

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet sudah menjadi biasa, terutama para kaum muda yang sering menggunakannya. Keseringan itulah yang menyebabkan sebuah bisnis muncul lewat dunia maya. Bisnis dengan pengeluaran sangat minim dan bahkan nol dengan keuntungan besar mulai terangkat dari kebiasaan masyarakat ini. Nama usaha ini adalah *online shopping*.

Sumber <http://economy.okezone.com> mengatakan bahwa peluang berbisnis ini sudah terlihat dari menjamurnya usaha bisnis *online shop* seiring dengan kemajuan teknologi. Bisnis ini memang mudah dan murah. Mudah, bila usaha biasa perlu gerai atau sebangsanya, bisnis ini tidak. Cukup pasang produk-produk yang kita tawarkan di HP (Hand Phone) atau media sosial yang kita ikuti. Murah, kita tidak perlu menyiapkan modal besar untuk memulai usaha ini.

Akibat dari alasan itulah banyak pengusaha-pengusaha kecil menggunakan jasa ini. Mereka biasanya yang tidak mau repot membuat website sebagai jasa penyalur dagangan mereka. Sehingga mereka mengikuti website yang telah tersedia. Salah satu contoh website tersebut adalah seperti yang dilakukan oleh Toko Bagus.com dan masih banyak lagi jenis yang lainnya.

Membaca peluang yang ada, maka E-Kopwan yang ada di Koperasi Setia Bhakti Wanita membuka hal yang sama yaitu bisnis *online shopping*. Alasan terkuatnya adalah ingin membantu memasarkan produk anggota FKJU (Forum Komunikasi Jaringan Usaha), sedangkan untuk anggota non FKJU kalau mereka mau mengikuti bisnis *online shopping* juga bisa bergabung. Akhirnya banyak juga yang mengikuti bisnis *online* tersebut. Menurut data yang dulu sekitar kurang lebih 27 UKM yang tergabung di dalam jaringan FKJU mengikuti bisnis *online shopping*.

Walaupun unit E-Kopwan masih dalam tahap percobaan menuju ke arah profit pada tahun 2012, mereka masih memiliki potensi yang sangat besar karena memiliki progremer serta staf pengajar mengenai TI khususnya dibidang *online shopping* yang berkualitas. Jadinya mereka ingin membantu memanfaatkan teknologi serta karyawan dibidang TI ini untuk anggota FKJU dan non anggota FKJU yang memasarkan produknya melalui media internet.

Semua ini dilakukan karena ingin membangun kesuksesan yang dulu pernah diraih oleh Koperasi Setia Bhakti Wanita pada unit simpan pinjamnya. Dimana koperasi ini sudah berdiri sejak tahun 1975 sampai sekarang dengan perkembangan usaha koperasi yang sudah besar, ingin memeratakan kesuksesannya tidak hanya dalam satu unit saja, tapi untuk unit-unit lainnya juga mereka ingin mengembangkannya. Terutama ingin meraih

pangsa pasar *online shopping* di daerah terdekat yaitu di Surabaya atau Jawa Timur.

Didukung dengan jumlah penduduk Surabaya melalui hasil Sensus Penduduk 2010 dari <http://surabayakota.bps.go.id/> adalah sebesar 2.765.487 jiwa, dengan persentase penduduk laki-laki sebesar 49% dan perempuan sebesar 51% jumlah yang sangat padat karena banyak penduduk yang urbanisasi ke Surabaya sebagai alternatif lain sesudah tujuan utama yaitu Jakarta. Sebagai kota yang terbesar nomer dua ini, Surabaya sudah sama majunya dengan Jakarta seperti kecanggihan TI (Teknologi Informasi), perdagangan, perkantoran, sekolah dan pemerintahan yang tak jauh beda dengan Jakarta.

Apalagi Surabaya juga menjadi kota transit perdagangan yang dari luar kota, luar pulau atau bahkan luar negeri. Tak hanya itu jika melakukan pengiriman balik ke pada mereka juga mudah karena banyak jasa pengiriman serta diperkuat dengan adanya Tanjung Perak sebagai tempat pelabuhan transit barang dari luar pulau atau luar negeri atau sebaliknya.

Keadaan inilah yang sangat mendukung perkembangan usaha Koperasi Setia Bhakti Wanita karena terletak di kota Surabaya. Terutama dalam bisnis *online Shopping* di E-Kopwan yang sengaja didirikan untuk membantu anggota FKJU (Forum Komunikasi Jaringan Usaha) atau non anggota FKJU untuk memasarkan produk mereka. Dimana internet sudah menjadi biasa dimata masyarakat Surabaya.

Kondisi sosial di Surabaya cukup membaik. Dimana golongan kelas menengah sudah cukup meningkat dari waktu ke waktu. Terbukti dari <http://www.bisnis.com/> yang menyakakan bahwa tingkat pengangguran terbuka di Jawa Timur pada agustus 2012 tercatat 4,12%, menurun dibandingkan dengan posisi february 2012 sebesar 4,14% dan posisi periode yang sama 2011 sebesar 4,16%. Hal ini menyebabkan tingkat daya beli masyarakat akan suatu barang atau jasa juga sangat meningkat.

