

Hubungan Frekuensi Pertemuan dan Kepuasan Peserta Terhadap Peningkatan Kolaborasi Pada Pelaku Usaha di Komunitas The Entrepreneurs Society

by Siti Nurjanah

Submission date: 30-Jul-2024 11:34AM (UTC+0700)

Submission ID: 2424701393

File name: asi_Ilmu_Manajemen_-_Volume._2,_No._3_Juli_2024_hal_169-182.docx (6.53M)

Word count: 3014

Character count: 19991

Hubungan Frekuensi Pertemuan dan Kepuasan Peserta Terhadap Peningkatan Kolaborasi Pada Pelaku Usaha di Komunitas *The Entrepreneurs Society*

Siti Nurjanah^{1*}, Natal Indra²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

*snj.nurjanah006@gmail.com¹, natal.nia@bsi.ac.id²

⁸

Alamat: Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Korespondensi penulis: snj.nurjanah006@gmail.com

Abstract. *This research aims to find out how big a relationship the frequency of meetings and participant satisfaction has on increasing collaboration among business actors in The Entrepreneurs Society community. The research method used is a quantitative method approach with data collection techniques using probability sampling with a population of 200 community members and samples taken using the Slovin formula, namely 52 respondents. Data were collected using a questionnaire on a Likert scale. Data processing uses SPSS 29 software for instrument testing, correlation analysis and hypothesis testing. The results of the research show that both partial and simultaneous meanings of the words have the same relationship and have a positive effect between the frequency of meetings and participant satisfaction on increasing collaboration among business actors in The Entrepreneurs Society community.*

Keywords: *Meeting Frequency, Participant Satisfaction, Increased Collaboration.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta terhadap peningkatan kolaborasi pada pelaku usaha di komunitas *The Entrepreneurs Society*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan *probability sampling* dengan populasi sebanyak 200 anggota komunitas dan diambil sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 52 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam satuan skala likert. Pengolahan data menggunakan software SPSS 29 untuk uji instrumen, analisis korelasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan baik secara parsial maupun simultan dengan arti kata sama sama memiliki hubungan dan berpengaruh positif antara frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta terhadap peningkatan kolaborasi pada pelaku usaha di komunitas *The Entrepreneurs Society*.

Kata kunci: Frekuensi Pertemuan, Kepuasan Peserta, Peningkatan Kolaborasi.

1. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi dan digitalisasi, kolaborasi antar pelaku usaha menjadi kunci utama dalam meningkatkan skala, jangkauan pasar, dan sumber daya mereka. Kolaborasi memungkinkan pelaku usaha untuk menggabungkan kekuatan dan keahlian mereka untuk mencapai tujuan bersama, yang tidak mungkin mereka capai sendiri. Fenomena ini semakin diperkuat dengan pesatnya perkembangan komunitas-komunitas pelaku usaha yang menyediakan platform bagi para anggotanya untuk saling berinteraksi, bertukar ide, dan menjalin kerjasama. Menurut Hermawan Kartajaya (2008), komunitas adalah sekelompok orang yang peduli satu sama lain yang lebih dari seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antara anggota komunitas tersebut dikarenakan adanya kesamaan interest atau values.

Pemikiran berikutnya lainnya dikemukakan oleh Nalebuff dan Brandenburger dengan konsep coopetition. Konsep ini menekankan pada perubahan cara pikir (mindset) yang mengkombinasikan persaingan dengan kerjasama dalam suatu marketplace yang sama dengan menggunakan analisis teori game. Pemikiran lainnya dikemukakan oleh Blake dan Ernst bahwa di masa datang akan terjadi peningkatan strategi kolaborasi dibanding strategi kompetisi sebagai upaya untuk menyongsong terjadinya hubungan ekonomi dan bisnis lintas batas. Kolaborasi dianggap sebagai konsep terbaik dan alat negosiasi dan arbitrase sumberdaya perusahaan dalam bentuk keahlian, akses dan permodalan.

