

# FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPADA PENINGKATAN PRESTASI PERNIAGAAN KOPERASI SEKOLAH: SATU KAJIAN KES PERNIAGAAN KOPERASI SEKOLAH DI SABAH

\*Samsu Ewang, Juliana Osman, Rohieszan Ramdan

*Fakulti Pengurusan dan Ekonomi  
Universiti Pendidikan Sultan Idris, Perak*

## ABSTRAK

*Pertumbuhan koperasi sekolah di Malaysia amat menggalakkan dalam menyumbang kepada pendapatan koperasi. Namun statistik perolehan pendapatan tahunan yang dikeluarkan oleh Suruhanjaya Koperasi Malaysia mendapati kebanyakan prestasi koperasi sekolah di Sabah adalah sebaliknya. Justeru, kajian ini bertujuan mengenal pasti pengaruh faktor-faktor kejayaan perniagaan (produk, promosi, pendidikan & latihan, pengurusan, modal dan motivasi kerja) terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah. Faktor-faktor kejayaan perniagaan dalam kajian ini adalah berdasarkan Teori Pemasaran dan Model McKinsey 7S. Pendekatan kuantitatif dengan reka bentuk bukan eksperimen telah digunakan dalam kajian ini. Pemilihan sampel kajian dijalankan secara pensampelan rawak berstrata (berlapis) melibatkan 217 orang Anggota Lembaga Koperasi yang terdiri daripada kalangan guru sekolah dari seluruh Negeri Sabah. Instrumen yang digunakan adalah instrumen soal selidik yang telah di ubah suai dari beberapa pengkaji terdahulu yang berkaitan dengan faktor-faktor kejayaan koperasi sekolah. Data telah dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan inferensi. Analisis deskriptif menjelaskan latar belakang responden dan latar belakang koperasi sekolah yang dikaji, manakala statistik inferensi pula dianalisis dengan menggunakan Model Persamaan Struktur (SEM) yang akan menerangkan kesan pengaruh kesemua pemboleh ubah tidak bersandar terhadap pemboleh ubah bersandar. Hasil kajian menunjukkan hanya tiga faktor kejayaan perniagaan (pendidikan dan latihan, pengurusan dan motivasi) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kejayaan perniagaan koperasi sekolah. Kesimpulan daripada kajian menunjukkan kesemua faktor-faktor kejayaan perniagaan mempunyai kesan terhadap prestasi koperasi sekolah namun hanya tiga faktor yang signifikan.*

**Kata Kunci:** *Modal; Motivasi Kerja; Pendidikan dan Latihan; Pengurusan; Produk; Promosi*

\*E-mel penulis: [samsue20@yahoo.com](mailto:samsue20@yahoo.com)

## **PENGENALAN**

Di Malaysia, sektor koperasi merupakan sektor ketiga penting dalam menyumbang kepada ekonomi negara selepas sektor kerajaan dan swasta. Gerakan koperasi yang telah menjangkau 97 tahun penubuhannya, merupakan salah satu penyumbang dalam pembangunan ekonomi negara. Gerakan koperasi telah menyumbang dalam pelbagai sektor ekonomi seperti dalam bidang kredit, pertanian, perumahan, kepenggunaan, pengangkutan, pembinaan dan perkhidmatan. Mengikut statistik Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) pada akhir tahun 2017, terdapat sejumlah 13,899 buah koperasi dengan 6.5 juta orang anggota dengan modal syer dan yuran berjumlah RM14.34 billion dan aset bernilai RM139.67 billion. Dari tahun 2009 hingga 2017 terdapat peningkatan yang menggalakkan bukan sahaja daripada segi bilangan koperasi, tetapi juga daripada segi aset koperasi. Angka-angka ini menunjukkan bahawa kepentingan koperasi seharusnya tidak dipandang ringan lebih-lebih lagi apabila kerajaan berhasrat memperkasakan sektor koperasi dan menjadikan ia sektor ketiga penting selepas sektor awam dan swasta dalam menjana ekonomi negara (Suruhanjaya Koperasi Malaysia, 2018).

Demikian juga halnya dengan gerakan koperasi sekolah, gerakan koperasi sekolah di Malaysia telah bermula semenjak tahun 1968 melalui penubuhan sembilan buah koperasi sekolah di beberapa buah negeri di Semenanjung Malaysia. Sehingga akhir tahun 2017, gerakan koperasi sekolah telah mencapai tahap yang cukup membanggakan apabila 2,395 buah koperasi sekolah telah ditubuhkan dengan bilangan keanggotaannya meningkat sehingga seramai 2,021,624 orang pelajar sekolah menengah seluruh Malaysia dengan perolehan RM382.941 juta (SKM, 2017).

Selari dengan kehendak Dasar Koperasi Negara 2011–2020, Angkatan Koperasi Kebangsaan Malaysia Berhad (ANGKASA) memainkan peranan dalam membantu mengembangkan dan membangunkan perniagaan koperasi sekolah dalam usaha untuk melonjakkan pendapatan koperasi supaya turut memberi sumbangan berkesan kepada pendapatan negara yang menyasarkan sektor koperasi menyumbang RM50 bilion menjelang tahun 2020. Oleh yang demikian, gerakan koperasi sekolah hendaklah memainkan peranan yang sama dengan koperasi dewasa bagi merealisasikan visi ini. Tambahan pula, pihak ANGKASA juga berhasrat untuk melahirkan koperasi sekolah yang boleh menghasilkan pendapatan melebihi RM1 juta setiap tahun. Tujuan murni tidak mustahil boleh direalisasikan, ini kerana beberapa buah koperasi sekolah seperti MRSM Kepala Batas Berhad, MRSM Kubang Pasu Berhad, Kolej Vokasional Tanah Merah Berhad, MRSM Batu Pahat Berhad, dan SMK Kota Berhad telah memperoleh pendapatan menghampiri sejuta ringgit bagi tahun 2017 (Abdul Fatah, 2018).

## **PERNYATAAN MASALAH**

Dengan jumlah keanggotaan seramai 2,088,384 orang sepatutnya kuasa beli adalah tinggi yang secara langsung boleh menyumbangkan pendapatan yang tinggi terhadap koperasi sekolah. Penubuhan koperasi sekolah sebagai sebuah entiti perniagaan masih gagal mencapai objektifnya untuk menghasilkan keuntungan yang sepatutnya berbanding dengan kantin sekolah (Abdul Fatah dan Ahmad Marzuki, 2017). Fenomena ini juga berlaku pada koperasi sekolah di Sabah. Statistik SKM, (2018) menunjukkan julat pendapatan tahunan koperasi sekolah di Sabah sangat jauh berbeza, dari 220 buah koperasi sekolah yang didaftarkan di bawah Suruhanjaya Koperasi Malaysia hanya 80 (36.4%) buah koperasi sekolah yang mampu memperoleh pendapatan tahunan

sebanyak seratus ribu ringgit ke atas (SKM, 2018). Sedangkan koperasi sekolah pada dasarnya bersifat homogen dari segi struktur fizikal mahupun dari segi pengurusannya. Sepatutnya, julat jurang perbezaan kejayaan antara koperasi di Sabah tidak terlalu jauh berbeza seandainya faktor homogen ini diambil kira sebagai kekuatan kejayaan koperasi sekolah.

Prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah yang tidak memberangsangkan ini mendorong pengkaji untuk mengenal pasti faktor-faktor yang boleh mendorong untuk meningkat prestasi perniagaan koperasi sekolah. Banyak kajian telah dilakukan berkaitan pergerakan koperasi sekolah di Malaysia, namun kajian yang memfokuskan prestasi perniagaan koperasi sangat kurang khasnya di negeri Sabah. Justeru, kajian ini penting bagi mengenal pasti faktor-faktor yang boleh meningkatkan prestasi perniagaan koperasi sekolah.

## **OBJEKTIF KAJIAN**

Berikut digariskan beberapa objektif kajian dalam penyelidikan ini:

1. Menentukan sama ada faktor produk mempengaruhi prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah.
2. Menentukan sama ada faktor promosi mempunyai pengaruh terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah.
3. Menentukan sama ada faktor pendidikan dan latihan mempunyai pengaruh terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah.
4. Menentukan sama ada faktor pengurusan mempunyai pengaruh terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah.
5. Menentukan sama ada faktor modal mempunyai pengaruh terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah.
6. Menentukan sama ada faktor motivasi kerja pengurus koperasi mempunyai pengaruh terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah di Sabah.

## **Hipotesis Kajian**

Bagi kajian ini, hipotesis yang dibina adalah seperti berikut;

- $H_1$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor produk dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah.
- $H_2$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor promosi dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah.
- $H_3$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pendidikan dan latihan dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah.
- $H_4$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengurusan dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah.
- $H_5$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor modal dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah.
- $H_6$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor motivasi pengurus koperasi dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah.

## **SOROTAN LITERATUR**

### **Produk dan Kejayaan Koperasi**

Faktor produk merupakan elemen penting dalam sesuatu urusan niaga bagi sesebuah perniagaan yang merupakan penentu kepada corak atau jenis sesebuah entiti perniagaan. Produk merujuk kepada apa yang ditawarkan oleh perniagaan untuk dijual ia merangkumi produk atau perkhidmatan. Ia juga merujuk kepada item yang memenuhi keperluan dan kehendak pengguna yang mungkin hadir dalam bentuk yang boleh dilihat mahupun tidak boleh dilihat seperti perkhidmatan, idea dan pengalaman seseorang (Needham & Dave, 1996; Haslinda Sujak, 2016). Semakin meningkat kepelbagaian produk yang ada di kedai koperasi maka sudah pasti akan semakin meningkat pendapatan koperasi tersebut. Pelanggan akan lebih tertarik untuk datang ke kedai yang menyediakan pelbagai pilihan. Produk harus sesuai dengan keperluan yang diinginkan oleh pengguna, ia harus berfungsi dan mestilah apa yang diharapkan oleh pengguna seperti yang terdapat dalam Teori Pemasaran (Kotler dan Keller, 2012).

Namun dalam realiti perniagaan koperasi di sekolah, penambahan kuantiti produk yang dijual memberi kesan terhadap penambahan beban tugas guru (ANGKASA, 2018). Dapatan ini selari dengan dapatan kajian Kementerian Pendidikan Malaysia (2013) dalam laporan Pelan Pembangunan Pendidikan 2013 – 2025 yang mendapati guru mengalami bebanan tugas yang tidak termasuk dalam tugas hakiki.

### **Promosi dan Kejayaan Koperasi**

Kekerapan mengadakan promosi jualan juga menjadi faktor penting bagi memastikan produk yang ada ditawarkan oleh pihak koperasi sekolah diketahui oleh pengguna dan bakal pengguna yang ada. Ini juga memberi peluang untuk pengguna membeli produk atau perkhidmatan pada kuantiti yang lebih dari biasa ekoran dari promosi jualan yang diadakan oleh pihak koperasi (Rahimah, 2013). Di samping itu, promosi jualan yang berkesan akan dapat mempromosikan jenama koperasi bukannya sahaja dalam kalangan pelajar sekolah malah dalam kalangan ibu bapa dan masyarakat setempat dan ia merupakan salah satu elemen penting dalam menguruskan sesebuah perniagaan koperasi (Mohammad Afnan, 2017).

Kegagalan bertindak mengatur strategi pemasaran merupakan petanda awal kegagalan kepada kejayaan sesebuah perniagaan (Frank Me-ol, 2017). Ini akan menjadi halangan kepada kejayaan koperasi untuk merebut peluang bagi memasarkan produk yang ada dalam kedai koperasi termasuk perkhidmatan yang ditawarkan dalam perniagaan koperasi (Eybers, Kroeze, & Strydom, 2014).

### **Aktiviti Pendidikan dan Latihan dan Kejayaan Koperasi**

Kegagalan memiliki kompetensi yang sewajarnya merupakan faktor kegagalan kepada kejayaan koperasi sekolah. Kajian terhadap ALK di seratus buah koperasi sekolah gred A di Malaysia menunjukkan mereka tidak kompeten dalam menjalankan tugas ekoran kekurangan ilmu pengetahuan berkaitan hal ehwal pengurusan koperasi (Jamilah Din, et al., 2012). Dapatan ini serupa dengan kajian (Norazlan, Mohd Faisal, Arfizawati, Samsuddin, & Noranita, 2013) yang bertajuk ‘Cabaran Koperasi Pengguna dalam Aktiviti Peruncitan di Semenanjung Malaysia’

mendapati koperasi menghadapi lima cabaran utama dalam menggerakkan aktiviti perniagaan mereka. Antaranya ialah pihak ALK masih kurang pengetahuan khususnya dalam bidang peruncitan. Sedangkan untuk maju dalam perniagaan ilmu yang berkaitan mesti ada bagi bersaing dengan perniagaan lain.

Dapatan kajian (Mustapa Kamal, Norsaadah, & Abdul Jumaat, 2015) yang menggunakan kaedah deskriptif kolerasi dengan sampel 190 responden menggunakan analisis data korelasi bagi melihat hubungan antara aktiviti pendidikan dan latihan dengan kejayaan koperasi kredit di Malaysia mendapati faktor ini mempunyai hubungan yang positif dan signifikan. Gambaran awal ini boleh menjelaskan bahawa pendidikan dan latihan penting diberi tumpuan oleh pihak ALK bagi memastikan perniagaan koperasi boleh terus berdaya maju. Lebih-lebih lagi aktiviti perniagaan koperasi semakin kompleks yang melibatkan pengurusan akaun dan penghantaran laporan berkala kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti SKM dan ANGKASA.

