



Prosiding Seminar Nasional

Hasil Penelitian, Pengabdian, dan Diseminasi

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, IKIP PGRI Bojonegoro

Tema “Urgensi Hasil Penelitian dan Pengabdian yang Inovatif serta Adaptif untuk Mendukung Indonesia Bangkit Lebih Kuat”



Pemanfaatan Digital Marketing Pada Koperasi dan Cara Koperasi Menghadapi Financial Technology (Studi Kasus pada Koperasi Kareb Bojonegoro)

Fruri Stevani^{1(✉)}, Ayis Crusma Fradani², Abdul Ghoni Asror³

^{1,2}Pendidikan Ekonomi, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia

³Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia

fruri.stevani@ikippgribojonegoro.ac.id

abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan digital marketing pada koperasi dan bagaimana cara koperasi menghadapi financial technology dengan memilih Koperasi Kareb Bojonegoro sebagai objek penelitian. Metodologi pencarian datanya menggunakan data sekunder dan data internal. Hasil penelitian ini adalah Koperasi Kareb Bojonegoro mempromosikan produknya melalui brosur dan memanfaatkan digital marketing seperti website dan Instagram dalam mempromosikan produknya. Sejauh ini, Koperasi Kareb Bojonegoro belum memiliki cara menghadapi perkembangan Financial Technology (Fintech).

Kata kunci – Koperasi; Digital Marketing; *Financial Technology*

Abstract – This study aims to find out the use of digital marketing in cooperatives and how cooperatives deal with financial technology by choosing the Bojonegoro Kareb Cooperative as a research object. The data search methodology uses secondary data and internal data. The results of this study are that the Bojonegoro Kareb Cooperative promotes its products through brochures and utilizes digital marketing such as websites and Instagram in promoting its products. So far, the Bojonegoro Kareb Cooperative does not yet have a way to deal with the development of Financial Technology (Fintech).

Keywords – Cooperative; Digital Marketing; *Financial Technology*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan adalah lembaga yang memberikan fasilitas dan produk di bidang keuangan serta memutar arus uang dalam perekonomian. Kegiatan operasional dasar dari lembaga keuangan adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya lagi kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Saat ini, sudah ada berbagai jenis lembaga keuangan non-bank yang berkembang di Indonesia yang berfungsi menyalurkan dana dan menghimpun dana salah satunya adalah koperasi. Koperasi adalah organisasi ekonomi yang dimiliki dan dioperasikan oleh

anggotanya demi kepentingan bersama. Tujuan koperasi yang paling utama adalah untuk mensejahterakan anggotanya, termasuk dari segi finansial dan ekonomi. Tetapi, kenyataan yang terjadi saat ini adalah minat masyarakat untuk berkoperasi sangat rendah. Padahal jika dilihat dari kegiatannya, koperasi menjalankan kegiatannya berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong. Koperasi diharapkan dapat mendorong perekonomian rakyat dan mensejahterakan rakyat. Tantangan koperasi yang dihadapi saat ini harus bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu penulis akan menjabarkan ke dalam tulisan ini tentang Pemanfaatan *digital marketing*.

Koperasi

Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia. Pelopor pengembangan perkoperasian di Indonesia adalah Bung Hatta dan sampai saat ini beliau dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia. Menurut Kasmir (2018: 252) "Koperasi adalah badan usaha dengan kepemilikan dan pemakai jasa merupakan anggota dari koperasi itu sendiri serta pengawasannya pun dilakukan oleh mereka yang menggunakan jasa/pelayanan badan usaha itu (Richard Kohl dan Abrahamson)". Sedangkan, menurut Undang-Undang Perkoperasian Bab 1 pasal 1 tahun 2012 koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, social, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.