Berarti kondisi ekonomi di Surabaya sudah jauh membaik dengan adanya tingkat optimisme konsumen masyarakat (indeks tendensi konsumen/ITK) Jawa Timur pada kuartal III/2012 tercatat 111,85, meningkat dibandingkan dengan posisi kuartal II/2012 yang hanya 108,71 dan peningkatan optimisme masyarakat tersebut didorong oleh faktor musiman yaitu liburan sekolah, tahun ajaran baru, peringatan Ramadhan, dan perayaan Idul Fitri yang jatuh pada kuartal III/2012. Semua ini datanya berasal dari <http://www.bisnis.com/>.

Sedangkan budaya yang diciptakan oleh Surabaya adalah sudah masuk kedalam tahap konsumerisme dimana terdapat tempat berbelanja dimana-mana seperti banyaknya pembangunan mall dan timbulnya sifat hedonisme yang telah timbul dikalangan masyarakat Surabaya sebagai kota terbesar ke dua ini. Maka dari itu, peranan pemerintah sangat penting untuk mengatasi semua ini yaitu dengan membuat Surabaya

menjadi lebih produktif lagi yaitu dengan meningkatkan jumlah UKM (Usaha Kecil Menengah) dengan meningkatkan jumlah koperasi untuk menunjang UKM menjadi lebih baik.

Pada bisnis *online shopping* di E-Kopwan yang ada di koperasi Setia Bakhti Wanita ini juga membantu para anggota FKJU dan non anggota FKJU yang keseluruhan barang atau jasa adalah hasil sendiri dan termasuk dalam kategori UKM dalam memasarkannya ke dunia maya. Jadi, bisnis ini bisa membantu pemerintah serta bisa diterima oleh masyarakat Surabaya karena kondisi sosial, ekonomi dan budaya yang juga mendukung.

Wilayah Surabaya termasuk daerah yang strategis dari sumber <http://id.wikipedia.org/wiki/> mengatakan bahwa Surabaya berbatasan dengan Selat Madura di Utara dan Timur, Kabupaten Sidoarjo di Selatan, serta Kabupaten Gresik di Barat. Dimana perbatasan tersebut terdapat jalur penghubung seperti pelabuhan tanjung perak untuk mengirim barang ke dalam atau ke luar pulau dan juga daerah Sidoarjo dan Gresik yang terkenal juga industry mereka yang sebagian besar memproduksi barang $\frac{1}{2}$ jadi atau supplier dari kota Surabaya dengan jarak paling dekat sehingga bisa menghemat pengeluaran ongkos produksi.

Selain itu seperti yang telah dijelaskan sebelumnya kalau kota Surabaya ini memiliki fasilitas yang lebih sehingga sangat mudah melakukan transaksi penjualan. Semua tersedia dari

SDA (Sumber Daya Alam), SDM (Sumber Daya Manusia) dan juga fasilitas-fasilitas penunjang yang diberikan pemerintah Surabaya kepada masyarakat yang ada. Semua ini juga sangat mendukung kelancaran usaha *online shopping* E-Kopwan yang didirikan oleh Koperasi Setia Bakhti Wanita Surabaya sehingga peletakkannya lebih efisien.

1.2. Bidang Kuliah Praktek Bisnis

Laporan tugas akhir bidang kuliah praktek bisnis ini diambil berdasarkan dengan penjurusan dibidang konsentrasi pemasaran dalam bentuk kegiatan praktik kerja lapangan untuk meneliti pemasaran *Online Shopping* E-Kopwan Koperasi Setia Bhakti Wanita di Surabaya.

1.3. Tujuan Kuliah Praktek Bisnis

Tujuan kuliah praktek bisnis ini sesuai dengan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Menemukan permasalahan yang dihadapi oleh *online shopping* E-Kopwan.
2. Membuat solusi serta saran untuk membantu pihak koperasi untuk unit E-Kopwan dalam menjalankan bisnis usaha *online shopping*.

1.4. Manfaat Kuliah Praktek Bisnis

Dalam melaksanakan kuliah praktik bisnis ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara terperinci sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Kuliah praktik bisnis ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang cara memecahkan kasus secara nyata dibidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Koperasi SBW:

Bisa sebagai bahan pertimbangan dan referensi mengenai promosi *online shopping* E-Kopwan.

b. Bagi penulis:

1. Mendapat sumber informasi dan mendapat pengetahuan yang baru dari pembelajaran kasus langsung mengenai Promosi *Online Shopping* yang terdapat di E-Kopwan.

2. Bisa secara langsung mengasah kemampuan keterampilan penulis untuk memecahkan masalah-masalah Promosi *Online Shopping* yang terdapat di E-Kopwan.

1.5. Sistematika Penulisan Laporan Kuliah Praktik Bisnis

Agar mempermudah pemahaman di dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan ini dibuat sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang, bidang kuliah praktik bisnis, tujuan, manfaat kuliah praktik bisnis, dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini akan dijelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berhubungan baik secara langsung atau tidak langsung dengan bidang kuliah praktik bisnis. Teori yang dikutip adalah bidang pemasaran.

BAB 3 : HASIL DAN PEMBAHASAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

Bab ini akan menjelaskan tentang sedikit gambaran umum mengenai E-Kopwan, waktu dan pelaksanaan kegiatan kuliah praktik bisnis, metode pengumpulan data, hasil temuan, analisis, dan pembahasan dari hasil temuan yang didapat dari kuliah praktik bisnis.

BAB 4 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan dari hasil penelitian sebagai hasil tugas akhir kuliah praktek bisnis dalam penerapan hubungannya diantara aspek-aspek manajemen pemasaran.