Dari berbagai pemikiran tersebut terlihat bahwa kerjasama merupakan pilihan paling optimal dalam menjalankan strategi bisnis di masa depan. Dengan adanya komunitas maka para pelaku usaha akan lebih mudah untuk bertemu dan menjalin kerja sama dengan pelaku usaha yang lainnya, salah satunya adalah Komunitas *The Entrepreneurs Society* (TES) hadir sebagai wadah bagi para pengusaha untuk saling bertukar informasi, ide, dan sumber daya, serta membangun jaringan bisnis yang kuat. Dalam penelitian ini belum ada penelitian terdahulu yang membahas atau melakukan penelitian terhadap komunitas *The Entrepreneurs Society* (TES) atau penelitian yang terkait untuk mencari hubungan antara frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta dapat meningkatkan kolaborasi pada komunitas.

2. KAJIAN TEORITIS

Frekuensi Pertemuan

Kata "frekuensi" berasal dari bahasa Latin, yaitu "frequentia". "Frequentia" memiliki arti "sering terjadi" atau "kepadatan". Secara umum, frekuensi didefinisikan sebagai jumlah kejadian atau peristiwa yang terjadi dalam suatu interval waktu tertentu. Dengan kata lain, frekuensi mengukur berapa kali sesuatu terjadi dalam periode waktu tertentu. Sedangkan pertemuan adalah sebuah kegiatan yang melibatkan dua orang atau lebih untuk berkumpul dan berinteraksi dengan tujuan tertentu. Sedangkan pertemuan merupakan wadah untuk sekelompok individu atau organisasi yang bertujuan untuk membahas suatu masalah atau kepentingan bersama. Dalam rapat, para peserta saling bertukar informasi, pendapat, dan ide untuk mencapai kesepakatan atau solusi yang optimal (Samsir Rambe, 1993).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa frekuensi dan pertemuan adalah dua konsep yang saling terkait dalam konteks diskusi dan pengambilan keputusan. Frekuensi

rapat yang tepat dapat membantu meningkatkan efektivitas pertemuan dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Dari hasil penelitian terdahulu yang relevan yang dilakukan oleh (Robert Owen Briggs, Gert-Jan de Vreede, 2003) didapatkan hasil analisis terbukti bahwa semakin tinggi frekuensi pertemuan maka semakin tinggi tingkat kepuasan peserta. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Frekuensi pertemuan berpengaruh terhadap kepuasan

Kepuasan Peserta

Kepuasan, berasal dari kata Latin "satis" yang berarti "cukup" dan "facere" yang berarti "melakukan", dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan atau mencapai standar yang memadai. Dalam konteks konsumen, kepuasan merujuk pada tingkat kesenangan yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa, di mana kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi.

Menurut Puspita Haryanto (2007), mengidentifikasi beberapa faktor yang umumnya mempengaruhi keputusan konsumen, yaitu kebutuhan pribadi, pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, iklan, dan lingkungan sekitar. Kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam merancang sistem pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan konsumen, meminimalkan biaya dan waktu, serta memaksimalkan manfaat layanan bagi konsumen.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, perusahaan dapat merancang sistem pelayanan yang lebih baik dan memuaskan konsumen.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fred Langerak, Peter C. Verhoef, Peeter W.J. Verlegh, dan Kristine de Valck, 2003) didapatkan hasil penelitian terbukti bahwa kepuasan peserta memiliki efek positif terhadap partisipasi anggota dalam komunitas.

H2 : Kepuasan peserta berpengaruh terhadap partisipasi komunitas

Kolaborasi

Kata “kolaborasi” berasal dari dua kata Bahasa latin Haiti “ cum “ yang berarti “ bersama “ atau “ dengan “ sedangkan “ laborare “ yang berarti “ bekerja “ atau “ berusaha “. Jadi secara harfiah, “ kolaborasi” berarti “ bekerja bersama “ atau “ bekerja sama “. Kata ini pertama kali digunakan dalam bahasa inggris pada awal abad ke-19 untuk menggambarkan kerja sama antara seniman dan musisi. Seiring waktu, kata ini digunakan untuk menggambarkan berbagai jenis kerja sama, termasuk kerja sama antara bisnis, organisasi nirlaba, dan pemerintah.