Dalam praktiknya terdapat banyak jenis-jenis koperasi. Pendirian jenis koperasi tidak lepas dari keinginan para anggota koperasi tersebut. Dalam menjalankan kegiatannya, koperasi simpan pinjam memungut sejumlah uang dari setiap anggota koperasi. Uang yang dikumpulkan para anggota tersebut kemudian dijadikan modal untuk di kelola oleh pengurus koperasi, dipinjamkan kembali bagi anggota yang membutuhkannya.

Dapat disimpulkan bahwa koperasi merupakan badan usaha yang mengumpulkan dana dari para anggotanya sebagai modal serta dimiliki dan dioperasikan oleh para anggotanya untuk memenuhi kepentingan bersama yang dibentuk atas asas kekeluargaan, dimana tujuannya untuk mensejahterakan para anggotanya. Sebagai pemilik usaha, anggota koperasi juga harus berusaha dalam menyediakan kebutuhan yang diperlukan oleh sesama anggotanya. Adapun keuntungan yang diperoleh para anggota berasal dari SHU (Sisa Hasil Usaha) yang diberikan berdasarkan pada besarnya modal awal anggota dan partisipasi/keaktifan dari para anggotanya

Sumber-sumber Dana Koperasi

Sumber dana merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan koperasi simpan pinjam dalam rangka memenuhi kebutuhan dana para anggotanya. Bagi anggota koperasi yang kelebihan dana diharapkan untuk menyimpan dananya di koperasi

dan kemudian oleh pihak koperasi dipinjamkan kembali kepada para anggota yang membutuhkan dana dan jika memungkinkan koperasi juga dapat meminjamkan dananya kepada masyarakat luas.

Secara umum sumber dana koperasi berasal dari: 1) Para anggota koperasi, 2) Iuran wajib, 3) Iuran pokok, 4) Iuran sukarela, 5) Luar koperasi, 6) Pemerintah, 7) Perbankan, dan 8) Lembaga swasta lainnya "Pembagian keuntungan diberikan kepada para anggota sangat tergantung kepada keaktifan para anggotanya dalam meminjamkan dana" (Kasmir: 2018, 253).

Jenis-jenis Koperasi

Salah satu tujuan pendirian koperasi didasarkan kepada kebutuhan dan kepentingan para anggotanya. Masing-masing kelompok masyarakat yang mendirikan koperasi memiliki kepentingan ataupun tujuan yang berbeda. Perbedaan kepentingan ini menyebabkan koperasi dibentuk dalam beberapa jenis sesuai dengan kebutuhan kelompok tersebut. Jenis-jenis koperasi yang ada dan berkembang di Indonesia: 1) Koperasi produksi, 2) Koperasi konsumsi, 3) Koperasi simpan pinjam, dan 4) Koperasi serba usaha.

Yang membedakan jenis koperasi tersebut adalah usaha yang mereka jalankan. Sebagai contoh untuk koperasi produksi diutamakan diberikan kepada para anggotanya dalam rangka memproduksi untuk menghasilkan barang maupun jasa. Produksi dapat dilakukan dalam berbagai bidang seperti pertanian atau industri atau jasa (Kasmir: 2018, 253).

Kemudian koperasi konsumsi dalam kegiatan usahanya adalah menyediakan kebutuhan akan barang-barang pokok sehari-hari seperti sandang, pangan, dan kebutuhan yang berbentuk barang lainnya. Koperasi jenis ini banyak dilakukan oleh karyawan suatu perusahaan dengan menyediakan berbagai kebutuhan bagi para anggotanya (Kasmir: 2018, 253-254).

