresi parsial untuk variabel Organisasi (X_2) diperoleh koefisien regresi sebesar 459311,57604, $t_{hitung} = 2,371$, $t_{tabel} = 2,000$ dan signifikansi $t = 0,0212$ (Tabel 1). Batas toleransi signifikansi t yang ditetapkan adalah 0,05. Kondisi ini dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selanjutnya lebih besarnya hasil t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} ($2,371 > 2,000$) pada batas signifikansi yang ditetapkan, memberikan indikasi bahwa koefisien yang diperoleh melalui model yang dibangun dapat digunakan untuk menjelaskan nilai variabel transaksi pembelian bisnis. Bila variabel organisasi dinaikkan satu unit, maka variabel transaksi pembelian bisnis akan meningkat sebesar 459311,57604. Besarnya keragaman (*variance*) variabel transaksi pembelian bisnis yang dapat dijelaskan oleh variabel organisasi secara parsial diperoleh 0,06828 atau 6,83%.

Hasil uji analisis regresi parsial untuk variabel hubungan antar individu (X_3) diperoleh koefisien regresi sebesar 564159,99694, $t_{hitung} = 2,160$, $t_{tabel} = 2,000$ dan signifikansi $t = 0,0350$ (Tabel 1), batas toleransi signifikansi t yang ditetapkan adalah 0,05. Kondisi ini dapat diartikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selanjutnya lebih besarnya hasil t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} ($2,160 > 2,000$) pada batas signifikansi

yang ditetapkan, memberikan indikasi bahwa koefisien yang diperoleh melalui model yang dibangun dapat digunakan untuk menjelaskan nilai variabel transaksi pembelian bisnis. Bila variabel hubungan antar individu dinaikkan satu unit, maka variabel transaksi pembelian bisnis akan meningkat sebesar 564159,99694. Besarnya keragaman (*variance*) variabel transaksi pembelian bisnis yang dapat dijelaskan oleh variabel hubungan antar individu secara parsial diperoleh 0,06776 atau 6,78%.

Hasil uji analisis regresi parsial untuk variabel Individu (X_4) diperoleh koefisien regresi sebesar 432045,99674, $t_{hitung} = 3,331$, $t_{tabel} = 2,000$ dan signifikansi $t = 0,0015$ (Tabel 1), batas toleransi signifikansi t yang ditetapkan adalah 0,05. Kondisi ini dapat diartikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selanjutnya lebih besarnya hasil t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} ($3,331 > 2,000$) pada batas signifikansi yang ditetapkan, memberikan indikasi bahwa koefisien yang diperoleh melalui model yang dibangun dapat digunakan untuk menjelaskan nilai variabel transaksi pembelian bisnis. Bila variabel individu dinaikkan satu unit, maka variabel transaksi pembelian bisnis akan meningkat sebesar 432045,99694. Besarnya keragaman (*variance*) variabel transaksi pembelian bisnis yang dapat dijelaskan oleh variabel individu secara parsial diperoleh 0,09975 atau 9,98%.

Dari keempat variabel bebas yang diteliti, variabel lingkungan memiliki angka koefisien regresi beta yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel bebas lainnya. Memperhatikan tingkat signifikansi yang diperoleh dalam analisis, maka variabel ini memiliki tingkat kepercayaan yang sangat tinggi (sig 0,0000).

PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat. Dari analisis regresi berganda diperoleh koefisien determinasi (R^2) = 0,64047, dengan signifikansi $F = 0,000$. Ini berarti 64,05% ragam (*variance*) total variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Besarnya koefisien non determinasi = 0,35953 menunjukkan bahwa berdasarkan data yang terkumpul, model regresi yang diperoleh tidak dapat menjelaskan keragaman total transaksi pembelian bisnis sebesar 35,95%.