### **Pengurusan dan Kejayaan Koperasi**

Kajian Renton & Richard, (2015) mendapati pengurus yang cekap telah dapat mengurus amalan pemasaran keusahawanan yang banyak membantu perindustrian kecil dan sederhana (PKS) memacu prestasi perniagaan mereka. Justeru, kecekapan pihak ALK dan pengurus koperasi amat ditagih bagi membantu meningkatkan kejayaan koperasi sekolah. Demikian juga kajian Mohd Rafi et al., (2014) dalam kajiannya terhadap koperasi pajak gadai Islam juga mendapati kecekapan kakitangan koperasi ini telah menarik minat pelanggan untuk menggunakan perkhidmatan mereka.

Elemen kecekapan seolah-olah menjadi pengukur kepada entiti organisasi yang menawarkan perkhidmatan untuk memberi keyakinan kepada pengguna untuk menggunakan perkhidmatan mereka. Kajian Karen & Isabelita, (2015), yang dilakukan di negara Filipina terhadap koperasi menunjukkan koperasi berkenaan gagal menarik keyakinan anggotanya ekoran dari kegagalan pihak pengurusan mengurus koperasi secara cekap dan berkesan. Kajian ini turut mencadangkan agar koperasi yang berkenaan: (i) membangunkan dasar yang pasti rangka kerja untuk pembangunan perusahaan koperasi; (ii) meningkatkan akses kepada perkhidmatan sokongan dengan memberi tumpuan kepada perkhidmatan kewangan; (iii) meningkatkan kemahiran sumber manusia melalui pendidikan dan profesionalisma; dan (iv) mengukuhkan rangkaian dan hubungan sektor koperasi. Kesemua cadangan tersebut amat baik untuk dijadikan panduan kepada pengurusan koperasi sekolah bagi mencapai objektif untuk meningkatkan prestasi.

### **Modal dan Kejayaan Koperasi**

Kekurangan modal merupakan faktor utama koperasi yang menjadi penghalang kepada kejayaan mengembangkan perniagaan koperasi (Chringchit, 2002; Siti Aisah, 2002; Mohamad Haswardi, 2017). Dalam kajian (Nor Bazilah et al., 2013) mendapati modal menjadi pemboleh ubah yang paling mempengaruhi kerugian koperasi kerana mempunyai nilai yang paling tinggi iaitu 0.23(23%). Manakala Sulaiman Ainin, Yusniza Kamarulzaman, Abdul Ghani Farinda, & Anna Che Azmi, (2010), dalam kajiannya mendapati modal mempunyai pengaruh yang signifikan dengan prestasi organisasi perniagaan. Dalam perniagaan permintaan boleh melebihi penawaran, hal ini akan bertambah buruk jika stok yang sedia ada tidak dapat ditambah seandainya tidak ada modal pusingan mencukupi.

Ini merupakan salah satu cabaran koperasi dan juga merupakan punca halangan dalam melaksanakan aktiviti koperasi sekolah (Mohamad Haswardi, 2017). Ini juga terbukti dalam kajian Nurizah et al., (2016), menunjukkan kebanyakan koperasi orang asli tidak dapat mengumpul modal yang mencukupi bagi mewujudkan apa-apa bentuk aktiviti ekonomi yang mampan untuk menjana ekonomi koperasi. Kajian ini juga selari dengan dapatan kajian Nurizah et al., (2016), dapatan kajian juga menunjukkan majoriti koperasi menghadapi masalah untuk menyediakan sumber dana berbentuk kewangan yang mencukupi bagi menampung aktiviti perniagaan koperasi.

### **Motivasi Kerja dan Kejayaan Koperasi**

Menurut Kotler & Keller, (2016), motivasi adalah dorongan untuk seseorang mengambil tindakan yang mahu dilakukannya. Proses motivasi bermula apabila seseorang individu mengetahui atau menyedari tentang keperluan yang tidak dipenuhi. Bartol dan Martin (1998) telah mengklasifikasikan teori-teori utama dalam motivasi kepada tiga kategori: teori keperluan, teori kognitif, dan teori pengukuhan. Yang paling popular keperluan teori adalah disebabkan oleh Abraham Maslow (Maslow, 1970) dan ia dikenali sebagai Teori Motivasi Maslow mengenai keperluan hierarki. Hierarki termasuk lima asas tahap keperluan yang perlu dipenuhi secara berturut-turut.

Pengurus yang bermotivasi akan memberi tumpuan terhadap segala tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Pengurus mempunyai tanggungjawab untuk mewujudkan iklim yang tepat di mana pekerja boleh berkembang kepada potensi mereka sepenuhnya (Volchek & Taipale-eravala, 2009). Kegagalan menyediakan iklim sedemikian secara teorinya akan meningkat kekecewaan pekerja dan boleh menyebabkan prestasi yang lebih rendah, kepuasan kerja yang lebih rendah, dan peningkatan pengeluaran dari organisasi (Rafikul Islam & Ahmad Zaki Hj. Ismail, 2008). Kajian Syafri et al., (2015) & Mustapa Kamal et al., (2015), mendapati motivasi mempunyai hubungan yang positif dengan prestasi kerja individu yang secara langsung memberi kesan terhadap penumpuan terhadap tanggungjawab dalam menjalankan tugas.

### **METODOLOGI**

Kajian ini telah menggunakan kaedah kuantitatif. Populasi kajian ini adalah semua Anggota Lembaga Koperasi Sekolah yang terdiri dari semua guru dan kakitangan bukan mengajar (KTBM) yang mana mereka adalah anggota yang cukup matang dalam membuat keputusan berbanding dengan ALK pelajar yang hanya sebagai pembantu kepada ALK guru. Populasi sasaran keseluruhan dalam kajian ini adalah seramai 504 orang yang meliputi 84 buah koperasi yang mempunyai perolehan pendapatan melebihi RM 100 ribu ke atas dari seluruh koperasi sekolah menengah di negeri Sabah. Kaedah pensampelan yang digunakan dalam kajian ini adalah kaedah pensampelan rawak berstrata (berlapis) kerana melibatkan kawasan geografi yang luas dan saiz populasi yang banyak. Pensampelan rawak berstrata melibatkan proses stratifikasi atau pemisahan, diikuti dengan pemilihan subjek rawak mudah dari setiap lapisan kaji selidik (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan konstruk sebanyak tujuh dan bilangan item dalam setiap konstruk lebih dari tiga item kajian ini hanya memerlukan sekurang-kurangnya 150 sampel (Hair, 2010).