Sedangkan koperasi simpan pinjam melakukan usaha penyimpanan dan peminjaman sejumlah uang untuk keperluan para anggotanya. Koperasi jenis ini disebut dengan koperasi kredit yang khusus menyediakan dana bagi anggota yang memerlukan dana dengan biaya murah

Keuntungan Koperasi

Keuntungan dari koperasi adalah bunga yang dibebankan kepada peminjam. Semakin banyak uang yang disalurkan akan memperbesar keuntungan koperasi. Di samping itu, keuntungan lainnya adalah memperoleh biaya-biaya administrasi yang dibebankan kepada peminjam. Kemudian, keuntungan juga dapat diperoleh dari hasil investasi lain yang dilakukan di luar kegiatan peminjaman misalnya penempatan uang dalam bidang surat-surat berharga

Pendirian Koperasi

Pendirian lembaga koperasi cukup sederhana yaitu cukup dengan minimal 20 orang yang membuat kesepakatan dengan akte notaris, kemudian

didaftarkan di kanwil Departemen Koperasi setempat untuk mendapatkan pengesahannya. Dalam susunan organisasi koperasi rapat pengurus mengangkat pengurus dan pengawas. Sedangkan kegiatan sehari-hari diserahkan kepada pengelola koperasi

Pengertian Digital Marketing

Digital marketing adalah segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan. Berikut adalah jenis-jenis digital marketing:

- a. *Website*, merupakan persyaratan utama untuk menang dalam persaingan digital. Data menunjukkan bahwa 97% konsumen mencari produk maupun jasa yang akan digunakan melalui internet. Dapat pula dikatakan website adalah “toko digital” bagi bisnis Anda yang bahkan dapat menggantikan keberadaan toko fisik maupun tenaga penjualan konvensional.
- b. *Search Engine Marketing*, adalah upaya untuk membuat website perusahaan Anda mudah ditemukan dalam mesin pencari sejenis google. Untuk dapat berada di halaman pertama mesin pencari sekelas google, dibutuhkan waktu yang lama dan teknik khusus untuk menerapkannya.
- c. *Social Media Marketing*, pengguna social media yang terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana komunikasi, berkumpulnya komunitas bahkan sebagai media mencari informasi, kini juga semakin dioptimalkan pengusaha sebagai sarana promosi bisnis mereka. Beredarnya berbagai platform sosial media seperti Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube dan lain sebagainya, membuat penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan menjangkau lebih banyak orang. Selain itu, sosial media marketing juga digemari karena dapat dilakukan dengan biaya minim bahkan gratis. Selain dapat meningkatkan brand perusahaan, sosial media juga dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan interaksi antara perusahaan dengan konsumen.
- d. *Online Advertising* adalah media promosi atau periklanan melalui internet dengan cara berbayar. Online advertising sendiri memiliki beberapa pilihan yang beragam sesuai kebutuhan Anda, seperti Display Advertising, Social Media Advertising, PPC, Youtube Advertising, dan masih banyak lagi.
- e. *Email Marketing* dapat memberikan informasi yang update seputar program promosi yang sedang berlangsung, maupun memperkenalkan produk atau jasa Anda yang baru. Email marketing juga membuat pelanggan Anda tidak ketinggalan akan informasi dari perusahaan Anda seperti kegiatan maupun berita terbaru.
- f. *Financial Technology (FinTech)* merupakan sebuah era di mana kehidupan dan aktivitas masyarakat akan lebih mudah dan efektif dikarenakan peran dunia

digital. Salah satu jenis startup yang mulai naik daun adalah pada bidang Fintech. Fintech adalah sebuah sebutan yang disingkat dari kata 'financial' dan 'technology' di mana artinya adalah sebuah inovasi di dalam bidang jasa keuangan. Inovasi yang ditawarkan Fintech sangat luas dan dalam berbagai segmen, baik itu B2B (Business to Business) hingga B2C (Business to Consumer).

Beberapa contoh bisnis yang tergabung di dalam Fintech adalah Proses jual beli saham, Pembayaran, Peminjaman uang (lending) secara peer to peer, Transfer dana, Investasi ritel, Perencanaan keuangan (personal finance), dan lainnya. Fintech mempengaruhi kebiasaan transaksi masyarakat menjadi lebih praktis dan efektif. Fintech pun membantu masyarakat untuk lebih mudah mendapatkan akses terhadap produk keuangan dan meningkatkan literasi keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berawal dari proyek tertunda milik Pemerintah/Departemen Perindustrian, dilanjutkan dengan berdirinya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan nama Perum Pengeringan Tembakau Bojonegoro (PPTB) pada tanggal 1 April 1971.

