

PERANAN KOPERASI SEBAGAI PENYEDIA KEBUTUHAN NELAYAN DI KABUPATEN BARRU

The Role of Cooperatives as Providers in Fishermen's Needs of Barru Regency

Djumran Yusuf¹⁾, Amiluddin¹⁾ dan Jumraini¹⁾

- 1) Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Diterima: 10 Mei 2014; Disetujui: 23 September 2014

ABSTRACT

This research aims to study the cooperative roles as fisherman's need provider (a Case study at Budi Bahari Cooperative, Barru Regency). The major Problem that was interesting to discuss was how the cooperative roles as fisherman's need to fulfill specifically as a capital, equipment and daily needs provider, and to affect the consumer purchase decision at Budi Bahari Cooperative. This study used a case study to assess the Budi Bahari Cooperative performance related to fishermen's catch and daily life. Purposive sampling method was used with respondents from Budi Bahari's Cooperative staffs and five fisherman groups (25 people). Data were collected through direct interview for all respondents and were analyzed using chi square method. Results showed that Budi Bahari Cooperative gave sizeable role by loan capital, supply equipment and daily needs of cooperative's members who work as a fisherman. Hence, the purchase decision was not influenced by the price, and but it was affected by product type, and goods distribution

Keywords: cooperation, fishermen, capital, equipment, needs, and credit

Contact person: Djumran Yusuf
Email : jumranyusuf@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan suatu lembaga non bank yang dapat memberikan manfaat yang sangat besar khususnya bagi masyarakat kelas menengah ke bawah. Di negara berkembang seperti Indonesia, koperasi perlu dihadirkan dalam kerangka membangun institusi yang dapat menjadi mitra negara dalam menggerakkan pembangunan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Soetrisno, 2008). Secara umum yang dimaksud koperasi adalah suatu badan usaha bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian (Kartosapoetra et al, 2003). Pendapatan masyarakat nelayan setelah menerima kredit sangat meningkat.

Di Kabupaten Barru hanya terdapat satu koperasi perikanan yaitu yang berada di pusat Kabupaten Barru. Sebagai acuan pemerintah untuk mengetahui peranan koperasi maka dilakukan penelitian tentang Peranan Koperasi Sebagai Penyedia Kebutuhan Nelayan Di Kabupaten Barru.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui peran koperasi terhadap pemenuhan kebutuhan nelayan dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Koperasi Budi Bahari Kab. Barru.

DATA DAN METODE

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Budi Bahari Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan selama dua bulan yakni bulan September sampai dengan November 2013. Penelitian ini

merupakan jenis penelitian studi kasus yaitu suatu penelitian bersifat kasuistik. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden sebanyak 25 orang diambil dari 5 kelompok nelayan di Kecamatan Mallusetasi. Penelitian ini menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Analisis data deskriptif. Pada penelitian ini juga menggunakan teknik skoring dan analisis chi square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan Koperasi Nelayan Budi Bahari

Peranan koperasi nelayan Budi Bahari yaitu sebagai penyedia modal (kredit), peralatan, dan kebutuhan sehari-hari. Peranan Koperasi disini terbagi menjadi 2 sudut pandang yakni dari sudut pandang nelayan sebagai anggota koperasi dan sudut pandang pengurus Koperasi Budi Bahari sebagai pengelola koperasi.

1. Peranan koperasi sebagai penyedia modal (kredit)

Dari sudut pandang nelayan koperasi ini memberikan keringanan pada saat anggotanya ingin meminjam uang. Selain itu apabila ada nelayan yang ingin melakukan usaha namun usahanya tersebut terkendala di modal maka koperasi siap menyediakan modal yang diminta oleh nelayan tersebut. Menurut pernyataan responden yang bernama RS: *...”lebih baik saya pinjam kredit di Koperasi dibanding dengan bank apalagi*

kita ini hanya bekerja sebagai nelayan, dimana saya bisa ambil uang kalau bukan di koperasi, mau pinjam di bank prosedurnya panjang dan rumit dan bunganya juga biasanya terlalu tinggi"