Menurut Dwiyanto (2015:253) bahwa kerja sama kolaboratif terjalin atas dasar kepentingan bersama untuk menyelesaikan masalah atau isu yang dianggap mengganggu bagi para pihak. Keinginan untuk berkolaborasi muncul dari kebutuhan mencari solusi atas masalah bersama yang dihadapi organisasi publik dan mitranya dari sektor privat. Masalah atau kepentingan bersama menjadi pendorong utama berkembangnya kolaborasi antara kedua pihak.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kolaborasi adalah proses bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama sehingga peningkatan kolaborasi dapat mengacu pada upaya untuk memperkuat dan meningkatkan kerja sama yang sudah ada atau membangun kerja sama baru. Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mulyana dan Wasitowati Wasitowati, 2021) didapatkan hasil penelitian terbukti bahwa kolaboratif dapat mempengaruhi kinerja bisnis.

H3 : Kolaborasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik sampling menggunakan *probability sampling* dengan populasi sebanyak 200 anggota komunitas dan diambil sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 52 responden. Teknik analisis data meliputi uji instrumen, analisis korelasi, dan uji hipotesis. Pengolahan data menggunakan software SPSS 29.

17 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Ket.
Frekuensi Pertemuan (X1)	1	0.279	0.785	Valid
	2	0.279	0.780	Valid
	3	0.279	0.795	Valid
	4	0.279	0.787	Valid
	5	0.279	0.799	Valid
	6	0.279	0.765	Valid
Kepuasan Peserta (X2)	1	0.279	0.646	Valid
	2	0.279	0.658	Valid
	3	0.279	0.864	Valid
	4	0.279	0.778	Valid
	5	0.279	0.829	Valid
	6	0.279	0.700	Valid
	7	0.279	0.853	Valid
Peningkatan Kolaborasi (Y)	1	0.279	0.856	Valid
	2	0.279	0.918	Valid
	3	0.279	0.863	Valid
	4	0.279	0.830	Valid

HUBUNGAN FREKUENSI PERTEMUAN DAN KEPUASAN PESERTA TERHADAP PENINGKATAN KOLABORASI PADA PELAKU USAHA DI KOMUNITAS THE ENTREPRENEURS SOCIETY

	5	0.279	0.875	Valid
	6	0.279	0.889	Valid
	7	0.279	0.901	Valid
	8	0.279	0.956	Valid
	9	0.279	0.883	Valid
	10	0.279	0.864	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada butir-butir pernyataan variabel frekuensi pertemuan, kepuasan peserta dan peningkatan kolaborasi diketahui bahwa semua butir-butir pernyataan diatas valid karena nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikan $0,001 < 0,005$.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Reliabilitas
Frekuensi Pertemuan (X1)	0.796	6	Diterima
Kepuasan Peserta (X2)	0.786	7	Diterima
Peningkatan Kolaborasi (Y)	0.790	10	Diterima

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Suatu variabel akan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha $>$ 0,60. Pada hasil analisis terlihat nilai Cronbach's alpha variabel frekuensi pertemuan (X1) sebesar 0,796 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Variabel kepuasan peserta (X2) sebesar 0,786 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan variabel peningkatan kolaborasi (Y) sebesar 0,790 juga dinyatakan reliabel. Dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dari ketiga variabel tersebut reliabel.

Uji Korelasi

1

Tabel 3. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (29017 : 185)

a. Korelasi Parsial

Tabel 4. Korelasi Parsial X1*Y

Correlations			
		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	.807**
	3 Sig. (2-tailed)		<.001
	N	52	52
Y	Pearson Correlation	.807**	1
	Sig. (2 - tailed)	<.001	
	N	52	52

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Nilai korelasi yang diperoleh antara frekuensi pertemuan dengan peningkatan kolaborasi memiliki nilai 0,807 (Hubungan sangat kuat).

Tabel 5. Korelasi Parsial X2*Y

Correlations			
		X2	Y
X2	Pearson Correlation	1	.683**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	52	52
Y	Pearson Correlation	.683**	1
	Sig. (2 - tailed)	<.001	
	N	52	52

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Nilai korelasi yang diperoleh antara kepuasan peserta dengan peningkatan kolaborasi memiliki nilai 0,683 (Hubungan kuat).

b. Korelasi Simultan

Tabel 6. Korelasi Simultan

Model Summary									
Change Statistics									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.855	.730	.719	5.119	.730	66.312	2	49	<.001

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Nilai korelasi yang diperoleh antara frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta terhadap peningkatan kolaborasi memiliki nilai 0,855 (Hubungan sangat kuat).

Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Tabel 7. Uji T

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sign.
1 (Constant)	-13.905	4.903		-2.836	.007
Total X1	1.230	.178	.618	6.920	<.001
Total X2	.896	.236	.339	3.801	<.001

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

- 1) Hasil uji t variabel frekuensi pertemuan (X1) terhadap variabel peningkatan kolaborasi (Y)

Variabel frekuensi pertemuan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, sedangkan nilai t hitung yang diperoleh sebesar 6,920 lebih besar dari nilai t tabel ($\alpha/2 = n - k - 1 = 0,05/2 : 52 - 3 - 1 = 0,025 : 48$, maka patokan mencari t tabel adalah $0,025 : 48 = 2,010$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka hipotesis yang menyatakan “frekuensi pertemuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kolaborasi dalam komunitas *The Entrepreneurs Society*” diterima.

- 2) Hasil uji t variabel kepuasan peserta (X2) terhadap variabel peningkatan kolaborasi (Y)

Variabel kepuasan peserta mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, sedangkan nilai t hitung yang diperoleh sebesar 3,801 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,010 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka hipotesis yang menyatakan “kepuasan peserta berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kolaborasi dalam komunitas *The Entrepreneurs Society*” diterima.

b. Pengujian ¹¹ Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 8. Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3474.947	2	1737.473	66.312	<.001
	Residual	1283.880	49	26.202		
	Total	4758.827	51			
¹⁹ Dependent Variable : TOTAL Y Predictors : (Constant), Total X2, Total X1						

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Hasil output SPSS pada tabel Anova di atas menunjukkan bahwa variabel frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta mempunyai ¹² nilai F hitung sebesar 66,312 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel 66,312 > 3,19 dan nilai signifikansi variabel frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta lebih kecil dari nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan kolaborasi dalam komunitas *The Entrepreneurs Society*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan penelitian, didapatkan beberapa kesimpulan. Pertama, secara parsial frekuensi pertemuan memiliki hubungan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan kolaborasi pada pelaku usaha di komunitas *The Entrepreneurs Society*. Kedua, secara parsial, kepuasan peserta memiliki hubungan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan kolaborasi pada pelaku usaha di komunitas *The Entrepreneurs Society*. Ketiga, secara simultan, baik frekuensi pertemuan dan kepuasan peserta memiliki

hubungan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan kolaborasi di komunitas The Entrepreneurs Society.

Saran

Ditinjau melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran. Pertama, sebaiknya pihak The Entrepreneurs Society mampu meningkatkan motivasi terhadap anggotanya, dan buat format pertemuan dengan berbagai variasi sehingga anggota komunitas tidak merasa bosan dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh The Entrepreneurs Society. Kedua, buat kompetisi - kompetisi atau sertifikasi dan uji kompetensi untuk anggotanya kemungkinan besar dengan cara itu bisa menarik anggota baru lebih banyak lagi dan jalin kerjasama dengan komunitas lain agar bisa meningkatkan kolaborasi lebih banyak lagi. Jika motivasi ditingkatkan dan frekuensi pertemuan semakin sering dilakukan maka akan timbul rasa kepuasan terhadap anggotanya dan akan semakin banyak kolaborasi yang terjalin dalam komunitas The Entrepreneurs Society.