Kajian ini menggunakan instrumen soal selidik yang telah diubah suai oleh penyelidik sendiri yang berdasarkan daripada soal selidik (Raja Maimon, 2010; Zahirudin, 2011 dan Jamilah et. Al., 2012). Secara keseluruhannya soal selidik ini telah dibahagi kepada sembilan bahagian mengikut pemboleh ubah yang telah ditetapkan oleh pengkaji. Pengukuran skala Likert 1 hingga 7 adalah menjadi satu pengukuran keseragaman bagi sesuatu instrumen itu, membolehkan ia dianalisis dengan perisian SPSS bagi menguji hipotesis kajian (Mustapa, 2015). Soal selidik yang ditadbir sendiri digunakan untuk pengumpulan data dan disemak selepas pra-ujian. Sebanyak 300 salinan soal selidik telah diedarkan dan 250 salinan telah dikembalikan. 217 salinan dianggap boleh digunakan kerana 33 salinan didapati tidak lengkap. Dengan kadar tindak balas melebihi 70 peratus menunjukkan kesiapan bukan tindak balas tidak perlu dibimbangi (Nulty, 2008).

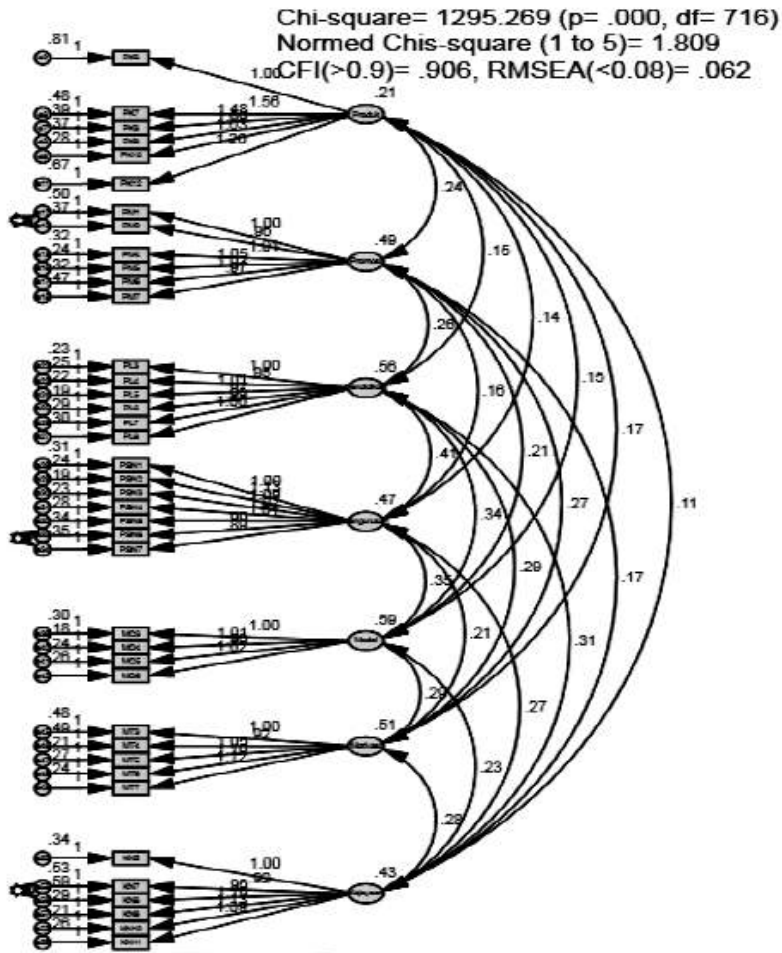
Semua data yang diperoleh dalam kajian ini telah diproses menggunakan perisian “*Statistical Package for Sosial Science*” (SPSS) versi 21. Seterusnya, analisis statistik inferens, menggunakan Model Persamaan Struktur (SEM) telah dijalankan untuk membuat kesimpulan mengenai populasi dari sampel. Khususnya, Pemodelan Persamaan Struktur (SEM) telah dilakukan untuk menguji satu set hubungan antara pemboleh ubah bebas dan pemboleh ubah bersandar (Zainuddin, 2012; Ghazali & Hussin, 2018) seperti yang dicadangkan dalam hipotesis penyelidikan.

## **Pengesahan Model Pengukuran**

### **Model Fit**

Bagi menghasilkan model yang baik haruslah boleh menghasilkan nilai chi-square ( $\chi^2$ ) yang signifikan, nilai Chi-square yang terubah dalam julat 1 hingga 5, indeks kebolehan perbandingan (CFI) dan indeks Tucker-Lewis (TLI) harus melebihi 0.9, manakala kesiapan akar purata kesiapan kuadrat (RMSEA) dan nilai rata-rata sisa kuadrat kasar (SRMR) tidak boleh melebihi 0.08 (Schumacker & Lomax, 2004; Hair et al., 2010; Garson, 2012). Pada peringkat awal, data kajian ini tidak mencapai nilai seperti yang disarankan. Oleh itu, pengubahsuaian model adalah perlu untuk memperbaiki nilai-nilai indeks yang ingin dicapai.

Pengubahsuaian model dilakukan dengan mengikuti tiga langkah. Langkah-langkah termasuk menyemak beban piawai, matriks kovarians sisa piawai dan indeks pengubahsuaian. Peraturan praktikal dari pengambilan faktor yang boleh diterima melebihi 0.5 atau ideal 0.7 (Hair et al., 2010), yang menunjukkan bahawa nilai di bawah 0.5 harus dihapuskan untuk mencapai model yang memuaskan. Namun begitu, nilai CFI dan RMSEA masih belum mencapai nilai sepatutnya bagi membentuk kebagusan model yang sepatutnya. Justeru, pengubahsuaian model perlu dilakukan sehingga mencapai nilai yang dicadangkan. Rajah 1 di bawah menunjukkan hasil pengubahsuaian model yang telah dilakukan.



**Rajah 1:** Pengubahsuaian Model

**DAPATAN KAJIAN**

Bagi tujuan menganalisis kesan langsung dengan menggunakan permodelan persamaan struktur (SEM) menggunakan AMOS, model struktur hendaklah mencapai indeks kebagusan seperti yang telah ditetapkan. Bagi kajian ini indeks kebagusan telah dicapai iaitu ,  $\chi^2 = 1295.27$  (df = 716, p = 0.000) adalah signifikan,  $\chi^2 / df = 1.81$  adalah di bawah 5, CFI = 0.91 adalah di atas 0.9 dan, RMSEA = 0.062 kurang daripada 0.08 (Jadual 4.8 Rajah 4.3). Oleh sebab keputusan kebagusan model menunjukkan nilai indeks telah tercapai maka ujian hipotesis boleh diteruskan. Berikut adalah ringkasan dapatan kajian (Jadual 1).