Dari semua responden yang diwawancarai rata-rata meminjam uang di koperasi baik untuk pemenuhan kebutuhannya maupun untuk peralatan kapalnya. Mereka tidak berani meminjam diatas Rp. 5.000.000, mereka hanya menyesuaikan dengan pendapatan yang mereka hasilkan. Rata-Rata pendapatan responden yaitu berkisar Rp. 500.000-Rp. 1.000.000. Dengan demikian sekitar 80% peranan koperasi sebagai penyedia modal untuk para anggotanya.

2. Peranan koperasi sebagai penyedia peralatan

Selain menyediakan modal (kredit) koperasi ini juga menyediakan peralatan untuk anggota nelayan yang memerlukannya (Tabel 1). Peralatan yang dimaksud disini adalah mesin perahu dan baling-baling perahu. Barang ini hanya disediakan sesuai dengan permintaan nelayan.

Pada Tabel 1 dapat dilihat harga yang dijual di koperasi dengan harga jual yang di toko dibanding dengan koperasi yaitu harga toko lebih murah akan tetapi pada saat pembelian tidak dapat dicicil. Sedangkan harga jual di koperasi yang harganya berbeda Rp.100.000 tetapi pembayarannya dapat dicicil oleh anggotanya. Dari 25 responden yang telah

Menurut pernyataan seorang responden yang bernama MA mengatakan bahwa:

"kalau seumpama mau beli barang baru tapi tidak ada uang, saya ke Koperasi saja pinjam atau koperasi yang sediakan baru cara pengembaliannya itu bisa dilakukan

secara bertahap seperti kalau mencicil, tidak terlalu tinggi".

3. Peranan koperasi sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari

Koperasi ini juga menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti minyak goreng, syrup dan kebutuhan lainnya. Dengan adanya koperasi ini maka anggota sangat terbantu, terutama yang ingin membeli kebutuhannya. Menurut pernyataan istri salah satu responden menyatakan bahwa.

...."saya lebih suka berbelanja di koperasi terutama kebutuhan sehari-hari karena selain barangnya murah dan terjangkau, saya juga tidak berdesak-desakan dan tidak mengantri lagi saat berbelanja"...

Belanjaan responden yang dikeluarkan tiap bulannya untuk berbelanja di koperasi. Seperti yang terlihat pada Tabel 1 rata-rata responden menyiapkan uangnya untuk berbelanja sebanyak Rp. 100.000 yakni 10 orang dari 25 responden yang diwawancarai. Delapan orang yang menyiapkan sebesar Rp. 150.000 untuk berbelanja di koperasi. Dua orang responden berbelanja dengan jumlah Rp. 130.000. Sedangkan responden yang berbelanja dengan jumlah Rp. 120.000 dan Rp. 140.000 sebanyak 1 orang reponden dari 25 responden yang diwawancarai. Ini terlihat sekitar 95% responden berbelanja kebutuhannya di koperasi tersebut dengan alasan dan pertimbangan yang berbeda-beda dari setiap responden. Sebagian besar anggota koperasi yang menjadi responden memilih untuk berbelanja di koperasi dibandingkan dengan pembelian produk sehari-hari di warung. Koperasi Budi Bahari ini sangat membantu nelayan terutama nelayan yang pendapatannya masih rendah atau menengah kebawah. Koperasi

Budi Bahari tidak segan-segan untuk memberikan pinjaman apabila ada

pembelian yang berhubungan dengan masing-masing variabel.