Pada tahun 1976 Koperasi Kareb berdiri dengan unit usaha Konsumsi - Kredit dengan anggota saat itu 76 orang, keanggotaan para karyawan Perum Pengeringan Tembakau Bojonegoro dengan modal simpanan pokok dan simpanan wajib serta mendapatkan donasi dari perusahaan Rp. 1.000.000,-(satu juta rupiah).

Pada tahun 1979 Koperasi Kareb mendapat pengesahan dari Pemerintah dengan Badan Hukum nomor 4151/BH/II/79 tanggal 10 Pebruari 1979.

Pada tahun 1980 Koperasi Kareb berkembang membeli 1 (satu) unit mesin Green Leaf Threshing (GLT) processing /Pengeringan Tembakau dari PT. ITP Indonesia Tobacco Processor Pasuruan dengan dana pinjaman perbankan dengan menyerap tenaga kerja 800 orang, sehingga terbentuklah kontrak manajemen antara Koperasi Kareb dengan PPTB serta mendapatkan persetujuan Menteri Perindustrian dengan Kepmen No. 91/M/1981, tanggal 17 Januari 1981.

Tahun 1981 terbentuklah Unit Usaha Angkutan / Transportasi dan tahun 1988 Unit Industri Kecil serta Unit Developer.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 36 tahun 1990, mengeluarkan kebijakan melepas Badan Usaha Milik Negara yang dianggap kurang potensial sehingga :

Perum Pengeringan Tembakau Bojonegoro (PPTB) dapat dibeli Koperasi Kareb dengan pola pembayaran diangsur selama 5 (lima) tahun dan tidak melakukan PHK terhadap karyawan sebanyak 300 karyawan.

Pada tahun bersamaan PT. Perkebunan XIX Persero khususnya unit GLT Tobacco - Solo dengan pola pembayaran kontan dengan catatan tidak melakukan PHK pada karyawan sebanyak 350 orang, namun dalam perkembangannya asset tersebut kita masukkan share atas pendirian Joint Ventura PT. BAT - KAREB dengan komposisi modal 30 % Koperasi Kareb - 70 % PT BAT Indonesia dan pada tanggal 20 Januari

2006 asset tersebut kita lepas karena ketidak mampuan Koperasi Kareb untuk menambah adanya ekspansi usaha

Pada tahun 1994 Koperasi Kareb mendapatkan predikat Koperasi Mandiri, maka pada tahun 1994 Koperasi Kareb menjalin kemitraan dengan PT. HM Samporna Tbk.yang menyerap tenaga 1.800 orang dalam Jasa Pembuatan Rokok Sigaret Kretek Tangan sampai dengan saat ini.

Dalam perkembangan usahanya sampai dengan saat ini Koperasi Kareb mampu bersaing dengan Badan Usaha lainnya Dalam perkembangan usahanya sampai dengan saat ini Koperasi Kareb mampu bersaing dengan Badan Usaha lainnya.

Visi, Misi Koperasi Kareb

Visi

Mewujudkan Usaha Koperasi di bidang Jasa dan bidang Perdagangan yang terpercaya dan terbaik di tingkat Nasional maupun Internasional

Misi

- a. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan karyawan.
- b. Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan/ mitra kerja.
- c. Terus membangun dan mengembangkan semua unit usaha dengan sistem manajemen efektif dan efisien.