**Jadual 1:** Rumusan Pengujian Hipotesis Kesan Langsung

	Hypothesis		Arah Jangkaan	Anggaran Standard	Nilai-t	Keputusan	
H <sub>1</sub>	Produk	→	Kejayaan	+	-0.082 <sub>ts</sub>	-0.705	Tidak Disokong
H <sub>2</sub>	Promosi	→	Kejayaan	+	-0.003 <sub>ts</sub>	-0.028	Tidak Disokong
H <sub>3</sub>	Pendidikan	→	Kejayaan	+	0.255 <sub>s</sub>	2.015	Disokong
H <sub>4</sub>	Pengurusan	→	Kejayaan	+	0.306 <sub>s</sub>	2.039	Disokong
H <sub>5</sub>	Modal	→	Kejayaan	+	-1.09	0.276	Tidak Disokong
H <sub>6</sub>	Motivasi	→	Kejayaan	+	0.438 <sup>***</sup>	4.808	Disokong
Indeks kebajikan , $\chi^2 = 1295.27$ (df = 716, p = 0.000), $\chi^2 / df = 1.81$ , CFI = 0.91, RMSEA = 0.062							
Nilai diterima : , $\chi^2 = 1295.27$ (df = 716, p = 0.000), $\chi^2 / df = 1.809$ , CFI >0.90, RMSEA <0.08							
Nota:***p<0.001, s=signifikan p<0.05, ts=tidak signifikan							

Secara keseluruhan, kajian ini mendapati hanya tiga hipotesis iaitu H<sub>3</sub>, H<sub>4</sub> dan H<sub>6</sub> menghasilkan hubungan yang signifikan dan disokong manakala tiga yang lain iaitu H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub> dan H<sub>5</sub> tidak signifikan dan tidak disokong.

## Dapatan dan Perbincangan

### Faktor Produk

Kajian ini mendapati faktor produk tidak signifikan mempengaruhi prestasi perniagaan koperasi sekolah. Dapatan ini menyokong kajian yang dibuat oleh pihak ANGKASA (2018), bahawa mempelbagaikan aktiviti (produk) di koperasi sekolah akan menambah beban tugas guru yang memberi kesan terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah. Dapatan ini selari dengan dapatan kajian Kementerian Pendidikan Malaysia (2013) dalam laporan Pelan Pembangunan Pendidikan 2013 – 2025 yang mendapati guru mengalami bebanan tugas yang tidak termasuk dalam tugas hakiki. Bagi setiap guru yang tidak memegang jawatan pentadbiran mereka mempunyai tiga tugas utama yang harus dilakukan sebagai rutin seorang guru. Pertama, tugas dalam kurikulum iaitu mengajar di dalam kelas mengikut opsyen yang ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan. Bagi tugas pertama ini setiap guru dikehendaki mencapai sasaran petunjuk prestasi utama (KPI) yang telah ditetapkan oleh pihak sekolah berdasarkan kehendak pejabat pendidikan daerah masing-masing. Kegagalan mencapai KPI ini akan menyebabkan seseorang guru gagal mencapai sasaran tahunan yang telah ditetapkan dan seterusnya boleh menjejaskan markah prestasi tahunan semasa.

### Faktor Promosi

Kajian lepas telah menunjukkan bahawa faktor promosi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap prestasi perniagaan koperasi (Muhammad Afnan, 2017; Frank Me-ol, 2017; Rahimah, 2013; dan Mitchell J. Lovet et al., 2013). Ini menunjukkan bahawa promosi memainkan peranan penting dalam meningkatkan jualan produk mahupun perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah entiti perniagaan. Namun begitu, dapatan kajian ini adalah sebaliknya, dapatan menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara aktiviti promosi dengan prestasi perniagaan koperasi sekolah. Namun dapatan ini selari Mohamad Ali dan Ahmad Marzuki (2016) bahawa aktiviti promosi yang lebih agresif akan menambah beban tugas guru sebagai pengurus

koperasi di sekolah yang secara langsung memberi kesan kepada prestasi perniagaan koperasi. Di samping itu, aktiviti promosi memerlukan penambahan kos (William D. Perreault et al., 2009; Kotler & Keller, 2012). Seperti yang ditegaskan oleh Gummesson (2002) tidak semua elemen teori campuran pemasaran semestinya terdapat dalam setiap perniagaan. Ia bergantung pada jenis perniagaan dan mengikut kesesuaian perniagaan tersebut.

Kajian Eybers et al., (2014) juga mendapati masih banyak ALK yang tidak menggunakan peluang ini ekoran dari kekurangan ilmu berkaitan penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) khususnya penggunaan aplikasi yang berkaitan. Ini menjadi halangan kepada kejayaan koperasi untuk merebut peluang bagi memasarkan produk yang ada dalam kedai koperasi termasuk perkhidmatan yang ditawarkan dalam perniagaan koperasi.

### **Faktor Pendidikan dan Latihan**

Kajian ini mendapati faktor pendidikan dan latihan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah. Ini menunjukkan bahawa semakin bertambah pendidikan dan latihan kepada semua ALK koperasi sekolah semakin meningkatkan prestasi perniagaan koperasi. Ini membuktikan bahawa ilmu pengetahuan berkaitan mengurus koperasi sekolah itu penting bagi ALK untuk menjadikan koperasi sekolah bergerak lebih maju ke hadapan. Data diskriptif kajian ini menunjukkan tahap persetujuan ALK guru terhadap kepentingan pendidikan dan latihan bagi memajukan perniagaan koperasi berada pada tahap yang tinggi. Bilangan responden yang masih belum menerima apa-apa latihan dalam kajian ini menunjukkan pada tahap yang membimbangkan iaitu hampir separuh (49%).

Dapatan kajian ini juga selari dengan dapatan kajian yang dilakukan oleh Mustapa Kamal Maulut et al., (2015), terhadap koperasi kredit di Malaysia. Keputusan kajian juga menunjukkan pendidikan dan latihan mempengaruhi kejayaan koperasi kredit secara positif dan signifikan. Dapatan ini turut disokong oleh hasil kajian Jamilah Din et al., (2012) terhadap 100 buah koperasi sekolah gred A di Malaysia yang mendapati pihak ALK masih tidak kompeten dalam menjalankan tugas sebagai pengurus koperasi ekoran masih kekurangan ilmu pengetahuan berkaitan hal ehwal pengurusan koperasi. Kajian yang sama juga (Norazlan et al., 2013), yang bertajuk 'Cabaran Koperasi Pengguna dalam Aktiviti Peruncitan di Semenanjung Malaysia' mendapati koperasi menghadapi lima cabaran utama dalam mengerakkan aktiviti perniagaan mereka. Antaranya ialah pihak ALK masih kurang pengetahuan khususnya dalam bidang peruncitan. Sedangkan untuk maju dalam perniagaan ilmu yang berkaitan mesti ada bagi bersaing dengan perniagaan lain.