1. Variabel Keputusan Pembelian

Dalam penelitian ini variabel pengambilan keputusan ditinjau dari sikap yang di tunjukkan oleh tiap

Tabel 1. Jenis dan Harga Barang yang Dijual Antara Koperasi dengan Harga di Toko

No	Nama Barang	Jumlah Anggota	Harga di Toko	Harga di Koperasi
1	Baling-baling kapal	3 orang	Rp. 1.000.000	Rp. 1.100.000
2	Mesin kapal 5 PK	13 orang	Rp. 4.500.000	Rp. 4.600.000

Sumber: Koperasi Budi Bahari, 2013.

nelayan yang ingin meminjam modal. Menurut pernyataan ketua dari Koperasi Budi Bahari yang menyatakan bahwa:

...“kami tidak pernah memberatkan nelayan karena kita mengetahui bagaimana kondisi keuangan mereka.mereka juga tidak berani meminjam apabila pendapatan sehari-hari mereka tidak sesuai dengan yang didapatkan”...

Koperasi Budi Bahari ini juga memberikan pelayanan kepada nelayan dengan baik agar nelayan tersebut tidak segan untuk meminjam uang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Koperasi Budi Bahari Barru

Untuk membuktikan hipotesa yang telah dikemukakan secara kuantitatif maka akan digunakan suatu metode metode *Chi Squre* dengan menganalisis variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yang terdiri dari variabel produk, variabel harga, variabel distribusi. Variabel-variabel tersebut akan di kombinasikan dengan faktor-faktor yang dianggap penting dalam proses pengambilan keputusan

konsumen dalam proses untuk menentukan keputusan melakukan pembelian di Koperasi. Proses yang dimaksud adalah pencarian informasi sebelum membeli barang di Koperasi dan tingkah laku pasca pembelian/pelayanan. Indikator dari pencarian informasi oleh anggota koperasi adalah sebagai berikut:

- 1) Membandingkan harga yang ada di koperasi dengan pedagang pengecer,
- 2) Membandingkan kualitas jualan yang ada di koperasi dengan pedagang pengecer,
- 3) Membandingkan sirkulasi barang antara koperasi dan pedagang pengecer dan membandingkan kelengkapan barang yang dijual dikoperasi.

Indikator pada tingkah laku pasca pembelian/pelayanan yaitu:

- 1) Pegawai pada koperasi tersebut ramah,
- 2) Jujur,
- 3) Pegawai koperasi memberikan pengarahan kepada anggota apabila konsumen tidak menemukan barang yang diinginkan.

Untuk hasil dari wawancara responden mengenai variasi keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel 2.

informasi sebelum membeli di koperasi dengan persentase 8% dengan alasan mereka membandingkan harga dan kualitas terhadap produk yang dijual.

Sedangkan pada indikator tingkah laku pasca pembelian/pelayanan 14 orang memilih puas dengan alasan dilayani

Tabel 2. Persepsi Nelayan Mengenai Variasi Keputusan Pembelian Di Koperasi

No	Indikator	Persepsi	Nelayan anggota responden	
			Orang	%
1	Pencarian informasi sebelum membeli barang di Koperasi	A. Sangat aktif	11	44
		B. Aktif	2	8
		C. Kurang aktif	8	32
		D. Tidak aktif	4	16
Jumlah			25	100
2	Tingkah laku pasca pembelian/pelayanan	A. Sangat puas	11	44
		B. Puas	14	56
		C. Kurang puas	0	0
		D. Tidak puas	0	0
Jumlah			25	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2013.

Dari tabel diatas, dapat dilihat indikator pencarian informasi sebelum membeli barang di koperasi dari jawaban responden terbanyak adalah sangat aktif dengan persepsi melakukan semua kriteria sebelum memutuskan untuk membeli di koperasi dengan persentase 44% yang berjumlah 11 orang. Dengan persentase 32% mengatakan kurang aktif dengan alasan mereka hanya membandingkan harga yang ada pada koperasi tersebut yakni berjumlah 8 orang. Sedangkan 4 orang memilih tidak aktif dengan alasan semua indikator tidak mereka lakukan sebelum membeli dengan persentase 16% dan 2 orang memilih aktif mencari

pegawai koperasi memberikan keramah dan jujur dengan persentase 56% dan 11 orang memilih sangat puas karena pegawai koperasi melakukan pelayanan dengan maksimal dengan semua kriteria penilaian yang ada dengan persentase 44%.