Budaya Kerja

- a. Memberikan pelayanan dengan penuh perhatian dan profesional.
- b. Pengelolaan usaha yang bersih, efisien, efektif, transparan, dan akuntabel
- c. Selalu berupaya menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan menyenangkan

Produk Koperasi Kareb

Kegiatan usaha Koperasi Kareb Bojonegoro sampai saat ini meliputi berbagai kegiatan baik dalam penjualan barang dan jasa yang masing-masing digerakkan melalui unit – unit usaha sebagai berikut:

Kegiatan usaha Koperasi Kareb Bojonegoro sampai saat ini meliputi berbagai kegiatan baik dalam penjualan barang dan jasa yang masing-masing digerakkan melalui unit – unit usaha sebagai berikut:

- a. Unit Jasa Prosesing Tembakau
 1. Unit Redriying

Mengeringkan kembali tembakau dengan kandungan kadar air yang merata, mempromofir aroma dan keamanan penyimpanan dengan kapasitas 4.500 kg/jam.
 2. Unit Thereshing

Memisahkan dari daging daun dan gagang, merupakan persiapan awal bagi produsen rokok dalam menyediakan bahan setengah jadi dengan kapasitas 5.000 kg/jam.

- b. Unit Jasa Sigaret Kretek
Merupakan kerjasama dengan PT Sampoerna Tbk dalam pembuatan rokok dari tahapan giling, gunting, packing dan bandrol
- c. Unit Simpan Pinjam
Pemanfaatan unit Simpan Pinjam ini telah dapat dirasakan oleh para anggota dalam mengatasi kebutuhan yang sifatnya produktif atau hal-hal yang sangat mendesak serta melayani anggota dan karyawan
- d. Unit Pertokoan, Distributor Center, dan Distributor
Pada unit pertokoan, distributor center dan distributor ini telah mampu memenuhi kebutuhan sehari - hari untuk anggota, karyawan dan masyarakat sekitar dan gerakan koperasi serta pertokoan - pertokoan lainnya.
- e. Unit Angkutan dan Transportasi
Armada transportasi yang tersedia selama ini dapat dioptimalkan dan selanjutnya mengadakan pengembangan ke unit ekspedisi berupa armada truk yang bekerjasama dengan Koperasi Warga Semen Gresik (KWSG) dan pihak lainnya.

Teknologi Informasi Koperasi Kareb

Saat ini Koperasi Kareb telah online (terhubung ke Internet) dan saling interkoneksi ke seluruh unit usaha, sehingga anggota dapat real time melakukan transaksi baik simpanan maupun angsuran pembiayaan. Dengan sistem ini, bagi hasil simpanan juga telah dilakukan secara konsolidasi.

Dengan dukungan hardware dan software original serta tenaga IT yang handal, kami telah mengembangkan software keuangan sendiri, menjadikan sistem keuangan koperasi kareb mampu bekerja sesuai kebutuhan secara optimal dengan kecepatan yang memadai. Penggunaan piranti lunak dan Sistem Operasi yang legal, baik itu yang merupakan jenis freeware maupun software berbayar, merupakan komitmen kami sebagai pelaku koperasi. Selain itu, Koperasi Kareb juga akan mengembangkan sistem keuangan berbasis Mobile System Transaction (MST), sehingga akan dapat melayani transaksi di luar kantor dengan real time juga.

Pemanfaatan Digital Marketing Koperasi Kareb

Koperasi Kareb berusaha mengikuti perkembangan teknologi. Dengan didukung dengan Tenaga IT yang handal, Koperasi Kareb mengembangkan sistem teknologi untuk semua produk dan unit usaha. Jenis digital marketing yang digunakan Koperasi Kareb adalah Social Media Marketing. Social media yang digunakan Koperasi Kareb adalah Instagram. Tetapi, pemanfaatan digital marketing yang dilakukan Koperasi Kareb dinilai belum maksimal. Teknologi informasi tersebut hanya digunakan sebagai media publikasi dan informasi. Selain itu, pemanfaatan digital marketing ini dinilai belum mampu untuk meningkatkan jumlah anggota dan

meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berkoperasi. Kebanyakan masyarakat umum mengetahui tentang keberadaan Koperasi Kareb melalui brosur yang dibagikan.