Implikasinya bila pembelian industri (*industrial buying*) ingin ditingkatkan maka pengembangan serta peningkatan variabel lingkungan,

variabel organisasi, variabel hubungan antara individu dan variabel individu perlu dilakukan. Bagi Koperasi Intako indikator-indikator yang tercakup dalam keempat variabel bebas dimaksud sangat penting untuk dicermati, mengingat masih relatif kecilnya jumlah penjualan bahan baku bila dibandingkan dengan pembelian barang jadi oleh anggota. Salah satu ciri permintaan barang industri adalah permintaan yang bersifat turunan, agar permintaan bahan baku meningkat, maka permintaan barang jadi harus ditingkatkan. Dalam hal ini koperasi dapat melakukan usaha perluasan pasar, melalui *positioning*, segmentasi pasar serta kegiatan promosi.

Besarnya kontribusi variabel lingkungan (40,44%) terhadap perilaku pembeli bisnis, yang dalam penelitian ini diukur melalui besarnya transaksi pembelian bahan baku yang dilakukan, sejalan dengan riset yang dilakukan Kauffman yang menemukan bahwa variabel lingkungan dan dari variabel lain yang bersifat situasional menjadi relatif lebih penting pada keputusan pembelian (*buying decisions*). Dan penelitian Pelham dan Wilson (1996) yang menemukan bahwa lingkungan pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Relatif lebih pentingnya kontribusi variabel lingkungan (40,44%) terhadap transaksi pembelian bahan baku perlu menjadi perhatian bagi pengurus Koperasi Intako. Hal ini merujuk kepada indikator-indikator yang terungkap dalam variabel ini seperti, tingkat permintaan, prakiraan ekonomi, biaya, perubahan teknologi, politik dan hukum, persaingan, lingkungan fisik, etika serta budaya yang perlu dicermati. Meskipun variabel lingkungan merupakan variabel yang tidak dapat dikontrol (*uncontrollable*) bukan berarti koperasi Intako tidak bisa mengusahakan perbaikan pada variabel dimaksud. Kegiatan-kegiatan perluasan pasar, pengembangan teknologi termasuk teknologi informasi, seperti internet sudah saatnya dipikirkan serta diwujudkan oleh Koperasi Intako.

Variabel individu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi pembelian bisnis. Temuan ini mendukung hasil penelitian Yulianto (1997) yang secara empirik juga telah membuktikan bahwa variabel individu berpengaruh positif terhadap tanggapan konsumen. Kontribusi yang diberikan variabel ini terhadap variabel transaksi pembelian bisnis sebesar 98%. Temuan ini dapat dijadikan acuan oleh koperasi dalam meningkatkan jumlah penjualan bahan baku. Indikator, belajar, sikap terhadap risiko, pendapatan merupakan indikator-indikator yang cukup urgen untuk diperhatikan, karena indikator ini memiliki rata-rata di bawah tiga (rata-rata pengukuran).

Variabel organisasi juga terbukti berpengaruh positif terhadap variabel jumlah pembelian bisnis. Kondisi ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pelham dan Wilson (1996) yang menemukan bahwa struktur organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan. Kontribusi yang diberikan variabel ini sebesar 6,83%. Rendahnya kontribusi variabel tersebut diduga sebagai indikasi dari usaha yang dilakukan pengrajin tidak dalam bentuk badan hukum tertentu (PT, CV dan lain-lain). Hal ini didukung oleh temuan di lapangan di mana dari 62 responden penelitian, tidak satu pun dari usaha mereka yang berbentuk badan hukum.