2. Variabel Produk

Variabel produk yang dimaksud disini adalah diukur berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan yang berkaitan dengan keanekaragaman produk yang dijual dan mutu barang yang dijual. Untuk melihat kelengkapan barang yang ada di koperasi dapat dilihat pada lampiran jenis produk yang dijual di koperasi. Namun, dapat dikatakan tidak

lengkap karena tidak menjual semua kebutuhan yang diperlukan oleh anggota.

Dari hasil wawancara dengan responden untuk persepsi nelayan mengenai variasi produk yang dilihat dari keanekaragaman produk yang dijual dan mutu barang yang dijual. Dapat dilihat pada Tabel 3.

terjamin karena produknya terkadang ada yang mendekati masa kedaluarsa namun tetap dijual sebanyak 4 orang dengan persentase 16%.

Tabel 3. Persepsi Nelayan Mengenai Variasi Produk

No	Indikator	Persepsi	Nelayan anggota responden	
			Orang	%
1	Keanekaragaman produk yang dijual	A. Sangat lengkap	0	0
		B. Lengkap	0	0
		C. Kurang lengkap	13	52
		D. Tidak lengkap	12	48
		Jumlah	25	100
2	Mutu barang yang dijual	A. Sangat terjamin	13	52
		B. Terjamin	8	32
		C. Kurang terjamin	4	16
		D. Tidak terjamin	0	0
		Jumlah	25	100

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2013

Tabel 3 diatas dapat dilihat pada indikator keanekaragaman produk yang dijual, 13 orang memilih kurang lengkap dengan persentase 52% dengan alasan barang yang dijual terkadang tersedia dan tidak tersedia sedangkan 12 orang memilih tidak lengkap karena barang yang ingin dibeli tidak tersedia/habis dengan persentase 48%. Sedangkan pada indikator mutu barang yang dijual 13 orang memilih sangat terjamin karena mutu barangnya tidak kedaluarsa dan kemasan rusak dengan persentase 52%. delapan orang memilih terjamin karena produk kemasan barangnya tidak rusak dengan persentase 32% dan yang kurang

3. Variabel harga

Peranan harga sebagai variabel penting untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Variabel yang diukur adalah keringanan pembayaran dan tingkat harga jual kepada nelayan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan responden jawabab responden untuk indikator keringanan pembayaran dan tingkat harga jual dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Persepsi Nelayan Mengenai Variasi Harga

No	Indikator	Persepsi	Nelayan anggota responden	
			Orang	%
1	Keringanan pembayaran	A. Sangat ringan	11	44
		B. Ringan	14	56
		C. Tinggi	0	0
		D. Sangat tinggi	0	0
Jumlah			25	100
2	Tingkat harga jual	A. Sangat murah	6	24
		B. Murah	17	68
		C. Mahal	2	08
		D. Sangat mahal	0	0
Jumlah			25	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2013.

Tabel 4 diatas dapat dilihat indikator keringanan pembayaran bahwa 14 orang mengatakan ringan karena bisa dibayar secara menyicil atau mengutang dan dengan persentase berjumlah 56%. Sedangkan 11 orang mengatakan sangat ringan karena pendapatannya lebih tinggi sehingga mampu membayar secara tunai tanpa menyicil atau mengutang dengan persentase 44%. Jumlah responden yang mengatakan sangat murah sebanyak 6 orang dengan persentase 24% karena dibanding dengan pengecer lainnya di koperasi lebih murah. Jumlah responden yang mengatakan murah berjumlah 17 orang dengan persentase 68% dengan alasan sesuai dengan pendapatan mereka,

sedangkan responden yang mengatakan mahal berjumlah 2 orang dengan alasan harga yang diberikan tidak sesuai dengan pendapatan dan pengeluaran dengan persentase 8%.