DAFTAR REFERENSI

- Annisa Aulia Akbar. (2021). Collaborative Governance Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Transportasi Di Kota Makassar. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue 2).
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02). <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Artificial Intelligence. (2022). *Uji Normalitas dan Penelitian Kuantitatif*. <https://Informatika.Ciputra.Ac.Id/2022/12/Uji-Normalitas-Dan-Penelitian-Kuantitatif/>.
- Asmara, G. I., Erdina, N., Ariza, R. A., & Suhairi, S. (2021). Urgensi Pertemuan dan Presentasi Dalam Organisasi Bisnis. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2). <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v1i2.487>
- Ayunda. (2023, November 22). *Pengertian Komunitas Bisnis, Manfaat Bergabung dan 10 Contohnya di Indonesia*. Accurate. <https://accurate.id/aplikasi-kasir/pentingnya-komunitas-bisnis/>
- binus Nusantara. (2014). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS*. <https://Qmc.Binus.Ac.Id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>.
- Briggs, R. O., de Vreede, G. J., & Reinig, B. A. (2003). A theory and measurement of meeting satisfaction. *Proceedings of the 36th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2003*. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2003.1173677>

- Dr.Drs.Choirul Saleh, M. S. (2020). Konsep, Pengertian, dan Tujuan Kolaborasi. *Dapu6107*, 1.
- Fauziah, M. R. N., Damayani, N. A., & Rohman, A. S. (2014). PERILAKU KNOWLEDGE SHARING MULTI BAHASA PADA KOMUNITAS FAKTA BAHASA. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 2(2). <https://doi.org/10.24198/jkip.v2i2.11643>
- Fauziah, M. R. N., Damayani, N. A., & Rohman, A. S. (2014). PERILAKU KNOWLEDGE SHARING MULTI BAHASA PADA KOMUNITAS FAKTA BAHASA. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 2(2). <https://doi.org/10.24198/jkip.v2i2.11643>
- Flanagin, A. J., Sun Park, H., & Seibold, D. R. (2004). Group performance and collaborative technology: A longitudinal and multilevel analysis of information quality, contribution equity, and members' satisfaction in computer-mediated groups. *Communication Monographs*, 71(3). <https://doi.org/10.1080/0363452042000299902>
- gastronomi.(2023).*FREKUENSI*. https://Id.Gastronomiac.Com/Kamus_umum/Frekuensi/.
- Gatti, F., & Procentese, F. (2020). Being involved in the neighborhood through people- nearby applications: A study deepening their social and community-related uses, face-to-face meetings among users, and local community experience. *CEUR Workshop Proceedings*, 2730.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Klemens, Rahardja. (2017). *The Entrepreneurs Society . The Entrepreneurs Society* . <https://te-society.com>
- Kukuh Lukiyanto. (2017). *Pentingnya Komunitas Bisnis Bagi Start-Up*. Bonus University. <https://binus.ac.id/malang/2017/05/pentingnya-komunitas-bisnis-bagi-start-up/>
- Langerak, F., Verhoef, P. C., Verlegh, P. W. J., & Valck, K. de. (2003). The Effect of Members ' Satisfaction with a Virtual Community on Member Participation. In *ERIM REPORT SERIES RESEARCH IN MANAGEMENT*.
- Laudia Tysara. (2022, January 6). *11 Pengertian Kolaborasi Menurut Para Ahli, Simak Jenis-Jenisnya*. <https://Www.Liputan6.Com/Hot/Read/4852462/11-Pengertian-Kolaborasi-Menurut-Para-Ahli-Simak-Jenis-Jenisnya?Page=3>.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, R. R., & Nurwulan, L. L. (2023). Pengaruh Frekuensi Pertemuan Dan Keahlian Keuangan Komite Audit Serta Spesialisasi Dan Kualitas Auditor Eksternal Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 3(1). <https://doi.org/10.23969/brainy.v3i1.57>
- Mulyana, M., & Wasitowati, W. (2021). The Improvement of Collaborative Networks to Increase Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance. *Serbian Journal of Management*, 16(1). <https://doi.org/10.5937/sjm16-24369>
- Nabilah Muhamad. (2023, October 13). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/UMKM di Indonesia Berdasarkan Kelasnya (2021)*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>
- Octaviani, V. (2022). Collaborative Governance dalam Pengelolaan Bumdes sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Desa di Kabupaten Klaten. *JIPAGS (Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies)*, 6(2). <https://doi.org/10.31506/jipags.v6i2.13974>