### **Faktor Pengurusan**

Dapatan kajian ini menunjukkan faktor pengurusan memberi kesan yang positif dan signifikan terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah. Ini membuktikan bahawa ALK sekolah yang terdiri dari kalangan guru amat bersetuju menjadikan faktor pengurusan merupakan elemen yang penting dan yang perlu diberi perhatian bagi menjamin prestasi perniagaan sesebuah koperasi sekolah. Dapatan kajian ini selari dengan dapatan kajian Renton & Richard, (2015), yang telah mengkaji amalan pemasaran keusahawanan di kalangan PKS dan mendapati hanya pengurus yang cekap dapat memacu prestasi perniagaan mereka.

Demikian juga kajian Mohd Rafi Yaacob et al., (2014) dalam kajiannya terhadap koperasi pajak gadaai Islam juga mendapati kecekapan kakitangan koperasi ini telah menarik minat pelanggan

untuk menggunakan perkhidmatan mereka. Elemen kecekapan seolah-olah menjadi pengukur kepada entiti organisasi yang menawarkan perkhidmatan untuk memberi keyakinan kepada pengguna untuk menggunakan perkhidmatan mereka. Kajian Karen & Pabuayon, (2015), yang dilakukan di negara Filipina terhadap koperasi menunjukkan koperasi berkenaan gagal menarik keyakinan anggotanya ekoran dari kegagalan pihak pengurusan mengurus koperasi secara cekap dan berkesan. Kajian ini turut mencadangkan agar koperasi yang berkenaan membangunkan dasar yang pasti rangka kerja untuk pembangunan perusahaan koperasi; dasar yang pasti ini adalah yang berkaitan secara langsung dengan objektif perniagaan yang melibatkan misi dan visi yang jelas. Sesuatu entiti perniagaan koperasi haruslah merangka satu hala tuju yang jitu yang mana para anggota boleh mengetahui dan bersama-sama bekerja untuk mencapai objektif itu. Kegagalan pihak ALK menerangkan dasar yang berkenaan akan menyebabkan pihak anggota tidak mengetahui hala tuju koperasi mereka yang boleh menyebabkan anggota tidak memberi sokongan penuh terhadap apa-apa aktiviti yang telah dirancang. Dasar yang baik adalah dasar yang boleh diukur dan boleh dicapai bukan sesuatu yang mungkin jadi angan-angan sahaja.

### **Faktor Modal**

Dapatan kajian ini mendapati faktor modal tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah. Namun dapatan ini selari dengan dapatan kajian Noranita et al., (2015) yang merumuskan bahawa modal bukanlah faktor utama dalam menentukan prestasi perniagaan koperasi sekolah di Malaysia. Justifikasi kenyataan ini adalah kerana pihak kerajaan melalui SKM dan ANGKASA boleh memberikan bantuan kewangan kepada pihak koperasi sekolah.

Kajian ini juga selari dengan kajian Mohamad Ali dan Ahmad Marzuki (2016) yang mendapati kelemahan dan kegagalan ALK dalam mengurus koperasi merupakan punca utama koperasi sekolah tidak mencapai kejayaan seperti yang diharapkan. Tambahan lagi pihak Angkasa telah menyatakan bahawa pihak ALK guru yang telah dilantik dalam pengurusan koperasi sekolah tidak berhubung dengan mereka bagi menjelaskan konsep, matlamat dan kepentingan koperasi sekolah. Oleh sebab itu, kebanyakan pengetua tidak membayar saham walaupun menjadi pengerusi koperasi. Perniagaan koperasi sekolah merupakan antara entiti perniagaan yang paling dipercayai oleh pihak pembekal. Banyak pembekal sanggup memberikan bekalan kepada pihak koperasi sekolah tanpa perlu membayar secara tunai (secara kredit). Produk dan perkhidmatan juga boleh didapati secara kaedah jualan konsainan, barang dihantar kepada peniaga untuk dijual dengan syarat barang tersebut akan dipulangkan kepada pembekal sekiranya tidak laku. Kejayaan sesebuah koperasi sekolah tidak bergantung kepada faktor modal semata-mata tetapi kreativiti dan inovasi merupakan elemen penting yang harus ada pada ALK (Hasrin, 2012).

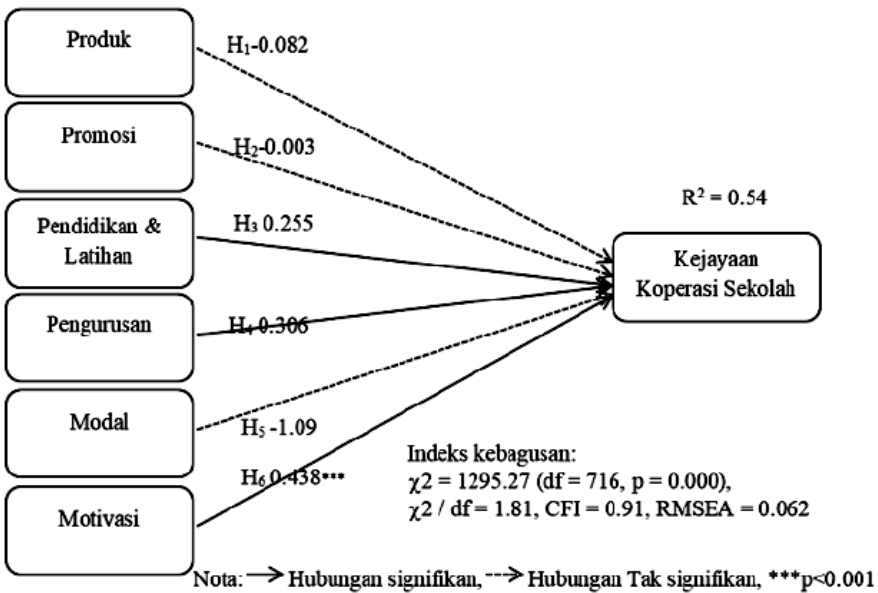
### **Faktor Motivasi**

Kajian ini menunjukkan pengaruh motivasi terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah adalah positif dan signifikan. Ini bermakna semakin positif motivasi seorang pengurus koperasi (ALK) sekolah, semakin meningkat prestasi perniagaan koperasi sekolah. Ini kerana adalah kerana motivasi boleh mendorong untuk seseorang mengambil tindakan yang mahu dilakukannya (Kotler & Keller, 2016). Dapatan kajian ini selari dengan dapatan kajian lain Wahyudi Suryono, 2006; Suprayetno Agus, 2006; Arief Subyantoro, 2009; Bambang Dwi, 2011; Syafrin et al., 2015; Mustafa Kamal et al., 2015; Tri Andjarwati, 2015) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kerja

tetapi kesemua kajian tidak menjurus kepada prestasi perniagaan koperasi sekolah. Rentetan itu, kajian ini menjurus kepada kesan motivasi kerja terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah.