4. Variabel Distribusi

Persepsi nelayan mengenai variabel distribusi dapat dilihat di Tabel 5.

Tabel 5. Persepsi nelayan mengenai variabel distribusi

No	Indikator	Persepsi	Nelayan anggota responden	
			Orang	%
1	Lokasi Koperasi	A. Sangat strategis	6	24
		B. Strategis	17	68
		C. Kurang strategis	2	8
		D. Cukup strategis	0	0
Jumlah			25	100
2	Jarak Koperasi ke rumah responden	A. Sangat dekat	4	16
		B. Dekat	19	76
		C. Jauh	2	8
		D. Sangat jauh	0	0
Jumlah			25	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2013.

Tabel 5 menunjukkan bahwa indikator lokasi koperasi 17 orang mengatakan bahwa tempatnya strategis dikarenakan tempat tinggal anggota koperasi berada dijalur transportasi umum dengan persentase sebesar 68%. Enam orang mengatakan sangat strategis dengan jumlah persentase 24% dengan alasan tempat tinggalnya paling dekat diantara anggota koperasi lainnya. Sedangkan 2 orang mengatakan kurang strategis karena selain jarak rumahnya paling jauh dari lokasi koperasi juga dikarenakan tidak terjangkaunya transportasi umum dengan persentase 08%.

Pada indikator jarak koperasi ke rumah responden yang mengatakan dekat berjumlah 19 orang karena jaraknya dekat dengan rumahnya sekitar 15 km dengan persentase 76%. 4 orang mengatakan sangat dekat dengan persentase 16% dikarenakan jarak antara rumah dan koperasi melebihi 10 km sedangkan 2

orang mengatakan jauh dengan persentase 08% dengan alasan jarak antara rumahnya dengan koperasi 20 km.

Analisis Chi Square

Chi square yang merupakan metode pengujian statistik untuk mengetahui apakah ada hubungan antara keputusan pembelian terhadap produk, keputusan pembelian dengan harga dan keputusan pembelian dengan distribusi.

Berdasarkan hasil olahan data dengan analisis chi square menggunakan program SPSS versi 16 sebagaimana terlihat pada Tabel 6.

1. Keputusan pembelian dengan produk

Hasil analisis antara keputusan pembelian yang dilakukan oleh anggota koperasi terhadap variabel produk adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Chi-Square Tests antara Keputusan Pembelian dengan Produk

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.542 ^a	3	.004
Likelihood Ratio	17.382	3	.001
Linear-by-Linear Association	12.462	1	.000
N of Valid Cases	25		

Berdasarkan perbandingan Uji Chi-Square menunjukkan Chi-Square Hitung adalah 13,542 sedang Chi-Square tabel yang dihitung pada tabel Chi Square. Tingkat signifikansi (α) = 5%, derajat kebebasan (df) = 3. Dari tabel, diperoleh Chi-Square tabel adalah 7,814, karena Chi-Square Hitung > Chi-Square tabel (13,542 > 7,814), maka H_0 di tolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai asymp sig yang menunjukkan angka sebesar 0,004 atau probalitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak berarti keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen memiliki hubungan dengan jenis produk yang dijual di koperasi tersebut.

Sesuai dengan pernyataan responden yang mengatakan bahwa mereka hanya membeli barang di koperasi sesuai dengan kebutuhan. Semakin banyak jenis kebutuhan yang ada di koperasi maka semakin mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan anggota koperasi.