- PAYDIA. (2023). *Bergabung dalam Komunitas Bisnis, Benarkah Bermanfaat?* . PAYDIA. <https://paydia.id/bergabung-dalam-komunitas-bisnis-benarkah-bermanfaat/>
- Pedrycz, W., Russo, B., & Succi, G. (2011). A model of job satisfaction for collaborative development processes. *Journal of Systems and Software*, 84(5). <https://doi.org/10.1016/j.jss.2010.12.018>
- Penticuff, J. H., & Arbeart, K. L. (2005). Effectiveness of an intervention to improve parent-professional collaboration in neonatal intensive care. *Journal of Perinatal and Neonatal Nursing*, 19(2). <https://doi.org/10.1097/00005237-200504000-00016>
- Qotrun A. (n.d.). *Pengertian Uji Asumsi dan Jenis-Jenisnya*. Gramedia Blok.
- Raharja, S. J. (2019). Kolaborasi Sebagai Strategi Bisnis Masa Depan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1).
- Raharja, S. J. (2019). Kolaborasi Sebagai Strategi Bisnis Masa Depan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1).
- Sargent Hippopotamus. (2020, April 9). *Pertemuan Rapat* . <https://www.coursehero.com/file/59223195/Pertemuan-Rapatdocx/>.
- serafica. (2023, May 30). *Pengertian Komunitas Menurut Ahli*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/30/130000969/pengertian-komunitas-menurut-ahli#:~:text=Menurut%20Etienne%20Wenger%2C%20McDermott%2C%20dan,sejumlah%20kondisi%20lain%20yang%20serupa.>
- Soediono, B. (2015). Building Community Through Coworking: a Case Study of Spatial Factors Affecting Member Satisfaction With Coworkspaces and Collaborative Activity a. *Journal of Chemical Information and Modeling*, August.
- SUHAILAH. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI*. <http://Repository.Uinsu.Ac.Id/8674/1/Suhailah1.Pdf>.
- SUWARDI SURYOKUSUMO, T. R. S. E. , M. B. A. , Ak. , CA. (2016). PENGARUH INDEPENDENSI, KEAHLIAN, FREKUENSI PERTEMUAN, DAN RANGKAP JABATAN ANGGOTA KOMITE AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA. https://Etd.Repository.Ugm.Ac.Id/Home/Detail_pencarian_downloadfiles/876473.
- Wibowo T. Tunardy, S. H. , M. Kn. (2016, June 6). *Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha*. <http://Jurnalhukum.Com/Pengertian-Pelaku-Usaha/>.
- wikipedia. (2023, February 14). *Kolaborasi*. <https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Kolaborasi>.
- Yusliyadi, & Norhadi, A. (2020). Syaikh Al-Zarnuji Group Dynamics in Perspective Education of Shaykh Al-Zarnuji. *Al-Fikrah*, 3.

Hubungan Frekuensi Pertemuan dan Kepuasan Peserta Terhadap Peningkatan Kolaborasi Pada Pelaku Usaha di Komunitas The Entrepreneurs Society

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	rg-ekuitas.blogspot.com Internet Source	1 %
2	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	1 %
3	Submitted to Queen Mary and Westfield College Student Paper	1 %
4	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	1 %
5	sastrawacana.id Internet Source	1 %
6	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	1 %
7	arizona.openrepository.com Internet Source	1 %
8	journal-stiayappimakassar.ac.id Internet Source	1 %

9	jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id Internet Source	1 %
10	www.radarbanten.co.id Internet Source	1 %
11	jurnal.unidha.ac.id Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	1 %
13	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	1 %
14	journal.aripi.or.id Internet Source	1 %
15	jurnaluniv45sby.ac.id Internet Source	1 %
16	yrpipku.com Internet Source	1 %
17	Afriati Wattiheluw. "PENGARUH PEMBERDAYAAN DAN PELATIHAN TERHADAP KINERJA PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BINAAN PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU KUMKM PROVINSI MALUKU (STUDI KASUS UMKM KOTA AMBON)", Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2019 Publication	1 %
18	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id	

19

sinar.indocakti.ac.id

Internet Source

1 %

20

Puji Isyanto, Kartika Wijayanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19", Owner, 2022

Publication

1 %

21

Submitted to Universitas Putera Indonesia
YPTK Padang

Student Paper

1 %

22

citeseerx.ist.psu.edu

Internet Source

1 %

23

www.reinha.com

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On