Variabel hubungan antar individu secara signifikan juga berpengaruh positif terhadap jumlah transaksi pembelian bisnis. Hasil ini mendukung temuan Yulianto (1997), dan kontribusi yang diberikan sebesar 6,78%. Indikator wewenang, kedudukan dan status, empati serta persuasif kelihatannya belum terlalu fungsional dalam usaha pengrajin. Hal ini didukung oleh data di mana rata-rata untuk ketiga indikator pertama berada di bawah rata-rata per item pengukuran, hanya indikator persuasif yang memperlihatkan rata-rata di atas rata-rata pengukuran digunakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dari data yang berhasil dikumpulkan dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) transaksi pembelian bisnis (industrial) sebagai pengejawantahan dari keputusan pembelian bahan baku para anggota Koperasi Intako di sentra industri tas dan koper Tanggulangin, secara serempak dipengaruhi oleh variabel lingkungan, organisasi, hubungan antar individu dan individu; (2) transaksi pembelian anggota Koperasi Intako di sentra industri tas dan koper Tanggulangin, selain dipengaruhi oleh variabel lingkungan, variabel organisasi, variabel hubungan antar individu dan variabel individu, juga dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti melalui penelitian ini (koefisien non diterminasi = 0,359538); (3) variabel lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian bisnis anggota Koperasi Intako; (4) variabel organisasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian bisnis anggota Koperasi; (5) variabel hubungan antar individu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian bisnis anggota Koperasi Intako; (6) variabel individu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian bisnis anggota Koperasi Intako; (7) dari

keempat variabel bebas yang diteliti, ternyata variabel lingkungan merupakan variabel yang memiliki tingkat signifikansi paling tinggi (relatif lebih penting dibandingkan variabel bebas lainnya), kemudian diikuti oleh variabel individu, dan variabel hubungan antar individu.

Merujuk pada temuan penelitian, maka disarankan sebagai berikut: (1) pengelola Koperasi Intako untuk dapat mencermati keempat variabel dimaksud. Perhatian yang tepat dan terencana terhadap keempat variabel tersebut pada gilirannya akan meningkatkan penjualan bahan baku di koperasi dan secara berkelanjutan akan meningkatkan produksi barang jadi yang dihasilkan anggota. Dan pada akhirnya akan lebih meningkatkan kesejahteraan anggota sebagaimana fungsi dan tujuan yang ingin dicapai koperasi; (2) perlunya ditingkatkan pelatihan, seminar dan studi banding oleh Koperasi Intako bagi para anggota khususnya dan pengrajin tas dan koper umumnya. Utamanya pada materi-materi yang dapat meningkatkan serta mengembangkan variabel-variabel yang bersifat lingkungan, organisasional, hubungan antar individu dan individu; (3) mengingat relatif strategisnya materi manajemen pemasaran industri (*industrial management marketing*) dalam meningkatkan permintaan bahan baku maka disarankan kepada instansi-instansi terkait dengan perkoperasian khususnya koperasi kerajinan/industri untuk lebih memperhatikan hal ini dalam memberikan pembinaan; (4) kepada para pemerhati atau praktisi koperasi untuk melihat variabel lain selain variabel yang telah diteliti, melalui penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Gujarati, D. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa oleh Sumarno Zein., Jakarta: Erlangga.
- Kauffman, R.G. 1994. Influence on Industrial Buyers' Choise of Product: Effect of Product Application, Product Type and Buying Environment. *International Journal of Purchasing and Materialis Management*, Spring 1994. hlm. 29-38.
- Kotler, P.; Swee Hoon Ang; Shew Meng Leong; dan Chin Tiong Tan. 1996. *Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall.
- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implimentasi dan Pengendalian*. Edisi Kedelapan, Terjemahan oleh: Ancella Antawati Hermawan. Jakarta: Salemba Empact.
- Loudon, D.L. dan Bitta, Albert J. Della. 1996. *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Fourth Edition. Singapore: Mc. Graw Hill Book Co.

- Malhorta, N.K. 1996. *Marketing Research: An Applied Orientation*. United States of America: Prentice-Hall International Inc.
- Pelham, A.N. dan Wilson, David T. 1996. *A Longitudinal Study of The Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy and Market Orientation Culture on Dimension of Small-Firm Performance*. Tanpa Penerbit.
- Rophe, J. 1989. *The Economic Theory of Cooperative*. Jerman: University of Hamburg.
- Sharma, S. 1996. *Applied Multivariate Techniques*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Yulianto, E. 1999. *Analisis Tanggapan Konsumen Industrial Terhadap Produk Bahan Baku yang Dipasarkan oleh PT. Kusuma Sandang Mekar Jaya*. Tesis. Yogyakarta: MM-UGM.