2. Keputusan pembelian dengan harga

Adapun hasil analisis antara keputusan pembelian yang dilakukan oleh anggota koperasi terhadap variabel harga adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Chi-Square Tests antara Keputusan Pembelian dengan Harga

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.031 ^a	3	.258
Likelihood Ratio	5.492	3	.139
Linear-by-Linear Association	2.858	1	.091
N of Valid Cases	25		

Hasil analisis chi square pada Tabel 7 menunjukkan perbandingan Chi-Square Uji dan tabel, yang mana hasil hitung adalah 4,031 sedangkan Chi-Square tabel dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, derajat kebebasan (df) = 3. diperoleh 7,814. Dengan demikian Chi-Square hitung < Chi-Square tabel (4,031 < 7,814), maka H_0 di terima. H_0 diterima berarti keputusan pembelian tidak berpengaruh terhadap harga jual di koperasi tersebut. karena barang tersebut dibutuhkan oleh anggota dan harga jualnya relatif tidak berbeda dengan tingkat harga yang dijual di pedagang pengecer.

3. Keputusan pembelian dengan distribusi

Adapun hasil analisis antara keputusan pembelian yang dilakukan oleh anggota koperasi terhadap variabel distribusi barang sebagaimana terlihat pada Tabel 8.

Berdasarkan perbandingan uji Chi-Square hitung dan tabel, sebagai berikut: Chi-Square Hitung adalah 25,000 sedangkan nilai tabel pada tingkat signifikansi (α) = 5%, derajat kebebasan (df) = 6. Diperoleh nilai tabel sebesar 12,59.

Dengan demikian Chi-Square Hitung > Chi-Square tabel (25,000 > 12,59), maka H_0 ditolak yang berarti keputusan pembelian berpengaruh terhadap distribusi barang di koperasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden yang mengatakan bahwa apabila jarak antara rumah dengan koperasi jauh tentu saja tidak memungkinkan untuk berbelanja di koperasi tersebut. Semakin strategis lokasi koperasi dengan kriteria mudah dijangkau maka semakin banyak anggota yang memilih berbelanja di koperasi tersebut.

Tabel 8. Chi-Square Tests antara Keputusan Pembelian dengan Distribusi

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.000 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	31.343	6	.000
Linear-by-Linear Association	1.205	1	.272
N of Valid Cases	25		

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Koperasi nelayan Budi Bahari sangat berperan terhadap pemenuhan kebutuhan nelayan yaitu sebagai penyedia modal, pemenuhan peralatan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peranan koperasi sebagai penyedia modal, dalam hal ini nelayan (anggota koperasi) sangat terbantu terutama saat anggota memerlukan uang untuk membuka usaha atau memperlalatan dan lain-lain. Sekitar 80% koperasi berperan sebagai penyedia kebutuhan. Peranan koperasi sebagai penyedia peralatan, koperasi ini menyediakan peralatan nelayan hanya pada saat anggota memintanya. Sekitar 65% koperasi berperan dalam penyediaan peralatan. Peranan koperasi sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari berperan sekitar 95%.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di koperasi di pengaruhi oleh 3 faktor yaitu faktor produk, harga dan distribusi. Produk yang dijual dikoperasi akan mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari kelengkapan kebutuhan yang tersedia di koperasi. Dari segi harga juga merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian karena konsumen lebih cenderung untuk membeli kebutuhan yang lebih murah dan kualitasnya juga terjamin. Sedangkan pada faktor distribusi anggota lebih memilih berbelanja di koperasi walaupun jarak antara rumah dan koperasi jauh.

DAFTAR PUSTAKA

Biro Pusat Statistik Kabupaten Barru. 2007. **Profil Kabupaten Barru**. Biro Pusat Statistik Kabupaten Barru.

Machkoodz, Mas'ud dan Mahmud Machkoodz. 2005. **Kewirausahaan Metode Manajemen, Implementasi**. Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta

Soetrisno, Noer. 2008. **Koperasi : Potret dan tantangan**.

<http://bnpds.wordpress.com>.

Diunduh tanggal 02 juni 2013.

Sugiyono, 2012. **Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D**. Alfabeta . Bandung.

Sulfachrul. 2009. **Peranan Kredit Koperasi Dalam Peningkatan Kesejahteraan Nelayan**. Makassar