Bagi meningkatkan motivasi kerja, seseorang pengurus haruslah mewujudkan iklim yang tepat di mana pekerja boleh berkembang kepada potensi mereka sepenuhnya (Volchek & Taipale-eravala, 2009). Kegagalan menyediakan iklim sedemikian secara teorinya akan meningkat kekecewaan pekerja dan boleh menyebabkan prestasi yang lebih rendah, kepuasan kerja yang lebih rendah, dan peningkatan pengeluaran dari organisasi (Rafikul Islam & Ahmad Zaki, 2008). Justeru, pekerja yang memiliki motivasi dalaman yang tinggi akan sentiasa berusaha keras tanpa perlu dipaksa atau diarahkan bagi menjalankan tanggungjawab mereka (Chiang & Jang, 2008).

Secara keseluruhannya, kesemua faktor telah mempengaruhi secara langsung prestasi perniagaan koperasi sekolah sebanyak 54% selebihnya adalah faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam kajian ini. Berikut adalah rajah model faktor-faktor penentu peningkatan prestasi perniagaan koperasi sekolah yang dihasilkan dalam kajian ini (Rajah 2).



**Rajah 2:** Model Faktor-faktor Penentu Peningkatan Prestasi Perniagaan Koperasi Sekolah

## RUMUSAN DAN CADANGAN

Secara keseluruhannya, kesemua faktor mempunyai memberi kesan terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah walaupun ada di antara faktor yang tidak memberi kesan signifikan. Namun hasil kajian ini telah menemui penemuan baharu yang di luar jangkaan pengkaji yang sangat berguna kepada semua koperator sekolah untuk dijadikan panduan khasnya dari segi teori, model dan kajian yang literatur yang telah dibincangkan secara panjang lebar. Dapatan kajian seolah-olah melihat kontra antara teori, model dan literatur yang digunakan namun sebenarnya semua kerangka teori yang diketengahkan merupakan wadah utama dalam prestasi perniagaan koperasi sekolah namun peringkat kajian ini lebih memberi pemahaman yang lebih fokus terhadap permasalahan sebenar yang berlaku terhadap koperasi sekolah di Negeri Sabah. Kesan kontra ini bukan bermaksud untuk membuktikan teori yang dikemukakan itu gagal mendasari kajian ini namun ia merupakan bukti bahawa seandainya pihak koperator khasnya pihak KPM gagal menyelesaikan permasalahan yang timbul seperti dalam kalangan pengurus (ALK) koperasi sekolah maka laluan beberapa faktor-faktor kejayaan yang dicadangkan akan menjadi tidak signifikan terhadap prestasi perniagaan koperasi sekolah khasnya. Demikian juga dengan agensi lain yang berkaitan dengan koperasi seperti Institut Koperasi Malaysia, Suruhanjaya Koperasi Malaysia dan Angkatan Koperasi Kebangsaan Malaysia Berhad harus memainkan peranan lebih bersungguh-sungguh dalam membantu meningkatkan prestasi koperasi sekolah di Sabah.

Bagi kajian akan datang dicadangkan agar menggunakan kaedah kualitatif atau kaedah campuran (kuantitatif dan kualitatif) dan melibatkan sampel lebih besar supaya dapatan boleh digeneralisasikan di samping melibatkan seluruh koperasi sekolah di Malaysia.

## RUJUKAN

- Abdul Fatah Abdullah. (2018). Angkasa sasar 50 koperasi sekolah capai perolehan RM1 juta. Bernama Online. Dicapai daripada <http://www.bernama.com>
- Abdul Fattah Abdullah., & Ahmad Marzuki Ismail. (2017). *Nilai, struktur dan etika*. (N. A. R. Siti Aishah Jaffar, Ed.) (1st ed.). Petaling Jaya, Selangor: Angkatan Koperasi Malaysia Berhad.
- Antonios Panagiotakopoulos. (2014). *Enhancing staff motivation in "tough" periods : Implications for business leaders*, 4–6. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/SD-05-2014-0060>
- Arief Subyantoro. (2009). *Karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, karakteristik organisasi dan kepuasan kerja pengurus yang dimediasi oleh motivasi kerja*. Google Scholar.
- Chiang, C. F., & Jang, S. (Shawn). (2008). An expectancy theory model for hotel employee motivation. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 313–322.
- Chringchit, P. (2002). *Cooperative school of engineering activities in support of business and industry in Thailand*. ProQuest Dissertations Publishing.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6th eds). New York: Routledge.
- David C. Martin., & Kathryn M. Bartol. (1998). Performance appraisal: Maintaining system effectiveness. *Public Personnel Management*, 27 (2), 223-230.
- Eybers, Sunet., & Kroeze, Jan., & Strydom, Ian. (2014). *Rethinking the value of business intelligence and analytics (BI&A)–A Balanced Scorecard Approach*.
- Frank Me-ol Abdullah. (2017). Strategi persaingan bantu perniagaan koperasi. *Dimensi Koop*, 53. Selangor.
- Garson, G. D. (2012). *Structural equation modeling*. Asheboro, NC USA: Statistical Associates Publishing.
- Ghazali Darusalam., & Hussin, S. (2018). *Metodologi penyelidikan dalam pendidikan* (2nd ed.). Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Gummesson, Evert. (2002). Relationship marketing and a new economy: It's time for de-programming. *Journal of Services Marketing - J SERV MARK*. 16. 585-589. 10.1108/08876040210447315. Dicapai daripada [https://www.researchgate.net/publication/254371053\\_Relationship\\_Marketing\\_in\\_the\\_New\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/254371053_Relationship_Marketing_in_the_New_Economy)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis with reading* (7th Eds). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Haslinda Sujak. (2016). Cooperatives: Empowering communities towards socio-economic sustainability. *INFO*.