Teknologi Informasi Koperasi Kareb

Koperasi Kareb berusaha mengikuti perkembangan teknologi. Dengan didukung dengan Tenaga IT yang handal, Koperasi Kareb mengembangkan sistem teknologi untuk semua produk dan unit usaha. Jenis digital marketing yang digunakan Koperasi Kareb adalah Social Media Marketing. Social media yang digunakan Koperasi Kareb adalah Instagram. Tetapi, pemanfaatan digital marketing yang dilakukan Koperasi Kareb dinilai belum maksimal. Teknologi informasi tersebut hanya digunakan sebagai media publikasi dan informasi. Selain itu, pemanfaatan digital marketing ini dinilai belum mampu untuk meningkatkan jumlah anggota dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berkoperasi. Kebanyakan masyarakat umum mengetahui tentang keberadaan Koperasi Kareb melalui brosur yang dibagikan.

Cara Koperasi Kareb menghadapi Financial Technology (Fintec)

Koperasi sendiri masih awam dengan istilah Financial Technology. Sehingga, belum ada tindakan preventif yang diambil oleh Koperasi untuk menghadapi perkembangan Financial Technology (FinTech). Saat ini, Koperasi Kareb hanya berfokus mengembangkan mobile apps untuk meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat untuk berkoperasi sehingga tidak banyak lagi masyarakat yang terjerat dengan para rentenir/bank keliling. Selain itu, melalui pengembangan mobile apps ini, diharapkan dapat memudahkan anggota mengakses layanan Koperasi Kareb.

SIMPULAN

Koperasi kareb Bojonegoro telah berdiri sejak tahun 1970, dan telah memiliki banyak unit usaha yang berada di sekitaran Bojonegoro dan luar kota. Produk utama dari kopeasi kareb Bojonegoro adalah unit usaha prosesing tembakau, unit usaha sigarek kretek tangan (SKT), unit simpan pinjam, unit pertokoan, distributor center, dan distributor serta unit angkutan dan transportasi. Saat ini, koperasi kareb telah memiliki sistem keuangan sendiri yang telah terintergrasi. Koperasi kareb telah memiliki banyak anggota karena persyaratan menjadi anggota yang mudah serta besaran simpanan pokok, wajib, dan sukarela Koperasi kareb yang ringan dan tidak memberatkan anggotanya. Koperasi kareb mempromosikan produknya melalui brosur dan memanfaatkan digital marketing seperti instagram dalam mempromosikan produknya. Sejauh ini, Koperasi kareb belum memiliki cara menghadapi perkembangan Financial Technology (Fintech).

REFERENSI

- Amalia, Fitri. 2016. Buku fintech: buku teknologi keuangan untuk Investor, entrepreneurs dan visionaries. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Volume 31, Nomor 3, 2016, 345 – 348.
- Andek Sudarwanto. (2013). *Akuntansi Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anhari, Ally Sultan Al. 2010. “Analisis Kinerja Laporan Keuangan Pada Koperasi. Sendang Mulyo di Wonogiri”. Skripsi. Surakarta: universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arnes, Douglas W. Dkk. 2015. The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?. *Journal of International Law Research Paper* No. 2015/047: University of Hong Kong.
- Dapp, Thomas P. 2014. *Fintech - The Digital (r)evolution in the Financial Sector*. German: Deutsche Bank.
- <https://www.bankmuamalat.co.id/edukasi-perbankan/mengenal-akad-perbankan-syariah> diakses pada 17-01-2020 pukul 16.30 WIB.
- <https://www.seputarmarketing.com/ind/pengertian-dan-jenis-digital-marketing/> diakses pada 17-01-2020 17.00 WIB. www.finansialku.com/definisi-fintech-ada-lah/ diakses pada 17-01-2020 pukul 17.15 WIB.
- Kasmir. 2018. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Depok: Rajawali Pers.
- Mumek, Priscila. 2014. *Analisis Likuiditas Koperasi Simpan Pinjam Kamagtawaya Desa Sendangan Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa* Sudarwanto Adenk. 2013. *Ekonomi Koperasi*. Bandung: Graha Ilmu.