- Hasrin Abu Hassan. (2012). *Kompetensi Anggota Lembaga Koperasi*. In Konvensyen Transformasi Modal Insan Koperasi : Modal Insan Kompeten, Menjana Ekonomi Negara. Sunway Pyramid Convention Centre, Petaling Jaya: Pusat Penyelidikan Pengurusan dan Inovasi, Maktab Koperasi Malaysia.
- Jamilah Din., Noranita Mohd Nor., Rashid., R., & Muhammad Yusuf Ibrahim. (2012). *Analisis kompetensi Anggota Lembaga Koperasi Sekolah dalam 100 buah koperasi sekolah-sekolah Gred A*. Petaling Jaya: Maktab Kerjasama Malaysia.
- Karen P. Quilloy., & Isabelita M. Pabuayon. (2015). The Philipine cooperative enterprise towards sustainable development: A perception study. *Malaysian Journal of Cooperative Studies*, 1.
- Kementerian Pendidikan Malaysia. (2013). *Pelan Pembangunan Pendidikan 2013-2025*. Putrajaya: Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. (S. Wall, Ed.). England: Pearson Education Limited.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper Row.
- Mitchell J. Lovet., Renana Peres., & Ron Shachar: (2013). On brand and word of mouth. *Journal of Marketing Reseach Association*, 4, 427
- Mohamad Ali., & Ahmad Marzuki. (2016). *Ke arah memantapkan aktiviti dan kegiatan koperasi sekolah. Ke arah memantapkan perniagaan koperasi sekolah*. Kelana Jaya: ANGKASA.
- Mohamad Haswardi Morshidi. (2017). Cabaran koperasi dalam melaksanakan aktiviti perniagaan. *Dimensi Koop*, 53, 26-33.
- Mohd Rafi Yaacob., Ghazali Ahmad., Mohamed Dahlan Ibrahim., Ahmad Syakir Junoh., Noraesyah Saari., Shamsul Khairi Abu Hassan., & Norsyeirawani Shari. (2014). Critical success factors of the islamic pawn broking sevicees in malaysia-views from providers. *Malaysian Journal of Cooperative Studies*, 10, 43.
- Muhammad Afnan Hasim. (2017). Pikat hati pelanggan dengan promosi jualan, *Dimensi Koop*, 53, 44-51
- Mustapa Kamal Maulut., Norsaadah Mustafa., & Abdul Jumaat Muhajar. (2015). The resilience concept of islamic entrepreneur and the promoting of islamic financing products to credit cooperatives in Malaysia. *Malaysian Journal of Cooperative Studies*, 11, 25.
- Nor Bazilah Safiar., Sabri Ahmad., Jusoh Yacob., & Mustafa Man. (2013). Model regresi logistik dan rangkaian neural: Suatu perbandingan dalam mengukur kerugian koperasi. *Malaysian Journal of Cooperative Studies*, 9, 77-90.
- Noranita Mohd Nor., Norhayati Abdul Rahman., Nur Faeza Yahya., & Roshidi Hassan. (2015). Program transformasi kedai runcit koperasi: Analisis pencapaian pengurusan perniagaan. *Malaysian Journal of Cooperative Studies*, 11, 79.

- Norazlan Hasbullah., Mohd Faisal Shariff., Arfizawati Abd Hadi Ju., Samsuddin Safian., & Noranita Mohd Nor. (2013). *Cabaran koperasi pengguna dalam aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia*. Petaling Jaya: Maktab Koperasi Malaysia.
- Nulty, D. D. (2008). The adequacy of response rates to online and paper surveys: What can be done? *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 33(3), 301-314.
- Nurizah Noordin., Mohd Shahron Anuar Said., Shamsul Khairi Abu Hassan., Juliana Md. Yusop., & Asan Ali Golam Hassan. (2016). Development and prospect of Orang Asli co-operatives: A case study of Perak And Pahang. *Malaysian Journal of Cooperative Studies*, 12, 21-34
- Rafikul Islam., & Ahmad Zaki Hj. Ismail. (2008). Employee motivation: A Malaysian perspective. *International Journal of Commerce and Management*, 18(4), 344–362. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/10569210810921960>.
- Rahimah Abd Samad. (Disember, 2013). *Peruncitan dan pemborongan di Norge Coop, Oslo, Norway*. Seminar Perkongsian Hasil Penyelidikan dan Kisah Kejayaan Koperasi. Ipoh.
- Raja Maimon Raja Yusof. (2010). Faktor-faktor penting yang mempengaruhi kejayaan koperasi. *Malaysia Cooperative Journal*.
- Renton, M., & Richard, J. (2015). Small but sophisticated entrepreneurial marketing and SME approaches to brand management. *Emeraldinsight*, 149–164. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JRME-05-2014-0008>
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. (Second edition). Lawrence Erlbaum Associates.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Siti Aisah, I. (2002). *Faktor-faktor yang menjadi penghalang kepada koperasi sekolah menengah untuk berkembang maju : Satu kajian di sekolah-sekolah dalam zon Bangsar*. Kedah: Universiti Utara Malaysia.
- Sulaiman Ainin., Yusniza Kamarulzaman., Abdul Ghani Farinda., & Anna Che Azmi. (2010). Business and entrepreneur characteristics influence on business performance of professional small medium enterprises. *International Journal of Business*.
- Suprayetno Agus. (2006). Pengaruh motivasi kerja, kepemimpinan, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan serta dampaknya pada kinerja perusahaan. *PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia*.
- Suruhanjaya Koperasi Malaysia. (2018). *Laporan ekonomi sektor koperasi tahun 2018*. Kuala Lumpur: Suruhanjaya Koperasi Malaysia.
- Suruhanjaya Koperasi Malaysia. (2017). Ringkasan statistik koperasi mengikut status. Dicapai daripada <http://www.skm.gov.my/index.php/my/pusat-media/arkib/arkib-statistik-tahunan>.



- Syafri, M., Jusoh, A., Sukati, I., Othman, M. F., & Nor, K. M. (2015). Kesan moderator kearifan tempatan dalam mempertingkatkan prestasi pekerja di Indonesia. *Jurnal Pengurusan*, 44(2015), 149–165.
- Tri Andjarwati. (2015). Motivasi dari sudut pandang teori hirarki kebutuhan maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 1, 45–54.
- Volchek, D., & Taipale-eravala, K. (2009). Strategic human resource management role in a new business development : A literature review.
- Wahyudi Suryono. (2006). Analisis pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*.
- William, D. Perreault, J., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2009). *Basic Marketing-A Marketing Strategy Planning Approach*. New York: McGraw-Hill / Irwin.
- Wilson, N., & McLean, S. (1994). *Questionnaire design: A practical introduction*. Newtown Abbey: University of Ulster Press.
- Zahiruddin, A. (2011). *Faktor kejayaan industri kecil & sederhana (IKS) dalam sektor perkilangan di Malaysia*. Perak: Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Zainuddin Awang. (2012). *A Handbook on SEM (6th ed.)*. Kota Bahru: UTM Kelantan.